

„Drum prüfe, wer sich länger bindet“ – Partnerin Agentur Interview mit Petra Hermanns

Petra Hermanns, Frankfurt, ist Inhaberin der Agentur Scripts for sale (siehe S. ...). Die Fragen stellte Sandra Uschtrin.

Brautschau

1. Wie sieht die Autorin Ihrer Träume aus? Welche Eigenschaften zeichnen sie aus?

Die Autorin meiner Träume ist kreativ, fleißig, uneitel, professionell und kennt den Markt. Schreibt nicht, um sich selbst zu verwirklichen, sondern um gute Geschichten zu erzählen, die Leser gerne lesen wollen.

2. Wie gelangen Agenturen an ihre AutorInnen? Entdecken Sie neue AutorInnen in der Regel aufgrund des Studiums der ihnen unverlangt zugeschickten Manuskripte? Wie gestaltet sich die Akquise?

Meistens gelangen Agenturen durch Empfehlungen und durch persönliches Kennenlernen (Empfänge etc.) an ihre Autoren, nur selten (1 Prozent) durch unverlangt eingesandte Manuskripte. Die meisten Bewerber wissen zum einen nicht, welche Schwerpunkte die Agentur hat – obwohl man diese Infos bei uns zum Beispiel via Homepage bekommen kann! Und sie kennen sich auch nicht auf dem Markt aus, kennen weder ihr Genre noch ihre Zielgruppe noch die Konkurrenz.

3. Und umgekehrt: Wie gelangt man als Autorin an die richtige Agentur? Nach welchen Kriterien sollte man sie aussuchen?

Zum einen muss das Profil der Agentur zu dem Genre passen, in dem ich schreibe. Sprich: Wenn man Sachbücher schreibt, sollte man zu einer Agentur gehen, die im Sachbuchbereich schon einige Autoren vertritt. Zum anderen sollte einem das Klientenumfeld gefallen und natürlich dann die Agentin, der Agent selbst. Die Beziehung ist eine sehr vertrauensvolle und letztlich wird die persönliche Wellenlänge immer der letzte entscheidende Funke sein, wenn man die Auswahl hat.

4. Sollte ich mich mit meinem Manuskript gleichzeitig an mehrere Agenturen wenden?

Wenn man das offen legt, dass das Manuskript auch noch bei anderen Agenturen liegt, ist es meiner Meinung nach in Ordnung, weil man von Autoren nicht verlangen kann, dass sie die Wartezeiten in Kauf nehmen. Aus Sicht der Agentur möchte man natürlich die einzige sein, die ein Manuskript prüft. Einfach weil es ärgerlich ist, wenn man sich die Zeit nimmt, um es zu lesen, und man dann erst erfährt, dass die Autorin sich auch bei anderen Agenturen beworben und sich vielleicht schon für eine andere entschieden hat. Dann war die gesamte Arbeit umsonst. Wenn man es als Agentur von Anfang an weiß, sollte man es sportlich nehmen.

5. Manche wenden sich mit ihrem Manuskript erst dann an eine Agentur, wenn sie von diversen Verlagen eine Absage erhalten haben. Was halten Sie von dieser Vorgehensweise?

Wenn ein Manuskript schon bei Verlagen war und dort abgesagt wurde, kann man als Agentur in der Regel nichts mehr machen, weil man die Absagen eines Verlages natürlich ernst nehmen muss. Die Autoren denken oft, dass das Projekt sowieso keiner im Verlag gelesen hat, aber das ist ein Vorurteil. Es wird alles angeschaut und geprüft und eine Absage ist eine Absage. Man hat als Autor dadurch einfach die Marktchancen verkleinert.

6. Ab welchem Zeitpunkt meiner schriftstellerischen Laufbahn sollte ich mich an eine Agentur wenden? Gleich zu Beginn meiner Karriere? Oder sollte ich bereits erste Lorbeeren geerntet haben?

Meiner Meinung nach sollte man sich natürlich sofort bei Beginn einer Karriere an eine Agentur wenden, weil sie ausschlaggebend darauf Einfluss nehmen kann, wie eine Karriere dann verläuft. Autoren, die schon etabliert sind und sich dann erst an eine Agentur wenden, haben in der Regel Differenzen mit ihrem „Hausverlag“ und da geht es für die Agentur dann um andere Dinge, als ein Manuskript überhaupt im Markt unterzubringen. Da hat jeder Autor unterschiedliche Erwartungen an eine Agentur.

7. Wann kann ich mich mit einem Manuskript an eine Agentur wenden? Wenn das ganze Manuskript fertig ist? Oder schon vorher, zum Beispiel mit einem Exposé, um prüfen zu lassen, ob die Idee marktfähig ist?

Man sollte sich dann an eine Agentur wenden, wenn man das ganze Manuskript geschrieben hat, besonders natürlich dann, wenn es das erste Projekt ist. Bewerben kann man sich dann mit dem Exposé und einer Leseprobe. Wenn die gefällt, fordert die Agentur das restliche Manuskript an und dann ist es schade, wenn es das gar nicht gibt! Das gilt vor allen Dingen für die Belletristik. Bei Sachbüchern ist es anders, da kommt es auch viel auf das „Standing“ der Autorin im Fachgebiet an. Wenn DIE Expertin für Stressforschung einen neuen Stressratgeber schreibt, bräuchte man wohl nur ein Exposé sowie ein Probekapitel.

8. Wie sollte man idealerweise die erste Kontaktaufnahme gestalten? Was ist dabei zu beachten?

Das Internet bietet viele Hinweise zum Bewerbungsverfahren. Etliche Agenturen beschreiben auf ihrer Homepage genau, wie sich Autoren an sie wenden sollten. Ansonsten empfehle ich einen kurzen Anruf, um zügig herauszufinden, ob die Agentur überhaupt noch neue Klienten aufnimmt. Das erspart einem Wartezeiten. Man muss sich dann aber auch wappnen, die Geschichte am Telefon kurz vorstellen können und läuft dabei natürlich Gefahr, dass der Agent gleich am Telefon sagt, dass ihn das so skizzierte Projekt nicht anspricht. Das heißt, man

muss dann in drei bis vier Sätzen sagen können, worum es geht, welches Genre man bedient und wer die Zielgruppe sein soll.

9. Was ist dabei zu vermeiden?

Vermeiden sollte man, sich nicht zu informieren, was die Agentur so macht! Man sollte sich gezielt bei den Agenturen bewerben, die für das Projekt in Frage kommen. Beim Anschreiben sollte man sachlich bleiben, die Unterlagen sollten ordentlich sein und ein Exposé sollte den Inhalt einer Geschichte gut wiedergeben.

10. Sollte man als Autorin bei der Kontaktaufnahme fragen, mit welchen Verlagen die Agentur zusammenarbeitet, welche Manuskripte sie an welche Verlage von welchen AutorInnen in der letzten Zeit erfolgreich vermittelt hat und wie sich der berufliche Werdegang der Agentin bislang gestaltete, um etwas über ihre Qualifikation zu erfahren? Oder mache ich mich mit solchen Fragen eher unbeliebt?

Auch darüber finden sich heute ja schon viele Infos auf den Websites der Agenturen. Falls nicht, kann man natürlich fragen, welche Autorinnen und Autoren die Agentur vertritt und dann kann man recherchieren, bei welchen Verlagen sie verlegt sind. Wenn man nur fragt, mit welchen Verlagen die Agentur zusammenarbeitet, kann man das schlecht überprüfen. Solche Fragen sind nur dann ärgerlich, wenn die Infos sowieso via Website zugänglich sind.

11. Was sollte eine Einsendung enthalten (Anschreiben, Exposé, Vita, Foto, frankierter Rückumschlag, Manuskript, Teile daraus ...) und was ist dabei im Einzelnen zu beachten? Welche Fehler werden am häufigsten begangen?

Unterlagen: Eine Bewerbung sollte ein Anschreiben, ein Exposé, eine Kurzvita sowie eine Leseprobe vom Anfang weg oder das ganze Manuskript enthalten – jede Agentur hat da ihre eigenen Vorlieben. Man sollte die Unterlagen so sorgfältig zusammenstellen wie bei einer Bewerbung um eine neue Stelle. Vermeiden sollte man lustige Kommentare, Eigenlob, Weitschweifigkeiten. Natürlich sollten der Firmenname und der Ansprechpartner richtig geschrieben sein, man möchte nicht den Eindruck haben, dass dieses Schreiben so an alle Agenturen gegangen ist, da ist man einfach nicht mehr so neugierig.

12. Was kennzeichnet ein gutes Anschreiben? Ein gutes Exposé? Ein gutes Manuskript?

Anschreiben: Sachlich, kurz, informativ; Exposé: zwei Seiten maximal, die Figuren und die Handlung sollen nachvollziehbar erzählt beziehungsweise charakterisiert werden. Man soll Lust auf die Geschichte bekommen. Gutes Manuskript: Eine gute Geschichte, erzählerisch gut umgesetzt und irgendwie auch verkäuflich ...

13. Wie viele Seiten eines Manuskripts müssen Sie in der Regel lesen, um entscheiden zu können, ob Manuskript und Autorin Ihren Qualitätsansprüchen gerecht werden?

Meistens genügt mir das Anschreiben und die ersten fünf Seiten, um zu erkennen, ob das Manuskript zu dem passt, was ich momentan suche. Das sind ja zwei verschiedene Dinge: Ein Manuskript kann gut sein, aber ich kann es trotzdem ablehnen, weil es einfach nicht dem entspricht, wofür ich als Agentur stehe und was ich gerade suche.

14. Wann ist in der Regel mit einer Antwort der Agentur zu rechnen? Sollte ich mich zwischendurch immer mal in Erinnerung bringen?

Nach vier bis sechs Wochen kann man bei kleineren bis mittleren Agenturen nachfragen, bei größeren kann es länger dauern.

15. Wie viele unverlangt eingesandte Manuskripte erhalten Sie in etwa pro Monat und wie viel Prozent davon lehnen Sie ab?

Wir erhalten täglich etwa drei bis vier Anfragen; von 300 Bewerbern kommt vielleicht ein Manuskript in Betracht, das ich auch anbiete. Diese schlechte Quote hängt leider damit zusammen, dass die meisten Bewerber sich nicht darüber informiert haben, was wir überhaupt vertreten und dass die meisten Projekte gewissen kommerziellen Ansprüchen nicht genügen. Wir sind auf Unterhaltungsliteratur spezialisiert und unsere Kunden sind die großen bis mittelgroßen Publikumsverlage. Die meisten Bewerber machen sich leider nicht klar, dass Agenturen von Verlagen Vorschüsse und Honorare erzielen müssen/wollen, denn davon leben sie ja. Das heißt für eine Agentur sind alle Projekte nicht interessant, die einfach nicht verkäuflich sind. Oft erlebe ich am Telefon, dass die Autoren sagen, na ja, auf das Geld käme es ihnen nicht an, sie wollten einfach nur verlegt werden. Das ist ein großes Missverständnis, denn Agenturen leben nun einmal davon, dass sie nur Projekte annehmen, die ihnen auch Geld bringen.

16. Wie lautet die Formulierung in Ihrem Standardablehnungsbrief, den Sie versenden, wenn Sie der Meinung sind, diese Autorin sei ein hoffnungsloser Fall?

Mir steht es gar nicht zu zu urteilen, ob Autoren ein hoffnungsloser Fall sind. Daher mache ich in meinen Absagen einfach deutlich, dass das ganze Projekt nicht zu uns passt oder dass mich eine Geschichte und deren Umsetzung nicht überzeugt haben.

17. Sollte ich die Agentur bei einer Ablehnung bitten, mir mitzuteilen, was ich am Manuskript verbessern sollte, damit es angenommen wird? Gehört es zum Job einer Agentur, Gutachten zu erstellen?

Gutachten gehören nicht zum Job einer Agentur. Es ist wie bei einem Arbeitgeber: Es geht nur darum, ob man die Stelle bekommen hat oder nicht. Wenn ich mich nur mit der Begutachtung von abgelehnten Manuskripten beschäftigen würde, könnte ich die Firma nach zehn Tagen zumachen.

18. Was gehört zu den „Jobs“ einer Agentur? Was tun Sie, wenn Sie sich nicht mit Anfragen von neuen AutorInnen beschäftigen?

Jobs einer Agentur: Betreuung der laufenden Projekte, Entwicklung neuer Projekte, Verhandlungen führen, Verträge überwachen, Konflikte regeln, Kundenkontakte pflegen, hören, was Verlage so für neue Projekte suchen, Trends raushören. Es ist ein vielfältiger Alltag. Vieles wickelt man via Telefon ab, administrative Dinge gibt es en masse. Zum Lesen kommt man im Büro nicht!

Heirat und Flitterwochen

1. Es hat gefunkt! Autorin und Agentin haben zueinander gefunden. Was meinen Sie, hat dabei in der Tat die Chemie eine entscheidende Rolle gespielt?

Da wir ein kleines Autorenteam haben, ist bei uns die Chemie ganz wichtig. Ich würde Autoren auch zu Kollegen schicken, wenn ich das Gefühl hätte, jemand würde dort vielleicht doch besser hinpassen, so von der ganzen Mentalität, Erwartung und Arbeitsweise.

2. Agentin und Autorin haben sich ihr Jawort gegeben und wollen fortan zusammenarbeiten. Reichen mündliche Absprachen, um die Zusammenarbeit zu regeln, oder sollte die Autorin auf den Abschluss eines Agenturvertrags drängen?

Ein Agenturvertrag ist für alle Beteiligten die bessere Regelung als mündliche Absprachen. Vor allen Dingen ist es sehr schwer, bei mündlichen Absprachen auch das Auseinandergehen wieder zu regeln ...

3. Wird für jedes einzelne Werk, das ich der Agentur anbiete, ein eigener Vertrag abgeschlossen? Sollte ich als Autorin auf einen solchen Vertrag, der sich also nur auf dieses eine Buchprojekt bezieht, bestehen?

Bei uns wird für jedes Projekt ein einzelner Vertrag gemacht und leider kenne ich die Gepflogenheiten meiner Kollegen nicht. Da man sich auch als Agentur bei jedem Projekt neu absichern muss, was die Urheberrechte etc. anbelangt, ist das auch für Agenten meiner Meinung nach der sicherere Weg. Man kann zudem nicht für zukünftige, noch nicht geschaffene Werke einfach so den Alleinwahrnehmungsanspruch regeln.

4. Manche Agenturverträge enthalten einen Paragraphen, der besagt, dass die Autorin sich verpflichtet, fortan alle ihre Werke von dieser Agentur vertreten zu lassen? Ist das rechtens? Inwiefern profitiert die Agentur von einer solchen Regelung?

Natürlich ist eine Zusammenarbeit auf lange Frist angelegt, aber das lässt sich rechtlich nicht so leicht regeln, wenn es die Werke noch gar nicht gibt. Solche Paragraphen muss man sich genau anschauen und im Zweifel einen Anwalt befragen, bevor man unterschreibt.

5. Ist es sinnvoll und üblich, mit einer Agentur zusammenzuarbeiten, um von ihr lediglich bestimmte Nutzungsrechte – zum Beispiel die Filmrechte – vermitteln zu lassen? Wäre also eine Art „Polygamie“ denkbar: zum einen die Zusammenarbeit mit einer Agentur, die gute Kontakte zur den Verlagshäusern hat, zum anderen die Zusammenarbeit mit einer Agentur, die sich besser im Filmgeschäft auskennt?

Das halte ich nur für praktikabel, wenn sich die Nutzungsrechte klar trennen lassen und die jeweils andere Agentur dieses Arbeitsgebiet auch wirklich nicht betreut. Zum Beispiel kann man eine Kinderbuch- und eine Sachbuchagentur haben, wenn die beiden jeweils wirklich nur auf diesem einen Gebiet tätig sind.

6. Ist es sinnvoll und üblich, mit einer Agentur zu vereinbaren, dass sie nur für bestimmte Genres, in denen ich tätig bin, zuständig ist, zum Beispiel nur meine Krimis oder nur meine Kinderbuchmanuskripte vermittelt?

Dito. Eine Agentur, die mehrere Bereiche abdeckt, ist natürlich daran interessiert, alle Bereiche zu vertreten. Ausnahmen gibt es immer, etwa wenn jemand seit langer Zeit Regionalkrimis schreibt, jetzt aber auch historische Romane oder Kinderbücher – dann könnte man die Regionalkrimis aus der Vertretung herausnehmen. Aber im Grunde möchte man eine Autorin lieber ganz vertreten.

7. Was sollte in einem Agenturvertrag stehen? Welche Punkte sollten unbedingt geregelt sein?

Geregelt sein sollte: Vertragsgegenstand, Provisionshöhe, Inkassovollmacht, Rechtsgarantien, Zeitraum der Zusammenarbeit.

8. Für wie lange (Laufzeit) wird ein Agenturvertrag in der Regel abgeschlossen?

In der Regel zwischen sechs und zwölf Monate.

9. Was ist zum Thema Kündigungsfrist zu sagen?

Unsere Verträge können acht Wochen vor Ablauf gekündigt werden. Natürlich besteht Provisionsanspruch, wenn die Agentur in dieser Zeit schon einen Verlagsvertrag verhandelt hat, das heißt, man kann dann nicht „im Nachhinein“ kündigen.

10. Wie wird die Arbeit der Agentur entlohnt?

Die Agentur erhält in der Regel 15 Prozent aller Einnahmen, die die Autorin aufgrund eines Verlagsvertrags erhält. Das heißt, der Autorin bleiben dann 85 Prozent.

11. Auf welche Formen der Entlohnung sollte sich eine Autorin nicht einlassen und warum nicht?

Eine Autorin kann sich auf alle Regelungen einlassen, wenn sie weiß, was sie dafür bekommt! Sie sollte sich einfach genau informieren, natürlich umso mehr, wenn Vorkosten entstehen oder größere Beträge für Gutachten zu bezahlen sind. Da kann man dann durchaus „Preisvergleiche“ machen, wenn es einem darum geht, ein Manuskript begutachten oder redigieren zu lassen. In jedem Fall gilt: Nichts unterschreiben, was man nicht versteht und im Zweifel immer eine Anwältin oder Verbände fragen!

12. Muss ich für die Auslagen der Agentur – Porto, Kopien, Telefonate – aufkommen?

Eigentlich sollte man als Autorin „lediglich“ eine Erfolgsprovision zahlen. Es gibt aber Agenturen, die eine kleine Portopauschale verlangen. Wenn das im Vertrag auftaucht, sollte man natürlich um so mehr nachfragen, was die Agentur alles tun wird in der Akquise. Und vielleicht ist es auch sinnvoll, schon im Vorfeld zu besprechen, welchen Verlagen die Agentur das Projekt anbieten wird und das dann auch im Vertrag festzulegen. Außerdem kann man natürlich auch Nachweise verlangen, zum Beispiel dass einem Absagen auch weitergeleitet werden

13. Wann und wie erfolgt in der Regel die Abrechnung?

Die Agentur hat in der Regel Inkassovollmacht, weil sie auch die Verträge überwacht, also auch das Honorar „eintreibt“. Innerhalb von 14 bis 21 Tagen nachdem das Geld bei der Agentur eingegangen ist, sollte dann auch der Autorenanteil weitergeleitet werden.

14. Was sollte in einem Vertrag – aus Sicht der Autorin – nicht stehen?

Das ist schwer zu beantworten. Sinngemäß sollte nicht drinstehen, dass die Autorin etwas bezahlt für eine Leistung, die nicht klar definiert ist und über die sie keinen Nachweis erhält. Im Zweifel noch einmal fragen, welche Autoren die Agentur vertritt. Die Autoren einer Agentur sind ihre beste Visitenkarte!

Die Ehe als solche

1. Wie sieht die klassische Arbeitsteilung zwischen Agentin und Autorin aus?

Die Autorin schreibt, die Agentin regelt den Rest ...

2. Wenn Sie überlegen, was Sie als Agentin für ihre AutorInnen alles tun, welche Bezeichnungen fallen Ihnen dann ein? Coach? Freundin? Gatekeeper? Heiratsvermittlerin? Ideenlieferantin? Interessenvertreterin? Kritikerin? Lektorin? Mädchen für alles? Mediatorin? Mentorin? Mutter? Partnerin? Pfadfinderin? Psychologin? Rechtsbeistand? Seelsorgerin? Testleserin?

Alle die hier genannten Begriffe kann ich zu hundert Prozent unterschreiben

3. Welche Vorteile hat diese „Ehe“ für die Autorin?

Neben der stärkeren Position im Markt, die eine Agentur für eine Autorin natürlich erreichen sollte, geht es darum, einen Ansprechpartner für sämtliche Belange rund um ein Manuskript und eine Autorenkarriere zu haben. Eine Agentur stärkt die Interessen einer Autorin im Markt und bietet eben alle Vorteile, die hier unter Punkt 2 aufgeführt wurden.

4. Zum Berufsalltag: Mit welchen Verlagen arbeiten Sie zusammen und wie viele sind das in etwa?

Wir arbeiten mit allen großen und mittleren Publikumsverlagen zusammen. In der Regel kommen bei uns für ein Projekt maximal zwanzig Verlage in Frage.

5. Wie treten Sie mit den einzelnen Verlagen in Kontakt?

Meistens telefonisch oder via Mail und schriftlich, je nachdem welche Unterlagen man losschickt. Die meisten Lektorinnen und Lektoren kennt man mit der Zeit ja persönlich und hat sowieso regelmäßigen Austausch über Projekte.

6. Mit wie vielen Verlagen treten Sie gleichzeitig in Kontakt?

Das ist ganz unterschiedlich; manchmal biete ich einem Verlag ein Projekt exklusiv für zwei Wochen an, manchmal schicke ich die Unterlagen gleich zehn Verlagen gleichzeitig.

7. Was muss geschehen sein, damit Sie einen Titel für unvermittelbar halten und sich nicht mehr für ihn einsetzen?

Wenn ich all meine Verlagskontakte ausgeschöpft habe, verliere ich die Hoffnung, dass ich das Projekt bei meinen Kontakten noch unterbekomme. Es kann immer noch sein, dass es eine Kollegin schaffen kann, wenn sie andere Kontakte hat oder mit anderen Verlagen zusammenarbeitet.

8. Wenn Sie alles versucht haben, den Titel aber nicht vermitteln konnten, kündigen Sie dann den Agenturvertrag mit der Autorin? Beziehungsweise sagen Sie ihr Bescheid, so dass sie mit diesem Titel fortan ihr Glück selbst versuchen kann?

Ja, dann löse ich die Zusammenarbeit auf oder wir besprechen gemeinsam, ob wir es mit einem neuen Projekt versuchen sollen.

9. Was geschieht, wenn Sie einen Verlag gefunden haben, der sich für den von Ihnen vertretenen Titel interessiert?

Dann wird verhandelt und wenn alle Punkte besprochen sind und die Autorin zufrieden ist, wird der Verlagsvertrag losgeschickt.

10. Verlagsverträge werden zwischen AutorInnen und Verlagen abgeschlossen. Handeln Sie die Konditionen im Sinne der Autorin mit dem Verlag aus oder sind diese Verhandlungen Sache der Autorin? Verhandlungen sind Sache der Agentur, das erwarten auch die Verlage. Gerade dafür wird man ja von den Autoren bezahlt! Natürlich wird aber alles abgestimmt mit den Autoren, die ja die Verträge dann selbst unterschreiben müssen/dürfen.

11. Welche Punkte sollten in einem Verlagsvertrag unbedingt geregelt werden?
Siehe Normvertrag.

12. Was hat in einem Verlagsvertrag nichts zu suchen?
Siehe Normvertrag.

13. Was versteht man unter einem Vorschuss? Habe ich als Autorin ein Anrecht darauf?
Vorschuss ist ein Vorschuss auf ein zu erwartendes Honorar und stellt ein garantiertes Honorar dar; ein Anrecht hat ein Autor nicht.

14. Wie hoch ist der Vorschuss in der Regel und muss ich dieses Geld später zurückzahlen?
Die Höhe hat leider keine Rechengrundlage mehr, es ist alles eine Frage von Nachfrage. Es gibt eine alte Faustregel für einen möglichen Vorschuss: 75 Prozent der Honorare, die man mit der ersten Auflage erreichen kann. Der Vorschuss ist ein garantiertes Mindesthonorar.

15. Warum zahlen manche Verlage keinen Vorschuss?
Kleinere Verlage tun sich aus Finanzgründen oft schwer, Vorschüsse zu zahlen. Schließlich ist der Vorschuss fällig, egal ob nur ein Buch verkauft wird oder 10.000 Exemplare.

16. Was halten Sie von folgenden Interpretationen dieses Verhaltens:

- a) Die Weigerung, einen Vorschuss zu zahlen, deutet darauf hin, dass der Verlag wenig solvent ist, vielleicht sogar rote Zahlen schreibt.
- b) Die Weigerung, einen Vorschuss zu zahlen, deutet darauf hin, dass der Verlag sich von vornherein nicht allzu viel von diesem Manuskript verspricht und sich demzufolge auch nicht allzu sehr dafür einsetzen wird. Eher infrage kommt Antwort a). Bei b) würde der Verlag wohl sowieso kein Geld ausgeben, denn schließlich kosten Produktion und Lektorat etc. auch Geld.

17. Kann es dennoch sinnvoll sein, ein Manuskript von einem Verlag veröffentlichen zu lassen, der nicht bereit ist, mir einen Vorschuss zu zahlen?

Ja, wenn die Titel dieses Verlages auch über den klassischen Buchhandel vertrieben werden. Es gibt viele kleine, engagierte Verlage, die einem Autor dafür dann eine höhere Honorarstaffel, mehr Prozente zahlen als die größeren Verlage.

18. Der Verband deutscher Schriftsteller (VS) empfiehlt bei Hardcovern ein Autorenhonorar von zehn Prozent des Nettoladenverkaufspreises. Können Sie diesen Prozentsatz in der Regel durchsetzen?

Die zehn Prozent beziehen sich auf Hardcoverausgaben und das setze ich in der Regel auch durch. Der gesamte Vertrag muss einfach stimmen, dazu gehören noch viele andere Verhandlungspunkte.

19. Wie sehen diese Prozentzahlen beim Paperback und beim Taschenbuch aus?

Paperback ab acht Prozent, Taschenbuch fünf bis sechs Prozent. Aber auch hier gilt der zweite Satz aus Punkt 18.

20. Gibt es bestimmte Genres, in denen üblicherweise weniger gezahlt wird?

Bei Bildbänden, Bild-Text-Bänden wird das Honorar zwischen Autor und Fotografin geteilt.

21. Zahlen kleinere Verlage weniger?

Kleinere Verlage zahlen meist einen geringeren Vorschuss, aber höhere Prozente. Siehe Punkt 17.

22. Was bedeutet ein gestaffeltes Honorar? Wie sehen solche Staffelungen in der Regel aus und wie im Idealfall?

Das Honorar wird gestaffelt, je höher die Verkaufszahlen, desto höher kann die Beteiligung für den Autor ausfallen, da der Verlag ab einer bestimmten Verkaufszahl ja den „break even“ erreicht hat.

23. Stichwort Nebenrechte: Bemühen Sie sich bei den Verhandlungen mit dem Verlag, die buchfernen Nebenrechte zu behalten, um sie anderweitig zu verkaufen, und dem Verlag nur die buchnahen Nebenrechte einzuräumen?

Da wir eine Medienagentur sind, die sich auf Filmrechte spezialisiert sind, behalten wir die Filmrechte. Alle anderen Rechte werden dem Verlag übertragen.

24. Können Sie als Agentin darauf Einfluss nehmen, mit welchem finanziellen Einsatz im Bereich Marketing der Verlag Ihrem Titel begegnen wird? Es ist ja ein Unterschied, ob der Verlag einen Titel als die Nummer Eins im Herbstprogramm ankündigt oder ob er nur ein Titel unter ferner liefen ist.
Bei Spitzentiteln kann man auch Marketingausgaben im Vertrag festlegen, aber für einen „Normaltitel“ ist das nicht möglich.

25. Mit dem Verlagsvertrag bindet sich die Autorin in der Regel bis 70 Jahre über ihren Tod hinaus an einen bestimmten Verlag, indem sie ihm bestimmte Nutzungsrechte an ihrem Werk überträgt. Genauso lange binde ich mich damit – bezogen auf diesen vermittelten Titel – an Ihre Agentur, nicht wahr?
Die Agentur ist solange zuständig, wie der Verlagsvertrag läuft, das stimmt. Nicht genutzte Rechte kann die Autorin nach einer bestimmten Frist einzeln zurückrufen. Agenturen schließen Verträge oft befristet auf sieben bis zehn oder zwölf Jahre ab.

26. Was bleibt zu tun, nachdem Sie das Manuskript in einem Verlag untergebracht haben?
Im Minimum kommen dann noch die Abstimmungen über Cover, Erscheinungstermin, Presseaktivitäten, Buchhandelsmarketing etc. auf einen zu und dann natürlich die Überwachung der Zahlungen. Im Maximum gibt es Konflikte zu lösen, die zwischen Lektorin/Verlag und Autorin oder vice versa geschehen können. Und da gibt es nichts, was ich nicht schon erlebt hätte ... Was macht man zum Beispiel, wenn die Lektorin den Verlag verlässt?

27. Wie sieht die ideale Beziehung zwischen Agentur und Verlag aus?
Ideale Partnerin ist man für einen Verlag, wenn dieser sicher ist, dass man im besten Sinne des Wortes eben eine Vermittlerin ist. Das heißt auch ein Verlag möchte sich darauf verlassen, dass eine Agentur Probleme fair löst und auch für die Probleme des Verlags ein offenes Ohr hat.

28. Was tun Sie, um diese Beziehung zu pflegen? Besuchen Sie regelmäßig die einzelnen Verlagshäuser?
Ja, Kontakte müssen gepflegt werden. Mindestens zweimal im Jahr versucht man sich auf Messen zu sehen. Oft reist man aber im Frühjahr oder Frühherbst zusätzlich zu den Verlagen; dann hat man mehr Zeit als auf der Buchmesse!

29. In welchen Abständen und in welcher Form (schriftlicher Bericht?) berichten Sie der Autorin über Erfolg und Misserfolg hinsichtlich Ihrer Vermittlungsbemühungen?
Wir berichten in der Regel immer dann, wenn sich irgendwas tut.

Ehekrach und Scheidung

1. Wie sieht die ideale Beziehung zwischen Agentur und Autorin aus und was kann diese Beziehung trüben?
Ideal ist die Beziehung, wenn das gegenseitige Vertrauen da ist; wenn das gestört wird, hat die Zusammenarbeit im Grunde keinen Sinn mehr.

2. Was sind die häufigsten Ursachen, wenn es zwischen Agentur und Autorin zum Streit kommt?
Konflikte entstehen, wenn die Autorin das Gefühl hat, die Agentur glaube nicht an ihre Qualität beziehungsweise an die ihrer Manuskripte und tue auch nicht genug, um sie erfolgreich zu vermitteln. Auf der anderen Seite entsteht ein Konflikt, wenn die Agentur mitbekommt, dass ein Autor mit einem Projekt eigene Wege geht, das er der Agentur nie gezeigt hat, oder wenn ein Autor versucht, das Inkasso einer Agentur zu umgehen ...

3. Wann sollte man als Autorin die Zusammenarbeit mit einer Agentur beenden?
Wenn man eine Agentur nie erreichen kann und keine Infos erhält, was Stand der Dinge ist.

4. „Meine Agentin kümmert sich nicht um mein Manuskript. Nie meldet sie sich bei mir. Und seit einiger Zeit beantwortet sie nicht mal mehr meine Briefe und Anrufe. Immer schaltet sich nur ihr Anrufbeantworter ein. Was soll ich tun?“ – Was würden Sie dieser Autorin raten?
Eine schwierige Situation: Wenn nichts im Vertrag zwischen Agentur und Autorin vereinbart ist, eine Frist setzen und dann die Zusammenarbeit kündigen. Eine Autorin ist auf den Kontakt zur Agentur angewiesen!

5. Was habe ich als Autorin zu tun, um die Zusammenarbeit zu beenden?
Kündigen, so wie im Vertrag vereinbart; ansonsten fristlos kündigen, wenn Gründe vorliegen.

6. Wird der Verkauf der Bücher für die Titel, die diese Agentur bereits bei Verlagen untergebracht hat, weiterhin über diese Agentur abgerechnet? Hat die Agentur also auch nach der Trennung weiterhin eine Art „Sorgerecht“ an den bislang von ihr vermittelten Titeln?
Alle abgeschlossenen Verlagsverträge laufen weiterhin über die Agentur. Dafür hat sie ja auch gearbeitet und ihre Kontakte zur Verfügung gestellt. In Ausnahmefällen lassen sich aber Auslaufristen vereinbaren.

7. Bezieht sich dieses „Sorgerecht“ an den von der Agentur bereits vermittelten Titeln auch auf die Nebenrechte?
Beispiel: Ein Roman soll nach Jahren verfilmt werden, die Autorin hat aber mittlerweile die Agentur gewechselt. Welche Agentur partizipiert am Verkauf der Nebenrechte: die alte oder die neue Agentur?

Nebenrechte können sowieso zurückgerufen werden, wenn sie nicht genutzt werden (in der Regel nach drei Jahren, das muss aber genau geprüft werden!). Das sollten Autoren auch tun, damit sie selbst wieder die Kontrolle über diese Rechte haben. Wenn die Rechte nicht zurückgerufen wurden, ist immer noch die alte Agentur zuständig. Die Regel ist einfach: Alle aus diesem Vertrag entstehenden Honorare/Lizenzsummen unterliegen der Provisionspflicht.

Und zum Schluss: Warum gibt es Deutschland keinen Verband der Agenturen so wie in den USA die Association of Authors' Representatives (AAR)?

Eine gute Frage! Wahrscheinlich dauert das noch ein wenig, weil viele Agenturen einfach Einzelkämpfer sind und es – gemessen an England – noch wenig gibt.