

## Tipps und Strategien

### Vorbemerkung

Die Lektüre der *Tipps und Strategien* ist vor allem für diejenigen sinnvoll, die ihre Bücher gern veröffentlicht sähen und deshalb auf der Suche nach einem seriösen Verlag sind.

Seit 1999 habe ich mit verschiedenen Büchern einen Verlag gesucht. In diesen Jahren habe ich über 200 Manuskripte verschickt, bin auf das Angebot eines Kostenzuschussverlags hereingefallen, habe behauptet, mein Roman sei brillant und werde ein Bestseller, habe Schmähbrieft geschrieben und die Lektoren und Agenten wieder und wieder vollgejammt. Und ich habe noch vieles mehr getan, was ich lieber nicht hätte tun sollen. Seit dem siebenten Buch habe ich eine Agentur, die mir viel Arbeit abnimmt.

Um Ihre Nerven zu schonen und die Nerven der Lektoren und Agenten nicht zu strapazieren, empfehle ich Ihnen, die nun folgenden Tipps zu beherzigen.

### Tipps und Strategien

#### 1. Verlage

Sollten Sie den gravierendsten aber zugleich verständlichsten Fehler machen und sich ohne jegliche Beziehungen direkt an einen Verlag wenden, unterlassen Sie wenigstens die Folgefehler:

**- Schicken Sie Ihr Manuskript nicht (wie im Autorenhandbuch von Sandra Uschtrin empfohlen) an nur zwei oder drei Verlage und warten Sie erst einmal auf die Antworten**

→ Ich habe zum Teil sechs Monate, in Einzelfällen auch wesentlich länger (bis zu anderthalb Jahren) auf eine Antwort gewartet. Und dann kam ein Formbrief.

→ Seien Sie sich Ihrer minimalen Chancen bewusst. Denn es ist wahrscheinlicher, dass der FC Mainz Fußballmeister wird, als dass Sie oder ich ohne Beziehungen einen Verlag finden. Um wenigstens *eine* persönliche Antwort zu bekommen, beliefern Sie am besten gleich ein (oder zwei) Dutzend Verlage. Dann wissen Sie auch schneller, woran Sie sind.

**- Schreiben Sie nicht: Lieber Suhrkamplektor, ich möchte Ihnen hiermit mein Buch *Mimmis pummeliger Kuschelbär* anbieten**

→ Ein Lektor hat in der Regel einen Namen, und er liest die Einsendung eher, wenn Sie an ihn persönlich adressiert ist.

→ Suhrkamp verlegt keine Kinderbücher. Beschäftigen Sie sich also immer mit dem jeweiligen Verlagsprogramm, bevor Sie in Porto und Kopierkosten investieren.

**- Schreiben Sie nicht, dass Ihr Roman so brillant wie *Der Zauberberg* ist und sich mindestens so gut verkauft wie *Vom Winde verweht* und dass Ihre Freunde und Ihre Großeltern Ihr Buch ganz, ganz großartig fanden**

→ Die Sache mit dem Zauberberg glaubt Ihnen niemand. Seien Sie lieber bescheiden und sachlich oder humorvoll und kreativ, aber unterlassen Sie alle Formulierungen, die in Richtung „Ich bin der neue Goethe“ auch nur tendieren. Deuten Sie im Anschreiben den Inhalt des Textes ohne jeglichen Überschwang an und legen Sie ein kurzes Exposé (1-2 Seiten bei). Das reicht.

→ Was Ihre Freunde und Großeltern sagen, interessiert einen Lektor auch dann nicht, wenn Ihre Freunde und Großeltern irgendwann mal Germanistik studiert haben.

**- Beantworten Sie keine Absagen und reagieren Sie bloß nicht beleidigt auf Formbriefe**

→ Die Lektoren befassen sich nicht sehr lange mit den unverlangt eingesandten Manuskripten. Sie bekommen jährlich mehrere Tausend zugeschickt, und die können Sie schon rein theoretisch gar nicht lesen geschweige denn auf alle Manuskripte persönlich eingehen.

→ Und ändern tun Sie damit erst recht nichts. Also lassen Sie es bleiben und stehlen Sie den Lektoren keine Zeit (die sie für die Lektüre Ihres Schmähbriefes brauchen). Das geht zu Lasten der anderen Manuskripteinsender.

**- Rufen Sie nicht bei Hanser an, und sagen Sie, dass Sie Michael Krüger ganz dringend persönlich sprechen möchten**

→ Herr Krüger ist Chef eines nicht gerade unbedeutenden Verlages, und er hat Besseres zu tun, als mit Ihnen oder mir zu telefonieren. Es kann nämlich gut sein, dass er in einer anderen Leitung gerade mit Umberto Eco, Milan Kundera oder Jostein Gaarder diskutiert.

→ Rufen Sie sowieso nur dann an, wenn Sie ein geübter Telefonierer sind (ob Sie das sind, müssen Sie selbst herausfinden). Seien Sie bloß nicht penetrant und rechnen Sie damit, dass Sie eine telefonische Absage bekommen. Ich habe vor vielen Jahren ein Projekt telefonisch anzupreisen versucht und mir wurde erzählt: „Klingt wie ein Pubertätsroman. Interessiert uns nicht!“ Es ging um *Das Manifest*, und wenn das ein Pubertätsroman sein soll, dann ist *Der Name der Rose* Science Fiction und *Der Zauberberg* Phantasy. Damals war ich (mal wieder) beleidigt und fühlte mich (mal wieder) verkannt. Heute weiß ich, dass ich am Telefon einfach nicht überzeugend bin. Und abgesehen davon: *Das Manifest* war mein zweiter Roman und noch nicht reif, um verlegt zu werden.

**- Wenn Ihr Berufsziel Schriftsteller ist, lassen Sie sich auf keinen Fall auf die Zusammenarbeit mit einem so genannten Kostenzuschussverlag ein**

→ Ein seriöser Verlag, der an Sie und Ihr Projekt glaubt, verlangt keinen Zuschuss! Ihnen wird im Regelfall ein (kleiner) Vorschuss gezahlt. Der Verlag ist sozusagen Ihr Arbeitgeber, den Sie mit guter Arbeit, aber nicht mit (viel) Geld beliefern müssen.

→ Da der Kostenzuschussverlag von Ihnen einen nicht unwesentlichen Betrag erhalten hat, kümmert er sich, wenn überhaupt, nur bedingt um Werbung.

→ Viele Buchhändler arbeiten mit solchen Verlagen nicht zusammen.

→ In meinem Fall war es so, dass ich selbst Plakate angefertigt und selbst die Lesungen organisiert habe und persönlich zu den Buchhändlern gerannt bin, die das Buch zwar bestellt haben, aber zum Teil nicht beliefert worden sind. Siehe auch unter *Biographie*.

**Grundsätzlich gilt: Es ist fast unmöglich, auf diesem Weg einen seriösen Verlag zu finden!**

## **2. Agenturen**

Im Großen und Ganzen gilt dasselbe wie für die Verlage. Seriös arbeitende Agenturen verlangen kein Geld von Ihnen, sondern nur eine Gewinnbeteiligung von meistens 15%. Da die Agentur für Sie etwas tut, was Sie aus eigener Kraft vermutlich nicht schaffen würden, sind 15% von Ihren Einnahmen eine angemessene Vergütung (finde ich). Zumal die Agentur nur gut verdient, wenn Sie selbst gut verdienen. Eine Auflistung seriöser Agenturen und weitere nützliche Informationen finden Sie im *Handbuch für Autorinnen und Autoren* (6. Auflage, ISBN: 3-932522-06-0) von Sandra Uschtrin oder auf ihrer Homepage ( [www.uschtrin.de](http://www.uschtrin.de) ).

Sollten Sie Literatur zu Papier bringen, die wegen Ihres Anspruchs bundesweit nur von sechshundert Menschen verstanden wird, oder sollten Sie einen Verlag für Ihren Lyrikband suchen, bringen Agenturen nicht viel. Denn Agenturen sind darauf angewiesen, dass sich Ihr Buch im Handel verkauft oder dass sie einen ordentlichen Vorschuss heraushandeln. Aber einen ordentlichen Vorschuss zahlt kein Verlag, wenn der Absatz fraglich ist. Versuchen können Sie es natürlich trotzdem. Vielleicht irre ich mich ja.

Ein Agent ist mit Sicherheit sehr nützlich, da sich ein Agent im Literaturbetrieb im Gegensatz zu Ihnen und mir auskennt.

**Aber grundsätzlich gilt: Es ist zwar nicht unmöglich, aber schwierig eine Agentur zu finden.**

### **3. Der andere Weg/langfristige Strategien**

#### a.) Wettbewerbe/Open Mike

Sollten Sie jünger als 35 sein, nehmen Sie am Open Mike-Wettbewerb der Literaturwerkstatt Berlin teil. Wenn Sie es in die Endausscheidung schaffen, lesen Sie Ihren Beitrag vor einem Publikum, in dem neben Redakteuren auch Lektoren und Agenten sitzen.

Infos unter: [www.literaturwerkstatt.de](http://www.literaturwerkstatt.de)

#### b.) das Literaturinstitut in Leipzig

In Leipzig kann man Literatur studieren... nach Beendigung des Studiums ist man so eine Art Diplom-Schriftsteller. Erkundigen Sie sich nach diesem Studiengang. Tun Sie es vor allem, wenn Sie jung sind, Schriftsteller werden wollen, schon viele Texte geschrieben und Lust auf Leipzig haben. Ob man dort schreiben lernt, weiß ich nicht. Aber dort bekommt man Kontakte. Juli Zeh und Clemens Meyer sind übrigens Absolventen des Leipziger Studiengangs.

Infos unter: [www.deutsches-literaturinstitut.de](http://www.deutsches-literaturinstitut.de)

#### c.) Seminare

Nehmen Sie an Seminaren und Lehrgängen teil, die von Verlagslektoren oder halbwegs etablierten Autoren geleitet werden. Solche Seminare sind erstens sehr inspirierend und zweitens lernt man Lektoren oder Schriftsteller persönlich kennen. Die Bundesakademie, die in Wolfenbüttel ihren Sitz und eine eigene Homepage ([www.bundesakademie.de](http://www.bundesakademie.de)) hat, bietet jedes Jahr einige Dutzend Seminare an. Auch in Leipzig gibt es neuerdings einen interessanten Ort, an dem Seminare von kompetenten Referenten betreut werden ([www.text-manufaktur.de](http://www.text-manufaktur.de)). Aber Achtung: Die Texte werden äußerst kritisch besprochen. Es ist keineswegs so, dass man von dort mit einem Vertrag nach Hause kommt, sondern mit hundert Anregungen, was man an seinem Text noch machen muss, damit er das Interesse eines Verlags wecken könnte.

#### d.) Stipendien/Förderpreise

Bewerben Sie sich um ein Stipendium. Oft muss man veröffentlicht haben, oft muss man aus einem bestimmten Landkreis stammen oder darf nicht älter als 35 Jahre alt sein, aber manchmal genügt (offiziell) allein die Qualität des Textes. Das Geld, das man im Fall einer Zusage erhält, ist mit Sicherheit ein Anreiz. Größerer Anreiz sollte aber die Möglichkeit sein, sich in Ruhe oder unter Anleitung renommierter Autoren (zum Beispiel bei der Prosawerkstatt des LCB) einem Projekt widmen zu dürfen. Verlage werden eher aufmerksam auf Autoren, die bereits Stipendien bzw. Förderpreise erhalten haben. Unter [www.literaturport.de](http://www.literaturport.de) und auch unter [www.uschtrin.de](http://www.uschtrin.de) gibt es eine Zusammenstellung der wichtigsten Stipendien und Preise.

#### e.) Literaturzeitschriften

Es gibt viele Zeitschriften, die Geschichten veröffentlichen. Sie heißen Macondo, Edit, Bella triste usw. Sollte man es in eine solche Zeitung geschafft haben, so hat man eine Veröffentlichung vorzuweisen. Und eine solche Veröffentlichung ist bereits der erste Schritt in die richtige Richtung. Eine Auflistung der gängigen Zeitschriften findet man wie fast alles andere auch unter [www.uschtrin.de](http://www.uschtrin.de).

#### f.) Volontariate/Praktika usw.

Wenn Sie jung sind und keine Familie ernähren müssen, dann bewerben Sie sich bei Zeitungen und Verlagen! Wenn Sie bei einer Zeitung arbeiten, ist es leichter für Sie, das Interesse eines Verlages oder einer Agentur zu wecken. Nach der Logik der Lektoren und Agenten können Sie als Redakteur auf jeden Fall schreiben, und *eine* Zeitung gibt es schon mal, die nicht um eine Rezension angebettelt werden muss. Wenn Sie mir nicht glauben, dass es wirklich so und nicht anders ist, gehen Sie in einen Buchladen und schauen Sie auf die Buchrücken von 20 deutschsprachigen Debüts. Bei mindestens der Hälfte wird Folgendes über den Autor stehen: „War/ist Redakteur bei...“

#### g.) Partys

Neulich erzählte mir eine Autorin, dass sie nur Absagen für Ihren ersten Roman erhalten habe. Auf einer Party habe sie jedoch eine Lektorin eines großen Verlags kennen gelernt und sie „zugequatscht“. Ein paar Tage nach dieser Begegnung schickte sie der Lektorin noch einmal den Text zu, für den sie zuvor schon eine Absage erhalten hatte. Diesmal klappte es. Wie Sie es schaffen, auf Partys mit garantierter Lektorenanwesenheit eingeladen zu werden, weiß ich wiederum nicht.

#### h.) Der Eva-Hermann-Faktor

Werden Sie prominent! Dann werden Sie verlegt, garantiert. Hier der Beweis: Meine Schwägerin und meine Schwiegermutter haben jeweils vier Kinder gestillt. Hätten Sie ein Buch über das Stillen geschrieben und hätten sie es an Verlage geschickt, wäre ihr Buch sofort von der Lektoratsassistentin aussortiert worden. Eva Hermann, die nur ein Kind gestillt hat, ist hingegen bei einem renommierten Verlag verlegt worden. Wahrscheinlich hat sie sogar einen ordentlichen Vorschuss erhalten. Mein Vater kennt sich sehr gut mit Geschichte aus. Hätte er ein Buch geschrieben mit dem Titel *Mein Mittelalter* und hätte er es an Verlage geschickt... es wäre ihm ergangen wie meiner Schwägerin und meiner Schwiegermutter. Jörg Pilawa wiederum...

Man könnte die Liste beliebig fortsetzen. Und man könnte darüber lachen, wenn es nicht so verdammt traurig wäre. Denn dieser ganze Prominentenmüll nimmt Hunderten von Schriftstellerinnen und Schriftstellern die raren Plätze weg, die Verlage für neue Autoren übrig haben.

### **Schlussbemerkung**

Wenn Sie Lektoren oder Agenten oder etablierte Autoren zum Thema „Wie finde ich einen Verlag!“ fragen, werden die Ihnen wahrscheinlich etwas ganz Anderes erzählen. Aus eigener Erfahrung weiß ich sowieso nur, wie man entweder den *falschen* oder *keinen* Verlag findet.

Aber wenn man so lange mit verschiedenen Methoden und verschiedenen Texten gesucht hat wie ich, dann wird man sich immerhin vieler Fehler bewusst, die Sie nun nicht mehr zu machen brauchen.

Wenn Sie von Ihrem Text wirklich überzeugt sind, auf in den Kampf!

Ich wünsche Ihnen viel Glück.