

## Nachbericht

### Diskussionsabend „Longdrinks“ am 17. Februar 2022 um 18 Uhr

#### Thema: „Buchkonsum und -rezeption heute – Wo und wie werden Bücher gekauft? Von wem bekommt man den nächsten heißen Büchertipp?“

Am 17. Februar um 18 Uhr fand unser digitaler Diskussionsabend „Longdrinks“ zum Thema „Buchkonsum und -rezeption heute – Wo und wie werden Bücher gekauft? Von wem bekommt man den nächsten heißen Büchertipp?“ statt.

Die Diskussion befasste sich eingangs dezidiert mit dem Unterthema „Buchkonsum heute“ und ging dann über zu unserem zweiten spannenden Thema, „Buchrezeption heute“. Anhand der durch die Diskussionsleiterinnen Sonja Knobling und Huyen Tran Tran Thi gegebenen Impulse entspann sich ein interessanter Gedankenaustausch über den aktuellen Buchhandel und dessen neue Akteure in den Sozialen Medien, wie beispielsweise BookTuber, Bookstagrammer und BookToker.

Das buntgemischte Plenum sprach über die Lage des stationären Buchhandels im Hinblick auf den zunehmend dominanter werdenden Onlinehandel. Wir stellten dabei fest, dass der lokale Einzelhändler in erster Linie durch die persönliche Note reizvoll für den Kunden ist, die mit fachkundiger Beratung vor Ort und der Möglichkeit des Herumstöberns besonders punktet. Indessen gleichen die Giganten des Onlinehandels die Beratungsfunktion der Einzelhändler durch geschickte Algorithmen aus, die dem Kunden aufgrund vorher getätigter Einkäufe weitere passende Titel zum Kauf empfehlen. Zudem erfreuen sich die Onlinehändler immer größerer Beliebtheit durch den Komfortaspekt und die schnelle Lieferung. Kleine Buchhandlungen müssen demnach kreativ werden, um im Wettbewerb weiter bestehen zu können – so etwa mit dem Angebot vieler örtlicher Buchläden, Buchbestellungen während der Zeit der Coronapandemie am selben Tag direkt mit dem Fahrrad an die Haustür zu liefern.

Besonders anregend war der Gedanke, wie sich mittels der sozialen Netzwerke, allen voran YouTube, Instagram und TikTok, eine neue Form der Literaturkritik ausbildet. Vornehmlich junge Leute geben ihren Followern dort ihre Meinung zu einem Buch. Geht diese viral, findet das betreffende Buch schnell eine große Zahl an Lesern. Die schnelllebigen Videos und Clips empfehlen auf diese Weise Bücher, die zum Flop oder zum Hype des Monats gekürt werden. Ist man sich bewusst, dass auf solchen Plattformen die Literaturkritik eher Ausdruck einer subjektiven Meinung ist und selten einer „klassischen“ Literaturkritik nahekommt, kann man die Bewerbung des Buches und des Lesens in den sozialen Medien nur begrüßen. Denn diese neuartige Literaturcommunity kann die Menschen dazu animieren, mehr zu lesen.

Abschließend lässt sich sagen, dass sich der zeitgenössische Buchkonsum wie auch die aktuelle Buchrezeption mitten im Wandel befinden und damit einhergehend das Buch als Medium auch neue Vermittlungswege findet. Vielen Dank an alle Gäste für diesen schönen Abend!