



POETEN – ARM UND REICH

Wolfram Bickerich über das
Aus- und Einkommen von Autoren

Die Einnahmen aus meinem Gesamtwerk waren, bei aller Einrechnung der Zeitumstände, unter allem Erwarten.

Thomas Mann an seinen Verleger (1938)

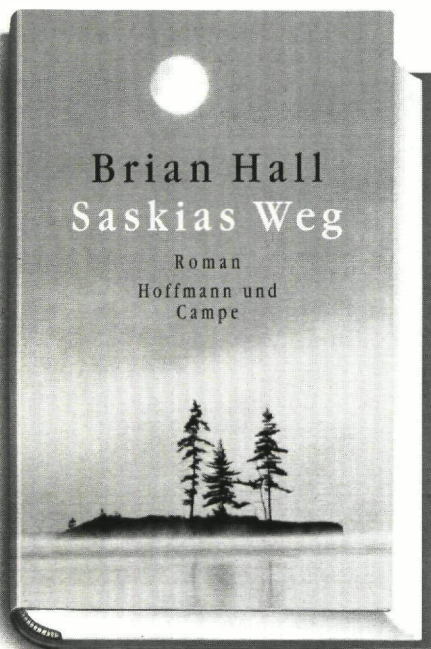
Schicksale der literarischen Szene, seit Ewigkeiten das gleiche Lamento: „Wie weit sollen mir 100 Mark helfen, mein Gott??!“ faucht Annette Kolb ihren Verleger an (1934). Robert Musil beklagt sich auf höherem Niveau bei seinem Geldgeber

über „zu wenig Größe des Entschlusses meinem unvermeidlichen Geldbedürfnis gegenüber“. Hans Joachim Schädlich handelt, statt zu klagen – er trennt sich von seinem alten Opel, weil er die Versicherungspolice nicht bezahlen kann.

Der Bestsellerautor John Grisham hingegen verkauft 1993 die Filmrechte eines damals noch ungeschriebenen Romans für 3,75 Millionen Dollar. Tagesthemen-Moderator Ulrich Wickert richtet gerade ein ge-



Saskia lebt in ihrer eigenen Welt, der Welt der Phantasie. Sie ist wild und scheu, witzig und über alle Maßen neugierig. Mit Odysseus nimmt die Dreizehnjährige an Bord ein Festmahl ein, mit Marco Polo streift sie durch die Wälder.



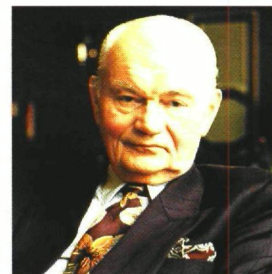
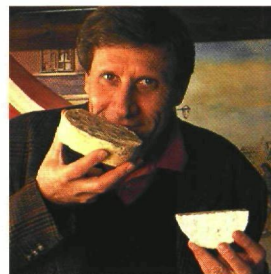
Als sie mit ihrem verschollenen Vater und ihrer besten Freundin die einsame Landschaft unter der Mitternachtssonne durchstreift, erlebt sie, wie Illusion und Wirklichkeit aufeinanderprallen.

480 Seiten, geb.

DM 39,80 / öS 291,-

**HOFFMANN
UND CAMPE**

KAPITEL I



Bestsellerautoren Grisham, Wickert, Konsalik: Der Markt braucht eher Käufer

mütliches Anwesen an der französischen Mittelmeerküste ein, erworben von den Tantiemen seiner jüngsten Bestseller. Vielschreiber Heinz Konsalik, 75, schreibt immer weiter; er ließ sich von seinem Anlageberater behumpfen und verlor neun Millionen Mark in bar nebst allen Rechten an seinen Büchern. Schillernd ist das Autorenleben.

Jedes Jahr fertigen – nur selten erfolgreiche – Autoren mehr als 50 000 Titel für den deutschen Büchermarkt, also ungefähr 130 an jedem Tag (darunter 28 in der Belletristik), und die meisten träumen von einem Erfolg wie Grisham oder Wickert. Aber ihre Werke bilden doch nur, tadelte respektlos die Zeit, jene „Schrotthaufen, die dem Bücherfreund den Weg in die Buchhandlung versperren“. Am Ende sind manch gute Autoren froh, wenn ihnen noch ihr alter Wagen bleibt.

Geld stinkt auch einem Literaten nicht mehr, hat aber bei ihm einen seltsamen Stellenwert: Er redet nicht darüber, wenn er es hat; er spricht erst recht nicht öffentlich darüber, wenn er es nicht hat, weil es ja noch kommen könnte.

Ähnlich steht es um die verkaufte Auflage – sie bleibt nach Möglichkeit Geheimnis der Verlage, deren Höhe sie allenfalls einmal jährlich bei der Abrechnung dem Autor mitzuteilen haben. Das oft karge Ergebnis rechnet sich der Autor schön – Bücher, so meint er, bleiben lange im Handel, vergilben langsamer als Magazine und taugen daher für die Ewigkeit. Und lebt er nicht für die Kunst? Ist das nicht Lohn genug? Alles falsch. Erfolgreiche Schriftstellerei ist heute Marketing und Verkaufsstrategie, gerichtet an Zielgruppen und gezielt

auf jene, die der Kunst des Lesens noch nicht ganz verlustig gegangen sind. Der reiche Poet wägt erst die Chancen, bevor er tippt; denn vor die Kunst hat der Markt den Käufer gesetzt. Ihn gilt es zu finden, und nicht den Ruhm der Nachwelt.

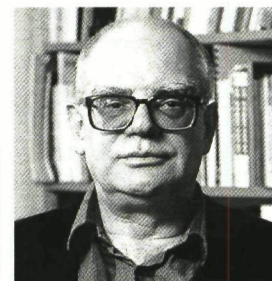
Der arme Dichter hat gegen die gedruckte Fernsehflimmer-Welt des „magischen Auges“ keine Chance, wenn die Zeiten danach sind; derzeit wirft sich der erfolgreiche Autor auf Kochbücher, Astrologie oder Frauenthemen, wenn er nicht – ganz entscheidend! – den Konkurrenten etwas voraus hat: Er hat schon a priori Erfolg, wenn der Käufer die Physiognomie des Autors vom Fernsehen kennt.

Da muß der gar nicht schreiben können. Es reicht, „Und jetzt das Wetter ...“ anzukündigen, „Jetzt mal ehrlich“ oder „Noch Fragen?“ zu notieren und das vertraute Gesicht auf den Umschlag zu pappen – that's marketing.

Unser armer Poet jedoch träumt weiter. Er sucht sich einen neuen Verleger, der erstmals alle Versprechen erfüllen will, die er zu Honorar, Auflage und vor allem Werbemaßnahmen mündlich abgab; und es endet wie gehabt: Erfolg haben immer nur die anderen. Die wenigen Ausnahmen schreiben die Regel fest.

Und ist es denn ein Wunder? Zweimal jährlich drücken die eigentlichen Herrscher der Buchbranche, die Vertreter der 2066 deutschen Verlage, ihre Herbst- oder Frühjahrsnovitäten in die 5745 Buchläden. Und jede Neuerscheinung raubt dem älteren Titel die Auslage.

Er wird zur kleinen Nummer auf der Backlist, danach, wenn er Glück hat, im Taschenbuch neu aufgelegt, bis er auch



Mittellose Schriftsteller Kolb, Musil, Schädlich: Erfolg haben immer die anderen



*Die Würde des Menschen
ist nicht mehr unantastbar*

- Computer entscheiden: Wer darf sterben, wer muß leben
- Jeder sechste stirbt auf der Warteliste für ein neues Herz
- Hirntot, aber herzwarm: 4 von 10 sind dagegen

328 Seiten mit umfassendem Serviceteil.
DM 39,80/öS 298,-/sFr 38,-



EUROPAVERLAG

dort von der Konkurrenz überrollt wird. Ohne farbiges Display im Schaufenster oder im Laden, ohne Vorab-Leseexemplare für den Handel, ohne Anzeige in der Presse, ohne Literarisches Quartett, ohne TV-Gesicht auf dem Cover läuft es nicht.

Bei einer Umfrage des Verbands deutscher Schriftsteller (VS) gaben zwei Autoren die Höhe ihrer Erstauflage mit 100 Exemplaren an, eine Größenordnung, die sich noch für den persönlichen Kontakt zwischen Autor und Leser eignet. Andererseits starteten zwei Schriftsteller mit respektablen 60 000 Stück.

Die durchschnittliche deutsche Erstauflage umfaßt 3000 Exemplare. Pro Stück und im Schnitt erhält der Verfasser zehn Prozent vom Ladenpreis, der für Hardcover inzwischen bei 38,91 Mark liegt. Der Durchschnittsautor kriegt also für ein Werk, für das er meist Monate, oft Jahre seines Lebens geopfert hat, 12 000 Mark – brutto.

Der unterdurchschnittlich erfolgreiche Dichter, meist wohl ein Lyriker, muß vor Drucklegung seiner Verse dem Verleger einen Vorschuß zahlen; bei der VS-Umfrage waren es zwei. Immerhin 72 Reimer kamen ohne Draufzahlen, aber auch ohne Vorschuß davon.

Der überdurchschnittliche Schriftsteller erhält ein Garantie-Honorar, Vorschuß genannt, das bei der VS-Erhebung zu 78 Prozent zwischen 1001 und 10 000 Mark betrug. Nur jeder zehnte Autor durfte ein höheres Honorar verbuchen, also auch versteuern.

Die povere Statistik hält niemanden davon ab, den Schreibcomputer anzuwerfen; sie alle träumen vom Erfolg. Ute Ehrhardt etwa, die mit ihrem inhaltlich schlichten, aber ungemein zugkräftigen „Gute Mädchen kommen in den Himmel, böse überallhin ...“ ein neues Genre der Jungmädchen-Literatur schuf, kam in wenigen Monaten auf eine Auflage von 600 000 Stück; bei einem Ladenpreis von 29,80 Mark und einer Tantieme zwischen zehn und zwölf Prozent – Erfolgsautoren wie Günter Grass oder Stefan Heym kassieren bis zu 20 Prozent – ist die Autorin inzwischen Millionärin.

In der gleichen Einkommenskategorie logieren Ulli Wickert, Peter Scholl-Latour, Manfred Krug („Abgehauen“) oder Patrick Süskind („Das Parfüm“). Drei der vier konnten sich ihren Erfolg nur erschreiben, weil sie daneben reguläre Berufe ausübten; der vierte benötigte für seinen Erfolg etliche Jahre der Geduld und genügsamen Lebensführung.

An viele Autoren glaubt die längste Zeit allenfalls der Lebensgefährte. Jostein

Gaarder („Sofies Welt“) verbrauchte drei Jahre und ein Gutteil vom Lehrerinnengehalt seiner Ehefrau, ehe er ihr etwas abgeben konnte. Bis Sommer 1996 wurden 1,7 Millionen Exemplare verkauft. Nun ist Gaarder richtig reich.

Wer hat seinen Erfolg gemacht? War es der Agent, dem ein Autor – so er einen hat – meist 15 Prozent seiner Einnahmen abliefern muß? Die Werbung? In Gaarders Fall war es wohl schlicht das Glück, von dem sie alle träumen.

Bei Konsalik war es der Ehrgeiz, seiner neuen jungen Frau außer Schulden und dem neuen Reihenhäuschen mehr bieten zu können: Binnen kurzer Zeit verdiente der Erfolgsautor (80 Millionen Bücher weltweit) genug, um alle Rechte an seinen inzwischen 150 Titeln zurückkaufen zu können.

Auch bei Monika Maron war es der Ehrgeiz, einem neuen Lebensabschnittspartner ein angenehmes Ambiente zu bieten. Sie versprach ihrer Verlegerin mit „Stille Zeile Sechs“ einen Erfolg, vorausgesetzt, der Vorschuß sei üppig genug. Und dann schaffte sie es auf geheimnisvolle Weise, im „Literarischen Quartett“ präsentiert zu werden. Das ist so gut wie, wenigstens, ein Fünfer im Lotto und noch besser als eine Fußnote im SPIEGEL, die nach Einschätzung deutscher Verleger ganz unabhängig vom Inhalt der Rezension für den zusätzlichen Verkauf von wenigstens 1000 Exemplaren gut ist.

Anderer Dichter, nicht die schlechtesten, sind auf jene seltsame Art deutscher Literaturförderung angewiesen, die sich „Preis“ nennt und in Wirklichkeit ein öffentlicher Zuschuß zu den Lebenshaltungskosten ist. Die Bundesländer, denen diese Sorte Kultur obliegt, gaben dafür im vorigen Jahr etwas mehr als 50 Millionen Mark aus.

Doch auf solche Preise, Stipendien oder „Stadtschreiber“-Ehren ist selten Verlaß: Sie kommen einmalig, sind schnell verbraucht und treffen häufig die Falschen, die ihrer nicht bedürfen. So wurde Günter Grass mit dem Hans-Fallada-Preis für sein „Weites Feld“ bedacht; dabei verkaufte sich das wie von selbst. Für den durchs weite Feld laufenden ewigen Spitzel benutzte Grass einen Helden, den sein ungleich ärmerer Kollege Hans Joachim Schädlich in einem eigenen Werk als „Tallhover“ geschaffen hatte. Grass honorierte den Kollegen statt mit Barem (oder wenigstens einer Autoversicherung) mit einem Vergelt's Gott.

Schädlich seinerseits erhielt im Sommer 1996 immerhin auch eine Anerkennung, nämlich den renommierten und mit 40 000 Mark dotierten Kleist-Preis.