



InfoKreativ

Praxistipps für Kreative & Kulturschaffende

Buchmarkt

Inhalt

- ▶ Der Buchmarkt 01
- ▶ Tipps für (angehende) selbständige Schriftsteller/-innen und (literarische) Übersetzer/-innen 02
- ▶ Rat und Tat 07

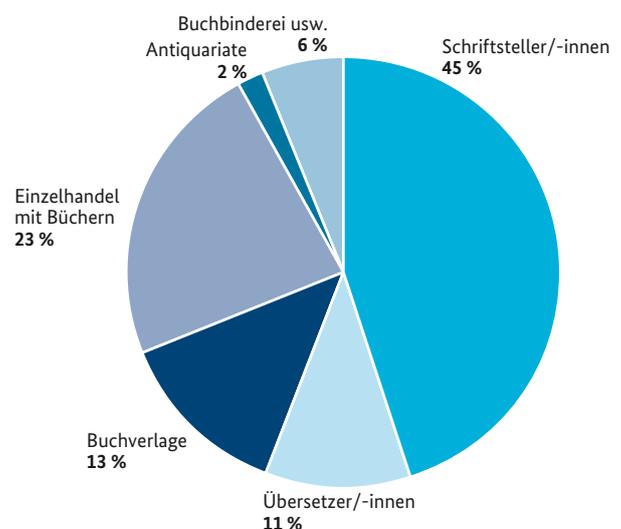
Der Buchmarkt

Der Buchmarkt zählt zu den klassischen Märkten der Kultur- und Kreativwirtschaft. Ihm gehören die Buchverlage an (Sachbuch-, Kunst- und Fachverlage, wissenschaftliche und belletristische Verlage), darüber hinaus der Buchhandel sowie Literaturagenten und Buchbinder. Und nicht zu vergessen die vielen Schriftstellerinnen und Schriftsteller sowie Übersetzerinnen und Übersetzer.

Im Jahr 2013 wurden im Buchmarkt knapp 14 Milliarden Euro umgesetzt. Das entspricht einem Anteil von 8,6 Prozent des Gesamtumsatzes in der Kultur- und Kreativwirtschaft. Die selbständigen Schriftstellerinnen und Schriftsteller machen mit 44,6 Prozent der Unternehmen den größten Teilbereich des Buchmarktes aus. Sie liefern die Grundlage für die Tätigkeit der Verlage, Buchbinder, Übersetzer und Einzelhändler. Insgesamt sind im Buchmarkt über 17.000 Unternehmen aktiv.

Für die gibt es, was die beruflichen Erfolgsaussichten angeht, Licht und Schatten: Immerhin rund zehn Prozent aller Deutschen nehmen täglich ein Buch zur Hand, über 20 Prozent lesen mehrmals in der Woche, hat die Stiftung Lesen ermittelt. Die Summe der Bücher, die um die Gunst des Publikums buhlen, ist allerdings auch beachtlich: mit einer Million lieferbarer Titel und rund 90.000 Neuerscheinungen pro Jahr, so der Börsenverein des Deutschen Buchhandels.

Verteilung der Unternehmen nach Wirtschaftszweigen (in Prozent)



Quelle: Monitoring zu ausgewählten wirtschaftlichen Eckdaten der Kultur- und Kreativwirtschaft 2013. BMWi (Hrsg.) 2014.

Tipps für (angehende) selbständige Schriftsteller/-innen und (literarische) Übersetzer/-innen

Auf den folgenden Seiten finden Sie einige Tipps, auf was Sie als angehende selbständige Schriftstellerinnen und Schriftsteller sowie (literarische) Übersetzerinnen und Übersetzer achten sollten. Nutzen Sie aber bitte auch die darüber hinausgehenden Informationen zur Gründung und Selbständigkeit:

- Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de
- BMWi-Existenzgründungsportal
www.existenzgruender.de
- Förderdatenbank des Bundes
www.foerderdatenbank.de

In der Regel üben Schriftsteller und Übersetzer eine freiberufliche selbständige Tätigkeit aus. Angestelltenverhältnisse sind eher selten: Nur wenige sehr große Institutionen oder Betriebe beschäftigen eigene Übersetzer.

Schriftstellerinnen und Schriftsteller verfassen literarische Werke: Romane, Gedichte, Sachbücher usw. Zum Selbstverständnis der meisten gehört dazu, dass diese Werke über Verlage (und nicht etwa im Selbstverlag) veröffentlicht worden sind (oder werden sollen).



Die meisten **Übersetzerinnen und Übersetzer** erstellen Auftragswerke für Unternehmen, beispielsweise Gebrauchsanleitungen oder Verträge. Auftraggeber können aber auch öffentliche Verwaltungen (Bund, Land, Kommune, Europäische Kommission) sowie Gerichte und Behörden sein. Als Auftraggeber für Übersetzungen kommen darüber hinaus auch Verlage infrage. Sie sind die Geschäftspartner vor allem für die literarischen Übersetzerinnen und Übersetzer. Diese übertragen Belletristik, Sachbücher, wissenschaftliche Texte und andere Werke aus anderen Sprachen ins Deutsche und werden damit zum Urheber eigenständiger künstlerischer Werke.

Wer kann, der kann: fachliche Voraussetzungen

Es ist wie in den meisten anderen Berufen auch: Ohne Qualität geht nichts (oder nur sehr wenig). Fühlen Sie sich also selber auf den Zahn: Sind Sie für den „Karrierestart“ als Schriftsteller oder (literarischer) Übersetzer gut gerüstet? Selbstverständlich ist, dass Sie Ihr „Handwerk“ beherrschen müssen. Wenn schon die ersten Seiten eines Manuskripts oder einer Arbeitsprobe nicht die gängigen Qualitätsanforderungen (Rechtschreibung, Grammatik) erfüllen, ist man in aller Regel chancenlos. Ihre Qualifikationen und bisherigen Tätigkeiten sollten Sie zeigen, beispielsweise in Ihren Arbeitsproben, vor allem auf Ihrer Homepage oder Ihrer Präsenz in sozialen Netzwerken.

Tipps ... für Übersetzerinnen und Übersetzer:

Die Berufsbezeichnung des Übersetzers ist nicht geschützt. Jeder kann als „Übersetzer“ auftreten und arbeiten. Sie müssen einiges anzubieten haben, wenn Sie als „Übersetzer“ landen wollen: sehr gute Kenntnisse der Fremdsprache, aus der Sie übersetzen wollen, außerdem ein sicheres Gefühl für die deutsche Sprache mit ihren Ausdrucksmitteln und Stilebenen.

- Basiskennnisse lassen sich durch eine einschlägige akademische Ausbildung an einer Hochschule oder Fachakademie erwerben. Darüber hinaus wird z. B. an den Universitäten Düsseldorf und Bochum ein Studiengang Literaturübersetzen angeboten, zudem ein Aufbaustudium Literarisches Übersetzen an der Ludwig-Maximilians-Universität München (Master).

- Als Fachübersetzer z. B. im Auftrag von Unternehmen sollten Sie einschlägige Erfahrungen bzw. detaillierte Kenntnisse in der betreffenden Auftraggeber-Branche mitbringen. Sie sollten in der Lage sein, mit Ihrem Auftraggeber „auf Augenhöhe“ zu sprechen und ihm zu signalisieren, dass Sie ihn und das Thema, um das es geht, verstehen. Das ist wichtig, weil sich Ihr Auftraggeber 100-prozentig auf Sie verlassen muss. Er kann das Ergebnis Ihrer Arbeit nicht beurteilen, weil er die Zielsprache oder Ausgangssprache nicht oder nur rudimentär beherrscht. Derartige Branchenerfahrungen und -kenntnisse können Sie durch ein Fachstudium oder die Mitarbeit in einem Unternehmen erwerben. Bewerben Sie sich nach Ihrer Ausbildung bei großen Übersetzungsagenturen, um dort als Anfänger zu beginnen und sich so in die Materie einzuarbeiten.

... für Schriftstellerinnen und Schriftsteller:

- Die Mehrzahl der Autoren sind erfahrungsgemäß Autodidakten, die angefangen haben zu schreiben und sich dann sukzessive handwerkliches Können angeeignet haben: durch Besuch von Hochschul-Seminaren – z. B. am [Deutschen Literaturinstitut Leipzig](#) oder an der [Stiftung Universität Hildesheim](#) – Workshops, Fortbildungsveranstaltungen usw. Eine bestimmte Ausbildung ist nicht erforderlich.
- Schriftstellerinnen und Schriftsteller sollten allerdings belesen sein. Sie können von Kollegen viel lernen. Eine weitere Gelegenheit dazu ergibt sich, wenn erfahrene Schriftsteller Fortbildungsveranstaltungen anbieten (z. B. in Creative Writing).
- Sprachgefühl, Wortschatz, Stil müssen trainiert werden. Der Beruf des Schriftstellers bedeutet: „lifelong learning“.

Du bist nicht allein: Netzwerke nutzen

Fragen Sie Mitstreiter, wie sie „ins Geschäft gekommen“ sind. In vielen Städten gibt es regelmäßige Treffen oder Stammtische, wo Sie mit Kolleginnen und Kollegen Kontakt aufnehmen und um Rat fragen können.



Tipps

... für Übersetzerinnen und Übersetzer:

- Mitglieder des Verbandes deutschsprachiger Übersetzer können sich in dessen [Online-Übersetzerverzeichnis](#) mit ihren Sprachkombinationen, Sachgebieten und einer auszugsweisen Bibliografie potenziellen Auftraggebern vorstellen.

... für Schriftstellerinnen und Schriftsteller:

- Organisieren Sie Lesungen zu Ihren eigenen literarischen Arbeiten: in öffentlichen Einrichtungen, Literaturhäusern, Schulen usw. So machen Sie Werbung in eigener Sache, sowohl bei Ihren Lesern als auch bei Verlagen, denen Sie Ihre Werke und Ihre Publizität signalisieren können (z. B. durch die Lesereise-Termine auf Ihrer Homepage oder in sozialen Netzwerken). Abgesehen davon sind Lesungen eine der Haupteinnahmequellen der meisten Schriftsteller.
- Nutzen Sie die Kontakte und Erfahrungen von Verbänden, z. B. des Verbandes Deutscher Schriftsteller. Der Verband und dessen Fördervereine in den einzelnen Bundesländern informieren über Seminare und Fortbildungsangebote, über Literaturpreise, Werk- und Aufenthaltsstipendien sowie zu Stipendien zur künstlerischen Aus- und Fortbildung. Sie bieten zudem Praxis-hilfen zu Themen wie Vertragsverhandlungen und Verlagssuche oder dazu, wie man sich bei Lesungen so gut wie möglich präsentiert. Die Fördervereine sondieren außerdem in ihrem Zuständigkeitsbereich, wo es Möglichkeiten für Lesungen gibt und veranstalten eigene Lesungen für ihre Mitglieder.

Kontaktaufnahme mit Auftraggebern

Sparen Sie sich Massen-Mailings an große Adress-Verteiler. Der Rücklauf ist nach aller Erfahrung gleich Null. Kein Wunder: Immerhin ist eine Übersetzung oder ein literarischer Text kein Massenprodukt, sondern immer ein sehr individuelles. Deshalb verlangt es auch nach einem ganz individuellen Marketing. Suchen Sie den persönlichen Kontakt zu Auftraggebern oder Lektoren. Die Erinnerung an einen Menschen bleibt besser haften als die an einen Brief.

Tipps

- Finden Sie heraus, welcher Auftraggeber oder welcher Verlag für Sie infrage kommt. Vereinbaren Sie einen Besuchstermin.
- Besuchen Sie Messen, Konferenzen oder Lesungen, bei denen Ihre potenziellen Auftraggeber vertreten sind. Sprechen Sie sie dort an. Bei größeren Veranstaltungen empfiehlt es sich, vorher einen Termin zu vereinbaren.

... für Übersetzerinnen und Übersetzer:

- Bewerben Sie sich mit einer kurzen Arbeitsprobe (nicht mehr als drei, vier Seiten) bei Unternehmen oder den Lektoraten der Verlage, für die Sie gern übersetzen würden. Zeigen Sie Einfallsreichtum: Immerhin soll sich Ihre Bewerbung von zahllosen ähnlichen unterscheiden, die täglich in den Lektoraten eingehen. Machen Sie vor allem deutlich, welche Fähigkeiten und Erfahrungen gerade Sie ganz besonders qualifizieren.

- Die besten Auftragschancen haben Sie als literarische Übersetzerin oder literarischer Übersetzer bei Taschenbuchverlagen, die in ihren Genre-Reihen (z. B. Krimis, Reise, Belletristik) relativ niedrige Übersetzerhonorare bezahlen und deshalb eine hohe Fluktuation haben. Dabei besteht jedoch die Gefahr, dass Sie dort „hängenbleiben“: Taschenbuch- und Genreferenzen werden von Verlagen, die gehobenerer Literatur herausbringen, kaum als Empfehlung betrachtet.
- Wenn Sie ein Buch haben, das es in einer bestimmten Sprache noch nicht gibt, können Sie dieses einem passenden Verlag zur Übersetzung vorschlagen. Vor allem in den „kleinen“ – z. B. den skandinavischen – Sprachen können Sie mit einer gewissen Erfolgsaussicht versuchen, einem Verlag eine Buchentdeckung (ebenfalls mit einer kurzen Probeübersetzung) anzubieten und dadurch den Auftrag für die Übersetzung dieses Buches zu bekommen. In den „großen“ Sprachen (Englisch, Französisch, Spanisch, Italienisch und Niederländisch) glückt das seltener.

... für Schriftstellerinnen und Schriftsteller

- Sie sollten dem Verlag Ihrer Wahl nicht nur ein, zwei „Probekapitel“, sondern unbedingt ein komplettes Manuskript anbieten. Auch wenn die Lektoren in der Regel nur die Zeit finden, die ersten fünf bis zehn Seiten der vielen Manuskripte zu lesen, die sie täglich erhalten: Wenn diese vielversprechend sind, wollen sie wissen, wie es weitergeht. Unvollständige Manuskripte werden zur Seite gelegt.



Wer schreibt, der bleibt: Verträge

Wer als Newcomer versucht, Aufträge zu bekommen, hat als Vertragspartner eher schlechtere Karten. Darum ist Vorsicht angebracht. Und nicht jede vertragliche Klausel ist akzeptabel, nur um ins Geschäft zu kommen.

Tipps

- Nutzen Sie den [Normvertrag](#), der zwischen dem Börsenverein des Deutschen Buchhandels und dem Verband Deutscher Schriftsteller ausgehandelt worden ist.
- Klären Sie: Ist eine prozentuale Umsatzbeteiligung am Nettoladenverkaufspreis vorgesehen? Sind Sie an den Erlösen aus der Verwertung der Nebenrechte beteiligt?
- Achten Sie auch darauf, dass der Verlag für Ihr Buch angemessene Werbemaßnahmen einplant. Ohne gute Werbung läuft kaum ein Buch.

... für Übersetzerinnen und Übersetzer:

- Übersetzen Sie als literarische Übersetzerin oder literarischer Übersetzer nie ein Buch ohne Vertrag mit einem Verlag. Die Gefahr, dass Sie keinen Verleger für das übersetzte Manuskript finden, ist hoch.
- Versuchen Sie nie, einen Auftrag zu erhalten, indem Sie Kollegen bewusst unterbieten. Sie verspielen den Respekt Ihres Gesprächspartners im Lektorat, wenn Sie nicht auf die Qualität Ihrer Arbeit setzen, sondern sich als „billiger Jakob“ anbieten.

Ich schreibe, also bin ich: Nebenjobs

Literarische Übersetzerinnen und Übersetzer sowie Schriftstellerinnen und Schriftsteller können in vielen Fällen von ihrer „eigentlichen“ Arbeit kaum leben. Das liegt zum einen an der Auftragslage, zum anderen an den Verdienstspannen, die mit Büchern zu erzielen sind (die wenigsten Bücher werden Bestseller).

Tipps:

- Suchen Sie sich ergänzende Betätigungsfelder passend zu Ihren Qualifikationen: im Journalismus, in der Weiterbildung (z. B. Kurse für Kreatives Schreiben an Universitäten, Volkshochschulen) oder durch Vorträge (z. B. im Rahmen von Kulturveranstaltungen in Literaturhäusern).
- Übernehmen Sie Auftragsarbeiten: z. B. für Verlage, die für Sachbücher Autorinnen und Autoren suchen. Derartige Suchanfragen sind beim Verband deutscher Schriftsteller zu erfahren.

Man sieht sich leider nicht immer zweimal: gute Arbeit

Gerade, weil die Messlatte bei den Auftraggebern und Verlagen für Übersetzerinnen oder Übersetzer bzw. Schriftstellerinnen oder Schriftsteller so hoch liegt, ist gute Arbeit die Voraussetzung für erste und weitere Aufträge.

Tipps

... für Übersetzerinnen und Übersetzer:

- Halten Sie vereinbarte Termine ein. Erwiesenermaßen steht die Termintreue gerade bei auftraggebenden Unternehmen ganz oben auf der Prioritätenliste.
- Gestalten Sie Ihr Manuskript ansprechend und zielgruppengerecht. Im Vorfeld sollten Sie Ihren Auftraggeber fragen, für wen diese Übersetzung gedacht ist und welchem Zweck sie dient.

... für Schriftstellerinnen und Schriftsteller:

- Testen Sie, ob Ihre Geschichte und Ihre Sprache wirklich so „unwiderstehlich“ sind, wie Sie glauben. Nehmen Sie Verbesserungsvorschläge an. Die meisten Manuskripte sind „verbesserungsfähig“.

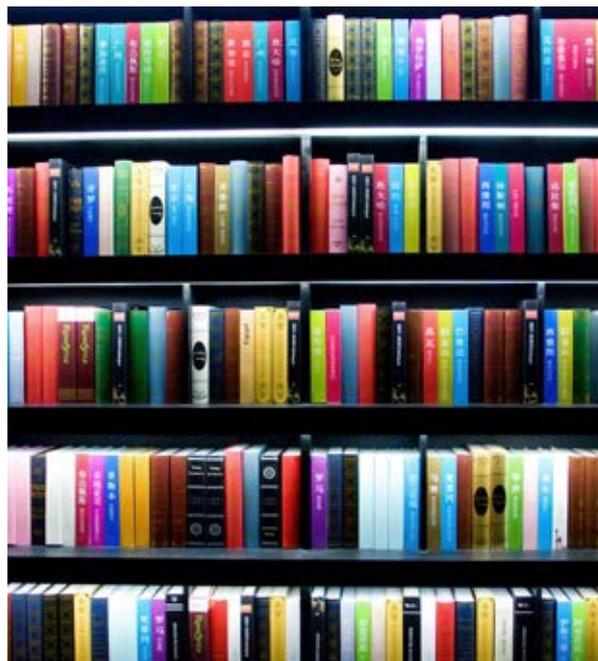
Alles und noch viel mehr: Business-Know-how

Weitere Praxistipps für Kreative und Kulturschaffende finden Sie unter www.kultur-kreativ-wirtschaft.de:

- Freier Beruf & Gewerbe
- Künstlersozialkasse (KSK)/
Künstlersozialversicherung (KSV)
- Steuern und Finanzamt
- Urheberrecht und -schutz
- Versicherungen, Recht und Verträge
- Verwertungsgesellschaften

Förderhilfen

- **Deutscher Literaturfonds**
Der Deutsche Literaturfonds ist eine Institution, die die deutschsprachige Gegenwartsliteratur in der Bundesrepublik überregional, marktunabhängig und ohne politische Vorgaben fördert. Die alleinige Verantwortung für Aufgaben, Ziele und Entscheidungen tragen sieben literarische Verbände, die den Fonds 1980 gegründet haben. Der Deutsche Literaturfonds wird mit Mitteln der Kulturstiftung des Bundes gefördert.
www.deutscher-literaturfonds.de
- **Deutscher Übersetzerfonds**
Der Deutsche Übersetzerfonds e. V. wurde 1997 in Berlin gegründet, um eine qualitätsorientierte und bundesweit wirksame Übersetzerförderung aus öffentlichen und privaten Mitteln zu entwickeln. Der Deutsche Übersetzerfonds wird durch die Kulturstiftung des Bundes, die Kulturstiftung der Länder und das Auswärtige Amt gefördert.
www.uebersetzerfonds.de
- **Kurt-Wolff-Stiftung**
Die Kurt-Wolff-Stiftung wurde im Oktober 2000 mit Unterstützung des Beauftragten der Bundesregierung für Kultur und Medien errichtet. Ihr Ziel ist die Sicherung einer vielfältigen Verlagslandschaft als wesentlicher Bestandteil der nationalen kulturellen Identität, in der vor allem auch für kleine und junge Verlage Platz und Entfaltungschancen vorhanden sind.
www.kurt-wolff-stiftung.de



- **Freundeskreis zur Förderung literarischer und wissenschaftlicher Übersetzungen e. V.**
Der Freundeskreis ist ein gemeinnütziger Verein. Sein Hauptzweck ist die Vergabe von Preisen und Stipendien. Seine Sorge gilt ausschließlich dem Wohl der Literaturübersetzer, der Qualität ihrer Arbeit und dem Niveau der Übersetzungskultur im Allgemeinen.
<http://freundeskreis-literaturuebersetzer.de>
- **Kultur- und Kreativpiloten Deutschland**
Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung verleiht jährlich den Titel „Kultur- und Kreativpiloten Deutschland“. Damit zeichnet sie Menschen aus, die mit einer besonderen kreativen oder kulturellen Idee unternehmerisch durchstarten möchten. Der „Preis“ umfasst ein einjähriges Professionalisierungsprogramm mit Workshops, individueller Begleitung durch Branchenfachleute sowie den Zugang zu Netzwerken der Kreativszene.
www.kultur-kreativpiloten.de

Quellen:

- Bundesverband der Dolmetscher und Übersetzer e. V.: www.bdue.de
- Verband deutschsprachiger Übersetzer literarischer und wissenschaftlicher Werke e. V. (VdÜ): LITERATURÜBERSETZEN. Leitfaden für die ersten Schritte im Berufsleben.
<http://literaturuebersetzer.de>
- Verband deutscher Schriftsteller (VS): <http://vs.verdi.de>

Rat und Tat

- Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft
Die Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi) und der Beauftragten der Bundesregierung für Kultur- und Medien (BKM) umgesetzt. Sie bietet u. a. viele Informationen und Praxishilfen für (angehende) Akteure in der Kultur- und Kreativwirtschaft.
- Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft
Wichtiges Element der Initiative ist das Kompetenzzentrum Kultur- und Kreativwirtschaft des Bundes. Es versteht sich als Partner der Branche und bietet allen Kreativschaffenden eine Plattform für Vernetzung und Dialog. Dabei arbeitet das Kompetenzzentrum eng mit den bestehenden Beratungs- und Förderangeboten vor Ort zusammen.
Infoline: 030 346465300,
E-Mail: kontakt@kreativ-bund.de
- Netzwerke und Verbände des Buchmarktes
Eine Auswahl von Netzwerken und Verbänden des Buchmarkts finden Sie im Internetportal der Initiative: www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

Publikationen

- Alles, nur kein Unternehmer? Tipps für Gründerinnen, Gründer und Selbständige in der Kultur- und Kreativwirtschaft
- Starthilfe – Der erfolgreiche Weg in die Selbständigkeit
- Infoletter: GründerZeiten

Bestelltel.: 030 18 272 2721;
publikationen@bundesregierung.de
Download und Bestellfunktion: www.bmwi.de

Internet

- Initiative Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesregierung
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de
- BMWi-Existenzgründungsportal
www.existenzgruender.de
- Förderdatenbank des Bundes
www.foerderdatenbank.de
- BKM-Kulturförderdatenbank
www.kulturpreise.de
- Deutsches Informationszentrum für Kulturförderung
www.kulturforderung.org

Anlaufstellen Kultur- und Kreativwirtschaft der Bundesländer

- Baden-Württemberg/Netzwerk Kreativwirtschaft:
<http://kreativnetzwerk.mfg.de>
- Bayern/Bayerisches Zentrum für Kultur- und Kreativwirtschaft: www.bayernkreativ.de
- Berlin/Projekt Zukunft:
www.berlin.de/projektzukunft
- Brandenburg/Kreatives Brandenburg:
www.kreatives-brandenburg.de
- Bremen/WFB Wirtschaftsförderung Bremen:
www.wfb-bremen.de
- Hamburg/Hamburg Kreativ Gesellschaft:
www.kreativgesellschaft.org
- Hessen/Kultur- und Kreativwirtschaft in Hessen:
www.kulturwirtschaft-hessen.de
- Nordrhein-Westfalen/CREATIVE.NRW – Cluster Kultur- und Kreativwirtschaft:
www.creative.nrw.de
- Rheinland-Pfalz/Kunst-, Kultur- und Kreativwirtschaft: www.zirp.de
- Sachsen-Anhalt/Kreativwirtschaft Sachsen-Anhalt: www.kreativ-sachsen-anhalt.de
- Saarland/kreativzentrum.saar:
www.kreativzentrum-saar.de
- Thüringen/Thüringer Agentur für die Kreativwirtschaft (THAK): www.thueringen-kreativ.de

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWi)
Öffentlichkeitsarbeit
11019 Berlin
oeffentlichkeitsarbeit@bmwi.bund.de
www.kultur-kreativ-wirtschaft.de

Stand:

März 2015

Redaktion:

PID Arbeiten für Wissenschaft und Öffentlichkeit GbR, Köln/Berlin

Gestaltung und Produktion:

PRpetuum GmbH, München

Bildnachweis:

Matthias Enter – Fotolia (Titel), lassedesignen – Fotolia (S. 2),
Eisenhans – Fotolia (S. 3), sinuswelle – Fotolia (S. 4),
myfotolia88 – Fotolia (S. 6)

