

**trédition:** Liebe Frau Almana, Sie nennen sich Texthandwerkerin. Erzählen Sie uns etwas zu sich, wie kam es zu diesem schönen Titel?

M.A.: Das ist letzten Endes der Umwälzung unserer Arbeitswelt zu verdanken: Wo immer mehr Menschen sich als Lektor/innen selbstständig machen, es in "klassischen Verlagen" immer weniger feste Stellen gibt, in (journalistischen) Redaktionen Algorithmen das Texten von Meldungen übernehmen können und gute Buch-PR ein immer breiteres Wissens-Spektrum braucht, da musste für mich eine kreative Lösung her. Ich denke, was in dieser Umbruchszeit als Selbstständige noch richtig gut funktioniert, sind höchst individuelle Lösungen und Dienstleistungen – das liegt mir ohnehin sehr. Und so war es eine Sache der Eigen-PR, mich "Texthandwerkerin" zu nennen - für mich beinhaltet dieses Kunstwort Dienstleistung und Individualität. Aber es ist auch ein Akt effizienter Kommunikation, denn so erspare ich Interessierten die immens lange Antwort auf die Frage, was ich denn beruflich mache ... Ja: Ich bin Autorencoach, Lektorin, Ghostwriterin, Texterin, biete individuelles Buchmarketing und Schreibberatung sowie die Begleitung bei allen Schritten des Selfpublishing an. Das mag ich aber nicht immer alles aufzählen. "Texthandwerkerin" verkürzt die Sache - und macht hoffentlich auch ein bisschen neugierig ...

**trédition:** Wo liegt Ihr Schwerpunkt, was ist bei der Zusammenarbeit mit Autoren am meisten gefordert?

M.A.: Am wichtigsten ist wohl der Beratungsprozess, für den ich mir immer sehr viel Zeit nehme. Da spüre ich oft schon die leise Verzweiflung angehender Autorinnen und Autoren: „Hilfe! Woran kann ich mich orientieren, wer begleitet mich durch diesen Dschungel?“ Denn so toll es ist, dass wir von Ton über Bild und Schrift virtuell und auf E-Book-Readern, im gedruckten Buch und in den sich immer weiter verzweigenden, „klassischen Buchgenres“ eine sich ständig potenzierende Zahl an Möglichkeiten haben, um präsent zu sein, zu publizieren und uns zu positionieren, so sehr verwirrt das auch viele Menschen, die „einfach nur schreiben“ und veröffentlichen wollen. Das verstehe ich gut – geht es mir trotz aller Fachkompetenz doch manchmal selbst so ... Darum ist meine „natürliche Zielgruppe“ größtenteils der Mensch, der zum ersten Mal publizieren will – und oft auch nicht mehr ganz jung ist. Hier sind meine Empathie, Weitsicht, Geduld und Kreativität gefragt – von alledem habe ich ziemlich viel. Aber es gab auch mal einen beruflichen Masterplan, den ich mir selbst verordnet hatte: Ich will alles lernen, was man wissen muss, um ein Buch von A bis Z selbst machen zu können. Hab ich geschafft. Und darum ist meine größte Stärke wohl die Begleitung von Prozessen: Konzeption, Schreibprozess, Veröffentlichung – und als „Blaupause“ dahinter am besten von Anfang an das Marketing schon mitgedacht. Nicht zu vergessen der individuelle Schreibprozess: Was macht das Schreiben eigentlich mit mir? Und wie „guckt“ mich der Text an, wenn er dann endlich fertig geschrieben ist? Hier beginnt das, was ich

gern das „erweiterte Lektorat“ nenne. Und das bildet zusammen mit Beratung und Coaching meine Schwerpunkte.

**trédition:** Sie bieten Autoren ein individuelles Autorencoaching? Was beinhaltet dieses Coaching?

M.A.: Die Antwort steckt hier schon in der Frage: Es ist so individuell wie die Fragen und Probleme der Menschen, die sich an mich wenden. Vielleicht genügt es an dieser Stelle, wenn ich sage, dass ich allein für das Schreiben meiner Angebote im Schnitt zwei Stunden brauche ... Und keines gleicht dem anderen. Trotzdem gibt es immer eine Gemeinsamkeit: Es geht darum, den schreibenden Menschen, seine „Stimme“ und das Buch, das er schreiben will – und manchmal auch schon ansatzweise geschrieben hat – in Einklang zu bringen. Das ist immer mein Ziel: „Schreibe so, dass du dich jederzeit auf eine große Bühne stellen und aus deinem Buch vorlesen könntest, ohne dass du ein Gefühl der Fremdheit dir und deinem Buch gegenüber empfindest.“ Lampenfieber und Co. natürlich mal außen vorgelassen ...

**trédition:** Wie sollten Autoren vorgehen, wenn sie Ihre Dienste in Anspruch nehmen wollen?

M.A.: Kommt darauf an, was sie planen ... Der Idealfall ist, wenn jemand seine Buch-Idee zwar schon gründlich durchdacht, aber noch nicht umgesetzt oder allenfalls ein paar erste „Bausteine“ geschrieben hat. Dann können wir gemeinsam überlegen: „Was für ein Schreibtyp sind Sie eigentlich? Wie wollen wir vorgehen? Welche Haltung haben Sie Ihrem Thema/Buch gegenüber? Wie können wir das auf die Struktur des Buches übertragen? Wollen Sie, dass ich jedes Kapitel lese, sobald es geschrieben ist – oder lieber warten, bis Sie mit der ‚ersten Runde‘ durch sind? Soll ich eher eine ‚Aufsichtsperson‘ sein, die zum Beispiel auf die Einhaltung – auch zeitlicher – Vorgaben achtet, oder betrachten wir das Buchprojekt als ein ‚organisches Ganzes‘, das erst mal wachsen muss?“ Solche Fragen stellen sich natürlich auch, wenn der Text schon in einer ersten Fassung mehr oder weniger fertig ist. Doch dann geht es meistens darum, zu kürzen, zu überarbeiten, neu zu schreiben. Das kann schmerzhaft sein. Darum ist mir so viel daran gelegen, Autor/innen auch durch Coaching begleiten zu können. Da würden wir dann beispielsweise den Fokus auf das „wohin?“ und „warum?“ legen – denn mit einem guten, klaren Ziel ist auch das Überarbeiten erfahrungsgemäß nicht mehr ganz so schmerzhaft. Also auch hier: Alles ist extrem individuell!

**trédition:** Sie beraten sowohl Verlagsautoren als auch Self-Publisher, was sind die markantesten Unterschiede?

M.A.: Um ehrlich zu sein: Bisläng sind noch alle, die sich vorgenommen hatten, als Verlagsautor/in unterzukommen, am Ende doch Selfpublisher geworden. Und ich glaube, da sind sie bei mir dann auch gut aufgehoben.

Denn ich komme zwar (unter anderem) auch aus der „klassischen Verlagswelt“, liebe sie und ihre Produkte, bin außerdem eine treue Seele. Aber so sehr ich mich auch bemühe ... Ich habe schon viele Listen zum Pro und Contra Selfpublishing versus „klassischer Verlag“ geschrieben, am Ende gewinnt immer das Selfpublishing. Das ist ein Prozess, den zur Zeit nicht wenige Autor/innen durchleben, manchmal mit großem Erstaunen: Selfpublishing ist eben KEIN Trostpflaster – ganz im Gegenteil! Wer es einmal gewagt hat, will die Freiheit des Selfpublishing oft nicht mehr missen. Auch wenn diese Freiheit natürlich ihren Preis hat. Wenn Sie so wollen, liegt wohl genau hier der markanteste Unterschied: Die „richtig große Freiheit“ muss man sich erst mal selber zutrauen. Unter dem Dach eines großen Verlagsnamens ist es einfach kuscheliger ... Auch da kann übrigens mein Autorencoaching ansetzen: Selfpublisher brauchen schlicht ein gutes Selbstbewusstsein – da kann Coaching eine große Hilfe sein.

**trdition:** In welcher Form können Autoren Ihnen ihr Manuskript zur Verfügung stellen und was müssen sie dabei beachten?

M.A.: O, danke für diese Frage! Es ist scheinbar so einfach – und für viele Autor/innen doch ganz schwierig: Bitte IMMER komplett unformatiert! Ich verstehe ja, dass alle Autor/innen sich wünschen, dass ihr Buch „hübsch“ aussieht. Aber das kommt immer, immer erst ganz zum Schluss! Selbst Zeilennummern oder eine bestimmte Schriftart brauche ich nicht – und ganz sicher keine von Hand gesetzten Trennungen mitten im Wort. Also am besten und einfachsten: ein word-, OpenOffice- oder \*.rtf-Dokument. Überschriften sollten irgendwie erkennbar sein, das ist dann aber auch schon alles.

Ansonsten gibt es keine Vorgaben: Schubladen-Chaos-Teilchen, fertig Formuliertes, Halbfertiges, ganz egal. Nur: Handschriften entziffern kann und mag ich wirklich nicht!

**trdition:** Wie nehmen Sie Autoren die Sorge, dass ihr Text durch eine „externe“ Bearbeitung verfremdet werden könnte?

M.A.: Auch für diese Frage bin ich sehr dankbar ... Und antworte jetzt mal ganz unverblümt: So eine Sorge wäre in meinem Fall absolut unbegründet. Ich glaube, das beweise ich mit meiner ganzen Person. Wer sich an mich wendet, hat sich in aller Regel vorher im Netz schlau gemacht. Und da wird er oder sie sehen, dass ich den allergrößten Wert auf Vielfalt, die Entwicklung dessen, was ich „die eigene Stimme“ nenne und ein netzwerkendes Nebeneinander von Menschen lege, die sich etwas zu erzählen haben – und das funktioniert umso besser, je selbstbestimmter und selbstbewusster sie nebeneinander stehen können. Ich kann jede Art von Gleichmacherei nur schwer ertragen und eines meiner Ziele ist immer die größtmögliche Unabhängigkeit (was übrigens einer der Gründe war, warum ich mir trdition als Kooperationspartner ausgesucht habe ...). Wenn es nicht so pathetisch klänge, würde ich jetzt sogar sagen: Respekt bedeutet mir sehr viel. Und dazu gehört in meinem

beruflichen Alltag absolut, dass ich jeden Menschen in seiner Haltung, mit seiner Stimme ohne Wenn und Aber respektiere. Natürlich immer nur, wenn es nicht meinen eigenen Werten zuwiderläuft. Sollte das der Fall sein, kann und werde ich Interessenten als Kunden schlicht nicht annehmen.

Ich kenne und liebe außerdem so viele Beispiele literarischen Eigensinns, sprachliche Experimente, die zum Teil schon wieder lang vergessen sind, dass ich mich nie sklavisch an Sprachvorschriften halten muss, weil „man“ das eben so macht – und genau da würde meiner Ansicht nach die „Verfremdung“ eines Textes beginnen. Wenn ein Text in sich Sinn macht, einen schlüssigen Buchinhalt ergibt, für den sich ein paar Menschen interessieren könnten – dann ist meiner Ansicht sehr vieles machbar. Darum finde ich Sprache ja so unglaublich toll: weil sie uns immer alle Möglichkeiten offenlässt. Und ich bin sehr dafür, diese Möglichkeiten auch zu nutzen.

**trédition:** Kann sich ein Autor eigentlich auch mit einer bloßen Themenidee und lediglich Textbausteinen an Sie wenden?

O ja, unbedingt – siehe oben, Stichwort: „Idealfall“

**trédition:** Wie lange dauert es im Schnitt, bis ein Auftrag für einen Autoren abgeschlossen ist?

M.A. Es dauert so lang, wie es dauert ... Das kann auch schon mal ein gutes Jahr werden. Da gebe ich allenfalls dann Grenzen vor, wenn ich selbst aus Zeitnot nicht mehr ein noch aus weiß, dann muss ich sagen: „Geht grad gar nicht!“ Da hat mich der Autor/die Autorin leider schlicht zum falschen Zeitpunkt kontaktiert ... Das sage ich dann aber auch gleich zu Beginn unseres Gesprächs. Schwierig finde ich, von Anfang an starre Zeitvorgaben zu machen ... Denn ich bin ein großer Fan davon, einem Buch immer auch die Zeit zum jeweils nötigen „Reifungsprozess“ zu geben – davon können am Ende nur alle Beteiligten profitieren, nicht zuletzt das Buch selbst. DASS wir uns diese Zeit nehmen können, ist ja einer der großen Pluspunkte von Selfpublishing. Und keine Sorge: Abgerechnet wird immer nur die Zeit, die ICH investiere. Damit die Kosten nicht explodieren, versuche ich in aller Regel, die Schreibenden so oft wie möglich an ihren Schreibtisch zu lotsen – gern mit sehr konkreten „Hausaufgaben“.

Es ist ein bisschen so wie mit Champagner: Immer wieder rütteln, schütteln, gegen das Licht halten, gründlich betrachten und Bodensätze lösen ... das alles tut dem Produkt gut.

Klar: Irgendwann kommt der Punkt, an dem das Projekt auch mal abgeschlossen werden muss – dann auch gern mit klaren Zeitvorgaben.

**trédition:** Sie beraten Autoren auch im Bereich PR und Marketing? Wenn ein Autor also noch Nachhilfe in Sachen Verkäufen braucht, kann er sich bei Ihnen melden?

M.A.: Ja. Und auch da ist es mir am liebsten, wenn der Kontakt so früh wie möglich beginnt. Denn manche Marketingmaßnahme kann und sollte schon während des Schreibens „implementiert“ werden. Für ganz klassische Werbestrategien bin ich eher nicht zuständig – da gibt es Agenturen, die können das besser. Auch hier wieder gilt: Ich fühle mich da zuständig, wo es individuell wird ... also eher Guerillamarketing als große Sales-Kampagne. Was natürlich immer geht, ist das Texten und Überarbeiten schriftlicher Werbematerialien. Allerdings könnten auch da manche Kolleginnen und Kollegen preiswerter und eher geeignet sein ... Ich bin immer dort am stärksten, wo ich größere Prozesse des Buchkonzipierens, -schreibens, -überarbeitens, -machens und -verkaufs begleiten darf. Dazu kann das Buch aber auch bereits publiziert sein – und wir überlegen, wie wir nachträglich PR-Anlässe und/oder Social-Media-Begleitung schaffen können ... Auch hier am liebsten immer ein bisschen abseits der breiten Pfade des „Mainstream“.

**trédition:** Welche Tipps würden Sie Autoren für die Buchveröffentlichung an die Hand geben?

M.A.: Meine allererste Frage ist ja immer: „Erwarten Sie, eines Tages vom Bücherschreiben leben zu können?“ Ist die Antwort „nein“, können wir weiterreden. Denn dann kommt das, was für mich das Spannendste am Bücherschreiben überhaupt ist: Welchen Wert – außer Geld – kann ein Buch haben? Da gibt es so ungeheuer viele Aspekte ... Und sie alle tragen dazu bei, die Motivation zu stärken, ein Buch überhaupt veröffentlichen zu wollen. Sie können auch mal Durst- und Ärgerstrecken überwinden helfen, geben Autorinnen und Autoren das nötige Selbstbewusstsein, helfen beim „Durchhalten“ und beflügeln im besten Fall so stark, dass sie bis in alle Stationen der Öffentlichkeitsarbeit hineinreichen. Genau da wirkt dann auch die vielbeschworene „Authentizität“ – die ja niemals geplant werden kann noch im luftleeren Raum entsteht. Das wäre also mein allerwichtigster Tipp: Sich sehr gründlich zu fragen: Warum will ich ein Buch veröffentlichen? Warum genau dieses? Und was will ich damit erreichen? Dabei bitte nie vergessen, dieses „ich“ gründlich unter die Lupe zu nehmen. Denn das Bücherschreiben macht ja auch was mit uns. Immer. Und am Ende all der Arbeit wollen wir mit dem Geschriebenen auch noch ÖFFENTLICH werden – da darf ich ruhig im Vorfeld schon mal den ein oder anderen Gedanken investieren. Und sollte die Antwort doch lauten: „Ich will mit der Buchveröffentlichung so viel Geld verdienen, dass ich jede andere Arbeit an den Nagel hängen kann“, dann befinden wir uns im Modus des Wünschens und Träumens ... Und auch daraus lassen sich ja bekanntermaßen hervorragende Geschichten und Bücher machen ...