

Zuckertütentöne

➔ Ein richtiges Meisterwerk sind sie: Bis zu 400 000 Töne können unsere Ohren unterscheiden, 24 Stunden am Tag sind sie im Einsatz. Ihr Hauptjob: Orientierung geben, was im ständigen Grundrauschen des Lebens gar nicht immer einfach ist. Richtige Stille halten viele ja schon gar nicht mehr aus, auch ein In-sich-Hineinhören könnte unangenehme Erkenntnisse zutage fördern (Berliner Dialog: »Jeh mal in dich!« – »War ick schon, is ooch nischt los«). Aber – wenn Menschen und Marketingabteilungen sich mit immer lauterem Basar-Lockrufen zu übertönen versuchen, überraschen die leiseren Botschaften: ein gelbes Zuckertütchen etwa.

Auf dem steht »Bitte schütteln! Hören Sie was?« Das rhythmische Geriesel macht neugierig, und auf der Rückseite kommt der Hinweis auf das »Hörbuch«, eine Entdeckungsreise für Predigthörer. Clevere Werbung der Edition Ruprecht, die zeigt, dass auch kleinere Verlage auf intelligente Art neugierig machen können. Nicht die Größe des Marketingbudgets überzeugt, sondern die Qualität der Idee. Wer Ohren hat zu hören ...

„ Nicht die Größe des Marketingbudgets überzeugt, sondern die Qualität der Idee.

Diese Art der Findigkeit kennzeichnet die momentane Situation des religiösen Buchhandels. Verlage wagen unkonventionellere Zugänge zu Texten und modernere Zielgruppenansprachen > **Seite 18**, Sortimentere bieten aus persönlicher Überzeugung Titel zum Glauben an > **Seite 26** oder gehen mobil gleich dorthin, wo die Gläubigen sind > **Seite 22**. Und zunehmend beschränkt sich der religiöse Buchhandel nicht nur auf gedruckte Seiten, sondern dehnt sich aus auf gelungene Musik-CDs > **Seite 24**, Kalender > **Seite 34** und andere Non-Books. Aber keine Angst, die Bücher kommen in unserem Spezial Religion & Glauben keineswegs zu kurz: Entdecken Sie auf den nächsten Seiten, welche Novitäten die Redaktion empfiehlt – von der spirituellen Literatur, die gerade Konjunktur hat, bis zu Hilfestellungen im Umgang mit dem Sterben oder Glaubensimpulsen für den Nachwuchs.



Viel Spaß beim Stöbern!
Stefan Hauck

s.hauck@mvb-online.de