

„ Der 10-Punkte-Plan für Deine Lesung “



Vorab eine harte Wahrheit: Niemand hat auf Dich gewartet! Und am Anfang wirst Du auch kein Geld für Deine Lesungen bekommen. Ich weiß, das ist hart, aber so ist es halt am Anfang

✓ **Location**

Buchhandlungen sind natürlich immer die erste Wahl. Genauso wie öffentliche Bibliotheken, Literaturcafés, Schulen oder andere öffentliche Räume mit kultureller Ausrichtung. Gerade am Anfang bieten sich solche Locations an, denn sie sind oft an unbekanntem, regionalen Autor*innen interessiert. Darüber hinaus haben solche Einrichtungen oft nur begrenzte Budgets und sind froh über jede Veranstaltung, die sie nicht viel Geld kostet.

Überleg Dir auch kreative Locations. Dazu gibt es eine gesonderte Ideenliste. Egal, welche Idee Du für Deine Location hast, verwirf sie nicht schon in Deinem Kopf, nach dem Motto „Das wird eh nix“. Immer erst einmal anfragen! Du wirst Dich wundern, wer alles Lust auf Lesungen hat. Vor allem, wenn Du am Anfang kein Honorar nimmst.

Tipp: Eine ungewöhnliche Location, die zu Deinem Buch passt, ist auch für die Lokalpresse interessanter als eine normale Buchhandlung als Location.

✓ **Kooperationen mit anderen Künstler*innen/Expert*innen**

Wenn Du schon dabei bist, warum nicht andere lokale Künstler*innen mit ins Boot holen? Vielleicht hast Du sogar welche im Bekanntenkreis? Le-



sungen mit Musik gehen beispielsweise immer. Oder vielleicht kennst du
Poetry-Slammer*innen, die Dein Programm bereichern könnten?

Auch hier sind Deiner Kreativität keine Grenzen gesetzt. Gern natürlich
passend zum Thema.

Ansprache von Buchhandlungen

Denk dran: Buchhändler*innen sehen täglich dutzende von Neuankündi-
gungen. Zusätzlich statten sämtliche Vertreter*innen der großen Verlage
ihnen Besuche ab. Wenn Du dann mit stolz geschwellter Brust generös
eine Lesung anbietest, kommt das ggf. nicht soooo gut an. Funfact: Ist mir
tatsächlich genauso mit meinem ersten Buch im Verlag passiert. Seitdem
denkt die örtliche Buchhändlerin, ich sei eine ziemlich großspurige Kuh ;)

Also: Versetz Dich in die Lage der Buchhändler*innen, denn für sie be-
deutet so eine Lesung zunächst einfach nur Arbeit. Biete darum maximale
Arbeitsentlastung, Werbung, Pressearbeit etc. gleich mit an. Und vor allem:
Bring auch Dein Buch mit. Das wird oft vergessen. Schließlich haben Buch-
handlungen ja Bücher ... Aber nicht zwingend Deins ;) Mach es den Buch-
händler*innen so leicht wie möglich.

Übrigens: Oft werden auch saisonale Lesungen oder thematische Lesungen
mit mehreren Autor*innen angeboten. Finde dies im Vorhinein heraus und
biete Dich hierfür an.



✓ Die Lesung

Es gibt solche und solche Lesungen. Beispielsweise gibt es Lesungen, bei denen die Autor*innen kurz vorgestellt werden, kurz etwas zu sich und ihrem Buch sagen und dann tatsächlich „nur“ vorlesen. Am Schluss gibt es eine Fragerunde und dann wird signiert. Das ist die eher traditionelle Form der Lesung. Viele Ratgeber empfehlen dies tatsächlich auch so.

Die neueren Formen der Lesungen haben einen kürzeren Lese- sowie einen Art Vortragsteil. Hier werden in der Regel rund um die Leseteile Geschichten erzählt. Wie man drauf gekommen ist, oder Hintergrundinformationen, die nicht im Buch stehen.

Und dann gibt es die Leseshows bzw. -vorträge. Hier handelt es sich im Grunde um unterhaltsame Vorträge rund ums Buch bzw. Buchthema. Der Tenor ist „Lesen könnt Ihr ja selbst, ich unterhalte Euch bzw. informiere Euch heute“. Auch das ist durchaus beliebt und möglich.

Grundsätzlich kommt es auf das Publikum an. In Buchhandlungen wirst Du eher Publikum finden, welches eine klassische Lesung erwartet. In ungewöhnlichen Locations ist das Publikum eher enttäuscht, wenn „nur“ gelesen wird.

Kleiner Trick: Sei auf alles vorbereitet und frag zu Beginn einfach Dein Publikum. Okay, das ist am Anfang der Lesungskarriere vielleicht etwas viel, aber wir wachsen ja mit unseren Aufgaben ;)



✓ **Der Ablauf**

Das kommt darauf an. Wie zuvor beschrieben, hängt es davon ab, für welche Lesungsform Du Dich entschieden hast.

Wichtig: Sprich dies mit den Gastgeber*innen vorher ab. Wenn Du selbst einen Raum gemietet hast und keine klassischen Gastgeber*innen weit und breit vorhanden sind, dann bitte eine Freundin oder einen Freund, Dich vorher anzukündigen. Das kann helfen. Muss aber auch nicht sein. Das liegt bei Dir.

Mach Dir auf jeden Fall vorher einen Ablaufplan, damit Du ungefähr weißt, wie Du durch die Lesung gehen willst. Markiere alle Buchseiten entsprechend. Kleiner Tipp: Schreib Dir mit Bleistift die Geschichten an den Rand, die Du dazu erzählen willst. Und probe den Ablauf mit Stoppuhr ein paar Mal zu Hause, wenn möglich auch einmal mit Publikum (eine Person reicht). So weißt Du, wie lange Du für was brauchst. Kürze im Zweifel Lesepassagen. Denn viele Lesepassagen, die wir in unserem Kopf super finden, sind laut vorgelesen viel zu lang.

Insgesamt kannst Du für Deinen Part mit einer Stunde rechnen. Plane auch zwei kurze Zugaben mit ein. Kann ja sein, dass Dein Publikum begeistert ist ;) Danach kannst Du eine halbe Stunde für eine Fragerunde einplanen.

✓ **Die tatsächliche Lesung**

Wichtig: Nimm die besten Stellen aus Deinem Buch! Häh? Ich soll das Beste vorweg nehmen? Ja, denn Du willst Deine Zuhörer*innen ja begeistern. Natürlich sollst Du bei einem Krimi nicht verraten, wer es jetzt tatsächlich



war. Hier bist Du mit einem Cliffhanger am Schluss ganz weit vorn.

Mach Dir bei der Auswahl Deiner Texte klar, worum es bei einer Lesung geht und warum Dein Publikum gekommen ist. Dir geht es darum, dass Du bekannt wirst und Dein Buch verkauft wird. Deinem Publikum geht es um einen unterhaltsamen und/oder lehrreichen Abend. Der – mit etwas Glück anwesenden Lokalpresse – geht es um eine gute Geschichte (die Entdeckung eines neuen lokalen Talents). Und der Buchhandlung um Kundenbindung bzw. Umsatz ... Gestalte Deine Lesung entsprechend und such Deine Texte auch danach aus.

Und noch einmal: Übe vorher! Auch das laute Vorlesen. Am besten nimmst Du es mit der Handykamera auf. Das ist am Anfang unangenehm. Aber wenn Du es schaffst, die ganze Kritik an Dir selbst mal wegzulassen und zu schauen, was Du an Deiner Lesung für Dein Publikum verbessern kannst, dann bist Du auf einem guten Weg.

Denk auch daran, jemanden für Foto- und Videoaufnahmen mitzunehmen. Im Zweifel einfach irgendwo ein Stativ aufstellen und die Handkamera laufen lassen. Bitte das Publikum vorher darüber aufklären, dass die Aufnahmen auch für Werbezwecke genutzt werden. Stell die Kamera so auf, dass Dein Publikum während der Lesung nur von hinten zu sehen ist. Dann hast Du in der Regel keine Probleme.



Kenne die Örtlichkeiten

Und damit meine ich nicht das stille Örtchen ;) Ich meine den Lesungsraum. Wie groß ist der Raum? Und wieviel Publikum ist geplant?



Tipp: Plane am Anfang lieber mit kleinen Räumen, die voll werden, großen Räumen, die leer bleiben!

Warum? Weil leere Räume – abseits von Corona – unangenehm auf Menschen wirken. Darüber hinaus haben leere Räume oft eine fiese Akustik.

Schau Dir vorher auf jeden Fall den Raum an. Und das nicht erst eine Stunde vor der Lesung. Ich meine, wirklich ein paar Tage vorher. Vielleicht kannst Du den Raum sogar in Deine Lesung einbeziehen. Gerade, wenn es eine kreative Location ist.

Mach Dir auch klar, wo Du sitzt bzw. stehst und wo Dein Publikum sitzt. Kannst Du den Raum mit Deiner Stimme füllen? Oder brauchst Du ein Mikro? Das klingt bei einer 10-Personen-Lesung komisch, aber wenn Du in einer verwinkelten Buchhandlung liest, sollten Dich auch die Zuhörer*innen ganz hinten hören können. Das ist nicht so einfach, denn die Bücher schlucken den Schall und Du musst ggf. lauter sprechen, als Du es gewohnt bist. Solche Dinge vorher zu wissen, gibt eine Menge Sicherheit.

✓ **Rühr rechtzeitig die Werbetrommel**

Wenn Du noch nicht so bekannt bist, ist es nicht so leicht, Menschen in Deine Lesungen zu bekommen. Am Anfang habe ich auch schon für zwei Menschen am Tresen einer Kneipe gelesen, in der wir ursprünglich einen kleinen Veranstaltungsraum geplant hatten ... Das war rückblickend eine meiner schönsten Lesungen, aber in dem Moment, als mir klar wurde, dass nicht mehr Leute kommen würden, war das ganz furchtbar. Das passiert am Anfang leider auch, wenn Du Werbung machst. Aber mit Werbung, vor



allein mit rechtzeitiger Werbung, reduzierst Du das Risiko ungemein. Deine Werbekanäle: lokale Veranstaltungskalender, Veranstaltungskalender der Locations, Deine Social-Media-Kanäle, Veranstaltungen gesondert auf Social Media bewerben, die lokale Presse, Poster und Plakate rund um den Veranstaltungsort (z.B. in Geschäften und öffentlichen Einrichtungen).

Noch ein Tipp: Poster und Plakate in A3, A4 und A5 vorbereiten, denn nicht alle Geschäfte/Orte haben den Platz für oder Lust auf große Poster. Oft kann man bei einem „Nein“ zum großen Format dann doch noch das kleine unterbringen.



Der Tag der Tage

Am Veranstaltungstag selbst gibt es ein paar Tipps, die Dir durch die Veranstaltung selbst helfen:

a) Trinke tagsüber mindestens zwei Liter Wasser, aber eine Stunde vor der Veranstaltung nicht mehr. Durch das Sprechen verlierst Du viel Flüssigkeit, und Deine Stimmbänder werden schnell trocken. Wenn Dein Flüssigkeitsspeicher aufgefüllt ist, vermeidest Du das. Und da Du ja während der Lesung nicht ständig auf die Toilette rennen willst, trinkst Du eine Stunde vorher nichts mehr, und wenn, dann nur noch kleine Schlucke, um den Mundraum feucht zu halten

b) Sei mindestens eine Stunde vorher vor Ort. So kannst Du Dich an den Raum gewöhnen. Außerdem ist es für die Nerven besser zu



sehen, wie der Raum sich langsam füllt, als von 0 auf 100 in
vollen Raum zu müssen.

c) Denk an das Wasserglas auf Deinem Tisch und die dazugehörige Wasserflasche. Nimm stilles Wasser, denn Kohlensäure greift die Stimmbänder an.

d) Entspann Dich. Die Leute, die zu Deiner Lesung kommen, kommen nicht, weil sie Dir die Schuhe ausziehen wollen. Sie kommen, um einen schönen Abend mit Dir zu verbringen. Sei auch nicht beleidigt, wenn mal jemand einschläft. Das liegt nicht an Dir, sondern am anstrengenden Tag. Am besten legst Du Dir hierfür schon mal eine nette kleine Geschichte zurecht, denn die Erfahrung zeigt: Es schläft immer mal wieder jemand ein ;)

e) Wähle Klamotten in Farben, bei denen man die Schweißflecken nicht so sehr sieht. Klingt komisch, aber wenn wir aufgereggt sind, dann schwitzen wir einfach mehr. Seidenblusen und -hemden sind in solchen Situationen denkbar ungeeignet. Auch einige Farben sind wahnsinnig unvorteilhaft. Und wähle Klamotten, in denen Du im Sitzen gut atmen kannst.

f) Bereite eine Gästeliste vor, in welche Deine Gäste sich mit Name und E-Mail-Adresse eintragen. Informiere auf der Liste, dass sie von Dir interessante Infos rund um Deine Themen und rund ums Schreiben erhalten. So kannst Du die Menschen in Deinen E-Mail-Verteiler aufnehmen.



g) Informiere mündlich zur Begrüßung, mindestens aber am Schluss, über Deinen Blog, Podcast und/oder Videokanal. Wenn Du einen Werbeaufsteller dazu hast: umso besser. Merke: Dein Ziel ist es, aus Interessent*innen Fans zu machen. Und wenn Interessent*innen nicht wissen, was Du alles anbietest, können sie Deine Angebote nicht wahrnehmen.

h) Wenn Du schon routinierter bist, kannst Du die Lesung auf Social Media live übertragen. Dies musst Du vor der Lesung, am besten schon in der Werbung ankündigen, denn die Zuschauer*innen vor Ort müssen damit einverstanden sein.



Die Nachbereitung

Analysiere nach der Lesung die Veranstaltung. Ein weiterer Grund, das Ganze aufzunehmen. Dann musst Du es nicht aus dem Gedächtnis machen. Was war gut, was kannst Du noch verbessern? Nimm das gleich mit auf Deine Planungsliste fürs nächste Mal.

Werte Dein Bildmaterial aus, berichte auf Deinen eigenen Kanälen über die Lesung und zeige Videoausschnitte. Diese kannst Du für die Werbung Deiner nächsten Veranstaltung verwenden.

Verschicke eine „Vielen Dank! Schön, dass Du da warst“ E-Mail an Deine Gästeliste.