

Karriere

In Freiheit schreiben und doch dauernd unter Druck

Die Arbeit und das Leben von Kinderbuchautoren ist nicht einfach.

Der Traum vom ganz großen Erfolg erfüllt sich nur selten.

Literatur-Agenturen spielen eine immer größere Rolle

Von Heidi Friedrich

Conni, Felix, Liliana, Laura – so heißen die besten Freunde unserer Kinder. Sie lernen mit ihnen Fahrrad fahren, reisen mit ihnen um die Welt, hören sie mit Tieren sprechen und kümmern sich gemeinsam um vom Himmel gefallene Sterne. Im Buch ist alles möglich. Doch bis diese fiktiven Freunde im Kinderzimmer Gestalt annehmen können, ist es oft ein langer Weg.

Julia Boehme träumte schon als Kind davon Schriftstellerin zu werden: „Ich wollte meiner langweiligen Kindheit mit der Fantasie ein Schnippchen schlagen“, sagt sie. Ein Jahr lang lief sie dann als 30-Jährige jeden Morgen zu ihrem Briefkasten und hoffte darin die positive Antwort eines Verlages auf ihr erstes Manuskript zu finden. Immer wieder die gleiche Antwort: „Passt nicht ins Programm“. Der große Tag kam dann doch: Gleich zwei Verlage wollten die Anfängerin ins Boot holen. Und heute, zwanzig Jahre später, stehen mehr als 170 eigene Bücher im Regal der 52-Jährigen. Bekannt geworden ist sie vor allem für ihre „Conni“-Reihe und „Tafiti“.

Agenten arbeiten mit Autoren

Eine Erfolgsgeschichte, die so nicht alle Kinderbuch-Autoren erzählen können. Ihr Beruf ist ein hartes Business. Bei einem Verlag unter Vertrag zu kommen, gleicht einem Hauptgewinn. Und wer schon veröffentlicht hat und nicht gerade zu der Spitzenriege von Kinderbuch-Autoren gehört, muss ständig Neues nachliefern, um sich finanziell über Wasser zu halten. Die Dauer der Bücher im Verkaufsergal hält kaum eine Saison. „Man hat nie ausgesorgt“, sagt sogar Julia Boehme.

Dabei sind Kinder- und Jugendbücher insgesamt ein erfolgreiches Marktsegment: Laut dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels war es 2017 die zweitwichtigste Warengruppe im Verlagswesen, gleich nach der Belletristik und vor den Ratgebern. Ihr Umsatzanteil lag bei 16,3 Prozent. Vergangenes Jahr erschienen in dieser Sparte in Deutschland 8752 Erstauflagen.

Wer erfolgreich sein will, erhöht heutzutage seine Chancen, wenn er sich an eine Literatur-Agentur wendet. Sicher, wer sein Buch veröffentlicht will, kann sich auch auf Buch-

messen von Lektor zu Lektor vor-kämpfen oder sein Manuskript direkt und ungefragt an verschiedene Verlage schicken. Das kann funktionieren. Aber Agenturen, die in den USA schon lange gang und gäbe sind, werden für die Kinderbuch-Neulinge auch hierzulande immer selbstverständlicher. „Wir verkaufen nicht nur ein Buch an einen Verlag, wir entwickeln den Autor mit seinem Potenzial“, sagt Birgit Artega. Die Literatur-Agentin, die seit mehr als zehn Jahren im Geschäft ist, versteht sich als Kaderschmiede. Sie erhält im Jahr etwa 600 ungefragt eingesandte Manuskripte, von denen sie nur etwa zwei Prozent als marktfähig einstuft und deshalb weiter verfolgt.

Die Literatur-Agenten verfügen über ein Netzwerk bei den Verlagen, deren Lektoren sich gerne einen Teil der Arbeit, nämlich die der Vorauswahl von Erfolg versprechenden Autoren, abnehmen lassen. Sie vertrauen auf deren Gespür. So auch Anuschka Albertz, die Verlegerin des Ravensburger Buchverlages: „Wer etwas kann, wird von den guten Agenten in deren Portfolio aufgenommen. Sie wissen, was Verlage suchen und coachen ihre Autoren entsprechend.“

Zudem behaupten die Agenten, sie könnten für die Autoren bessere Konditionen verhandeln. „Wir achten auf das Kleingedruckte wie zum Beispiel die Laufzeit der Verträge, die Höhe des Vorschusses, die Rechte über das Buch“, sagt Cristina Bernardi von der Literatur-Agentur Michael Meller in München. Dafür erhalten die Agenturen zwischen 15 und 20 Prozent vom Gewinn des Autors an seinem Buch.



Lesungen gehören zum Kerngeschäft von Kinderbuchautoren.

GETIMAGES/SERGEY MONKOV

Doch was macht gute Kinderbuch-Autoren überhaupt aus? „Man muss aus der eigenen kindlichen Seele heraus schreiben“, sagt Ute Kreuze, die Autorin der „Muskeltiere“. „Ich habe mein inneres Kind lebendig gehalten“, verrät Tanya Stewner, deren Liliane-Susewind-Bücher sich millionenfach verkaufen. So geht es auch Julia Boehme, die sich noch genau daran erinnern kann, wie sie als Kind „getickt“ hat.

„Man darf die Kinder nicht grob belehren wollen“, weiß Andreas H. Schmachl, Autor und Illustrator von

inwiefern es marktgängig ist: Kann man aus dem Inhalt ein Hörbuch, einen Film, einen Adventskalender, einen Plüschtier machen? Das Merchandising ist eng an das Buch gekoppelt. „Der Vertrieb entscheidet mit.“ Das hat der Kinder- und Jugendbuchautor Frank Maria Reifenberg beobachtet, der gemeinsam mit seiner Co-Autorin Gina Mayer mit der Buch-Serie „Schattenbande“ bekannt wurde. Er sieht sich und seine Schriftsteller-Kollegen den Vorgaben des Marktes zu bedienen, so wie sie vom Marketing der Verlage eingeschätzt werden.

Dabei fürchtet Reifenberg die Qualität der Bücher könne darunter leiden. Er möchte nicht nur „Programmplätze füllen, sondern gute Geschichten schreiben.“

Andere Autoren sehen es mit den Brotbüchern und den Vertriebsartikeln pragmatisch: „Es ist ein steiniger Weg als Kinderbuchautorin. Man muss sehr viel auf den Markt bringen, um davon leben zu können“, sagt Daniela Drescher, deren Elen und Wichtel-Bücher im Verlag Urachhaus erscheinen. Sie ist gleichzeitig Illustratorin und begrüßt das Merchandising, weil sie ihre Bilder gerne in Kalendern oder auf anderen Papeterie-Artikeln sieht.

Neben den Tantiemen sind Lesungen eine weitere Einkommensquelle, auf die viele Kinderbuch-Autoren kaum verzichten können oder wollen. Aber auch der Text liegt dort auf dem Prüfstein. Bei der Begegnung mit den Lesern, also den Kindern, haben die Autoren nicht wie bei Erwachsenen den bürgerlicher Vorschuss an höflicher

TERMINKALENDER

Infotag Fachhochschulreife

Termin: 19.07. | 02.08. | 16.08. jeweils 16.00 Uhr
Ort: BEST-Sabel Berufskademie - Littenstraße 109 - 10179 Berlin
Infos und Anmeldung: berleitung@best-sabel.de
oder 030/42 84 91-91 - https://best-sabel.de/ausbildung/wirtschaft/infotag_fachhochschulreife.php

Start am 27.8. – Anmeldung ab sofort
Schulabschlüsse und
kaufmännische und technische Ausbildungen
Campus Berufsbildung e.V.
Friedrichstraße 231 - 10969 Berlin
www.campus-bb.de - Tel.: 030-25 93 18 77

Stille und Konzentration. „Bei den Lesungen bin ich herausgefordert die Aufmerksamkeit bei den Kindern erst zu erlesen“, sagt der Autor Rudolf Herfurter. Dort merke er unmittelbar, ob oder wie ein Text wirkt.

Kinder schlau und mutig machen

Lesungen zu absolvieren, bedeutet aber auch viel unterwegs zu sein. Deshalb sind sie für einige Autoren ein notwendiges Übel, von ihrem Verlag erwünscht oder sogar verlangt. Doch für andere sind sie ein zusätzlicher Ort der Inspiration, der Bestätigung, aber auch der Verantwortung: „Lesungen machen Kindern Lust auf das Buch. Sie motivieren zu lesen“, findet Annette Langen, die seit 24 Jahren den Hasen „Felix“ in ihren Büchern rund um die Welt schickt. Bärbel Dorweiler, die Verlegerin von Thienemann-Esslinger, geht noch einen Schritt weiter: „Es ist sinnvoll die Kinder, also die künftigen Träger unserer Gesellschaft, so stark und schlau und mutig wie nur möglich zu machen. Und dabei können Bücher eine wichtige Rolle spielen“, sagt sie.

So schwierig der Beruf der freien Kinderbuch-Autoren scheint, voller Hürden und Herausforderungen, aber bei der freien Zeiteinteilung scheinen sich alle einig zu sein: „Meine Freiheit ist mir mehr wert als ein geregelter und sicheres Leben.“ So bringt es die Kinderbuch-Autorin Cornelia Franz auf den Punkt. Freiheit bei der Zeiteinteilung, Freiheit bei der stressfreien Vereinbarung von Familie und Beruf, aber auch die „Freiheit tun zu können, was ich aus tiefstem Herzen tun möchte“, wie es Drescher empfindet.