

1	Lesungen – ein Auslaufmodell?	7
----------	--------------------------------------	----------

2	Ihr Fahrplan durch den Lesungsdschungel	13
----------	--	-----------

1	Planung und Organisation einer Einzellesung	14
2	Planung und Organisation von Lesungsreihen und Festivals	17
2.1	Ablaufplanung	18
2.2	Instrumente der Ablaufplanung	18

3	Veranstaltungskonzeption	23
----------	---------------------------------	-----------

1	Mehr Mut zum Unbekannten	24
2	Grundsätzliche Vorüberlegungen	25
2.1	Situationsanalyse	25
2.2	Zielanalyse	25
3	Engere Auswahlkriterien	26
3.1	Die Veranstalterseite	27
3.2	Die Publikumsseite	28
3.3	Wie lassen sich beide Interessen auf einen Nenner bringen?	29
4	Veranstaltungsformen	31
4.1	Einzellesung	31
4.2	Kontinuität: Lesungsreihen	32
4.3	Kontinuität und Konzentration: Thematische Lesungsreihen	34
4.4	Konzentration: Literaturtage Literaturwochen, Festivals	34
5	Veranstaltungskonzeptionen: Drei Beispiele aus der Praxis	34
5.1	Konzeptionen I: Die kleine, literarisch engagierte Buchhandlung	36
5.2	Konzeptionen II: Die renommierte Stadtbibliothek in einer kleineren Großstadt	37
5.3	Konzeptionen III: Ein landesweites Literaturfestival	39
6	Literaturveranstaltungen für Kinder und Jugendliche	40
6.1	Spielerische Vermittlungsformen	40
6.2	Erlebniswelten	41
6.3	Institutionen der Leseförderung	42

4	Andere Orte, andere Zeiten, andere Formen ...	43
----------	--	-----------

1	Andere Orte	45
1.1	Kulinarisches Umfeld	46
1.2	Szenenwechsel – Ungewöhnliche Schauplätze von A – Z	48

1.3	Dichter auf der Couch – Die Wiederentdeckung des Literarischen Salons	51
1.4	Literatur vor Ort	52
1.5	Literatur in Bewegung: Spaziergänge, Exkursionen, Reisen	52
2	Andere Zeiten	55
3	Andere Formen	56
3.1	Neue Präsentationsformen	56
3.2	Literatur und andere Medien	59
3.3	Literatur und Musik	60
3.4	»Wege durch das Land«	62
3.5	Vom Poetry Slam zum Ohrensessel	62

5 Autorenkontakt und Lesungsvertrag 65

1	Autorenkontakt	66
1.1	Verlagskontakt	66
1.2	Direktkontakt	66
1.3	Institutionen und Verbände	68
1.4	Literaturbüros und Literaturhäuser	70
1.5	Messen und Kulturbörsen	72
2	Terminplanung	72
3	Terminbestätigung und Autorenvertrag	73
3.1	Vertragsbestandteile	74
3.2	Erläuterung einzelner Vertragsbestandteile	74
	Neunundneunzig Verlagsadressen	80

6 Kosten und Finanzierung 83

1	Die Ausgabenseite	84
1.1	Autorenhonorar	84
1.2	Umsatzsteuer	85
1.3	Ausländersteuer	87
1.4	Künstlersozialabgabe	88
1.5	Verwertungsgesellschaften	89
1.6	Reisekosten	92
1.7	Werbung und Werbemittel	92
1.8	Arbeitszeit	92
2	Die Einnahmenseite	92
2.1	Eintrittserlöse	93
2.2	Unterstützung durch die Verlage	95
2.3	Fördermaßnahmen im Literaturbereich	96
2.4	Fördermaßnahmen der öffentlichen Hand	100
2.5	Kultursponsoring	107
2.6	Der Lesungspool – Kosten sparen durch Kooperation	113

7	Literatursponsoring in der Praxis	
	Das Augsburger Modell	
	Ein Interview	
	mit dem Literaturmanager Arno Löb	117
8	Öffentlichkeitsarbeit und Werbung	123
1	Sinn und Grenzen der Werbung	124
2	Öffentlichkeitsarbeit und Werbung	
	– Eine notwendige Begriffsklärung	124
2.1	Marketing	125
2.2	Werbung	125
2.3	Öffentlichkeitsarbeit	126
3	Die Medienauswahl	127
4	Die Werbemedien	128
4.1	Prospekt und Handzettel	128
4.2	Internet	128
4.3	Plakate	129
4.4	Einladungsschreiben	130
4.5	Newsletter	131
4.6	Anzeigen	131
4.7	Unterstützende Werbemittel von A–Z	132
9	Presse- und Medienarbeit	137
1	Vom Umgang mit den Medien	138
1.1	Die Nachrichtenfaktoren	138
1.2	Der persönliche Kontakt	139
1.3	Kontakte muß man pflegen	140
1.4	Medien als Veranstaltungspartner	141
2	Das »Handwerkszeug« der Pressearbeit	142
2.1	Die Pressestelle	142
2.2	Der Medienverteiler	143
3	Die Medien: Von der Tageszeitung	
	zum Privatrundfunk	144
3.1	Tageszeitungen	145
3.2	Wochenzeitungen und Magazine	145
3.3	Special-Interest-Publikationen	146
3.4	Fach- und Verbandszeitschriften	146
3.5	Literaturzeitschriften	146
3.6	Rundfunk	146
3.7	Fernsehen	148
3.8	Freie Journalisten	148
3.9	Presseagenturen	148
4	Pressetexte	149
4.1	Die äußere Form	150
4.2	Die Presseinformation	151
4.3	Die Pressemappe	153
4.4	Das Pressefoto	154
5	Pressegespräch und Pressekonferenz	155
5.1	Langfristige Vorbereitungen	155
5.2	Der richtige Zeitpunkt	156
5.3	Der richtige Ort	156

5.4	Einladung	157
5.5	Konferenzablauf	157
6	Pressearbeit im Internet	158
7	Erfolgskontrolle und Dokumentation	158
	Adressenverzeichnis Medien	162

10	Vom Layout zum Druck: Herstellung von Werbemitteln	165
1	Text	167
2	Gestaltungskonzeption und Entwurf	168
2.1	Von der Idee zum Layout	169
2.2	Grundlegende Gestaltungsregeln	170
2.3	Werbemittel selbst gestalten	170
2.4	Die Zusammenarbeit mit professionellen Gestaltern	170
2.5	Grafische Gestaltungsmittel	172
3	Der Einsatz von Schrift	174
3.1	Schriftarten	174
3.2	Schriftgrad	175
3.3	Strichstärke, Laufweite, Durchschuss	175
3.4	Auszeichnungen	176
3.5	Satzarten	176
4	Druckvorstufe	176
5	Druck und Weiterverarbeitung	178
5.1	Kostenvoranschlag und Druckauftrag	178
5.2	Endkontrolle	180
6	Besondere Hinweise zur Plakatgestaltung	181
7	Prospekt- und Plakatvertrieb	181
7.1	Eigenvertrieb	181
7.2	Professioneller Plakatvertrieb	182

11	Autoren unterwegs: Zwischen Leselust und Lesefrust	
	Ein Interview mit dem Krimiautor Frank Göhre	183

12	Veranstaltungsorganisation	191
1	Veranstaltungsräume, Veranstaltungstechnik	192
1.1	Der richtige Veranstaltungsort	192
1.2	Rechtsbestimmungen und Genehmigungen	195
1.3	Tontechnik	196
1.4	Lichttechnik	198
1.5	Dekoration	199
2	Autorenbetreuung	200
2.1	Hotel	201

2.2	Vorgespräch	202
2.3	Honorar	203
3	Veranstaltungsablauf	203
3.1	Begrüßung, Einführung	204
3.2	Gespräch und Diskussion	206
3.3	Büchertisch, Signieren	207
3.4	Veranstaltungsabschluß	208

Checklisten und Vordrucke

Lesungs-Bestätigung	75
Lesungs-Checkliste	77
Lesungs-Vertrag	79
Finanzplanung - Finanzkontrolle	115
Anforderung von Verlagsmaterialien	116
Presseverteiler	161
Honorarabrechnung	205
Büchertisch-Bestellung	209
Veranstaltungsräume	211

Adressenverzeichnisse

Literarische Großveranstaltungen	35
Institutionen der Leseförderung	42
Literaturreisen-Veranstalter	54
Verlags- und Buchhandelsverbände	68
Autorenvereinigungen	69
Literaturbüros und -häuser	70
Kulturbörsen	72
Verlagsadressen	80
GEMA-Direktionen	91
Friedrich-Bödecker-Kreise	98
Fördervereine für Literatur	98
Förderung auf Länderebene	103
Förderung auf Bundesebene	106
Ausländische Kulturinstitutionen	106
Rundfunk und Fernsehen	147
Presseagenturen	149
Ausschnittsbüros	159
Zeitungen, Zeitschriften	162