



Interview mit Helga Frese-Resch, Lektorin beim Verlag Kiepenheuer & Witsch

Dieses Interview entstand im Rahmen von #BritLitBerlin, dem 31. British Council Literaturseminar, koorganisiert mit dem Großbritannien-Zentrum der Humboldt-Universität zu Berlin. Das übergeordnete Thema der Veranstaltungen war: „Brit Crime – A New Golden Age of Crime Writing?“

Welche Rolle spielen Krimis in Ihrem Verlagsprogramm?

Wir haben vor ungefähr zehn Jahren mit sehr politischen Krimis angefangen, z.B. Christian von Dittfurth, mit historischen Krimis. Als wir dann mit deutschen Krimiautoren weitergemacht haben, fanden wir heraus, dass darin gutes Verkaufspotential steckt. Danach haben wir den Blick auch mehr oder weniger auf das Ausland gerichtet und haben jetzt einige Krimireihen im Programm – allerdings nicht aus England. Das meiste kommt aus Skandinavien.

Welche Rolle spielen öffentliche Lesungen für Ihre Marketingstrategie?

Nicht so sehr große, weil viele Krimileser gar nicht daran interessiert sind, den Autor kennenzulernen. Sie stellen nicht so viele Fragen wie bei Lesungen mit literarischen Autoren.

Ich empfinde es tatsächlich so, dass Krimilesen eskapistisches Lesen ist – und damit ist man befriedigt, wenn das Buch zu Ende ist. Damit Leser weitere Fragen an die Autoren haben, müssen die schon sehr bekannt sein.

Und unbekanntere Autoren sind für Lesungen schwierig – aber das ist generell so.

Wie werden die Krimis dann beworben?

Es gibt zum Beispiel Homepages wie Krimi-Couch o.ä., auf denen sich die Leser online tummeln. Wir nutzen aber auch Anzeigen in Publikationen zur Werbung. Tatsächlich läuft vieles auch über den Buchhandel: wir verschicken Leseexemplare und wenn das Buch einem Buchhändler gefällt, dann kümmert er sich um die Bewerbung.

Werden die Autorinnen und Autoren für die Lesungen bezahlt?

Ja, ganz klar. Ausländische Autoren bekommen oft weniger als deutsche Autoren, weil die Zusatzkosten sehr hoch sind. Doch sie bekommen ein Honorar für ihre Lesungen.

In Deutschland sind „creative writing“ Kurse noch nicht so stark in der Kultur verankert. Denken Sie wir könnten in diesem Bereich noch etwas von Großbritannien lernen?

In Deutschland gibt es immerhin zwei Universitäten, an denen man das studieren kann. Ich glaube, das ist gut, denn in Deutschland kursiert immer noch die seltsame Idee des „genialen Schriftstellers“, dem alles zufließt, wenn ihn die Muse küsst. Das ist natürlich alles auch Handwerk. Und deshalb glaube ich schon, dass solche Kurse wichtig sind, gerade auch um Übung zu haben. Ob man das jetzt in „creative writing“ Studiengängen macht oder man sich zu solchen Workshops zusammenschließt ist ehrlich gesagt nicht ganz so wichtig.

Ich glaube, dass „creative writing“ gut ist. Ich finde es aber auch ein bisschen befremdlich, dass man eine Doktorarbeit in „creative writing“ schreiben kann. Das leuchtet mir nicht ein. Für mich ist es schon etwas anderes, wenn man das akademisch betreibt oder sozusagen als Fortbildung sieht. Aber ich habe grundsätzlich nichts dagegen, sondern finde „creative writing“ Aktivitäten gut.

Denke Sie, eine weitere Verbreitung von „creative writing“ Kursen könnte Ihre Verlagsarbeit verändern?

Nein, das glaube ich nicht, weil wir ohnehin schon ganz genau prüfen, wen wir überhaupt ins Programm aufnehmen können – und da nehmen wir keine Leute von denen man denkt, die können überhaupt noch nicht schreiben. Also in so fern: nein.

Wo finden Sie dann neue Talente?

Das ist sehr unterschiedlich. Der Kontakt zu neuen ausländischen Autoren läuft vor allem über die Messen. Wir haben Kontakte zu vielen ausländischen Verlagen und Agenturen. Viel läuft über Agenturen, aber oft auch über Empfehlungen von anderen Autoren, vor allem im deutschsprachigen Bereich. Aber das meiste läuft – gerade im Ausland – über Agenturen und ausländische Verlage.

Vielen Dank für das Kurzinterview.

SvL, 30. Januar 2016