

Martin Krist

Der Autor als Marke

Der Mensch ist ein Gewohnheitstier. Außerdem mag er Schubladen, mit deren Hilfe er seinen Alltag sortieren kann. *Da weiß man, was man hat*, lautet nicht umsonst einer der bekanntesten Werbeslogans. Womit wir beim Thema wären: Werbung, Aufmerksamkeit, Markenbildung, vor allem deren Wiedererkennen.

Ich für meinen Teil hatte Glück: Aufgewachsen auf einem Dorf verschlug es es mich zu Zeiten meines Volontariats (eine Ausbildung zum Redakteur) in die Stadt. Dort zogen mich Subkulturen und Milieus magisch an - die Techno- und Houseszene, Tattoos und Piercings, Erotik und BDSM, Rotlichtmilieu, Pornografie.

Immer wieder griff ich diese Themen auf, meine Integrität als Journalist öffnete mir viele Türen. Kaum dass ich mich – vor genau 20 Jahren – als Schriftsteller selbstständig machte, traten Verlage mit Auftragsarbeiten an mich heran: Ich verfasste die Biografien über Tattoo-Theo, Nina Hagen, Sido, Kurt Cobain, Pornfighter Long John, den erfolgreichsten Pornodarsteller Deutschlands. Inzwischen hatte ich mir einen Namen als Experte für Szen- und urbane Themen gemacht.

Es war nur konsequent, dass ich, als ich mir schließlich meinen Kindheitstraum erfüllte und meine ersten Thriller veröffentlichte, auf meine Recherchen und Kontakte zugriff. Auch in meinen Romanen spielen unterschiedlichste Milieus immer wieder eine große Rolle.

Meine Leserinnen und Leser wissen also ganz genau, was sie in meinen Büchern erwartet: Themen, die möglicherweise nicht jeder Autor aufgreift, diese mit einem hohen Maß an Realismus und Authentizität aufbereitet, angesiedelt in Berlin, wo ich lebe, wo ich mich auskenne, flott erzählt, mit knackigen Dialogen, zwei, drei

wechselnden Perspektiven, Cliffhangern, wendungsreichen Finten, einem finalen Clou.

Um es kurz zu machen: Man nimmt mir meine Geschichten nicht nur ab. Die Geschichten stehen für Martin Krist. *Da weiß man, was man hat.* Martin Krist hat eine Corporate Identity.

***Corporate Identity** oder kurz CI (von engl. corporation für »Gesellschaft«, »Firma« und identity für »Identität«) ist die Gesamtheit der Merkmale, die ein Unternehmen kennzeichnen und es von anderen Unternehmen unterscheiden.*

(wikipedia)

Meine Bücher, deren Titeloptik, mein Erscheinungsbild, meine Öffentlichkeitsarbeit, meine Website, meine Autorenfotos, mein Auftritt in den sozialen Medien sind auf diese CI ausgerichtet.

Zu jeder Zeit erkennt man Martin Krist wieder, mein Berlin, meine Arbeit, meine Recherchen, meinen Alltag, meine Leidenschaft für Bücher, für das Schreiben, für Musik, für das urbane Leben.

Natürlich ist diese »Markenpflege« gerade in Bezug auf Instagram, Facebook, Twitter sehr zeitaufwendig. Aber zum einen komme ich, gerade wenn meine Bücher auch in Eigenregie herausgebe, um Öffentlichkeitsarbeit nicht umhin. Zum anderen ist Social Media auch eine Form der Leserbindung. Ich lasse meine Leserinnen und Leser Anteil haben an meinem Autorenalltag.

Natürlich liegen nicht jedem Autor solch abseitige Themen, und nicht jeder hat die Zeit für umfassende Markenpflege bzw. Leserbindung. Aber darum geht es auch nicht.

Entscheidend ist: Als Autor sollte man nicht jedem erfolgreichen Trend hinterherhecheln, der gerade über den Buchmarkt getrieben wird - ich sage nur: *Gone Girl* - in der Hoffnung, damit ebenfalls Erfolg zu haben. Muss man wirklich noch ein weiteren Psychothriller mit einem »Girl« im Titel schreiben?

Als Autor sollte jeder seine eigenen Themen finden, eigene Geschichten, eine eigene Sprache, ein eigenes Image.

Falls es nicht auf Anhieb mit dem Erfolg klappt – nicht sofort aufgeben. Nicht gleich das Image, die Optik, die Themenfelder wechseln. Die Leserinnen und Leser, die man gewonnen hat, fragen sich: Wofür steht der Autor? Wieso erkenne ich ihn nicht wieder?

Als Autor sollte man sich treu bleiben. *Da weiß man, was man hat.*

*

Martin Krist, 1971, lebt in Berlin. Er arbeitete viele Jahre als leitender Redakteur bei verschiedenen Zeitschriften. Seit 1997 ist er als Schriftsteller tätig. Nach mehr als 30 Sachbüchern, darunter die Biografie über die Hamburger Kiez-Ikone Tattoo-Theo, die Punk-Diva Nina Hagen, den Rap-Rüpel Sido und die Grunge-Ikone Kurt Cobain, schreibt er seit 2005 Krimis und Thriller.

www.Martin-Krist.de