



Ein solidarischer Deal
Die literarische Agentin **Susanne Koppe** über ihre Arbeit

Ein solidarischer Deal

Langversion des Interviews mit **Susanne Koppe**

Nach vielen Jahren Arbeit in unterschiedlichen Bereichen der Kinder- und Jugendliteratur gründete Susanne Koppe 2002 unter dem Titel „Auserlesen – Ausgezeichnet“ in Hamburg ihre Agentur für Literatur und Illustration. Das Ziel: die Vermittlung anspruchsvoller Texte und interessanter Illustrationen an Verlage und Medien. Mittlerweile pendelt die erfolgreiche Buchmacherin zwischen Hamburg und Wien, wo sie mit Unterstützung der Wiener Literaturwissenschaftlerin Katharina Pech vermehrt auch österreichische KünstlerInnen betreut. Im Interview mit **Franz Lettner gibt **Susanne Koppe** Auskunft über ihr Selbstverständnis und einen Einblick in die Arbeit einer Agentur.**

[Website](#) der
Agentur
Auserlesen – Aus-
gezeichnet

Nach fünf Jahre als Programmleiterin Kinderbuch bei Rowohlt haben Sie 2002 Ihre Agentur für Literatur und Illustration gegründet. Was hat Ihnen an der Verlagsarbeit nicht gepasst?

Eigentlich habe ich die Arbeit im Verlag geliebt, sowohl die Betreuung und den Aufbau des Programms als auch den Austausch im Kollegenkreis. Ich konnte viele Erfahrungen sammeln und Kontakte knüpfen, das ist ein großer Schatz. Viele Teile des Arbeitslebens aber waren fremdbestimmt: Die strenge Abfolge des Geschäftsjahres, die unentwegten Sitzungen und die vielen bürokratischen Erfüllungsdienste waren für mich vor allen Dingen Blocker im kreativen Prozess. Dennoch wäre ich unserem gerade erblühendem Programm – in den ersten Jahren war Ralf Schweikart mein Teampartner – unbedingt treu geblieben, wenn das Verlagshaus nicht gerade zu diesem Zeitpunkt seine wohl größte Krise erlebt hätte. Ein paar Monate nach meiner Einstellung kamen Unternehmensberater von McKinsey ins Haus und empfahlen als Problemlösung – Überraschung! –, nur noch auf sichere Titel zu setzen und – Überraschung II – das Personal drastisch zu reduzieren. Eine Kündigungswelle folgte, die Stimmung im Haus war düster. Das Kinderbuchprogramm stand immer wieder

Die Fragen
stellte per Mail
Franz Lettner

Alle Fotos:
Agentur
Auserlesen –
Ausgezeichnet

komplett zur Disposition, am Ende war ich so entnervt, dass ich kündigte und meine Agentur gründete.

Meine Entscheidung hatte auch etwas mit Loyalität zu tun: Es war mir klar geworden, dass ich „meine“ Autoren und Illustratoren viel stärker als Partner empfand als meine Verlagschefs. Darüber hinaus hat mich Lizenz- und Agenturarbeit, der ganze Komplex rund ums Urheberrecht, immer schon sehr interessiert, es war verlockend, meine kreative Arbeit damit zu verknüpfen, nach meiner eigenen Arbeitsethik zu leben. Vielleicht klingt es lächerlich, aber nach der Zeit bei Rowohlt war meine allererstes Ziel, nur noch mit Menschen zu arbeiten, die ich mag.

Was können Sie als Agentin bewegen, was in einem Verlag nicht möglich ist?

Zuallererst kann ich Projekten und den dahinter stehenden Menschen die Chance geben sich zu entwickeln, ohne dass im Hintergrund sofort überlegt wird, wie viel Geld man damit verdienen kann. Bei allem Verständnis für wirtschaftliche Zwänge – Verlage operieren mit hohem personellen und materiellen Einsatz bei vergleichsweise geringer Rendite –, bedaure ich es, dass viele Lektorinnen so sehr an die Kandare des Vertriebs genommen werden. Viele suchen nicht mehr individuelle Werke, sondern nach einem Schema gebaute Texte, die das Segment X oder Y komplettieren können. Zum Glück gibt es KollegInnen, sowohl in kleinen als auch großen Verlagen, die ihr künstlerisches Urteilsvermögen wahren lassen, die immer wieder Mut zu Schwierigem, Originellem haben.

Ein anderer Aspekt ist aber sicher nicht weniger wichtig: Als Agentin bin ich nicht nur in menschlich-kreativer Hinsicht mit dem Urheber unmittelbar verbandelt, sondern auch geschäftlich: Geld verdiene ich nur, wenn er oder sie Geld verdient. Es geht darum, das Werk eines Autors ganzheitlich zu fördern.

Während der Verlag einen erfolgreichen Urheber natürlich erstens binden und ihn zweitens oft auf ein passendes Genre oder eine Zielgruppe festlegen möchte, überlege ich gemeinsam mit dem Autor: Wie und wo kann er sich in all seinen Facetten entfalten?

Darüberhinaus will ich natürlich eine wirtschaftlich solide Basis für meinen Autor aufbauen, indem ich einerseits bewährten Verlagspartnern gegenüber Treue und Beständigkeit zeige, andererseits aber auch ein stabiles Netzwerk von Verlagen bzw. Auftraggebern entwickle. Last but not least ist es stets mein Ziel, einen Urheber nicht nur in erfolgreichen, sondern auch in schwierigen Zeiten zu begleiten. Es ist schade und traurig, aber Bücher



Katharina Pech & Susanne Koppe bei der Verleihung der Kinder- und Jugendliteraturpreise der Stadt Wien im Dezember 2018 (Ulrike Möltgen, die von der Agentur vertreten wird, wurde zusammen mit Sarah Michaela Orlovský für „ich #wasimmerdasauchheißenmag“ ausgezeichnet)



verschwinden fast so rasant wie Modeartikel zunächst aus den Läden, dann aus den Verlagsprogrammen. Illustrationsstile sind eben noch hip, am nächsten Tag out, und ein eben noch umworbener Autor oder Illustrator ist plötzlich schwerer an den Mann zu bringen als sauer Bier. Einen langen Atem zu beweisen, Lösungsmöglichkeiten zu suchen, gehört zum „Deal“ der gegenseitigen Solidarität.

Anfang der Nullerjahre waren Agenturen im Bereich der KJL eher der Ausnahmefall, mittlerweile sind es deutlich mehr.

Woran liegt das?

Das stimmt so nicht ganz: Im Lizenzbereich, also dem Im- und Export von Buchrechten, waren KJL Agenturen auch damals schon weit verbreitet. Die Bündelung von Anlaufstellen hat den Rechtehandel vereinfacht.

Großangelegte und teils mörderische Auktionen, für die große Agenturen

Für das Logo der Agentur Auserlesen - Ausgezeichnet zeichnet die Illustratorin [Selda Marlin](#) [Soganci](#) verantwortlich

berüchtigt sind, waren aber in der KJL noch nicht angesagt. Das begann nach dem Hype um SOPHIES WELT und – um ein Vielfaches potenziert – HARRY POTTER und nicht zuletzt BISS / TWILIGHT. Cornelia Funke vermarktete wenig später als erste deutschsprachige Autorin ihre internationalen Rechte erfolgreich und medienwirksam selbst. Damit war das Signal gegeben: Auch mit den Rechten an deutschsprachiger Kinder- und Jugendliteratur kann man Geld verdienen. Und die immer stärker miteinander konkurrierenden internationalen oder bis dahin ausschließlich belletristisch orientierten Agenturen begannen auch deutschsprachige Kinderbuchautoren zu vertreten. So entstand die Agentur Silke Weniger in ihrer heutigen Form aus der großen Agence Hoffmann heraus. In dieser Phase wagten arrivierte Verlagsmitarbeiter wie Barbara Küper und ich auf der Suche nach neuen Wegen den Schritt, wobei wir programmatisch sehr unterschiedlich orientiert waren.

Hat sich damit auch der Umgang von Verlagen mit literarischen Agenturen verändert?

Tatsächlich hat sich in vielen Verlagen Wesentliches getan: Vor allem die zahlungskräftigen und großen Häusern schätzen Agenturen heute als hilfreiche Mittler, die ihnen zum einen gezielt und programmorientiert kreatives Potential anbieten, zum anderen stressige Situationen entzerren, zwischen Lektorat und Kreativen vermitteln. Dabei hilft es mir, dass ich fast alle Seiten des Buchentstehungsprozesses aktiv erlebt habe: Ich war Übersetzerin, Scout, Autorin, Herausgeberin, Lektorin, Programmleiterin und Rezensentin und kann mich gut in den jeweiligen Part und dessen Nöte hineinversetzen.

Es gibt aber auch Verlage, nach meiner Erfahrung sind das eher die kleinen, die sich selbst sehr stark als Partner des Urhebers verstehen, die den Agenten als störend empfinden. In solchen Fällen versuche ich, mich so weit als möglich zurückzuhalten – was für den laufenden kreativen Prozess übrigens immer gilt, solange man eben nicht schlichtend eingreifen muss.

Neben diesen eher emotionalen oder das verlegerische Selbstverständnis betreffenden Gründen steht aber fast immer an erster Stelle die Angst, dass die Kosten durch den Agenten in die Höhe schießen. Diese Ängste sind nicht berechtigt: Auch eine Agentur kann nur erhandeln, was der Markt hergibt, und das ist in diesem Segment klar beschränkt. Uns geht es um einen fairen Vertrag mit angemessenen Bedingungen. Manchmal klafft das Verständnis dafür, was fair und angemessen ist, allerdings so weit auseinander, dass selbst unterdurchschnittliche Honorarforderungen als maßlos oder gar unverschämt betrachtet werden.



Katharina Pech und Susanne Koppe mit Bärbel Dorweiler
vom Thienemann Verlag auf der
Kinderbuchmesse in Bologna 2018

Können Sie noch ein bisschen konkretisieren, was ein Verlag von der Zusammenarbeit mit einer Agentur hat?

Ich fasse das am besten stichpunktartig zusammen:

- eine Verschlinkung des Erstlektorats, also der Manuskriptprüfung durch professionelle Vorauswahl
- eine gezielte Vermittlung von Illustratoren inklusive die Kenntnis von deren Variabilität
- schnelle Hilfe durch „Feuerwehreinätze“ vor allen Dingen im Bereich Illustration: Wer aus dem Agenturpool kann rasch einspringen oder einen kurzfristig eingeschobenen Titel übernehmen?
- Urheber und Verlag können sich auf die kreative Zusammenarbeit konzentrieren, alles andere läuft zwischen Verlag und Agentur, die dazu im Konfliktfall auch vermitteln kann.

Und was haben die UrheberInnen von einer Agentur als Zwischenstation zu den Verlagen?

- Unterstützung bei der Projektentwicklung
- Professionelle Akquisition
- Verlagsberatung dank vielschichtiger und langjähriger Branchenkenntnis
- kreative und strategische Planung des eigenen Weges
- Übernahme der Verhandlung und der Vertragsgestaltung – da gibt es einige branchenspezifische Schlingpflänzlein
- Rechnungs- und Mahnwesen
- Medienkontakte über den Buchmarkt hinaus (das betrifft vor allem Illustratoren)
- Kontakt und Austausch mit anderen ähnlich aufgestellten Kreativen

Verlage können oder wollen das nicht?

Oh, das ist eine provokante Frage, denn es gab und gibt Verleger, die ausgesprochen urheberfreundlich und an einem guten Auskommen ihres Autors interessiert sind. Dennoch hat selbst der freundlichste und förderungswilligste Verleger nahezu zu 100% einen Geschäftsmann an der Seite, der natürlich lieber Geld in die Taschen des Verlags fließen sieht. Eine Agentur hingegen ist an allererster Stelle ihrem Klienten verpflichtet. Ist es für diesen Autor vorteilhaft, mehr als einen Verlagspartner zu haben – und das ist es fast immer –, versucht sie gleichermaßen inhaltlich-künstlerisch wie wirtschaftlich das Beste

aus einem Gesamtwerk aufgeteilt auf unterschiedliche Verlage zu machen. Noch einmal: Eine Agentur ist geschäftlich mit dem Autor verknüpft und wird alles tun, damit er nicht Verträge unterschreibt, die er im schlimmsten Fall lebenslang bereuen wird.

Oft höre ich von KünstlerInnen, dass sie ungern mit Verlagen Honorare verhandeln. Sie haben damit kein Problem, nehme ich an?

Der Trick am Agenturwesen ist, dass man nicht für sich selbst eintritt: Verhandle ich in eigener Angelegenheit, sind mir Forderungen genauso peinlich und unangenehm wie vielen anderen, vor allem wie vielen anderen Frauen.

Trete ich jedoch für einen unserer Klienten ein, agiere ich höchst professionell und werde immer das optimale Ergebnis suchen.

Ändert das etwas an der Höhe der Honorare?

Eine gute Verhandlung bedeutete immer, dass man nicht in Maßlosigkeit abgeleitet. Es ist absolut kurzsichtig, Vorauszahlungen oder Honorare zu erhandeln, die absehbar nicht gedeckt werden können: Man sägt damit am eigenen Ast, ein ruiniertes Partner ist kein Partner mehr. In diesem Sinne versuchen wir die beste und fairste Lösung für unseren Klienten zu erhandeln.

„Wir vertreten exklusiv“ liest man auf Ihrer Homepage – heißt das: Jemand darf bei keiner anderen Agentur unter Vertrag sein oder: Alles, was jemand schreibt/illustriert kann nur über Ihre Agentur verkauft werden? Samt aller Nebenrechte und Auslandslizenzen?

Wie viele seriöse Agenturen arbeiten wir mit Exklusivverträgen. Nur so können Kreative sinnvoll und langfristig aufgebaut und unterstützt werden – mit reiner Projektarbeit ist das nicht möglich. Bei der Art der intensiven Zusammenarbeit wäre alles andere auch vollkommen unwirtschaftlich: Die Vermittlung eines Debüts ist meist schwierig und zeitaufwändig, erste Gewinne kommen wenn überhaupt erst später.

Nicht selten wenden sich Autoren oder Illustratoren aber auch an uns, weil sie geschäftlich unzufrieden oder des Verhandeln müde sind. Unterm Strich müssen Illustrator und Agentur das Gefühl haben, gemeinsam gut weg zu kommen, anders funktioniert es nicht. Zu den Nebenrechten: Die werden, so ist es im deutschsprachigen Raum zumindest im Kinderbuch immer noch sehr üblich, bei einem Buchvertrag oft an den Verlag abgegeben, der sie dann verwaltet und im Erfolgsfall natürlich auch abrechnet. Geht es direkt über die Agentur, bleibt mehr Geld bei Urheber und Autor hängen, aber man muss auch genügend breit und gut aufgestellt sein, um Lizenzen erfolgreich und sinnvoll vertreiben zu können.

Sie arbeiten rein auf Provisionsbasis?

Ja. Alle unsere Tätigkeiten sind durch die Agenturbeteiligung gedeckt. Bei manchen Projekten verdienen wir mit wenig Aufwand viel, bei anderen gibt es nur eine Minisumme und viel, viel Aufwand – das ist der Deal. Er ist für uns mit einem hohen Risiko verbunden, stellt aber auch ganz klar: Wir sind ein Team.

Es gibt übrigens auch immer wieder gerade Autoren, die uns um ausführlichere Gutachten, Beratungsgespräche oder Lektorate bitten. Ich übernehme keine Gutachten oder andere inhaltliche Arbeiten für Autoren auf Honorarbasis. Allerdings gibt es viele „Agenturen“, die man nur als schwarze Schafe der Branche bezeichnen kann: Ähnlich wie Zuzahlungs-Verlage leben sie nicht von der erfolgreichen Vermarktung eines Werks, sondern von den

Zahlungen des Autors, der in seinem dringlichen Wunsch, veröffentlicht zu werden, leicht auszubeuten ist. Die Kosten sind meist überzogen, die Inhalte von zweifelhafter Qualität und die Versprechungen hohl. Damit wollen wir nichts zu tun haben. Wir verweisen bei solchen Anfragen auf Lektoren und Berater, die wir persönlich kennen und als verlässlich und professionell empfinden, etwa Natalie Tornai als Lektorin, Karin Gruß als generelle Beraterin etc. Für diese Empfehlungen nehmen wir natürlich kein Honorar.

Wenn Sie Texte, Illustrationen oder Projekte nicht vermitteln können, trennen Sie sich von den AutorInnen/IllustratorInnen oder eher umgekehrt?

Auch wenn das nur sehr selten passiert, ist es immer eine traurige Sache. Wir versuchen es meist so lange, dass am Ende oft gar nicht mehr klar ist, wer zuerst völlig entmutigt ist, der Urheber oder wir. Beide Seiten wissen ja: Wir haben jetzt wirklich alles versucht, wir sehen kein Türchen mehr. Seit einiger Zeit schließen wir zur gegenseitigen Absicherung bei Erstlingswerken nur mehr Vorverträge, die auf zwei Jahre begrenzt sind. Danach sind beide Seiten wieder frei, das macht es für beide Seiten auch einfacher.

Sie suchen sich die KünstlerInnen aus, mit denen Sie arbeiten – ist die Nachfrage höher als das Angebot?

Im illustrativen Bereich bekommen wir sehr viele, teils ausgesprochen hochwertige Angebote, weil es praktisch keine andere Agentur mit unserem Profil und Standing gibt. Agenten kommen oft vom Lektorat und sind daher eher Text- als Bildmenschen. Im Textbereich gibt es zwar viele Bewerbungen, aber die wenigsten sind auch nur erwähnenswert. Einen guten Autor zu finden ist ein Riesenglücksfall, und selbst wenn es sich um ein Talent handelt, muss man oft lange an ersten Manuskripten arbeiten, Schriftstellerei ist ein diffiziles Handwerk. Was wir deutlich merken, ist eine stark verschärfte Konkurrenzsituation: Bekommt man mal einen guten Text in die Hand, muss man viel schneller reagieren als früher. In einem Extremfall habe ich einen Text morgens bekommen, fand ihn amüsant und originell und bat die Autorin am frühen Nachmittag um das vollständige Manuskript. Da war sie aber schon mit einem flinkeren Kollegen handelseins geworden.



Susanne Koppe mit der Illustratorin **Lisbeth Zwerger** auf der 20 Jahre-Harry-Potter Feier des Carlsen Verlages in Hamburg; Lisbeth Zwerger hat die Illustrationen zu Joanne K. Rowlings „Die Märchen von Beedle dem Barden“ beigesteuert; das Buch wurde auf dieser Party präsentiert. (Rezension siehe 1001 Buch 1/19, S. 43)



Eisessen in Bologna – die Fotografin und Autorin **Christina Laube**, der Illustrator **Mehrdad Zaeri** mit **Susanne Koppe** und **Katharina Pech**.

Die Agentur vertritt, heißt es auf der Homepage, „einen ausgesuchten Kreis von Autorinnen und Autoren, Künstlerinnen und Künstlern“. Nehmen Sie, wen Sie mögen? Was Ihnen gefällt? Was auf dem Markt Erfolg verspricht? Was Sie noch nicht im Programm haben?

Es ist wirklich stark das subjektive Empfinden: Bei Texten muss gleich in den ersten Seiten etwas anklingen. Wenn der Plot dann halbwegs sinnvoll weiterentwickelt ist und eigenständig erscheint, bin ich oft rasch sicher. Bei Bildern kommt nach dem ersten Gefallen immer die Frage, ob der Künstler eigenständig genug ist, um gegen die starke Konkurrenz innerhalb der Agentur bestehen zu können, ob er seine eigene Nische finden kann. Gleichzeitig darf er nicht zu artfern sein: Wir versuchen unseren Kundenkreis zwar immer zu erweitern, aber wir haben nun mal wenig mit Werbung und Managerzeitungen zu tun, auch Cartoons vertrete ich nicht, obwohl ich sie mag. Aber das ist ein andere Markt.

Sie haben deutlich mehr IllustratorInnen im Programm als AutorInnen, Zufall oder bewusste Entscheidung?

Obwohl ich selbst nicht malen kann bin, war ich immer sehr bildaffin und konnte immer gut mit Illustratoren. Ich hatte nie Probleme illustrative Arbeit zu verstehen und redaktionell zu betreuen. Auf meinem Ausbildungsweg gab es zudem drei Glücksfälle: Nummer eins war, dass ich zusätzlich zu meinem deutschen Literaturstudium Kinderliteratur in den USA studieren und dort ein paar wirklich gute Kurse in Illustration besuchen konnte. Nummer zwei die Freundschaft mit Lisbeth Zwerger seit eben dieser Zeit. Ihr und auch ihrem damaligen Mann John Rowe verdanke ich viel in Bezug auf Knowhow und Qualitätsbewusstsein. Der dritte Glücksmoment war, dass ich zu Zeiten Hans-Joachim Gelbergs bei Beltz jahrelang als feste Freie für den Verlag gearbeitet habe. Er war ein unheimlich guter Lektor, bis heute ist er mir ein großes Vorbild. Und zudem lernte ich bei Beltz große Illustratoren wie Nikolaus Heidelbach kennen.

Da ich mich aber doch auch als Literaturfrau verstehe, Textarbeit nicht minder liebe, habe ich immer beide Seiten zu vertreten versucht. Holly-Jane Rahlens, Lilli Thal und Franca Düwel waren viele Jahre in der Agentur unter Vertrag, heute bin ich stolz darauf, neue Talente wie Timm Milan und Judith Burger zu vertreten.



Susanne Koppe & Katharina Pech
mit dem Illustrator
Vitali Konstantinov in Frankfurt
auf der Buchmesse 2017.

Außerdem sind überdurchschnittlich viele unserer Illustratoren auch Autoren eigenständiger Texte: Antje Damm hat wunderschöne Kinderbücher bei Moritz, Hanser und Tulipan veröffentlicht, Vitali Konstantinov schreibt komplexe Sachbücher und die Texte seiner anspruchsvollen Graphic Novels, Gerda Raidt wird ihren ersten Kinderroman bei Gerstenberg veröffentlichen, für Verena Hochleitners und Nora Leitls erzählerische Debüts drücken wir derzeit die Daumen und die Illustratorin Nana Rausch hat einen wunderbaren Kinderkrimi nicht nur bebildert, sondern auch erzählt.

Was ist mit den Schattenseiten des Agenturdaseins?

Zu Beginn meiner Laufbahn hatte ich die größten Probleme mit meinem eigenen Selbstverständnis: Agenten haben oft den Ruf Geldhaie zu sein, die arme Autoren schröpfen und Verlage in den Ruin treiben. Damit hadere ich heute (fast) nicht mehr. Wer unsere Arbeit nicht versteht und schätzt, muss sie nicht beanspruchen. Und ich kenne mittlerweile zu viele Fälle, in denen Agenturen Schlimmes hätten verhindern können.

Schade finde ich, dass es keine Ehrungen für Agenturen gibt. Während Verlage Kulturpreise oder staatliche Förderungen erhalten können, haben Agenturen den Rang eines Dienstleistungsunternehmens, egal wie engagiert und kulturell orientiert sie arbeiten, wie loyal sie einem Autor in schwierigen Zeiten beistehen. Ich kenne keine freie Agentur, die bislang Fördergelder aus einem Kulturtopf erhalten hat oder anderweitig geehrt wurde.

Das größte Problem ist jedoch, wenn die Zusammenarbeit zwischen Urheber und Agent nicht klappt: Viele Autoren kommen zwar, weil sie anständige Konditionen wollen, lassen sich aber sofort ins Bockshorn jagen, wenn ein Verlag sagt: „Du bist ja toll und nett – aber deine Agentur ...“ Wer nicht versteht, dass dies die Verhandlung unterläuft und man sich als Vertreter unbedingte aktiv aus der direkten Verhandlung ausklinken muss, treibt seine Agenten in den Wahnsinn und schneidet sich ins eigene Fleisch. In so einem Fall macht eine Vertretung wenig Sinn. Umgekehrt gibt es auch die überzogene Erwartungshaltung, von heute auf morgen wäre infolge der Vertretung durch eine Agentur die Auftragslage paradiesisch, die Honorare drei Mal so hoch und Eigenakquisition unnötig – diese Erwartungshaltung versuchen wir schon im Vorfeld auszuschalten.

Und wie schätzen Sie – abschließend – die Zukunft ein?

Als große Herausforderung sehe ich die sprunghaft steigende Zahl von Agenturen. Zum einen natürlich, weil Talente immer stärker umworben werden, zum anderen weil der Beruf des Agenten völlig ungeschützt ist: Zu viele unprofessionell oder gar unseriös agierende Kollegen verderben den Ruf der ganzen Branche. Zu viele miteinander konkurrierende kleine Agenturen schwächen die Verhandlungsposition gegenüber den Verlagen oder Auftraggebern, verwässern die Normen zuungunsten der Urheber.

Und spannend ist auch die Frage, wie weit wir Agenten uns durch das sich stark veränderte Medienverhalten neu orientieren müssen – noch klappt es im Buch- und Kulturbereich sehr gut und bislang sind wir noch Social-Media-frei, aber auch wir müssen wach bleiben.

Liebe Susanne Koppe, vielen Dank für die ausführlichen Antworten.

Von der Agentur »Auserlesen – Ausgezeichnet« werden unter anderem folgende

KünstlerInnen vertreten: Daniela Bunge | [Antje Damm](#) | [Thomas Hamann](#) | [Verena Hochleitner](#) (siehe auch S. 12 in 1001 Buch 1/19) | [Vitali Konstantinov](#) | [Leonora Leitl](#) (siehe S. 2 in 1001 Buch 1/19) | [Anke Leitzgen](#) | Kilian Leypold | Timm Milan | Ulrike Möltgen | [Nele Palmtag](#) | [Gerda Raidt](#) | [Selda Marlin Soganci](#) | [Antje von Stemm](#) | [Julie Völk](#) | Hannes Wirlinger (siehe Beitrag S. 19 in 1001 Buch 1/19) | Mehrdad Zaheri (siehe etwa S. 6 in 1001 Buch 1/19; Porträt in 1001 Buch 2|17) oder Lisbeth Zwerger (siehe Besprechung S. 43 in 1001 Buch 1/19).

