



SACHBUCH »Darm mit Charme« hat einen Trend im Buchmarkt ausgelöst: Populärwissenschaftliche Titel mit einer Portion Humor sind seither gefragt. Im Interview erläutert Stefan Ulrich Meyer (Droemer) das Phänomen.

Hirn, Haut und Herz unterhaltsam erklärt

Berührung ist wichtig: In ihrem Buch „Haut nah“ erläutert die Dermatologin Yael Adler unter anderem, warum das Fehlen angenehmer Berührungen wie Streicheln und Küssen „zu Stress, Ängsten und gestörten zwischenmenschlichen Beziehungen“ führt.

Wenn der Mitbewohner seine Mitbewohnerin fragt: „Du studierst doch Medizin – wie geht kacken?“, kann das der Auslöser für eine steile Buchkarriere sein: Seit März 2014 befindet sich „Darm mit Charme“ von Giulia Enders ununterbrochen auf der SPIEGEL-Bestsellerliste Paperback Sachbuch. Bereits nach neun Monaten konnte beim Abverkauf die magische 1-Mio-Marke geknackt werden, 2014 und 2015 war es das meistverkaufte Sachbuch in der Paperback-Sparte. Die Übersetzungsrechte wurden in über 30 Länder verkauft.

Zum Erfolg trugen vor allem die Entertainmentqualitäten der Jungmedizinerin bei: Giulia Enders klärte nicht nur ihre WG über die Vorgänge im menschlichen Darm auf, sondern nahm bald darauf mit einem heiteren Kurzvortrag zum Thema an Science-Slams in verschiedenen Städten teil, wo sie dreimal den ersten Preis davontrug. Bei einem dieser Wettbewerbe wurde sie von Literaturagentin Michaela Röhl von der Berliner Agentur Petra Eggers entdeckt und dazu angeregt, ihre Darm-Plaudereien in Buchform zu bringen. Gesteuert von



Medientauglich: Die Dermatologin und Bestsellerautorin Yael Adler tritt seit 2003 als Gesundheitsexpertin im Fernsehen auf. Mit ihrem im September erschienenen Buch „Haut nah“ war sie unter anderem in der Talkshow „3nach9“ zu Gast.

den PR-Aktivistinnen im Ullstein-Verlag absolvierte Enders anschließend muntere Talkshow-Auftritte, die Hunderte weiterer Medienreflexe auslösten.

Türöffner für andere Verlage

Enders trat mit ihrem Buch nicht nur eine Welle weiterer Titel los, die andere Verlage zum Thema Darmgesundheit auf den Markt brachten. So erklärte Scorpio-Verlagsleiterin Dagmar Olzog gegenüber buchreport: „Giulia Enders ist es gelungen, das Thema ‚Darm‘ aus der Tabuzone zu holen und eine breite Öffentlichkeit dafür zu interessieren.“ Bei Scorpio hat der Mediziner Adrian Schulte unter dem schon nicht mehr ganz so charmanten Titel „Alles Scheiße!? – Wenn der Darm zum Problem wird“ im Januar einen Ratgeber herausgebracht.

Die Verbindung medizinischer Erkenntnisse mit einem flotten, humorigen Erzählton sollte darüber hinaus zum Vorbild weiterer, teils erfolgreicher Titel werden, deren Autoren ein bestimmtes Organ unter die Lupe nehmen:

■ **Herz:** Mit Johannes Hinrich von Borstel hat Ullstein 2015 das männliche Gegenstück zu Enders in den Autorenstamm aufgenom-

men: Ebenfalls Medizinstudent und erfolgreicher Science-Slammer, hat sich der angehende Kardiologe das Herz-Kreislauf-System unter dem Titel „Herzrasen kann man nicht mähen“ vorgeknöpft. Der Titel brachte es bis auf Platz 16 der Paperback-Bestsellerliste.

■ **Prostata & Co.:** Urologen erklären organische Abläufe und präsentieren Fallgeschichten aus dem Berufsalltag in „Untenrum glücklich“ (von Oliver Gralla, bei Bastei Lübbe) sowie „Fit im Schritt“ (von Volker Wittkamp, bei Piper).

■ **Gehirn:** Der Gedächtnisweltmeister und Hirnforscher Boris Nikolai Konrad gibt Einblicke in die Mechanismen von Erinnern und Vergessen in seinem Buch „Alles nur in meinem Kopf“ (Ariston). Wie unser Gehirn bei der Wahrnehmung der Welt und anderer Menschen funktioniert, erläutert Dong-Seon Chang im Rowohlt-Taschenbuch „Mein Hirn hat seinen eigenen Kopf“. Der Neurowissenschaftler ist ebenfalls als erfolgreicher Science-Slammer unterwegs.

■ **Zähne:** Mit Co-Autorin Cornelia Höchstetter räumt Alexander Lehnartz in „Doc Alex‘ wunderbare Welt der Zähne“ (Landwirtschaftsverlag Münster) mit Legenden und Mythen zum Thema auf. ▷

Planbarer Bucherfolg:
Ein breiter thematischer
Ansatz und ein heraus-
ragender Autor sind
wichtige Voraussetzungen,
um einen Titel zum
Bestseller zu machen,
weiß Stefan Ulrich
Meyer, Programmleiter
Sachbuch bei Droemer .



Im Januar erscheint zudem der Titel „Gesund beginnt im Mund“ (Knaur MensSana), in dem der Zahnarzt Hubertus von Treuenfels „das faszinierende und weitgehend unbekanntes Wechselspiel von Mund, Körper und Seele“ erläutert, wie es vom Verlag heißt.

Wissen für ein »breites Publikum«

Den momentan erfolgreichsten Titel hat im September die Dermatologin Yael Adler bei Droemer vorgelegt: „Haut nah“ belegt Platz 4 der Bestsellerliste Paperback Sachbuch. buchreport hat mit Droemers Sachbuch-Programmliter Stefan Ulrich Meyer über das Phänomen der unterhaltsamen Medizinlektüre gesprochen.

Sich humorvoll einzelnen Körperregionen anzunähern, gilt seit „Darm mit Charme“ als Rezept, das sich auf dem Buchmarkt bewährt. Wurde die Kombination Gesundheit und Humor zu lange von den Sachbuchverlagen vernachlässigt?

Zunächst glaube ich, dass diese Beobachtung nur zum Teil zutrifft. Wesentlich ist weniger die Verbindung des Themas Gesundheit mit Humor, zentral ist die Verknüpfung von Gesundheit und Narrativität. Der Humor ist ein Bestandteil dieses Konzepts narrativer Wissensvermittlung, das es unterhaltsamer und leichter macht. Diese Wissensvermittlung für ein breites Publikum in einem leichten und gelegentlich augenzwinkernden Ton umfasst heute nahezu alle Bereiche des Sachbuchmarktes. Man denke etwa an Richard David Precht im Bereich der Philosophie oder Alexander von Schönburg mit seiner „Weltgeschichte to go“. Im Bereich der Medizin und der Naturwissenschaften sind es Eckart von Hirschhausen, Manfred Lütz und die „Science Busters“ Gruber, Oberhammer und Puntigam. Giulia Enders hat sich, diesem Trend folgend, mit „Darm mit Charme“ einem einzelnen Organ angenommen. Reine, trockene Wissensvermittlung funktioniert für ein breites Publikum

Lauter griffige Titel:
Nicht nur inhaltlich,
auch in der Aufma-
chung ist eine Vielzahl
der Titel im Segment
der unterhaltsamen
Wissensvermittlung an
den Bestseller „Darm
mit Charme“ angelehnt.



Foto: Pixave

nicht mehr. Man braucht einen breiten Ansatz und medientaugliche Autorenpersönlichkeiten, die dann vom Verlag in ihrer Buchkarriere unterstützt werden.

Ist so ein Erfolg wie aktuell beim Droemer-Titel „Haut nah“ planbar?

Unter bestimmten Voraussetzungen und bis zu einem gewissen Grade – denn ganz große Erfolge sind nicht antizipierbar und wir sollten sie dankbar und demütig annehmen – ist er durchaus planbar. Zunächst ist das Interesse an Sachbüchern, die sich augenzwinkernd dem Thema Gesundheit widmen, weiterhin groß. Dann ist unsere Autorin Yael Adler nicht nur eine erfahrene Dermatologin, sondern auch eine fantastische Erzählerin, die über ihren eigenen Fachbereich hinausgeht und den Menschen als Ganzes im Blick hat, was in Deutschland mit den Fachrichtungsabschottungen nicht selbstverständlich ist. Wenn Sie eine so herausragende Autorin mit der kompletten Marketing- und Vertriebskraft unterstützen, ist ein Platz auf der Bestsellerliste nicht zu verhindern.

Haben Sie besondere Marketingmaßnahmen ergriffen?

Uns war klar: Wir müssen die Autorin und den besonderen Ton des Buches deutlich machen. Also haben wir den Buchhandel mit zwei Leseproben aus dem Buch angefixt. Zudem hatten die Vertreter ein von uns produziertes Werbevideo auf ihren Laptops, das sie den Buchhändlern zeigen konnten. Der Buchhandel wurde natürlich auch über die laufenden Marketingkampagnen informiert, etwa, dass das Buch in der „Bild“ und andernorts vorgestellt wird, die Autorin bei Markus Lanz auftritt und wie wir das Publikum mit Werbung ansprechen werden. Zusammengefasst heißt das: Wir haben das Buch zum Spitzentitel gemacht und ihm mitgegeben, was eine große Verlagsgruppe mitgeben kann.

Wie sind Sie bei der Themenfindung vorgegangen?

In diesem Fall mussten wir das Thema nicht selbst identifizieren und nach dem entsprechenden Autor suchen, sondern hatten das Glück, dass eine Agentur uns Yael Adler angeboten hat. (Anmerkung der Redaktion: Die Agentur Petra Eggers hat auch Giulia Enders entdeckt.) Die Agentin Katrin Kroll hat Frau Adler, die vor allem im Großraum Berlin in den Medien schon sehr präsent zu diesem Thema gewesen ist, von dem Buchprojekt überzeugt. Dann ist es dem gesamten Verlag in einem Schönheitswettbewerb mit starker Konkurrenz gelungen, Frau Adler für Droemer Knauer zu gewinnen.

Wie groß ist die Zielgruppe?

Das ist eine riesige Zielgruppe, allein schon, wenn man sich anschaut, dass der Markt nur für Körperpflegeprodukte bei 12 Mrd Euro im Jahr liegt und damit den gesamten Buchmarkt weit hinter sich lässt. Darüber hinaus ist die Haut in vielerlei Hinsicht ein Thema für fast jeden Menschen, wenn es etwa um den Hautschutz geht, um die Alterung, im Winter um Trockenheit, in der Pubertät um Akne oder um Krankheiten, bei denen sich die Seele über die Haut ausdrückt. Auch schlechte Ernährung wird oft auf der Haut sichtbar. Die Haut ist also ein Spiegel des körperlichen und seelischen Befindens und etwas, was, banal gesprochen, den Menschen in seiner Gesamtheit umspannt.

Vermittelt die Autorin denn auch völlig neue Erkenntnisse?

Yael Adler verfolgt die internationale Forschung zum Thema Haut, sie vermittelt und popularisiert neuestes Wissen. Beim Lesen stellt man fest: Einiges weiß man bereits, Einiges ist neu, aber in dem großen Kontext hat man es noch nie betrachtet. Diese Bücher zeichnet also vor allem aus, dass sie Wissen auf eine leichte Art dem Leser nahebringen und Zusammenhänge deutlich machen.