

Nachbericht

Diskussionsabend „Longdrinks“ am 12. Mai 2022

Thema: Unbewusste Bedürfnisse des Lesens – wie Lesemotive unseren Buchkauf beeinflussen

Am Donnerstag, den 12. Mai 2022, fand um 18 Uhr unser Diskussionsabend „Longdrinks“ im Quartier Mayence zum Thema „Unbewusste Bedürfnisse des Lesens – wie Lesemotive unseren Buchkauf beeinflussen“ statt.

Der Abend startete mit einer kurzen Einführung in das Thema der Lesemotive durch die Praktikantinnen Florentine Wörner und Malin Reinhard. Bei den Lesemotiven handelt es sich um ein Projekt des Verzeichnis Lieferbarer Bücher (VLB), das als Antwort auf die Ergebnisse einer 2018 veröffentlichten Studie „Buchkäufer – Quo vadis?“ entstand und im Oktober 2021 als neuer Standard in die Buchbranche eingeführt wurde. Ziel der Lesemotive ist es, mehr Orientierung im Buchmarkt zu schaffen und somit sogenannte Abwanderer (Personen, die den Buchmarkt verlassen) wieder zurück in die Buchhandlungen zu holen.

Das VLB verwendet zehn spezifische Lesemotive, mit deren Hilfe Kundenbedürfnisse bewusst angesprochen werden sollen: (1) Auseinandersetzen, (2) Eintauchen, (3) Entdecken, (4) Entspannen, (5) Lachen, (6) Leichtlesen, (7) Nervenkitzeln, (8) Optimieren, (9) Orientieren und (10) Verstehen. Die Zuordnung eines Buches zu einem der zehn Lesemotive wird von einer künstlichen Intelligenz (KI) anhand der im VLB hinterlegten Metadaten vorgenommen. Die KI wertet fortlaufend die Metadaten aus und berücksichtigt dabei, dass Empfindungen teilweise subjektiv sind und literarische Produkte vielschichtig sein können. Deshalb modelliert die KI Wahrscheinlichkeiten, mit denen ein Buch zu einem bestimmten Lesemotiv passt. Es wird ein Hauptlesemotiv vergeben und, wenn nötig, auch ein Nebenlesemotiv. Allerdings werden nicht alle Titel einem Lesemotiv zugeordnet; davon ausgenommen sind Kinder- und Schulbücher bis einschließlich elf Jahren sowie Geschenkbücher, da die kaufende und lesende Person hierbei nicht identisch ist. Bisher wurden ca. zwei Millionen Titel im VLB einem Lesemotiv zugeordnet und sind seit Oktober 2021 für die Mitglieder bzw. Kunden des VLBs zugänglich.

Im Anschluss an die Einführung wurden zunächst ein paar wenige Fragen beantwortet, mit denen gut in eine sehr anregende Diskussion über verschiedenen Ideen und Vorschlägen übergeleitet werden konnte. Dabei kam der Vorschlag auf, ob es nicht sinnvoller wäre, die Covergestaltung nicht zu den von der KI ausgewerteten Metadaten zu zählen. Denn zum einen spiegelt die Covergestaltung nicht zwangsläufig in angemessener Form den Inhalt wider und zum anderen kann sie sich deutlich von Ausgabe zu Ausgabe unterscheiden. Dadurch kann es zu Fehlkäufen und, auf die KI bezogen, auch möglicherweise zu einer Zuordnung zu unterschiedlichen Hauptlesemotiven des gleichen Textes in verschiedenen Ausgaben kommen. Des Weiteren wurde darüber diskutiert, ob die Lesemotive die Vielfalt innerhalb einer Warengruppe berücksichtigen können, wenn die Warengruppe in die Zuordnung zu einem Lesemotiv miteinfließt.

Auch die Problematik der Altersgrenze wurde aufgegriffen. Einige der Anwesenden würden eine niedrigere Altersgrenze begrüßen, andere wiederum fanden, dass eine Altersgrenze bis einschließlich elf Jahren durchaus berechtigt ist. Ebenso wurde darüber diskutiert, dass im Hinblick auf die Lesemotive der Eindruck entstehen kann, dass sie sich nur auf die gängige Belletristik beziehen. Beschäftigt man sich tiefer mit den Lesemotiven und vor allem ihren Definitionen, dann wird offensichtlich, dass sie durchaus vielschichtig sind. Problematisch bleibt allerdings die Tatsache, dass sie teilweise schwierig voneinander zu trennen sind und eine auf Gefühlen basierende Klassifizierung schwierig objektiv vorzunehmen ist.

Das VLB stellt die Lesemotive bislang nur den Buchhändlern zur Verfügung, wodurch weiterhin die wichtige fachliche Vermittlungsrolle zu den Kunden und Kundinnen bestehen bleibt. Diesen selbst wird aber das Konzept der Lesemotive nicht direkt vorgestellt und nähergebracht, was zu einer mangelnden Durchsetzungskraft des Konzepts führen könnte. Nur wenn die Leserinnen und Leser darüber informiert sind, wie sie passende Bücher finden und auf sie zugreifen können, kann eine dauerhafte Abwanderung vermieden werden. Ein wichtiger Ansatz wäre deshalb, die Lesemotive in den gesellschaftlichen Diskurs zu bringen, potenzielle Zielgruppen damit anzusprechen und anzulocken, sodass diese auch unabhängig von einer vermittelnden Person den für ihre emotionale Bedürfnisse passenden Lesestoff über die Lesemotive finden können. Auch der Online-Auftritt von Buchhandlungen könnte entsprechend auf die Lesemotive ausgerichtet werden, beispielsweise durch einen Informationsslink und eine Filterfunktion nach dem gewünschten Lesemotiv.

Abschließend ist festzustellen, dass die Teilnehmerinnen und Teilnehmer des Abends die Lesemotive des VLB und ihre Umsetzung eher kritisch betrachten. Die Lesemotive wurden als Ansatz aufgefasst, die Abwanderer im Buchmarkt zu halten, der Erfolg wurde aber angezweifelt. Die Ziele, im stationären Handel wieder mehr Orientierung zu geben und nachhaltig Freude am Lesen zu schaffen, wurden positiv betrachtet. Jedoch fehlt es der Umsetzung in der aktuellen Form letztlich an der Bindung zum Kunden, wenn nur die Buchhändler Zugang zu ihnen haben. Wenn jedoch die Leser das Angebot nicht kennen, können sie auch nicht gezielt danach fragen. Sinnvoll wäre es beispielsweise einen Test anzubieten, anhand dessen das eigene Hauptlesemotiv ermittelt werden kann. Ebenso hielten die Teilnehmenden des Diskussionsabends eine Filterfunktion nach den Lesemotiven für hilfreich, sofern man weiß, welches das eigene Hauptlesemotiv ist. Weiterhin wurde vorgeschlagen, Sticker mit dem jeweiligen Lesemotiv oder ähnliches auf den Büchern anzubringen, damit die Kundenschaft direkt sehen kann, welches Lesemotiv der jeweilige Titel bedient.

Trotz der geäußerten Kritikpunkte und Verbesserungsvorschläge lässt sich sagen, dass das Projekt der Lesemotive das Potenzial hat, um zu dem Standard zu werden, den sich das MVB und VLB davon erhoffen. Wir blicken auf einen gelungenen und sehr interessanten Diskussionsabend zurück, denn nicht nur die Gespräche rund um die Lesemotive, sondern auch über die Mainzer Buchwissenschaft, spezielle Lesevorlieben und Vieles mehr begleiteten den Abend in lockerer Runde und angenehmer Atmosphäre.

Wir freuen uns auf eure Teilnahme bei der nächsten Veranstaltung unserer Longdrinks-Reihe!