

Ratgeber – es ist schön, ein Weg-Weiser zu sein

*Marion Grillparzer im Werkstattgespräch mit
Sandy Holzer und David Oels*

Marion Grillparzer studierte Ökotrophologie an der Technischen Universität Weihenstephan. Auf das Diplom folgte die journalistische Ausbildung an der Henri-Nannen-Schule in Hamburg. Als Redakteurin mit den Schwerpunktthemen Gesundheit und Ernährung schrieb sie für *Meine Familie und ich*, später dann unter anderem für *Das Haus*, *Ambiente*, *Stern*, *Elle*, *Donna* und die *Bunte*. Seit 1999 schreibt sie Ratgeber und gehört zu den derzeit erfolgreichsten deutschen Autorinnen in diesem Segment. 2005 schafften es gleich drei ihrer Titel auf die von der GfK-Media Control ermittelte Bestsellerliste der Zeitschrift *Focus*, *GLYX-Diät*, *GLYX-Diät – Das Kochbuch* und *Salto vitale*. Mit dem von ihr erfundenen Begriff GLYX, eine Kurzform für glykämischer Index, propagiert Frau Grillparzer eine neue Art und Weise der Gewichtsreduktion, welche sich durch Wissen, Fröhlichkeit und Genuss auszeichnet. Ihr Ziel: eine Diät, die Lebensfreude vermittelt. Ihr Rezept: Ratgeber, die fröhlich, informativ und bunt sind. Ratgeber, die man gerne liest.

Frau Grillparzer, was hat Sie dazu bewogen, Ratgeber zu schreiben?

Ich lebe, was ich empfehle und ich bin Expertin auf dem Gebiet »Ernährung«. Außerdem schreibe ich gerne. Mein Ziel war es, eine neue Art Ratgeber zu schreiben, bei dem einem nicht die Füße einschlafen, der es in Bestsellerlisten schafft. Und der Menschen dazu bewegt, nicht nur zu lesen – sondern zu handeln. Eigentlich wollte ich das Ergebnis meiner Diplomarbeit widerlegen. Damals habe ich über Medienwirkungsforschung im Gesundheitswesen geschrieben und feststellt, dass man mit Publikationen keinen Einfluss auf das Verhalten

Leseprobe aus:
Non Fiktion – Ratgeber.
Hrsg. von David Oels &
Michael Schikowski
ISBN 978-3-86525-295-1
© 2012 Wehrhahn Verlag,
Hannover

nehmen kann. Heute, nach vielen veröffentlichten Büchern, denke ich: Man kann. Immer wieder höre ich: »Jetzt habe ich es kapiert, das mache ich!« Und in meinem Forum kann man die Verhaltensänderungen nachlesen, in Form von Blutwerten, verlorenem Gewicht (mitunter 50 Kilo) und ganz häufig einem Anstieg der Lebensqualität: mehr Energie, bessere Laune, weniger Zipperlein.

Tatsächlich? Ist es nicht oft so, dass Ratgeber gekauft – und vielleicht sogar gelesen werden, ohne dass der Rat dann auch befolgt wird?

Die Rezeption variiert natürlich je nach Ratgeber und ist in erster Linie abhängig von dem jeweiligen persönlichen Interesse. Ausschlaggebend sind allerdings auch der Leidensdruck und die Involviertheit des Lesers. Jemand mit Lebensmittelallergie wird eher einem guten Autoren trauen und ausprobieren, ob ihm seine Ratschläge gut tun. Ein Homöopathie-Interessierter wird sicher ein Buch über die Selbstmedikation in der Homöopathie ausprobieren, ein Rosenfan die Rosen nach Anleitung des Ratgebers schneiden und ein Hobby-Ornithologe das Bestimmungsbuch mit auf seine Ausflüge nehmen. Wird allerdings ein Buch gekauft, dass schon beim Lesen das Gefühl gibt, der Titel hält nicht, was es verspricht, wird es gewiss oft beiseitegelegt, ohne dass man dem Rat folgt.

Sie schreiben nun schon seit 1999 Ratgeber. Hat sich seitdem etwas verändert?

Ratgeber gibt es ja schon ewig. Früher verstand man darunter jedoch nur Gesundheitsbücher, Bücher für Kindererziehung, solche für die brave deutsche Hausfrau und natürlich Kochbücher. Mitte des letzten Jahrhunderts tauchten dann langsam die stärker themenorientierten Ratgeber auf, die vereinzelt auch zu Bestsellern wurden, so z. B. »Wie neugeboren durch Fasten – Abnehmen, Entschlacken und Entgiften. Der ärztliche Führer zum selbstständigen Fasten« (Gräfe & Unzer Verlag 1970) von Hellmut Lützner. Hinzu kamen Titel, die aus Amerika rüberschwappten, von sog. »Erweckungspredigern«, wie Dale Carnegies »Sorge Dich nicht – lebe« (Scherz & Goverts Verlag 1948). Als ich anfing Ratgeber zu schreiben, benutzte man diese sozusagen unter dem Tisch, man gab nicht gern zu, dass man Ratgeber kauft und las. Allmählich war der Markt aber reif, für eine völlig neue Form von Ratgebern. Nicht zuletzt, weil es auch eine neue Form von Rat-Gebern gab – und zwar Motivationstrainer. Ein Trend, der sich an dem steigenden Bedürfnis nach Selbstmanagement orientierte und bis heute erfolgreich ist. Sie versprachen nicht zuletzt, den Leser

zum Manager seines eigenen Lebens zu machen. »Der Weg zur finanziellen Freiheit: In sieben Jahren die erste Million« (Campus Verlag 1998), »Anti-Aging – Die Macht der eigenen Hormone: Bestimmen Sie Ihren Hormontyp. Aktivieren Sie Ihre Lebenskraft« (Südwest Verlag 2003), »Du bist mehr als dein Gehirn: Die Vier-Schritt-Lösung, um Gewohnheitsmuster zu durchbrechen, ungesunde Denkweisen abzulegen und Kontrolle über das Leben zu gewinnen« (Arbor Verlag 2012) und viele andere. Motivationstrainer hat es vorher meiner Meinung nach in diesem Maße in Deutschland nicht gegeben. Und neu war auch das Phänomen der Quantität, ein amerikanisches Phänomen. Diese Experten haben vor Publikum in Stadien geredet und damit bis zu 10 000 Menschen begeistert. Sie waren nicht mehr nur Ratgeber, sondern Erweckungsprediger von beruflicher, geistiger und mentaler Fitness. Und die brauchen Bücher!

Können Sie das etwas genauer erläutern? Warum werden dafür Bücher gebraucht?

Nun, zuallererst kommt Autor von Autorität. Ein Buch eignet sich hervorragend dafür, diese Ausstrahlung gepaart mit dem Wissen der Ratgebenden gebündelt zu präsentieren. Bücher verschaffen dem Autor dadurch Ansehen. Zudem sind sie fassbar. Das ist natürlich für einen Menschen, der von Vorträgen lebt, wichtig. Und für die Zuhörer ebenso. Schließlich möchte man die Weisheiten seines »Gurus« mitnehmen, besitzen und zu Hause noch einmal nachlesen können.

Gehören Buch und Beratung zusammen? Ist das Buch generell für Sie das beste Medium für einen Ratgeber?

Tja, beide Seiten können sich gegenseitig befruchten. Man muss in der Beratung immer ein Infozept weitergeben, sonst wird alles vergessen. Manchmal ersetzt das Buch die Beratung. Aber ja, das Buch ist für mich persönlich das beste Medium für Ratgeber, weil es umfassend informiert und man es jeder Zeit aufklappen kann. Und es schafft eine Unverbindlichkeit, die bei manchen Themen ausschlaggebend für eine Aktivität ist. Bei einem Buch hat man nicht die Berührungssängste, wie bei einem Menschen, egal ob es sich dabei um einen Arzt, einen Therapeuten oder Coach handelt. Ein weiterer Vorteil ist: Das Buch ist mitunter sehr, sehr viel günstiger. In Deutschland haben es die Ratgeber außerdem zu einer neuen und journalistischen, unterhaltsamen und multimedialen Buchform gebracht. Im Magazinstil und gut zu lesen. Lebebücher. Bücher, die man gerne zeigt, auf den Tisch legt. Der erste Titel dieses Genres war wohl »Forever Young. Das Erfolgsprogramm« von Dr. Ulrich Strunz und erschien 1999 bei Gräfe & Unzer.

Und wie haben sich diese Veränderungen ausgewirkt?

Inhaltlich haben die meisten Ratgeber nachgezogen. Sie liefern im Buch Reportagen, bunte Interviews, Geschichten von Menschen, Listen, Tabellen, Tipps, Tricks, Interaktionen und Links. All das sind Unterhaltungselemente, die einen bunten Ratgeber ausmachen. Natürlich gab es auch eine optische Entwicklung im letzten Jahrzehnt weg vom Von-der-Stange-Bild, vom Katalogmensch-Lächeln hin zur Natürlichkeit. Ratgeber zeichnen sich heute immer mehr durch einen künstlerischen – keinen künstlichen – Stil aus. Sie animieren den Leser durch ihre Aufmachung, gerne hinzuschauen und gerne zu lesen.

Können Sie ein Beispiel nennen?

Vielleicht eines Ihrer Bücher?

Dabei fällt mir spontan meine Publikation »33 magische Suppen« (Gräfe & Unzer Verlag 2008) ein, denn dieser Ratgeber ist meiner Meinung nach eine sehr gelungene Komposition von Text, Layout und Fotografie. Jede Suppe erzählt nämlich eine Geschichte, die der Fotograf Wolfgang Schardt mit optischen Elementen aufgreift. Lassen Sie mich das an dem Beispiel der Spinatcremesuppe belegen: In der Geschichte wird erzählt, wie der Seemann Popeye in den USA den Spinatkonsum ansteigen lies. Schardt fotografierte die Suppe daher mit einem blau-gestreiften Seemanns-T-Shirt und einem Anker. Die Grafikerin wählte einen meerblauen Hintergrund und nutzte geschickt die Verbindung von Text und Grafik durch maritime Symbole als optisches Element. Somit wurde jede der 33 Suppen zu einem eigenen kleinen Wunderwerk.

Abb. 7
Popeye's Vermächtnis –
eine magische Spinatcremesuppe

Abb. 6
Marion Grillparzer:
33 magische Suppen



Welche Rolle spielt dabei der Autor/die Autorin?

Was macht einen erfolgreichen Ratgeber-Autor/ eine erfolgreiche Ratgeber-Autorin aus?

Die Frage dahinter ist doch, wer schafft es heute noch auf die Bestsellerlisten? Die Erweckungsprediger von vor zehn Jahren, unter anderem Vera Birkenbiel, Prof. Lothar Seiwert, Dr. Ulrich Strunz und Jürgen Höller, die Hallen gefüllt haben, werden heute abgelöst von den Experten, die gerne in Zeitschriften und vor allem ins Fernsehen gehen und im besten Fall multimedial vertreten sind. Zu nennen wären hier »Schlank im Schlaf: Die revolutionäre Formel: So nutzen Sie Ihre Bio-Uhr zum Abnehmen« von Dr. Detlef Pape (Gräfe & Unzer Verlag 2007) zum Thema Abnehmen, »Die Marianowicz-Methode: Mein Programm für einen schmerzfreien Rücken« von Dr. Martin Marianowicz (Arkana 2012) für den gesunden Rücken oder auch Promi-Coachs wie David Kirsch mit seinem Ratgeber »Die ultimative New York Diät: Der schnellste Weg, um in Form zu kommen« (Riva 2007). Dann gibt es noch die Prominenten, die selbst Ratgeber geschrieben haben. Auch da wurden ein paar zu Bestsellern. Ursula Karven mit ihrem Yoga-Ratgeber »Yoga für dich und überall: 60 unglaublich nützliche Übungen – für jedermann und jeden Tag« (Goldmann Verlag 2009). Karl Lagerfeld mit seinen Tipps zum Abnehmen, erschienen in dem Buch »Die 3D-Diät« (Steidl 2002). Die Brüder Vitali und Wladimir Klitschko sind allerdings 2002 trotz Medienrummel mit ihrem Fitnessbuch »Unser Fitnessbuch. In 12 Runden mehr Power, schöne Muskeln, attraktiver aussehen« (Gräfe & Unzer Verlag) nicht erfolgreich gewesen. Und natürlich die Entertainer. Patric Heizmann erzählt in seiner Publikation »Ich bin dann mal schlank – Das Koch- und Rezeptbuch« (Drakal Fachverlag 2010) zwar nichts Neues, verpackt es aber fröhlich in Bilder. Womit wir beim Vertrauensfaktor sind, der für einen erfolgreichen Ratgeber-Autor unabdingbar ist. Karvens Yoga-Buch vertrauen wir. Die Klitschkos sind zwar Helden im Boxring, gehören aber nicht zu den Experten, von denen man ein machbares Home-Training erwartet. Von Ursula Karven hingegen schon. Der Vertrauensfaktor ist daher enorm wichtig. Der Leser muss diesem Menschen trauen können. Ein Arzt hat da aufgrund der beruflichen Reputation gute Karten. Ein Moderator, eine Moderatorin dann, wenn er/sie von Selbsterlebtem erzählen kann wie zum Beispiel Susanne Fröhlich in ihrem Buch »Moppel-Ich. Der Kampf mit den Pfunden« (Krüger 2005). Ihr hat man das Moppel-Ich geglaubt, dem Turnschuhmoderator Chernobatey seine Diät allerdings weniger. Sein Ratgeber »Fit wie ein Turnschuh: Minimaler Aufwand – maximaler Erfolg« (Knaur Ratgeber

Leseprobe aus:
Non Fiktion – Ratgeber.
Hrsg. von David Oels &
Michael Schikowski
ISBN 978-3-86525-295-1
© 2012 Wehrhahn Verlag,
Hannover

2005) lief deshalb auch weniger gut. Wunderbar ist es, wenn die Experten auch noch lustig sind wie Harpe Kerkeiling oder Dr. Eckart von Hirschhausen. Die Verquickung von Humor und Ratgeber ist ein besonders erfolgreiches Phänomen der letzten Jahre, genauso wie die sozialintelligenten Köche, bei denen man Tim Mälzer und natürlich Jamie Oliver nennen muss.

Hat sich das Ansehen der Ratgeber-Autorinnen und -Autoren durch diese Phänomene geändert?

Früher konnte jeder einen Ratgeber verfassen, der des Schreibens mächtig war. Und zwar die ganze Bandbreite von Apfelessig bis Gehirntraining. Heute würde das niemand mehr kaufen. Die Rezipienten möchten authentische Autoren, die den Rat, den sie geben, auch selbst befolgen. Autor kommt nicht ohne Grund von Autorität. Und das ist gut so. Der Autor war in den Ratgeber-Verlagen bis zu einem gewissen Punkt nur ein kostenintensives und leider notwendiges Übel. Das hat sich Gott sei Dank ein wenig gewandelt. Am liebsten ist dem Verlag jedoch immer noch, wenn der Autor nicht nur Verfasser, sondern auch gleichzeitig Vertreter ist und seine Bücher selbst verkauft.

Und in der Öffentlichkeit? Werden Ratgeber-Autorinnen und -Autoren auch dort anders wahrgenommen als früher?

Natürlich. Sie werden überhaupt erst heute wahrgenommen. Früher war es doch nicht bekannt, wer der Autor des Apfelessigbuchs war – und es interessierte vielleicht auch nicht allzu sehr. In der Regel wurde der Name des Autors nur kleingedruckt auf dem Cover erwähnt und zumeist war ein Foto vom Autor im Buch noch nicht einmal vorhanden. Heute nimmt man sie jedoch vor allem deshalb wahr, weil die vielen Talkshows und Ratgebersendungen im Fernsehen kostenlose Gäste brauchen und sie in Zeitschriften unter ihrem Konterfei umsonst »Rat geben« dürfen, damit ein werbewirksames Bild vom Buch ebenfalls abgedruckt wird.

Wie schreibt man Ihrer Meinung nach einen Ratgeber, der zum Bestseller wird?

Die Ratgeber, die es auf die Bestsellerliste schaffen, haben meist einen prominenten oder medienaffinen Autoren und ein ansprechendes Thema, zum Beispiel »The Secret – Das Geheimnis« von Rhonda Byrne (Arkana 2007), das bereits erwähnte »Schlank im Schlaf« und meine eigene Publikation »Fatburner: So einfach schmilzt das Fett weg« (Gräfe & Unzer Verlag 2010) – oder einen Gimmick, wie eine Muffin-Backform oder ein Brat-Thermometer. Manchmal reicht ein Faktor,

manchmal braucht es mehr. Aber immer gilt: Bestseller werden gemacht! Authentische Autoren, die auf dem Gebiet Experten sind, gut verpackte Versprechen im Titel sowie die bereits genannten Faktoren sind dabei von großem Vorteil, denn die Presse muss darüber berichten. Allerdings ist das dann noch lange kein Longseller. Ich kann das an einem schönen Vergleich belegen. Das Hypochonder-Buch »Ist dieses Buch ansteckend?: Erste Hilfe für Hypochonder« (Gräfe & Unzer Verlag 2008), das ich mit Deutschlands beliebtester Komödiantin Cordula Stratmann schrieb, war auf der Bestsellerliste und zwar mehr als einmal. Vor allem dann, wenn Frau Stratmann einen Auftritt im Fernsehen hatte und dabei das Buch bewarb bzw. dazu befragt wurde. Mein gleichzeitig erschienenenes Buch »33 Magische Suppen« war nie auf der Bestsellerliste, hat sich jedoch im gleichen Zeitraum wesentlich besser verkauft und ist auch heute noch sehr erfolgreich. Hier hat ein nicht zu unterschätzender Faktor gewirkt: die Mund-zu-Mund-Propaganda. Was man selbst gern liest, das verschenkt man auch. Gerade, wenn es schön gemacht ist oder ein Thema enthält, das den Alltag betrifft.

Das Grillparzersche Erfolgsrezept für einen Ratgeber wäre also ...

... Authentizität: Der Autor muss für den Leser fassbar sein, wissend und vor allem glaubwürdig. Authentizität ist das oberste Gebot und absolute Notwendigkeit für jeden Ratgebenden!

... starke Themen wie zum Beispiel alternative Medizin, populäre Esoterik, Wissenschaft und gesundes Essen. Auch Trendthemen wie Achtsamkeit, Cocooning sowie Themen, die sich generell einer großen Beliebtheit erfreuen wie Wohnen und Babys verkaufen sich gut!

... der Titel! Ein erfolgreicher Titel muss immer ein Versprechen beinhalten. Wie: »Liebe Dich selbst und es ist egal, wen Du heiratest.« Je menschlicher, je emotionaler desto besser. »So stoppen sie das Hungergen« wäre kein besonders eingängiger Titel, während meine Publikation »Hey Heißhunger, ab jetzt bin ich der Boss« (Gräfe & Unzer Verlag 2011) erfolgreich ist!

Da die Themenwahl so wichtig ist; was sollte heute ihrer Meinung nach nicht mehr Gegenstand eines Ratgebers sein?

Lebenshilfe halte ich persönlich nicht mehr für so ein starkes Thema. Eigene Probleme sind heute nicht mehr so mit einem Tabu belegt, daher muss man sich nicht mehr unbedingt Rat aus einem Buch holen. Mittlerweile gibt es genügend andere Wege, um solche Fragen zu stellen. Entweder man bespricht seine Probleme im Bekanntenkreis, geht zu einem Kurzeit-Coach oder holt sich Informationen aus Selbsthilfegruppen respektive aus dem Internet. Auch Wellness

eignet sich meiner Meinung nach nicht mehr für ein erfolgreiches Ratgeber-Thema. Wellness möchte man spüren und leben, nicht lesen. Außerdem haben viele Zeitschriften einen eigenen Wellness-Bereich, der immer aktuell ist. Dafür braucht man kein Buch mehr. Ich achte schon genau darauf, was meine Leser sich wünschen. Werde ich zum Beispiel oft zum Thema Heißhunger gefragt, dann entsteht mit der Zeit ein Buch. Und dazu passend Rezepte oder Sportprogramme, natürlich immer in Zusammenarbeit mit anderen Experten wie Alternativ-Medizinern, Köchen etc. Ich finde, Ratgeber sollten umfassend, auf dem neuesten Stand informieren und unterhalten, vor allem muss jede Seite davon für jeden Leser umsetzbar sein. Sie sollten amüsieren und zum Tun animieren. Ein erhobener Zeigefinger hat in Ratgebern nichts verloren.

Aber sind nicht einige der erfolgreichsten Ratgeber der letzten Jahre, wie bspw. Werner Tiki Küstenmachers *Simplify your Life-Reihe* (Campus Verlag 2001ff.), als Lebenshilfe erfolgreich?

Hier würde ich gerne differenzieren. Bei der *Simplify-Reihe* handelt es sich nicht um Publikationen, die Probleme lösen und als Hilfe agieren wollen, sondern um Bücher, die eine besondere Form des Lifestyles vermitteln, der von Rezipienten gerne gelebt werden möchte.

Wie ist die Resonanz der Leser auf Ihre Bücher? Bekommen Sie Zuschriften, inwiefern Ihre Bücher tatsächlich hilfreich waren?

Die Resonanz ist sehr gut. Ich bekomme Kritik, die ich natürlich kontinuierlich bearbeite – was zum Teil sehr zeitaufwendig sein kann – aber noch mehr Dank. Die Bewertung bei Amazon liegt bei den meisten Büchern zwischen 4,5 und 5 Sternen und ich hatte mehr als ein Dutzend Bücher auf den Bestsellerlisten. Meine Leser schicken mir sogar Talismane, wenn sie mitbekommen, dass es mir nicht gut geht. Ich kriege nicht nur Kopien der neuen Blutwerte, Vorher- und Nachher-Bildchen, sondern auch die Fotos von ihren Babys zugesandt. Geschätzt wird an meinen Büchern vor allem die Schreibe: Auf den Mund geguckt, aus dem Herzen gesprochen.

Wie wichtig ist das Internet für Ratgeberbücher? Welche Funktionen kann es erfüllen?

Zu einem modernen Ratgeber gehört definitiv ein Internetauftritt. Natürlich ist es aufwendig und kostenintensiv, sich richtig um die Leser zu kümmern. Das Optimum wäre ein Blog, ein Forum, eine Seite mit weiterführender, aktueller Information und ein Newsletter. Social Media darf dabei auch nicht fehlen. Dazu gehören unbedingt Plattformen

wie facebook, twitter oder youtube. Perfekt ergänzt wird das durch eine persönliche Betreuung via E-Mail, Telefon und/oder vor Ort.

Und welche dieser Angebote nutzen Sie selbst? Auf welchem Wege kommt der Leserkontakt am ehesten zustande?

Ich nutze alles – Blog, Forum, Homepage, Newsletter, die sozialen Netzwerke, dabei liegt der Fokus allerdings auf facebook. Eine einzige Ausnahme existiert jedoch – twitter hat mich bisher noch nicht als Plattform zum Kommunikationsaufbau mit meinen Lesern überzeugt. Aktuell habe ich sogar einen eigenen Channel auf youtube und stelle dort kleine Minutenfilmchen ein, die meine Leser dann anschauen und abonnieren können. Bewährt haben sich bezüglich der Leserkontakte jedoch die etwas konservativeren Internetangebote wie meine Homepage und E-Mails.

Und zum Abschluss: Was ist für Sie das Schönste am Ratgeben?

Nun, lapidar ausgedrückt ist meine Tätigkeit als Ratgebende damit verbunden, selbst intensiv zu leben und auch immer wieder neue Facetten an mir zu entdecken. Ich spreche nämlich nicht nur mit vielen interessanten und wunderbaren Menschen, vom Benediktinermönch bis zum Gehirnforscher, sondern probiere auch selbst alles aus, was im ernährungswissenschaftlichen Rahmen ebenso wie in verwandten Bereichen gerade angeboten wird. Ob es sich dabei um den neuen In-Käse oder das individuell dosierte Vitalstoffgranulat handelt, oder auch die Ayurveda-Massage, die Ölziehkur, die Bio-Resonanztherapie gegen Candida – ja, sogar die Energie-Pflaster von Otto, dem Geistheiler aus Ottobrunn. Ich erweitere mein Wissen durch solche Dinge ständig, damit ich meinen Lesern ein vielfältiges Erfahrungsspektrum bieten kann. Denn das Beste am Ratgeben ist für mich die Dankbarkeit meiner Rezipienten. Es ist schön, ein Weg-Weiser zu sein.

Frau Grillparzer, herzlichen Dank für das informative Gespräch.