

Bibliotekarstudentens nettleksikon om litteratur og medier

Av Helge Ridderstrøm (førsteamanuensis ved OsloMet – storbyuniversitetet)

Sist oppdatert 26.01.23

Om leksikonet: https://www.litteraturogmedieleksikon.no/gallery/om_leksikonet.pdf

Litterær agent

En person eller et firma som representerer en forfatter praktisk og til en viss grad juridisk. En “mellommann” mellom forlaget og forfatteren, mellom publikum og forfatteren, mellom media og forfatteren osv. Agenten fungerer som en mekler (Neuhaus 2009 s. 175). Agentens oppgaver kan omfatte blant annet å finne passende forlag for forfatteren, forhandle fram gode kontrakter og å ta seg av juridiske problemer som måtte oppstå. Agenten kan også f.eks. selge utgivelsesrettigheter på vegne av en forfatter (men etter avtale med forfatteren).

Agenter har ofte påtatt seg de følgende oppgavene: vurdering av utkast og manuskripter, vurdering av tekstens sjanser på det litterære markedet, søking etter et forlag, forhandling med forlag om kontrakt, salg av rettigheter til andre forlag, salg av rettigheter til film- og TV-selskaper, rettigheter knyttet til e-bok-utgaver, kontroll av forlagets pengeutbetalinger til forfatteren (Schütz 2010 s. 217). Agenten kan også hjelpe forfatteren med å få et kontaktnettverk innen bokbransjen (Schütz 2010 s. 218).

Det er agenturenes jobb å være selgere og forsvarere av sine forfattere, men de vil primært tjene penger. Forfatterne skal få best mulig kontrakter med innen- og utenlandske forlag, penger for filmrettigheter osv., og en andel av disse pengene går til agentene. Det har blitt hevdet at agentene presser forlag til så gunstige kontrakter for bestselgerforfattere, at det går ut over den litterære bredden. Med et litterært “starsystem” der noen få forfattere får mesteparten av kaka, blir det lite igjen til de forfatterne som ikke selger så godt. En tysk studie viste at ca. 40 % av pengene som tjenes på opphavsrettigheter gikk til 10 % av forfatterne. Denne skjevfordelingen fører også til at forlagene prioriterer stjerneforfatterne når det gjelder reklameannonser, pressemeldinger osv. Agentene er ikke praktisk og økonomisk tjent med å ha en stor mengde forfattere og forlag å forholde seg til, de vil heller ha et lite antall som gir store inntekter (Ilja Braun i <http://blog.die-linke.de/digitalelinke/wir-sind-die-literaturagentur/>; lesedato 12.08.14).

Agentene har bokbransje-erfaring, innsikt i økonomiske forhold med både forlag og forfattere, oversikt over litterære trender og gode forhandlingsegenskaper (Neuhaus 2009 s. 175). Agentene kan også gi forfatterne råd om langsiktige strategier (Plachta 2008 s. 57-58), f.eks. “image-pleie” (Neuhaus 2009 s. 288).

Agenter har stått bak at kjente forfattere har skiftet forlag, av og til med stor oppmerksomhet i offentligheten, der forlagsbyttet skulle tjene forfatterens økonomiske og juridiske interesser (Plachta 2008 s. 57).

Med berømte forfattere må en ofte henvende seg til agenten for å få opplyst privat telefonnummer, bostedsadresse, e-postadresse og lignende. Men det kan være vanskelig å få tak i agentene. Litteraturagenter viser seg vanligvis ikke i offentligheten (Plachta 2008 s. 57). Tendensen er at agentene eksponerer seg selv mer i det offentlige, lar seg intervju osv., blant annet fordi å bli kjent øker sjansen for å få flere kunder.

En engelsk agent kan f.eks. ha en fransk under-agent, og omvendt, og samme person kan være både agent og under-agent for annen agent (Zeh, Ingendaay m.fl. 2002 s. 93).

I Frankrike har forlagene lenge vært skeptiske, nesten fiendtlige til agenter, fordi forlagene mener at agentene er overflødige og fordi de vil unngå for mye press fra forfattersiden (Robin 2003 s. 116). Men den økende kommersialiseringen og globaliseringen av bokmarkedet på 2000-tallet, samt konsentrasjonsprosesser i forlagsbransjen og bokas konkurranse med andre medier, har ført til etablering av en stor mengde litteraturagenter (Schütz 2010 s. 219).

“The first agent began business in 1875, and between 1900 and 1914 many more appeared. Reasonable though it was that authors who were unable themselves to handle their business with publishers satisfactorily should employ a professional [...] Literary agents have become increasingly important and prominent as publishing has grown more complex. A high proportion of the more successful authors of novels and general books now employ literary agents to place their books with publishers and to handle negotiations with them” (<http://global.britannica.com/EBchecked/topic/343481/literary-agent>; lesedato 15.08.14).

De første litterære agentene etablerte seg på 1800-tallet. De britiske forfatterne Rudyard Kipling og Arthur Conan Doyle brukte agentfirmaet A P Watt (Neuhaus 2009 s. 288). “Founded in 1875, A P Watt is the oldest literary agency in the world, representing some of the foremost British and Irish writers of the 20th Century. Its current authors include leading novelists, biographers, historians, and specialist writers pre-eminent in their field. The agency also represents some outstanding children’s authors and illustrators. A P Watt’s clients include a Nobel Prize winner, four Booker Prize winners, three Orange Prize winners, several Whitbread and Costa Prize winners, and the first Children’s Laureate. Our writers have created many bestselling books, long-running television series and hit films. In December 2012 A P Watt joined the United Agents Partnership, creating the UK’s largest and most prestigious literary, media and talent agency.” (<http://unitedagents.co.uk/ap-watt>; lesedato 04.05.15)

“Første halvdel av 1900-tallet var [...] perioden da Norge fikk sine første litterære agenter. Ifølge [Aina] Nøding var det Sigrid Undsets advokat Eilif Mo som var først ute med denne virksomheten i Norge, med etableringen av Det litterære byrå, som etter hvert kom til å representere store deler av den norske forfatterstanden i utlandet. Hele Mos arkiv er bevart på Lillehammer” (*Morgenbladet* 9.–15. september 2022 s. 37).

“Agents need to be convinced that the writer has long-term commercial potential, with tempting commission prospects for the agency, and that the personal chemistry will work. [...] The concentration of publishing and bookselling into the hands of the big groups has had a huge impact on the nature of the services provided by agents. When publishers operated independently, nurturing ‘their’ authors and cultivating their loyalty, the agent did the deal and left writer and editor to work closely together, settling any differences over the customary three-hour lunch. Now that publishing is more frenetic and publishers communicate less with authors, agents are becoming much more involved in giving guidance and advice to their clients. Even so, the duties of an agent remain poorly defined. Some are good at beating up publishers, others are better at ‘author care’. A good agent is both: a tiger in the presence of publishers, a pussy cat with clients. [...] Unlike publishers, agents tend to be generalists, rather than specialists.” (Mark Le Fanu i <https://www.writersandartists.co.uk/writers/advice/69/preparing-for-submission/what-does-a-literary-agent-do/i-think-i-need-an-agent>; lesedato 17.09.14)

En tendens på det internasjonale bokmarkedet på 2000-tallet har vært et “agentdrevet auksjonssystem” med bud-runder om bestselgere (Tor Slaatta i *Morgenbladet* 21.–27. oktober 2016 s. 44). Disse “bestselgerne” er ikke alltid publisert før de erklæres som bestselgere. De er ofte bare planlagte eller forventede bestselgere, ut fra erfaringer med hva som selger i store opplag.

De litterære agentene blir stadig mer spesialiserte, og konsentrerer seg om f.eks. sakprosa, barnelitteratur, oversettelser eller bøker som skal filmatiseres (Plachta 2008 s. 59). Blant fordelene med denne spesialiseringen er at den kan bidra til bedre kvalitet på publiseringene.

Briten A. P. Watt regnes av mange for å ha vært den første litterære agenten. Han var agent for blant andre Thomas Hardy og Rudyard Kipling. Agatha Christie hadde Edmund Cork som agent og han framforhandlet en så god avtale med forlaget William Collins at Christie publiserte der i over 50 år (Rebmann 2000 s. 282). Barbara Cartlands sønn Ian Cartland ble morens litterære agent. Svenskene Niclas og Marcus Salomonsson startet agentbyrået Salomonsson Agency i 2000. I 2008 forvaltet det utenlands-/oversettelsesrettighetene også til noen norske forfattere: Jo Nesbø, Anne Holt, Niels Fredrik Dahl, Kjell Ola Dahl, Matias Faldbakken, Karin Fossum og Levi Henriksen.

Det første tyske litteraturagenturet ble etablert av Otto Loewenstein i 1868 (“Dr. Otto Loewensteins institutt for formidling av litterære forretninger”). Det ble etablert på oppfordring fra den tyske forfatterforeningen, for å avhjelpe bl.a. problemene med manglende honorarutbetalinger (Plachta 2008 s. 59; Schütz 2010 s. 218). Utover på 1800-tallet økte antallet såkalte litterære byråer i Tyskland, og før 1. verdenskrig fantes det minst 116 tyske litterære agentkontorer. Langt de fleste holdt til i Berlin. Å drive honorar-inkasso var en viktig oppgave for disse agentene. Kjente tyskspråklige forfattere som Karl May, Hedwig Courths-Mahler, Wilhelm Raabe og Ludwig Ganghofer hadde litterære agenter (Schütz 2010 s. 218). Sakprosaforfatteren Karl Marx hadde også en agent (Plachta 2008 s. 59).

Mot slutten av 1800-tallet var det i Tyskland et stort problem at tidsskrift publiserte tekster av forfattere uten tillatelse, etter at teksten allerede hadde blitt publisert i bøker eller i andre tidsskrift, og uten å gi honorar til forfatterne. Det viste seg å være et stort behov for “litterære byråer” som kunne arbeide mot en slik praksis, og i Tyskland ble det fram til 1. verdenskrig etablert ca. 116 agenturer. De tok på seg stadig flere oppgaver som hadde med manuskripter, forlag osv. å gjøre.

Fra 1933, da naziregimet overtok i Tyskland, reiste en rekke mer eller mindre kjente tyske forfattere i eksil til USA og andre land. Disse forfatterne var ofte helt avhengige av litterære agenter for å kunne takle overgangen til å publisere på nye markeder i nye land (Plachta 2008 s. 59). Agentene hjalp forfatterne med å finne nye forlag, å få kontakt med oversettere og ga informasjon om økonomiske forhold osv.

Tyskeren Ruth Liepmann drev fra 1970 et internasjonalt agentbyrå i Zürich i Sveits, kalt Liepman AG, med stor kommersiell suksess. Hun var agent for J. D. Salinger, Norbert Elias, Erich Fromm, Ernst Weiss, Robert Neumann og mange andre, samt for de etterlatte verkene til Anne Frank. Liepmann fikk også ansvaret for utgivelsen av boka *Charlotte Salomon: En dagbok i bilder 1917-43*, en forfatter som døde i Auschwitz (Krohn 2004 s. 243). Liepmann AG sin virksomhet begynte i Hamburg i 1950 (Ruth sammen med hennes ektemann). Paret's leilighet i Hamburg ble et kulturelt samlingssted for forfattere. Etter at Heinz Liepmann døde i 1966, drev hun agenturet sammen med to kvinnelige partnere. I 1970 ble virksomheten flyttet til et hus ved Zürichberg i Zürich (Krohn 2004 s. 241). Hun hadde stor nytte av å være utdannet jurist.

I en tale i 1977 sa Ruth Liepmann: “Forholdet mellom forfatter og agent er basert på fullstendig fortrolighet. Agenten oppfatter seg som forfatterens forlengede arm. I egenskap av dette kan han også stille seg kritisk til forfatteren og dermed gi bedre råd enn en forlegger kan [...] Forfattere er generelt sensitive, sårbare og ofte litt forfengelige naturer. Ingenting er viktigere for en forfatter enn å få sine manuskripter trykt [...] Forleggere vet dette og er ofte fristet til å utnytte denne svakheten hos forfatteren. Derfor er det viktig for forfatteren at agenten tar seg av de ubehagelige samtalene om penger og kontrakter. Her er agentens betydning. Han

vet hva han kan forlange av forleggeren og hva som passer for boka.” (sitert fra Krohn 2004 s. 242)

“Liepman was founded by Heinz and Ruth Liepman in Hamburg in 1949 – the first agency founded after the war. When writer and journalist Heinz Liepman got a job in 1961 as a Zurich-based correspondent for the German newspaper Die Welt, his wife and the agency moved with him. In 1934, a year after the Nazi take-over in Germany, Ruth Liepman (1909-2001) escaped to the Netherlands, where she worked underground and was able to help many Jews to flee the country. However, she herself stayed, and only survived thanks to the generous support of the Dutch. Heinz Liepman had emigrated to the USA in 1933 and worked for Time Magazine. When he returned to Hamburg after the war, American publishing friends asked him to find German publishers for some of their authors. Among the names on Liepman’s list were Norman Mailer, James Jones, F. Scott Fitzgerald, Jack London, Arthur Miller and Richard Wright. The agency was born. In 1981, Ruth Liepman turned her privately owned firm into a limited company. Her longterm colleagues Eva Korálnik and Ruth Weibel became partners and later owners of the agency. Working with a staff of ten, Liepman AG represents an impressive number of publishing houses and agencies from the US, UK, Canada, France and Israel – over seventy in total. Liepman handles world rights for many eminent international authors and represents the estates of Anne Frank, Elias Canetti, Norbert Elias and Erich Fromm, to name just a few. The Liepman Agency is distinguished by its close, almost family-like relationships with its clients, even keeping a guest room for visiting authors with a marvellous view of Lake Zurich.” (Daniel Kampa i <http://www.new-books-in-german.com/featur54.htm>; lesedato 04.06.15)

Et annet tradisjonsrikt agentfirma er Mohrbooks i Zürich i Sveits. “The oldest literary agency in Zurich is Mohrbooks, founded by Lothar Mohrenwitz (1896-1960). In the early 1920s, Mohrenwitz was the partner of the legendary publisher Kurt Wolff, who discovered Kafka, among others. He then managed the art book publishing house Hyperion and in 1930 became Editor-in-Chief of the German Vogue. In 1934, he fled from the Nazis and arrived in London penniless. Following the advice of one of his friends who was a literary agent, he began to sell the translation rights of English authors to German publishers. By 1939, however, business had turned sour – in Germany, literature by the enemy was not being published anymore. Luckily for Lothar Mohrenwitz, there was still neutral Switzerland. And so it happened that Mohrenwitz sold the rights to authors like John Steinbeck, William Faulkner, Louis Bromfield and A. J. Cronin to Swiss publishers. Mohrenwitz’s agency later moved its offices to Zurich, keeping the old London telegram address as its name: Mohrbooks. Why Zurich? Not because the agency’s most important customers were based there – the German publishers soon overshadowed them. The reasons for Zurich were more practical: a stable currency; possibilities for foreign exchange transfer; international connections. Rainer Heumann (1923-1996), who became Mohrenwitz’s partner in 1951, took over the agency in 1960 and turned it into the biggest literary agency in the German-

speaking world. Rainer Heumann was an old-fashioned gentleman's agent, whose generosity was surpassed only by his erudition. After his death, the staff took over the agency, under the direction of Sabine Ibach, who has been at Mohrbooks since 1970, and Sebastian Ritscher, at Mohrbooks since 1989. Today, Mohrbooks has a staff of eight representing international clients as their German language representatives and estates such as Erich Maria Remarque's. In 2000, a Berlin office was established to represent German-language authors exclusively. It is directed by Uwe Heldt, who represents over fifty authors." (Daniel Kampa i <http://www.new-books-in-german.com/featur54.htm>; lesedato 06.05.15)

Et kjent agentur for mange tyskspråklige forfattere er Landwehr & Cie. Firmaet forsvarer blant annet interessene til den sveitsiske bestselger-forfatteren Christian Kracht. I 2012 skrev representanter for Krachts forlag og for Landwehr & Cie et svar i tidsskriftet *Der Spiegel* til litteraturkritikeren Georg Diez, som hadde angrepet Kracht. Det åpne brevet var også underskrevet av noen forfattere, blant andre Elfriede Jelinek og Daniel Kehlmann (<http://www.boersenblatt.net/513014/>; lesedato 22.09.14)

"Paul & Peter Fritz AG was founded in 1962 by Erich Linder as Linder AG with Paul Fritz as Managing Director. Fritz, who had formerly been in charge of marketing and distribution at the publishing house of Walter Verlag in Switzerland, became a partner in 1964, as did his son Peter in 1980, having joined the agency in 1975 after a two-year stint in New York at Rizzoli Bookstore and William Morrow, where he handled foreign rights. In 1977 the agency moved to Jupiterstrasse 1. Paul Fritz moved to the apartment above the new offices which had the added advantage of enabling him to take calls from America, which were notorious for occurring after business hours. In 1982, when Erich Linder died, the company was renamed Paul & Peter Fritz AG. At the end of 1987, Paul Fritz retired after 25 years of running the company, handing it over to his son. Always outspoken, sometimes emotional and never wavering from his principles, Paul Fritz had given the agency a unique reputation in the publishing world. Sadly, he did not live long enough to fully enjoy his retirement but died in June 1988. Today Peter S. Fritz, his sister, Antonia Fritz, their colleague Christian Dittus and a back-office of five helpers sign about 500 contracts annually. Paul & Peter Fritz represent over forty agencies, thirty publishers and many estates. Paul Fritz, Erich Linder, and Linder's colleague René de Chochor were also the founders of the agency Niedieck Linder AG, together with Gerda Niedieck. Established in 1975 to handle German-language authors and their estates, it changed its focus from north to south over the years and is now probably best known for its representation of Italian authors and publishers in the German language market. Niedieck Linder also represents the estates of C.G. Jung, Arthur Schnitzler and Bohumil Hrabal, among others. After Gerda Niedieck's retirement in 1995, Niedieck Linder AG passed into the ownership of Antoinette Matejka and Leonardo La Rosa." (Daniel Kampa i <http://www.new-books-in-german.com/featur54.htm>; lesedato 06.05.15)

Harry Potter-forfatteren J. K. Rowling fikk hjelp av det London-baserte litterære agenturet Christopher Little Literary Agency. Christopher Little begynte som agent i 1979. “Christopher was persuaded by his long-time friend Philip Nicholson, pka [= professionally known as] A J Quinnell, to represent him as his literary agent for his first novel *Man on Fire*, and this was a great success. Representing creative writers became his passion, and in the early 90’s Christopher sold his headhunting business to concentrate on further expanding his literary agency full time. In 1995 he was approached by Joanne (J.K.) Rowling and was successful in placing her first novel, *Harry Potter and the Philosopher’s Stone*. He sold the UK rights to Bloomsbury in 1996, followed by the US rights to Scholastic, and the foreign rights to publishers around the world, resulting in the Harry Potter series being translated into 70 languages. Christopher represented J. K. Rowling until 2011. In 1996 another young unpublished author Darren O’Shaughnessy, aka Darren Shan, submitted his exciting and original ideas to Christopher. Darren now has 30 books published, and has sold over 25 million books worldwide. Amongst the Agency’s other authors are: Paul Bajoria, Janet Gleeson, Cathy Hopkins, Carol Hughes, General Sir Mike Jackson, Kate McCann, Robert Mawson / Radcliffe, Pip Vaughan – Hughes, and Anne Zouroudi. Christopher’s particular skill is building his authors’ careers on a global basis. This has been achieved by personally developing relationships with film companies and publishers in all parts of the world. Film deals negotiated for his authors have included: *The Pianist* by Wladyslaw Szpilman (Roman Polanski, winner of the Palme d’Or and 3 Oscars), *Man on Fire* by A J Quinnell (Tony Scott, Fox 2000 Pictures), *Harry Potter* by J K Rowling (8 movies by Warner Bros/David Heyman), and *The Vampire’s Assistant* by Darren Shan (Paul Weitz, Universal).” (<http://www.christopherlittle.net/about-us.aspx>; lesedato 15.08.14)

Amerikaneren Andrew Wylie ble i 2013 regnet som en av verdens viktigste litterære agenter (*Klassekampens* bokmagasin 16. november 2013 s. 2). “The key to good agenting, says Wylie, is self-effacement, and there is something strangely passive about him, for a man of such obvious ambition. This, I suppose, is why his detractors call him creepy; the contrast of external stillness with great mental energy. “If I were to characterise it, [...] I would say that I have an aspect of my personality which is that I have no personality. That's why I work as an agent. I have the assumed personality of the people I represent. I am like a sponge.” ” (<http://www.theguardian.com/books/2003/nov/24/fiction.emmabrockes>; lesedato 23.07.14)

Den kolombianske forfatteren Gabriel García Márquez og den peruanske forfatteren Mario Vargas Llosa hadde et spenningsfylt vennsforhold. “Gjennom alle årene og konfliktene var det likevel noe som holdt de to sammen. En spansk kvinne. Kanskje den mest innflytelsesrike spanske, litterære kvinnen gjennom femti år: Litterær agent med et eget agentur, Carmen Balcells. Barcelona-basert, i dag 83 år gammel, og ennå i karusellen. Sine forfatteres beste forhandler, som krangler om forskudd, tidsfrister og prosenter, for dem. En som er blitt diktet om, og har båret tilnavn som “Blekkspruten”, “Mama Grande”, “Agent 007”. En

som i dag har seks nobelprisvinnere i stallen og som er æresdoktor ved Universidad Autonoma de Barcelona. Og en hvis litterære arkiv i 2010 ble kjøpt av det spanske kulturdepartementet for tre millioner euro.” (*Klassekampens* bokmagasin 26. april 2014 s. 2)

Den britiske forfatteren Robert Wilson fortalte i et intervju: “Jeg hadde faktisk en idé om å skrive en roman med handling fra Kina. Jeg holdt på et års tid. Den foregår dels i 1930-åra, dels i nåtid. Men da jeg presenterte den ideen for min agent og min redaktør, fikk jeg tommelen ned. Ingen av dem trodde folk ville være spesielt interessert i å lese om Kina. Dere tuller, svarte jeg. Kina er jo brennaktuelt. Men nei, det trodde ikke agenten og redaktøren. Ikke i det hele tatt. Hvis det er sant, må det være fordi folk er redde. For Kina. De stikker hodet i sanden. Vil ikke vite noe om hva som skjer.” (*Dagbladet* 15. mars 2012 s. 69)

Den tyske forfatteren Katja Lange-Müller har uttalt at grunnen til at hun har en litteraturagent er at det øker evnen til å takle konflikter overfor forlag og andre aktører på det litterære markedet, og at agenten også kan være rådgiver når hun har private problemer (gjengitt fra Plachta 2008 s. 58-59).

Amerikaneren Boyd Morrison ville ca. ved årtusenskiftet 2000 etablere seg som skjønnlitterær forfatter, men klarte ikke å finne en litterær agent. Fem agenter avslø å jobbe for Morrison. Da en agent endelig etter ni år ville satse på han, viste det seg at bokmanuset *The Ark* ble avvist av det ene forlaget etter det andre, til sammen av 25 forlag. (I løpet av de ni årene hadde Morrison gitt ut tre romaner uten agent.) Han bestemte seg for å publisere teksten som e-bok uten forlag, og snart var *The Ark* (2010) en bestselger (*Aftenposten Innsikt* september 2010 s. 85).

“James Bowen (34) var nedkjørt av heroin og katta Bob var skadet, hårløs og utsultet. Sammen klorte de seg tilbake til livet. [...] Et livlig mennesketog slynger seg nedover fortauet. De har alle kommet for å få et signert eksemplar av James Bowens bok, historien om hvordan han som sliten nedbrutt narkoman traff løskatta Bob, og hvordan de ble hverandres livbøye. Boka kommer nå på norsk og har fått navnet “En gatekatt ved navn Bob”. [...] Folk som vanligvis haster forbi stopper når de ser James og katta. En av dem som går forbi James på vei til jobben er Mary Pachnos, litteraturagent i forlaget Hodder & Stoughton. - Hun hadde lagt merke til meg og Bob, og en dag kom vi i prat. Hun ble fascinert av historien, og lurte på om jeg var interessert i å skrive bok. Det var helt uvirkelig å bli spurt om noe sånt, men etter å ha tenkt en stund grep jeg sjansen. Et knapt år seinere var boka ferdig. Den fikk strålende mottakelse, lå øverst på bestselgerlista i England i 48 uker, og er utgitt i 25 land og nå hviskes det temmelig høyt om filmproduksjon.” (*Dagbladets Magasinet* 9. mars 2013 s. 72, 74 og 79)

Den britiske forfatteren Ken Follett fortalte i et intervju: “Da jeg hadde klar det debutmanuset, fikk jeg råd av agenten min om å bruke psevdonym. Hvorfor, spurte jeg. Jo, fordi du en dag kommer til å skrive bedre. Det var jo ikke akkurat noe

komplement, men hun hadde rett. Ingen av de første bøkene var spesielt bra, men de ble langsomt bedre.” (*Dagbladet* 25. september 2010 s. 52)

“Albert Zuckerman: *Writing a Blockbuster Novel* (1994). Det som gjør denne så interessant er at forfatteren var agenten til Ken Follett, og bruker hans utkast for å vise hvordan et manus kan forbedres.” (*A-magasinet* 28. juli 2017 s. 39)

“I et intervju på BBC onsdag denne uka, sa Licity Dahl – enken etter Roald – at Charlie i *Charlie og sjokoladefabrikken* egentlig skulle være svart. “Jeg vet ikke hvorfor, det er kjempesynd,” sa Licity om ektemannens valg, før hun la til at det var forfatterens agent som overtalte Roald Dahl til å endre den sympatiske hovedpersonens hudfarge. Dahl opplevde for øvrig å bli anklaget for rasisme grunnet fremstillingen av arbeiderne på sjokoladefabrikken: Ompalompæne.” (*Morgenbladet* 16.–22. juni 2017 s. 42)

“- Når man selger inn noe, prøver man alltid å finne det som fungerer. Hvis en gresk forfatter skulle skrive om en gutt med et arr i pannen, så ville man sikkert prøvd å selge det inn som “den greske Harry Potter”, sier Tor Jonasson, litterær agent for Jo Nesbø og en rekke skandinaviske forfattere i Salomonsson Agency. [...] Etter at Liza Marklund og Henning Mankell, og så Jo Nesbø og Jussi Adler-Olsen, slo igjennom internasjonalt, har flere agenturer og forlag prøvd å selge inn bleke kopier, sier Jonasson, som tror merkelapper som “Den neste Stieg Larsson” eller “For fans av *Forbrytelsen*”, samt begrepet *Nordic noir*, er i ferd med å tømme for salgspotensial.” (*Morgenbladet* 20. desember 2013–2. januar 2014 s. 50-51)

“Historien om Donna Tartt er historien om en varslet suksess. Da hennes første roman, “*The Secret History*”, ble utgitt i 1992, var forventningene skyhøye. Forfatteren Bret Easton Ellis (“*American Psycho*”) – hennes venn fra studietiden ved Vermont College, hadde introdusert henne for sin egen litterære agent, som umiddelbart hadde falt for sørstatstalentet – med en påfølgende budrunde mellom flere forlag som resultat. Forskuddet på 450.000 dollar var ny rekord for en litterær debutant. 22 år etter utgivelsen har “*The Secret History*” solgt i over fem millioner eksemplarer.» (*Dagens næringsliv* 10. mai 2014 s. 16)

Forfatteren Gert Nygårdshaug sluttet i 2014 å publisere bøker hos forlaget Cappelen Damm, fordi han var misfornøyd med deler av forlagets innsats. “Etter at han skaffet seg Trude Kolaas som litterær agent, har det franske forlaget J’ai lu kjøpt hele seks av Nygårdshaugs romaner. - Som min nye agent, har hun utrettet mer på et halvt år enn Cappelen Damm har gjort på 23. Jeg opplevde at de to som jobbet i Cappelen Agency ikke maktet å få fram potensialet de hadde i sin overfylte portefølje, sier han.” (*Dagbladet* 15. februar 2014 s. 3)

“Tidligere Gyldendal-redaktør Hans Petter Bakketeig starter en ny type bokagentur i Norge. Han vil både selge forfattere til utlandet og til norske forlag. Norge har få

frittstående bokagenturer. I dag lanserer den erfarne forlagsmannen Hans Petter Bakketeig den norske avdelingen av Stilton Literary Agency. Agenturet er det første nordiske agentsamarbeidet med kontorer både i Sverige, Finland og Norge. - Vårt forbilde er de gode agentene i England og USA. Vi skal både selge forfattere til utlandet, og vi skal jobbe frem nye forfattere som alt fra starten av tenker internasjonal lansering, sier Bakketeig. [...] - Det handler om å tørre å tenke på internasjonale markeder idet man starter tenkearbeidet sammen med forfatteren. Det er uvanlig å arbeide slik i Norge. [...] - Mange forfattere har behov for en coach, for å diskutere forfatterskapet sitt; en lojal rådgiver som kjenner forfatterne og som følger med på markedene. Jeg tror også det er grunn for å jobbe mye mer på idéplanet. Hvis du har et godt og gjennomarbeidet synopsis, kan du selge boken før den er skrevet.” (*Aftenposten* 16. april 2010 s. 8)

“I stevningen fra advokat Tor J. Sibbern anføres det at Margit Sandemo ikke hadde noen innvendinger mot fakturaen på 170 000 som hun allerede har betalt. Men den ubetalte fakturaen på 595000 kroner, som er årsaken til at Sandemo er stevnet for retten, skal dekke Sibberns kostnader og utlegg for utført arbeid – i perioden 20. august til 16. oktober 2012, da samarbeidet ble avsluttet fra forfatterens side. Alt dette ifølge rettsdokumentene. I grunnlaget for stevningen mener Sibberns advokater at arbeidet han har utført for Sandemo var i tråd med den inngåtte avtalen og hennes muntlige instruksjoner. Timelistene, som er lagt ved stevningen, omfatter blant annet: Telefonsamtaler og møter med forlagene Schibsted, Gyldendal, Aschehoug, Kagge og Cappelen Damm. Reise til New York fra 7. til 14. oktober 2012 for møter med flere forlag for eventuell e-bokutgivelse av Sandemos bøker i USA. [...] Sandemos økonomiske og aktivitetsmessige mellomhavende med ulike forlag og avtalepartnere må avklares og at dette “er helt nødvendig for å kunne “redde stumpene” og øke inntektene dine fremover.” 30. august 2012 undertegner Sandemo to nye avtaler, “Power of Attorney” og “Agent Agreement”. Disse ga Sibbern eksklusiv fullmakt til å representere Sandemo som advokat og litterær agent, samt myndighet til å fatte beslutninger på hennes vegne.” (*VG* 10. november 2013 s. 39)

“En oversatt bok gir forfatteren heder og ære, men ikke alltid penger i potten. Slik trenger det ikke være. Stadig flere norske forfattere skaffer seg egne litterære agenter, gjerne svenske, og tjener gode penger. Nå får vi vår første selvstendige agent i Norge også [hun heter Eirin Hagen]. [...] - Jeg fikk mangedoblet forskuddet og innpass på det engelske markedet da jeg fikk egen agent. Nå selges jeg på flyplasser i Malawi. I Gyldendal var det en umulighet, der tenkte de ikke en gang tanken, forteller Kjell Ola Dahl. For to år siden ble han kontaktet av den svenske litterære agenten Niclas Salomonsson. Salomonsson hadde lest Dahl og likte det han leste. Han ville gjerne ha den norske forfatteren i stallen sin, en eksklusiv gjeng som rommer både Jan Guillou, Astrid Lindgren og Monika Fagerholm. - Jeg var usikker først, vi er jo litt forsiktige og lojale av oss, vi forfattere. Flere av bøkene mine var blitt solgt til både Tyskland og Sverige, men det virket som om forlagsagenten hadde problemer med å få gehør for bøkene mine. Jeg vurderte hvordan de

selvstendige agentene jobbet, og valgte til slutt å tegne kontrakt med Niclas. Det er jeg godt fornøyd med. Han er dyktig og svært profesjonell, slår Kjell Ola Dahl fast. De aller fleste forfatterne signerer agentkontrakten sammen med normalkontrakten, og overlater alle rettighetene til forlaget sitt. Skulle en bok bli oversatt, blir vi glade for det, men store penger blir det sjelden av det. Unni Lindell var den første norske forfatteren som skaffet seg svensk agent, og skrudde opp størrelsen på forskuddene. Det er fire år siden. Da uttalte hennes norske forlegger, William Nygaard, at Lindells handling neppe kom til å endre noe på situasjonen i Norge. Her fantes det tillit mellom forfatterne og forlagene. I Norge ble forfatternes interesser ivaretatt.” (Line Baugstø i http://skrift.no/forfatteren/0504_Hele_nummeret.pdf; lesedato 11.05.17)

“For ett år siden [i 2004] startet Aschehoug opp Aschehoug Agency, og rustet opp denne delen av virksomheten sin. Gyldendal fulgte hakk i hæl, og i høst kom Cappelen Agency. Fra 1. desember får vi også vår første selvstendige agent i Norge. Eirin Hagen slutter i Cappelen for å starte egen agentvirksomhet, Hagen Agency. Fra årsskiftet skal hun ta seg av rettighetssalget til Det Norske Samlaget. Dessuten vil hun representere enkeltforfattere fra andre forlag. - Jeg vil ha mer tid til hver enkelt forfatter og hvert enkelt forfatterskap. [...] Forfatterne er ikke lenger lojale dersom de tror de kan tjene mer ved å bryte bånd. De store forlagene har skjønt at de må skjerpe seg, og bruker nå mer ressurser på å selge forfatterne utenlands. Ikke desto mindre mistet Aschehoug nylig Jo Nesbø, en annen av storselgerne, til Salomonsson Agency i Sverige. Etter Frankfurtmessen i år ble det rapportert at Nesbøs nye bok ble solgt for en god pris til et nytt forlag i Nederland, og Nesbøs gamle forlegger i Nederland var deppa. Jo Nesbøs rettigheter er tidligere ivaretatt av Gina Winje i Aschehoug. - Noen av agentene baserer seg kun på bestselgerforfatterne. De tar forfattere som er bygget opp av andre, og skummer fløten. Det er ikke interessant for hoveddelen av norske forfattere, sier Gina Winje, som nylig ble sjef for Aschehoug Agency. - Nordisk litteratur har de siste årene opplevd stadig økende suksess innen alle typer genrer. Dette skyldes til dels at den litterære kvaliteten er høy i internasjonal sammenheng, og dels langsiktig arbeid fra forlagene.” (Line Baugstø i http://skrift.no/forfatteren/0504_Hele_nummeret.pdf; lesedato 11.05.17)

“Utviklingen de siste årene innen agentvirksomheten i Norge og våre naboland, er en profesjonalisering, slår hun [Gina Winje] fast. Forlagene bruker mer ressurser, og tar bedre vare på forfatternes rettigheter. - Det er til litteraturens og forfatternes beste. Vi blir stadig bedre på dette arbeidet. Vår styrke som forlagsagentur, er at vi er tett på forlaget og på forfatterne. Vi har økonomisk evne og vilje til å jobbe langsiktig. Det er en stor fordel for forfatterne. Vi skjønner at vi må investere nå, for å kunne høste i fremtiden. Det er selvsagt lov å være opptatt av kortsiktig gevinst, men det tjener kanskje ikke norsk litteratur på lang sikt, sier Gina Winje. - Er det forskjell på metodene forlagene og de selvstendige agentene bruker? - Tiltømmelsen kan nok være noe ulik. Vi bygger langsiktige relasjoner og jobber over tid. Kanskje kan du få mer penger for en bok ved å skifte forlag, men det er

ikke sikkert det vil lønne seg i fremtiden. Jeg tror vi tenker mer nyansert og ivaretar bredden. For noen forfattere er det viktig å tjene mest mulig penger, for andre kan det være vel så viktig å komme ut på et litterært forlag de identifiserer seg med. - Når dere skal ta vare på alle forlagets bøker, vil ikke den enkelte boka drukne i massen da? - Ikke alle bøker skal ut og reise i verden, det er ikke noe mål i seg selv. Vårt mål er å få til å selge det som har potensial til å bli solgt. Noen bøker vil være viktigere enn andre noen år. Slik er det bare, sier Gina Winje.” (Line Baugstø i http://skrift.no/forfatteren/0504_Hele_nummeret.pdf; lesedato 12.05.17)

“Denne uken kom beskjednen om at Jon Fosse bytter fra tyske Rowohlt til et nystartet norsk agentur, drevet av tidligere Norla-direktør Gina Winje. Winjes agentur er frittstående, men føyer seg likevel inn i en tendens. De store forlagene har sett seg lei på at Nesbø og Knausgård beriker lommene til superagenter som svenske Salomonsson og amerikanske Andrew Wylie. Aschehoug har startet Oslo Literary Agency, Gyldendal forent krefter med Copenhagen Literary Agency. Knausgårds agent Andrew Wylie, som også representerer Åsne Seierstad, kalles Sjakalen i bokbransjen, fordi han er kjent som en knallhard forhandler som presser opp prisene – til fordel for forfatterne. [...] Som Klassekampen har vist i en serie artikler, er det fremdeles sjelden inntektene for en oversatt bok overstiger prisen på boblejakkene til en vanlig norsk middelklasseungdom. På den bakgrunn er det liten grunn til å se utviklingen som noen entydig sjakalifisering av norsk bokbransje. For de fleste forfattere vil inntektene neppe overstige innsatsen agenturet legger ned. Slik det internasjonale markedet ser ut, synes agenturene å måtte operere etter de samme prinsippene som norsk forleggeri generelt: at mange lave summer veies opp av noen få store suksesser. For forfatterne har det å bli oversatt gjerne betydning utover salget. Man blir lest og invitert, kontakter knyttes, forfattere snakker sammen og påvirker hverandre. Slikt betyr noe på lang sikt.” (Ane Farsethås i *Morgenbladet* 13.–19. januar 2017 s. 51)

“Bransjeveteranene Thomas Mala og Astrid Dalaker starter opp et nytt og uavhengig litterært agentur [kalt Northern Stories]. I stallen har de forfattere som Agnes Ravatn og Thomas Enger. [...] - Det norske bokmarkedet blir stadig mer internasjonalt, noe som betyr at det er større behov for flere som kan hjelpe norske bøker med å reise, sier Dalaker. I tillegg betyr det også mye at norske forfatternavn som Karl Ove Knausgård og Per Petterson har markert seg på utenlandske salgslister, mener Mala. - Det har ført til at oppmerksomheten rundt litterær agenturvirkosomhet har blitt større, sier han. Klassekampen har tidligere skrevet om de litterære agenturene som spretter opp i Bok-Norge. En viktig faktor i agenturbølgen er at Norge er hovedland under bokmessa i Frankfurt 2019, verdens største salgsmesse for bøker. [...] De store forlagene i Norge har rustet opp sin agentvirkosomhet. Den største aktøren er det Aschehoug-eide Oslo Literary Agency med Even Råkil i spissen. Forlaget Gyldendal har inngått et samarbeid med det danske agenturet Copenhagen Literary Agency. Nå etablerer Northern Stories seg i det samme markedet, men som en uavhengig geskjeft. Det er organisert som et aksjeselskap og eies av Mala og Dalaker. De har blant annet sikret seg avtaler med

norske forfattere som Agnes Ravatn, Anders Bortne, Thomas Enger og Jørgen Jæger. - Vi har også skrevet under avtale med Ida Løkås og Janne Stigen Drangsholt. I tillegg har vi signert noen forfattere vi ikke kan gå ut med navnet på ennå, sier Mala. Det å ikke ha et stort forlag i ryggen vil være en fordel, mener han. - Vi har ingen planer om å ha 200 forfattere hos oss, noe som betyr at vi kan følge opp hver enkelt i mye større grad. Vi holder åpent for at forfattere kan sende inn manus til oss. [...] vi skal kunne fungere som rådgivere for våre forfattere og hjelpe til med utviklingen av forfatterskapet, sier Mala. [...] Selv om etableringsiveren blant norske bokagenter er stor, står det dårlig til med inntjeningen. Da Klassekampen skrev om dette før jul, kom det fram at ingen av de forlagseide agenturene klarte å tjene mer enn de brukte på virksomheten.” (*Klassekampen* 6. mars 2017 s. 20)

“Norske litterære agenter ruster opp mot bokmessa i Frankfurt 2019. [...] Kan dette være den nye Knausgård? Arvtakeren til Jo Nesbø kanskje? Hvem vil bli den nye bestselgeren der ute? - Konkurransen om forfattere er internasjonal. Vi ser en økende interesse for norsk litteratur, og utenlandske agenter har lenge sett mot Norge. Det er ingen grunn til å la dem få flere av våre bestselgende forfattere, sier Even Råkil, rettighetssjef i Oslo Literary Agency. [...] I 2019 er det Norge som skal være hovedland under bokmessa i Frankfurt. Og siden dette er verdens viktigste møteplass for den internasjonale bokbransjen – og det å være hovedland gjør at man får en enorm eksponeringsmulighet av sitt lands litteratur og forfattere – er det ingen grunn til å ligge på latsida. Tidligere har det vært vanlig at forlagene selv har håndtert salget av egne titler og forfattere til utlandet. I tillegg har utenlandske agenturer vært på frierferd i det norske forfattermarkedet og gjort sine kupp. Jo Nesbø, Linn Ullmann og Karl Ove Knausgård er blant dem. - Svenske Salomonsson Agency gjør en kjempejobb for Nesbø, men når det kommer en ny forfatter av Jos kaliber, så er vi her, sier Råkil. Det var i fjor Aschehoug Literary Agency ble til Oslo Literary Agency. De er fortsatt eid av Aschehoug, men jobber også for forfattere som ikke tilhører forlaget. [...] Som agenter må vi være bevisste på hvilke forfattere vi velger. Hvis vi bare sier ja til dem vi tror vil selge, bommer vi stort, sier han.” (Rannveig Korneliussen i <https://www.dagbladet.no/kultur/de-er-agenter-i-bokmarkedet---og-vil-ta-opp-kampen-med-konkurrentene-ute-i-verden/67638567>; lesedato 30.11.17)

“Superagent Niclas Salomonsson (42) har brent mange broer for å gjøre Jo Nesbø (57) til internasjonal forfatterstjerne. Og ennå er han langt fra å nå “den store planen” han har med Jo. [...] På et fancy kontor på Södermalm i Stockholm sitter mannen som er kåret til Sveriges mektigste agent og den åttende mektigste aktøren i hele den svenske bokbransjen: Niclas Harry Salomonsson. Ja, Harry som i Harry Hole. Han tok mellomnavnet av ren kjærlighet til Jo Nesbø og hans hovedperson.” (http://pluss.vg.no/2017/05/27/2815/2815_24007204; lesedato 15.02.18)

“I Norge er det i dag [2017] sju egne skjønnlitterære agentbyråer. Tre av dem er tilknyttet forlagene, mens de fire andre er uavhengige. [...] Rettighetene til ei

enkelt bok kan selges for alt mellom noen få tusen kroner, til sjustifrede beløp. Av salgssummen får det norske agenturet 25 prosent, mens de resterende 75 går til forfatteren. Dette er standard-avtale. [...]

Litterære agenter i Norge

Oslo Literary Agency:

Representerer mer enn 200 forfattere fra Aschehoug, Oktober og Universitetsforlaget. Har forfattere som Jostein Gaarder, Jon Michelet, Maja Lunde, Dag Solstad, Per Petterson og Nina Lykke i stallen.

Nothern Stories Literary Agency:

Startet opp i vår [2017], med Astrid Dalaker og Thomas Mala. Har for øyeblikket Agnes Ravatn, Anders Bortne, Thomas Enger, Jørgen Jæger, Ida Løkås og Janne S. Drangsholt i sin portefølje.

Eirin Hagen Literary Agency:

Ble etablert i 2005 som det første uavhengige litterære agenturet i Norge. Representerer Kagge, Samlaget, Spartacus, Omnipax, Mangshou og Humanist forlag og har blant andre Maria Parr og Ingeborg Arvola hos seg.

Stilton Literary Agency:

Startet opp i 2009, kontoret i Oslo drives av Hans Petter Bakketeig, har også kontor i Stockholm. Nærmere 40 norske forfattere i stallen, blant andre Erling Kagge, Hanne Kristin Rohde, Ragnar Hovland og Kaja Nordengen.

Winje Agency:

Startet opp i fjor høst av Gina Winje, tidligere NORLA-direktør, hun har også jobbet i Aschehoug Agency. Har Jon Fosse og Ruth Lillegraven i sin stall.

Gyldendal Agency:

Et forlagsagentur som representerer bredt, alt fra en omfattende liste av barne- og ungdomsbøker til sakprosa, klassikere og norske samtidsforfattere. Representerer blant annet Gunnar Staalesen, Tomas Espedal, Ingvild Rishøi, Herbjørg Wassmo, Knut Hamsun og Tarjei Vesaas [dvs. også forfattere som ikke lenger er i live].

Copenhagen Literary Agency:

Fra 2016 inngikk Gyldendal forlag et samarbeid med disse, men det gjelder kun for noen av deres skjønnlitterære forfattere. Har kontor i Oslo, med en ansatt. Har forfattere som Nicolai Houm, Erika Fatland, Erik Fosnes Hansen, Monika Kristensen og Helene Uri.

Cappelen Damm Agency:

Representerer Cappelen Damms forfattere, og har nå styrket arbeidet med å få dem utgitt internasjonalt. Vigdis Hjorth, Lars Saabye Christensen, Roy Jacobsen og

Erlend Loe er noen av forfatterne de jobber med.” (Rannveig Korneliussen i <https://www.dagbladet.no/kultur/de-er-agenter-i-bokmarkedet---og-vil-ta-opp-kampen-med-konkurrentene-ute-i-verden/67638567>; lesedato 30.11.17)

“I Norge er det per i dag flest bokagenter, det vil si agentvirksomhet drevet av forlagene, men nå blir det også flere forfatteragenter i det norske markedet. Disse er frittstående agenter som ikke er knyttet til noe forlag. Årsaken til at agentbransjen ikke har fått særlig fotfeste hittil i Norge er dels at Norge er et veldig lite bokmarked og at det norske markedet er veldig regulert gjennom både bransjeavtalen og forfatteravtalen. [...] Den såkalte normalkontrakten som forfattere inngår med forlaget regulerer mange flere forhold enn det som er vanlig i andre land. Dermed har ikke norske forfattere hatt så stort behov for en mellommann for å ivareta sine interesser. Nå kan ting være i ferd med å endre seg og det blir ventelig flere aktører også her hjemme. - Agentens rolle i bokbransjen er kjøp og salg av bokrettigheter, de er med på å forhandle fram hvem som skal få hvor mye av bokkrona og de er formidlere av litteratur over landegrensene, sier Anitra Figenschou. Hun er høyskolelektor ved Institutt for kommunikasjon og kultur på Handelshøyskolen BI og ekspert på det norske bokmarkedet. [...] - Det norske bokmarkedet skiller seg ut ved å ha svært få frittstående agenter, altså agenter som ikke er ansatt ved et forlag for å drive rettighetssalg. Årsaken er at forfatterne i Norge har trygge og stabile rammer gjennom Normalkontrakten, denne mye brukte kontrakten mellom forlegger og forfatter gjør at forhandlingsrommet mellom de to partene snevres inn, og når det ikke er noe rom for forhandlinger, mister agenten mye av sin funksjon, forklarer hun.” (Caroline M. Svensen i *Bok og bibliotek* 8. april 2015 s. 42)

“I England og USA spiller bokagenten derimot en veldig viktig rolle som mellommann mellom forfatteren og forlaget. I praksis blir de da en forfatteragent. Dersom forlaget er interessert i et bokmanus skjer forhandlingene om rettighetene med forfatterens agent, og forfatter og forlag har ikke et samarbeid før ganske langt ut i selve utgivelseprosessen. Faktisk er det slik i disse landene at forlagene som regel ikke mottar manus direkte fra en forfatter, men alt blir silt gjennom agentene. Det gjør agentene til en mektig aktør i bok-verdikjeden, både når det gjelder hvilke bøker som skal gis ut og hvilken pris en forfatter kan få. Agentene får nemlig en prosentandel av forfatterens salg. Og en behøver ikke å dra lenger enn til vårt naboland Sverige for å finne det store agentfirmaet Salomonsson Agency, der blant annet Jo Nesbø og Anne Holt er representert. Dette firmaet operer mer som forfatteragentene gjør i England og USA. - Da Jo Nesbø valgte Salomonsson Agency, framfor Aschehougs egne agenter på begynnelsen av 2000-tallet, betød det mye for norske forlags satsning på salg av forfatterskap til utlandet. De bygde opp og styrket sine egne Agency's, sier Figenschou.” (Caroline M. Svensen i *Bok og bibliotek* 8. april 2015 s. 42)

“Mye av årsaken til at bokagentmarkedet er annerledes i Norge enn i mange land kan tilskrives statsstøttede Norla (Senter for norsk skjønn- og faglitteratur i

utlandet). [...] Senteret er et statsstøttet og ikke-kommersielt informasjonskontor som skal promotere norsk litteratur i utlandet. Kanskje viktigst er det at utenlandske forlag som utgir bøker av norske forfattere, kan søke Norla om støtte til oversettelsene, men Norla formidler også kontakt mellom norske forfattere/forlag og utenlandske oversettere, forlag, universiteter og andre med interesse for norsk litteratur. Norla støtter også lanseringsreiser og forfatterpresentasjoner i utlandet og deltar på internasjonale bokmesser. Mye av dette er ofte klassiske agent-oppgaver i andre land.” (Caroline M. Svensen i *Bok og bibliotek* 8. april 2015 s. 42)

“- Jeg forsøkte å få min egen agent og tok kontakt med Niclas Salomonsson, men han ville ikke ha meg. Like etter startet Aschehoug opp Aschehoug Agency, som også omfatter bøkene på Oktober. Da sluttet jeg umiddelbart å lete etter egen agent. Hadde ikke Aschehoug startet dette agenturet, ville jeg nok fortsatt jakten, for jeg følte ikke at det var noen som aktivt prøvde å selge bøkene mine til utlandet, forteller Anne B. Ragde. Hun er svært godt fornøyd med den jobben Gina Winje gjør. For øyeblikket er det *Berlinerpoplene* og *Eremittkrepsene* som blir solgt til høystbydende i utlandet. Etterpå står *Arsenikktårnet* for tur. For Anne B. Ragde er det ikke minst viktig at den siste boken kan få et større marked. - For meg betyr det ingenting hvordan forlaget jobber i utlandet, men hvordan de selger min bok. Det er hver enkelt bok som teller. I utlandet skal du være fryktelig stor for at hele forfatterskapet skal telle. Jeg gir nå ut min femte og sjette bok i Tyskland, men jeg har aldri vært invitert dit. Det blir litt fjernt, jeg føler ikke så stor lojalitet til de tyske forleggerne. Samme forlag har fått rettighetene til *Berlinerpoplene* og *Eremittkrepsene*, og det er jeg for så vidt glad for. Men det er tilfeldig, for det var en budrunde, og høyeste bud vant. Til sjuende og sist er det pengene som teller, mener Anne B. Ragde, som har avblåst jakten på egen agent.” (Line Baugstø i http://skrift.no/forfatteren/0504_Hele_nummeret.pdf; lesedato 12.05.17)

“Kjell Ola Dahl ønsker seg ikke tilbake til forlagsagentene. - Det skal mer til enn et nytt navn og en ekstra ansatt, for å selge bøker. Problemet for forlagsagentene er at de er ansatt i forlagene, og skal selge forlagets bøker. Det gir dem mye mindre troverdighet. En selvstendig agent velger selv hva han vil selge. Han liker bøkene og tror på forfatteren. Det vet motparten. Kjell Ola Dahl opplevde ikke at han ble tatt helt på alvor i forlaget. - Det skal liksom være en stor ære å bli oversatt. Vi skal være takknemlige og glade bare vi blir invitert ut på middag. Mange forlag ønsker å ha noe litt eksotisk på lista, men de ønsker ikke å betale noe for det. På forhånd vet de at utenlandske bøker selger lite, og derfor blir de heller ikke promotert. Så kommer det inn en agent, og han vil tjene penger. Da må han jobbe annerledes, og sørge for at forlaget satser på boka. En måte å gjøre det på, er å kreve et stort forskudd. Det vil presse forlaget til å gjøre mer for å selge boka, sier Dahl. Han får mange henvendelser fra forfatterkolleger som ønsker å bli oversatt, og lurert på hvordan det kan skje. En god agent hjelper åpenbart, men man må ikke miste perspektivet heller. - Det er veldig viktig å huske på at agenten ikke genererer noe som helst. Det er det boka som gjør. Agenten kan bare være flink til å fortelle at

dette er en god bok, slår Kjell Ola Dahl fast.” (Line Baugstø i http://skrift.no/forfatteren/0504_Hele_nummeret.pdf; lesedato 12.05.17)

Helene Uri har sagt om sin tilknytning til et agentur: “Jeg har en agent fordi jeg kan skrive bøker, men ikke selge dem. For meg er det viktig at det gjøres så profesjonelt som mulig, av folk som har et stort nettverk og vet hva de driver med. Det handler om å selge bøker, men også å snakke med filmfolk for salg av opsjoner. Jeg har i alle år vært representert ved Gyldendal Agency. De gjorde en kjempejobb med mitt forfatterskap – mine bøker er oversatt til sytten språk. Men da Gyldendal inngikk samarbeid med Copenhagen Literary Agency, takket jeg ja til tilbudet om å skifte over til dem. Hvis agenten ikke gjør en god nok jobb, så vil jeg bytte agent. Men dette er en bransje hvor ting kan ta tid.” (sitert fra <https://www.dagbladet.no/kultur/de-er-agenter-i-bokmarkedet---og-vil-ta-opp-kampen-med-konkurrentene-ute-i-verden/67638567>; lesedato 01.12.17)

Tom Egeland fortalte i et intervju: “Å ha agent er viktig for å bli lest av utenlandske forlag og litterære talentspeidere. De gjør en jobb vi forfattere verken har tid, kapasitet, innsikt eller kontaktnett til å gjøre selv. Jeg har hatt fem agenter de siste 20 åra, men alle har tilhørt samme agentur. Jeg har fått tilbud fra frittstående agenter, men har valgt å forbli på det som nå heter Oslo Literary Agency. Men det er klart – hvis utenlandssalget stopper opp, kan det jo godt hende at det er nyttig for begge parter å prøve en ny agent med nye kontakter og salgsmetoder. Mitt hovedfokus er å skrive best mulige bøker og ikke henge meg altfor mye opp i alt som har med salg og markedsføring å gjøre. Det er deilig å kunne overlate den delen av jobben til forlag og agenter.” (Rannveig Korneliussen i <https://www.dagbladet.no/kultur/de-er-agenter-i-bokmarkedet---og-vil-ta-opp-kampen-med-konkurrentene-ute-i-verden/67638567>; lesedato 30.11.17)

“Gunnar Staalesen har også vurdert å finne egen agent, men han har slått det fra seg. - Jeg er godt fornøyd med den jobben Gyldendal gjør, og syns jeg har et utmerket samarbeid med dem. Kanskje kunne jeg tjent litt mer penger på å få meg egen agent, men jeg er egentlig fornøyd med salget i Norge, og syns jeg har et rimelig bra salg i utlandet også. Jeg ser for meg at jeg skriver for et norsk og skandinavisk publikum, alt utenom er bonus. Jeg leverer ikke verdenslitteratur som skal spres ut til alle verdens hjørner, sier Staalesen, som ikke ser noe problem i at stadig flere kolleger velger annerledes enn ham. - Det syns jeg må være hver enkelt forfatters personlige valg. Kanskje vil denne utviklingen også skjerpe forlagene til å gjøre en bedre jobb. En helt annen sak er om vi får agenter som opptrer på det norske markedet, og selger manus til norske forleggere. Det kan sette normal-kontrakten i fare, og jeg har ingen tro på forfatternes evne til å forhandle individuelt. Det er ikke noen ønskelig utvikling. Men salget til utlandet representerer ikke noen fare for avtalene våre, sier Gunnar Staalesen.” (Line Baugstø i http://skrift.no/forfatteren/0504_Hele_nummeret.pdf; lesedato 12.05.17)

“Karl Berglund fäster i “A Turn to the Rights. The Advent and Impact of Swedish Literary Agents” [i boka *Hype: Bestsellers and Literary Culture*, 2014] uppmärksamheten vid det faktum att litterär opphovsrett i dag inte endast eller kanskje ens i första hand gäller bokmarknaden, utan även andra medier, inte minst filmen. I denna för många författare obekanta opphovsrettsliga djungel har de litterära agenterna kommit att framstå såsom oubleärliga ciceroner. Berglund använder sig av den svenska bokmarknaden för att i sitt kapitel undersøke hur agenten påverkar den litterära økonomiens maktstrukturer. [...] Den første byrå, grundad 1990, var en nagel i øgat på forlagene, som dertil i høg grad skøtt film- og utlandskontakter. Som ett motdrag har de store forlagshuse i början av 2000-tallet grundet agenturer som ska tillvarata bästsäljande författares utrikesintressen, vilket ingalunda är okomplicerat, eftersom dessa agenturer ytterst ska bevaka forlagens intressen. Ett särdrag för Sverige är att det i första hand är de bästsäljande författarna som har agenter, medan det utomlands är mer allmänt spritt inom författarkorpusen: Berglund nämner att så gott som alla brittiska författare i dag har agenter. Man kan säga att agenten har tre huvudoppgifter: att förmedla manuskript till förläggare och andra avnämare, att förmedla lektörers och egna synpunkter på manuskript, och att för författarens räkning förhandla sig till så fördelaktiga villkor som möjligt från forlag och i förekommande fall filmindustri, dataspelutvecklare och tillverkare av memorabilia.” (Dag Hedman i <https://uu.diva-portal.org/smash/get/diva2:913216/FULLTEXT01.pdf>; lesedato 16.08.18)

På det amerikanske bokmarkedet hadde ca. 80-90 % av alle amerikanske forfattere i 2008 en agent i ryggen (Plachta 2008 s. 58). Det blir antatt at 85 % av alle boksuksesser i Tyskland på begynnelsen av 2000-tallet har blitt drevet fram av litterære agenter (Plachta 2008 s. 59).

“Det er svært sjelden den litterære legenden Harper Lee lar høre fra seg i offentligheten, men den 87 år gamle forfatteren har nå stått frem som offer for en grisk agent. Lee hevder at Samuel Pinkus, som overtok agenturet for hennes forfatterskap i 2002, har utnyttet hennes svekkede syn og hørsel for å kunne sikre seg urettmessige andeler av inntektene fra *To Kill a Mockingbird*, Lees eneste roman, som utkom i 1960 og flere ganger er blitt kåret til en av verdens beste bøker.” (*Morgenbladet* 10.–15. mai 2013 s. 39)

“Da journalisten og forfatteren Michael Bourne besøkte det litterære agentkontoret Folio i New York, fikk han den nakne sannheten. Én av agentene brukte 14 minutter på å behandle og svare på 19 henvendelser fra håpefulle forfattere med mer eller mindre trykkeklare manus. Hun avviste 18 av dem og lot én ligge igjen for nærmere vurdering. 14 minutter, altså. “Hvis du synes det høres ut som om alt avhenger av hvem du kjenner, er det fordi det er akkurat det det gjør,” oppsummerer Bourne på nettstedet *The Millions*.” (*Morgenbladet* 17.–23. august 2012 s. 36)

“[D]en mektige litterære agenten Andrew Wylie har skapt raseri i forlagsbransjen ved å inngå en kontroversiell avtale om direktesalg til Amazon av ebokutgavene til forfattere som Philip Roth, Salman Rushdie, Martin Amis og Saul Bellow”
(*Dagbladet* 14. august 2010 s. 2).

Den kroatisk forfatteren Dubravka Ugrešić ble en gang ropt opp og etterlyst over høyttaleranlegget på en stor europeisk bokmesse. Da Ugrešić kom til det stedet i messeområdet hun var blitt bedt om å gå til, stod hennes litterære agent der, som hadde sørget for å få hennes navn ropt opp slik at flest mulig skulle legge merke til navnet, altså som en slags reklame (Zeh, Ingendaay m.fl. 2002 s. 94-95).

“Bastion forlag har betalt flere toppbloggere for gode omtaler av bøker denne høsten. Norges største forlag, Cappelen Damm, bekrefter at også de har kjøpt bokomtaler av bloggere. [...] Leserne av min blogg er en kjøpesterk gruppe og først og fremst damer – det er klart det er interessant for et forlag som skal selge en slik bok, sier bloggeren Anne Brith Davidsen – som i oktober var på topp ti-listen over de mest populære bloggerne i Norge. [...] Hun henviser til agenten United Influencers når det kommer til hvor mye hun tar betalt for slike innlegg, men de ønsker ikke å kommentere økonomi.” (Camilla Norli i <https://www.vg.no/rampelys/bok/i/0RWp0/forlag-kjoeper-gode-anmeldelser; lesedato 14.11.18>)

Litteraturliste (for hele leksikonet): <https://www.litteraturogmedieleksikon.no/gallery/litteraturliste.pdf>

Alle artiklene i leksikonet er tilgjengelig på <https://www.litteraturogmedieleksikon.no>