



Microsoft Azure

Virtual Machines, Web-Apps, SQL-Datenbanken, Websites, Hadoop und alles andere auch!



Was ist mein Haus wert?

Immobilienpreise auf Allzeithoch. Jetzt kostenfrei verkaufen bevor die Blase platzt!

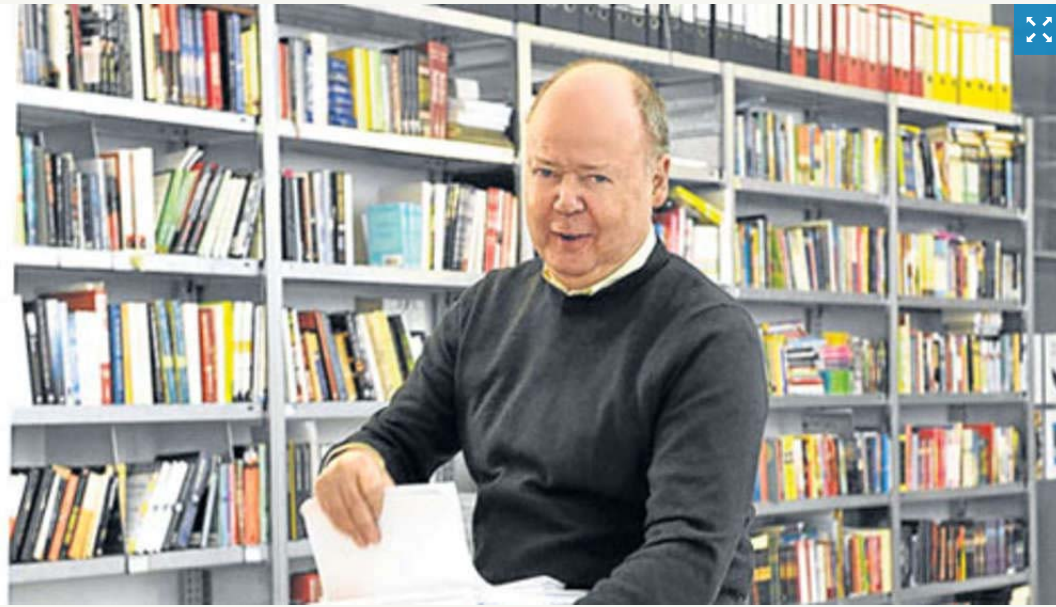
Um Ihnen ein besseres Nutzererlebnis zu bieten, verwenden wir Cookies. Durch Nutzung unserer Dienste stimmen Sie unserer Verwendung von Cookies zu. [Weitere Informationen](#)

Ok



Kultur

Wie Literaturagenten arbeiten



Michael Meller in seinem Münchner Büro. © Klaus Haag

Aktualisiert: 28.10.09 - 19:17

Wie Literaturagenten arbeiten

München - Belletristik und Sachbuch, Kinder- und Jugendbuch: Michael Meller als Helfer und Trainer der Schriftsteller.

Nach Teppichhandel sieht es in diesen feinen Räumen in einem Hinterhof an der Münchner Sandstraße wirklich nicht aus. Atelierfenster lassen Tageslicht herein, Kinoklappstühle setzen schöngestige Akzente und vor allem: Unmengen von Büchern reihen sich in Regalen. Trotzdem vergleicht Michael Meller, ein zierlicher, bedächtig wirkender Mann, sein Metier gern mit dem eines Teppichhändlers: Er betreibt eine renommierte Literaturagentur. Mehrmals im Jahr veranstaltet er Auktionen und besiegelt das Geschäft mit dem Verlag, der für das Manuskript eines Autors am meisten bietet, per telefonischem Handschlag. Vertrauen und die Einhaltung der alten Händlerregeln sind die Voraussetzung, „das ist dann schon fast wie auf dem Viehmarkt“, lacht Meller.

- Anzeige -



KOSTENLOSE FÜHRUNGEN

- jetzt teilnehmen -



Als er 1988 in München seine Literaturagentur gründete, war er ein Pionier. Nur ausländische Verlage und Agenturen hatten bis dahin in Deutschland Unteragenten. Es herrschte hier die Auffassung, die Verlagspatriarchen seien doch gut genug zu ihren Autoren. Das Gegenteil bewiesen schon Goethe und sein Verleger, erzählt Meller: „Die haben sich um die Prozente gekloppt.“ Inzwischen gibt es kaum mehr sogenannte Besitzerverlage. Meller erkannte früh die Notwendigkeit von nationalen Vertretungen für deutsche Autoren.

Der gebürtige Bad Tölzer wusste, wovon er sprach. 1961 hatte er eine Buchhandelslehre begonnen, war schnell zum Vertriebsleiter aufgestiegen, in dieser Funktion in London für einen großen New Yorker Universitätsverlag und später freiberuflich in England und den USA tätig. Von den „pragmatischen Angelsachsen“ stamme das Prinzip Literaturagentur. „Englische Autoren, die in den Kolonien lebten, hatten schon Ende des 19. Jahrhunderts ihre Stellvertreter zu Hause“, sagt Meller. In den 1940er-Jahren machten es die USA nach. Und 40 Prozent der deutschen Autoren haben heute einen Agenten.

Die Arbeit ist nicht damit getan, für einen Debütanten den passenden Verlag zu finden. Meller und seine vier Kollegen übernehmen zunächst Lektoratsaufgaben, schlagen Änderungen am Manuskript vor. Wer das nicht akzeptiert, hat keine Chance. Dass die Mühe sich lohnen kann, erfuhr eine von Mellers erfolgreichsten Autorinnen: Achtmal hatte sie ihr erstes Manuskript umgearbeitet, „ohne Tobsuchtsanfall“, bemerkt Meller. Seit zwölf Jahren ist sie gut im Geschäft. Auch die Vertragsdetails handelt die Agentur aus. „Wir sind nicht gegen die Verlage, sondern für die Autoren“, erklärt Meller. Sie bezahlen deshalb die Agentur. Und diese kümmert sich dafür um die Verwertungskette, die heute über Taschenbuch, Buchclub und Kaufhausausgabe weit hinausreicht, nämlich vom Audio- übers Download-Buch bis hin zum E-Book.

„Woher soll der Autor wissen, ob er 20 oder 30 Prozent verlangen kann?“ Insgesamt sei seine Arbeit unromantische, disziplinierte Routine, Buchhaltung und Abrechnung. 60 Prozent davon investiert er in deutsche Autoren, 40 Prozent in englischsprachige, deren fertige Produkte nur weitervermarktet werden. Mellers erster großer deutscher Erfolg war übrigens 1992 Rut Brandts Roman „Freundesland“. Auch Dan Brown hat Meller mit „Illuminati“ vertreten, bis dessen Vertrag auslief. International ein Treffer war außerdem das Ötzi-Buch „Der Mann im Eis“, das Meller quasi erfunden hat. Mehrfach war er an die Innsbrucker Universität gefahren, um die Forscher davon zu überzeugen, dass sie mit ihrem Wissen auf einer Goldmine saßen.

Neben Sachbuch und Belletristik vertritt Meller die Sparte Kinder- und Jugendbuch. Ein Sektor, der wächst. Daher arbeitet bei Meller eigens eine Agentin dafür. Was macht ein gutes Jugendbuch aus? „Dass man beim Lesen in der U-Bahn seine Mütze verliert“, antwortet lachend Cristina Bernardi. Das ist ihr passiert. Professionell ausgedrückt: „Man muss dem jungen Leser Identifikationspotenzial bieten und den richtigen Ton finden, frech, originell, nicht herablassend oder bevormundend.“

Aktuelle Trends seien Krimis und die sogenannte „Urban Fantasy“, die im Gegensatz zur mythologisch orientierten „High Fantasy“ einen städtischen, zeitgenössischen Rahmen hat. Vielleicht erobere demnächst eine US-Neuheit den deutschen Markt: der Roman in Versform, entwickelt aus der Slam Poetry. Was aber zurzeit gänzlich fehle und einen Trend begründen könnte, seien Heile-Welt-Kinderbücher, eine Art neuer Erich Kästner oder ein „Trotzköpfchen“. Vielleicht findet es sich ja unter den Einsendungen für den Wettbewerb, den Meller, der Arena Verlag und der Münchner Merkur gemeinsam ausrichten. Meller und Bernardi sind gespannt, welches Manuskript den Mützen-Test besteht...

Christine Diller

Wir suchen Autoren von morgen!

Für den *Kinder- und Jugendbuchpreis* des Münchner Merkur, der Literaturagentur Michael Meller und des Arena-Verlags suchen wir bislang unveröffentlichte Manuskripte für Leser zwischen zehn und 14 Jahren. Es können *Romane aller Art* eingereicht werden: Krimis, Mittelalter-Sagen, Fantasie- oder Liebesgeschichten, wirklich alles ist erlaubt – außer Bilder- und Sachbücher. Auch Texte, die bereits Verlagen zur Veröffentlichung angeboten wurden, sind von der Teilnahme ausgeschlossen.

Die eingereichten Arbeiten sollen *mindestens 120 Seiten* und *maximal 350 Seiten* umfassen (im Standardformat 30 Zeilen à 60 Anschläge pro Zeile inklusive Leerzeichen). Den Manuskripten sollten eine Kurzvita mit Foto und die Kontaktdaten beiliegen. Die Unterlagen werden nicht zurückgeschickt. Über den Gewinner entscheidet eine Jury. Er wird Anfang des Jahres 2016 bekanntgegeben. *Der Sieger-Roman wird im Arena-Verlag veröffentlicht* und von der Agentur Michael Meller betreut. Manuskripte bitte *bis 16. November 2016* (Poststempel) senden an:

Michael Meller

Literary Agency GmbH

Schreibwettbewerb Münchner Merkur

Sandstraße 33

80335 München



Auch interessant



Nur für gute Augen: Dieses Foto hat ein peinliches Detail



Es ist Zeit, dass IT-Abteilungen sich neu erfinden

Angeboten von Oracle & Intel®



Rechtspopulisten attackieren Merkel nach Terror in Europa



"Exer" belästigt drei junge Frauen



Mitten im München-Terror: Geiselnahme am Flughafen gemeldet



Grober Fehler: Falscher Zugbegleiter will Polizisten kontrollieren



Heftige Unwetter im Landkreis legen Bahnverkehr lahm



6 Singlebörsen, die wirklich funktionieren

Die Top 10 Partnersuchseiten

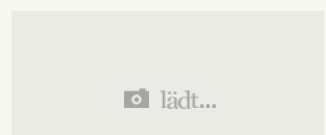
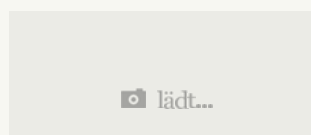
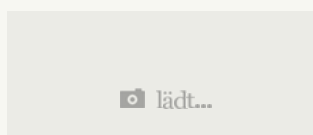
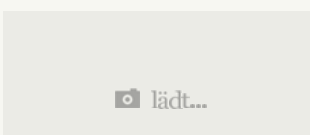
empfohlen von **outbrain**

[Zur Startseite](#)

- Anzeige -



Meistgelesene Artikel



**BMW wird 100: Alles zum furiosen Festival in München mit Thomas Gottschalk**

München - BMW wird 100 Jahre alt! Diesen besonderen Geburtstag feiert der Autobauer vom 9. bis 11. September im Olympiapark. Die tz zeigt, was alles geboten ist.

Bayreuther Festspiele: Räuber und Schandi im Motel

Bayreuth - Bei den Bayreuther Festspielen wurde Frank Castorfs „Rheingold“-Inszenierung unter dem Dirigat von Marek Janowski wiederaufgenommen.

Gärtnerplatztheater meldet mehr Besucher trotz Sanierung

München - Trotz wechselnder Spielstätten während der Sanierung kommt das Gärtnerplatztheater beim Publikum gut an.

Bayreuth-Eröffnung: Gral fatal

Bayreuth - Die Bayreuther Festspiele eröffnen mit missglückter „Parsifal“-Regie und einem Triumph für Dirigent Hartmut Haenchen.

Kommentare

∨ [Kommentar verfassen](#)

Unsere Services für Sie im Überblick

Service	Anzeigen	Abo	Über uns
Wetter	Trauer	Übersicht	MerkurBlog
Verkehr	Autoanzeigen	Aboservice	Kontakt
Lokalnachrichten	Stellenanzeigen	Probeabo	Impressum
FC Bayern München	Immobilienanzeigen	ePaper	Datenschutz
	Kleinanzeigen	Preise	FAQ
	Anzeige aufgeben		AGB
			Mediadata Online
			Mediadata Print
			Über unsere Werbung