

Literarisches Leben

Mit Sprache Welten erschaffen

Interview mit Michaela Didyk vom *Unternehmen Lyrik*

Während belletristische Werke auf den Bestsellerlisten ganz oben stehen, fristen die Lyriker meist ein Schattendasein. Michaela Didyk, studierte Germanistin, Philosophin und Kulturmanagerin, hat es sich zur Aufgabe gemacht, Lyriker und ihre Texte zu fördern und zu unterstützen.

Seit 2005 begleitet *Unternehmen Lyrik* versiert schreibende Dichter mit Seminaren und Projekten bei der Professionalisierung ihrer Kunst und beim Einstieg in den Literaturbetrieb.

Beim Projekt *Monatsgedichte* kann jeder, der seinen Dichternamen aufbauen will, teilnehmen und ein Gedicht zu einem bestimmten monatlich wechselnden Thema – im September zu *Paradiesgarten* – einreichen. Ein jeweils unabhängiger Juror bestimmt das Siegergedicht, das dann in einem Blog veröffentlicht wird.

Wer darüber hinaus seine handwerklichen und kreativen Fähigkeiten schulen möchte, für den hält *Unternehmen Lyrik* zahlreiche Seminare bereit, die überwiegend als Online-Kurse stattfinden.

Ziel von *Unternehmen Lyrik* ist es, neben der Ausbildung dichterischer Fertigkeiten auch eine Anleitung zur Vermarktung der Werke anzubieten. Angehenden „Berufslyrikern“ wird die Möglichkeit gegeben, sich untereinander zu vernetzen und ihre Texte in Form von Lesungen und Performances öffentlich vorzustellen.

Mehr über *Unternehmen Lyrik* erläutert uns die Gründerin Michaela Didyk im Gespräch.

Frau Didyk, *Unternehmen Lyrik*, das sind zwei Wörter, die auf den ersten Blick eigentlich gar nicht zusammenpassen. Denn während ein Unternehmen wirtschaftlichen Gesetzen gehorchen muß, ist Lyrik Ausdruck künstlerischen Gestaltens. Mit



Michaela Didyk © Constanze Wild 2008

welchen Mitteln unterstützen Sie ambitionierte Lyriker dabei, beides unter einen Hut zu bringen?

Lyrik schreiben ist der künstlerische Akt, Lyrik in die Öffentlichkeit zu bringen, ist ein wirtschaftliches Anliegen. Bücher und Lesungen kosten Geld, es braucht Käufer und Publikum, es braucht Werbung. Lyrik hat es im Literaturbetrieb, der eben Markt ist, besonders schwer. Der Name *Unternehmen Lyrik* lässt durchaus einen anderen und vor allem positiven Aspekt mitschwingen. Lyrik wird zur Unternehmung, zum Abenteuer.



Buchstabenwellen © C. Falk/Pixelio 2010

Das ist es immer schon beim Schreiben, wenn man sich in sprachliches Neuland hinauswagt, trifft aber noch mehr zu, wenn man auf dem Literaturmarkt seinen Stand sucht.

Wie hilft *Unternehmen Lyrik*, für Dichter einen Markt zu finden?

Eine Marktstrategie ist, sich Schritt für Schritt einen Namen aufzubauen. Das fördere ich in erster Linie mit meinen Lesungs- und Lyrikprojekten. Auch die *Monatsgedichte* dienen dazu, bei denen hochkarätige Juroren aus dem Literatur- und Kultur-

betrieb durch ihr begründetes Urteil den Gewinnern dieses Wettbewerbs eine Referenz ausstellen. Dass die Veröffentlichung in einem Blog geschieht, bezieht die Möglichkeiten des Web 2.0 ein. Mit solchen geplanten Meilensteinen lässt sich Aufmerksamkeit und Verbreitung erreichen, die den Weg zum Erfolg ebnen. Gute Gedichte sind die Voraussetzung.

Nach Ihrem Studium der Germanistik und Philosophie arbeiten Sie überwiegend als Kulturmanagerin. Aus welchem Grund wollen Sie gerade die Lyrik fördern und unterstützen?

Es ist zum einen die Außenseiterposition der Lyrik, die mich reizt. Denn egal, ob



Buchstabenwellen © C. Falk/Pixelio 2010 C. Falk/Pixelio 2010

Schreibwerkstatt, Verlagebene oder Buchhandel – Gedichte sind im Hintertreffen. Da kann Engagement, zumal für Qualität, nicht schaden. Die Lyrik eröffnet zum anderen durch ihre Bildsprache, den Klang, die Kürze ihrer Texte über den Buchdruck hinaus andere Chancen der Präsentation. Hier neue Wege herauszufinden und damit zu experimentieren, ist spannend. Lyrik besitzt eine Menge Sprengkraft.



Gestapelt © Birgit H./Pixelio 2008

Welches Ziel hat *Unternehmen Lyrik*?

Auf kurzem Nenner: Professionalisierung im poetischen Handwerk, Zugang zur Inspiration und Selbstvermarktung für den öffentlichen Auftritt.

Mit welchen Schwierigkeiten haben angehende Lyriker auf dem Markt zu kämpfen und worin unterscheidet sich die Situation auf dem Lyrikmarkt von der auf dem belletristischen Markt?

Lyriker können in der Regel nicht auf Literaturagenten zurückgreifen, sondern sie müssen selbst sehr aktiv werden, um einen Verlag zu finden. Wichtig ist hier, gut zu recherchieren, welchem Verlag man sich anvertraut, um mit der Publikation auch das gewünschte Renommee zu erzielen. Die Frage der Kostenbeteiligung am Buch taucht häufig auf.

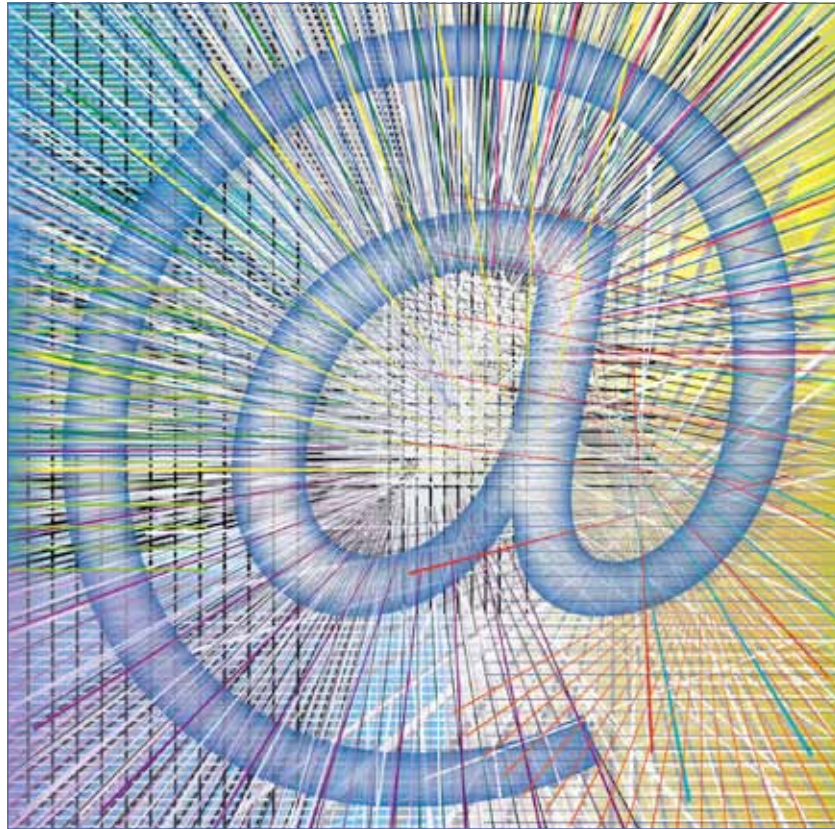
Wichtig sind persönliche Kontakte, Referenzen – gepaart mit einer guten Portion Selbstvertrauen und Durchhalte-

vermögen. Auf dem schmalen Lyrikmarkt braucht es Geduld. Gedichte, so heißt es oft, sollen „reifen“, während bei den Romanen Verlage binnen Jahresfrist nach dem Folgebund Ausschau halten.

Das ist zumindest mit Blick auf den klassischen Buchmarkt so, im Internet hat die Lyrik mehr Spielraum. In Blogs oder auf der eigenen Website können Gedichte leicht veröffentlicht werden.

Welche Fehler beobachten Sie bei jungen Lyrikern, die das Ziel haben, sich auf dem Lyrikmarkt zu etablieren? Welchen Rat können Sie denen geben, die sich als Lyriker einen Namen machen wollen?

Auch wenn Gedichtbände dünn sind, dauert es, um rund 40 gute Gedichte in einem Themenbogen vorlegen zu können. Der Wunsch, die eigenen Gedichte gedruckt zu sehen, verleitet häufig zu vorschnellen Publikationen, die im Literaturbetrieb nicht



AT-Zeichen © Bernd Wachmeister/Pixelio 2010

anerkannt werden und in einer Dichtervita negativ wirken. Manuskripte werden nach dem Streuprinzip verschickt, die Regeln des Marktes sind zu wenig bekannt, so dass das zielgerichtete Handeln fehlt.

Mein erster Rat lautet, viel Lyrik zu lesen – die Neuererscheinungen sind Pflichtlektüre, um auf dem Laufenden zu sein, was Kollegen schreiben und Verlage zu drucken bereit sind. Für

den Namen braucht es Meilensteine: Die Teilnahme an Wettbewerben, der Versuch, in Literaturzeitschriften mit einzelnen Texten zu erscheinen, in Lesungen aufzutreten, sind solch wichtige Stationen.

Das Internet ist auch für *Unternehmen Lyrik* ein zentrales Medium. Wie haben sich die Lyrik an sich und der Markt für Lyrik in den letzten Jahren durch die neuen Medien verändert? Welche Chancen und welche Probleme ergeben sich hieraus für Lyriker?

Über die neuen Medien lässt sich realisieren, was zuvor für einen Einzelnen oft kaum denkbar war. Ideen springen über. Auch über weite Entfernungen lassen sich Informationen austauschen, Kooperationen anbahnen. So entstehen im Internet beispielsweise Gedichtbände, zu denen ein Grafiker aus dem Netzwerk die Bilder bereitstellt, finden sich Dichterguppen zu Diskussionsforen, schaffen Blogs und Websites die Grundlagen für Publicity, tragen Twitter und Facebook Hinweise auf Lesungen und

Veranstaltungen als Mundpropaganda weiter. Auf diese Art hat sich der Lyrikmarkt erweitert und ist vom Buchmarkt unabhängiger geworden. Die Kosten halten sich im Rahmen. Allerdings: Gegen willkürliches Kopieren und Textklau kann man zwar gerichtlich vorgehen, aber man muss dies in den Tiefen des Web erst einmal entdecken.

Was macht für Sie einen guten Text aus? Was ist für Sie persönlich dabei entscheidender, die handwerkliche Perfektion oder der kreative Gedanke?

Ein gutes Gedicht muss nicht unbedingt verständlich sein, aber es muss klar aufgebaut sein, Bilder in mir entstehen lassen und vor allem Klang entfalten, so dass es ein Eigenleben entwickelt und mich in seinen Bann zieht. Bei einem – oft auch extrem – knappen lyrischen Text gehört unbedingt beides dazu, dichte Sprachgestaltung und Inspiration.

An welche Zielgruppe richtet sich Ihr Kursangebot? Welche Voraussetzungen muß man mitbringen, um an den jeweiligen Angeboten teilnehmen zu können?

Ich arbeite mit Lyrikerinnen und Lyrikern, die seit mehreren Jahren mit literarischem Anspruch schreiben und bei denen – auch aufgrund ihrer Textqualität – der Wunsch nach (mehr) Öffentlichkeit eine Professionalisierung und Selbstvermarktung nötig macht.

Voraussetzung für meine Kurse sind also ein zeitgemäßes, anspruchsvolles Schreiben und die Lust an Wortspiel und Sprachexperiment.

Bei den Online-Kursen kommt die Technik hinzu. Das Forum ist sehr leicht zu handhaben, aber man braucht zumindest einen PC oder Laptop mit Internetanschluss als Basis.

Mit dem Projekt *Lesungsnetz* ermöglichen Sie Lyrikern die Präsentation ihrer Werke, oft als Performance an ungewöhnlichen Orten. Welche Lesungen und Performances hat *Unternehmen Lyrik* schon veranstaltet und welche sind demnächst geplant?



200 yards © Darwin Bell/Flickr 2010 CC-by-nc 2.0

Es gab Lesungen mit Jazzimprovisationen auf die jeweiligen Texte abgestimmt, Veranstaltungen in Galerien und im Kontext der 300-Jahrfeier der Porzellanmanufaktur Meißen, Autorenvorstellungen mit Publikums-gespräch im Anschluss. 2011 sind zwei Stadtlesungen je in Salzburg und Basel vorgesehen. Genaueres wird zum Jahresende auf meiner Website zu finden sein.

Im engen Kontext zu dieser Lesungsreihe stehen die *Stadtgedichte* wie jetzt auch Mitte November die Schreibwerkstatt in Venedig. Hier werden örtliche Themen aufgegriffen und lyrisch umgesetzt. So entsteht authentischer Stoff für spezielle Lesungskonzepte und deren spätere öffentliche Darbietung.

Frau Didyk, vielen Dank für das Interview!

Heike Strobel

Weitere Informationen unter [Www.Unternehmen-Lyrik.De](http://www.Unternehmen-Lyrik.De).



Blick über den Canale Grande auf die Rialto-Brücke © Jeanette Dobrindt/Pixelio 2009

Stellenausschreibung

Mitarbeit oder Praktikum

Die Redaktion der **eXperimenta** arbeitet ehrenamtlich. Geld bekommt niemand – den Lohn der Arbeit stellt die Freude dar, am Ende das fertige Exemplar in der Hand zu haben. Leider reicht die Arbeitskraft des Redaktionsteams kaum aus, um die Einsendungen zu bewältigen.

Deswegen suchen wir weitere engagierte Redakteure mit dem Schwerpunkt Textredaktion und Autorenkontakte. Gearbeitet wird größtenteils von zuhause am eigenen PC. Etwa dreimal im Monat treffen wir uns zu Redaktionssitzungen in Frankfurt am Main. Hergestellt wird das Blatt ebenso in Frankfurt.

Das Redaktionslokal der **eXperimenta** befindet sich in der Bar Goldmund im Literaturhaus, Schöne Aussicht 2.

Die Mitarbeit an der **eXperimenta** ist auch als Praktikum für Studenten der Literatur- und Medienwissenschaften und der Gestaltung geeignet.

Kontakt:

eXperimenta@T-Online.De