

Mehr als ein Mitnahme-Genre

Vom Klopfen gegen Mobbing bis zu Jenseits-Botschaften: Das Spektrum esoterischer Titel einzuordnen, fällt vielen Buchhändlern schwer. Die Verlage üben den Spagat zwischen größerer Transparenz und programmatischer Vielfalt

Lange Zeit gab es eine Abwehralage gegen spirituelle Themen, die jetzt aufbricht. Damit beschleunigt und steigert sich die Nachfrage in diesem Segment bei uns nachhaltiger und signifikanter als in anderen Ländern“, sagt Michael Nagata, der von dieser Entwicklung in seinem kleinen Amra Verlag profitiert. Klingelheilig und Schamanismus werden dort programmatisch großgeschrieben.

Die allgemeine Verunsicherung hat überraschenderweise zu einer neuen Sachlichkeit im Umgang mit dem Unwägbarer geführt – und zu einer Flut von Neuerscheinungen, die zu schulten und im Laden richtig einzuordnen vielen Buchhändlern Kopfschmerzen bereitet. „Ich bewundere alle Buchhändler, denen es gelingt, für ihre Kunden eine gute Auswahl zu treffen und in diesem komplizierten Themenfeld ihrer Aufgabe als Sortimenter nachzukommen“, sagt Dr. Andrea Wörle, die bei dtv für das Nonfiction-Programm auch die Spiritualität einkauft.

Erfolgreich nutzt u.a. Valeria Fischer von der Buchhandlung Rupprecht in Erlangen das Potenzial des Esoteriksegments. „Die Spiritualität wird von vielen Kollegen trotz hoher Drehzahlen noch immer ein bisschen belächelt. Wenn man sich aber auf sie einlässt und sich in sie hineinliest, ist das Thema auch mit Blick auf die Kundenbindung interessant. Denn das sind sehr beratensintensive Kunden, die auch selbst

Körper & Geist



Valeria Fischer, Buchhandlung Rupprecht: Anregungen der Kunden nutzen

viele Anregungen geben, durch die sich das eigene Sortiment entsprechend besser strukturieren lässt. Man selbst ist als Buchhändler gar nicht so sehr der Experte; die Experten kommen zu uns.“

Bei diesem Thema haben die Sortimenter es größtenteils mit Kunden zu tun, die ihre Bücher nicht nur lesen, sondern leben. Eckhard Graf, Programmverantwortlicher für die Random House-Labels Ansatz, Integral und Lotus: „Esoterik-Titel sind mehrheitlich Ratgeber und werden von ihren Lesern nach

ihrem Nutzwert beurteilt und entsprechend gekauft und weiterempfohlen. Deshalb ist in diesem Genre die Kundenempfehlung ein wichtiges Marketing-Instrument als z.B. in der Belletristik, und große Anzeigen-Kampagnen sind nicht nötig, um vielleicht auch das Buch eines noch unbekannteren Autors durchzusetzen.“ Tatsächlich gelangen die großen Bewusstseins-Seller der letzten Jahre (von „The Secret“ über die „Prophezeiungen von Celine“ bis zurück zu den „5 Tibetern“) ganz maßgeblich durch Flüsterpropaganda und ohne große Werbebeats auf die Bestsellerlisten.

„Das sind Geschenke für die Branche seitens der Kunden. Und alle Marktteilnehmer sollten darüber nachdenken, warum dieser Bereich noch immer als Mitnahme-Genre unterschätzt wird. Die Esoterik ist eine sichere Umsatzsäule mit Substanzwert und einer einzigartig niedrigen Remissionsquote. Vor allem aber ist die Esoterik ein themenkreatives Genre, das unabhängig von modischen Trends Nachfrage auch für andere Warengruppen generiert“, sagt Graf und weist auf Themen wie Yoga oder alternative Heilmethoden, die aus den meisten allgemeinen Ratgeber-Programmen nicht mehr wegzudenken sind.

Aura Soma, Engel und Naturgeister, Kinesiologie, Channeling oder Lebens-Codes – Bereiche, die sich unter Spiritualität und Bewusstes Leben subsumieren lassen. Die Bezeichnung *Esoterik* ist dabei als Sammelbegriff für die facettenreiche Suche

nach den Zusammenhängen des Universums, nach spirituellen Antworten und ganzheitlich vernetzten Konzepten immer noch ebenso verbreitet wie umstritten.

„Große Geister, die Visionen hatten und Antworten auf die existenziellen Fragen des Lebens suchten, gab es schon immer. Sie als Esoteriker zu bezeichnen, entspricht zwar dem gegenwärtigen Mainstream, ist aber für alle, die sich ernsthaft mit diesen Fragen auseinandersetzen, eine schlichte Respektlosigkeit“, sagt Christian Strasser, der in diesem Herbst mit einem neuen Verlag für Grenzwissenschaften und vernetztes Denken an den Start gegangen ist: Scorpio soll als Sachbuchverlag an der Schnittstelle zwischen Spiritualität und Wissenschaft stehen und wendet sich mit seinen ersten sechs Titeln auch an Leser, die noch nicht unbedingt in der spirituellen Welt zu Hause sind. Zum Beispiel mit dem „Geheimen System“ von Rene Stauffer, der die Auswirkungen der Sonnenaktivitäten auf Finanzwelt und Börsenkurse untersucht, oder mit den Thesen des Biophysikers Dieter Broers in „REVOLUTION 2012“. Klar umrissen soll fortan auch das Profil des Trinity-Verlags sein, der als Imprint von Scorpio ganz neu aufgestellt und mit der Frühjahrsvorschau 2010 ein Programm präsentieren wird, das sich auf Energie und ganzheitliche Heilung sowie auf die Erweiterung des Bewusstseins ausrichtet. Der erste neue Trinity-Titel erscheint bereits diesen Monat: Gerald Benedicts „Maya-Prophezeiung für 2012“, auch mit Blick auf den erwarteten 2012-Boom durch den bald anlaufenden Hollywood-Blockbuster (s.a. BuchMarkt 9/09, S. 44 ff.), ein Trendthema.

Doppelte Präsentation

In der Detmolder Buchhandlung Stephan Jaenicke besteht die Abteilung „Neues Denken“ aus sechs Regalen plus einer Präsentationsfläche für Nonbooks, Accessoires und Bücherstapel mit aktuellen Bestsellern. In zwei Regalen finden sich alphabetisch geordnet alle spirituellen Themen – von Astrologie und Bach-Blüten über Steine und Tai Chi bis zu Tarot. Ein drittes Regal unter dem Motto „Neues Denken“ ist von Rüdiger Dahlke bis hin zu Neale Donald Walsch bekannten spirituellen Autoren gewidmet. Ergänzt wird das „Neue Denken“ durch ein Gesundheitsregal, in dem neben

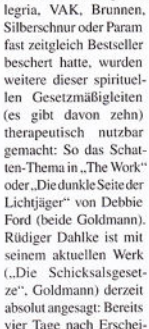
Gesundheit und Erkrankungen von A – Z auch Geistheilung, Homöopathie, Energiearbeit oder Schülfer-Salze und Wasser untergebracht sind. Dazu ein „Ratgeber“-Regal rund um Geburt, Kinder und Partnerschaft sowie eines zu Ernährung, Diäten und spirituelle Ernährungstheorien. Stephan Jaenicke: „Mithilfe dieser klaren Themen-, Stichwort- und Autorensystematik, die auch eine kleinteilige Strukturierung erlaubt, finden sich die Kunden schnell zu recht. Und in Zweifelsfällen wie z.B. beim Yoga für Paare können wir durch Doppel- oder Frontalpräsentation die Auffindbarkeit erleichtern.“

Valeria Fischer von der Buchhandlung Rupprecht stellt auch die energetischen Klopf-Bücher gleich doppelt in die Regale – bei der Gesundheit und in der Esoterik. Yoga-Bücher dienen gleichsam als Wegweiser von der Esoterik in die Gesundheit. „Wir haben Yoga im Übergang: Erst Esoterik, dann kommen die Yoga-Bücher und danach geht's in die Gesundheit. Wenn der Kunde Bärbel Mohrs Wunsch-Bücher sieht, fällt sein Blick automatisch auch auf Yoga und die alternativen Heilmethoden in der Gesundheit.“

Schwierigkeiten mit den diversen spirituellen Labels und Imprints der Großverlage hat nicht allein Kristine Schrader, die in ihrer Hannoverischen TAO-Buchhandlung auch die kleineren, inhabergeführten Szene-Verlage pflegt. „Die kleinen Verlage sind eigentlich die Trend-Macher, die immer irgendwo etwas auf den Boden einer neuen Richtung entdecken. Dann steigen die Großen ein, wenn sie merken, dass man damit Geld machen kann.“ Den Großverlagen fehle es bisweilen an Profil, so Schrader.

„Scharfe Programmprofile werden vom Handel gar nicht gedankt und zahlen sich nicht aus“, hält Gerhard Riemann, verantwortlich für Goldmann Arkana, Sphinx und Kailash, dagegen. „Heute gilt es, in eine größere programmatische Vielfalt hineinzugehen. Jeder sucht natürlich, was der andere macht, verhält aufmerksam, was aus Amerika und England herüberkommt und hält Ausschau nach deutschen Autoren. Aber davon gibt es nicht so viele, und Szenestars wie Pierre Franckh erscheinen natürlich gleich in mehreren Verlagen. Als ich Ende der 1970er-Jahre Kailash für Hugendubel aus der Taufe hob, gab es gerade mal eine Handvoll anderer Verlage, die in diesem Programmbereich aktiv waren.“ Heute

sind es mindestens zehnmals so viel. Und dass es da zu Überschneidungen kommt, liegt in der Natur der Sache. Nachdem z.B. „The Secret“ Verlagen wie Goldmann, Al-



Andreas Klaus, O.W. Barth: Hemmschwellen abbauen

legria, VAK, Brunnen, Silberschnur oder Param fast zeitgleich Bestseller beschert hatte, wurden weitere dieser spirituellen Gesetzmäßigkeiten (es gibt davon zehn) therapeutisch nutzbar gemacht: So das Schattensystem-„The Work“ oder „Die dunkle Seite der Lichtjäger“ von Debbie Ford (beide Goldmann). Rüdiger Dahlke ist mit seinem aktuellen Werk „Die Schicksalsgesetze“; Goldmann) derzeit absolut angesagt: Bereits vier Tage nach Erscheinen war die Erstauflage von 10.000 Exemplaren vergriffen.

Zukunftstrends

Mediale Erfahrungen und Kontakte zu höheren Dimensionen als Roman und Eso-Fiction? Darin sieht auch Olivia Baernd für Droemer Knauer einen möglichen Trend: „Neben reinen How-to-Büchern erobert vermehrt spirituelle, parabolhafte Erzählungen den Markt, die dem Leser emotionales Identifikationspotenzial bieten und nicht nur den Verstand ansprechen. Auch hier geht es sehr stark um den Aspekt von Sinnsuche, bewusster Lebensführung und Hinterfragen des eigenen Weges.“ Ansonsten steht für die Ratgeber bei MensSana und Knauer nach wie vor der Praxiswert oben. „Wir legen Wert darauf, dass die vermittelten medialen Fähigkeiten und Trainingsprogramme dem Leser tatsächlich von Nutzen sind und ihm tiefere Einblicke ins Leben verschaffen – und ein Bewusstsein dafür, dass das Dasein vielschichtiger ist.“

Große Namen sind dabei nicht der Garant für hohe Verkaufszahlen: „Da sich die Menschen, die Gesellschaft und damit auch die Fragen verändern, kann man sich nicht mit Blick auf die bewährten Autoren ausruhen, die sich über die letzten allzu häufig und geschäftsfreudig (halb-)jährlich mit völlig neuen Themen zu Wort melden. Sie werden dadurch nicht glaubwürdiger. Deshalb halten wir verstärkt die Augen nach unbekannteren Autoren und neuen Sichtweisen offen.“ Da ist neben Authentizität auch Übersichtlichkeit angesagt. Entsprechend gibt es für das spirituelle-ganzheitliche Label MensSana für das kommende Frühjahrprogramm auch ein neues Vorschaukonzept, das

nicht mehr nach Erscheinungsmonaten und Ausstattung gliedert, sondern nach Bereichen wie Bewusstes Leben, Heilen, Suche nach Transzendenz, Engel, westliche bzw. östliche Traditionen. Da der Mensch mehr als die Summe seiner Einzelteile ist, werden ganzheitliche Heilungsansätze auch 2010 ein Topthema der spirituellen Szene sein. Ebenso wie die Suche nach Ethik und Werten in den Mysterien der Welt. Denen hat sich der O.W. Barth Verlag seit über 80 Jahren verschrieben. Andreas Klaus, der für das Fischer-Imprint das Programm verantwortet: „Ich bin hier im Hause – spaßhaft gesagt – der Beauftragte für die feinstofflichen Dinge, die dem normalen Alltagsbewusstsein nicht direkt zugänglich sind. Die spirituelle Seite unserer Erfahrung befremdet und verunsichert immer noch viele Menschen. Ich sehe es



Dr. Andrea Wörle, dtv: Bücher zum Buddhismus am meisten gefragt

Wenn man als Buchhändler das rechte Feeling dafür hat, dann kann man die Kunden für fast alle Themen begeistern.“ Gute

als Aufgabe des O.W. Barth Verlags an, möglichst vielen einen Zugang dorthin zu verschaffen und Hemmschwellen abzubauen. Das kann durch praxisorientierte, fundierte Ratgeber geschehen wie auch durch komplexere, philosophische Sachbücher.“

Klangsalben, Channeling und Wünsch-Dir-Was sind Themen, die weder zu S. Fischer noch zu O.W. Barth passen würden. Daher setzt der Verlag auf die Mystik der Weltreligionen sowie auf spirituelle Bücher und ganzheitliche Ratgeber mit Bodenhaftung und nachhaltigem Gebrauchswert. Dass das christliche Evangelium, das Dharma des Buddha, das Dao des Laoze oder die Tariqa im Sufismus nicht nur Wege zur individuellen Lebensgestaltung, sondern auch den Ausstieg aus der Spirale politisch motivierter Gewalt weisen können, soll der Titel „Der Buddha und der Terrorist“ von Satish Kumar zeigen. Mit solchen Büchern, die vielleicht im Esoterik-Regal stehen, aber nicht unbedingt esoterischer Art sind, sieht sich Andreas Klaus vor allem im urbanen Sortiment vertreten: „O.W. Barth ist eher ein Verlag, der neben dem esoterischen Fachbuchhandel besonders in den großen Filialen der Ketten präsent ist. Es wäre aber sehr wünschenswert, dass auch die kleineren Buchhandlungen mehr Mut aufbringen, neben den esoterischen Bestsellern anspruchsvollere spirituelle in ihrem Sortiment zu führen. Brachliegende Potenzial ist da mit Sicherheit noch vorhanden.“

Buchhändler Invalencia Fischer hat verschiedene Erfahrungen gemacht, bevor sie zu Rupprecht nach Erlangen kam. „Dass die Esoterik im ländlichen Bereich nicht recht läuft, ist meines Erachtens ein Vorurteil. Ich habe früher in einer Buchhandlung auf dem flachen Land eine Esoterik-Abteilung aufgebaut und bin da auf ein ungeheures Potenzial gestoßen.“

Wenn man als Buchhändler das rechte Feeling dafür hat, dann kann man die Kunden für fast alle Themen begeistern.“ Gute

Erfahrungen hat die Esoterik-Spezialistin dabei insbesondere mit den Genre-Größen Allegria, Arkana und Schirmer gemacht, aber auch mit kleineren Verlagen wie Aquamar und Windpferd.

Programmstrategien

Während Ullstein mit Allegria, Droemer Knauer mit MensSana und Random House mit spirituellen Imprints und Labels Vertriebs- und Reihen-Marketing betreiben, bringen nicht wenige Verlage auch in ihrem allgemeinen Programm Titel nach vorn, die in der sinnsuchenden Community Beachtung finden. So hat Bernd Grotwald für Rowohlt u.a. die Klopf-Bücher ins Programm genommen. „Ich glaube, dass es dort, wo mehrere Imprints von der Programmarbeit her in einer Hand liegen, zu Schnittstellen kommt, die letztlich für Buchhandel und Leser verwirrend und nicht mehr nachvollziehbar sind.“ Nachdem die Reinkerber im vergangenen Jahrhundert mit der Reihe „rororo transformation“ grenzwissenschaftliche und esoterische Themen im Handel positioniert haben, integrieren sie solche Bücher inzwischen im allgemeinen Taschenbuch-Programm. Aber auch dort geht es nicht ganz ohne Serien-Feeling:

In der Reihe „Energetische Psychologie praktisch“ erscheinen beispielsweise die Klopf-Bücher. Gottwald: „In Sachen Esoterik beobachten wir den Markt sehr intensiv. Und wenn da ein passender Titel oder ein verlagsadäquates Thema dabei ist, sagen wir nicht Nein. In näherer Zukunft dürfte vor allem der Bereich der psychophysischen Gesundheit für uns interessant werden. Im Übrigen weichen die Verlagsprofile auf, und die Verlagsgrenzen sind nicht mehr so starre wie noch vor wenigen Jahren.“ Derzeit sind bei rororo knapp 40 esoterische Bücher lieferbar.

Weniger noch bei der Verlagsgruppe Lübbe, bei der Sabine Cramer für das Sachbuch zuständig ist. „Das Bedürfnis

nach Antworten auf Sinn- und Lebensfragen ist groß. Doch die Esoterik ist nur ein Bereich, in dem die Leser fündig werden. Wir veröffentlichen zwei bis vier Titel im

Jahr zu spirituellen und philosophischen Themen, die sich gut in unser Sachbuch-Programm einfügen. Ein eigenes Esoterik-Imprint vermissen wir nicht.“

Auch dtv integriert spirituelle Titel gern im allgemeinen Programm, hat aber auch eine eigene Reihe „Leben & Spiritualität“. Sie vereint insbesondere Bücher, die sich auf die Umsetzung spiritueller Konzepte im Alltag und auf bewusstes Leben konzentrieren, wie John Streleckys Bestseller „Auf am Rande der Welt“ oder „Buddhas Anleitung zum Glückseligkeit“ von Marie Montanari. Daneben stehen die Kleine Bibliothek der Weltweisheiten, Khalil Gibran oder I Ging. Inhaltlicher Schwerpunkt

insgesamt: Buddhismus, Meditation und Astrologie. „Bücher zum Thema Buddhismus sind im Buchhandel am meisten gefragt. Unser neuer ‚Kleiner Taschenbuddhist‘ gehört, was die Vorbestellungen aus dem Handel angeht, zu den erfolgreichsten Büchern unter den Neuerscheinungen. Aber völlig neu, noch nie da gewesen Themen dürften im spirituellen und esoterischen Bereich schwer zu finden sein. Darum geht es meiner Ansicht nach auch esoterisch.“

nicht. Wir spirituell auf der Suche ist – und das ja oft ein Leben lang – wird sich den großen Themen immer wieder aufs Neue

annähern. Da braucht man keine großen Namen als Dampfmaschine“, sagt Programm-Macherin Dr. Andrea Wörle.

Lebensqualität für Körper, Geist und Seele ziehen in Deutschland Millionen Menschen zusätzlich aus Karen. Ob Intergral, Ansatz oder Allegria – fast alle großen und auch kleinen Verlage mischen auf dem Markt der spirituellen Möglichkeiten die Karten immer wieder neu. Mit dabei sind natürlich die Stars der Szene: Pierre Franckh, Gerd B. Ziegler, Rachel Pollack oder Bärbel Mohr, die in der Kartenwirtschaft für einen Joker gut sind.

Viele von ihnen werden vom 27. bis 29. November zum ersten Mal gemeinsam auf einer Bühne stehen, wenn in Hamburg der 1. Internationale Tarot-Kongress stattfindet. Anlass ist der 100. Geburtstag der 1909 in London erstmals erschienenen Tarot-Karten von Arthur E. Waite, das so genannte „Rider-Tarot“. Veranstalter sind von der Hajo Banzhaf gegründete Erste Deutsche Tarotverband dessen Partnerverlag Königsfurt-Urania, Marktführer in der Warengruppe Tarot-Orakel-Lebensdeutung. 65 Prozent seines Umsatzes macht der Verlag mit Karten bzw. Buch/Karten-Sets – Tendenz steigend. Das Buchprogramm soll zusätzlich ausgeweitet werden, bevorzugte Themen sind Märchen, Traumdeutung und Farben. Ergänzend zum Frühjahr- und Herbst-Programm wurde zur Frankfurter Buchmesse erstmals eine dritte Vorschau mit den 20 meistdrehenden Titeln verschickt. Pressefrau Evelin Bürger: „Wir wollen unser Programmvielfalt, die teilweise schon etwas verwirrend ist, eine gewisse Struktur geben, damit der Buchhändler erkennt, welche Karten und Bücher er wirklich haben muss.“ Auch am Messstand konzentrierte sich Königsfurt-Urania in diesem Jahr auf die Bestseller. „Mit Blick auf die vielen Fusionen wird es zunehmend wichtig, dass der Handel erkennt, was es Wichtiges gibt.“



Evelin Bürger, Königsfurt-Urania: Mehr Programm-Struktur schaffen



Olivia Baernd, Droemer: Nicht nur auf bewährte Autoren setzen