



# GLANZ UND ELENDE

ILLUSTRATION ZWISCHEN KUNST,  
MARKTANFORDERUNG UND EIGENSINN

DOKUMENTATION ZUM 5. WORKSHOP DER  
STIFTUNG ILLUSTRATION VOM 07. - 08.09.2012



Das darf man sich auch nicht so vorstellen wie das meine Hängelocken

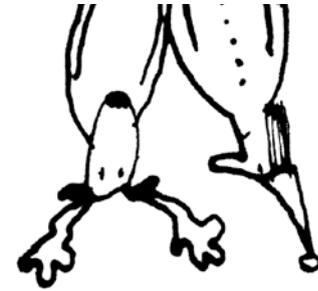




Zum 5. Mal hat die Stiftung Illustration im September 2012 zu einem Workshop um das Thema Illustration eingeladen. Dieses Jahr sollte das Verhältnis Illustration und Markt thematisiert werden. Der Untertitel unseres Workshops lautete: Illustration zwischen Marktanforderung und Eigensinn. Es ging um Respekt. Aber auch ums Verkaufen. Um Moden und Manieren. Um Glanz und Elend. Auf jeden Fall um ein Thema das ständig auf dem Tisch liegt. Auf dem Zeichentisch, auf dem Esstisch, dem Lesetisch.

Dazu fällt mir eine Geschichte ein:

Ich war als junge Illustratorin (und junge Mutter) in die Redaktion einer großen Hamburger Zeitung ge-



ten worden. Ein Auftrag winkte. Dort empfingen mich zwei taffe Damen im Jackett, die mir genau erklärten, was ich zu zeichnen hätte: Ein paar Menschen die Geschäftsstraße fröhlich entlang schlendernd, Hamburgs Türme im Hintergrund, vielleicht ein paar Möwen...Ich sagte Ihnen, dass sie dafür mich ja nicht bräuchten und verließ ergrimmt und hoch erhobenen Hauptes die Redaktion. Weil ich nur wie in einem gedanklichen Malbuch ihre Idee ausmalen sollte war ich empört. Das Finden, das Ausdenken von Bildern, das war meine Kunst, ...dafür hatte ich 13 Semester studiert. Das wollte ich mir nicht nehmen lassen. Das klingt jetzt heldenhaft. War es aber nicht: Ich hatte damals einen



# FÜNFTER WORKSHOP DER STIFTUNG ILLUSTRATION



Vertrag als Cartoonistin bei der Frauenzeitschrift BRIGITTE. Fest und einträglich. Denn, wer von der Kunst seine Kinder ernähren will, muss sich schon gut überlegen, wie viel Eigensinn er (meistens sie) sich leisten will. Oder leistet man sich den Eigensinn und geht nebenbei putzen?

Sind wir also Künstler, -also welche, die etwas erschaffen, was sehr persönlich und eigenständig ist und aus einem schöpferischen Drang entsteht (zugegeben ein etwas romantischer Künstlerbegriff) oder sind wir Dienstleister, – welche die ein Handwerk beherrschen und das gemäß einem Auftrag ausführen? Und wenn wir Kunst machen oder Aufträge ausführen: Wie leben wir davon? Und

wie leben die Verwerter von uns? Was hat sich verändert in der Bücherwelt und im Editorial? Wird mehr reingeredet? Werden mehr graue Himmel in Rosa verwandelt seit es technisch einfacher möglich ist. Regiert das Marketing? Gibt es weniger Zeit? Weniger Kontakt? Oder machen die schnellen Datenautobahnen alles leichter, besser? Ist es nicht so, dass das Eingebundensein in Verlagsprogramme, der Bezug zum Text, die Existenz eines konkreten Users (die Kinder z.B.) gerade das Spannende an unserem Beruf sind?

Weil der Titel »Illustratoren jammern über Verlage« mindestens so langweilig ist wie der Titel »Verlage planen den Bestseller«, dachte ich

ein besserer Titel wäre: »Verlage, Illustratoren, Marketingvertreter und Buchhändler jammern planvoll über Bestseller.«

Das ist aber ein bisschen lang...

Deshalb: Glanz und Elend.

Aber es wurde nicht nur gejammert. Es wurden viele neue Aspekte berührt und diskutiert und nebenbei wunderbare Bilder gezeigt. Es war ein ausnehmend gut besuchter und gutgelaunter Workshop. Für das außergewöhnliche Engagement aller Referenten und Organisatoren möchte ich mich herzlich bedanken.

Jutta Bauer





**FREITAG, 7.9.2012**

### **BEGRÜSSUNG**

Dr. Maria Linsmann

### **EINFÜHRUNG**

in das Thema des Workshops:  
Jutta Bauer

### **VON STREUNENDEN KATZEN UND BEHARRLICHEN HOFHUNDEN – WARUM AUTOREN UND VERLEGER KUSCHELN UND SICH BEISSEN.**

EIN REFERAT MIT HERMANN SCHULZ

Hermann Schulz, viele Jahre Leiter des Peter Hammer Verlages und Autor von zwanzig Kinder- und Jugendbüchern, stellt kritische Überlegungen an zum Verhältnis zwischen Künstlern (Illustratoren/Autoren) und ihren Verlegern. Er sieht ein

oft vermintes Gelände, mit Untiefen, Stolpersteinen, Missverständnissen und Misstrauen. Aus eigener Praxis kennt er beide Seiten und versucht sich als Minenräumfachmann.

Moderation: Dr. Barbara von Korff Schmising

### **IDENTITÄT DURCH ILLUSTRATION: ANDREAS EUCKER (STERN)**

Illustration hat es im deutschen Editorial Design nicht leicht. Fotoredakteure und Art-Direktoren der Magazine und Zeitschriften haben nur selten den vollen Überblick über die deutsche und internationale Illustrationsszene. Dabei ist es gerade die Illustration, die es immer wieder schafft, einem Editorial so etwas wie wieder erkennbare Identität zu verleihen. Andreas Eucker zeigt



die wenigen guten Beispiele aus Deutschland und dem Ausland und beschreibt das schwierige Verhältnis des deutschen Editorials zur Illustration und wie sich dies ändern ließe.

Moderation: Jutta Bauer

### **DIE NETTEN ONKEL**

Ein Gespräch mit Nikolaus Heidebach und Ole Könnecke, Jutta Bauer zeichnet dazu.

Moderation: Maria Linsmann

**SAMSTAG, 8.9.2012**

### **DAS GUTE, WAHRE, SCHÖNE: GESCHICHTEN VOM VERLEGEN UND VERKAUFEN**

Ein Gespräch mit Ulrich Störkoblume, dem Leiter des Hanser-Kinderbuch Verlages, Klaus Kluge, Vor-



# PROGRAMM

Tagungskonzeption: Jutta Bauer

standsmitglied des Bastei-Lübbe Verlages und der Marketing-Managerin der Buchhandlung Eselsohr in Frankfurt am Main, Ulrike Boessneck-Voigt

Moderation: Ute Wegmann

## **DAS WUNDER SELMA UND ANDERE SELTSAME GESCHICHTEN VOM STRICH: JUTTA BAUER**

Die bekannte Illustratorin und Andersen-Preisträgerin Jutta Bauer ist seit vielen Jahren im Bilderbuchgeschäft tätig und zählt zu den wichtigsten und erfolgreichsten deutschen Illustratoren. Mit ihren Büchern hat sie viele Überraschungen erlebt und berichtet von unerwarteten Flops und Verkaufsschlagnern.

Moderation: Pauline Liesen

## **WASSERBALLETT IM POOL - EIN GESPRÄCH MIT ZEICHNERINNEN VON SPRING**

SPRING, das Magazin für Zeichnung, Comic & Kunst erscheint seit 9 Ausgaben jährlich im Eigenverlag. Die Qualität hat sich in der Szene herumgesprochen wegen der mutigen Herangehensweise der Zeichnerinnen. Immer wieder beschreiten sie neue Wege und arbeiten mit Herzblut und Leidenschaft.

Moderation: Jutta Bauer

## **WISSEN, WO BEIM BLEISTIFT VORNE IST - DIE ILLUSTRATOREN ORGANISATION E.V. INFORMIERT ZU GRUNDLAGEN DES BERUFLICHEN ERFOLGES**

Ein Vortrag von Andrea Offermann, Vorstandsmitglied der Illustratoren Organisation e.V. (IO).

Für die meisten IllustratorInnen ist

der Start in die Selbständigkeit ein Sprung ins Ungewisse. Zu wenig ist bekannt über die Möglichkeiten, Rechte und Pflichten, die mit der Entscheidung zur künstlerischen Tätigkeit verknüpft sind. Die IO schafft mit einer Vielzahl von Publikationen und Informationsangeboten Abhilfe, bietet juristischen und versicherungstechnischen Beistand und eine Plattform zum aktiven und professionellen Austausch.

Moderation: Bernhard Schmitz

## **ERÖFFNUNG DER AUSSTELLUNG »OLE KÖNNECKE«**

Paradies

# Fragestellungen

- Illustration: ist sie Kunst, ist sie <sup>Wurst</sup> Produkt



Nische, ~~oder Kapitalmarkt~~ <sup>bedient</sup> Kunden?  
Kunst, Markt, Marketing - <sup>beißt</sup> <sup>dauf</sup>

Wurst, Wurst, Kunst



was ist Illustration?  
schleiert und marktgerecht, <sup>Kunstvoll</sup> <sup>etwa</sup> in der Nische.

→ Kunst und Illustration

Subkultur und Markt, Auftrags-  
Qualität setzt sich durch!! <sup>widmesli</sup>  
Der Markt, das unbekannte

Anke F. <sup>Wieso?</sup>  
Das Gute, Wahre, Schöne <sup>wo</sup> <sup>kaufst</sup> <sup>das?</sup>

→ Johannes Eiler

Gibt es denn Grenzen?  
Gibt es interessante?  
Wieso mögen Illustrationen

nicht für Werbung <sup>caud</sup> <sup>Wieso</sup>  
mögen? Wieso kriecht mit  
Buch illus.? Stimmt das?  
Nur ganz oben lässt sich das:  
schleimann, unger,  
→ Vortrag mit Bildern?

Einführungsreferat

Ich? <sup>was</sup> <sup>geht</sup> <sup>und</sup> <sup>wieso?</sup>  
Ul: S.

- Streitgespräch?

→ Oleki, Nikolaius <sup>ist</sup> <sup>ein</sup> <sup>großes</sup> <sup>Projekt</sup> <sup>das</sup> <sup>ich</sup> <sup>mit</sup> <sup>dir</sup> <sup>doch</sup> <sup>immer</sup> <sup>lesen</sup> <sup>will</sup> <sup>so</sup> <sup>kommen</sup> <sup>bei</sup> <sup>uns</sup>

→ Johannes Eiler <sup>ist</sup> <sup>weil</sup> <sup>wir</sup> <sup>für</sup> <sup>alle</sup>

→ Subkultur <sup>ist</sup> <sup>ein</sup> <sup>großes</sup> <sup>Projekt</sup> <sup>das</sup> <sup>ich</sup> <sup>mit</sup> <sup>dir</sup> <sup>doch</sup> <sup>immer</sup> <sup>lesen</sup> <sup>will</sup> <sup>so</sup> <sup>kommen</sup> <sup>bei</sup> <sup>uns</sup>

→ wo hört's denn auf?

→ Anke F. <sup>Froh</sup> <sup>in</sup> <sup>der</sup> <sup>Nische</sup>

→ Workshop <sup>Größtes</sup> <sup>Statements</sup> <sup>Projekt</sup>

→ Diskussion

Jutta als Schnellwidmesli

nicht

→ Diavortrag, Titelblätter

Vom Marketing Kommunikation

Wieso? Wieso?

Wünsche an den Buchmarkt

**JUTTA BAUER**  
Bereits im Studium veröffentlichte sie Sprachbücher und Illustrierte Wandzeitungen, Plakate und Studentenzeitungen. Ihre ersten Bilderbücher veröffentlichte sie 1981. Seitdem arbeitet sie unermüdlich für verschiedene Verlage und Zeitschriften. Ihr lieferbares Werk umfasst mehr als 60 Bücher für welche die Künstlerin mit zahlreichen Preisen ausgezeichnet wurde. 2009 erhielt sie den Deutschen Jugendliteraturpreis für das Gesamtwerk und im Jahr 2010 wurde sie mit dem Hans-Christian-Andersen-Preis geehrt. Sie ist Mitglied des Kuratoriums der Stiftung Illustration.



# REFERENTINNEN/REFERENTEN



## ULRIKE BOESSNECK-VOIGT

Die ausgebildete Buchhändlerin, Diplom-Pädagogin und Germanistin hat ihr Hobby zum Beruf gemacht. Seit fast 30 Jahren leitet sie die Buchhandlung Eselsohr im Frankfurter Stadtteil Bockenheim. Der Schwerpunkt des vielfältigen Angebots ihrer Buchhandlung liegt bei der Kinder- und Jugendliteratur. Ulrike Boessneck-Voigt setzt mit ihrem Team Akzente in der Leseförderung. Besonders wichtig ist ihr außerdem, dass die weiter zu empfehlenden Bücher von Kindern und Jugendlichen selbst rezensiert werden.

## ANDREAS EUCKER

In Vertretung von Johannes Eler referierte Andreas Eucker. Er studierte von 1978 bis 1980 Theater-, Film- und Fernsehwissenschaften an der Universität Köln. Es folgte von 1983 bis 1990 ein Studium der Fotografie an den Fachhochschulen Dortmund und Bielefeld. Von 1990 bis 1998 war Andreas Eucker als freier Fotograf tätig. 1998 bis 2001 arbeitete er in der Entwicklungsredaktion BIZZ/Capital als Leiter der Fotoredaktion. Seit 2001 ist er Fotoredakteur beim STERN.

## NIKOLAUS HEIDELBACH

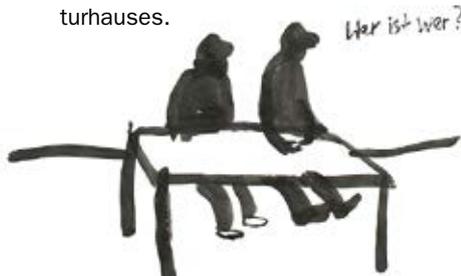
studierte Germanistik, Kunstgeschichte und Theaterwissenschaften in Köln und Berlin. Er gehört heute zu den international anerkanntesten, deutschen Bilderbuch-Künstlern der Gegenwart. Er hat viele Preise und Auszeichnungen erhalten, so erhielt er 2000 den Sonderpreis des Deutschen Jugendliteraturpreis für das Gesamtwerk und 2007 den Deutschen Jugendliteraturpreis in der Sparte Bilderbuch für *Königin Gisela*.





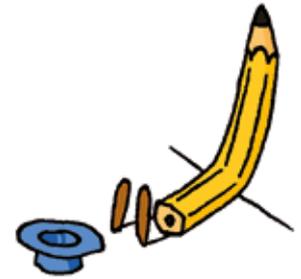
### KLAUS KLUGE

ist Geschäftsführer bei Bastei Lübbe, Köln. Nach dem Studium der Gesellschafts- und Wirtschaftskommunikation an der Hochschule der Künste, Berlin waren seine weiteren beruflichen Stationen u.a. PR- und Pressechef des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels, Vertriebs- und Marketingleiter in der VG Droemer-Weltbild, München, Marketingleiter in der VG Ullstein-Heyne-List, München, Verlagsleiter Marketing in der VG Droemer-Knaur, München. Außerdem ist Klaus Kluge Vorstandsmitglied des Kölner Literaturhauses.



### OLE KÖNNECKE

Er verbrachte seine Kindheit in Schweden. Er studierte Germanistik und begann nebenbei mit dem Zeichnen. Sein charakteristischer Stil erinnert an Comics. Gerundete, schwarze Umrisslinien umschreiben das Wesentliche einer Figur oder eines Gegenstands. In den letzten Jahren arbeitet er verstärkt am Computer. Ole Könnecke wurde vielfach ausgezeichnet, so erhielt er 2002 den Max-und-Moritz-Preis für den besten deutschsprachigen Comic *Doktor Dodo schreibt ein Buch* und wurde 2011 für den Deutschen Jugendliteraturpreis mit *Das große Buch der Bilder und Wörter* nominiert.



### HERMANN SCHULZ

wurde in Nkalinzi/Ostafrika geboren und verbrachte seine Kindheit und Jugend im Wendland und am Niederrhein. Von 1967 bis Sommer 2001 war er Verlagsleiter des Peter Hammer Verlages. Schulz hat vor allem Kinder- und Jugendbücher verfasst wie z.B. *Wenn dich ein Löwe nach der Uhrzeit fragt*, *Iskender* und *Flucht durch den Winter*. Unter anderem wurde sein Bilderbuch *Die schlaue Mama Sambona* für den Deutschen Jugendliteraturpreis nominiert und mit dem Troisdorfer Bilderbuchpreis ausgezeichnet.





## SPRING

das Heft der Zeichnerinnen, erscheint einmal im Jahr, immer im Sommer, mit Ausstellungen in Hamburg und Berlin. Die Qualität von SPRING ist hoch, das hat sich in der Szene herumgesprochen. Erst vor kurzem wurde das Magazin in Erlangen mit dem Independent Comic Preis ausgezeichnet. Die Zeichnerinnen befassen sich jedes Jahr mit einem selbst gewählten Thema und setzen dieses auf die unterschiedlichsten Weisen visuell-erzählerisch um: Hier trifft Comiczeichnung auf Holzschnitt, gemalte Collage auf Hinterglasmalerei.

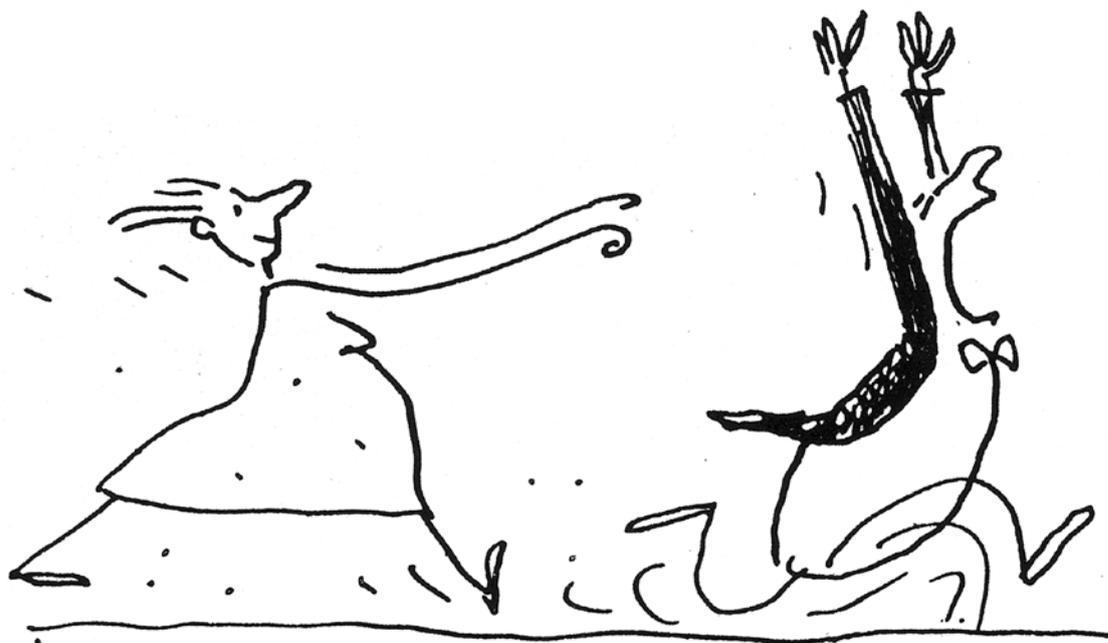
## ULRICH STÖRIKO-BLUME

Nach dem Einstieg 1976 ins Kinder- und Jugendbuch bei Ravensburger war er in leitenden Funktionen u.a. bei arsEdition, C. Bertelsmann Jugendbuch und Beltz & Gelberg tätig. Darüber hinaus ist er seit 2010 Vorsitzender der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen (avj) und hat im Jahr 2011 die Leitung des Hanser Kinderbuch Verlages übernommen.

## ANDREA OFFERMANN

In Vertretung von Tim Weiffenbach referierte Andrea Offermann. Sie ist Vorstandsmitglied der Illustratoren Organisation e.V. (IO). Sie studierte Illustration am Art Center College of Design in Pasadena, Kalifornien. Nach ihrem Abschluss kehrte sie 2005 nach Deutschland zurück und arbeitet seitdem im Kunst-, Comic- und Illustrationsbereich. Sie lebt in Hamburg.





Man fange sich einen  
Verleger...

# VON STREUNENDEN KATZEN UND BEHARRLICHEN HOFHUNDEN

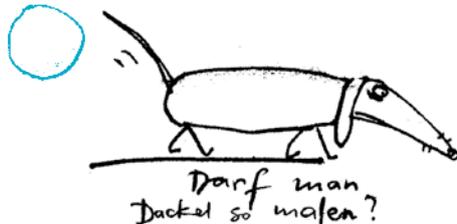
WARUM AUTOREN UND VERLEGER KUSCHELN UND SICH BEISSEN

Hermann Schulz

Vortrag anlässlich des 5. Workshops der Stiftung Illustration auf Burg Wissem in Troisdorf am 07.09.2012

33 Jahre war ich Verlagsleiter und bin jetzt seit 15 Jahren Autor von erzählenden Texten. Also habe ich das oft komplexe Beziehungsgeflecht zwischen beiden Berufen hautnah von beiden Seiten mitbekommen; ein paar Überlegungen dazu

Der Mond scheint auf einen übelläufigen Dackel.



möchte ich gern weitergeben, weil ich freundlich von Jutta Bauer dazu eingeladen wurde.

Ich beginne mit einem aufschlussreichen Beispiel aus meinem Verlegerleben. Es geht darin um die Freiheit eines Autors und seine Möglichkeit, die Macht eines Verlages ad absurdum zu führen. Das Beispiel dafür lieferte mir der großartige Dichter Carlos Martinez Rivas aus Nicaragua; es ist Autoren oder Illustratoren nicht unbedingt zur Nachahmung empfohlen, und Verleger kennen ohnehin alle Tricks ihrer Kreativpartner.



Seit den 1970er Jahren bemühte ich mich vergeblich um die deutschen Rechte an Gedichten dieses wunderbaren Poeten. Niemand hat großartigere Texte über die Natur, über die Liebe, die Schönheit und die Frauen, über Gott und Teufel geschrieben. Diese Meinung teilte auch Mario Vargas Llosa, den ich in Lima besuchte und der über Carlos sagte: Er ist ja doch der Größte der Großen!





Mit dem Dichter verband mich persönliche Freundschaft, er hatte aber notariell festgelegt, nie dürften seine Texte in fremde Sprachen übersetzt werden. Als ich ihn nach dem Grund fragte, antwortete er, es sei ja ungewiss, was in einer fremden Sprache aus seiner Poesie würde ... Für diese Haltung hatte ich trotz meiner Enttäuschung eine nicht geringe Bewunderung.

1995 war er schon alt, mittellos, völlig dem Alkohol verfallen und würde wohl nicht mehr lange zu Leben

haben. Als ich ihn bei einem Besuch in Nicaragua anrief, stimmte er endlich zu, mit mir einen Vertrag über die deutsche Ausgabe zu schließen, um den ich dreißig Jahre lang gebuhlt hatte. Die Vertragsformulare brachte ich in zweifacher Ausfertigung mit; er unterschrieb nach langem Zögern und unter starkem Alkoholeinfluss, denn er trank von morgens bis abends, beide Exemplare und steckte die 600 Dollar Vorschuss in seinen schmutzligen Morgenrock. Da passierte ihm ein Versehen, eine kleine Ungeschicklichkeit: Sein Becher Rum ergoss sich über eine Ausfertigung des Vertrages; er fluchte, zerknüllte das nasse Papier und warf es in seinen Papierkorb. Mit Bedauern in der Stimme bat er den anwesenden Dichterfreund Julio Valle, doch für ihn eine Fotokopie des Vertrages anzufertigen und mir vor meiner Abreise das Original zu bringen. Julio Valle rief am Tag vor meiner Abreise an, er habe es nicht mehr geschafft,

sein Kind sei krank geworden, er würde den Vertrag aber schnellstens mit der Post schicken.

Er ist nie angekommen. Sicher haben sich beide über meinen lächerlichen Versuch amüsiert, dem Dichter einen Vertrag abzuschwatzen, nur weil er gerade dringend Geld brauchte!

Wer die Unwägbarkeiten des Marktes kennt, wird wissen, dass ich vielleicht damals gar kein Geld verloren, sondern gespart habe, weil ich die Gedichte nicht druckte; aber auch das weiß man selten vorher.



Kommen wir nach diesem Beispiel von Autorenschläue zur Sache: Zu behaupten, Verleger säßen immer am längeren Hebel, weil dort die Entscheidungen fallen, das Geld und die Macht des Marktes ist, würde die Situation verzerrt darstellen. Das Verhältnis der Verlage zu den Autoren ist viel komplexer. Verleger haben allerdings dem Autor, dem Illustrator voraus, dass sie mehr vom Markt verstehen, sich um den tristen Alltag des Kalkulierens und Verkaufens kümmern müssen. Sie haben meist gute Bodenhaftung und können sich exzentrische oder ego-manische Haltungen wie die Künstler selten leisten. Beide sind Unternehmer, die mit dem gleichen Produkt arbeiten.

*Das darf man  
sich auch nicht  
so vorstellen  
wie das reine Honigschlecken*

Beide müssen und wollen mit ihrem Beruf Geld verdienen!  
Der eine beansprucht die Freiheit, zu verlegen, was er für wichtig und verkäuflich hält; er folgt seinem Anspruch an sein Programm ebenso wie der Notwendigkeit, auf die wirtschaftliche Seite zu achten. Das macht diesen Beruf schwierig und spannend zugleich, das dauernde Abwägen zwischen Geschäft und Inhalten allerdings verleiht seinen Auftritten die dubiose Färbung des Spielers.  
Der Autor, der Illustrator hat die Freiheit, zu schreiben und zu zeichnen, was er für richtig hält und braucht den Verleger, um sein Produkt an das Lesepublikum zu bringen. Beide Berufe gehen mit jedem Projekt Risiken ein, denn ein Buch, das noch niemand kennt, hat keinen Markt; es sei denn, der Autor ist schon allseits bekannt.

Was beide verbindet, sind die wunderbaren Elemente der Kreativität,

der Gestaltung, des gegenseitigen Verstehens und Respektierens, der gemeinsamen Teilnahme an Veränderung, der Beeinflussung der Gesellschaft. Mit jedem Buch kann sich mal mehr, mal weniger die geistige Landschaft verändern, manchmal über Grenzen hinweg. Das hört sich nach einer wunderbaren Harmonie und freiem Spiel der Kräfte an. Das will ich durchaus nicht in Frage stellen, wenn ich sage: der Eindruck beschreibt ein Ideal, aber er täuscht!



*Zeichnerin stiftet  
eine Kerze an die  
Göttin des Einfalls.*



In der Süddeutschen vom 31. August 2012 lese ich in einem Beitrag über Arno Schmidts Abenteuer mit seinen Verlegern: »Die Verleger sind alle Verbrecher, fast alle, fast immer. Nur die Bilanzen haben sie im Kopf, von Literatur keine Ahnung und das Restchen Seele, über das sie noch verfügen, verkaufen sie für eine Extraauflage Politikerlobhudelei!«

Natürlich zeichnet der Autor dieser Worte, Willi Winkler, eine Karikatur, aber nicht ohne Grund.

Ich habe erst als Autor in zahlreichen Gesprächen mit Kolleginnen und Kollegen die offenen und verdeckten Aggressionen gegen die Verleger, ja zur ganzen komplexen Verlagswelt und zum Büchermarkt, richtig kennengelernt. Da steckt eine Menge böser Erfahrung hinter, aber auch Irrationalität, eine Schützengraben-Mentalität. Sie sind Lieferanten einer Ware, auf die eigentlich niemand gewartet hat. Und müssen durch das Nadelöhr einer Verlagsentscheidung, an der sie kaum beteiligt werden.

Sie haben natürlich die Freiheit, unter Hunderten von Verlagen einen auszusuchen, in dem ihr Werk passen könnte. Haben sie schon einen guten Namen, also Erfolge auf dem Markt vorzuweisen, entspannt sich die Lage erheblich. Sie entspannt vor allem, wenn so etwas wie Vertrauen zum Verlegerpartner ent-

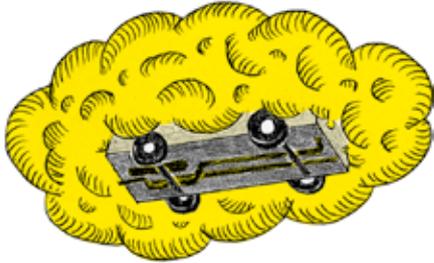
standen ist, auf Grund bisheriger Zusammenarbeit, guter Beratung, gegenseitige Einsicht in die Probleme.

Der Verleger bringt seine Erfahrungen ein, die des Marktes, aber zugleich seine persönlichen Vorstellungen. Er schlägt mit oder ohne gute Gründe Änderungen vor, muss Erscheinungstermine bestimmen, Gestaltungs- oder Illustrationsfragen ohne oder mit dem Autor entscheiden. Dann kann ein problematisches Gezerre entstehen, denn auch der Autor hat seine Vorstellungen. Sind sie nicht kompatibel, kann die Zusammenarbeit scheitern. Und meist gibt der Autor, der Illustrator mangels Alternativen und weil er den Vorschuss braucht, doch nach. Und dann ist da, vor allem bei Autoren mit wenig Erfahrung, häufig der Vorwurf:

»Der Verlag macht für mein Buch ja kaum Werbung, sonst wäre es längst ein Bestseller!«

das Böse





Als wenn man mit Werbung allein ein Buch erfolgreich machen könnte! Da schüttelt jeder Verleger den Kopf. Was ein Buch braucht, ist Qualität, Marktfähigkeit und angemessene professionelle Pflege! Der Begriff »Vertriebsarbeit« kommt aber im Vokabular von Autoren kaum vor; wie überhaupt die mir bekannten Autoren erstaunlich wenig Ahnung davon haben, wie ihre Bücher in den Markt kommen. Sie rechnen es allzu gern ihrer Genialität zu. Dabei ist das – auch für Autoren – ein enorm spannendes Beziehungsgeflecht, in dem sie ja selbst eine Rolle spielen, und eine größere spielen könnten, wenn sie nicht so ahnungslos wären.

die Netten  
Anderen

Der Verleger sagt nach Prüfung zu einem Autorenangebot: Ja oder Nein. Er ist sparsam und vorsichtig mit Begründungen bei Absagen; oft schreibt er nur »passt nicht in mein Programm!« Das bringt den Autor auf die Palme; er wünscht sich das Gespräch, vielleicht Beratung. Damit aber sind Verlage einfach überfordert und gehen ihm aus dem Weg. Der Autor arbeitet ein Jahr lang oder länger an einem Werk. Er wird in den Entscheidungsprozess des Verlages letztlich nicht einbezogen, fühlt sich schnell unverstanden und schon gar nicht gleichberechtigt.

Verleger haben Macht und Einfluss. Macht und Einfluss bewirken Abhängigkeiten, lösen Aggressionen aus, zumal jeder weiß, dass unglaublich viele Bücher ungedruckt bleiben.

Immer häufiger nehmen sich Autoren in ihrer Not, in ihrem Zorn, in ihrer Enttäuschung die Freiheit, ihr Buch selbst drucken zu lassen, verzichten damit auf die Verbreitungsmöglich-

keiten, die nur der Vertrieb des Verlages leisten kann. Sie klinken sich aus, wollen dem verwirrenden Spiel, das gezeichnet ist von widerstrebbenden Interessen, von wirtschaftlichen und inhaltlichen Aspekten, aus dem Weg gehen, weil ihre Hoffnungen und Erwartungen in dieser komplizierten Verlagswelt unterzugehen drohen.

Aber selber drucken ist selten ein empfehlenswerter Ausweg. Wenn es einem Autor nicht gelingt, einen Verleger zu finden, der sein Vertrauen hat, der ihn kompetent

Wahrheit





begleitet und berät, sollte er sich die Freiheit nehmen und einen guten Agenten engagieren.

Was ist ein guter Agent? Einer mit Kenntnissen und Augenmaß für die Möglichkeiten, einer der auch die harsche Kritik nicht scheut, aber die Möglichkeiten des Illustrators auf dem Markt einschätzen kann – und ihn berät.

Bis noch vor einigen Jahren galt es als unfein für Autoren, auf den direkten Kontakt mit dem Verleger zu verzichten und sich in die Hand eines Agenten zu begeben. Dahinter steht der alte wunderbare Mythos von lebenslangem Zusammenwirken zwischen Autor und Verleger. Ich befürchte, dass gelungene Beispiele dafür seltener werden, sonst wäre die Anzahl der Agenten für deutsche Bücher nicht so sprunghaft angestiegen. Die Gründe, dass immer mehr Autoren diesen Weg wählen, sind einsichtig: Sie haben es satt, monatelang auf Entscheidungen zu warten, sich abwimmeln zu lassen, um Vorschüsse und Konditionen zu streiten.

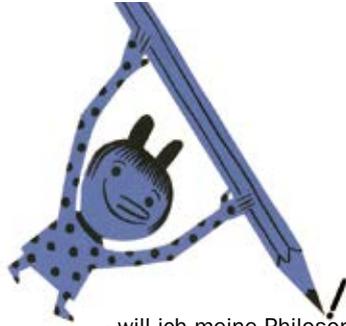
Wenn Autoren sich bei mir als früherem Verleger ausweinen, weil sie auf dem schwierigen Markt nicht klar kommen, keinen Verlag finden oder mit dem Verlag unzufrieden sind, rate ich ihnen trotzdem nicht an erster Stelle, einen Agenten zu nehmen, sondern versuche ihnen klar

zu machen, dass sie ihr Dichter- und Malerstübchen mal verlassen und ihren Beruf als Autor oder Illustrator professioneller angehen sollten. Das gilt bei der Verlagsuche als auch beim Gestalten ihrer Arbeiten. Zum Autor gehört mehr als die Herstellung des Werkes in der Dichter- oder Malerklausur; das haben schon Goethe und Schiller gewusst.

Da sind ein paar klare berufliche Entscheidungen zu treffen, über das, was ich mit meinem Buch will! Auch Autoren und Illustratoren können solche Unternehmensziele für sich klären, wie wir das von jedem Geschäftsmann erwarten:

- will ich viel Geld verdienen mit meinem Werk?
- will ich die Welt von meinem kreativen Produkt, meiner Kunst überzeugen?
- will ich Vorschläge machen, die Welt zu retten?
- will ich Kinder glücklich machen mit Bildern und Texten?





- will ich meine Philosophie, meine Poesie oder sonst was verbreiten? usw.

Jeder hat die Freiheit, das zu entscheiden, aber dann auch für die Folgen gerade zu stehen. Kürzlich sagte eine schon betagte, durchaus erfolgreiche Autorin in einer Runde mit Verlegern: »Ich will nur noch mein Ding machen, meine Geschichten erzählen – und mich um nichts anderes mehr kümmern!« Diese Haltung kann sich eine erfolgreiche Autorin leisten, nicht aber jemand, der noch auf der Suche nach einem Verlagspartner ist. Sich informieren über den Markt, über Angebot und Nachfrage, in welchem Haus ist mein Buch am besten aufgehoben ist, welchen

*Ein gewisses  
Nachdenken  
über Texte...*

Platz könnte es in dem zunehmend unübersichtlichen Markt einnehmen, statt es wie wild durch die Gegend zu schicken, und auf den Glückstreffer hoffen.

Schwieriger ist der Markt für Illustratoren und Autoren auch deshalb geworden, weil durch die Kommerzialisierung von Verlagsprogrammen und unüberschaubare Produktionsmengen eine Haltung des Verlegers, des Verlegers oft kaum noch zu erkennen ist. Steht eine solche Haltung wie ein Leuchtturm erkennbar im Markt, in der Öffentlichkeit, kann man sich leichter orientieren: Welcher Geist weht da durch das Programm? Welches Licht verbreitet der Leuchtturm? Kann ich mich da zu Hause fühlen?

Hier sei angemerkt, dass wir in unserem Sprachbereich über bewundernswert viele Verlage verfügen, auf die das zutrifft!



Viele Verleger, vor allem in Konzernverlagen, müssen kurz- oder mittelfristig Erfolge vorweisen, sie stehen unter Druck! Man muss allerdings auch sagen, dass in Buchverlagen im Vergleich zu anderen Branchen der Druck noch verhältnismäßig sanft ausfällt, aber er ist da, auch für kleine und mittelgroße Verlage, die Miete und Gehälter bezahlen müssen: Das setzt oft einen fragwürdigen Automatismus in Gang: Was hat sich bewährt und gut verkauft? Egal, ob im eigenen Verlag oder bei der Konkurrenz! Also fahren

wir auf dieser Schiene! Das Risiko klein halten, mit Bewährtem weitermachen. Phantasy verkauft sich gut, also Phantasy! Vampirbücher verkaufen sich, also weiter damit. Hitlerbücher gehen immer, also ...

Ich will mich nicht als Berater aufspielen, aber darin kann ich kein tragfähiges Zukunftskonzept für Verlage erkennen.

Warum ich für eine deutlichere Haltung bei Verlegern plädiere, obwohl das altmodisch klingt? Weil das die Voraussetzung ist, Neues zu entdecken, zu wagen, auch wenn es



Risiken birgt. Das ist immer noch zukunftsweisender als die Bedienung des sogenannten Massenmarktes.

Niemand konnte wissen, dass der Werbefraferiker Wolf Erlbruch einmal eine neue Bildsprache für Kinderbücher erfinden würde, als er sein erstes Bilderbuch auf Anfrage des Verlages machte. Ich erinnere mich lebhaft an die erste Begegnung mit der blutjungen Nadia Budde auf der Leipziger Buchmesse, als sie mir schüchtern ihre Bildchen zeigte und gleich mit ihrem ersten Buch den Jugendliteraturpreis gewann.

Die Aufmerksamkeit, hinzusehen, zuzuhören, neugierig zu sein, das können wir von Verlegern erwarten, auch wenn es ihnen exaltierte, verrückte, durch geknallte Künstler oft schwer machen.

Sie können von Verlegern z.B. nicht erwarten, dass sie sich im Trubel der Buchmesse Gedichte anhören oder sich den Inhalt eines sensationellen Romans erzählen lassen. Auch

da müssen die Künstler eine Menge über professionellen Umgang lernen.

Autoren und Illustratoren rate ich, ihren Beruf nicht nur aus ihrem sicher reichen Innenleben, aus ihrem ästhetischen Anspruch heraus zu betrachten, sondern sich selbst als Teilnehmer am Markt zu verstehen. Aus lauter Unsicherheit strahlen sie oft Arroganz und Überheblichkeit aus; nicht alle Verleger können damit gut umgehen.

Den Markt erkunden, verkaufen, kalkulieren, Konzepte entwickeln kann Freude machen und sogar Eros entwickeln, auf beiden Seiten! Sonst wäre ich nicht so lange Jahre Verleger gewesen, und heute mit gleicher Freude Autor.

Überlegungen allerdings zu E-Books und neueren Entwicklungen bekomme ich nur aus der Presse mit; ob da alle Blümenträume reifen und wir herrlichen neuen Zeiten entgegen gehen, kann ich nicht sagen, habe aber so meine Zweifel.



## ABBILDUNGEN

Die verwendeten Illustrationen stammen von Verena Ballhaus, Jutta Bauer, Rotraut Susanne Berner, Regina Kehn, Ole Könnecke und dem springmagazin.de: Larissa Bertolasco, Regina Kehn, Sophia Martineck, Katrin Stangl und Stephanie Wunderlich

## IMPRESSUM

Hrsg. 2012 von der  
Stiftung Illustration  
% Museum Burg Wissem

Dokumentation zum 5. Workshop der  
Stiftung Illustration »Glanz und Elend –  
Illustration zwischen Kunst, Markt-  
förderung und Eigensinn«

Konzept: Jutta Bauer  
Mit einem Beitrag von Hermann Schulz  
Lektorat/Redaktion: Gabriele Schröder  
Gestaltung: Frank Georgy  
Druck: diedruckerei.de

© 2012 bei den Verlagen,  
Künstlern und den Autoren





Stiftung  
Illustration