

„Neues Blut braucht das Land!“

Interview mit Susanne Kramer, verantwortlich für die neue Hörspielserie „Hamburg-Krimis“

Seit Frühjahr 2010 gibt es beim Hamburger Hörbuchverlag vitaphon die Serie „Hamburg-Krimis“. Bisher sind fünf Hörbücher erschienen, weitere sollen folgen – eine interessante Information für alle, die gerne über Mord und Totschlag schreiben. Und zwar nicht nur für Hamburger AutorInnen. Auch Krimischreibfans aus Berlin, Frankfurt, München und dem Ruhrpott können ihre Stadtviertel schon mal näher inspizieren ...

Die Federwelt sprach mit der Geschäftsführerin von vitaphon, Susanne Kramer.

Wann und mit welcher Intention haben Sie Ihren Hörverlag gegründet?

Ich arbeitete früher als Texterin in großen Werbeagenturen und hatte mich auf Funkkonzepte und Radiospots spezialisiert. Da war es, nachdem ich mich selbstständig gemacht hatte, nicht weit zum Thema Hörbuch. Meine persönlichen Themen – Sterben, Tod und Trauer – zeigten mir schnell, dass ich noch zu wenig Erfahrung im Umgang mit Hörbuch-Verlagen hatte – ich fand einfach keinen Verlag, der mich Neuling genommen hätte.

Doch ich bin nicht der Typ, der so leicht aufgibt: Ich hatte etwas auf dem Herzen und entschloss mich daher, selbst einen Verlag zu gründen. Das war 2005. Das Know-how hatte ich ja aus meiner Agenturzeit: Marktsondierung, Recherche, Vertragsverhandlungen und der ganze Business-Kram – im Leben ist eben nichts vergeblich, alles kann man irgendwann brauchen!

Über die Nische Sterben und Sterbebegleitung entdeckte ich eine weitere Nische: Städtekrimis; es gab sie zwar als Druckversion, aber eben keine Hörspiele. Das zu ändern, ließ mein Marketingherz gleich höher schlagen. Der Rest ist History, wie es so schön heißt: Heute leite ich ein Team mit vier fest angestellten und einigen freien Kollegen, das mit viel Spaß und Engagement nicht nur die Hörbücher produziert, sondern auch super Ideen hat, was die CD-Ausstattung angeht: Schauen Sie sich unsere Website www.hamburg-krimis.de an – Sie werden staunen, was uns da so alles eingefallen ist!

Wie sieht das ideale Manuskript aus?

Naja, ideal wäre, wenn wir nichts mehr daran ändern müssten. Aber im Ernst: Unser zukünftiger Hörspielautor sollte uns ein 25- bis 30-seitiges Manuskript schicken, das ihn als Insider seiner Stadt ausweist. Ferien machen in Hamburg gilt nicht! Und dabei ein spezielles Stadtviertel – egal ob berühmt, berüchtigt oder vernachlässigt – zum Schauplatz gewählt haben. Authentisch muss es sein und neu. Zu viele Krimis auf der Reeperbahn langweilen.

Super und bei mir sehr beliebt sind Manuskripte, die schon wie ein Sprachmanu fürs Studio angelegt sind, also mit Figurencharakteristik, Stimmlagen, Geräuschkulisse, und die Atmo-Details oder akustische Gags enthalten. Klar ist das keine Bedingung, aber das wäre ideal.

Die Umsetzung muss natürlich auch in unseren finanziellen Rahmen passen; je mehr wir umarbeiten müssen, desto teurer wird die Produktion, desto weniger Honorar für den Autor und umgekehrt. Jung-Autoren, die sich hier ein wenig spezialisieren oder dazulernen wollen, sind klar im Vorteil.

Wie sieht der ideale Autor aus, der sich an Ihren Verlag wendet?

Also, einiges steckt ja schon in der Antwort zum idealen Manuskript. Super wäre, wenn der Autor sich beim Schreiben schon an einer Zielgruppe orientieren, das heißt für sie schreiben würde. Das macht das Marketing einfacher. Mein Wunsch-Autor wäre einer, der mit der Zielgruppe fest vor



Hamburg: der Fischmarkt im Morgengrauen. Foto: tom

Augen seine kreative Energie auf ein regional eng begrenztes Umfeld richtet und dazu hoch auditiv veranlagt ist, also sich beim Schreiben schon die Akustik und Stimmen dazu vorstellen kann. Dass das kaum zu finden ist, ist mir klar, aber für die auditive Umsetzung habe ich ja meine Profis an der Hand.

Zielgruppen könnten sein: spezielle Altersgruppen, Singles, Paare, Großfamilien, gesellschaftliche Randfiguren, Vereinsmitglieder, die in sich in einem speziellen Milieu bewegen oder bestimmte Locations, Wohnsituationen oder Lebensweisen bevorzugen.

Dazu gehört auch das Thema Dialekt. Hier in Hamburg haben wir auch einige Rollen in Plattdeutsch, allerdings so zahm, dass es auch Hörer aus anderen Bundesländern verstehen können. Schließlich wollen wir ja verkaufen und der Autor möchte verdienen. In diesem Zusammenhang sage ich mal Nein zum historischen Krimi; der passt derzeit noch nicht in unsere Reihe hinein.

Wie sind die fünf Stücke zu Ihnen gekommen? Wie gestaltet sich Ihre Autorenakquise?

Bisher haben wir bekannte, veröffentlichte Texte aus den *Schwarzen Heften*, die im Hamburger Abendblatt veröffentlicht worden waren, zu Hörbüchern umgearbeitet. Das war die Basis, doch mittlerweile gehen wir auch direkt zu den Autorinnen und Autoren und fragen an, ob sie vielleicht zum Hamburger Stadtteil Eppendorf einen Krimi schreiben könnten, weil uns dieser Ortsteil noch fehlt.

Mit den Autoren verhandelten wir damals die Audiorechte, einigten uns vertraglich und konnten so den Einheitspreis von 9,95 Euro je CD realisieren. Leider mussten wir mit jedem Autor einzeln verhandeln und nicht wie ursprünglich geplant nur mit dem Hamburger Abendblatt, da alle die Rechte gerade zurückerhalten hatten. Unglückliches Timing. Was wiederum jede Menge Erfahrung mit sich gebracht hat ...

Natürlich können wir nicht jede Geschichte aus den *Schwarzen Heften* zum Hörbuch umstricken: Manche Bezirke Hamburgs sind mehr als einmal der Hintergrund eines Krimis. Aber ganz besonders prägnante Locations, wie rund um die Alster, den Hafen oder die Reeperbahn, könnten schon mehrfach dabei sein, zum Beispiel einmal von einem be-

kannten Autor und einmal von einem Newcomer – das stelle ich mir sehr spannend vor. Oder die eine Story ist ein witziger und die andere ein düsterer Krimi in gleicher Umgebung. Wir sind da durchaus offen für Experimente – das ist ja das Gute am eigenen Verlag.

Übrigens, bevor ich es vergesse: Unsere Seminarreihe „Erfolgreicher Krimiautor zeigt wie’s geht!“ gehört meiner Meinung nach auch zur Akquise. Denn hier vermitteln wir nicht nur Basiswissen, etwa zum Plotaufbau, sondern fördern und fordern unsere zukünftigen Krimiautoren heraus, sich der abschließenden Präsentation zu stellen und bei der Preisverleihung vor Publikum und Presse am 30. November dabei zu sein. Das ideale „kriminelle“ Ambiente, um groß rauszukommen und veröffentlicht zu werden! Es sind noch Plätze frei.

Wie sollte man sich als Autorin an Sie wenden? Sollte man seinem Manuskript ein Exposé und einen Lebenslauf beilegen?

Genau. Das Manu nicht länger als 30 Seiten, ein Aufriss, worum es geht – zum Beispiel wer wird wie wo wann ermordet, entführt etc. – und vielleicht eine kleine Stimmenpräzisierung vorab. Man kann sich da den Rücktitel der CD „Phantom vom Fischmarkt“ ansehen – so stelle ich es mir vor. Kurz, prägnant, steckbriefähnlich.

So ein Exposé ist dann für mich auch ideal, um den Krimi einzuordnen und mir schnell wieder ein Bild machen zu können, wenn der Stapel mit den Einsendungen wächst. Ich denke da ziemlich pragmatisch, denn in meinem Hinterkopf tickt ja auch die Zeit-Kosten-Uhr.

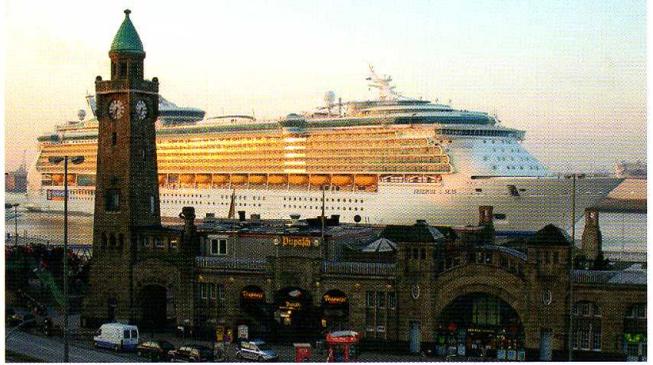
Der Lebenslauf zeigt mir vor allem, ob ich es hier wirklich mit einem „Einheimischen“ zu tun habe, der sich in der Szene auskennt, und wie viel Erfahrung jemand hat. Wobei das kein Auswahlkriterium ist, sondern mir nur ein besseres Bild vermittelt: Krimi-Newcomer sind also ausdrücklich herzlich willkommen – neues Blut braucht das Land!

Kann ich als Autorin Einfluss darauf nehmen, wer die Texte spricht und wie mein Text akustisch umgesetzt wird?

Also ganz ehrlich? Bei den Geräuschen und Musikideen sind wir natürlich offen, deren Beschreibung



Hamburg: die *Freedom of the Seas* bei den Landungsbrücken.
Foto: Torsten Bolten



gehört auch, wie schon erwähnt, zu einem professionellen Manuskript. Was die Sprecher und Sprecherinnen betrifft, möchten wir lieber selbst entscheiden. Wir haben inzwischen die nötige Erfahrung, um schon beim Lesen passende Stimmen im Kopf zu haben, dadurch geht alles viel schneller.

Bei der Sprachaufnahme kann ich gut damit umgehen, dass Sprecher auch mal schwierig sein können, dass man bei der xten Wiederholung nicht die Nerven verliert und trotzdem das Budget immer im Auge behält. Das Ganze ist vor allem im Vorfeld sehr zeitaufwendig, bis man die richtige Stimmauswahl getroffen hat – und der auserwählte Sprecher muss auch noch Zeit haben! Ich bin wirklich froh, dass es mittlerweile Onlineportale mit Audioclips zum Reinhören gibt.

Als Werberin liebt ein Teil von mir Hektik, Stress, Verhandlungen und Realisierung, als Regisseurin sehe ich meinen kreativen Part im Auswählen und Zuordnen von Stimmen sowie im Verhandeln und Annähern von Tonfarbe und -tempo der Sprecher; denn die haben ja durchaus auch ihre eigenen Vorstellungen.

Natürlich können uns die AutorInnen auch Hinweise geben wie Möwengekreische, Menschengemurmel und so weiter. Für den Krimi „Grüne Hölle Hagenbeck“ gab es zwar Tierstimmen vom Band, aber manchmal gehen wir auch vor Ort und nehmen über vier Kanäle auf, wenn wir beispielsweise Quadrosound brauchen.

Wie viel Geld bekomme ich als Autorin für ein Hörbuch? Wie regeln Sie das Vertragliche?

Das Autorenhonorar beläuft sich auf 800 bis 1.200 Euro.

Eine Hörbuchproduktion ist keine billige Sache, zumindest nicht, wenn es sich zum Schluss gut anhören soll. Mit Studiomierte, Sprecherhonorar, Hörspielbearbeitung, Regie, Zuschnitt, Geräuschunterlegung, Grafik, Text, Satz und Produktion des CD-Booklets liegen wir in der Regel bei 12.000 bis 15.000 Euro. Dagegen steht der Verkaufspreis von 9,95 Euro pro CD – ohne Vertriebskosten und Vermarktung, Werbung etc.

Das Honorar bekommt der Autor für die Audiorechte (für CD und Downloads), die er uns überlässt, und zwar für 10.000 Exemplare und für die

Dauer von 10 Jahren. Es kann auch passieren, dass es einen prozentualen Aufschlag gibt, wenn sich das Werk noch in einem andern Medium umsetzen lässt.

Das ist wieder Marketing und Vertrieb und könnte so aussehen: Eine große Tageszeitung, nehmen wir die Süddeutsche, nimmt die CD als Tipp-on, wie der Beipack heißt, in einer Auflage von 20.000 CDs und einem Aufpreis von 1 Euro – dann ist die Autorin daran beteiligt. Das ist alles Bestandteil des Vertrags, denn ohne geht es nicht. Schließlich wollen beide Seiten wissen, woran sie sind.

Wo sehen Sie sich mit Ihrem Verlag im Jahr 2020?

Also in zehn Jahren sehe ich uns nicht nur bundesweit, sondern vielleicht europaweit!

Der Anfang ist ja schon fast Realität: Ich suche jetzt konkret die ersten AutorInnen für die Städte Berlin, Frankfurt, München und den Ruhrpott.

Da steckt viel Potenzial drin und ich freu mich schon auf Münchner Stadt-Krimis in bayrischer Mundart, die in der Schicki-Micki-Gesellschaft, am Viktualienmarkt, während der Wies'n oder an der Isar spielen. Oder auf die Berlin-Variante mit Schnodderschнауze am Ku'damm, bei Ost-West-Geschichten oder im Frühstückscafé bei warmen Schrippen. Oder in „Mainhattan“ im Bankerviertel, am Wasserhäuschen und im Dunstkreis von Eppelwoi und Pils. Oder im Ruhrpott bei Oberhausener Großveranstaltungen, Gelsenkirchner Straßengangrüseleien und vieles mehr.

Da gibt es bestimmt ganz viele AutorInnen, die mit Liebe zum Detail über ihr Zuhause einen Krimi schreiben wollen oder schon geschrieben haben. Ich kann nur sagen: her damit!

Das würde mittelfristig bedeuten, dass wir in fünf bis acht großen Städten Deutschlands unseren Krimis etabliert haben und uns auch in den deutschsprachigen Nachbarländern umsehen könnten, warum nicht auch Norditalien oder Österreich? Da sehe ich keine Grenzen.

Doch ich konzentriere mich jetzt erst mal auf den Schritt raus aus Hamburg, raus aus meiner Wohlfühlzone Richtung Berlin – das ist meine große Herausforderung für die nächsten Monate.

Interview: Christine Wittmann