



Federwelt

ZEITSCHRIFT FÜR AUTORINNEN UND AUTOREN

Beruf KleinverlegerIn:
24 Stunden im Einsatz

Webstrategie &
Social-Media-Marketing

Homepage mit *WordPress*
Twittern? So geht's!

Textküche: Szenen verbinden
Fantasy-Recherche



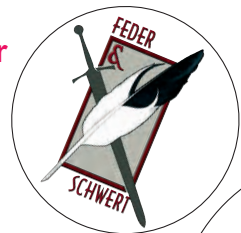


Veröffentlichen im Kleinverlag?

Teil 1: Die Sicht des Verlegers



Von Kerstin Brömer



Es gibt engagierte Menschen, die einen Verlag gründen, obwohl sie wissen, dass sie damit aller Wahrscheinlichkeit nach nicht reich werden. Was genau bringt sie dazu? Was verlegen sie und was wünschen sie sich von AutorInnen, die bei ihnen unter Vertrag genommen werden wollen? Kerstin Brömer hat bei einigen Kleinverlegern nachgefragt und dabei auch erfahren, was man mitbringen sollte, wenn man selbst ein erfolgreicher Verleger werden möchte.

Warum wird man KleinverlegerIn?

Eines haben alle für diesen Artikel befragten VerlegerInnen gemeinsam: Sie haben ihren Kleinverlag mit einer großen Portion Idealismus gegründet und engagieren sich mit hohem Aufwand und viel Leidenschaft für gute Literatur.

„Uns hat genervt, dass gute Texte nicht gemacht werden, nur weil sie zu kurz oder zu wenig Genre oder zu irgendwas sind. Oder dass gute Texte nicht mehr verlegt werden, weil man das Risiko scheut. Oder dass es gute Texte einfach nicht als E-Book gibt, obwohl wir selbst gern E-Books lesen“, erläutert Zoë Beck die Motive für die Gründung des E-Book-Verlags *CulturBooks*, den sie gemeinsam mit Jan Karsten führt.

Auch Erik Münnich, Inhaber des *freiraum-verlags*, treibt der Wunsch nach dem Besonderen an: „Ich hatte immer eine sehr romantische Vorstellung von einem Verlag, die vor allem von dieser Verlegergeneration um Rowohlt und Unseld geprägt worden ist. Damit assoziiere ich immer, im Dienst des Autors zu stehen, des Textes, und daraus alles zu entwickeln, was im Zusammenhang mit dem Buch steht (Vermarktung, Vertrieb) und sich nicht nur auf eine vermeintliche oder unterstellte Nachfrage zu beziehen oder auf Interessen und gegenwärtige Moden. Und ich hatte die – wie viele sagen – Illusion, gute wie

anspruchsvolle Bücher machen zu können und dennoch genügend Nachfrage zu erzielen, um in einigen Jahren marktüblich und angemessen zahlen zu können und irgendwann einmal davon zu leben.“

Susanne O’Connell von *O’Connell Press* gründete aufgrund ihrer Erfahrungen als Autorin mit ihrem Mann Sean, ebenfalls Autor, den gemeinsamen Verlag: „Wir lieben die Literatur – insbesondere die fantastische – und sind selbst als Autoren tätig. Hierbei stießen wir immer wieder auf Grenzen im Verlagswesen bezüglich Themen und deren Ausgestaltung, die wir mit unserem eigenen Verlag durchbrechen wollten. Zudem macht uns die Zusammenarbeit mit anderen Schriftstellern sehr viel Spaß.“

Uschi Zietsch hatte als Autorin schon den Sprung in einen großen Publikumsverlag geschafft, wurde dann aber zum Opfer von Umstrukturierungen. Ihre Lösung: die Gründung des *Fabylyon Verlags*, der nun auch die Heimat zahlreicher anderer AutorInnen ist und den sie gemeinsam mit ihrem Mann leitet: „1986 erschien mein Debütroman bei Heyne. Aufgrund einer Programmkürzung wurde mein zweites Buch nicht mehr publiziert. Mein erster Titel hatte sich recht gut verkauft, und da ich nicht wollte, dass ich gleich wieder in der Versenkung verschwinde, kam ich auf die Idee zur Gründung des Verlages – und entwickelte das Konzept zur Publizierung deutschsprachiger Titel, die nicht dem Mainstream entsprechen.“

Ähnlich lief es bei Andrea Wölk vom *Oldigor Verlag*: „Der Verlag war eigentlich nur als Eigenverlag gedacht, doch ich habe schnell gemerkt, dass Selbstverlage in der Buchbranche nicht wirklich ernst genommen werden, und so kamen schnell andere Autoren hinzu – auch weil mir gute Skripte angeboten wurden, die ich gar nicht ablehnen konnte. Denn es gibt Bücher, die muss man einfach veröffentlichen, auch wenn der Verstand und der vermeintliche Experte etwas anderes sagt.“





Aber nicht jeder Kleinverleger plant, einer zu werden. Man kann in so einen Job auch hineinrutschen wie Oliver Graute von *Feder&Schwert*. Er erklärt: „Ursprünglich hatten sich lediglich ein paar Rollenspielbegeisterte zu einem Hobbyprojekt zusammengetan, um Universalabenteuer für andere Rollenspieler zu schreiben. Bald darauf bot man uns eine Lizenz an und wir mussten uns entscheiden: professionell werden oder als Hobbyisten weitermachen? Wir haben uns für Ersteres entschieden.“

VerlegerIn als Beruf

Wer nun selbst mit dem Gedanken spielt, einen Verlag zu gründen, kann sich von den Erfahrungen der befragten KleinverlegerInnen inspirieren – oder gegebenenfalls abschrecken – lassen. Finanziell lohnt sich das Engagement für die wenigsten. Gerade wenn der Verlag noch recht jung ist, müssen die Inhaber zusätzlich Einkünfte aus anderen Tätigkeiten erzielen, um ihren Lebensunterhalt bestreiten zu können. In einigen Fällen ist der Verlag sogar ein Zuschussgeschäft. Jürgen Eglseer vom *Amrûn Verlag* sagt: „Aktuell rechnet sich die Verlagsarbeit natürlich noch nicht. Dafür ist *Amrûn* zu jung. Für die Zukunft ist allerdings schon das Ziel gesteckt, einen Teil meiner Butterbrote für das Frühstück davon finanzieren zu können.“

Erik Münnich vom *freiraum-verlag* macht ähnliche Erfahrungen: „Aus rein wirtschaftlicher Sicht lohnt sich die Verlagstätigkeit nicht. Ohne meine vom Verlag unabhängige Arbeit als Lektor könnte ich nicht überleben. Was aber für die Gründungsphase wenig überraschend ist.“

Oliver Graute fasst die Unternehmensentwicklung von *Feder&Schwert* so zusammen: „Es gibt und gab immer schon Ups and Downs. Bislang haben wir jedoch jegliches stürmische Fahrwasser durchkreuzt und wir gedenken auch, diesen Kurs zu halten. Eines ist klar: Man wird nicht Verleger, um reich zu werden. Man muss einen Hang zum Buch haben, um diesen Beruf zu ergreifen.“

Manche der Kleinverlage, die schon etwas länger am Markt sind, tragen sich immerhin selbst und lassen darüber hinaus eine behutsame Erweiterung des Verlagsprogramms zu, aber reich werden die jeweiligen VerlegerInnen ebenfalls nicht. Das gilt zum Beispiel für den *Fabylon Verlag*, dessen Inhaberin Uschi Zietsch verrät: „Der Verlag trägt sich und ermöglicht uns, weitere Titel zu veröffentlichen und das Programm zu erweitern, beispielsweise mit dem neuen Hörbuch-Label. Später sollen auch Kinderbücher hinzukommen. Für üppige Verlegergehälter für mich und meinen Mann reicht es allerdings nicht.“

Ein weiteres Beispiel dafür, dass sich das Engagement auf lange Sicht durchaus lohnen kann und auch in heutiger Zeit noch Wachstum in der Buchbranche möglich ist, ist der *Oldigor Verlag*. Verlegerin Andrea Wölk: „Mein Arbeitstag hat oft mehr als 16 Stunden, das liegt aber daran, dass ich auch selbst als Autorin tätig bin. Ich habe nie etwas anderes werden wollen als Autorin, und die Verlagsarbeit füllt mein Leben aus und bereichert es, auch wenn es manchmal hart ist und man alles hinschmeißen möchte, aber ich denke, so geht es in jedem Job. Dadurch, dass wir einige Bücher haben, die sich gerade als E-Books sehr gut verkaufen, lohnt es sich auch finanziell. Um ein paar Zahlen zu nennen: Wir haben 2013 rund 60.000 Bücher und E-Books verkauft, in diesem Jahr steuern wir jetzt schon auf die 100.000er-Marke zu und das Weihnachtsgeschäft kommt noch.“

Wenn es um die Tätigkeit an sich geht, um die Erfüllung, die mit ihr einhergeht, so möchte niemand der befragten KleinverlegerInnen auf diesen Teil seines beziehungsweise ihres Lebens verzichten. Aus dem Spaß, den ihnen ihre Arbeit als VerlegerIn bringt, schöpfen die meisten ihre Motivation zum Weitermachen. Erik Münnich: „Beziehe ich ein, wie bereichernd die Zusammenarbeit mit wunderbaren Autoren und Mitarbeitern ist und wie erfüllend die Arbeit an den Texten, die fertigen Produkte und die Freiheiten sind, die ich durch diese Tätigkeit besitze, dann kann ich mir nicht vorstellen, etwas anderes zu machen.“ So sieht es auch Uschi Zietsch: „Wenn mir die Arbeit keinen Spaß machen würde und ich keinen Sinn darin sähe, würde ich es nicht weitermachen. ‚Schöne Bücher für mehr Freude am Lesen‘ ist uns ein Grundsatz, an dem wir festhalten. Wir lieben Bücher und wollen daran teilhaben, dass es mehr gute Bücher gibt, die mehr Leser finden.“

Hürden und Risiken der Verlagsarbeit

VerlegerInnen stehen meist denselben Herausforderungen gegenüber, denen sich auch Selbstständige in

freiraum-verlag

Press

Verlag

Anzeige

Pegasus-Schreibschule
Die Schreibschule mit Flügeln
www.pegasus-schreibschule.de

Seminare & Coaching
Ausbildung zum Romanautor
Schreiben & Spiritualität
max. 6 Teilnehmer

anderen Branchen ausgesetzt sehen: Von extrem langen Arbeitstagen über einen immensen Preis- und Kostendruck bis hin zu allgemein sinkender Nachfrage oder schlicht dem Umstand, von einem Produkt, in das man neben Geld und Arbeitszeit eine Menge Herzblut investiert hat, nicht so viele Exemplare zu verkaufen, wie man sich wünschen würde. „Ein Buch von einem unbekanntem Autor an den Mann zu bekommen, ist schwieriger, als man glaubt“, sagt Andrea Wölk. „Wenn die Bücher sich nicht verkaufen, ist die Gefahr groß, dass man irgendwann schließen muss. Auch wir standen schon kurz davor, haben aber die Kurve noch rechtzeitig bekommen, weil sich urplötzlich einige Bücher sehr gut verkaufen. Das war Glück in letzter Sekunde. Und das gehört meines Erachtens zur Buchbranche wie die Sonne zum Tag – man muss auch mal Glück haben!“

Auch Susanne O’Connell sieht die Verlagsarbeit als „Achterbahnfahrt. Hat man erst einmal für sich selbst die Risiken minimiert, entstehen neue durch Abhängigkeiten zu Shops wie *Amazon* oder *Google Play*.“

In solchen Shops, wie auch in den stationären Buchhandlungen, ist die Sichtbarkeit oft ein entscheidender Erfolgsfaktor. Wer verkaufen will, muss dafür sorgen, dass potenzielle Kunden sein Produkt zu Gesicht bekommen. Oliver Graute dazu: „Die Konkurrenz ist riesig und man muss irgendwie versuchen, unter allen anderen herauszustechen oder doch zumindest obenauf zu schwimmen. Wem das nicht gelingt, der geht unter.“

Erik Münnich sieht neben diesen Herausforderungen noch weitere: „Die Rahmenbedingungen in der Buchbranche (Schlagwort ‚Krise des Buchmarktes‘) sind nicht optimal. Als nicht besser empfinde ich die Reaktionen der Beteiligten: Das sind Einsparungen im kulturellen Sektor und in der Bildung, Ausnahmen bei der Durchsetzung des Mindestlohnes, die Forderung nach staatlichem Engagement zum Beispiel bezüglich *Amazon*, anstelle auf die veränderten Bedürfnisse von Autoren, Kunden sowie

auf technische Veränderungen und so weiter zu reagieren, wenig Kooperation zwischen Produzenten und Händlern, um nur wenige Hürden zu nennen. Daneben existiert eine persönliche Ebene: die innere Verpflichtung, allein schon den Autoren und Mitarbeitern gegenüber, die mit dem Verlag verbundenen Ziele zu erreichen; eine hohe Arbeitsbelastung, um nicht nur die Verlagsarbeit zu bewerkstelligen, sondern auch Autoren, Mitarbeiter, Partner und andere ‚bei Laune‘ zu halten; persönliche Schicksale von Autoren und Mitarbeitern, die nicht minder belastend sein können. Und nicht zuletzt: die Angst vor dem Scheitern.“

Jürgen Eglseer fasst die Herausforderungen wie folgt zusammen und hat auch gleich einen Tipp parat: „Wie jeder Beruf, den man konsequent anstrebt, ist die Verlagsarbeit mit vielen rechtlichen, logistischen und finanziellen Hürden und Risiken verbunden. Diese sollte man kennen. Dabei sollte man sich entscheiden, ob man neben dem Brotberuf einige Bücher im Jahr veröffentlichen möchte oder ob man sich das Ziel größer steckt und ein sich selbst tragendes Unternehmen entwickeln möchte. Entsprechend unterschiedlich fällt der finanzielle und zeitliche Aufwand aus, den man betreiben muss.“

Voraussetzungen für verlegerischen Erfolg

Welche Eigenschaften und Fähigkeiten sollte jemand mitbringen, wenn er oder sie einen Verlag gründen will? Tipps von denen, die es wissen müssen:

Jürgen Eglseer vom *Amrân Verlag*: „Ein Kleinverleger, der einen sich selbst tragenden Verlag etablieren möchte, muss fleißig sein, niemals aufgeben und ein Team um sich bilden können, auf das er sich verlassen kann.“

Zoë Beck von *CulturBooks*: „Liebe zu den Texten, Verständnis für AutorInnen und Respekt für deren Arbeit, Idealismus, Rückgrat und Enthusiasmus.“

Uschi Zietsch vom *Fabylon Verlag*: „Es ist wie bei jedem Unternehmen: Man braucht Geschäftssinn, aber bei einem Kulturgut wie diesem eben auch einen gewissen Idealismus und das Bewusstsein, dass man mit einem anderen Produkt gewiss mehr Umsatz und Gewinn erzielen könnte, dass man dafür aber etwas Schönes schafft.“

Oliver Graute von *Feder&Schwert*: „Man sollte arbeitswillig und zäh sein, bei allem mitreden können, eine eigene Meinung haben und gute Leute, auf die man sich verlassen kann. Wie jeder Selbstständige arbeitet man im Grunde rund um die Uhr.“

Erik Münnich vom *freiraum-verlag*: „Günstig wären: die Liebe zur Literatur; die Freude an der Arbeit mit Texten; grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse; klare Vorstellungen davon, wie der eige-

Anzeige



BOOKSTATION
WIR MACHEN IHRE BÜCHER

Wir kümmern uns verlagsunabhängig um Ihre Werke
Gutenbergstr. 7, 85646 Anzing, 08121-883110, www.bookstation.de

Engagierte Kleinverlage stellen ihr Programm vor



Amrûn Verlag: „Amrûn verlegt ausschließlich deutschsprachige Autoren, wir wenden uns mit Absicht von der englischsprachigen Literatur ab, die oft als Quelle für Manuskripte genutzt wird. Dabei widmen wir uns primär der Belletristik. Fantastische Literatur, Krimis und Thriller, Liebesromane und Kinderbücher bestimmen die einzelnen Reihen. Amrûn ist ein Ein-Mann-Verlag mit Idealismus, Zielen und dem starken Willen, zusammen mit den Autoren zu wachsen.“ > www.amrun-verlag.de



CulturBooks: „Wir verlegen das, was uns gefällt. Wenn es uns nicht gefällt, können wir nicht dahinterstehen und würden uns wohl nicht mit der erforderlichen Aufmerksamkeit darum kümmern, das bringt dann niemandem was. Wir sehen uns eher abseits vom reinen Genre, und wenn Genre, dann abseits vom Mainstream. Wir haben Texte, die alle für sich etwas Besonderes sind.“ > www.culturbooks.de



Fabylon Verlag: „Wir publizieren deutschsprachige Titel, die nicht dem Mainstream entsprechen. Unser Leitsatz lautet: ‚Der Verlag mit dem Faible fürs Fabelhafte‘. Im Rahmen der ‚Fantastik‘ interessieren wir uns vorwiegend für Fantasy und Science-Fiction, und das in allen Variationen. Dazu gehört beispielsweise auch unsere Sherlock-Holmes-Reihe. Einzig Horror machen wir nicht, weil diese Nische schon von anderen Kollegen gut besetzt ist.“ > fabylon-verlag.de



Feder&Schwert: „Wir sind ein unabhängiger Spezialverlag für alle Bereiche der Fantastik. Seit 1989 veröffentlichen wir Bücher in den Bereichen Fantasy, Dark Fantasy, Urban Fantasy, Steampunk, Horror, Science-Fiction und Krimi. Viele unserer Autoren sind Bestsellerautoren aus den Vereinigten Staaten und England, aber wir sind auch stolz darauf, neue Perlen der deutschen Fantastik entdeckt zu haben. In Büchern von *Feder&Schwert* geht es meist um die Begegnung mit uralten Mythen, die mit modernen Stilmitteln neu beleuchtet werden.“ > www.feder-und-schwert.com



freiraum-verlag: „Der freiraum-verlag macht Bücher für ein breites Publikum, wobei wir uns zugegebenermaßen im Aufbau befinden und noch nicht jedes Buch das Publikum erreicht, das wir uns vorstellen. Unser Programm ist bewusst breit angelegt – Prosa, Lyrik, Neuübertragungen und Beiträge aus anderen Sprach- oder Kulturräumen – und wir versuchen, alle Formate anzubieten: Buch, E-Book und Hörbuch.“ > freiraum-verlag.de



O'Connell Press: „Wir sind ein Genreverlag; vor allem die Fantastik hat es uns angetan. Darüber hinaus liegt unser Schwerpunkt auf E-Books, nicht auf Print. Mit hochwertiger Covergestaltung, einem fundierten Korrektorat und Lektorat sowie anspruchsvollen Inhalten wollen wir bei den Autoren und den Lesern punkten. Autoren, die bereits mit uns zusammengearbeitet haben, loben insbesondere den kompetenten als auch familiären Umgang.“ > oconnellpress.de



Oldigor Verlag: „Wir verlegen in den Genres Fantasy, Passion, Light Life, Teens/All Age, Magic, Crime-time und Specials. Jeder hat mir abgeraten, unser Programm so breit zu fächern. Aber ich bin ein Dickkopf, ‚geht nicht‘ gibt es bei mir selten. Und ich wollte beweisen, dass auch kleine Verlage sich nicht nur auf sogenannte „Nischen“ spezialisieren müssen. Unser Motto lautet: Buch geht immer! Wir stehen für das Buch nach Feierabend zum Abspannen, zum Träumen. Doch auch anspruchsvollere Themen veröffentlichen wir in unseren ‚Specials‘. Bei uns erscheint jedes Buch als E-Book und Taschenbuch.“ > www.oldigor.com



Tulipan Verlag: Der Tulipan Verlag ist ein unabhängiger Verlag, der sich auf hochwertige Bilder- und Kinderbücher spezialisiert hat. Er verlegt außergewöhnliche Titel jenseits des Mainstreams, die immer wieder ausgezeichnet werden. > tulipan-verlag.de



ne Verlag sein sollte, welche Art von Büchern er machen sollte; der eine oder andere Autor; vielleicht schon ein (literarisches) Netzwerk, zu dem Setzer, Grafiker, Autoren und so weiter gehören; Freunde, die mit Finanzen zu tun haben oder gar Steuerberater sind. – Meines Erachtens sind darüber hinaus auch einige Charaktereigenschaften von Vorteil: zuhören können; sich zurücknehmen können; Durchsetzungsfähigkeit; Empathie und Hilfsbereitschaft. Und natürlich Geld!“

Susanne O’Connell von *O’Connell Press*: „Am besten sollte man BWL, Literaturwissenschaften oder/ und sonst ein Fach wie Grafikdesign oder Ähnliches studiert haben, um die Kosten so gering wie möglich zu halten, denn die Renditen im Verlagswesen sind unterirdisch gering. Je mehr man selbst machen kann, desto besser ist es. Und dann sollte man risikobereit sein, so man keinen Geldgeber im Hintergrund hat.“

Andrea Wölk vom *Oldigor Verlag*: „Man muss ein Gespür für Menschen und Geschichten haben. Eine solide kaufmännische Ausbildung ist meines Erachtens sehr wichtig. Man muss nicht nur mit Buchstaben umgehen können, sondern auch besonders mit Zahlen. Denn damit steht und fällt alles.“

Was Kleinverlage sich von AutorInnen wünschen

Welchen Typus AutorIn wünschen sich KleinverlegerInnen? Welche Eigenschaften und Fähigkeiten sollte er oder sie mitbringen? Im Wesentlichen geht es um drei Punkte: Verständnis für die Arbeit des Verlags, aktive Mitarbeit und Kritikfähigkeit bezüglich des Textes. Die ausführlichen Antworten bieten jedoch deutlich tiefere Einblicke, sodass ich sie hier gern wiedergebe:

Jürgen Eglseer vom *Amrún Verlag*: „Der beste Autor ist derjenige, der versteht, welchen Zwängen ein Kleinverleger zeitlich, logistisch und finanziell unterliegt. Wir können nicht das bieten, von dem Autoren großer Publikumsverlage schwärmen. Das muss dem Autor klar sein. Bei *Amrún* sind wir stark teamorien-

tiert. Sich hier locker einzubinden, ist natürlich ein Vorteil für die ganze Mannschaft.“

Uschi Zietsch vom *Fabylon Verlag*: „Wichtig ist immer eine gute und konstruktive Zusammenarbeit, denn nur so kann es funktionieren. Aber diejenigen Autoren, die tatsächlich schreiben können, wissen darüber ohnehin Bescheid.“

Oliver Graute von *Feder&Schwert*: „Ein Autor muss heute vor allem eines tun: sich engagieren. Es reicht nicht mehr aus, ein Buch zu schreiben und dann zu warten, bis die Millionen reinflattern. Autoren müssen lernen, wie Rockstars zu denken. Sie sollten immer präsent sein, Social-Media-affin und Entertainment-Talent mitbringen.“

Susanne O’Connell von *O’Connell Press*: „Die Autoren sollten vor der Manuskripteinreichung schon einmal selbst den Text kritisch überprüft haben – auf Rechtschreibfehler oder sonstige grobe Mängel. Dann sind wir dankbar, wenn sie so weit kritikfähig sind, dass sie bei Vorschlägen unsererseits jeweils nüchtern abwägen, ob der Text so eventuell verbessert werden würde. Der Traum eines Kleinverlegers? Am ehesten der ‚aktive Typus‘, also Autoren, die bereit sind, ihren Titel auch selbst zu promoten, im Rahmen ihrer jeweiligen Möglichkeiten. Das hat nichts mit Faulheit des Verlags zu tun, der natürlich selbst immer viel hierfür tun muss, vielmehr erwarten die Leser das mehr und mehr. Aber wir unterstützen die Autoren in vielerlei Hinsicht – beispielsweise durch Werbung, Hilfe bei Leserunden, Auslobung von Preisen et cetera.“

Andrea Wölk vom *Oldigor Verlag*: „Geduld ist das Zauberwort – und das Verständnis, dass Bücher aus einem kleinen Verlag in den wenigsten Fällen in den Buchhandlungen stehen. Der Markt ist so umkämpft, dass es schwer ist, dort einen Platz zu bekommen, was für mich vollkommen nachvollziehbar ist. Wir wünschen uns Autoren mit Motivation, selbst etwas für die Vermarktung ihres Buchs zu tun, solche, die nicht die Hände in den Schoß legen, weil sie ja nun einen Verlag gefunden haben. Kleine Verlage sind auf die Eigeninitiative der AutorInnen angewiesen. ‚Wir nehmen nicht euer Geld, aber gerne eure Zeit‘, ist unsere Devise. Jedes verkaufte Buch bringt uns voran, jede geschriebene Rechnung sichert die Herausgabe eines weiteren Buches und die Arbeitsplätze unserer Mitarbeiter.“

Wie finden AutorIn und Kleinverlag zusammen?

Viele KleinverlegerInnen setzen zum einen auf AutorInnen, mit denen sie bereits erfolgreich zusammengearbeitet haben, zum anderen spielen Empfehlungen eine große Rolle. Manche beobachten Wettbewerbe, lesen Beiträge in Literaturzeitschriften,

Anzeige

master school **drehbuch** ■■■

Schreiben für den FILM
Kurse - Online oder in Berlin

+49-(0)30-325 38 355 | info@masterschool.de | www.masterschool.de



beobachten den Markt und gehen dann gezielt auf AutorInnen zu. Die meisten sind nach wie vor auch unverlangt eingesandten Manuskripten gegenüber aufgeschlossen. Um die Erfolgchancen zu erhöhen, sollten AutorInnen dabei ein paar Tipps beherzigen:

Am wichtigsten ist es sicherlich, sich zunächst über den Verlag und sein Programm zu informieren. Zoë Beck von *CulturBooks*: „Wir bekommen natürlich immer wieder unaufgefordert eingesandte Manuskripte, und da ist es wie überall sonst auch: Das wenigste davon ist etwas für uns. Aber erstaunlicherweise findet sich dann doch immer mal etwas, das uns sehr gut gefällt. Wir sprechen schon gezielt Agenturen und AutorInnen an, aber wer glaubt, zu uns zu passen, soll uns bitte gern kontaktieren. Wir schauen uns alles an.“ Oliver Graute von *Feder&Schwert* ergänzt: „Wichtig ist, dass der Autor sich erst einmal generell mit dem Verlag, dem er ein Exposé schicken will, auseinandersetzt. Ein ordentliches Anschreiben, die Wahrung der Höflichkeitsregeln und eine gewisse Form sind eigentlich alles, was es braucht. Wenn dann das Exposé inhaltlich passt, hat man auch schon den Fuß in der Tür.“ Auch Erik Münich vom *freiraum-verlag* macht Mut: „Was mich als Leser umhaut und überzeugt, wird eigentlich immer gemacht.“ Dabei sollten AutorInnen jedoch Geduld mitbringen. „In den letzten Monaten hat die Anzahl der eingesendeten Manuskripte erheblich zugenommen und ich komme kaum noch hinterher – oft brauche ich für die Lektüre bis zu einem halben Jahr, da wir jedes Manuskript prüfen, das heißt zum großen Teil lesen.“ Dem stimmt Jürgen Eglseer vom *Amrûn Verlag* zu: „Man muss sich im Klaren darüber sein, dass wir nicht innerhalb kürzester Zeit ein Feedback geben können.“

Der hohe Aufwand, den die Prüfung unverlangt eingesandter Manuskripte mit sich bringt, hat manche Verlage schon dazu gebracht, davon Abstand zu nehmen. Beispielsweise hat der *Fabyllon Verlag* kaum noch Kapazitäten dafür: „Derzeit ist unser Programm vollständig ausgebucht, deshalb haben unverlangt eingesandte Manuskripte so gut wie keine Chance. Es ist auch kaum Zeit vorhanden, sich mit diesen Texten zu beschäftigen“, erklärt Uschi Zietsch. Und Margareta Klein, verantwortlich für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit beim *Tulipan Verlag*, sagt sogar: „Das Lektorat im Tulipan Verlag hat seit einiger Zeit aufgehört, unaufgefordert eingereichte Manuskripte zu prüfen. Die personellen Kapazitäten sind dafür nicht vorhanden. Wir nehmen das Risiko in Kauf, dass uns ein potenzieller Bestseller entgeht und stecken die Arbeitskraft lieber in bestehende Buchprojekte.“ Nach ihrer Aussage hat der Tulipan Verlag seit seiner Gründung im Jahr 2006 nur ein

einziges unverlangt eingesandtes Manuskript veröffentlicht.

Die Zusammenarbeit mit Literaturagenturen bewerten Kleinverlage unterschiedlich. Der *Oldigor Verlag* hat positive Erfahrungen gemacht: „Wir arbeiten auch mit Agenturen zusammen“, so Andrea Wölk. „Diese Arbeit erweist sich oft als ‚einfacher‘, da die Autoren von den Agenturen darüber informiert werden, wie der Arbeitsablauf in einem kleinen Verlag aussieht und dass das Buch nicht morgen in den Regalen einer Buchhandlung steht, wenn heute der Vertrag unterzeichnet wurde.“ Gemischte Erfahrungen hat der *Amrûn Verlag* gesammelt. „Wir arbeiten bereits mit einer Handvoll Agenturen zusammen. Die Zielrichtung von Agenturen ist individuell. Manchmal kommt es vor, dass man an einem Autor Interesse zeigt, dieser auch aufgeschlossen ist, ein Vertrag allerdings an der Agentur scheitert, da ihnen *Amrûn* zu klein ist“, erklärt Jürgen Eglseer. Auch der *Tulipan Verlag* kann auf Erlebnisse unterschiedlicher Art zurückblicken, wie Margareta Klein berichtet: „Wir haben sowohl gute Erfahrungen mit Agenten gemacht als auch solche, bei denen wir die Zusammenarbeit nach einem Projekt beendet haben.“ Besonderes Verständnis für die Arbeit und Position der Literaturagenten zeigt Oliver Graute von *Feder&Schwert*: „Ein guter Agent weiß, wem er was unterbreiten kann und sollte. Selbstverständlich versuchen die Agenten das Maximum für den Autor und damit auch sich selbst herauszuholen, aber das ist nicht nur legitim, sondern auch ihre Pflicht.“

Im nächsten Heft lesen Sie, welche Gründe aus AutorInnensicht dafür sprechen, bei einem Kleinverlag unter Vertrag zu gehen, und welche eventuell dagegen. Außerdem erfahren Sie, was die hier vorgestellten Verlage vom Lektorat über die Pressearbeit bis hin zur Bezahlung leisten – und woran Sie erkennen, ob ein Verlag tatsächlich die richtige Heimat für Sie und Ihr Manuskript ist.

Kerstin Brömer

www.kerstin-broemer.de, www.literaturjournal.de

Anzeige

Entdecken Sie Ihr Potential.

JETZT PROGRAMM ANFORDERN!

Online zum professionellen Schreiben.

AKADEMIE MODERNES SCHREIBEN

www.akademie-modernes-schreiben.de