

## Neues Logo und neuer Internetauftritt Graphische Unterstützung durch den Hamburger Medienpool

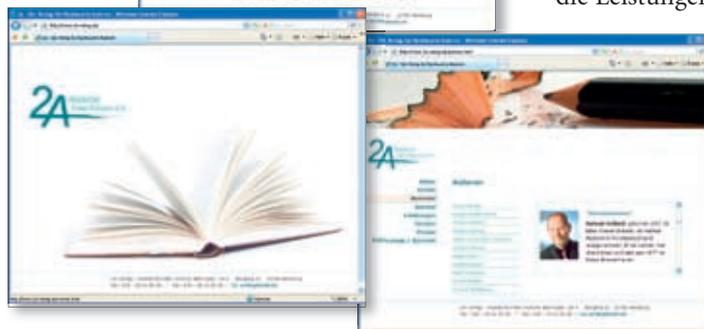
**Heutzutage gibt es wohl kaum eine Firma oder eine Institution, die keinen eigenen Internetauftritt hat, auf dem sie ihre Leistungen und Mitarbeiter vorstellt. Informationen über die Akademie freier Autoren e.V. und den 2A-Verlag stehen schon lange online – doch jetzt noch viel ansprechender, klarer und strukturierter.**

Die Internetseite [www.2A-Verlag.de](http://www.2A-Verlag.de) erstrahlt im neuen Glanz. Gemeinsam mit Teilnehmern des Hamburger Medienpool e.V. hat die Akademie freier Autoren e.V. ein neues Logo und einen neuen Internetauftritt geschaffen.

### Institution unterstützt 2A

Ziel des Medienpools ist es, die Arbeitsmarktchancen von Medienschaffenden, die länger als ein Jahr ohne Beschäftigung sind, zu verbessern. Dafür bietet der Verein als ein gemeinnütziger Beschäftigungsträger Arbeitsmöglichkeiten für den Medien- und Kommunikationsbereich an.

Da die Akademie freier Autoren ein gemeinnütziger Verein ist, konnte sie die Unterstützung von zwei Teilnehmerinnen des Medienpools dankbar annehmen. Das Logo hat die Grafikerin Ewa Musialowska entwickelt. Für die Gestaltung und komplette technische Umsetzung des Webdesigns war Inna Karch zuständig. Auch auf diesem Wege möchte sich das gesamte 2A-Team noch einmal ganz herzlich bedanken.



### 2A und die Akademie freier Autoren

Viele haben sich vielleicht schon mal gefragt, was „2A“ überhaupt bedeutet. In 2A stecken die beiden Großbuchstaben für Akademie und Autoren. Die Akademie freier Autoren unterstützt und fördert als gemeinnütziger Verein Nachwuchsautoren. In dem angeschlossenen 2A-Verlag erscheinen dann die fertigen Bücher.

### Noch mehr Service für Sie

Auf der Homepage wird der Verein mit seinen Mitarbeitern vorgestellt. Natürlich gibt es eine Übersicht über die 2A-Bücher und Autoren sowie eine Auswahl von entsprechenden Medienberichten dazu. Schritt für Schritt werden die Leistungen der gesamten 2A-Buchproduktion aufgeführt (siehe dazu auch Seite 3 und 4). In der Rubrik „Service“ gibt es Nützliches für alle Schreibfreunde: interessante Buchtipps, jede Menge Schreibübungen sowie ein Lexikon, das Begriffe aus der Verlagswelt kurz und verständlich erklärt. Am besten, Sie machen sich selbst mal ein Bild.

### Neue E-Mail-Adresse

Der Verein hat seine E-Mail-Adresse geändert. Bei Fragen oder Anregungen schreiben Sie uns bitte an:

**[info@2A-Verlag.de](mailto:info@2A-Verlag.de)**

## Literaturepochen

### Weimarer Klassik (1786 – 1805)

Die Auswirkungen der Französischen Revolution von 1789 brachte ein Streben nach Freiheit des Menschen hervor. Wie die Aufklärung ging auch die Klassik von der Erziehbarkeit des Menschen zum Guten aus. Ihr Ziel war die Humanität, die wahre Menschlichkeit (das Schöne, Gute, Wahre). Doch der Mensch sollte nicht nur einzelne Tugenden wie zum Beispiel Toleranz und Nächstenliebe besitzen, sondern einem Ideal zustreben, das mit dem Begriff „Harmonie“ umschrieben wurde.

Die Ideen der Klassik entwickelten und verbreiteten hauptsächlich zwei Dichter: Johann Wolfgang von Goethe (1749-1832) und Friedrich von Schiller (1759-1805). So wird der Beginn dieser Epoche auch Goethes Aufbruch nach Italien (1786) und ihr Ende durch Schillers Tod (1805) markiert. Als Kernphase gilt die Zeit der engen Zusammenarbeit und Freundschaft von Goethe und Schiller (1794-1805) in Weimar.

Gerade die beiden Werke von Goethe („Faust, der Tragödie erster Teil“ von 1795 und „Faust, der Tragödie zweiter Teil“ von 1808) passten in die Bezüge der Weimarer Klassik, ging es in jenen Werken doch darum, inwieweit man sich von anderen Menschen und Wesen beeinflussen lässt und sich dabei zu einem anderen Menschen entwickelt. Auch Schillers „Wilhelm Tell“ (1804) zählt zu den Werken der Weimarer Klassik.

Die drei Schlagwörter „Freiheit, Brüderlichkeit und Einigkeit“ prägen die Weimarer Klassik. Als Idealvorstellungen galten Menschlichkeit, Toleranz, Übereinstimmung des Menschen mit der Natur und eine Versöhnung von Natur und Freiheit.



## Schreibtipps: Landschaften der Stimmung anpassen

Die Handlung eines Buches ist das wichtigste, doch die Stimmung spiegelt sich gerade in den Beschreibungen der Landschaften wider.

Als Landschaften in Büchern gelten nicht nur die schneebedeckten Bergkuppen und der Sonnenuntergang, der sich im Meer widerspiegelt. Sowohl Wohnzimmer oder Büroräume, Straßen oder Wald und Wiesen oder ebenso das Innere eines Autos können Schauplätze einer Handlung sein.

Das bedeutet jedoch nicht, dass alles detailliert beschrieben werden muss. Seitenlange Berichte ohne Handlung langweilen die Leser schnell. Es gilt stattdessen, mit wenigen Worten die Stimmung einer Situation wiederzugeben. Natürlich muss nicht jeder

Streit im dunklen Wald bei Sturm und Gewitter stattfinden. Doch ist es unangebracht, das helle, sonnendurchflutete Zimmer zu beschreiben, wenn sich die Hauptfigur gerade einsam und verlassen fühlt. Fragen Sie sich deshalb vor jeder Landschaftsbeschreibung: Welche Stimmung will ich transportieren? Suchen Sie sich dann ein oder zwei Punkte, an denen Sie dies festmachen wollen.

Entscheidend ist, dass Sie dabei Bilder in den Köpfen der Leser erschaffen. Dies gelingt gut über bewusst ausgewählte Verben: Lassen Sie den Held über das grobe Kopfsteinpflaster stolzieren und nicht einfach gehen. Fazit: Über die Personen, die sich in ihnen bewegen, lassen sich Landschaften am besten einfangen.

### Der Buchtipps für Autoren

Einmal ein selbst geschriebenes Buch in den Händen halten – das wollen Viele. Doch wie fängt man an? Wann setzt man auf Erzählungen und wann auf Dialoge? Und welche literarische Gattung eignet sich besser: der Roman oder das Drama?

„Spiegeleier brät man ja auch nicht im Kochtopf.“ So und ähnlich formuliert Claus Vainstain die Tipps in seinem Buch „Erfolgreich schreiben – Von der Kunst und Technik literarischen Schreibens“. Von Alltagssituationen ausgehend findet er den Weg in die Literatur und gibt praktische Hinweise. So erschließt sich den Lesern die Kunst des Schreibens und des Beschreibens.

Vainstain bindet Textstellen aus Klassikern wie Patrick Süßkinds „Das Parfum“ oder Heinrich Manns „Der Untertan“ ein. Er analysiert diese und erklärt die angewendeten Techniken der Schriftsteller konkret an den Beispielen. So erscheint das vermeintliche Sachbuch mitunter als spannende Erzählung aus und über die Literatur.

Erfolgreich schreiben – Von der Kunst und Technik literarischen Schreibens, Wissen kompakt für Autoren, Claus Vainstain, Frankfurter Taschenbuchverlag, 232 Seiten, ISBN 978-3-937909-73-8, für 14,80 Euro im Buchhandel erhältlich



## Von der Idee zum Buch

Wer ein Manuskript fertig hat, möchte es am liebsten gleich morgen als Buch in den Händen halten. Der Aufwand, ein Buch zu produzieren und auf dem Markt zu etablieren, ist aber größer, als man sich vorstellt. Wir möchten Ihnen hier einzelne Produktionsschritte vorstellen.

Eine Buchproduktion fängt bei der Bewertung eines Manuskriptes an und endet mit der Pressearbeit zur Veröffentlichung der Neuerscheinung. Dazwischen liegt unter anderem die Lektoratsarbeit und die graphischen Leistungen wie Layout- und Covergestaltung, die Anmeldung im Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB), beim Buchhandel und nicht zuletzt der Druck. Als gemeinnütziger Verein ist die Akademie freier Autoren e. V. dabei auf einen Produktionskostenzuschuss angewiesen. Jahrelange Erfahrungen und Kontakte ermöglichen jedoch eine Buchproduktion zu fairen Preisen.

### Ist das Manuskript gut?

Ihr Manuskript liegt fertig in der Schublade und wartet darauf, veröffentlicht zu werden? Dann schicken Sie es uns. Wir nehmen uns die Zeit und lesen Ihren Text vollständig und geben Ihnen eine unabhängige Bewertung. Zudem prüfen wir die Möglichkeit einer Veröffentlichung im 2A-Verlag. Denn ein unabhängiges Feedback gehört zu den Fundamenten der Förderung von Nachwuchs-Schriftstellern dazu. Das Angebot wird von uns individuell angepasst, deswegen bekommen Sie keine vorgefertigte Antwort mit Standardpreisen.

### Bis zum letzten Komma – das Lektorat

Wir lesen das Manuskript sorgfältig und lektorieren den Inhalt in Abstimmung

mit dem Autor, denn der gibt am Schluss sein O.k. Dabei achten wir darauf, dass der Text sinnhaft ist, geben ihm sprachlich den letzten Schliff und schauen auf eine korrekte Orthographie und Interpunktion. Ein Zweitkorrektor liest dann den fertigen Buchtext vor der Drucklegung und überprüft damit die Arbeit des Lektors nochmal.

### Frei zum Druck

Der Autor bekommt die lektorierte Version seines Werks zugeschickt. Die sogenannten Druckfahnen muss der Autor lesen und schauen, ob er mit den Änderungen einverstanden ist. Sollte es unterschiedliche Meinungen zu Textstellen geben, können Autor und Lektor hier noch einmal diskutieren. Mit seiner Unterschrift oder seinem Kürzel auf jeder Seite erteilt der Autor dann die Druckfreigabe. Nach Freigabe sind Änderungen nicht mehr möglich, da dann der Buchdruck beginnt.

### Ein schönes Cover verkauft sich besser

Unsere Grafiker lesen Teile des Manuskripts, um Ideen zu entwickeln. In Zusammenarbeit mit dem Autor und dem Lektor entstehen so ein bis zwei Entwürfe. Zwar heißt es, dass man Bücher nicht nach ihrem Cover beurteilen soll, aber der erste Kaufanreiz ist gegeben, wenn das Cover ansprechend ist. Die Rückseite des Buchs gestalten wir so, dass wir den Autor mit einem Foto und persönlichen Angaben vorstellen. Ein paar inhaltliche Hinweise sollen die Leser auf den Geschmack bringen.

### Von Papier, Druck und Bindung

Wir arbeiten seit langem mit einer Druckerei in Süddeutschland zusammen, die zu fairen Preisen gute Qualität liefert. Wir holen immer Vergleichangebote ein, um sicher zu stellen, dass wir nicht mehr als nötig bezahlen. Dabei achten wir auf konstante Druck- und Papierqualität, um das schöne Endergebnis – in dem Fall Ihr Buch – nicht in minderer Qualität zu produzieren. Verschiedene Papiersorten und Bindungen müssen dem Werk entsprechend ausgewählt werden, um ein optimales Ergebnis zu erzielen. In der Regel verwenden wir ein bestimmtes Buchformat, kommen aber gern individuellen Wünschen der Autoren entgegen und versuchen diese zu verwirklichen.



### Das Buch auf dem Markt etablieren

Jedes unserer Bücher bekommt eine sogenannte Internationale Standardbuchnummer (ISBN). Damit können wir das Buch am Markt etablieren, denn über diese Nummer können Buchhändler das Werk im Verzeichnis lieferbarer Bücher (VfB) finden, und es ist damit vielfach zu bestellen. Auch mit dem Großbuchhändler Libri haben wir einen Vertrag, sodass die 2A-Bücher in Buchhandlungen in kürzester Zeit vorliegen können. Das Problem, dass kleine Verlage oft erst nach mehreren Wochen liefern können, ist bei uns damit nicht gegeben.



*Auswahl aus dem Medienecho*

### In der Bibliothek präsent

Nach Erscheinen des Buches schicken wir Pflichtexemplare zu den Staatsbibliotheken. Die Deutsche Nationalbibliothek sowie die Staatsbibliothek des Bundeslandes in dem das Buch verlegt wird,

erhalten Exemplare. Ein Ausleihen und der Zugriff auf unsere Bücher ist also auch auf diesem Weg möglich.

### Alle sollen es wissen

Die Akademie freier Autoren engagiert sich für die Förderung von Nachwuchs-Autoren – auch über die Buchproduktion beim 2A-Verlag hinaus. Denn neben einer erfolgreichen Veröffentlichung soll das Buch selbstverständlich auch die Leser erreichen. So werden beispielsweise Anfragen zu Buchbesprechungen mit Rezensionsexemplaren, also kostenlosen Büchern für Journalisten, unterstützt. Jedes Buch wird von uns kontinuierlich mit Pressearbeit begleitet – lokal und bundesweit.

### Dürfen wir vorstellen...

Auf unserer Homepage platzieren wir die Neuerscheinungen. Jeder Autor und jedes Buch werden vorgestellt. Über einen Link ist das Buch auch bei Amazon.de im Internet zu bestellen. Für die Presse haben wir einen gesonderten Bereich, in dem auch das Buchcover herunterzuladen ist.

### Newsletter für Mitglieder

Zweimal im Jahr gibt die Akademie freier Autoren den Newsletter „Akademie intern“ heraus. Darin präsentieren wir die Neuerscheinungen und stellen die Arbeit des 2A-Verlags vor. Wir wollen aber auch Tipps zum Schreiben allgemein geben, interviewen bekannte



*Newsletter „Akademie intern“*

Autoren oder zeigen Ihnen interessante Projekte rund ums Buch. Auch historische Persönlichkeiten aus der Verlagswelt und Epochenbeschreibungen sind im Newsletter zu finden.

### Wer liest denn da?

Wenn Autoren Lesungen organisieren, ob im Buchladen um die Ecke, beim Frisör oder in Kulturzentren, unterstützen wir diese Projekte. Wir erstellen Plakate, verschicken eine Presseinformation in der Region und stellen ausreichend Bücher bereit, die vom Autor auch zurückgegeben werden können, sollte er sie nicht verkaufen.

P.S.: Wir haben zur Verallgemeinerung die männliche Form wie beispielsweise „der Autor“ gewählt. Natürlich sind von uns auch alle Autorinnen gemeint und angesprochen.

## Mit Spaß bei der Arbeit Das 2A-Team stellt sich vor

Nachwuchs-Autoren fördern und unterstützen – dies ist das Ziel der Akademie freier Autoren e.V. und des angeschlossenen 2A-Verlags. Seit 1992 haben es sich die ehrenamtlichen Mitarbeiter zur Aufgabe gemacht, Autoren den Start in die Welt des Buchmarktes zu ermöglichen.

Autoren, Redakteure und Künstler lassen ihre Erfahrungen aus dem Journalismus und der Verlagsbranche in die Arbeit miteinfließen, geben für Sie ihr Bestes und stehen Ihnen mit Rat und Tat zur Seite: bei allgemeinen Anfragen zum Buchmarkt, beim Bewerten von Manuskripten, bei der Autorenbetreuung während einer Buchproduktion, für besondere Druckwünsche, in graphischen Angelegenheiten, bei rechtlichen Fragen und vieles mehr. An dieser Stelle möchten wir Ihnen das Kernteam gerne einmal vorstellen.



**Das Team der Akademie freier Autoren unterstützt Alexandra Schramm seit 2005 und betreut den Newsletter „Akademie intern“. Im Januar 2008 hat sie den Vorsitz des Vereins übernommen.**



**Seit dem Jahr 2000 gehört Iris Brendt zum Team von 2A und betreut vor allem Lektoratsarbeiten. Seit Frühjahr 2001 ist sie zweite Vorsitzende der Akademie.**



**Stephanie Rosbiegal unterstützt den 2A-Verlag und dessen Autoren bereits seit 1999. Vom Frühjahr 2001 bis Ende 2007 übernahm sie den Vorsitz der Akademie.**



**Zu Birgit Pscheidls Aufgaben im Verein gehört seit Anfang 2004 vor allem, die unterschiedlichen Manuskripte zu lesen und diese ganz individuell zu bewerten.**



**Lexikon**  
LEXIKON

### Hoffmann und Campe Verlag

Am Anfang des Hoffmann und Campe Verlags standen zwei Hamburger Sortimentsbuchhandlungen: Die Buchhandlung von Benjamin Gottlob Hoffman (1781 gegründet) und die der Brüder August und Friedrich Campe (1800). Friedrich Campe zog sich allerdings bereits zwei Jahre später aus dem Unternehmen zurück. Sowohl Hoffmann als auch Campe verlegten in dieser Zeit hauptsächlich zeitgeschichtliche Werke, Reiseberichte und Biographien. 1810 übergab Hoffmann seine Sortimentsbuchhandlung an seinen Schwiegersohn August Hoffmann und zwei Jahre später kam es zum Zusammenschluss, der 1816 in der Vereinigung beider Unternehmen unter dem Namen „Hoffmann und Campe“ mündete.

Nach dem Tod von Julius Campe jun. (1909) erlebte der Verlag eine Zeit wechselnder Besitzer, bis 1941 Kurt Ganske einen 50-prozentigen Anteil am Verlag erwarb, diesen bald auf 90 Prozent ausbaute und später (1950) Alleininhaber wurde.

1946 erschien das erste Nachkriegsprogramm und 1951 wurde der erste Roman von Siegfried Lenz veröffentlicht – seither erschienen alle seine Bücher im Hoffmann und Campe Verlag.

Thomas Ganske trat 1979 die Nachfolge als Verleger an und erwarb 1990 sämtliche Anteile am Gräfe und Unzer Verlag. Aus dem traditionsreichen Verlag ist der Kern der Ganske Verlagsgruppe geworden zu der unter anderem der GU Verlag, eine Beteiligung am dtv (seit Ende Mai diesen Jahres größter Eigner) und der Jahreszeiten Verlag gehören.

# Gutenbergs Erben

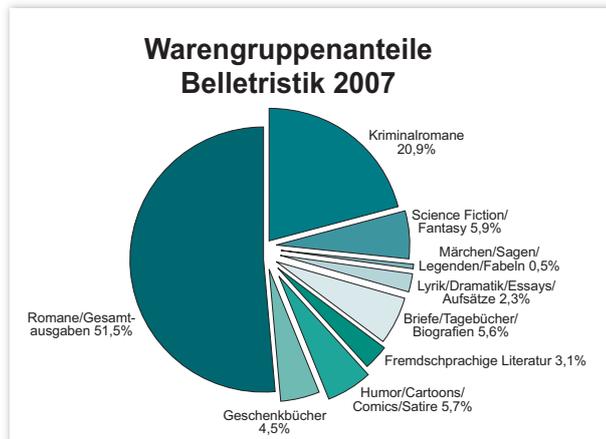
## Wie sieht es in Zeiten des Internets mit der Beliebtheit von Büchern aus? Ein Blick auf den deutschen Buchmarkt.

„Auch den Möbelpackern sind Leute, die Bücher lesen, zuwider. Aber sie haben wenigstens einen guten Grund dafür.“  
(Gabriel Laub)

Fest steht, dass sich das Buch auch in Zeiten der schnellen Medien wie des Internets behauptet und nichts an seiner Attraktivität verloren hat. Ob nun durch Harry Potter, vermehrte Büchersendungen im Fernsehen oder andere Faktoren: Der deutsche Buchhandel konnte im Jahr 2007 das dritte Jahr in Folge einen Zuwachs des Buchumsatzes verzeichnen. Nicht zuletzt wohl auch durch wachsende Umsätze des Online-Buchmarktes, der neben dem Sortimentsbuchhandel mittlerweile den zweitstärksten Vertriebsweg darstellt.

### Belletristik: größtes Segment des Buchhandels

Das größte Umsatzplus verzeichnet hierbei die Warengruppe der Kinder- und Jugendbücher (eine Steigerung von 19,8 Prozent) sowie Literatur aus dem Bereich Geisteswissenschaft, Kunst und Musik (plus 12,1 Prozent). Auch wenn der Bereich der Belletristik mit insgesamt 29,6 Prozent etwas an Marktanteil verloren hat, behauptet er sich weiter als stärkste Warengruppe. Bedeutendster Umsatzträger ist dabei nach wie vor der Bereich „Romane und Gesamtausgaben“. Einen wachsenden Anteil verzeichneten aber auch Kriminalromane und die Genres Fantasy und Science Fiction (siehe Grafik).



*Am meisten lesen Menschen Romane. Mit mehr als 50 Prozent liegen diese vorn, gefolgt von Kriminalromanen mit 20 Prozent.*

### Die Erben Gutenbergs

Der Buchmarkt ist also nach wie vor ein stabiles Geschäftsfeld. In Deutschland produzieren mehr als 2.000 Verlage regelmäßig Literatur im weitesten Sinne und bringen Bücher, Zeitschriften, Hörbücher, Kunstbände sowie CD-Roms und Online-Publikationen heraus. Zudem kommen noch gut 22.000 Institutionen, die – zum Teil auch in unregelmäßigen Abständen – verlegerisch tätig sind. So erschienen im Jahr 2005 rund 78.000 Erstauflagen und circa 12.000 Neuauflagen. Mit insgesamt 89.869 Erst- und Neuauflagen stieg die Zahl damit um 3,8 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Neben München und Berlin sind Frankfurt am Main und Stuttgart Verlagshochburgen.

### Flächendeckende Buchversorgung

Zudem sorgen über 4.000 stationäre Buchhandlungen in Deutschland derzeit dafür, dass die Leser flächende-

ckend mit Literatur versorgt werden. Dabei haben praktisch alle Buchhandlungen elektronischen Zugriff auf die Buchkataloge. Der wichtigste ist das Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB), in dem so gut wie alle im deutschsprachigen Raum erhältlichen Titel (rund eine Million) gelistet sind. Zudem versorgen Buchgroßhändler (wie beispielsweise Libri, die rund 350.000 Titel im Angebot haben), die Buchhandlungen quasi über Nacht mit Literatur – natürlich auch mit den Werken aus dem 2A-Verlag.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels, Branchen-Monitor Buch, Ausgabe Januar 2007

### Impressum

Die *Akademie intern* steht ausschließlich Mitarbeitern und Mitgliedern der Akademie freier Autoren zur Verfügung.

**2A – Akademie freier Autoren e.V.**  
Behringstraße 28 a, E 2  
22765 Hamburg  
Tel.: 040 / 28 41 83 68  
Fax: 040 / 28 41 83 69

E-Mail: [info@2A-Verlag.de](mailto:info@2A-Verlag.de)  
Internet: [www.2A-verlag.de](http://www.2A-verlag.de)