INTERNET

Bloggen zum Bestseller

Der britische Autor Neil Gaiman führt Tagebuch im Internet – und wirbt dabei für seine Romane.

Wenn Frau und Kinder von Neil Gaiman neugierig sind, wo der umtriebige Bestseller-Autor gerade in der weiten Welt unterwegs ist und was für Abenteuer er erlebt, starten sie den Computer. Auf des Künstlers Web-Seite – neilgaiman.com – ist in seinem „Journal“ täglich nachzulesen, was dem in Amerika ansässigen Briten in Hotelzimmern und Flughafenterminals so durch den Kopf rauscht: Sushi in Leipzig, Lesungen in New York, Friedhofsbesuche in Paris, das Digitalisieren von Bibliotheken im Allgemeinen oder absurde Gedichte über den deutschen Exzentriker Martin Semmelrogge, mit dem Gaiman mal eine turbulente Lesetour absolvierte:

„Martin Semmelrogge
Is a gift to a blogger.
While Gerd Köster
Is a disöster.“

„Sogar mein alter Vater klickt sich da jeden Tag rein, um zu wissen, wie es mir geht“, sagt Gaiman.

Mal abgesehen von seiner Verwandtschaft interessieren sich noch Tausende andere Menschen so sehr für Neil Gaiman, dass sie täglich sein Internet-Tagebuch, einen sogenannten Blog, besuchen und seiner Web-Seite zu einem erstaunlichen Erfolg verholfen haben. Kein Wunder, Gaiman ist ein glänzender Geschichtenerzähler, analog und digital, eine Art moderner Märchenonkel aus Tausendundeiner Nacht. Einer, der zu jedem Thema eine glänzende Anekdote oder zumindest originelle Meinung parat zu haben scheint.

Sein Blog ist einerseits eine amüsante Spielerei, andererseits aber längst ein mächtiges Werbeinstrument. Gaimans nun in Deutschland veröffentlichter Roman „Anansi Boys“ sei auch dank seines Blogs in den USA bei Erscheinen direkt auf dem ersten Platz der „New York Times“-Bestseller-Hitparade gelandet, sagt der Autor. Was nicht nur bedeutet, dass er nun mehr Bücher verkaufe, sondern eben auch sehr viel schneller als früher.

Die gemütlichen, analogen Zeiten, als Leser noch über Printanzeigen, Buchhandlungen und Mundpropaganda über Neuveröffentlichungen oder Lesereisen ihrer Lieblingsautoren erfuhren, sind Geschichte. Blogs sind längst enorm einflussreiche PR-Maschinen. Sie können Amateure in Popstars und Medienhelden verwandeln. Die Gunst der Blogleser kann ein Vermögen wert sein.

PHILIPPE MATSAS / OPALE

Schriftsteller Gaiman: *Moderner Märchenonkel*

Wenn Gaiman heutzutage ein neues Buch fertig hat, wissen die Millionen Besucher seines Blogs lange vorher Bescheid und gehen direkt bei Veröffentlichung einkaufen. „Die Umsatzgeschwindigkeit hat sich so beschleunigt, dass mir erstmals ein Nummer-eins-Bestseller gelang.“

Der 46-jährige Autor, der mit seiner lässigen Haarmähne, Jeans und Lederjacke durchaus als Rockstar durchginge, ist ein Veteran der Branche. Seit 23 Jahren lebt der Brite vom Schreiben. Anfangs Journalist, wurde er berühmt als Autor der Fantasy-Comic-Serie „Sandman“, die selbst Norman Mailer so begeisterte, dass er sie als einen „Comic für Intellektuelle“ lobte.

Seit einiger Zeit ist Gaiman auch als Verfasser von Kinderbüchern („Die Wölfe in den Wänden“) gefragt; in Hollywood hat er lange „für viel Geld viele Drehbücher geschrieben, die leider selten umgesetzt wurden“. Nun scheint er auch dort groß rauszukommen. Im August startet „Stardust“ mit Robert De Niro und Michelle Pfeiffer, für das Gaiman die Vorlage lieferte. Weitere Filmprojekte sind auf seiner Web-Seite aufgelistet.

Früher hat Gaiman immer mal wieder versucht, ein Tagebuch zu führen, und zuverlässig jedes Mal nach kurzer Zeit die Lust verloren. Nicht dass es ihm an Geschichten mangelte, aber er hatte keine Freude daran, ohne Publikum seine Geschichten zu verschwenden. Vor sechs Jahren, nachdem er das Manuskript für seinen Roman „American Gods“ fertiggestellt hatte, legte er mit seinem Blog los. Als Werbung in eigener Sache protokollierte er all den Zauber, der nötig ist, um ein Buch zu vermarkten: PR-Kampagnen, Streitereien mit Verlagsvertretern oder Lesereisen. Seitdem ist er dabei geblieben.

Vielleicht weil Gaiman einer der ersten prominenten Blogger war, zog er rasant eine große Fan-Gemeinde im weltweiten Web an. „Ich habe in der Dinosaurierzeit des Bloggens begonnen. Würde ich heute starten, würde das kaum noch auffallen“, sagt er.

Fest steht, dass Bloggen seit einiger Zeit zum globalen Sport geworden ist. Millionen Menschen fühlen sich ermuntert, der Welt etwas mitzuteilen. Milchmänner, religiöse Fanatiker oder Pop-Helden, alle sind dabei. Es gebe zwei Arten von Bloggern, doziert Gaiman: Die einen notieren, was ihnen im Leben so zustößt, die anderen sammeln und ordnen all die Informationen, die nun durch das Internet geistern. Auch Prominente bloggen gern. So wie der Schriftsteller Douglas Coupland, Hollywoodstar Gwyneth Paltrow oder William Shatner alias Captain Kirk vom „Raumschiff Enterprise“. In der Politik machen Blogger den klassischen Medien zunehmend Konkurrenz. So wie die Amerikanerin Arianna Huffington, Betreiberin des „Huffington Post“-Blogs, die vom „Time“-Magazin unter die „100 einflussreichsten Menschen der Welt“ befördert wurde.

Neulich haben Media-Spezialisten den Wert von Neil Gaimans Web-Seite auf gut anderthalb Millionen Dollar geschätzt. Schöner Schwachsinn, sagt Gaiman, denn was wäre sein Blog wert, wenn er ihn verkaufen würde?

Gaiman ist ein wandelnder Blog voll von jederzeit abrufbaren Anekdoten. Zum Abschied, zwischen Tür und Angel, gibt er zum Besten, wie der alte Schock-Rocker Alice Cooper, mit dem er einst einen Comic produzierte, in den siebziger Jahren von seinem Golf-Partner, dem Komiker Groucho Marx, ein kreisrundes Wasserbett zum Geburtstag verehrt bekam. „Alice fand es todhässlich, also schenkte er es Paul und Linda McCartney. Schöne Geschichte, sollte ich mal aufschreiben, oder?“, sagt Gaiman und grinst.

CHRISTOPH DALLACH