

Jutta Hillebrand: Literarische Agenturen im deutschsprachigen Raum
 Wiesbaden: Harrasowitz Verlag 1993 (Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem Deutschen Bucharchiv München, Bd.42), 219 S., DM 98,-

Während sich auf dem US-amerikanischen Buchmarkt inzwischen über 80 Prozent der Autoren von Literarischen Agenturen vertreten lassen, ist es in Deutschland nur ein verschwindend geringer Anteil. Literarische Agenturen sind hierzulande überwiegend im Lizenzgeschäft mit ausländischen Buchrechten tätig. Die führenden Agenturen im deutschsprachigen Raum sind in Zürich ansässig. In etwa 70-80 Prozent der Rechteimporte aus dem anglo-amerikanischen Bereich wird über Zürcher Agenturen abgewickelt.

Von der Buchwissenschaft und der Fachpresse sind Literarische Agenturen bisher kaum zur Kenntnis genommen worden. Die von Jutta Hillebrand an der Universität München vorgelegte Magisterarbeit bietet die erste systematische Bestandsaufnahme dieses Sektors der Buchbranche im deutschsprachigen Raum. Die Untersuchung stützt sich im wesentlichen auf von der Autorin durchgeführte Interviews mit Branchenkennern. Dargestellt werden die Funktionsbereiche und Arbeitsweisen der Agenturen. Ferner die Beziehungen zwischen Autor und Agentur sowie zwischen Verlag und Agentur. Der ausführliche Anhang enthält u.a. Musterverträge und Checklisten für die Vertragsgestaltung.

Die Autorin hat umfangreich recherchiert und die Fülle des Materials gründlich aufgearbeitet. Als Ergebnis ist eine Untersuchung entstanden, die nicht nur für die Buchwissenschaft ein Desiderat beseitigt sondern auch für Autoren und Verlage einen hilfreichen Überblick über die Literarischen Agenturen des deutschsprachigen Raumes bietet.

Helmut Volpers (Göttingen)