

Quo-Vadis-Studie

www.akqv.org

März 2008

**Welche Kriterien motivieren zum
Kauf eines historischen Romans?**



Frank Stefan Becker

(Sprecher von Quo Vadis)

adlerabend@yahoo.de

&

Jochen Rudschies

jochenr2000@yahoo.de

Zusammenfassung

Autoren schreiben, um gelesen zu werden. Wer nicht von diesem Wunsch beseelt ist, hat kaum Chancen, die zahllosen Hürden des Literaturbetriebes zu überwinden. Die größte besteht meist darin, einen Verlag zu finden, der das Manuskript veröffentlicht.

Die dazu benötigten Verlage sind Wirtschaftsbetriebe. Hier zählt die Frage, ob sich das Produkt häufig genug verkauft, um die mit der Herstellung verbundenen Kosten wieder einzuspielen – wenn nicht gleich beim ersten Mal, dann jedoch spätestens mit dem nächsten Werk des Autors/der Autorin. Da auch die Autoren Geld verdienen möchten, herrscht hier ein Gleichklang der Interessen, der sich auf die Frage konzentriert:

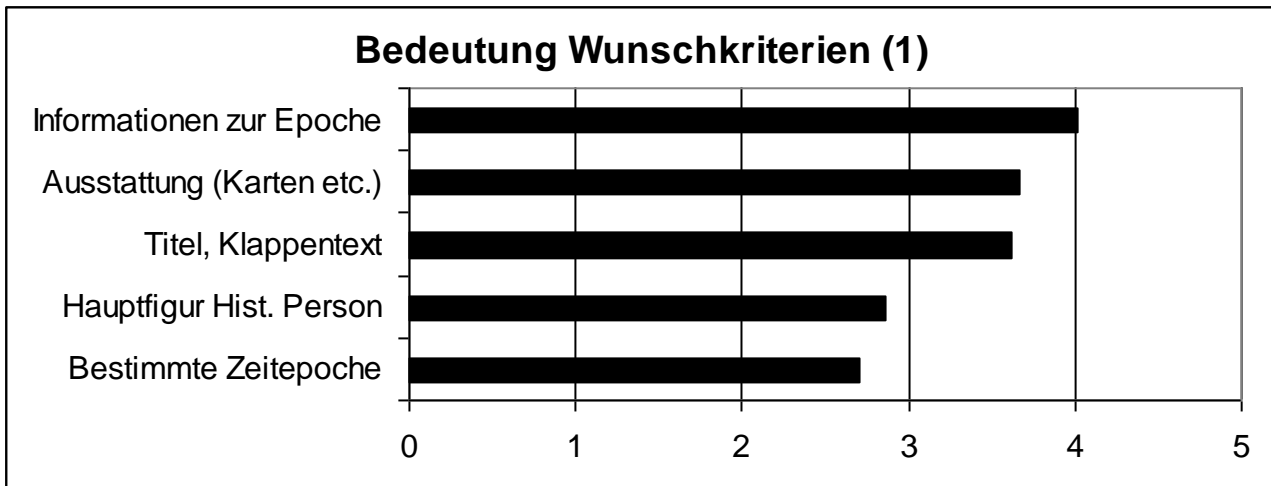
Welche Kriterien bewegen Menschen dazu, einen historischen Roman zu kaufen?

Diese Frage ist beim historischen Roman schwieriger zu beantworten als bei Sachbüchern, gängiger Belletristik oder Kriminalromanen, für die leichter klar umrissene Kaufkriterien definiert werden können. Historische Romane nehmen eine Zwitterstellung ein: Einerseits sollen sie unterhalten, andererseits auch das Bild einer vergangenen Zeit vermitteln. Dieser doppelten Anforderung gerecht zu werden, ist die besondere Verantwortung der Autorinnen und Autoren. Doch wie werden die verschiedenen Aspekte eines historischen Romans von den potentiellen Käufern bewertet, was ist essentiell, was nebensächlich? Gilt wirklich das gängige Klischee „Frau im Mittelalter“?

Hier Autoren wie Verlagen Anhaltspunkte zu liefern, war Zweck der Quo-Vadis-Umfrage. Sie wurde in Lauf/Pegnitz im November 2007 anlässlich der dortigen Literaturtage durchgeführt und sollte herausfinden, welche Bedeutung verschiedene Aspekte für potentielle Käufer haben, einen historischen Roman zu kaufen. Es wurden folgende Bereiche abgefragt: äußere Merkmale des Buches; inhaltliche Aspekte des Romans; die Kaufentscheidung beeinflussende äußere Faktoren und die Preisgestaltung. Dabei konnten Punkte auf einer Skala von 1-5 vergeben werden, die von 1 = unwichtig bis 5 = sehr wichtig reichte. Hier die Ergebnisse von 185 ausgewerteten Fragebögen in Kurzform.

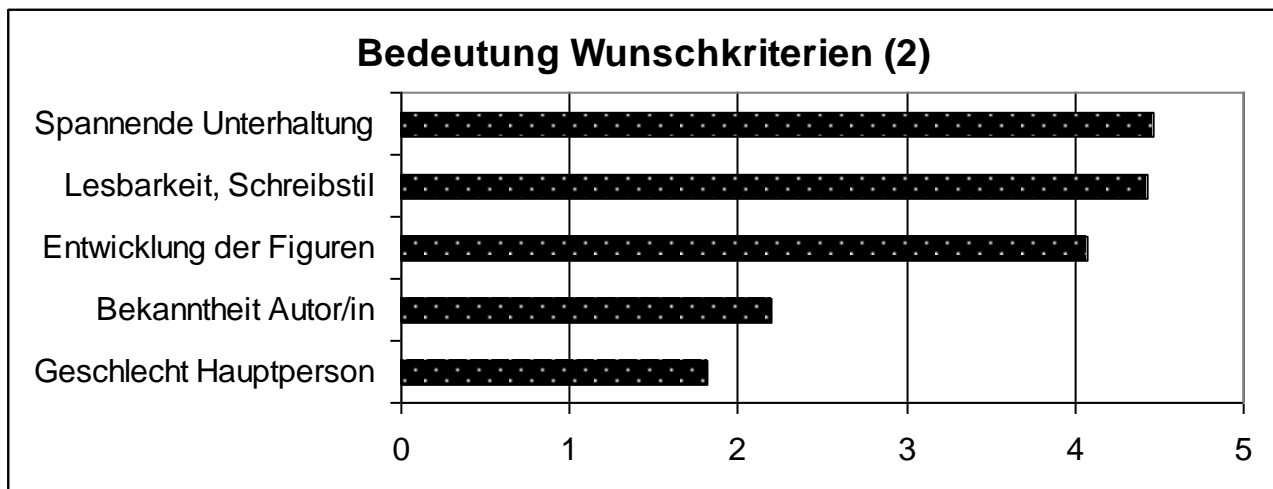
Äußere Merkmale und Informationen zur Epoche

Hier wurden sachliche Kriterien abgefragt, die bereits bei einem flüchtigen Durchblättern des Buches erkennbar sind: Wie ist es aufgemacht, enthält es Informationen zur Zeit-epoche, ist die Hauptfigur eine historische Person? Die Ergebnisse sprechen für ein starkes Interesse der Leserinnen und Leser an einem sachlich gut dargestellten Hintergrund:



- Historische Exaktheit und eine realistische Handlung sind für fast 73% der Befragten sehr wichtige oder wichtige Aspekte. Die Leser wollen etwas über die Epoche erfahren, sie wollen den im Roman verwobenen Fakten vertrauen können!
- Die (innere) Ausstattung des Buches mit Karten, Erläuterungen, Zeittabellen und einem Personenverzeichnis halten über 60% für wichtig oder sehr wichtig (hoher Durchschnittswert von 3,67). Sie stellt einen hohen zusätzlichen Kaufanreiz dar.
- Nicht ganz 2/3 der Befragten halten den Titel, die Klappen- und Rückseitentexte für wichtig und sehr wichtig. Dies unterstreicht auch der hohe Durchschnittswert von 3,62 dieser ersten, auch beim flüchtigen Betrachten zugänglichen Information.
- Der geringe Durchschnittswert von 2,47 für aufwendige Umschlaggestaltung zeigt, dass diese für unwichtig gehalten wird. Unwichtig oder weniger wichtig halten diese über 54% der Befragten, Inhalt geht ihnen vor Verpackung! Unklar muss jedoch bleiben, wie stark hier die bewusst geäußerte Meinung (Ankreuzen beim Fragebogen) und die intuitiv gesteuerte Auswahl eines Buches (was nehme ich aus dem Stapel in die Hand?) möglicherweise unterschiedlich ausfallen kann.
- Ob eine historische Persönlichkeit als Hauptfigur bessere Marktchancen hat als eine Fiktive, lässt sich nicht eindeutig entscheiden. Beide haben etwa gleich große Aussichten auf Erfolg.
- Die vom Roman behandelte Epoche hat einen geringen Stellenwert, sie spielt für fast 70% der Befragten keine Rolle bei ihrer Kaufentscheidung. Insofern gibt es, wie später gezeigt wird, auch bei der detaillierten Epochenabfrage keine klare Präferenz.

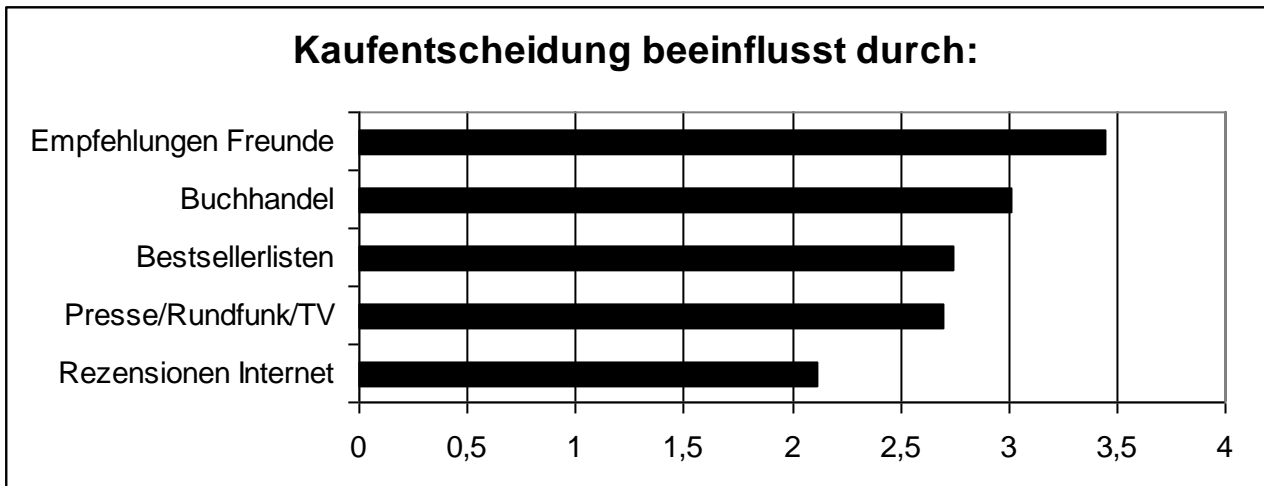
Inhaltliche Kriterien, Rolle des Autors und des Geschlechts der Hauptperson



- Die Aussicht auf spannende Unterhaltung ist der wichtigste Aspekt bei der Kaufentscheidung: Höchster Durchschnitt von 4,47; fast 55% halten diesen Aspekt für sehr wichtig, fast 38% für wichtig.
- Lesbarkeit und literarisches Niveau sind ein ebenfalls sehr wichtiger Aspekt. Zweithöchster Durchschnitt von 4,43. Aussagen über die individuell sicher unterschiedlichen Maßstäbe für diesen Anspruch sind jedoch nicht möglich.
- Für fast 80% ist die psychologisch stimmige Entwicklung der Figuren ein wichtiger oder sehr wichtiger Aspekt. Dritthöchster Durchschnitt von 4,07.
- Die Bekanntheit des Autors ist für fast 2/3 der Befragten weniger wichtig oder unwichtig. Für fast 90% spielt dieser Aspekt keine oder nur eine geringe Rolle. Auch hier muss die Frage nach einer möglichen Diskrepanz zwischen der bewusst geäußerten Einstellung und dem tatsächlichen Kaufverhalten offen bleiben; dies dürfte besonders gelten, falls Bücher als Geschenk gedacht sind.
- Das Geschlecht der Hauptperson spielt für fast 90% keine Rolle (62% unwichtig, 12% weniger wichtig, 15% egal). Diese durch unbewusste Verhaltensmuster wohl kaum beeinflussbare geringe Kaufpräferenz ist eine besonders wichtige Erkenntnis, da sie manch gängigen Klischees widerspricht!
- Die Bevorzugung eines Subgenres (Biographien, Abenteuer, Krimis) ist nicht festzustellen. 1/3 der Befragten will sich gar nicht festlegen lassen.

Nicht von den Autoren bestimmbare Faktoren für die Kaufentscheidung

Neben inhaltlichen Kriterien spielen bei der Kaufentscheidung auch „externe“ Faktoren eine Rolle, die dazu führen, dass potentielle Leser überhaupt auf ein Buch aufmerksam werden.



- An erster Stelle liegen hier klar die Empfehlungen von Freunden, sie sind für fast 54% wichtig oder sehr wichtig (Durchschnitt 3,45).
- Maßnahmen des Buchhandels sind für 1/3 von größerer Bedeutung, für ein knappes Drittel aber nur mittelwichtig (trotzdem 2. Stelle: Durchschnitt 3,01).
- Bestsellerlisten spielen nur für ¼ der Befragten eine wichtige oder sehr wichtige Rolle beim Kauf (3. Stelle: Durchschnitt 2,74).
- Rezensionen in Presse, Rundfunk und Fernsehen haben für fast ¾ der Befragten keinen oder nur einen sehr geringen Stellenwert (4. Stelle: Durchschnitt 2,7).
- Rezensionen im Internet haben den geringsten Einfluss auf die Kaufentscheidung (5. Stelle: Durchschnitt 2,12). Hier könnte allerdings die spezifische Leserstruktur eine Rolle spielen (überwiegend Frauen reiferen Alters), die wenig internetaffin ist.

Die Preisgestaltung:

- Über 80% der Befragten achtet beim Buchkauf auf einen günstigen Preis.
- Gut 16% geben nicht mehr als 10 € für einen historischen Roman aus, weitere 57% nicht mehr als 15 €. Nur 5% der Befragten würden auch bis 25 € ausgeben.

Zusammenfassung:

Die Käufer/innen historischer Romane wollen spannende Unterhaltung, die zugleich realistische Informationen über die Vergangenheit bietet. Dabei sind sie weder von der Zeitepoche noch vom Geschlecht der Hauptperson her festgelegt, dafür jedoch ausgeprägt preisbewusst: Die Schwelle von 19,90 € sollte nicht überschritten werden!

Gliederung

Zusammenfassung	2
Gliederung	6
I. Einleitung	8
II. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse	9
1. Äußere Merkmale	10
1.1. Titel, Klappen- bzw. Umschlagtext	10
1.2. aufwendige Umschlaggestaltung	11
1.3. Ausstattung (z. B. Karten, Erläuterungen, Zeittabelle, Personenverzeichnis)	12
1.4. Bekanntheit der Autorin / des Autors	14
2. Inhaltliche Aspekte	15
2.1. Informationen über die Epoche, Faktentreue, realistische Handlung	15
2.2. Historische Persönlichkeit als Hauptfigur?	17
2.3. Eine bestimmte Zeitepoche?	18
2.4. Welche Zeitepoche?	20
2.5. Aussicht auf spannende Unterhaltung?	22
2.6. Geschlecht der Hauptperson?	24
2.7. Charakter und Entwicklung der Figuren, psychologischer Hintergrund der Handlung	25
2.8. Lesbarkeit, Schreibstil, literarisches Niveau?	26
2.9. Das bevorzugte Genre innerhalb des historischen Romans	27
3. Beeinflussung der Kaufentscheidung	28
3.1. Rezensionen in Presse / Rundfunk / Fernsehen etc.?	28
3.2. Rezensionen im Internet?	30
3.3. Empfehlungen von Freunden?	31
3.4. Empfehlung / Werbung / Präsentation des Buchhandels?	32
3.5. Bestsellerlisten?	33

4. Die Preisgestaltung	34
4.1. Ein günstiger Preis?	35
4.2. Welcher Preis?	36
5. Ansichten, Meinungen und Wünsche	37
5.1. Vom Kauf abhalten würde mich	37
5.2. Besonders wünsche ich mir	38
III. Schlussbemerkung: die Freiheit von Autoren und Verlagen	39
Anhang: Fragebogen der Laufer Umfrage	41

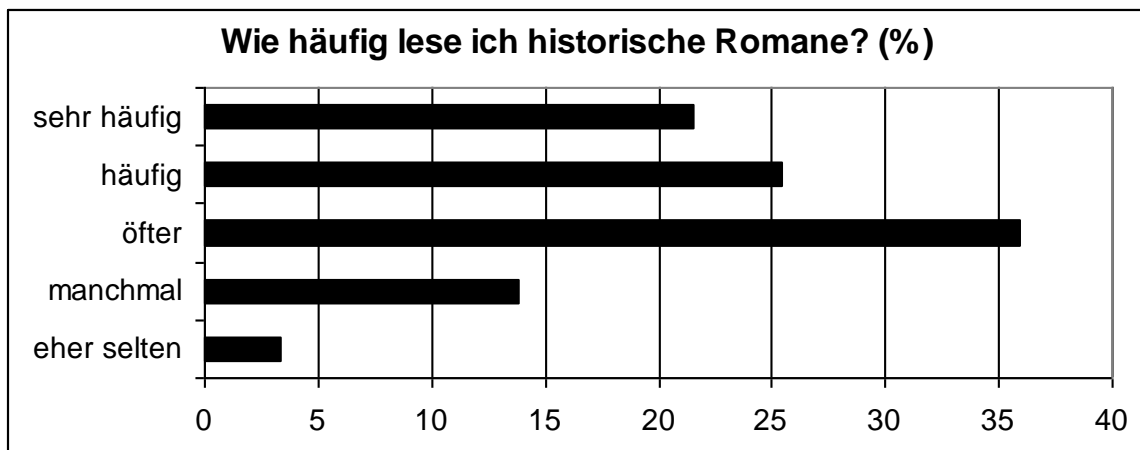
I. Einleitung

Die Kreisstadt Lauf (Kreis Nürnberger Land) hat etwas über 26.000 Einwohner. Das romantische Städtchen am Ufer des Flusses Pegnitz spielte schon im Mittelalter eine bedeutende Rolle unter Kaiser Karl IV. (1316 –1378, ab 1347 König von Böhmen), der den Ort zu einem wichtigen Stützpunkt seiner böhmischen Hausmacht ausbaute. Unter ihm erhielt Lauf das Stadtrecht und auch eine eigene Münzstätte. Seit 1373 war Lauf im Besitz der bayerischen Herzöge, ab 1504 gehörte es 300 Jahre lang zur Freien Reichsstadt Nürnberg, bis es mit dieser zum Königtum Bayern kam. Heute ist die Stadt eine Hochburg der Steatit-Industrie, d.h. der technischen Keramik. Aber es werden auch elektronische Bauelemente hergestellt, Präzisionswerkzeuge von Weltruf in den metallverarbeitenden Betrieben und Kunststoffteile für die Zulieferindustrie des Automobilbaus.

Im Jahre 2007 wurden in Lauf zum zwölften Mal die „Literaturtage Lauf“ von der Leiterin der Stadtbibliothek, Frau Renate Grabmeier, ausgerichtet. Autoren wie Christoph Ransmayr, Reiner Kunze, Amelie Fried, Dieter Wellershoff und Paul Maar waren geladen und lasen für die Laufer Bevölkerung, das Quo-Vadis-Mitglied Brigitte Riebe vertrat das Genre des historischen Romans mit einem sehr gut besuchten Solo-Abend. Quo Vadis richtete am 10.11.2007 seine Lesenacht aus, bei der über 20 Autorinnen und Autoren lasen und die von über 300 Bürgerinnen und Bürgern aller Altersklassen (geschätzt im Verhältnis 60% weiblich : 40% männlich) besucht wurde.

Im Vorfeld der Veranstaltung entstand der Plan, diese Gelegenheit zu einer Umfrage zu benutzen, um die Wünsche eines repräsentativen Querschnitts der Leserinnen und Leser besser kennenzulernen. Unter dem Titel **„Welche Bedeutung haben folgende Aspekte für Sie, einen historischen Roman zu kaufen“**, wurden insgesamt 19 Fragen gestellt, von denen drei nochmals unterteilt waren (siehe Fragebogen in der Anlage). Dazu kamen zwei Möglichkeiten, ohne Vorgabe seine Meinung zu äußern: „Vom Kauf abhalten würde mich:“ und „Besonders wünsche ich mir:“. Als Anreiz, an dieser umfangreichen Befragung teilzunehmen, winkte gegen Ende des Abends eine Bücherverlosung. Insgesamt 185 ausgefüllte Fragebögen wurden abgegeben, bei deren Auswertung wir von Kathrin Lange unterstützt wurden, der wir hier sehr herzlich danken wollen.

Auf die Frage „Generell: Ich lese historische Romane“ konnten die befragten Laufer von „1 = eher selten“ bis „5 = sehr häufig“ antworten. Diese Frage wurde bewusst erst als letzte gestellt, da andernfalls diejenigen, die nur selten historische Romane lesen, u.U. von einer weiteren Beantwortung abgehalten worden wären.



181 Befragte haben auf diese Frage geantwortet (auf vier Fragebögen fehlten die Angaben dazu):

- 3,32% (oder sechs Befragte) lesen historische Romane eher selten (1);
- 13,81% (oder 25 Befragte) lesen historische Romane manchmal (2);
- 35,91% (oder 65 Befragte) lesen historische Romane öfter (3);
- 25,41% (oder 46 Befragte) lesen historische Romane häufig (4);
- 21,55% (oder 39 Befragte) lesen historische Romane sehr häufig (5).

Insgesamt 17,13% der Laufer Befragten lesen historische Romane eher selten oder nur manchmal. Ein gutes Drittel liest sie öfter, ein gutes Viertel häufig und gut 20% sogar sehr häufig.

Es war zu erwarten, dass die Lesenacht von Quo Vadis vor allem Leser/innen von historischen Romanen anziehen würde. Dennoch haben auch Besucher ihre Stimme abgegeben, die nicht zu den ausgeprägten Liebhaberinnen und Liebhabern des Genres gehören. Dies erhöht u.E. den Wert der Aussagen über die Bedeutung verschiedener Aspekte, einen historischen Roman zu kaufen.

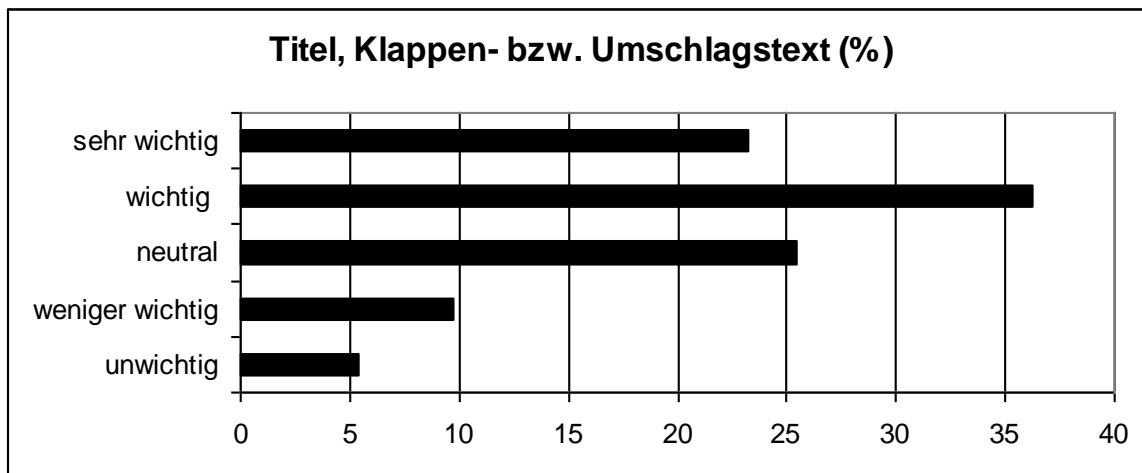
II. Darstellung und Interpretation der Ergebnisse

Zur besseren Übersichtlichkeit der Auswertung der Ergebnisse haben wir die Fragen in insgesamt fünf Kategorien unterteilt, nämlich die äußeren Merkmale, inhaltliche Aspekte, die Beeinflussung der Kaufentscheidung, die Preisgestaltung und schließlich „Ansichten, Meinungen und Wünsche“ mit einer Darstellung der handschriftlich von den Befragten geäußerten Vorstellungen.

1. Äußere Merkmale

Unter den äußeren Merkmalen wurden folgende Aspekte abgehandelt: der Titel, Klappen- und Umschlagstext, die aufwendige Umschlaggestaltung, die Ausstattung und die Bekanntheit der Autorin / des Autoren.

1.1. Titel, Klappen- bzw. Umschlagstext



Die erste schriftliche Information, die Leser/innen, die ein Buch in die Hand nehmen, bekommen, sind der Titel (samt Autorennamen), die Texte auf der Rückseite und die Klappentexte (1. Klappe, 2. Klappe). Wie wichtig sind diese Informationen für die potentiellen Kaufinteressenten?

Alle 185 Befragten haben auf diese erste Frage geantwortet:

- nur 5,41% halten diese Informationen für unwichtig (1);
- weitere 9,73% halten die Texte für weniger wichtig (2);
- 25,41% halten sie für mittelwichtig (oder weder wichtig noch unwichtig) (3);
- 36,22% halten diese Information für wichtig (4);
- 23,24% halten sie sogar für sehr wichtig (5).

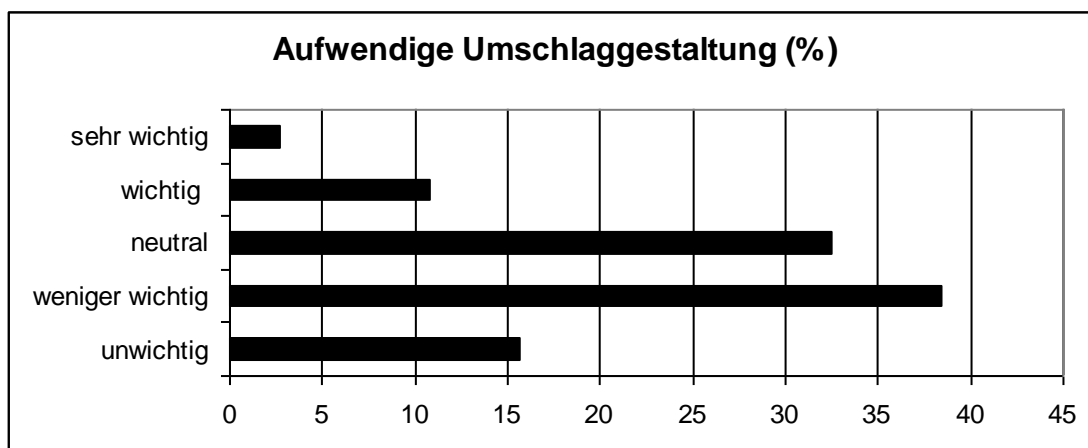
Für unwichtig oder weniger wichtig halten folglich nur 15,14% der Befragten (oder 28 von 185) die schriftlichen Informationen, die zugänglich sind, noch bevor jemand die erste Seite zur Probe liest. Ein Viertel der Befragten (25,41% oder 47 von 185) misst diesen Texten nur eine durchschnittliche Wichtigkeit bei. Aber für wichtiger (67) oder sogar für sehr wichtig (43) halten insgesamt 59,46% der Kaufinteressenten, also nicht ganz 2/3 der

Befragten (oder 110 von 185), diese Infos. Das kommt auch im Durchschnitt zum Ausdruck, der bei 3,62 liegt und damit deutlich macht, dass der Titel und die Texte ein wichtiges Kriterium bei der Kaufentscheidung sind.

Eine große Mehrheit orientiert sich also ganz offensichtlich und bewusst an den Informationen, die der Titel und die anderen direkt zugänglichen Texte, die den Romantext anpreisen und eine Hilfe bringen sollen, das Buch einzuordnen und - je nach den eigenen Vorlieben oder Abneigungen - dann eventuell zu kaufen.

Zusammenfassend: Sämtliche schriftlichen Informationen (Titel, Autorennamen, Rückseitentext, 1. und 2. Klappe) sind von großer bis sehr großer Wichtigkeit für die potentiellen Käuferinnen und Käufer.

1.2. Aufwendige Umschlaggestaltung



Was unter einer aufwendigen Umschlaggestaltung genau zu verstehen sei, wurde in der Fragestellung nicht spezifiziert, sondern der Erfahrung und/oder Vorstellung der Befragten überlassen. Wie wichtig ist die Umschlaggestaltung den potentiellen Kaufinteressenten?

Von den 185 Befragten haben alle geantwortet:

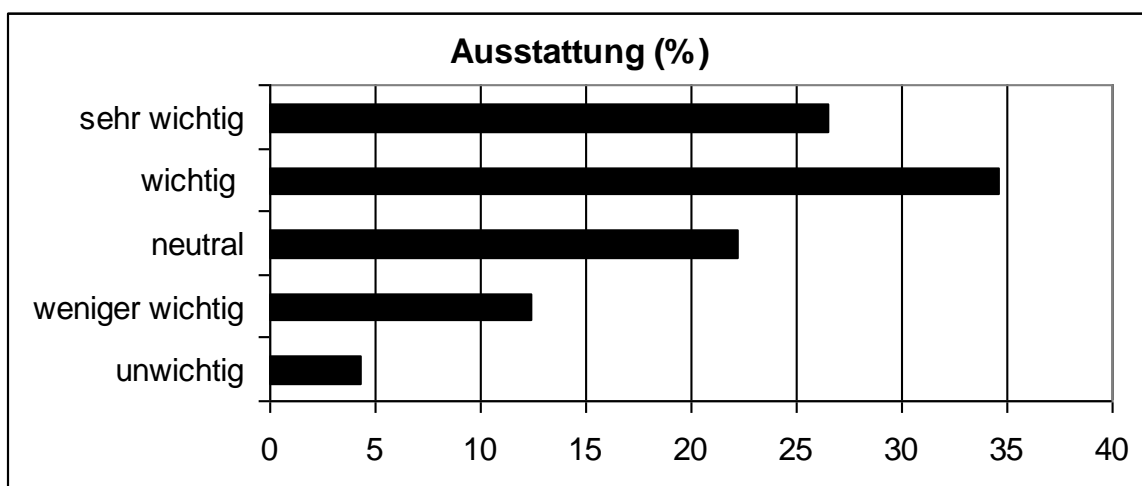
- 15,68% halten eine aufwendige Umschlaggestaltung für unwichtig (1);
- 38,38% halten sie für weniger wichtig (2);
- 32,43% halten sie für mittelwichtig (oder weder wichtig noch unwichtig) (3);
- 10,81% halten sie für wichtig (4);
- nur 2,7% halten sie für sehr wichtig (5).

Für unwichtig oder weniger wichtig halten folglich 54,06% die aufwendige Umschlaggestaltung. Das ist schon eine einfache Mehrheit. Rechnet man noch diejenigen hinzu, denen die Umschlaggestaltung gleichgültig ist, so kommt man auf insgesamt 86,49%. Das ist eine überwältigende Mehrheit! Dagegen stehen nur 13,51% der potentiellen Kaufinteressenten, für welche die Umschlaggestaltung wichtig oder sehr wichtig ist. Auch im Durchschnitt von 2,47 kommt zum Ausdruck, dass die aufwendige Umschlaggestaltung bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman lediglich ein fast vernachlässigbares Kriterium darstellt.

Was könnte ein Grund für dieses eindeutige Votum sein? Wird ein Buch gekauft, um es selbst zu lesen, so spielt die Umschlaggestaltung (außer der Haptik) während des Lesens möglicherweise keine große Rolle. Wird das Buch aber als Geschenk gekauft, so ist ein aufwendiger Umschlag u.U. ein Kriterium. Es könnte also sein, dass gerade für Menschen, die ein Buch verschenken wollen, dessen äußere Gestaltung wichtig ist, für alle anderen aber so gut wie nicht. Auch die Entscheidung, aus dem „großen Stapel“ überhaupt ein Buch heraus zu greifen, dürfte vom äußeren Erscheinungsbild beeinflusst werden.

Zusammenfassend: eine aufwendige Umschlaggestaltung ist als bewusstes Kriterium nur für eine fast verschwindend kleine Minderheit von Käuferinnen und Käufern (weniger als eine(r) von sieben!) von Wichtigkeit. Die überwältigende Mehrheit ist offensichtlich mehr am Inhalt als an der Verpackung interessiert, wird aber möglicherweise unbewusst beeinflusst.

1.3. Ausstattung (z. B. Karten, Erläuterungen, Zeittabelle, Personenverzeichnis)



Bei der Frage, welche Bedeutung der Ausstattung eines Buches beim Kauf eines historischen Romans zukommt, wurden den Befragten Beispiele genannt, was unter Ausstattung zu verstehen sei, nämlich „z. B. Karten, Erläuterungen, Zeittabellen und ein Personenverzeichnis“. Ausstattung ist also definiert als ein Mehr an Information, welches den Romantext ergänzend und unterstützend begleitet.

Alle 185 Befragten haben auf diese dritte Frage geantwortet:

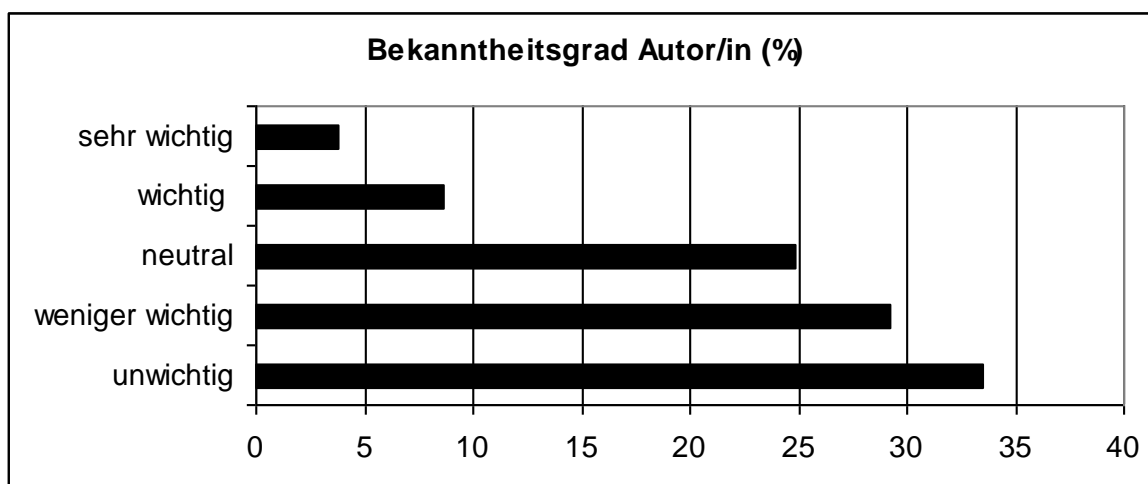
- 4,32% halten die Ausstattung für unwichtig (1);
- 12,43% halten sie für weniger wichtig (2);
- 22,16% halten sie für mittelwichtig (oder weder wichtig noch unwichtig) (3);
- 34,6% halten sie für wichtig (4);
- 26,49% halten für sehr wichtig (5).

61,09% halten die visuellen oder schriftlichen Informationen, die den Text des Buches ergänzen sollen, für wichtig oder sehr wichtig. Das ist eine deutliche Mehrheit der potentiellen Käuferinnen und Käufer, was auch der hohe Durchschnittswert von 3,67 zum Ausdruck bringt. Nur 16,75% der Befragten halten diese Informationen für unwichtig oder weniger wichtig. Selbst zusammen mit den Indifferenten ergibt sich lediglich ein Wert von 38,91%.

Woher könnte dieses klare Votum kommen? Im Fall von Karten ist der Nutzen klar: Niemand wird gerne neben den historischen Roman einen Atlanten legen, um zu verstehen, wer von den Protagonisten wohin geht (unabhängig davon, dass die Namen der Orte oftmals fremd bzw. nicht gleichgeblieben sind). Das gilt umso mehr, je entfernter die Gegenden sind, in denen der Roman spielt. Zeittabellen und/oder ein Personenverzeichnis dienen ebenfalls direkt dem besseren Verständnis des Textes. Erläuterungen der Autoren dagegen gestatten es den Leserinnen und Lesern, sich auf eine Metaebene zu begeben und sich so dem Menschen anzunähern, dessen geistige Welt er oder sie gerade betreten hat – ein besonderer Reiz für viele (ganz ohne die Notwendigkeit, auf die Gelegenheit einer Lesung warten zu müssen).

Zusammenfassend: Eine gute Ausstattung des Buches mit verschiedenen Extras ist für eine klare Mehrheit ein zusätzlicher Kaufanreiz beim historischen Roman. Hierbei kommt zum Ausdruck, dass die Aspekte des Verstehens und Lernens von potentiellen Kaufinteressenten sehr ernst genommen werden (s.a. die Antworten auf die Frage zur Faktentreue).

1.4. Bekanntheit der Autorin / des Autors



Ist die Bekanntheit der Autorin / des Autors ein bestimmender Faktor bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman? Greifen potentielle Käufer lieber zum Buch einer Autorin oder eines Autors, dessen Namen sie schon kennen? Ist die Marke „Autor/in XY“ kaufbestimmend? Die Antwort auf diese Frage ist verblüffend.

185 Befragte haben geantwortet:

- 33,51% halten die Bekanntheit der Autorin / des Autors für unwichtig (1);
- 29,19% halten sie für weniger wichtig (2);
- 24,87% halten sie weder für wichtig noch für unwichtig (3);
- 8,65% halten sie für wichtig (4);
- 3,78% halten sie für sehr wichtig (5).

Die Zahlen sprechen für sich: 62,7% halten den Bekanntheitsgrad der Autorin / des Autors für unwichtig oder weniger wichtig. Zusammen mit denen, welchen die Bekanntheit gleichgültig ist (weder wichtig noch unwichtig), ergibt das eine überwältigende Mehrheit von 87,57%. Dagegen halten nur 12,43% die Bekanntheit für wichtig oder sehr wichtig. Der (zweitniedrigste) Durchschnitt von 2,2 unterstreicht die Aussage dieser Zahlen.

Wieso spielt die Bekanntheit der Autorin / des Autors eine so geringe Rolle? Warum hat die „Marke Autor/in XY“ so wenig Bedeutung bei der bewusst genannten Kaufentscheidung? Die Zahlen dieser Frage geben darauf keine Antwort. Aber es scheint vorstellbar, dass inhaltliche Aspekte wie Faktentreue (s.u. Kapitel II.2.1.), die Aussicht auf spannende Unterhaltung (s.u. Kapitel II.2.5.) oder die Figurenentwicklung (s.u. Kapitel II.2.7.) weit wichtiger sind als der Name einer Autorin oder eines Autors. Der Name ist ein Indiz, aber er scheint keine Sicherheit geben zu können. Auch hier ist jedoch möglich,

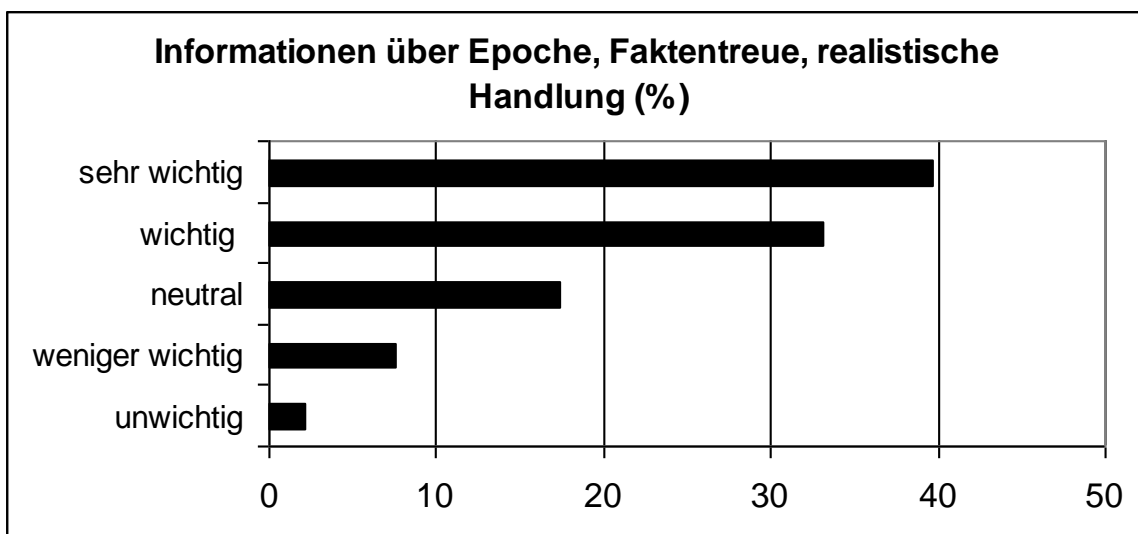
dass unbewusste Faktoren von größerer Bedeutung sind, als sich das die Antwortenden selber eingestehen wollten (oder konnten). Auch bei als Geschenk gedachten, noch nicht selber gelesenen Büchern dürfte der bekannte Name eine verkaufsfördernde Rolle spielen.

Zusammenfassend: Die Bekanntheit der Autorin / des Autors spielt bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman bei fast 90% der Befragten laut Selbsteinschätzung keine oder nur eine geringe Rolle – eine gerade für Autoren bemerkenswerte Aussage!

2. Inhaltliche Aspekte

Die inhaltlichen Aspekte nahmen – wie könnte es anders sein? – mit neun Fragen den größten Raum ein. Folgende Fragen sollten beantwortet werden: Informationen über die Epoche, Faktentreue, realistische Handlung; historische Persönlichkeit als Hauptfigur?; eine bestimmte Zeitepoche?; welche Zeitepoche?; Aussicht auf spannende Unterhaltung?; Geschlecht der Hauptperson?; Charakter und Entwicklung der Figuren, psychologischer Hintergrund der Handlung; Lesbarkeit, Schreibstil, literarisches Niveau?; das bevorzugte Genre innerhalb des historischen Romans.

2.1. Informationen über die Epoche, Faktentreue, realistische Handlung



Die vierte Frage galt der Faktentreue, den (richtigen) Informationen über die Epoche und der realistischen Handlung (hier verstanden vor allem im Sinne der historischen Genauigkeit, aber auch verstanden im Sinne einer Abgrenzung zu phantastischen, d.h. unrealistischen Details in der Handlung). Es wurde also abgefragt, wie wichtig den Kaufinteressenten historische Exaktheit und in der Folge die persönliche Aneignung von Wissen ist.

184 Befragten haben auf diese Frage geantwortet (auf einem Fragebogen fehlte die Angabe dazu):

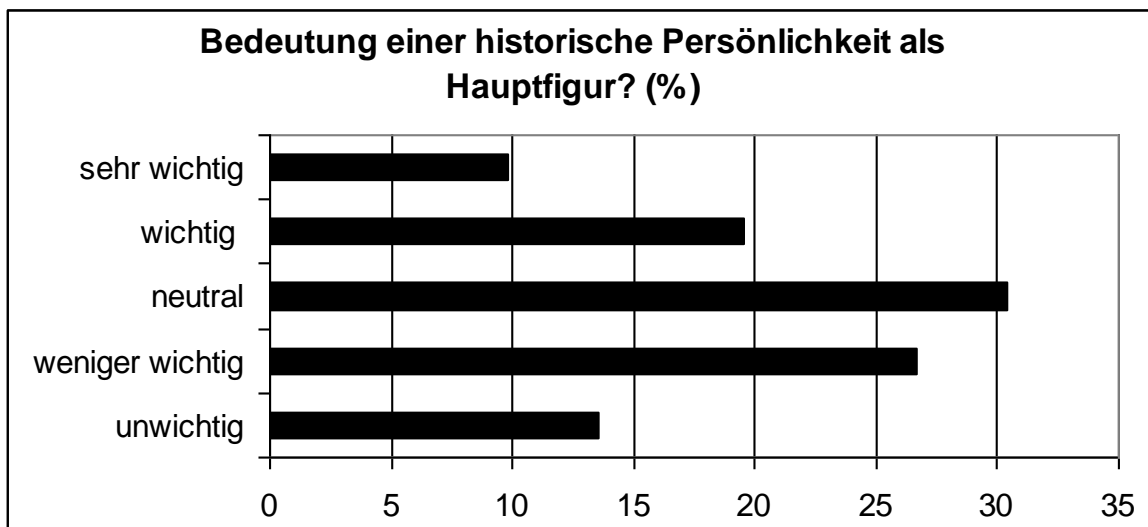
- nur 2,17% (oder 4 Befragte) halten die Faktentreue für unwichtig (1);
- 7,61% halten sie für weniger wichtig (2);
- lediglich 17,39% ist die Faktentreue weder wichtig noch unwichtig (3);
- aber 33,15% halten sie für wichtig (4) und
- sogar 39,67% der Befragten halten die historische Genauigkeit für sehr wichtig (5).

Nur 9,78% (nicht einmal jede(r) Zwanzigste der Befragten!) sind der Ansicht, Faktentreue, Informationen und realistische Handlung seien unwichtig oder weniger wichtig. Für nur 17,39% spielen diese Faktoren bei der Kaufentscheidung keine oder eine untergeordnete Rolle. Aber für ein Drittel der Käuferinnen und Käufer sind realistische Handlung, Informationen und Faktentreue wichtig (33,15%) und für knapp 40% sogar sehr wichtig. Zusammen macht das 72,82%, eine Mehrheit von fast $\frac{3}{4}$ der Befragten! Das Votum für historische Exaktheit ist deutlich und groß, was der Mittelwert von 4,01 beeindruckend unterstreicht. Dieser Mittelwert ist von allen 18 Fragen der vierthöchste!

Die Zahlen sprechen eine klare Sprache: Die Leserinnen und Leser wollen durch den Kauf eines historischen Romans etwas lernen, wollen ihr Wissen erweitern. Hier besteht eine positive Korrelation zur Frage nach der Ausstattung, bei der auch der Wissenserwerb durch Zusätze zum Romantext im Vordergrund zu stehen scheint. Die Bedeutung des Wissenserwerbs wird auch von Romanautorinnen auf Lesungen erfahren. Zitat Brigitte Riebe: „... alle wollen wissen, wissen, wissen. ... ich merke, dass die Bücher heute genauer gelesen werden, oft kommen sehr detaillierte, kenntnisreiche Fragen.“ (Christa Thelen, Warum Frauen so gern ins Gestrern reisen, Brigitte woman 01/08, S.84)

Zusammenfassend: Historische Exaktheit im Sinne von korrekter Information über die behandelte Epoche, Faktentreue und eine realistische Handlung sind wichtige, für fast 40% sogar sehr wichtige Aspekte bei der Kaufentscheidung für oder gegen einen historischen Roman.

2.2. Historische Persönlichkeit als Hauptfigur?



Lesen die potentiellen Käuferinnen und Käufer lieber einen historischen Roman, dessen Hauptfigur eine Person ist, die wirklich gelebt hat, vielleicht sogar eine bekannte Persönlichkeit? Oder ziehen sie eine erfundene Hauptfigur vor, die in einem gut recherchierten historischen Umfeld ihre Abenteuer erlebt? Was lesen sie lieber, was kaufen sie folglich lieber?

184 Befragte haben auf diese Frage geantwortet (auf einem Fragebogen fehlte die Angabe dazu):

- 13,52% halten die historische Persönlichkeit als Hauptfigur für unwichtig (1);
- 26,63% halten sie für weniger wichtig (2);
- 30,44% halten sie weder für wichtig noch für unwichtig (3);
- 19,57% halten sie für wichtig (4);
- 9,78% halten sie für sehr wichtig (5).

Für insgesamt 40,15% ist die Frage nach der historischen Persönlichkeit als Hauptfigur entweder unwichtig oder weniger wichtig. Weitere 30,44% ist diese Frage schlichtweg egal, spielt bei der Kaufentscheidung keine Rolle. Knapp 20% der Befragten aber ist es wichtig, eine historische Figur als Protagonisten des Romans zu finden und knapp 10% ist es sogar sehr wichtig. Der Durchschnitt liegt bei 2,86 – ziemlich nah am Mittelwert 3,0. Wie muss man dies verstehen?

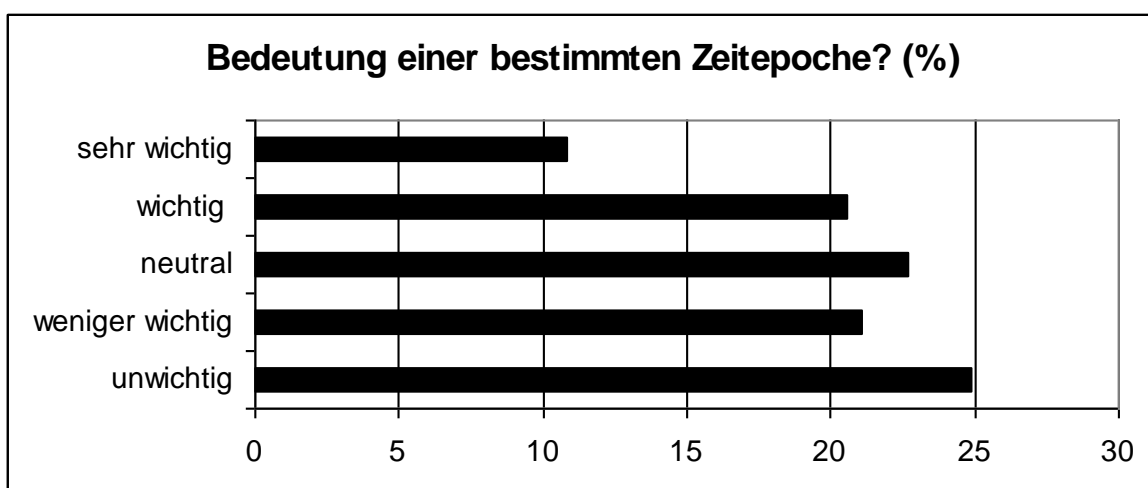
40% gaben an, die historische Hauptfigur sei ihnen unwichtig oder weniger wichtig. Das bedeutet aber nicht, dass diese 40% eine historische Hauptfigur ablehnen – sie spielt bei der Entscheidung zum Kauf nur keine Rolle. Insofern ist es folgerichtig, dass auch über

30% diese Frage für gleichgültig hält. Aber: fast 30% (genau: 29,35%) orientieren ihre Kaufentscheidung (u.a.) an dem Aspekt, ob die Hauptfigur eine historische Persönlichkeit ist.

Bedeutet dies nun, dass die Autoren historischer Romane vornehmlich eine historische Persönlichkeit als Hauptfigur auswählen sollten? Dafür spricht, dass in diesem Fall 100% der Kaufinteressenten potentiell eine positive Kaufentscheidung fällen können. Im anderen Fall (der fiktiven Hauptfigur) werden zwischen 10 und 30% der potentiellen Käuferinnen und Käufer höchstwahrscheinlich ausgeschlossen. Es bleibt aber immer noch knapp über 70% der Kaufinteressenten (genau: 70,65%), die sich möglicherweise zum Kauf entschließen, ein u.E. immer noch sehr guter Wert. Man darf auch nicht außer Acht lassen, dass die Frage nach der historischen Persönlichkeit als Hauptfigur nicht die einzige ist, die bei einer anstehenden Kaufentscheidung beantwortet werden will. Dies relativiert den Wert von 29,35% der Befragten, die eine historische Person für wichtig oder sehr wichtig hielten. Der Durchschnittswert von 2,86 tut dies ebenfalls.

Zusammenfassend: Die Frage, ob eine historische Persönlichkeit als Hauptfigur bessere Marktchancen hat als eine fiktive, lässt sich nicht eindeutig beantworten. Beide sind möglich, beide haben etwa gleich große Chancen auf Erfolg. Auf jeden Fall lässt dieses Ergebnis den Autoren größere Freiheit bei der Gestaltung der Handlung.

2.3. Eine bestimmte Zeitepoche?



Die Frage, ob bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman die Zeitepoche, in der er spielt, einen wichtigen oder eher einen unwichtigen Aspekt darstellt, ist für Autoren und Verlage von großer Bedeutung. Ist sie es auch für die Leserinnen und Leser?

Alle 185 Befragten haben auf diese Frage geantwortet:

- 24,87% halten die Zeitepoche für unwichtig (1);
- 21,08% halten sie für weniger wichtig (2);
- 22,7% halten sie weder für wichtig noch für unwichtig (3);
- 20,54% halten die Epoche für wichtig (4);
- 10,81% halten sie sogar für sehr wichtig (5).

45,95% halten die Zeitepoche eines historischen Romans für unwichtig oder für weniger wichtig – fast die Hälfte der Befragten! Weiteren 22,7% ist es gleichgültig, in welcher Epoche ein Roman spielt. 31,35%, also nicht einmal ein Drittel, halten sie für wichtig oder für sehr wichtig. Wie muss man diese Zahlen interpretieren?

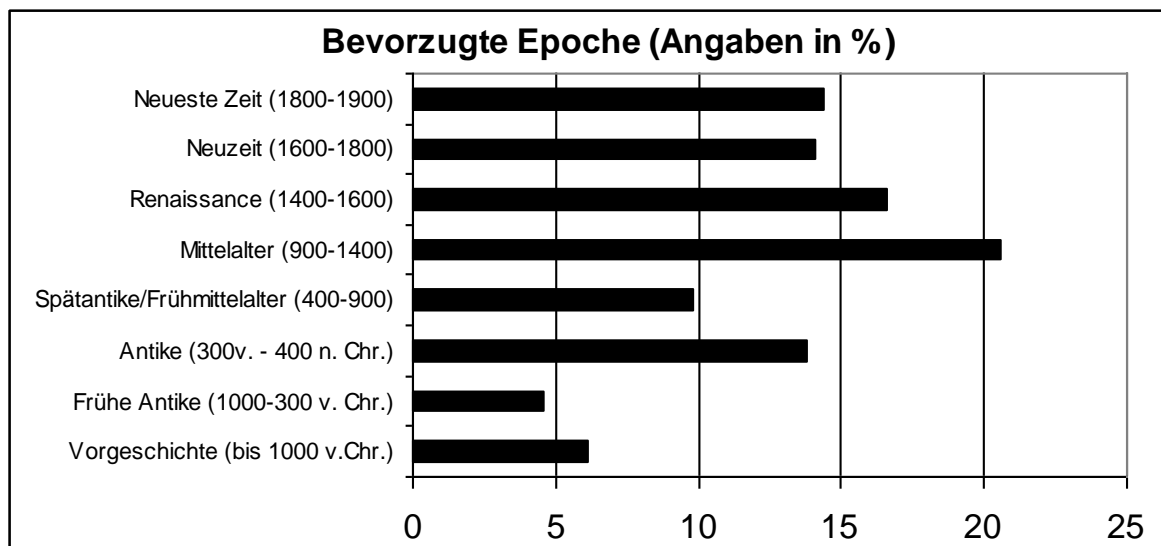
Wir haben schon gezeigt, dass die Wissensaneignung für die Käuferinnen und Käufer eines historischen Romans einen bedeutenden Aspekt bei der Kaufentscheidung spielt (s.a. II.2.1. und II.1.3. mit Durchschnittswerten von 4,01 für die historische Exaktheit und 3,67 für die Ausstattung). Es handelt sich jedoch nicht um Käufer eines Sachbuchs, die ihre Kaufentscheidung im Rahmen eines vorhandenen Informationsbedürfnisses treffen. Sie wollen vielmehr durch Unterhaltung ihren Horizont erweitern. Von daher erscheint es deshalb nur folgerichtig, dass 68,65% der Befragten die Zeitepoche des Romans entweder für unwichtig oder für gleichgültig halten, denn neues Wissen können sie sich auf jeden Fall aneignen. Wissensgewinn ist zudem u.E. etwas, was sich Modeströmungen entzieht – vielleicht nicht vollständig, aber doch weitgehend. Wer wissbegierig ist, der will alles wissen. Dies gilt u.E. in besonders hohem Maße für die Geschichte.

Sprechen die gut 30%, für welche die Epoche des historischen Romans einen wichtigen oder sehr wichtigen Aspekt darstellt, gegen diese Interpretation? Dies ist u.E. nicht der Fall, denn wenn fast 70% Generalisten sind, die gern alles wissen wollen, was der historische Roman ihnen auf unterhaltsame Weise nahe bringen kann, so erscheinen 30%, welche eine gewisse Spezialisierung schon vollzogen haben, kein übermäßig hoher Wert. Dies wird durch das Ergebnis des Kapitels II.2.4. (Welche Zeitepoche?) unterstrichen.

Zusammenfassend: Die Epoche, in der ein historischer Roman spielt, ist für eine große Mehrheit von fast 70% kein Aspekt einer Kaufentscheidung.

2.4. Welche Zeitepoche?

Hier bestand die Problematik in der Wahl zwischen der freien Entscheidung („Ich interessiere mich besonders für:...“) oder der Vorgabe eines Epochenschemas, dem natürlich dann eine gewisse Willkür vorgeworfen werden kann. Um die Ergebnisse auswerten zu können, wurde die zweite Variante gewählt, wobei versucht wurde, die Epochen aus Sicht von Nichtfachleuten gemäß möglichen Interessensgebieten der Leserinnen und Leser zu definieren.



Bei der vorhergehenden Frage waren die Besucher/innen der Laufer Lesenacht von Quo Vadis danach gefragt worden, ob eine bestimmte Zeitepoche einen unwichtigen oder einen wichtigen Aspekt bei der Kaufentscheidung für oder gegen einen historischen Roman darstellt. Danach sollten diejenigen, die eine bestimmte Zeitepoche für wichtig oder sehr wichtig hielten, mitteilen, welche Zeitepoche(n) ihnen besonders wichtig war(en). Sie konnten unter acht (8) verschiedenen Epochen wählen, wobei sie maximal drei Stimmen vergeben konnten. Es wurde ihnen auch mitgeteilt, dass die Epochen „nicht wissenschaftlich“ seien. Folgende Unterteilung war vorgegeben:

- Vorgeschichte: bis 1000 v.Chr.
- Frühe Antike: 1000 – 300 v.Chr.
- Antike: 300 v. – 400 n.Chr.
- Spätantike / Frühmittelalter: 400 – 900
- Mittelalter: 900 – 1400
- Renaissance: 1400 – 1600
- Neuzeit: 1600 – 1800
- Neueste Zeit: 1800 –1900

Die Befragten hielten sich allerdings nicht an die Vorgabe, die Stimmen nur abzugeben, falls ihnen die Epochenauswahl an sich wichtig war. Insgesamt wurden 326 Einzelvoten abgegeben, was rein rechnerisch 108,6 Befragten entspricht, welche die Frage beantworten wollten. Allerdings haben nicht alle drei Stimmen vergeben und einmal wurden alle acht Epochen angekreuzt. Im Einzelnen verteilten sich die Stimmen, wie folgt (in Prozent):

- Vorgeschichte: bis 1000 v.Chr.	6,1%
- Frühe Antike: 1000 – 300 v.Chr.	4,6%
- Antike: 300 v. – 400 n.Chr.	13,8%
- Spätantike / Frühmittelalter: 400 – 900	9,8%
- Mittelalter: 900 – 1400	20,6%
- Renaissance: 1400 – 1600	16,6%
- Neuzeit: 1600 – 1800	14,1%
- Neueste Zeit: 1800 –1900	14,4%

Es ergibt sich zunächst einmal folgende Reihung:

1. Mittelalter: 900 – 1400	20,6%
2. Renaissance: 1400 – 1600	16,6%
3. Neueste Zeit: 1800 –1900	14,4%
4. Neuzeit: 1600 – 1800	14,1%
5. Antike: 300 v. – 400 n.Chr.	13,8%
6. Spätantike / Frühmittelalter: 400 – 900	9,8%
7. Vorgeschichte: –1000 v.Chr.	6,1%
8. Frühe Antike: 1000 – 300 v.Chr.	4,6%

Auf den ersten Blick scheint die Verteilung relativ unregelmäßig zu sein. Der niedrigste Wert von 4,6% für die frühe Antike verhält sich zum höchsten Wert von 20,6% für das Mittelalter wie ca. 1:4,5. Doch ist es – unabhängig von wissenschaftlichen Einteilungen – wirklich gerechtfertigt, frühe Antike und Antike bei einer solchen Umfrage getrennt aufzuführen? Grundsätzlich scheint es u.E. sinnvoll, die schriftlose Vorgeschichte als eine Einheit zu betrachten, doch die mit schriftlichen Zeugnissen ausgestatteten Epochen frühe Antike und Antike zu einer Einheit zusammenzufassen. Dann ergibt sich folgende Reihung:

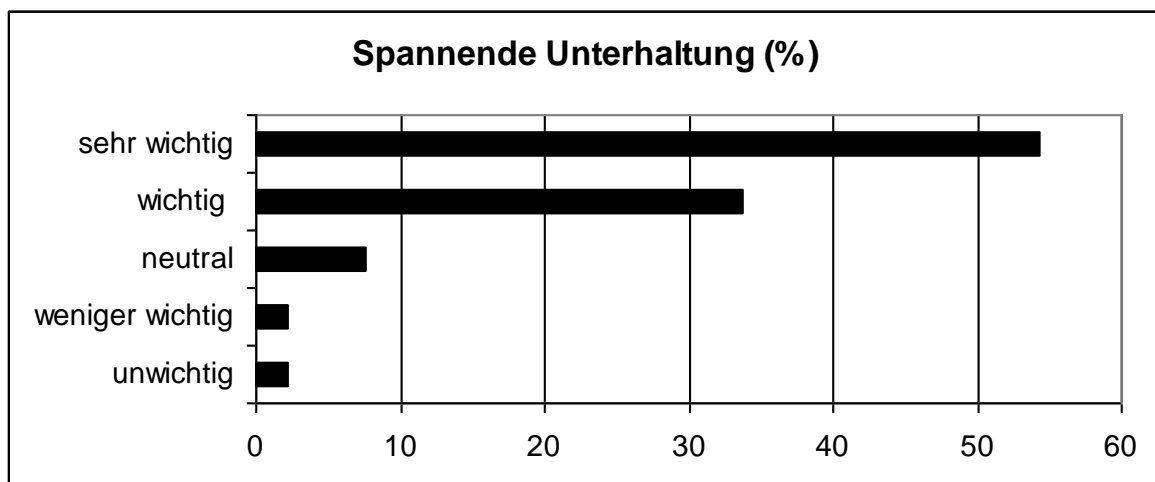
1. Mittelalter: 900 – 1400	20,6%
2. Frühe Antike u. Antike: 1000 v.Chr. – 400 n.Chr.	18,4%

3. Renaissance: 1400 – 1600	16,6%
4. Neueste Zeit: 1800 –1900	14,4%
5. Neuzeit: 1600 – 1800	14,1%
6. Spätantike / Frühmittelalter: 400 – 900	9,8%
7. Vorgeschichte: bis 1000 v.Chr.	6,1%

Somit ergibt sich zwischen der Vorgeschichte und dem Mittelalter nur noch eine Relation von 1:3,4. Nimmt man die Vorgeschichte als sehr spezielle Unterform des historischen Romans heraus und rechnet statt dessen mit der Epoche „Spätantike / Frühmittelalter“ (eine so äußerst unwissenschaftliche, auch sonst ungebräuchliche Epochenbezeichnung) als am wenigsten Genannter, so kommt man sogar nur auf eine Relation von 1:2,1. Mit anderen Worten: Die Epochen-Neugier der Befragten verteilt sich relativ gleichmäßig auf die Zeit zwischen 1000 v.Chr. und 1900 n.Chr. Das Mittelalter (fünf Jahrhunderte) kann zwar den absolut höchsten Wert für sich verbuchen, wird aber von früher Antike und Antike (14 Jahrhunderte) und Renaissance (zwei Jahrhunderte) nur unwesentlich unterboten.

Zusammenfassend: Es ist keine klare Präferenz der Befragten für eine Epoche erkennbar. Das Bedürfnis nach Wissen (s.a. II.2.1.) und spannender Unterhaltung (s.a. II.2.5.) verteilt sich gleichmäßig über die Epochen. Das Mittelalter stellt zwar die meistgenannte Epoche dar, seine Bevorzugung ist jedoch nicht so signifikant, dass sich daraus eine deutliche Präferenz ablesen ließe.

2.5. Aussicht auf spannende Unterhaltung?



Besteht (berechtigte) Aussicht auf spannende Unterhaltung? Wie wichtig ist dieser Aspekt bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman?

184 Befragte haben auf diese Frage geantwortet (auf einem Fragebogen fehlte die Angabe dazu):

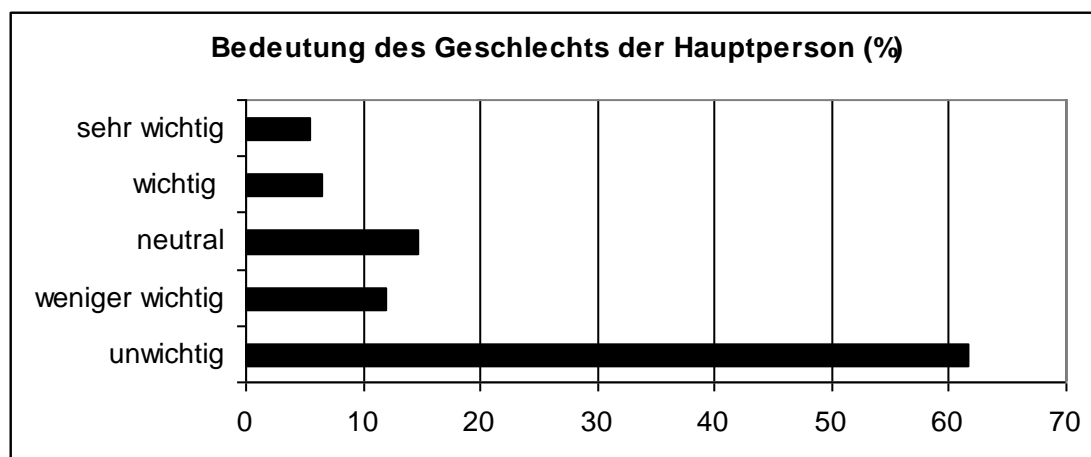
- 2,17% halten die Aussicht auf spannende Unterhaltung für unwichtig (1);
- 2,17% halten diesen Aspekt für weniger wichtig (2);
- 7,61% halten ihn weder für wichtig noch für unwichtig (3);
- 33,7% halten ihn für wichtig (4);
- 54,35% halten diesen Aspekt sogar für sehr wichtig (5).

Nur 4,34% der Befragten (acht Befragte in absoluten Zahlen) halten die Aussicht auf spannende Unterhaltung für unwichtig oder weniger wichtig; 7,61% ist dieser Aspekt gleichgültig. Zusammen macht das nur 11,95% (oder 22 Befragte). Dagegen ist die spannende Unterhaltung insgesamt 88,05% der Befragten wichtig oder sogar sehr wichtig, einer beeindruckenden Mehrheit. Entsprechend hoch fällt der Durchschnitt von 4,47 aus, der Höchste in dieser Umfrage Gemessene!

Die Aussicht auf spannende Unterhaltung ist der wichtigste Aspekt bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman. Er rangiert vor der Faktentreue (mit 88,05% gegen 72,82% bei wichtig und sehr wichtig, s.a. Kapitel II.2.1.). Auch bei der freien Abfrage wurde als vom Kauf abhaltender Aspekt noch sechsmal genannt „langweilige Handlung“ (s.a. Kapitel II.5.1.) bzw. unter den besonderen Wünschen sogar zehnmal eine „spannende Unterhaltung“ (s.a. Kapitel II.5.2.). Die Befragten legen sich damit eindeutig fest: spannende Unterhaltung vor Wissensaneignung.

Zusammenfassend: Die Aussicht auf spannende Unterhaltung ist der wichtigste Aspekt bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman.

2.6. Geschlecht der Hauptperson?



Die Bedeutung der Frage nach dem Geschlecht der Hauptperson ergibt sich aus der Tatsache, dass eine deutliche Mehrheit der Leser historischer Romane weiblichen Geschlechtes ist (55% zu 45% männlichen Geschlechtes). Die allgemein akzeptierte Vorstellung ist, dass es leichter sei, sich mit einer Figur desselben Geschlechtes zu identifizieren als mit einer gegengeschlechtlichen. Die Frage, ob das Geschlecht der Hauptperson (oft schon im Titel verifizierbar) eine Rolle bei der Kaufentscheidung spielt, ist deshalb für viele Verlage und die Schriftsteller/innen von großer Bedeutung.

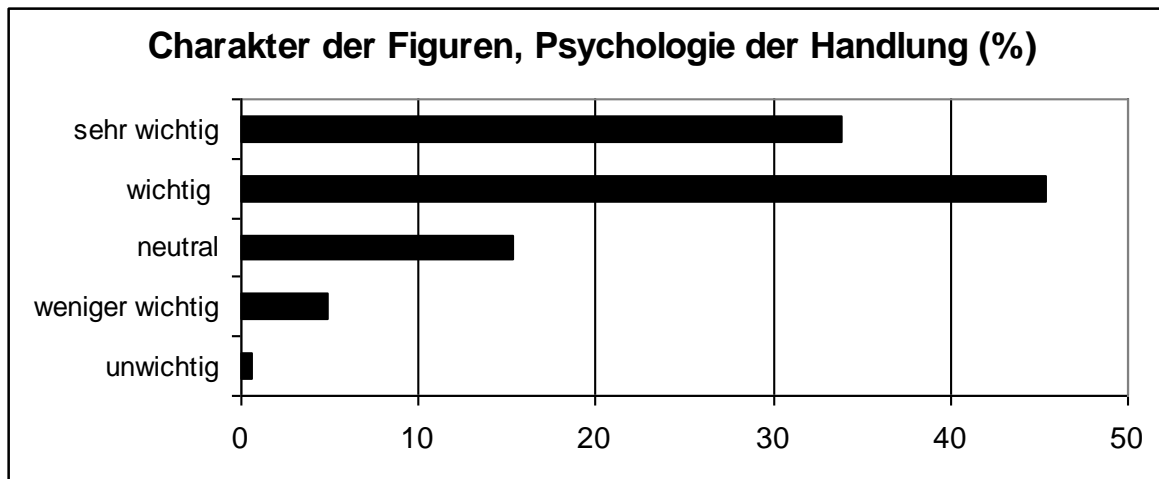
185 Befragte haben auf diese Frage geantwortet:

- 61,62% der Befragten halten das Geschlecht der Hauptperson für unwichtig bei ihrer Kaufentscheidung(1);
- 11,89% halten es für weniger wichtig (2);
- 14,6% halten für es weder für wichtig noch für unwichtig (3);
- 6,49% halten es für wichtig (4);
- 5,41% halten es für sehr wichtig (5).

Das Votum ist eindeutig: Für nur 11,9% der Befragten ist das Geschlecht der Hauptperson eines Romans wichtig oder sehr wichtig. Aber 73,51%, also knapp drei Viertel, geben an, dass ihnen dieser Aspekt unwichtig oder weniger wichtig ist. Weitere 14,6% halten diesen Aspekt weder für wichtig noch für unwichtig; er spielt mithin bei ihrer Kaufentscheidung ebenfalls keine Rolle. Insgesamt spielt dieser Aspekt für 88,11% der Befragten keine Rolle! Auch der besonders niedrige Durchschnittswert von 1,82 spiegelt die extrem geringe Bedeutung des Geschlechtes der Hauptperson für die Kaufentscheidung wider.

Zusammenfassend: Das Geschlecht der Hauptperson eines historischen Romans spielt bei der Kaufentscheidung für fast 90% der potentiellen Käufer/innen keine Rolle.

2.7. Charakter und Entwicklung der Figuren, psychologischer Hintergrund der Handlung



Autoren verwenden viel Zeit und Mühe auf den Charakter und die Entwicklung ihrer Figuren, viel Sorgfalt auf den stimmigen psychologischen Hintergrund der Handlung. Honorieren die Käufer/innen diesen Aspekt bei ihrer Kaufentscheidung?

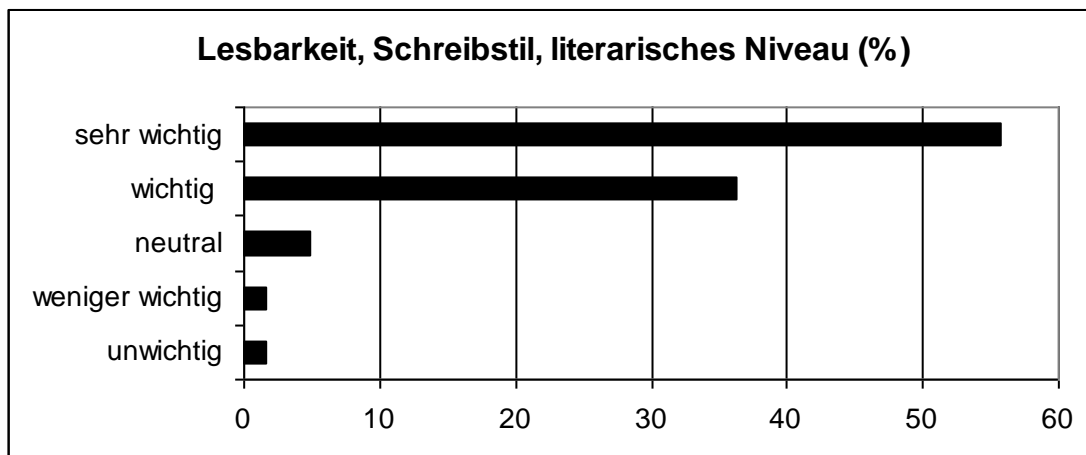
183 Befragte haben auf diese Frage geantwortet (auf zwei Fragebogen fehlte die Angabe dazu):

- 0,55% (oder 1 Befragter) halten die Figurenentwicklung für unwichtig (1);
- 4,92% (oder 9 Befragte) halten diesen Aspekt für weniger wichtig (2);
- 15,3% halten ihn weder für wichtig noch für unwichtig (3);
- 45,36% halten ihn für wichtig (4);
- 33,88% halten ihn sogar für sehr wichtig (5).

Gerade einmal zehn Befragte (oder 5,47%) halten die psychologisch stimmige Entwicklung der Figuren für unwichtig oder weniger wichtig bei ihrer Kaufentscheidung. Weiteren 15,3% ist dieser Aspekt gleichgültig und fließt nicht in ihre Kaufentscheidung ein. Aber fast die Hälfte der Befragten (45,36%) hält diesen Aspekt für wichtig und ein gutes Drittel (33,88%) hält ihn sogar für sehr wichtig: Zusammen macht das 79,24% oder vier von fünf Befragten. Diese Eindeutigkeit spiegelt sich auch wider im Durchschnitt von 4,07 – dem dritthöchsten der Umfrage!

Zusammenfassend: Für knapp 80% der Befragten ist die psychologisch stimmige Entwicklung der Figuren ein wichtiger oder sogar sehr wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung.

2.8. Lesbarkeit, Schreibstil, literarisches Niveau?



Die Fragestellung beinhaltete keine Definition dieser drei Begriffe. Je nach Schulbildung kann man darunter etwas gänzlich Verschiedenes verstehen. Dennoch erschien uns die Frage, die durch den Begriff „literarisches Niveau“ einen gewissen höheren Anspruch impliziert, durchaus legitim.

185 Befragte haben auf diese Frage geantwortet:

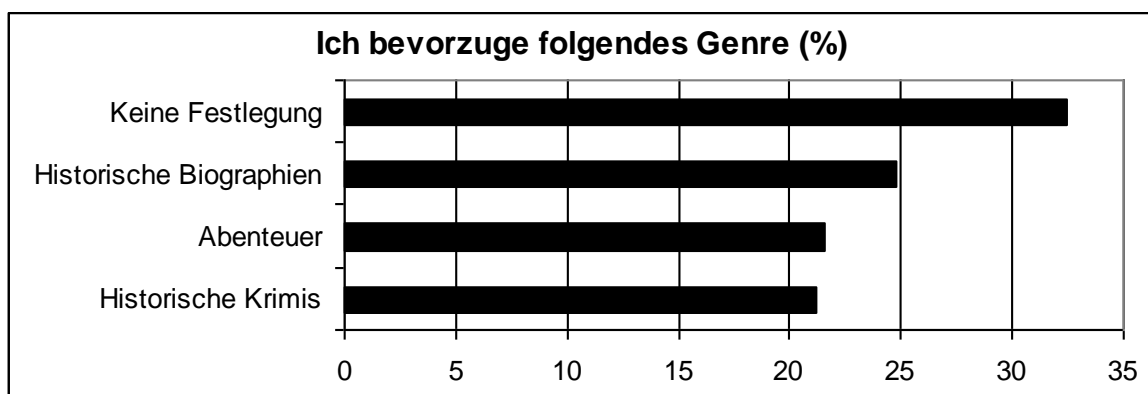
- 1,62% (oder 3 Befragte) halten Lesbarkeit und literarisches Niveau für unwichtig (1);
- 1,62% halten diese Aspekte für weniger wichtig (2);
- 4,87% (oder 9 Befragte) halten sie weder für wichtig noch für unwichtig (3);
- 36,22% halten sie für wichtig (4);
- 55,68% halten sie sogar für sehr wichtig (5).

Über die Hälfte der Befragten hält die Lesbarkeit für sehr wichtig! Zusammen mit denen, welchen die Lesbarkeit und das literarische Niveau wichtig sind, ergibt sich eine gewaltige Mehrheit von 91,9%. Die Eindeutigkeit dieser Aussage spiegelt sich auch wider im Durchschnitt von 4,43. Dieser ist der Zweithöchste (!) der Umfrage, nur übertroffen von der Aussicht auf spannende Unterhaltung (s.a. Kapitel II.2.5.). Lediglich 8,11% der Befragten ist dieser Aspekt bei der Kaufentscheidung gleichgültig oder unwichtig.

Was man nicht (sehr) leicht lesen kann, ist unverständlich – und wird deshalb gar nicht erst gekauft? Das Laufer Publikum ist seit zehn Jahren an große und größte Namen des deutschsprachigen und internationalen Literaturbetriebs gewöhnt und strömt zahlreich zu den von der Stadtbibliothek kostenlos angebotenen Lesungen. Das galt auch für die Lesenacht von Quo Vadis im November 2007. Aus der überwältigenden Entscheidung für Lesbarkeit und literarisches Niveau kann man deshalb u.E. sicherlich nicht eine Entscheidung für den kleinsten gemeinsamen Nenner herauslesen.

Zusammenfassend: Lesbarkeit und literarisches Niveau sind ein sehr wichtiger Aspekt bei der Kaufentscheidung. Über die absolute Höhe dieses Anspruchs ist eine Aussage allerdings nicht möglich.

2.9. Das bevorzugte Genre innerhalb des historischen Romans



Mit dieser Frage wurden die Genre-Vorlieben innerhalb des historischen Romans abgefragt. Dabei konnten auch Mehrfachnennungen abgegeben werden. Vorgegeben waren folgende Antwortmöglichkeiten: historische Krimis, Abenteuer, historische Biographien, keine Festlegung. Wer „keine Festlegung“ ankreuzte, der gab zu verstehen, dass er entweder alle Subgenres gerne liest oder sich sogar noch mehr vorstellen kann.

Insgesamt wurden 222 Antworten gegeben:

- 21,2% bevorzugen historische Krimis (47 Nennungen);
- 21,6% bevorzugen Abenteuerromane (48 Nennungen);
- 24,8% bevorzugen historische Biographien (55 Nennungen);
- 32,4% legten sich nicht fest (72 Nennungen);

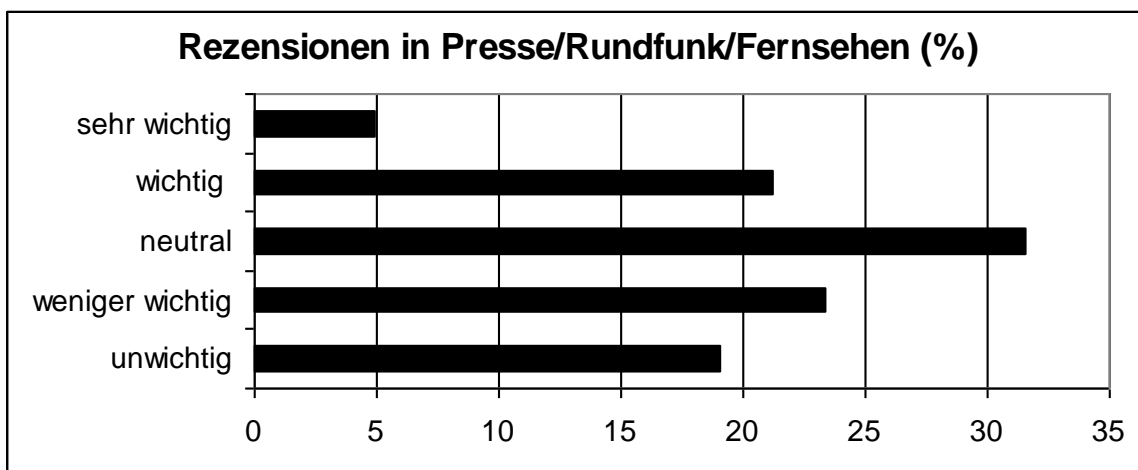
Die größte Gruppe von fast einem Drittel will sich nicht auf ein Subgenre festlegen und beweist damit noch einmal, dass Leser/innen historischer Romane vielseitig interessiert sind (s.a. Kapitel II.2.1. über die Faktentreue und Kapitel II.2.3. über die Zeitepochen). Jeweils fast 22% bevorzugen Krimis und Abenteuer, fast ein Viertel zeigt eine Präferenz für historische Biographien.

Zusammenfassend: Die Käufer/innen historischer Romane verteilen ihre Neigung auf bestimmte Subgenres gleichmäßig. Ein Drittel will sich gar nicht erst festlegen und zeigt damit breitgefächerte Interessen.

3. Beeinflussung der Kaufentscheidung: Externe Faktoren

Welche nicht von den Autorinnen und Autoren zu verantwortenden Faktoren können die Kaufentscheidung der Leser/innen beeinflussen? Wir haben folgende Faktoren abgefragt: Rezensionen in Presse, Rundfunk, Fernsehen etc.; Rezensionen im Internet; Empfehlungen von Freunden; Empfehlung, Werbung, Präsentation des Buchhandels; Bestsellerlisten.

3.1. Rezensionen in Presse / Rundfunk / Fernsehen etc.?



Autoren historischer Romane beklagen sich gerne und oft darüber, dass besonders das Feuilleton der Tagespresse, aber auch Radio und TV sie und ihre Bücher ignorieren würden. Ganz richtig ist diese Ansicht jedoch nicht, weshalb in die Laufer Umfrage die Frage nach der Wichtigkeit von Rezensionen in Presse, Rundfunk und Fernsehen auf-

genommen wurde. Spielen sie eine Rolle bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman?

184 Befragte haben auf diese Frage geantwortet (auf einem Fragebogen fehlte die Angabe dazu):

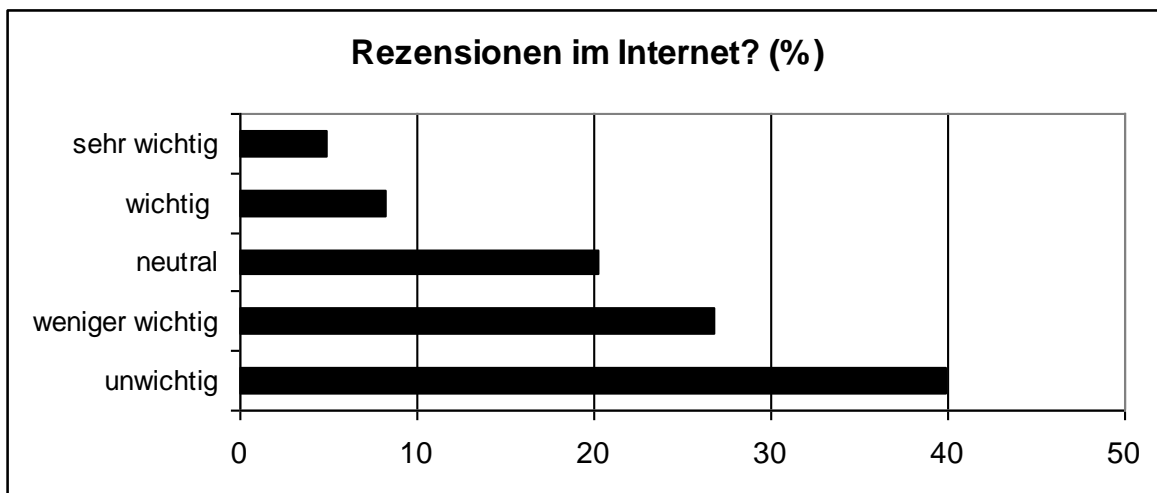
- 19,02% halten Rezensionen in Presse, Radio und TV für unwichtig (1);
- 23,37% halten sie für weniger wichtig (2);
- 31,52% halten sie weder für wichtig noch für unwichtig (3);
- 21,2% halten sie für wichtig (4);
- 4,89% halten sie für sehr wichtig (5).

42,39% halten Rezensionen in Presse, Radio und TV für unwichtig oder für weniger wichtig. Zusammen mit denen, die diese Rezensionen gleichgültig sind, ergibt sich sogar ein Wert von 73,91% oder fast drei Viertel aller Befragten. Für immerhin 21,2% sind sie wichtig, aber nur für 4,89% sind sie sehr wichtig. Insgesamt macht das ein gutes Viertel (26,09%) der Befragten, die diesen Rezensionen eine Rolle bei ihrer Kaufentscheidung zubilligen. Damit stehen die Rezensionen in Presse, Rundfunk und Fernsehen von den fünf Kategorien dieses Abschnittes mit einem Durchschnitt von 2,7 an vierter Stelle.

Warum billigen Kaufinteressierte den Rezensionen in den klassischen Medien so wenig Einfluss auf ihre Entscheidung zu? Eine Erklärung könnte tatsächlich sein, dass Rezensionen historischer Romane in diesen Medien so überaus selten sind und deshalb leicht übersehen werden. Gäbe es sie öfter, könnte ihr Einfluss auf die Kaufentscheidung steigen.

Zusammenfassend: Rezensionen in den klassischen Printmedien, Radio und TV haben für drei Viertel der Befragten keinen oder nur einen sehr geringen Wert.

3.2. Rezensionen im Internet?



Welchen Einfluss können heutzutage Rezensionen historischer Romane im Internet ausüben? Fast jeder kennt sie: die Leser-Kritiken beim Internet-Buchhändler Amazon (oder bei anderen Händlern dieser Vertriebschiene), die Literaturforen, von denen sich mehrere sogar ausschließlich mit historischen Romanen beschäftigen. Aber: Wie groß ist ihre Bedeutung für die Kaufentscheidung?

183 Befragte haben auf diese Frage geantwortet (auf zwei Fragebögen fehlten die Angaben dazu):

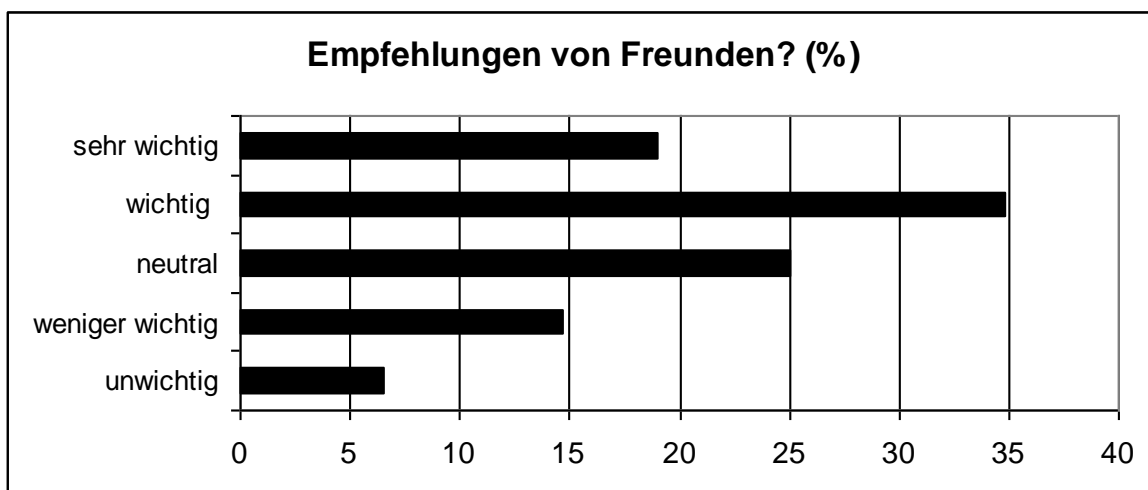
- 39,89% halten Rezensionen im Internet für unwichtig (1);
- 26,78% halten sie für weniger wichtig (2);
- 20,22% halten sie für weder für wichtig noch für unwichtig (3);
- 8,2% (oder 15 Befragte) halten sie für wichtig (4);
- 4,92% (oder 9 Befragte) halten sie für sehr wichtig (5).

Für fast 40% der Befragten sind Internet-Rezensionen historischer Romane unwichtig, ein weiteres gutes Viertel der Befragten hält sie für weniger wichtig. Zusammen macht das 66,67% oder zwei Drittel der Befragten (in absoluten Zahlen: 122 Befragte). Ein eindeutiges Votum, das noch durch diejenigen 20,22%, denen sie gleichgültig sind, verstärkt wird. Rezensionen im Internet werden nur von 8,2% für wichtig und gar nur von 4,92% für sehr wichtig gehalten. Der geringste Durchschnitt dieses Abschnittes von nur 2,12 (und damit der zweitschlechteste Durchschnitt der gesamten Umfrage) unterstreicht eindrucksvoll den geringen Stellenwert dieser Rezensionen.

Woher kommt dieses ausgeprägte Desinteresse der Leser/innen historischer Romane am Internet und seinen Informationsmöglichkeiten? Schließen sich vielleicht Lesen und Internetnutzung gegenseitig aus? Oder ist jemand, der gerne in (fiktive oder halbaktive) historische Welten eintaucht, für die virtuelle Realität des „World Wide Web“ nicht zu begeistern? Oder ist die Durchdringung des wirklichen Lebens durch das Medium Internet doch noch nicht so weit, wie wir bisher annahmen? Oder sind die überwiegend weiblichen, eher etwas älteren Leser historischer Romane keine eingefleischten Nutzer des Internets? Definitive Antworten zu finden ist u.E. hier schwer.

Zusammenfassend: Internet-Rezensionen hatten (zumindest bei dem in Lauf befragten Leserinnen und Lesern so gut wie keinen Einfluss auf die Kaufentscheidung für einen historischen Roman.

3.3. Empfehlungen von Freunden?



Wie wichtig sind die Empfehlungen von Freunden bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman?

184 Befragte haben auf diese Frage geantwortet (auf einem Fragebogen fehlte die Angabe dazu):

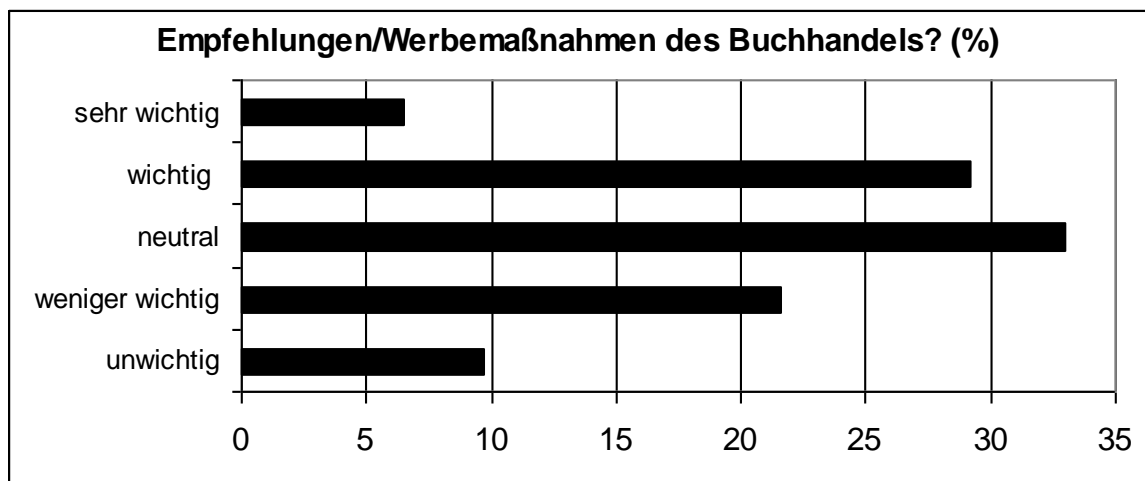
- 6,52% (oder 12 Befragte) halten die Empfehlungen von Freunden für unwichtig (1);
- 14,67% halten sie für weniger wichtig (2);
- 25% halten sie für mittelwichtig (oder weder für wichtig noch für unwichtig) (3);
- 34,78% halten sie für wichtig (4);
- 19,02% halten sie für sehr wichtig (5).

21,19% halten die von Freunden ausgesprochenen Empfehlungen entweder für unwichtig oder für weniger wichtig. Ein Viertel der Befragten halten sie für mittelwichtig, was u.E. bedeutet, dass es eine Rolle spielt, inwieweit man den betreffenden Freunden vertraut. Aber mehr als ein Drittel der Befragten halten die Empfehlungen von Freunden für wichtig und noch fast 20% sogar für sehr wichtig. Für mehr als die Hälfte (genau 53,8%) der Befragten sind die Empfehlungen von Freunden folglich wichtig oder sehr wichtig. Das spiegelt sich im Durchschnitt wieder, der mit 3,45 in diesem Abschnitt den höchsten Wert erzielt.

Damit steht fest: Die persönliche Empfehlung von Freunden hat die höchste Glaubwürdigkeit aller fünf Kategorien (Presse / Radio / TV, Internet, Freunde, Buchhandel, Bestsellerlisten) und führt folglich am ehesten zu einer positiven Kaufentscheidung. Dies entspricht bisher bereits vorliegenden Erkenntnissen.

Zusammenfassend: Die Empfehlungen von Freunden sind der wichtigste Kaufanreiz für einen historischen Roman.

3.4. Empfehlung / Werbung / Präsentation des Buchhandels?



Welche Rolle spielt der Buchhandel bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman? Welche Rolle spielen die Empfehlung des Buchhändlers, die Werbung in oder vor der Buchhandlung und die Präsentation der Bücher innerhalb des Geschäftes bei der Entscheidung der potentiellen Käufer/innen?

Alle 185 Befragten haben auf diese Frage geantwortet:

- 9,73% halten die Empfehlung, die Werbung und die Präsentation des Buchhandels für unwichtig (1);

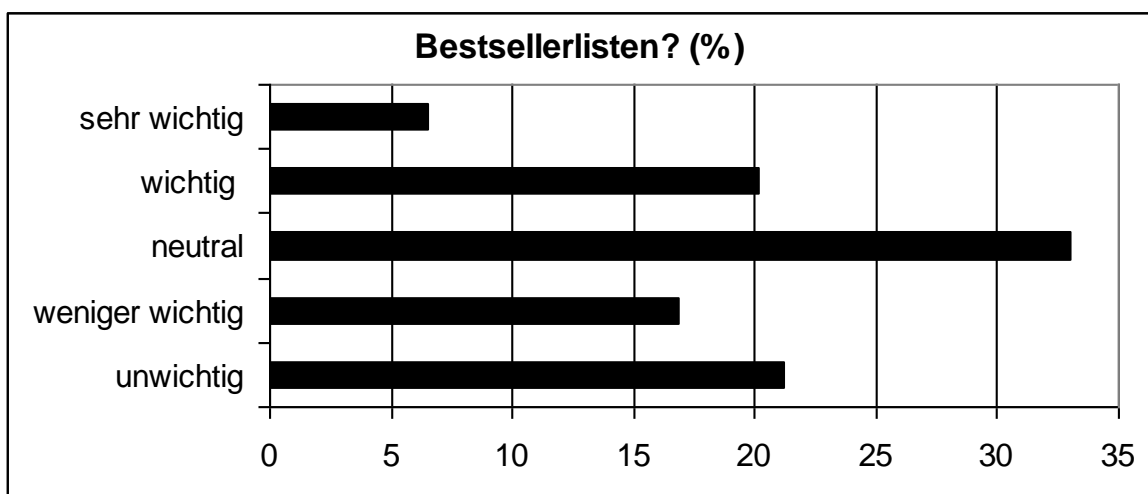
- 21,62% halten sie für weniger wichtig (2);
- 32,97% halten sie für mittelwichtig (oder weder für wichtig noch für unwichtig) (3);
- 29,19% halten sie für wichtig (4);
- 6,49% halten sie für sehr wichtig (5).

Knapp 10% halten die Bemühungen des Buchhandels für unwichtig, gut 20% halten sie für weniger wichtig bei ihrer Kaufentscheidung. Das macht zusammen 31,35% oder ein knappes Drittel der Befragten. Für ein weiteres knappes Drittel sind diese Bemühungen mittelwichtig. Aber knapp 30% halten sie für wichtig, was zusammen mit denen, die sie für sehr wichtig halten, ein gutes Drittel ausmacht (genau 35,68%). Da ein gutes Drittel die Empfehlung, Werbung und Präsentation des Buchhandels für wichtig und sehr wichtig hält, ist der Durchschnittswert mit 3,01 auch der Zweithöchste in diesem Abschnitt – obwohl er nur ganz knapp über dem arithmetischen Mittelwert liegt.

Der Buchhandel liegt mit seinen Bemühungen an zweiter Stelle deutlich hinter den Empfehlungen der Freunde (s.a. Kapitel II.3.3.). Dennoch ist immerhin ein gutes Drittel der Befragten der Meinung, die Anstrengungen des Buchhandels seien hilfreich bei ihrer Kaufentscheidung.

Zusammenfassend: Empfehlung, Werbung und Präsentation des Buchhandels sind für ein gutes Drittel der Befragten von größerer Bedeutung, für ein knappes Drittel aber nur mittelwichtig.

3.5. Bestsellerlisten?



Bestsellerlisten sind sowohl in der wöchentlichen Presse (Spiegel, Gong, Focus, Brigitte etc.) als auch im Fernsehen (als „Bestenliste des SWF-Literaturmagazins“, die nicht auf ermittelten Verkäufen beruht, sondern auf einem Punktesystem von jetzt 36 Literaturkritikern) fester Bestandteil journalistischer Bemühungen um den Literaturbetrieb. Auch historische Romane sind in der Vergangenheit immer wieder und teils über längere Zeiträume in diesen Listen erschienen (z. B. von Iny Lorentz, Rebecca Gablé usw.). Aber welchen Einfluss haben Bestsellerlisten auf die Kaufentscheidung für einen historischen Roman? Wie wichtig sind sie als Orientierungshilfe für die Käufer/innen?

184 Befragte haben auf diese Frage geantwortet (auf einem Fragebogen fehlte die Angabe dazu):

- 21,2% der Befragten halten Bestsellerlisten für unwichtig (1);
- 16,85% halten sie für weniger wichtig (2);
- 32,97% halten sie für mittelwichtig (oder weder für wichtig noch für unwichtig) (3);
- 20,11% halten sie für wichtig (4);
- 6,52% halten sie für sehr wichtig (5).

Fast 40% der Befragten (genau 38,05%) halten Bestsellerlisten für unwichtig oder für weniger wichtig. Einem knappen Drittel sind sie nur mittelwichtig. Ein gutes Viertel (genau 26,63%) hält sie für wichtig oder sehr wichtig, davon aber nicht einmal 7% für sehr wichtig. Der unter dem arithmetischen Durchschnitt liegende Wert von 2,74 bestätigt diese geringe Wichtigkeit für die Kaufentscheidung, obwohl dieser den dritthöchsten dieses Abschnittes darstellt.

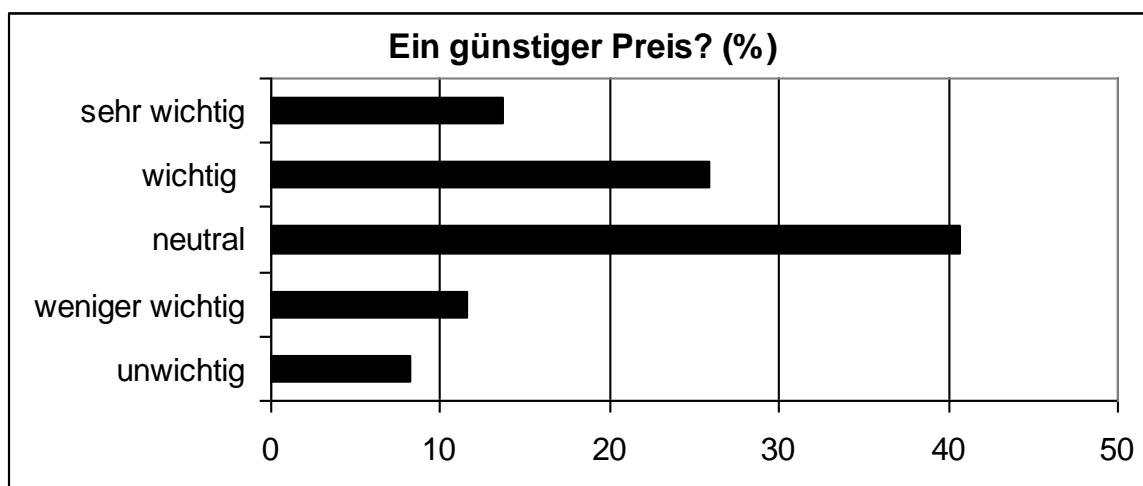
Nur ein Viertel der Befragten bezieht ihre Inspiration für einen Buchkauf (manchmal, sicher nicht immer) aus den Bestsellerlisten. Das ist zwar in absoluten Zahlen nicht zu vernachlässigen, aber als dritthöchster Wert mit gehörigem Abstand hinter den Freunden und dem Buchhandel doch enttäuschend.

Zusammenfassend: Bestsellerlisten spielen nur für ein Viertel der Befragten eine wichtige oder sehr wichtige Rolle beim Buchkauf.

4. Die Preisgestaltung

Wir wollten hierbei nicht nur wissen, wie wichtig ein günstiger Preis für die Kaufentscheidung ist, sondern auch, welcher Preis als günstig oder ungünstig angesehen wird.

4.1. Ein günstiger Preis?



Welche Rolle spielt der günstige (oder weniger günstige) Preis bei der Kaufentscheidung für einen historischen Roman? Dabei war es im Rahmen der Lesenacht von Quo Vadis in Lauf leider nicht möglich, eine Unterscheidung in Konsumententypen (Buchresistente, Gelegenheitsleser, buchkaufende Nichtleser, Wenignutzer, Durchschnittsnutzer, ausleihende Leseratten, kauffreudige Leseratten, Regalsteller) zu machen.

182 Befragte haben auf diese Frage geantwortet (auf drei Fragebögen fehlte die Angabe dazu):

- 8,24% der Befragten halten einen günstigen Preis für unwichtig (1);
- 11,54% halten ihn für weniger wichtig (2);
- 40,66% halten den günstigen Preis für mittelwichtig (3);
- 25,82% halten ihn für wichtig (4);
- 13,74% halten ihn für sehr wichtig (5).

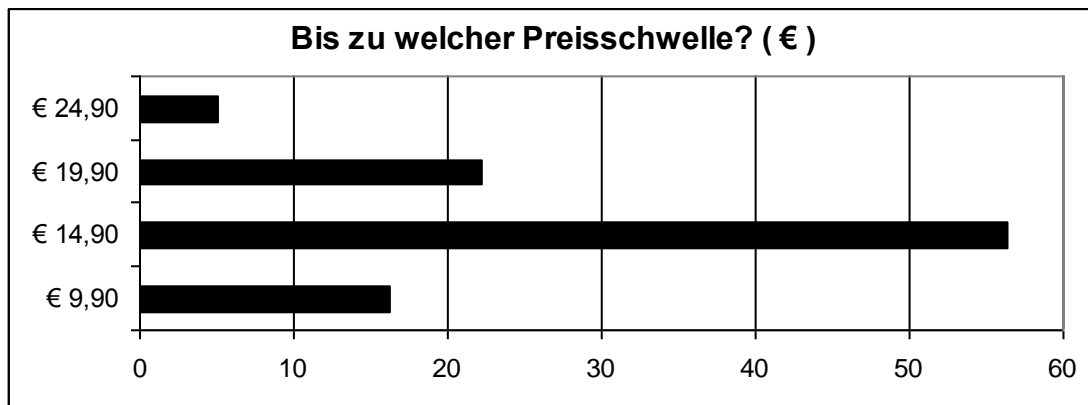
Knapp 20% halten einen günstigen Buchpreis für unwichtig oder weniger wichtig. Doch für gut 40% ist der günstige Preis von einer gewissen Bedeutung. Für ein gutes Viertel ist er wichtig – zusammen mit denjenigen, die ihn sogar für sehr wichtig halten, ergibt sich ein Wert von knapp 40%. Insgesamt achten 80,22% (also vier von fünf Käufer/innen!) beim Buchkauf auf den günstigen Preis! Dies spiegelt auch der Durchschnittswert von 3,25 wider.

Der Durchschnittswert ist deshalb nah beim arithmetischen Mittel, weil die meisten ihr Kreuz bei „mittelwichtig“ gemacht haben. Doch bei den Rubriken „vom Kauf abhalten würde mich:“ und „besonders wünsche ich mir:“ wird der Preis (obwohl doch schon abgefragt!) noch 26-mal erwähnt – entweder als „ein hoher Preis“ oder „einen niedrigen

Preis“ (s.a. Kapitel II.5.1. und II.5.2.). Dies deutet auf eine hohe bis sehr hohe Preissensibilität der potentiellen Käufer/innen hin.

Zusammenfassend: Der günstige Buchpreis ist für vier von fünf Käufer/innen ein Aspekt, den sie bei der Kaufentscheidung berücksichtigen.

4.2. Welcher Preis?



Wir haben im vorigen Abschnitt festgestellt, dass ein günstiger Preis für vier von fünf potentiellen Buchkäufern/innen einen (unterschiedlich) beachtenswerten Aspekt bei der Kaufentscheidung darstellt. Falls sie den günstigen Preis für wichtig erachteten, sollten die Befragten ankreuzen, bis zu welchem Preis sie bereit wären, einen historischen Roman zu erwerben. Die dabei vorgegebenen Preise waren: 9,90 €, 14,90 €, 19,90 € und 24,90 €. Die Fragestellung („Wenn wichtig, bitte bis zu €:“) ließ dabei außer Acht, ob es sich um gebundenes Buch (Hardcover, HC) oder ein Taschenbuch (TB) handelt.

117 Befragte haben auf diese Folgefrage geantwortet:

- 16,20% würden bis zu 9,90 € für einen historischen Roman ausgeben;
- 56,50% würden bis zu 14,90 € ausgeben;
- 22,20% würden bis zu 19,90 € ausgeben;
- 5,10% würden bis zu 24,90 € dafür ausgeben.

Fast drei Viertel der Antwortenden (genau 72,7%) würden nicht mehr als 15 € für einen historischen Roman bezahlen wollen. Nur ein gutes Viertel (genau 27,3%) wären bereit, über diese Summe hinauszugehen, davon wiederum aber würden nur 5,1% (oder sechs Antwortende) bis zu 25 € ausgeben.

Zusammenfassend: Drei Viertel der diese Frage Beantwortenden würden nicht mehr als 15 € für einen historischen Roman ausgeben, gleichgültig ob HC oder TB.

5. Ansichten, Meinungen und Wünsche

Nach so ausführlicher Abfrage der Bedeutung verschiedenster Aspekte, einen historischen Roman zu kaufen, sollte den Teilnehmerinnen und Teilnehmern an der Laufer Umfrage auch noch die Gelegenheit gegeben werden, frei ihre Meinung zum Thema historischer Roman zu äußern. Sie wurden aufgefordert, unter den Rubriken „Vom Kauf abhalten würde mich“ und „Besonders wünsche ich mir“ Dinge zu nennen, die ihnen besonders am Herzen liegen und die vielleicht nicht abgefragt worden waren.

5.1. Vom Kauf abhalten würde mich

An erster Stelle wurde ein hoher Preis genannt: insgesamt 29-mal wurde der hohe Preis als Hinderungsgrund aufgeführt, obwohl er doch schon zweimal abgefragt worden war (s.a. Kapitel II.4.1 und II.4.2.). Dies unterstreicht – zusammen mit der zweimaligen Forderung „dass das Buch gleich als TB erscheint“ aus dem nächsten Kapitel – die sehr hohe Preissensibilität der potentiellen Kaufinteressenten.

Danach wurden je sechsmal genannt eine langweilige Handlung (s.a. Kapitel II.2.5.; dazu kommt noch einmal die „Vorhersehbarkeit der Handlung“) und die Schilderung von Brutalitäten. Viermal aufgeführt wurde ein schlechter Schreibstil. Wir haben schon in Kapitel II.2.8. gesehen, dass diese Umfrage es nicht leisten kann, den Schreibstil näher zu definieren. Unter diesen Begriff fallen auch Äußerungen wie „Kitsch“, „zu schwülstig“, „langatmig“ (zweimal), „oberflächlich“, „reißerisch“, „geschwätzig“ und „trivial“.

Ebenfalls viermal genannt wurden schlechte Kritiken (s.a. Kapitel II.3.1.) oder negative Berichte von Freunden oder Bekannten (s.a. Kapitel II.3.3.). Darunter fällt auch die einmal vorkommende Erwähnung „dass ich ein schlechtes Buch dieses Autors gelesen habe“.

Als vom Kauf abhaltend wurden je zweimal erwähnt „wissenschaftliche Abhandlungen“, „zu wenig Information im Umschlagstext“ und „zu dicke Bücher“.

Nur einmal wurden folgende Aspekte erwähnt:

- Mangel an historisch realistischen Bezügen (s.a. Kapitel II.2.1. und II.2.2.)
- Zeitfremde Sprache

- Lapidare Neugestaltung bekannten Wissens (s.a. Kapitel II.2.1.)
- Unrealistisches
- Tagebuch- oder Briefform
- Themen wie Religion, Glaube und Kirche im allgemeinen.

5.2. Besonders wünsche ich mir

Besonders wünschten sich die Laufer einen korrekten historischen Hintergrund (zehnmal!), ein realistisches Bild der Zeit (zweimal) und Einblicke ins historische Alltagsleben (zweimal). All dies unterstreicht ein weiteres Mal das in Kapitel II.2.1. Ausgeführte.

Eine Mischung aus guter Recherche und viel Kreativität wurde zweimal genannt.

Spannende Unterhaltung wurde, wiewohl schon abgefragt, doch noch zehnmal handschriftlich aufgeführt.

Gute Lesbarkeit und guter Stil wurden dreimal genannt. Ebenfalls dreimal wurden verlangt „öfter Lesungen bekannter Autoren in unserem Landkreis“. Dem entspricht, dass fünfmal ein regionaler Bezug eingefordert wurde („Bücher über Nürnberg und Umgebung“, aber auch „Schriftsteller der Region“).

Zweimal kam die Bitte nach einem „Nachwort, das erläutert, was in dem Roman wahr ist und was erfunden“ (s.a. Kapitel II.1.3.). Ebenfalls zweimal wurde die Zeit von 1900 bis 2000 verlangt. Dies stößt sich allerdings mit der Definition eines historischen Romanes von Quo Vadis (vor 1918; keine lebenden Zeitzeugen mehr).

Jeweils nur einmal wurden folgende Aspekte erwähnt:

- Biographien
- Psychologisch fundiert (s.a. Kapitel II.2.7.)
- Bücher mit der Entwicklung von Menschen, ihrer geistigen Haltung, ihrer Stellung zur jeweiligen Zeit
- Witz
- Romane, in denen die Geschichte einer Familie (ev. über Generationen hinweg) geschildert werden
- Frauengestalten in verschiedenen Generationen
- Mehr historische Jugendbücher.

III. Schlussbemerkung: die Freiheit von Autoren und Verlagen

***„Jede Art zu schreiben ist erlaubt,
nur nicht die langweilige!“***

(Voltaire)

Langweilen verboten? Ja, die Ergebnisse der Laufer Umfrage sind absolut eindeutig: die Leser/innen suchen an erster Stelle spannende Unterhaltung (4,47). Die soll gut lesbar sein (4,43). Außerdem sollen die Charaktere gut aufgebaut sein und eine Entwicklung haben, die Handlung psychologisch stimmig sein (4,07). Lesbarkeit, Charakterentwicklung und psychologische Stimmigkeit als Garanten für spannende Entwicklung, diesen literarischen Anspruch stellen die Leserinnen und Leser!

Beim Genre des historischen Romans kommt noch hinzu, dass die Leser/innen neben einer realistischen Handlung gut recherchierte Informationen über die Epoche und Faktentreue erwarten (4,01). Die potentiellen Käufer/innen wollen in ihrem Wissensbedürfnis ernst genommen werden, weshalb das Verlangen nach einer besonderen Ausstattung in Form von Karten, Erläuterungen, Zeittabellen und einem Personenverzeichnis groß ist (3,67).

Dies sind die Erwartungen des Publikums an den historischen Roman, denen die Autoren und Verlage entsprechen sollten, um kommerziellen Erfolg zu haben. Ist eine illegitime Erwartung darunter? Wohl kaum!.

Dieses Gebot der Nicht-Langeweile wirkt sich auch auf alle anderen Aspekte der Umfrage aus. Die Umschlaggestaltung muss nicht aufwendig sein (2,47), denn sie sagt nichts aus über die Spannung der Handlung; der Name des Autors / der Autorin muss nicht bekannt sein (2,2), denn auch ein/e Unbekannte/r kann eine spannende Handlung erfinden; das Geschlecht der Hauptperson spielt fast keine Rolle (1,82), denn nicht nur Frauen kann Spannendes widerfahren; die Historizität der Hauptfigur ist gleichgültig (2,86), denn bekannte Figuren der Geschichte können genau so Abenteuer erleben, wie dies fiktiven Gestalten zugetraut wird. Die Zeitepoche ist nicht festgelegt (2,71), alle Epochen können die Leser/innen fesseln, denn langweilige Jahrhunderte hat es in der Menschheitsgeschichte kaum gegeben; das Subgenre kennt keinen Gewinner und keine Verlierer, ein Drittel der Befragten will sich nicht einmal festlegen lassen, denn spannende Unterhaltung bietet der Kriminalfall genauso wie die Liebesgeschichte.

Hier liegt die fast grenzenlose Freiheit von Autoren und Verlagen. Hier liegt aber auch die Forderung der Kundschaft nach großer Verschiedenheit: **Ihr dürft alles, ihr sollt alles, nur langweilen dürft ihr uns nicht!**

Können der Verlag und die Autoren etwas tun, um einem spannend geschriebenen, unterhaltsamen Buch zum kommerziellen Erfolg zu verhelfen? Bestsellerlisten (2,74), Presse (2,7) und Internet (2,12) können nur sehr eingeschränkt als Orientierung dienen. Wichtiger sind schon Werbemaßnahmen bzw. Empfehlungen des Buchhandels (3,01), aber am wichtigsten für ein Buch ist die persönliche Empfehlung von Freunden (3,45). Nichts verhilft einem Roman zu mehr begeisterten Lesern und Leserinnen als viele begeisterte Leserinnen und Leser. Gekauft wird dann von ganz allein – trotz einer hohen Preis-sensibilität.

Fragebogen zur Quo Vadis Lesenacht

Bitte helfen Sie uns, Ihre Wünsche noch besser kennen zu lernen. Unter allen, die diesen Fragebogen heute bis 21:30 ausgefüllt abgeben, werden Bücher der Quo Vadis Autoren verlost.

Welche Bedeutung haben folgende Aspekte für Sie, einen historischen Roman zu kaufen:

- **Titel, Klappen- bzw. Umschlagstext**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Aufwändige Umschlaggestaltung**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Ausstattung (z.B. Karten, Erläuterungen, Zeittabelle, Personenverzeichnis)**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Informationen über die Epoche, Faktentreue, realistische Handlung**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Historische Persönlichkeit als Hauptfigur?**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Eine bestimmte Zeitepoche?**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)

Wenn wichtig, bitte welche (Epochen nicht wissenschaftlich)! Bitte 3 Stimmen vergeben!

-1000 v.Chr. 1000-300v.Chr. 300v.-400 n.Chr. 400-900
Vorgeschichte Frühe Antike Antike Spätantike/Frühmittelalter

900-1400 1400-1600 1600-1800 1800-1900
Mittelalter Renaissance Neuzeit Neueste Zeit

- **Aussicht auf spannende Unterhaltung?**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Geschlecht der Hauptperson?**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Bekanntheit der Autorin/des Autors**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Charakter und Entwicklung der Figuren, psychologischer Hintergrund der Handlung**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Lesbarkeit, Schreibstil, literarisches Niveau?**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)
- **Rezensionen in Presse/Rundfunk/Fernsehen etc ?**
1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)

• **Rezensionen im Internet?**

1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)

• **Empfehlungen von Freunden?**

1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)

• **Empfehlung/Werbung/Präsentation des Buchhandels?**

1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)

• **Bestsellerlisten?**

1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)

• **Ein günstiger Preis?**

1 2 3 4 5 (1 = unwichtig / 5 = sehr wichtig)

Wenn wichtig, bitte bis zu € : 9,90 14,90 19,90 24,90

-

• **Ich bevorzuge: hist. Krimis Abenteuer hist. Biographien keine Festlegung**

• **Generell: Ich lese historische Romane**

1 2 3 4 5 (1 = eher selten / 5 = sehr häufig)

Vom Kauf abhalten würde mich:.....

Besonders wünsche ich mir:.....