
Fake News – jetzt auch in Ihrer Buchhandlung

Falschbehauptungen, Verschwörungstheorien und Hass: Das gibts nicht nur auf Social Media, sondern auch in Büchershops. Die Branche fürchtet Zensur und Umsatzeinbussen mehr als Schandflecke im Sortiment.

Von Marko Kovic (Text) und Isabel Blumenthal (Illustration), 17.01.2022



Zwischen dem Online-Sortiment und jenem im Laden gibts oft grosse Unterschiede.

Gesichtsmasken sind im Kampf gegen Covid-19 nicht nur nutzlos, sondern schädlich. Auch die Covid-Impfungen sind eine grosse Gefahr. Und überhaupt sterben Menschen gar nicht an, sondern nur mit Covid-19.

Altbekannte Falschinformationen zur Pandemie, die auf Social Media herumgeistern? Nein: Es handelt sich um nur einige der spektakulär falschen Behauptungen im Buch «Corona unmasked» von Karina Reiss und Sucharit Bhakdi, zwei Koryphäen in der Corona-querdenkerischen Szene.

Warum Gesichtsmasken etwas nützen, lesen Sie hier. Warum die Impfungen sicher sind, lesen Sie hier. Und warum Menschen an Corona sterben, lesen Sie hier.

«Corona unmasked» ist in praktisch jeder Buchhandlung erhältlich. Wie auch all die weiteren Titel, die in den Online-Shops der Buchhandlungen empfohlen werden, wenn man auf «Corona unmasked» klickt («Durch Corona in die Neue Weltordnung», «Falsche Pandemien», «Virus-Wahn»).

Dass in diesen Büchern fragwürdige bis falsche Informationen kolportiert werden, ist meist nicht ersichtlich. So nehmen es Schweizer Buchhändlerinnen stillschweigend in Kauf – oder fördern es durch das Design ihrer Webshops sogar –, dass ihre Kundschaft mit Fake-News-Literatur in Berührung kommt.

Begründet wird dies mit dem Gebot der Meinungsfreiheit: Die Buchhändler wollen keine «Zensur» ausüben, indem sie Titel wie «Corona unmasked» aus dem Sortiment streichen. Doch die Ursachen ihrer Zurückhaltung reichen tiefer. Die Buchhändlerinnen wissen nicht, welche Rolle sie bei der Digitalisierung spielen sollen und wie sie mit dem wirtschaftlichen Druck, der sich aus der anhaltenden Verlagerung des Geschäfts ins Internet ergibt, umgehen sollen.

Ein Geschäft mit zwei Gesichtern

Facebook, Youtube und Co. stehen seit geraumer Zeit in der Kritik. Zu Recht: Hier finden Falschinformationen und Hassrede aller Art grosse Verbreitung. Rund um die Regulierung dieser Plattformen hat daher eine breite Diskussion eingesetzt.

Doch auch in Büchern wuchern Fake News – und zwar nicht erst seit der Corona-Pandemie. Mit halbwegs amüsanten Verschwörungserzählungen («Die geheime Weltherrschaft der Reptiloiden») über antisemitisch aufgeladene Demagogie («Bevölkerungsaustausch in Europa») bis hin zu potenziell lebensgefährlichen medizinischen Märchen («Krebs verstehen und natürlich heilen») deckt der Buchhandel seit Jahren das ganze Spektrum an Falschinformation und Hassideologie ab. Ohne dass dies grosse Wellen wirft.

Zum Autor

Marko Kovic schreibt, podcastet und forscht zu gesellschaftlichem Wandel. Nach dem Studium der Politikwissenschaft hat er in Kommunikationswissenschaft promoviert, sich erfolglos in der Unternehmensberatung versucht und schliesslich seine Leidenschaft für Gesellschaftskritik entdeckt. Er lebt in Zürich.

Woher kommt diese Diskrepanz? Und wie stehen die Händler selbst dazu?

Um das herauszufinden, begeben Sie sich auf eine Exkursion in eine Reihe von Buchhandlungen. Ich will mir einige fragwürdige Titel, die mir beim Stöbern in deren Online-Shops aufgefallen sind, genauer anschauen.

Doch die Fake-News-Safari durch die Buchhandlungslandschaft wird ein Reinfeld. In den Läden stosse ich zwar auf zweifelhafte Esoterik- und Selbsthilfebücher. Aber die derben Titel, die online angeboten werden, liegen – bis auf einzelne pseudowissenschaftliche Schwurbelbücher («Corona natürlich behandeln») im Regal der Buchhandlung Weltbild – nirgends auf. Offensichtlich funktioniert der stationäre Buchhandel ganz anders als jener im Internet.

Nachforschungen bestätigen die Vermutung. Für jeden Sprachraum gibt es heute zentralisierte Datenbanken mit Millionen von Buchtiteln. Die Online-Shops von Buchhandlungen speisen sich automatisiert daraus. Das bedeutet, dass etwa die Websites von Orell Füssli und Ex Libris zwar unterschiedlich gestaltet sein mögen. Aber beide Shops zapfen dieselbe riesige Datenbank lieferbarer Bücher an. Die physischen Ladensortimente unterscheiden sich, aber die Online-Sortimente sind im Grunde identisch.

Die wichtigste deutschsprachige Bücherdatenbank ist das Verzeichnis lieferbarer Bücher, kurz VLB. Es wird vom Börsenverein des Deutschen Buchhandels in Frankfurt betrieben und unterliegt einer kommerziellen Logik: Verlage bezahlen, damit ihre Titel in den Katalog aufgenommen werden, und als Gegenleistung erhalten sie Sichtbarkeit im Buchhandel. «Im VLB ist so gut wie alles verzeichnet, was aktuell im deutschsprachigen Raum lieferbar ist», sagt Markus Fertig, Marketingverantwortlicher des Unternehmens. Umgekehrt gilt: Was im VLB nicht drin ist, findet de facto kein Publikum.

Das Schweizer Buchzentrum mit Sitz in Hägendorf im Kanton Solothurn ist ein weiterer, wichtiger Akteur. Das genossenschaftlich organisierte Buchzentrum ist eine Logistikkreisläufe für physische Bücher, unterhält aber auch eine viel genutzte Bücherdatenbank. «Zu 80 bis 90 Prozent ist unsere deutschsprachige Datenbank deckungsgleich mit dem VLB», sagt Geschäftsführer David Ryf. Das Buchzentrum unterhält aber zusätzlich Kataloge mit Büchern auf Englisch, Französisch und Italienisch.

Die digitale Infrastruktur hinter dem modernen Online-Buchhandel erklärt also, warum Bücher mit problematischen Inhalten praktisch überall verfügbar sind. Fast alle Buchhandlungen nutzen mehr oder weniger dieselbe Datenbank und stellen das Online-Sortiment nicht in Handarbeit zusammen.

Doch die Datenbanken alleine erklären nicht, warum wir die problematischen Bücher beim Browsen auch zu sehen bekommen.

«Das könnte Sie auch interessieren»

Amazon ist ein Pionier der digitalen Verführung. Bereits in den 1990er-Jahren, als Begriffe wie «Algorithmus» oder «künstliche Intelligenz» noch nicht geläufig waren, begann die Firma, das Kundenerlebnis sanft, aber gezielt zu steuern. Eine zentrale Rolle dabei spielen Empfehlungen: Amazon legt den Besucherinnen in seinem Webshop laufend «ähnliche» Produkte nahe oder empfiehlt Produkte zum Kauf, die andere Kunden, die das Produkt, das sich die Besucherin gerade ansieht, ebenfalls gekauft haben.

Empfehlungsalgorithmen sind für uns heute eine Selbstverständlichkeit, die auch aus Kundensicht Sinn ergibt: Wenn ich ein bestimmtes Buch von Stephen King kaufen möchte, kann es gut sein, dass ich auch an anderen

Büchern von Stephen King oder an anderen Horrorthrillern interessiert bin. Gezwungen werde ich dabei zu nichts: Die Website stupst mich in eine Richtung, aber ich entscheide nach wie vor selbst, was ich kaufen möchte.

Sind die Empfehlungsalgorithmen also eine unproblematische Win-win-Situation für mich als Kunde und für Amazon als Verkäufer? Nicht ganz.

Das Londoner Institute for Strategic Dialogue – ein Thinktank – hat im Mai 2021 einen Bericht über Amazon veröffentlicht. Dieser hält fest, dass die Empfehlungsalgorithmen der Plattform zu einer Verbreitung von verschwörungstheoretischen Inhalten führen – und zwar selbst dann, wenn die einzelnen Inhalte nichts miteinander zu tun haben. So öffnet etwa ein Klick auf ein querdenkerisches Covid-19-Buch das Fenster in eine bunte Verschwörungswelt von «Neuer Weltordnung» über «Pizzagate» bis hin zu QAnon. Damit erhöhen die Empfehlungsalgorithmen auch die Sichtbarkeit extremistischer Inhalte und Ideologien. Amazon Deutschland hat auf mehrere Anfragen der Republik, dies zu kommentieren, nicht reagiert.

Ähnliche Empfehlungsalgorithmen finden sich in zahlreichen, wenn nicht in den meisten Online-Shops von Schweizer Buchhandlungen. Thomas Kramer, Präsident des Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verbands SBVV, räumt ein, dass dies in einem weltanschaulichen Tunnelblick münden kann: «Algorithmen können nicht nur auf Social Media zu immer abgeschlosseneren Köpfen führen.»

Um zu testen, wie das Empfehlungsprinzip funktioniert, öffne ich den Webshop von Ex Libris. In der Rubrik «Sachbücher» treffe ich gleich auf der Übersichtsseite auf zwei Verschwörungsbücher: «Covid-19: Die ganze Wahrheit» und «COVID-19: Falsche Pandemie». Ich klicke auf das erste der zwei Bücher und lande bei einem Detailbesrieb. Prominent platziert erscheint jetzt ein Sonderangebot: beide Verschwörungsbücher im Duo für 44 statt 55 Franken.

Unter der Headline «Andere Kunden kauften auch» erscheint weitere Literatur aus der überdrehten bis extremistischen Ecke: «Game Over» (eine Abhandlung über den immanenten «Systemcrash»), «Wir töten die halbe Menschheit» (Klappentext: «Jetzt machen sie Ernst! Corona ist erst der Anfang!»), «Corona-Impfung» (warnt eindringlich vor den Covid-Vakzinen).

Als ich schliesslich zu den Bestseller-Charts navigiere, erscheinen «Corona unmasked» und «Corona Fehlalarm?» vom Autorenduo Bhakdi und Reiss sogar ganz zuoberst – in einer Box, die Ex Libris mit «Unsere Empfehlungen» betitelt. Offensichtlich wird auch diese Box algorithmisch bespielt: Je mehr Verschwörungsliteratur ich anklicke, desto mehr davon erscheint in «Unsere Empfehlungen».

Das sprichwörtliche *rabbit hole*, das Fake-News-Konsumentinnen immer tiefer in den Sumpf zieht, existiert also nicht nur auf Milliardenplattformen wie Youtube, sondern auch im überschaubaren Schweizer Online-Buchhandel. Über digitale Datenbanken wird dieser systematisch mit problematischen Inhalten bespielt. Empfehlungsalgorithmen erledigen dann den Rest.

Zensur als Schreckgespenst

Die Branche weiss das. Doch sie zögert, korrigierend einzugreifen. Das ergibt sich aus dem Gespräch mit Tanja Messerli, Geschäftsführerin des

SBVV. (Und nur nebenbei: Sie engagiert sich auch im Genossenschaftsrat von Project-R).

Der Buchhändlerverband mache sich gegenwärtig Gedanken, wie Bücher mit eindeutig illegalen Inhalten besser gemeldet und aus dem Handel genommen werden können, sagt sie. Bei Werken, die inhaltlich falsch oder moralisch verwerflich sind, aber nicht gegen geltendes Recht verstossen, plädiert der Verband hingegen für einen liberalen Ansatz. «Unser Zielbild ist dasselbe wie seit 170 Jahren», sagt Messerli. «Wir müssen offen debattieren. Meinungsfreiheit ist für uns ein fundamentaler Bestandteil von Demokratie.»

Drei der vier grossen Player im Schweizer Buchhandel – Orell Füssli, Ex Libris und Lüthy Balmer Stocker – wollten sich für diesen Artikel nicht äussern. Einzig Eva Grosskinsky, Leiterin der Unternehmenskommunikation bei Weltbild, einer deutschen Verlags- und Buchhandelsgruppe mit 30-Filialen in der Schweiz, nimmt Stellung. Sie steht für ein ähnliches Laissez-faire wie der SBVV: «Meinungsfreiheit und inhaltliche Vielfalt sind ein hohes Gut für offene und demokratische Gesellschaften.» Ein wie auch immer gearteter Eingriff ins Online-Sortiment, so das Argument, wäre damit nicht vereinbar.

Zurückhaltend ist auch Janka Wüest, Inhaberin der Buchhandlung Bodmer in Zürich: «Wir werten nicht, was für Bücher unsere Kunden bestellen.» Sie würde nicht einfach einen Titel aus ihrem Shop löschen. Es sei auch nicht ihre Aufgabe zu warnen: «Achtung, dieses Buch enthält etwas, was wissenschaftlich nicht korrekt ist.»

Die Buchhandlung Klio, auch sie in Zürich zu Hause, verzichtet als eine von wenigen in ihrem Online-Shop bewusst auf Empfehlungsalgorithmen. «Sie sind für uns ein absolutes No-Go», sagt Mitinhaberin Christine Heiniger. Doch auch Heiniger stellt sich gegen Eingriffe ins Sortiment. «Es stellt sich die Frage, wo die Grenze ist und wer sie zieht. Es ist nicht meine Rolle, jemandem ein Buch zu verkaufen und zu sagen, dass der Inhalt heikel ist.»

Zu guter Letzt winken auch die Datenbankbetreiber ab. «Das Buchzentrum ist keine Zensurinstanz für umstrittene Werke», sagt Geschäftsführer David Ryf. «Der Buchhandel steht für die Freiheit des Wortes, für die Meinungsvielfalt und die freie Debatte in einem demokratischen System.»

Fake-News-Literatur hin oder her: «Zensur», so scheint es, erachtet der Buchhandel unisono als das grössere Übel. Doch diese Haltung passt nicht ganz zur gelebten Realität. Seit Jahrzehnten nehmen die Händlerinnen nämlich Bücher, die nicht gegen geltendes Recht verstossen, aber auf dem sogenannten Index der deutschen Bundeszentrale für Kinder- und Jugendschutz (BzKJ) landen, freiwillig aus den Sortimenten.

Die Bücherdatenbank VLB entfernt etwa alle von der BzKJ indexierten Buchtitel systematisch aus dem Katalog. Dies, obwohl diese Bücher in Deutschland nicht per se verboten sind. Sie dürfen im Handel lediglich nicht öffentlich ausgelegt werden, und nur volljährige Personen dürfen sie kaufen.

In der Schweiz sind die Entscheide der Bundeszentrale für Kinder- und Jugendschutz in keiner Weise bindend. Das Schweizer Buchzentrum übernimmt aber die Praxis der deutschen VLB-Datenbank und löscht indexierte Buchtitel ebenfalls. Das ist der Grund, warum sich zum Beispiel kaum pornografische Bücher in den hiesigen Online-Büchershops finden.

Ist das nicht auch eine Form von «Zensur»? Nein, meint David Ryf vom Buchzentrum: «Das ist eine staatlich anerkannte Stelle, die prüft, ob Inhalte rassistisch oder pornografisch sind.»

Die Erklärung geht nicht ganz auf. Wenn jeder Eingriff ins Sortiment, um auf Falschinformation und Hass zu reagieren, Zensur sein soll, dann muss logischerweise auch das Löschen indexierter Titel Zensur bedeuten – umso mehr, als hier sogar eine staatliche Behörde dahintersteht, was der eigentlichen Bedeutung des Zensurbegriffs viel näher kommt, als wenn sich ein privater Anbieter von sich aus entscheidet, ein bestimmtes Buch aus dem Sortiment zu streichen.

Angesichts dieses Widerspruchs stellt sich die Frage, ob die Zurückhaltung der Buchbranche wirklich in erster Linie auf Sorgen rund um Zensur zurückzuführen ist. Oder ob andere, strukturelle Probleme dahinterstehen.

Das digitale Wettrüsten

Ein guter Ort, das herauszufinden, ist der Marktreport des SBVV. Dieses Dokument hält jedes Jahr fest, wie sich die Branche wirtschaftlich entwickelt. In der Ausgabe zum Pandemiejahr 2020 steht: «Der Schweizer Buchhandel konnte sich trotz widrigsten Umständen gut behaupten.»

Das klingt zunächst einmal nach guten News. Doch schon im nächsten Satz kommt der SBVV auf den Trend zu sprechen, der den Händlern seit Jahren Bauchschmerzen macht: die Verlagerung der Umsätze in den Online-Bereich.

35 bis 45 Prozent des Handels findet nach Angaben des SBVV inzwischen übers Internet statt. Tendenz steigend, nicht zuletzt auch pandemiebedingt. Parallel dazu ist die Zahl der Personen geschrumpft, die in Verlagswesen und Buchhandel arbeiten: Sie liegt heute ein Viertel tiefer als vor zehn Jahren.

Die Veränderungen belasten das Geschäft. Von 2008 bis 2017 sanken die Gesamtumsätze im Deutschschweizer Buchhandel nach Angaben des SBVV um satte 25 Prozent. Immerhin scheint jetzt eine Talsohle erreicht; die letzten drei Jahre verliefen stabil. Doch das ändert nichts an der Grundproblematik: Der Buchhandel macht einen tiefgreifenden Strukturwandel durch.

Die goldenen Zeiten des stationären Buchhandels sind längst vorbei. Bücher werden immer häufiger online gekauft. Klassische Buchhandlungen, egal, ob gross oder klein, kämpfen gegen wachsende Konkurrenz aus dem Netz – allen voran durch Amazon, den weltgrössten Detailhändler mit Sitz in den USA. Schätzungen zufolge wird dort bereits jedes zweite gedruckte Buch durch Amazon verkauft. In Deutschland beherrscht Amazon rund die Hälfte des Online-Buchhandels, der seinerseits einen Viertel zum gesamten Umsatz beiträgt.

Bei Amazon ein Buch zu bestellen, ist in der Regel günstiger. Das gilt nicht nur für Verschwörungsliteratur, sondern auch für gewöhnliche Sachbücher wie die neue Roger-Federer-Biografie oder das «Guinness Buch der Rekorde». Zwar beträgt der Aufpreis bei Ex Libris oder Weltbild nur ein paar Franken. Doch wer konsequent nach dem günstigsten Angebot sucht, landet am Ende häufig bei Amazon.

Angesichts des Konkurrenzdrucks haben die Buchhändlerinnen bisher vor allem eines versucht: vom digitalen Platzhirsch zu lernen. Die zumindest

indirekt von Amazon inspirierten Elemente auf vielen Webshops reichen von den Kundenbewertungen (Bücher erhalten 1 bis 5 gelbe Sternchen) über die Empfehlungsalgorithmen («Andere Kunden interessierten sich auch für») bis zum Handel mit Nutzerdaten und zu personalisierter Werbung. Nachdem ich mir etwa für diese Recherche in Webshops einige Verschwörungsbücher angesehen habe, treffe ich auf wildfremden Webseiten plötzlich Werbebanner an – auf denen Orell Füssli diese und ähnliche Bücher zum Verkauf anpreist.

Das digitale Wettrüsten im Buchhandel wirkt wie ein Akt der Verzweiflung. Einen Technologiechampion wie Amazon mit dessen eigenen Waffen schlagen zu wollen, erscheint wenig aussichtsreich; davon zeugen die bestenfalls stagnierenden Umsätze der Branche. Umgekehrt käme es einer digitalen Kapitulation gleich, auf die Waffen, die Amazon so erfolgreich machen, gänzlich zu verzichten.

So schreitet die nicht ganz freiwillige «Amazonisierung» des Buchhandels voran. Und das wiederum verschlimmert das Proliferationsproblem der Fake-News-Literatur.

Doch wie könnte das Problem angegangen werden? Gibt es überhaupt Lösungen?

Kennzeichnen und kuratieren

Eine strenge staatliche Regulierung wäre tatsächlich heikel. Inhalte zu verbieten, die gegen geltendes Recht verstossen, ist ein klares Kriterium. Die Frage aber, wie der Staat mit dem Graubereich des gesetzlich Zugelassenen, aber faktisch oder moralisch Falschen umgehen sollte, lässt sich nicht ohne Weiteres beantworten. Ab wie vielen Falschaussagen soll ein Buch mit einem Warnhinweis versehen oder sogar ganz aus dem Handel gezogen werden?

Fragwürdige Meinungen zu haben, ist in einer Demokratie mit guten Gründen nicht pauschal illegal oder sonst wie Gegenstand rechtlicher Einschränkungen. Meinungsfreiheit bedeutet auch, Quatsch zu glauben und Quatsch verbreiten zu dürfen.

Denkbar wäre womöglich eine Form der Selbstregulierung durch die Branche. Die gängige Praxis im Umgang mit Buchtiteln, die von der deutschen BzKJ indiziert werden, ist dafür vielleicht ein Präzedenzfall. Im Kontext von Hass und Falschinformation müsste das Ziel allerdings nicht sein, Bücher direkt aus dem Sortiment zu entfernen. Schon ein korrigierender Hinweis, etwa in Form kritischer Faktenchecks, könnte die Inhalte für die Leserschaft einordnen.

Doch auch hier wäre die konkrete Umsetzung alles andere als einfach. Sollte eine Melde- und Prüfstelle für Kritik und Faktenchecks eingerichtet werden? Wer finanziert und leitet diese? Sollen die Ergebnisse in Online-Shops der Buchhandlungen eingebunden werden? Jeder Hauch einer Antwort wirft neue Fragen auf.

Thomas Kramer vom SBVV zweifelt jedenfalls an der praktischen Umsetzbarkeit: «Wer entscheidet auf welcher Basis, ob Inhalte demokratieschädlich sind oder nicht?» Auch Christine Heiniger von der Buchhandlung Klio ist skeptisch: «Auch bei so einer Meldestelle ist die Frage: Wie und wo werden die Grenzen gezogen? Ich kann es mir relativ schlecht vorstellen.»

Ein anderer Hebel wäre, die algorithmische letzte Meile zu entschärfen. Zum Beispiel, indem die Webshops nicht bloss immer mehr vom Gleichen, sondern auch gezielt thematisch anders gelagerte Titel empfehlen, damit ideologische Blasen zumindest ein Stück weit platzen. Die Datenbank VLB geht mit dem neuen Klassifikationsstandard «Lesemotive» womöglich in diese Richtung: Der neue Algorithmus empfiehlt nicht wie gewohnt nur ähnliche Titel, sondern potenziell bunt gemischte Bücher, die angeblich zu einer bestimmten Stimmung und Motivation der Kundschaft passen.

Ob sich Feuer wirklich mit Feuer bekämpfen lässt, ist allerdings unklar. Es gäbe jedenfalls auch einen einfacheren Weg, um die Rolle von Algorithmen einzugrenzen: ein zweistufiges Online-Angebot. Das primäre Angebot wäre dabei das kuratierte Sortiment, das die Buchläden auch physisch anbieten. Separat und dezenter platziert könnte dazu eine Suchmaske bereitstehen, über die sich die grossen Bücherdatenbanken durchsuchen lassen.

Kleinere Spezialbuchhandlungen operieren online bereits teilweise nach diesem Prinzip. Bei Klio werden explizit zwei separate Suchfelder eingesetzt: eines für die VLB-Suche, eines für das eigene Sortiment. Bei Bodmer wird nach «Unsere Buchtipps» und dem «Gesamtkatalog» unterschieden.

Würden mehr Buchhändler ihr Online-Sortiment manuell gestalten, erhielte Verschwörungs- und Hassliteratur weniger Aufmerksamkeit. Episoden wie der Shitstorm über das rechtsextreme Manifest des norwegischen Terroristen Anders Breivik, das bis im vergangenen Jahr in Schweizer Buchhandlungen angeboten wurde, würden damit vermieden: Kaum eine Buchhandlung würde solche Titel bewusst und unkommentiert ins Sortiment aufnehmen.

Der flächendeckende Verzicht auf Automatisierung hätte jedoch einen gewichtigen Nachteil: Ein Buchhandel ganz ohne digitale Datenbanken könnte zwangsläufig nur einen Bruchteil der literarischen Vielfalt abbilden. Jahr für Jahr erscheinen derart viele Bücher, dass es so gut wie unmöglich ist, jedes einzelne davon zu sichten und zu bewerten. Darum sieht auch Céline Kaiser, Co-Leiterin der Buchhandlung des Kulturzentrums Kosmos in Zürich, das Modell der ganz händisch kuratierten Online-Shops nicht als Ersatz, sondern als Ergänzung zum breit gefächerten Buchhandel: «Beide Modelle sind notwendig. Es geht um literarische Vielfalt, um Meinungsfreiheit, um unterschiedliche Interessen.»

Fazit

Freimaurer, Chemtrails, eingepfote Mikrochips: Es wird immer Autorinnen geben, die abstruse Bücher mit hetzerischen Inhalten schreiben.

Die Bücherbranche agiert ernüchternd ideenlos und passiv angesichts eines Problems, das direkt in ihr Herz trifft. Denn was anderes als das Auswählen und Präsentieren von Büchern ist die historische Kernkompetenz jeder Buchhandlung? Was zeichnet einen Buchladen aus, wenn nicht die Fähigkeit, gute Bücher von schlechten zu unterscheiden und darauf aufbauend ein hochwertiges Sortiment zusammenzustellen?

In vielen Webshops scheint das Bewusstsein verloren gegangen zu sein, dass Selektion eine Leistung ist und einen Wert hat. Sie gleichen einem endlosen Wühltisch, auf dem alle möglichen Titel landen – ohne Kontextualisierung, Hilfestellung, Beratung. Das ist kaum gut fürs Geschäft – warum bei einer Schweizer Buchhandlung bestellen, wenn der Wühltisch bei Amazon grösser und günstiger ist? Und es ist schon gar nicht gut für die Demokratie.

Social-Media-Firmen haben sich lange dagegen gewehrt, etwas gegen Falschinformation und Hass auf ihren Plattformen zu unternehmen. Dann kam die politische Debatte ins Rollen, und der regulatorische Druck nahm zu. Der Buchhandel positioniert sich heute ähnlich wie Facebook und Co. damals – und sagt: Fake News weniger sichtbar zu machen oder kritisch einzuordnen, geht nicht. Eines Tages wird es vielleicht gehen müssen.

Hinweis: In einer früheren Version hiess es, das rechtsextreme Manifest des norwegischen Terroristen Anders Breivik sei auch dieses Jahr in Schweizer Buchhandlungen angeboten worden. Richtig ist: Es wurde bis 2021 in Schweizer Buchläden verkauft. Wir entschuldigen uns.