

DER PUBLISHER

Das Autorenberater-Magazin

Alles zum Thema Schreiben und Veröffentlichen!



Nicole von »Unsere Bücherwelt« ist verliebt in Winter

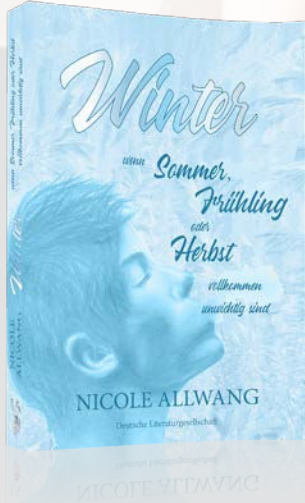
Nicole und Daniela teilen eine Leidenschaft: Bücher!

Sie sind absolute Leseratten und betreiben mit viel Liebe und Hingabe ihren Blog »Unsere-Bücherwelt.de«.

Ihr Ziel: Schätze, Geschichten und Bücher entdecken, die begeistern, berühren und verändern.

Diese Leidenschaft teilen sie mit uns und euch, ihren Lesern, und empfehlen regelmäßig Bücher unterschiedlicher Genre, neuer und bekannter Autoren, von Verlagen und Self-Publishern.

Ein Blog-Muss für alle Büchernerds!



»Mein Leben war immer kalt und einsam wie der Winter. Mein Name könnte nicht besser gewählt sein. Doch dann war da plötzlich Clyde und brachte mein mühsam aufgebautes Leben ins Wanken. Ausgerechnet der größte Playboy der Schule hat ein Auge auf mich geworfen. Doch es geht um mehr als nur Gefühle – es geht um mein Überleben.«

Clyde kann jedes Mädchen haben. Das ist er jedenfalls so gewohnt. Doch dann bringt Winter sein Weltbild völlig durcheinander, denn das neue Mädchen in der Klasse ignoriert ihn komplett. Sein Ehrgeiz ist gepackt, doch schon bald merkt er, dass es ihm nicht einfach nur um eine neue Eroberung geht ...

Nicole Allwang, Winter – Wenn Sommer, Frühling oder Herbst vollkommen unwichtig sind
Taschenbuch, 12,80€
978-3-03831-191-1

Was für ein Buch! Alles an ihm ist einfach besonders für mich ...

... das besonders schöne Cover, welches den Protagonisten Clyde ziert und von vorne herein eine gewisse Kälte ausstrahlt. Es passt so unglaublich toll zum Inhalt des Buches!

... der besonders perfekt gewählte Titel, der zunächst für Neugier, aber auch für etwas Ungewissheit sorgt, denn man kommt erst allmählich dahinter, warum er so fantastisch geeignet ist.

... der besonders tief sinnige, einnehmende und vor allem authentische Schreibstil dieser jungen Autorin!

Nicole Allwang hat mich mit diesem Buch komplett abgeholt, ich habe ihr jedes Wort abgenommen und konnte alles hautnah fühlen. Ihre Sprache ist dabei jugendlich und erfrischend leicht, was daran liegen könnte, dass sie sich selber erst im Alter ihrer Protagonisten befindet. Vielleicht macht diese Tatsache die Geschichte auch erst so echt! Die Autorin weiß, wovon sie redet, obwohl ich es wirklich mehr als bemerkenswert finde, dass sie als weibliche Person einem männlichen Protagonisten so viel glaubhaftes Leben eingehaucht hat! Gleichzeitig spürt man beim Lesen aber absolut nicht, dass die Autorin selber erst so jung ist.

Das Buch ist für mich ein absolutes Charakter- und Gefühlsbuch. Es lebt nicht von einer großen Handlung, denn die gibt es gar nicht, sondern einzig von den Emotionen. Es ist eine Geschichte über die Liebe, deren Anfänge, deren Folgen und deren Hindernisse. Genau so lange wie eine tiefe Liebe für ihre Entstehung braucht, genauso viel Zeit braucht auch die Geschichte von Winter und Clyde.

„Winter“ ist nämlich eine Story, die nicht nur im kalten Winter spielt, sondern sich auch komplett um das kühle Mädchen namens „Winter“ dreht. Ein doppeltes Wortspiel, einfach genial und so passend! Wenn ihr das Buch lesen solltet, werdet ihr noch mehr passende Gemeinsamkeiten zum Thema Kälte finden. Winter ist umwerfend schön, kühl in ihrer Art, aber irgendwie besonders und vor allem anziehend für die Jungs. Allerdings scheint sie auch die distanzierteste, schweigsamste und geheimnisvollste Person der ganzen Schule zu sein! Sie hat da irgendetwas zu verbergen und man brennt dauerhaft darauf, genau das zu erfahren. Und da wäre natürlich Clyde, schließlich ist es seine Geschichte, von der ich hier die ganze Zeit rede. Er erzählt sie uns hautnah aus seiner ganz persönlichen Sicht der Dinge und er ist dabei alles andere als schweigsam! Wir begleiten den 18-jährigen bei all seinen Gedanken und Erlebnissen in seinem Alltag. Clyde ist ein Womanizer, Loverboy, Rebell, Fuckboy, Player, sucht euch einfach einen Begriff aus, denn er verkörpert alles davon und ist dabei nicht bescheiden, sondern sehr von sich überzeugt. Als Winter in sein Leben tritt, ändert sich einfach alles und Clyde muss erst mal mit seinen ungewohnten Gedanken umgehen und überhaupt klar kommen. Er stößt auf Widerstand und das ist er nun wirklich nicht gewohnt. Wir Leser sitzen dabei als kleines Mäuschen auf seiner Schulter und beobachten die ganze Zeit mehr als gespannt, was diese Winter in ihm auslöst, was sie gedanklich mit ihm macht oder eben auch nicht, wie er in emotionale Turbulenzen gerät, sich selber belügt, weil sein cooles Image ja Kratzer bekommen könnte. Dabei wird nichts schnell abgehandelt, man geht diesen Weg langsam und damit auch wahnsinnig authentisch, denn echte Liebe braucht nun mal Zeit. Ich habe diesen Weg mit Clyde so wahnsinnig genossen, habe richtig mit ihm mitgefiebert und musste herzlich schmunzeln, wenn er sich mal wieder selbst verarscht hat und offensichtliche Tatsachen einfach nicht wahrhaben wollte. Und ja, Clyde würde das genau so ausdrücken!

Fazit: Eine wahnsinnig authentische Geschichte über die Liebe, ihre Hürden, innere Veränderungen, Zweifel, Ängste und die Zeit. Erfrischenderweise erleben wir hier die Gefühlswelt eines jungen Mannes, der mehr über sich hinauswächst, als er es wahrscheinlich selbst je vermutet hätte. Liebe geht manchmal seltsame Wege, aber letztendlich ist man doch machtlos gegen diese lästigen Schmetterlinge im Bauch, auch wenn man diese gar nicht haben will. Wird die Liebe siegen? Das müsst ihr schon selbst herausfinden.



HERZLICH WILLKOMMEN!

Welche Ideen und Geschichten lassen Sie in endlose Tagträumereien verfallen? Welches Thema beschäftigt Sie so sehr, dass Sie darüber gerne mal ein Buch schreiben möchten? Und wie viele schon lang vergessene Dokumente mit endlos langen Texten schlummern auf Ihrem Laptop? Bücher gibt es viele. Aber sind Ihre Geschichten auch schon auf dem Buchmarkt vorzufinden?

Die Buchbranche hat in den letzten Jahren einen enormen Wandel erlebt. Neben dem klassischen Weg über einen Publikumsverlag, der mit der Zeit immer schwieriger wurde, kann jetzt jede/r als sein/e eigene/r Chef/in ein Buchprojekt zum Leben erwecken.


Inmitten der sich ständig wandelnden Medienlandschaft sind Bücher nicht in den Hintergrund verschwunden. Oder wie kommt es, dass immer noch zahlreiche Bücher geschrieben, veröffentlicht und sogar verfilmt werden? Menschen lieben Geschichten. Und viele von ihnen wollen ganz für sich in ihre private Fantasiewelt zwischen Seiten entfliehen oder wagen sich sogar an den Versuch, ihre eigenen Texte zu verfassen.

Und heutzutage, eben über diese ›Neuen Medien‹, ist der Traum vom eigenen Buch für jeden zum Greifen nahe. Wenn man eine Geschichte geschrieben hat und diese mit der Welt teilen möchte, steht einem dabei nichts mehr im Wege. Zumindest fast nichts. Denn zu einer erfolgreichen Buchveröffentlichung gehört bekanntlich mehr als nur eine geniale Geschichte. Lektorat, Covergestaltung, Produktion, Druck, Vermarktung und die unvermeidlichen Steuern lassen viele angehende Autoren, die sich ganz auf sich gestellt ans Projekt wagen, ins Schwitzen geraten. Den ein oder anderen hält es sogar gänzlich davon ab, den Weg des Self-Publishings und der ersten eigenen Buchveröffentlichung zu gehen.

Mit all den Möglichkeiten heutzutage ist es darüber hinaus auch zunehmend schwieriger geworden, den Überblick zu behalten und dabei vor allem herauszufinden, was zu einem selbst, den eigenen Vorstellungen und Projekten passt. Um Sie als angehende Autoren und Autorinnen davor zu bewahren aufzugeben oder am Ende enttäuscht zu sein, haben wir Ihnen Tipps & Tricks, Wissenswertes und Interessantes über die Welt der Bücher zusammengestellt.

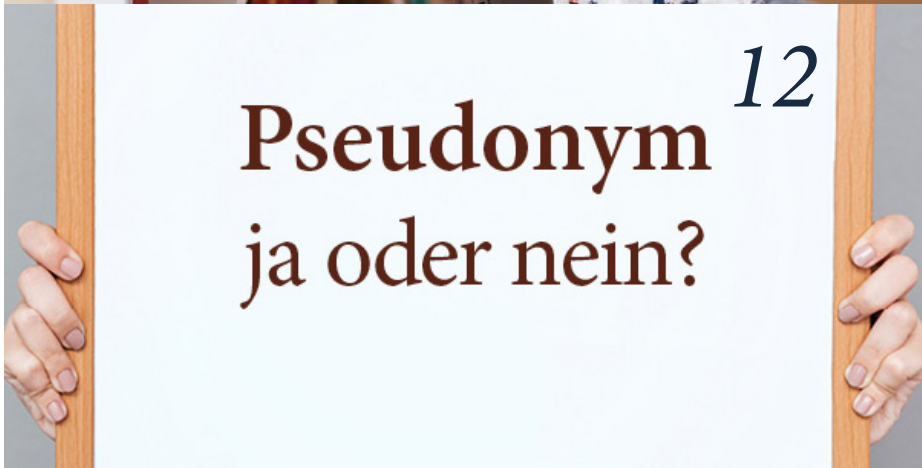
In der dritten Ausgabe des Publishers präsentieren wir Ihnen noch mehr Informationen und Anregungen, die Ihnen dabei helfen, auftretende Hürden zu meistern und gleichzeitig Mut zu schöpfen, dass auch Sie es schaffen werden, ein Buch zu veröffentlichen und mit Ihrer Geschichte in den Buchmarkt einzutreten.

Besuchen Sie auch unsere Facebook-Seite:

 facebook.com/Autorenberater/



14



12
Pseudonym
ja oder nein?



20



6 25



8

INHALT

- 8 *Im Interview mit Peter Buchenau***
Im Gespräch mit dem Autor und Literaturagenten über seinen Beruf und seine Projekte
- 12 *Pseudonym – ja oder nein?***
Was Sie bei der Wahl eines Pseudonyms beachten sollten
- 14 *Stationärer Buchhandel***
Erfahrungsbericht aus Berlin und 5 Tipps für die Platzierung des eigenen Buches im Buchladen
- 20 *Gastbeitrag: Hashtag Werbung***
Wie läuft das Werben in den Sozialen Medien
- 20 *Spezies Illustrator***
Im Gespräch mit Diana Aghte
- 21 *Publikumsverlag und Self-Publishing***
Was bedeuten diese Begriffe und wo liegen die Unterschiede? Wir klären auf!
- 25 *Steuern***
Muss ich als Self-Publisher steuern bezahlen und wie viel?
- 28 *Traumberuf Lektor***
Wie arbeiten Lektoren und was macht ihren Beruf so interessant – im Interview mit drei Lektoren, die ihre ganz eigenen Erfahrungen gemacht haben
- 32 *Wie kommt ein Manuskript zum Publikumsverlag?***
Über den Umgang mit ungefragt eingereichten Manuskripten und die Suche nach dem nächsten Bestseller
- 34 *Was braucht ein Kinderbuch***
Kinderbuchlektorin Lisa Blaser über die Anforderungen an ein kindgerechtes Buch
- 36 *Die Vorbereitung des Manuskripts für Verlag und Lektorat***
Wie präsentiere ich mich richtig?
- 38 *Das Impressum***
Braucht jedes Buch ein Impressum und was muss aufgeführt werden?



©PETER BUCHENAU

IM INTERVIEW MIT PETER BUCHENAU

REDNER UND COACH,
AUTOR, HERAUSGEBER, DOZENT,
LITERATURAGENT UND COMEDIAN

Peter Buchenau, »Mr. Chefsache« und Experte für den privaten und beruflichen Neuanfang im deutschsprachigen Raum, ist ein Mann von der Praxis für die Praxis. Er gibt Tipps vom Profi für den Profi – unabhängig ob Selbstständiger, Freiberufler oder Angestellter.

Früher war er selbst Manager und Geschäftsführer in namhaften Unternehmen wie Ciba-Geigy, MANOR, Unisys oder eibe. Heute ist er Fach- und Führungskräfte-künstler (Trainer, Berater, Coach, Redner), mehrfacher Autor und Herausgeber, Comedian und Dozent an zwei Hochschulen. Peter Buchenau macht heute, was sein Herz ihm sagt. Das Buch dazu, »Mach, was dein Herz dir sagt!«, ist 2018 im Walhalla/Metropolitan Verlag erschienen.

*»Das eigene Buch als Basis
für einen Neuanfang!«*

Herr Buchenau, Sie sind Redner und Coach, Autor, Herausgeber, Dozent, Literaturagent und Comedian – ein ganz schönes Pensum. Hat Ihr Tag 48h? Wie schaffen Sie das alles?

Allein ist das nicht zu schaffen. Ich habe glücklicherweise seit Jahren ein sehr gutes Team, auf das ich mich 100% verlassen kann. Aber ich gebe Ihnen recht. Einen 8-Stunden-Tag gibt es bei mir nicht. Außerdem habe ich ein ausgeprägtes Organisations- und Planungstalent. Das ist die Basis für meinen Erfolg.

Ich hatte das Glück, Sie auf der Buchmesse treffen zu dürfen. Ist die Buchmesse für Sie ein absolutes Muss, um mit Verlagen zu verhandeln und Autoren zu treffen? Oder läuft das bei Ihnen mittlerweile auch eher nebenbei, weil man durch die Digitalisierung immer in Kontakt steht und sich schneller austauschen kann?

*Seit der Steinzeit kommunizieren Menschen mit Menschen und am Lagerfeuer entstanden seit jeher die schönsten Geschichten. Das hat sich bis heute nicht verändert. Daher ist die Buchmesse für mich ein Muss. Ich gehöre noch zu den analogen Menschen, die den persönlichen Kontakt zu Verlagen und Autoren sehr schätzt. Nach wie vor kaufen Menschen von Menschen, wenn der Nasenfaktor passt, sprich, wenn ich jemanden riechen kann. Natürlich aber habe ich auch eine digitale Ader. Ich gehöre ja zu der Generation, die das Internet verbrochen hat. Die digitalen Kommunikationswege werden ja immer besser und nehmen auch bei mir in PR, Vertrieb und Umsetzung mehr und mehr Platz ein. Doch wenn ich die Wahl habe, jemandem eine Mail zu schreiben oder persönlich zu treffen, wähle ich immer den analogen Weg. **Ich mag es einfach, mit Menschen persönlich, Auge in Auge zu kommunizieren.***

Wie müssen sich unsere Leser das Leben eines Agenten vorstellen? Was genau ist Ihre Aufgabe?

*Das ist einfach erklärt und nicht neu. Im Sport und auch in der Unterhaltungsszene sind Scouts und Agenten seit Jahren an der Tagesordnung. Kurzum, ich suche Talente und in diesem Fall Autorentalente. Die Aufgaben sind sehr vielfältig und hängen von der Fähigkeit des Autors ab. Angefangen von der Exposéerstellung, über **Buchmentoring** bis hin zum Suchen des passenden Verlages.*

Buchmentoring ... das klingt spannend. Was bedeutet das genau? Arbeiten Sie mit dem Autor zusammen eine Idee aus?

*Auch das ist ganz unterschiedlich. In der Regel begleite ich den Autor über ein Jahr hinweg. Nur ganz selten kommen Autoren zu mir mit klaren Vorstellungen. Ich kläre zuerst ab, ob der Autor mit dem Buch oder durch das Buch Geld verdienen möchte. Das ist eine Grundsatzfrage und gibt die Richtung vor. **Dann begleite ich den Autor bei der Titelfindung, beim Exposé, bei der Verlagssuche und Vertragsbeschreibung, beim Entwickeln eines roten Fadens, bis hin zum Schreiben selbst.** Dazu gibt es monatliche Treffen und einmal im Quartal ein Wochenende, wo nur das Thema Buch im Mittelpunkt steht.*

Und wie finden Sie diese Talente?

Gar nicht. Die Talente kommen zu mir durch Empfehlungen von Autoren, denen ich schon zum Buch verholfen habe oder sie wurden in den sozialen Medien auf mich aufmerksam. Oft sind es Menschen, die etwas Neues machen wollen, sich verändern oder weiterentwickeln wollen. Da kann das Schreiben eines Buches sehr nützlich sein.

Wie sind Sie Agent geworden und was fasziniert Sie an diesem Bereich Ihres Berufslebens so, dass Sie anderen Ihre Stimme geben? Die Buchbranche kann ja recht unnachgiebig sein und bei all den anderen Projekten, die Sie noch haben, müssten Sie eigentlich nicht die Schlachten anderer Autoren schlagen ...

*Das Agentsein ist eine logische Weiterentwicklung meiner Tätigkeiten. **Als mehrfacher Autor und Herausgeber** stehe ich seit Jahren mit unterschiedlichsten Verlagen in Kontakt. Warum soll ich diese Verlagskontakte nur für mich nutzen? Es gibt viele sehr gute Autoren am Markt, die etwas zu sagen haben. Und genau diese unterstütze ich in Richtung Verlag, so kann sich der Autor voll und ganz auf das Schreiben konzentrieren.*

Sie sind seit Jahren Autor bei Springer und haben etliche Bücher geschrieben. Was machen Sie, damit Sie Ihre Inspiration und Lust am Schreiben nicht verlieren?

Wer schreibt, der bleibt! Dieser weise Spruch hat heute immer noch Relevanz. Mit meinen Büchern bleibe ich im Gedächtnis meiner Kunden und Zuhörer. Für mich sind Bücher somit ein ideales Marketinginstrument. Zudem habe ich immer 1000 Ideen im Kopf und bestimmt noch Material für weitere 100 eigene Bücher, doch dazu fehlt mir die Zeit.

Beeinflusst die Tatsache, dass Sie selbst schreiben, die Auswahl der Bücher, die Sie als Agent vertreten? Worauf achten Sie besonders und wonach wählen Sie die Projekte aus, die Sie vertreten?

Ja, natürlich. Bei mir muss ein Autor im übertragenen Sinne eine Geschichte zu erzählen haben. Der Autor muss eine klare Botschaft an die Leser kommunizieren und einen Mehrwert schaffen. Ich bin der Agent, der »Menschen, die was zu sagen haben«, weiterbringt. Dampfplauderer und Beckenrandschwimmer haben bei mir keine Chance.

Ich bekomme täglich recht viele Anfragen und Manuskripte von Autoren und leider hält sich dabei nicht jeder an die Regeln der Höflichkeit oder macht sich die Mühe, Texte zumindest grob zu korrigieren, bevor sie verschickt werden. Für mich ist das absolut unverständlich und veranlasst mich oft dazu, abzusagen oder mich nicht näher mit dem Text zu befassen. Geht Ihnen das auch so? Haben Sie »No Gos« bei Anfragen? Worauf sollte ein Autor achten, wenn er sich bei Ihnen vorstellt?

Das geht mir genauso. Aber bevor mir ein Autor ein Manuskript sendet, verlange ich ein Exposé. Die Zeit ist heute sehr knapp bemessen. Wenn es dem Autor nicht gelingt, mich mit seinem Exposé zu überzeugen, hat er bei mir keine Chance. Das ist eine Grundregel, die ich aus Amerika mitgenommen habe. »Sollte es dir nicht gelingen, dein Gegenüber in 3 Minuten zu überzeugen, schaffst du es auch in einer Stunde nicht!«

Wie viel müssen Sie lesen, wenn Sie ein neues Projekt sichten oder über den Verfasser wissen, um einschätzen zu können, ob Potential vorhanden ist?

Maximal 3 Seiten, dann rufe ich den Verfasser an. Mich interessiert vor allem der Mensch hinter dem geschriebenen Wort. Ich suche Menschen, die was zu sagen haben.

Haben Sie einen Tipp für unsere Leser, worauf Sie besonders achten sollten beim Vorstellen ihres Projekts? Gibt es »Trigger«, die man bedienen kann oder sollte und Ihren Anruf garantieren?

Ja klar. Der Autor muss mich von seiner Idee überzeugen können. Schafft er das nicht, so ist die Idee oder das Exposé noch nicht rund. Ich nehme ausschließlich Autoren, die eine eigene Geschichte zu erzählen haben.

Haben Sie in den letzten Jahren eine Veränderung am Autorentasein bemerkt? Mir fällt oft auf, dass die Menschen, die gern Autor wären, nicht verstehen, dass das ein Beruf ist, der Einsatz erfordert und dass der Erfolg nicht vom Himmel fällt. Viele denken, dass das Schreiben eines Buches sie automatisch zum Autor macht, dabei gehört ja noch viel mehr dazu. Mir scheint, dass das Autorsein nicht wirklich ernst genommen wird. Die Leute erscheinen mir »schlampiger«, ihren eigenen Einsatz betreffend, erwarten aber die Welt. Geht Ihnen das auch so?

Ja leider. Ich bekomme immer wieder Anfragen, auch zum Buchmentoring, wo Autoren meinen, das Buch schreibt sich von selbst. Auf solche Anfragen antworte ich nicht mal. Der Autor erwartet von mir, dass ich für ihn den besten Verlag finde. Das bedingt aber auch, dass ich erwarte, dass der Autor im Gegengewert ein sehr gutes Manuskript liefert. *Bücher schreiben ist Kunst*, doch leider sind nicht alle Menschen Künstler.

Was gehört für Sie zu dem Gesamtpaket Autor?

Eigentlich nur eines: Der Willen, der eiserne Wille, ein eigenes Buch zu schreiben. Alles andere kann der Autor von mir bekommen und lernen.

Lesen Sie eigentlich privat noch oder reicht Ihnen Ihr berufliches Lesepensum?

Natürlich lese ich privat und am liebsten Biografien.

Und werden Sie Ihre eigene auch schreiben?

Wenn ich mein hundertstes Buch veröffentlicht habe, dann vielleicht. Ich brauche ja irgendwann auch mal eine eigene Geschichte zum Erzählen.

Im letzten Jahr hieß es ja noch, dass weniger gelesen wird und die Umsätze der Buchbranche immer mehr schrumpfen. Vor Kurzem las ich in einem Artikel, dass wir uns alle über mehr Leser freuen können und das Buch nicht aus der Mode kommt. Mich amüsieren solche Beiträge ja immer etwas. Was denken Sie, wenn Sie solche Beiträge lesen oder interessiert Sie das schon nicht mehr? Denken Sie, dass sich der Markt wandeln wird und wir vor dem Verlust von »Buchlesern« Angst haben müssen?

Ich wiederhole mich. Wer schreibt, der bleibt. Und lesen und auch verstehen, verschafft Vorteile. Weiter hat uns die Geschichte gelehrt, dass es immer eine Wellenbewegung gibt, ein auf und nieder, mal mehr mal weniger. Klar wird das Medium »gedrucktes Buch« weniger werden und der Digitalisierung weichen. Aber vom Markt verschwinden werden gute haptische Bücher nie. Aus meiner Sicht werden auch in Zukunft weitere Bücher gelesen werden, nur gut müssen die sein. Das ist der Anspruch an künftige Autoren, wirklich gute Manuskripte zu liefern.

Und was muss ein Buch mitbringen, damit es »gut« ist für Sie?

Einen sehr guten Einstieg. Langweilen mich die ersten 5 Seiten, lege ich das Buch für immer auf die Seite. Zweitens, eine Geschichte aus dem Leben. *Ich liebe das Story-Telling.*

Jemand ruft Sie an oder schickt Ihnen eine Mail mit »Ich habe eine Idee für ein Buch, die es so noch nie gab«. Hand aufs Herz: Was denken Sie da?

»Gut für ihn«.

Viele Autoren haben Angst vor Ideenklau. Ist das aus Ihrer Sicht berechtigt und haben Sie schon einmal erlebt, dass eine Idee oder ein Manuskript eines Autors veröffentlicht wurde, ohne seine Zustimmung/Wissen?

Ja leider, das passiert ständig. Ich glaube, es gibt keine Branche, in der nicht kopiert wird. Ich lege daher größten Wert darauf, dass die Quellen ordnungsgemäß verwendet werden. Auch empfehle ich meinen Autoren, Ihre Ideen und Werke so früh wie möglich schützen zu lassen.

Mit dieser Antwort habe ich tatsächlich nicht gerechnet. Haben Sie persönliche Erfahrungen mit »Ideenklau«? Ich sehe da tatsächlich nicht so ein großes Risiko, denn jeder Verlag, der sich eines Diebstahls schuldig macht, kann seinen Betrieb ja einstellen. Dieses Risiko geht doch niemand ein oder bin ich da zu leichtgläubig?

Ja, habe ich. Und zum Glück gibt es Verlage, die ständig Plagiatüberprüfungen durchführen. Schreiben ist Kunst und jeder Künstler sollte die Rechte an seinem eigenen Werk haben.

Sind Sie gerade selbst wieder dabei, ein Buch zu schreiben, bzw. steht eine weitere Veröffentlichung bevor? Worauf dürfen sich Ihre Leser freuen, wenn Sie es schon verraten dürfen?

Nun ja, ich habe immer mehrere Bücher im Rennen. So kommt in Kürze das Herausgeberwerk »*Chefsache Zukunft*« auf den Markt. Dort wagen 30 Unternehmer einen Blick in die Glaskugel, wie die Welt in den Bereichen der jeweiligen Unternehmer sich in den nächsten 10 Jahren verändern wird. Und zu Weihnachten kommt noch ein Märchenbuch für Erwachsene. Darauf freue ich mich besonders.

Für alle Autoren, die Ihr Interview gelesen haben und nun gern Kontakt mit Ihnen aufnehmen möchten: Gibt es Genre, die Sie vertreten bzw. nicht und sind Anfragen aktuell erwünscht? Oder sind Sie ausnahmsweise einmal ausgelastet?

Da bin ich ganz offen und schaue mir gerne Anfragen an. Am liebsten habe ich Autoren, die eine Geschichte zu erzählen haben. Diese lade ich gerne zu meinem *Autoren-Talk* (<https://www.peterbuchenau.de/Autoren-Talk>) vor die Kamera ein.

Was mir widerstrebt, ich nehme keine Anfragen an, die Menschen verachtend sind oder die Würde des Menschen in irgendeiner Weise angreifen, verletzen oder gar zerstören.

***Eine letzte private Frage, die mich persönlich interessiert:
Gibt es unter Ihren Veröffentlichungen eine, die Ihnen am liebsten ist und wenn ja, warum?***

»Mach, was dein Herz dir sagt!« Seitdem ich auf mein Herz höre und das tue, was ich aus Leidenschaft tue, geht es mir richtig gut. Ab und zu ist es wirklich gut, mal dem eigenen Verstand eine Pause zu gönnen.

Vielen Dank für Ihre Zeit und das interessante Gespräch!

Peter Buchenau begleitet Sie bei der Umsetzung Ihres Weges, damit Sie Spuren hinterlassen – Spuren, an die man sich noch lange erinnern wird. In seinen über 30 Büchern und unzähligen Keynote-Vorträgen verblüfft er die Teilnehmer mit seinen einfachen und schnell nachvollziehbaren Praxisbeispielen. Er versteht es vorbildlich, ernste und kritische Sachverhalte so unterhaltsam und kabarettistisch zu präsentieren, dass die emotionalen Highlights und Pointen zum Erlebnis werden.

Als Autoren-Scout und Literaturagent hat er schon über 200 Autoren zum eigenen Buch verholfen. Zudem steht er über 150 Mal pro Jahr mit seiner Comedy-Kabarett-Show »Männerschnupfen« auf der Theaterbühne. Das bedeutet: Präsenz, Wirkung und Sichtbarkeit vom Feinsten!

Kontakt:

<https://www.peterbuchenau.de>

Telefon: +49 9306 984017

<https://www.facebook.com/peter.buchenau>



Die Digitalisierung bedeutet mehr als nur Breitbandausbau. Die Digitalisierung wird in alle Lebensbereiche und Lebensformen einziehen. Das Zusammenleben zwischen Roboter und Mensch wird zum zentralen Mittelpunkt. Doch darf bei diesem digitalen Fortschritt der Mensch mit seinen Gefühlen, Ängsten und Emotionen nicht vergessen werden. 31 Unternehmer, Berater und Coaches wagen deshalb in diesem Buch einen Blick in die Zukunft und beschreiben wie sich das Leben und Arbeiten in den nächsten 10 Jahren in ihrem jeweiligen Fachgebiet, wie u.a. die Führung, der Vertrieb, die Umsetzung, die Gesundheit und die Sicherheit von Menschen im Unternehmen und somit auch in der Gesellschaft von Morgen, verändern werden. Die Autorinnen und Autoren geben Zuversicht und machen Mut, sich auf die Anforderungen der Zukunft vorbereiten zu können.

Springer Gabler Verlag
978-3-65826-559-5
494 Seiten, Taschenbuch
39,99€

Herausgeber: Peter Buchenau

Peter Buchenau lädt ein zum Autoren-Talk!
<https://www.peterbuchenau.de/Autoren-Talk>

SINN UND SINNHAFTHKEIT VON PSEUDONYMEN

Kevin, Justin, Jason, Chantalle, Müller, Meyer, Schmidt ... wir alle haben schon einmal über den ein oder anderen Namen gelacht, verbinden Klischees mit ihm oder haben Post mit unserem falsch geschriebenen Namen erhalten. Unser Name macht uns ansprechbar – so natürlich auch der Künstlername/das Pseudonym.

ABER WAS IST EIGENTLICH EIN PSEUDONYM?

»Ein Pseudonym ist ein fiktiver Name, der die Identität und den bürgerlichen Namen des Urhebers eines Werkes wahrt/verschleiert. Geläufige Bezeichnungen sind ebenso Künstlernamen oder Alias.«

Künstlernamen sind geschützt, können in den Ausweis eingetragen und auch für rechtlich verbindliche Unterzeichnungen von Dokumenten verwendet werden. Nach dem Urheberrecht hat ein Künstler das Recht festzulegen, unter welchem Künstlernamen er genannt werden will. Bei der Wahl muss natürlich auf die (Persönlichkeits)Rechte anderer Autoren und Künstler geachtet werden. So kann man sich nicht einfach »Pippi Langstrumpf« oder »Harry Potter« nennen.

Aber wieso wählen einige Autoren einen anderen Namen und veröffentlichen nicht unter ihrem Klarnamen?

Da gibt es natürlich verschiedene Gründe:

- Einigen geht es schlicht um die Vereinfachung und/oder Verschönerung des eigenen Namens.*
- Manch einer möchte sich ein bestimmtes Image aufbauen und denkt, der eigene Name passe dazu nicht.*
- Manche Autoren, die in einem bestimmten Bereich bereits bekannt sind, möchten neue Gebiete angreifen und das Genre wechseln. Wenn man zum Beispiel jahrelang Thriller geschrieben hat, ist es oft einfacher, Kinderbücher oder Liebesschmöker unter einem anderen Namen zu veröffentlichen, weil der »neue« Autor unbefleckt ist.*
- Ein großer Punkt ist natürlich der Schutz der eigenen Person. Oft sind mit einem Buch Ereignisse verknüpft, die nicht mit dem Autor in Zusammenhang gebracht werden sollen, das angeschnittene Thema ist zu heikel oder der Autor wünscht sich einfach, nicht als Privatperson erkannt zu werden.*
- Gerade im Schmökerbereich und bei Liebesbüchern ist es manchmal einfacher, als Frau aufzutreten, sodass Männer oft das eigene Geschlecht verbergen wollen, weil sie befürchten, sonst nicht erfolgreich sein zu können oder ernst genommen zu werden.*

Unter einem Pseudonym zu veröffentlichen ist also grundsätzlich kein Problem, aber ist es auch immer so schlau und zu Ende gedacht?

Aus eigener Erfahrung kann ich berichten, dass viele – gerade Neuauctoren – nicht bedenken, dass, wenn es bei dem Pseudonym nicht um den Schutz der eigenen Person geht, verbunden mit dem Wunsch, nicht öffentlich aufzutreten, der Künstlernahe auch als solcher transportiert werden und aktiv gelebt werden muss.

Das beginnt schon damit, dass man E-Mails dann nicht von einer Adresse aus schickt, die den Klarnamen trägt, sondern den Künstlernahe. Gleiches gilt natürlich auch für den Account auf Facebook, Instagram, Twitter, Pinterest, etc.

Wenn Sie einen Künstlernahe wählen, um ihr Privatleben von Ihrem Dasein als Autor zu trennen, dann müssen Sie Ihrem Alter Ego auch Raum geben und mit diesem aktiv auftreten. Für Sie als Autor heißt es dann, dass, wann immer es um Ihr Buch geht, Sie nicht als Max Mustermann auftreten, sondern als Autor Max Kunstfigur. Jedes Werbemittel trägt Ihren Autorennamen, Pressenfragen stellen Sie als Autor, Ihre Fans kennen Sie als Max Kunstfigur. Seien Sie konsequent und bauen Sie Ihre Autorenmarke mit Ihrem Alias auf. Ansonsten hat das Pseudonym wenig bis gar keine Daseinsberechtigung.

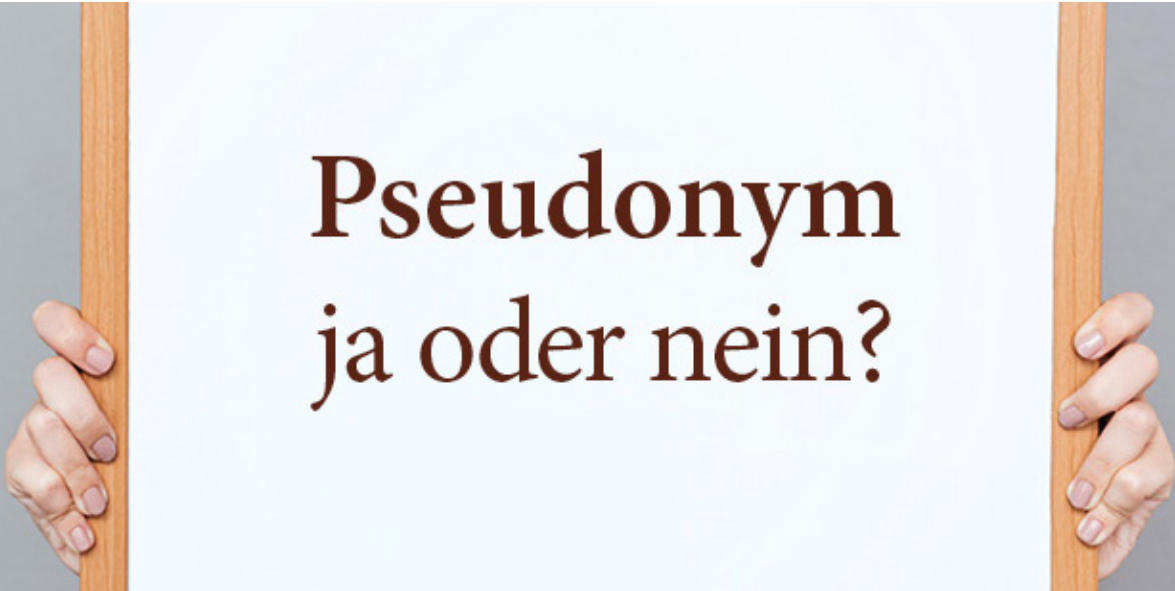
Interessant wird es im Bereich Biografie – da scheint ein anderer Name als der eigene erstmal sinnlos, denn immerhin erzählt man ja schon freizügig aus seinem Leben, wieso also nicht verraten, wie man heißt? Gerade hier ist es wichtig, die eigenen Beweggründe zu hinterfragen. Wieso habe ich als Autor den Wunsch, Details aus meinem Leben zu veröffentlichen, möchte aber gleichzeitig nicht sofort damit in Berührung gebracht werden?

Geht es um Erlebnisse, die Sie verarbeiten und mit der Welt teilen möchten, aber nicht um ein Standing als Autor? Wenn Sie das bejahen können, ist ein Pseudonym absolut sinnvoll und nachvollziehbar. Achten Sie dann aber auch unbedingt darauf, nicht nur Ihren Autorennamen zu ändern, sondern sämtliche Orts- und Personennamen; allein das Passierte sollte bleiben. Nur dann ist Ihre Anonymität auch gewahrt. Und bedenken Sie, dass ein Auftritt in einer Talkshow keine Option ist, wenn es Ihnen wirklich um Geheimhaltung geht. Auch hier spreche ich leider aus eigener Erfahrung: Es gab ein Beratungsgespräch mit einer Person, die unbedingt unerkannt bleiben wollte, aber das große Ziel hatte, in einer Talkshow über das Buch zu sprechen. Da fragt man sich dann schon, wie das zusammenpassen soll ...

Möchten Sie total transparent sein und nichts verbergen? Dann ist ein Künstlernahe eigentlich nicht nötig und wenn doch, ist es hilfreich, wenn dieser die Nähe zum Klarnamen sucht. Heißen Sie also mit vollem Namen Maria-Maximilian Muster-Name wäre ein kurzes Maria Name denkbar und logisch. Das ist griffiger, einprägsam, spiegelt dennoch klar Sie als Person wider und macht das Werben einfacher. Sie müssen dann nicht jedes Mal erklären, dass Sie wirklich der Autor sind. Denkbar wäre nämlich auch, dass Ihre Leser sonst denken, Sie wären »nur« der Herausgeber, die Biografie aber nicht die Ihre. Das kann zu Unklarheiten führen, die man vermeiden sollte.

Grundsätzlich geht es bei der Wahl des Pseudonyms also immer um die Frage, möchte ich einfach nur mein privates Ich von meinem Künstler-Ich trennen oder möchte ich im Verborgenen schreiben.

Geht es Ihnen um Ersteres, sollten Sie zwingend darauf achten, Ihrem Künstler-Ich auch eine Plattform zu geben und dieses auszuleben. Spielen Sie das Spiel dann auch zu Ende und hören Sie nicht auf halber Strecke auf!



Pseudonym ja oder nein?

SELF-PUBLISHER IM BUCHHANDEL

ERFAHRUNGSBERICHT AUS 5 BERLINER BUCHHANDLUNGEN

Für viele gibt es nur noch eine Art des Einkaufens: Online-Shopping. Auch auf der Suche nach neuem Lesestoff begeben sich viele auf die Suche in verschiedenen Online-Shops, wie von Thalia, Amazon oder Hugendubel. Die meisten meiner Freunde und Bekannten kaufen ihre Bücher aber noch bzw. wieder in Buchhandlungen. Auch ich bevorzuge seit jeher den Kauf im Geschäft. Das hat für mich gleich mehrere Gründe. Der erste und wichtigste Grund: Die Atmosphäre. Wer entspannt nicht gerne, gerade in der Winterzeit, beim gemütlichen Stöbern zwischen Bücherregalen? Egal, ob ich neuen Lesestoff suche und mich auf noch nichts festgelegt habe und einfach Inspiration suche oder bereits mit ISBN-Nummer ausgestattet ein ganz spezielles Werk auf meinem Einkaufszettel habe, ist ein Buchladen mindestens genauso gut und schnell wie ein Online-Shop. Gerade bei spezielleren Suchen können die Geschäfte ein Buch meist innerhalb von einem Tag in den Laden bestellen. Die Buchbestellungen in den Läden kann man auch ganz einfach im Internet oder telefonisch aufgeben. Die Bücher können dann jederzeit abgeholt werden.

Zudem gibt es einfach wunderbare Buchhandlungen, bei denen man echt etwas verpasst, wenn man ihnen keinen Besuch abstattet, um dort die Zeit beim Stöbern aus den Augen zu verlieren. Hier in Berlin beispielsweise gibt es unzählige Buchgeschäfte, bei denen für jeden etwas dabei ist. Ich habe mich in einigen einmal umgehört, ob und wie denn auch Self-Publisher eine Chance darauf haben, ihre Bücher dort vorfinden zu können, auch bevor sie sich bereits einen Namen in der Literaturbranche gemacht haben. Für jeden angehenden Autor, der sein Buch selbst veröffentlicht, ist es ein unfassbarer Erfolg, wenn es nach langer, harter Arbeit endlich online zum Verkauf steht oder man schon die ersten Exemplare in den Händen hält. Das eigene Projekt als physisch greifbares Buch in einem Laden zu sehen, ist für viele aber noch ein weiterer Traum.

Amazon Kindle direct, BoD, etc. haben es quasi für jeden möglich gemacht, seine Bücher in den Handel zu bringen. Doch eben nur online. Self-Publishing ist ein Format, das mit dem Internet und den gegebenen Plattformen an Beliebtheit gewonnen hat. Die Frage ist also, funktioniert es auch nur darüber? Oder haben selbst veröffentlichte Bücher eine Chance darauf, im Laden angeboten zu werden und vor allem auch verkauft zu werden?

1. Hugendubel

Angefangen habe ich bei der Hugendubel-Verkaufsfläche im KadeWe. Die Läden der Hugendubel-Kette befinden sich in nahezu jeder größeren Verkaufsstraße in ganz Berlin. Dort lassen sich unter anderem die neusten Spiegel-Bestseller vorfinden. Doch wie sieht es mit Veröffentlichungen aus dem Self-Publishing aus? Versteckt sich das ein oder andere Buch aus diesem Bereich in den Regalen? Fehlanzeige!

Warum, war schnell beantwortet. Erst einmal ist Hugendubel eine Filialbuchhandlung. Verträge wie beispielsweise mit Spiegel führen eben dazu, dass vor allem die Neuerscheinungen der renommierten Verlage zum Verkauf angeboten werden, da sich diese eben auch am besten verkaufen. Online hat man bei Hugendubel weitaus bessere Chancen, verlagslose Bücher anzubieten und vorzufinden. Ich muss zugeben, dass ich dieses Ergebnis nicht anders erwartet habe. Die Läden einer Filiale müssen eben einheitlich organisiert sein und als zueinander gehörig auftreten.

2. Kulturkaufhaus Dussmann

Ein weiterer Riese im Buchhandel-Business ist das Kulturkaufhaus Dussmann. Auf vier gigantischen Verkaufsflächen und einem Anbau mit englischsprachiger Literatur findet man neben Musikplatten, Schnickschnack und Schreibmaterial vor allem eines: Unmengen an Büchern.

Und wie sieht es hier aus mit Büchern von Self-Publishern? Auf mich alleine gestellt konnte ich mir hier unmöglich einen Gesamtüberblick verschaffen. Doch leider erhielt ich auch bei Nachfrage keine näheren Informationen. Während man mir in den anderen Buchhandlungen gerne ausführlich meine Fragen beantwortete, wurde ich hier aufgrund Zeitmangels zurückgewiesen. Zugegeben, Dussmann habe ich tatsächlich nie wirklich leer erlebt. Es gibt zwar zahlreiche Informationstresen, doch bei der großen Verkaufsfläche auch viele Kunden, die auf Hilfe bei der Suche nach bestimmten Büchern angewiesen sind.

Die Ketten und großen Buchhandlungen funktionieren. Gerade in der Vorweihnachtszeit brummen die Geschäfte von morgens bis abends vor Menschen. Doch wie steht es um die zahlreichen Einzelgeschäfte, die kleinen versteckten Buchhandlungen, die Kiezgeschäfte, Fachbuchhandlungen und literarischen Buchhandlungen?

Bevor ich einigen dieser Geschäfte einen Besuch abgestattet habe und die Erfolgchancen in den Ketten eher mager aussahen, bin ich diesem Teil meiner Recherche mit deutlich mehr Hoffnung entgegengetreten. Insgesamt lassen sich meine Erwartungen eher damit beschreiben, was ich vermutete, dort nicht vorzufinden: dieselben Bestseller und Erfolgsbücher, die in all den Filialen vorzufinden sind. Warum also nicht stattdessen die Werke ausgezeichnete Self-Publisher? Mit dieser Einstellung habe ich mich also zur ersten unabhängigen Buchhandlung aufgemacht.

3. Hundt Hammer Stein

In der Nähe vom Hackeschen Markt befindet sich ein für Berlin typischer Kellerladen, der nur über eine kleine Steintreppe erreichbar ist. Die kleine literarische Buchhandlung Hundt Hammer Stein ist wahrhaftig randvoll mit literarischen Werken, die man in den Buchhandlungsketten üblicherweise nicht vorfindet. Die Buchhandlung bestellt ihre Bücher bei von ihnen ausgewählten Verlagen.

Doch auch ein paar Self-Publishing-Bücher konnten mir gezeigt werden, jedoch mit dem Vermerk, dass sich diese so gut wie nicht verkaufen, was hauptsächlich dem Mangel an Marketing, bzw. wirksamer Werbung zugeschrieben wird. Auch Bücher, die nicht auf der Spiegel-Bestseller-Liste erscheinen, gewinnen durch ihre Verlage an Bekanntheit, da diese viel mehr in das Marketing investieren können und ein größeres Netzwerk haben über das das Buch beworben werden kann. Und die wenigen Exemplare, die angeboten werden, seien Ausnahmen. In der Regel werden hier keine Bücher aus Self-Publishing angenommen. Der Platz in der kleinen Räumlichkeit, in der sich die Buchhandlung befindet, reiche einfach nicht aus, wie mir bei Hundt Hammer und Stein erklärt wurde.

4. Uslar & Rai

Uslar & Rai ist eine Buchhandlung, die mehr Platz bietet. Auch für Self-Publishing-Bücher? Zunächst einmal ist es in jedem Fall ein weiterer Buchladen, den ich wärmstens allen Berlinern empfehlen kann. Ein gemütlicher, einladender Laden mit einer Mischung aus verschiedenen Genres und Büchern, die in den Filialbuchhandlungen vertreten sind, und solcher, die man dort nicht vorfinden würde. Zur Weihnachtszeit gab es sogar eine Wand mit einem Bücher-Adventskalender, an der an jedem Tag im Advent ein neues Buch aufgedeckt wurde. Und tatsächlich auch Self-Publishing Bücher werden zum Verkauf angeboten. Auf Nachfrage bestätigte man mir, dass solche Bücher auch ab und zu angenommen werden. Allerdings werden bei der Entscheidung zur Annahme oder Ablehnung lediglich die Qualität des Drucks und die ersten 20 Seiten geprüft.

5. Buchhandlung am Tierpark

Die Buchhandlung am Tierpark ist eine wahre Kiezbuchhandlung. Mit persönlicher Beratung zur perfekten Unterhaltungsliteratur und regelmäßigen Veranstaltungen wie Lesungen und Konzerten wird jedem Lesebegeisterten ein abwechslungsreiches literarisches Programm geboten. Auch hier kann man als Self-Publisher sein Buch im Laden zum Verkauf anbieten lassen. Generell werden die Bücher nach vier Aspekten ausgewählt: Wie bekannt ist das Buch bereits? Wer ist der Autor, wie bekannt ist er? Wird das Buch in den Medien erwähnt oder besprochen? Entspricht es dem persönlichen Geschmack der Inhaberin? Gerade beim Punkt Bekanntheit werden viele Bücher und Autoren aus dem Self-Publishing-Bereich scheitern. Doch auch hier bietet man, wenn das Buch ansprechend ist, einem Self-Publisher in der Regel auch eine Chance, sein Buch auf Kommission anbieten zu lassen.

Fazit

Dass Buchhandlungen den Newcomern grundsätzlich keine Chance geben wollen, stimmt nicht. Zumindest habe ich diesen Eindruck nicht bei meinen Umfragen erhalten. Im Gegenteil schienen die Mitarbeiter nur skeptisch, wenn es eben um die tatsächlichen Verkaufschancen ging. Auch wenn viele den verlagslosen Büchern keine großen Chancen zusprachen, bekannten sie sich dennoch bereit dazu, solchen Büchern einen Platz in ihren Geschäften zu bieten.

Problematisch sind jedoch auch die zahlreichen Vorurteile, die über selbstveröffentlichte Bücher existieren. Oft erhielt ich in den Geschäften die Bemerkung, dass dabei oft Mängel an Qualität des Inhalts und des Drucks existieren. Der Grund dahinter ist auch recht plausibel. Bei einem Verlagsbuch geht der Händler automatisch davon aus, dass der Text durch ein ausgebildetes Lektorat bearbeitet wurde und dass die Drucke hochwertig und lesbar gedruckt werden. Dass viele Self-Publisher häufig selbst viel Geld investieren, steht außer Frage. Dennoch sind die finanziellen Ressourcen eines Autors in den meisten Fällen begrenzter als die eines Verlags und so kommt es trotz größter Bemühungen und Anstrengung immer wieder zu Auflagen, die voller Fehler stecken, deren Cover eindeutig nicht von einem ausgebildeten Grafiker erstellt wurden und wo die Seiten durchsichtig wie Glasscheiben sind. Bücher aus dem Self-Publishing-Bereich alle in einen Topf zu werfen scheint ungerecht, keine Frage. Dennoch ist es aus Sicht der Händler, die eben auch Erfolg erzielen wollen, und zwar durch den Verkauf in ihren Läden, der sichere Weg, Bücher aus „verlässlichen“ Ressourcen zu erwerben.

Vielleicht findet ihr Buchhandlungen, in denen Self-Publisher mit offenen Armen empfangen werden. Ansonsten wird es sowohl bei großen als auch kleinen Buchhandlungen schwierig. Schwierig, nicht unmöglich. Möchte man lediglich seine Verkäufe steigern, kann man sich realistisch gesehen die Arbeit vorerst sparen. Wenn es Ihr Traum ist, nach der Buchveröffentlichung an sich, das eigene Buch in einem Laden vorzufinden, können Sie das mit ein wenig Geduld und Arbeit durchaus schaffen.

Aber wie bekommt man als Self-Publisher sein Buch tatsächlich in den stationären Handel? Worauf sollte man achten? Und wie erreicht man dadurch, neben eigener Erfüllung, auch einen finanziellen Vorteil?

In den folgenden 5 Schritten erfahren Sie, wie Sie den Weg ihres Buches aus dem Internet in den Buchhandel optimal angehen.



1. Ihr Buch sollte mit den Verlagsbüchern mithalten können, daher lektoriert und in einer guten Qualität gedruckt sein und mit einem ansprechenden Cover ausgestattet

Ein hochwertiges Buch herstellen zu lassen, und das als höchstwahrscheinlich finanziell stark eingeschränkter Self-Publisher, ist kein leichtes Unterfangen. Denn gerade zu Beginn, wenn noch kein Gewinn erzielt wurde, greift man eher zu den billigsten Möglichkeiten der Buchveröffentlichung. Das ist schwierig. Ein Buch mit lauter Rechtschreibfehlern, einem amateurhaften Cover und billigem Papier lädt unter professionellen Verlagsbüchern in einem Buchladen nicht zum Kauf ein.

Inzwischen gibt es viele Print on Demand Anbieter, doch mangelt es dabei oft an Qualität. Deshalb empfiehlt sich ein Auflagedruck. Dieser ist zwar mit mehr Aufwand verbunden, jedoch kann man sich die Druckerei und somit die Qualität aussuchen. Auch an einem Lektor sollte man nicht sparen, selbst wenn man der deutschen Rechtschreibung mächtig ist. Ein Lektor korrigiert mehr als Rechtschreib-, Zeichensetzungs- und Grammatikfehler, sondern geht auch auf inhaltliche Ungereimtheiten ein. Doch auch abgesehen davon wird jeder Autor irgendwann blind für seinen Text und einige Flüchtigkeitsfehler bleiben auch nach dem x-ten Mal vorhanden. Den ein oder anderen Fehler findet man auch in Verlagsbüchern, aber doch eher selten. Und den Leser lenkt es vom eigentlichen Text ab. Denn bei Büchern zählt für die meisten Käufer nicht nur die äußere Schönheit.

2. Ihr Auftreten und die Vorstellung Ihres Buches sollte ansprechend sein, platzen Sie nicht mit selbstverständlichen Erwartungen in die Geschäfte, melden Sie sich vorher an, entweder mittels eines Anrufs oder einer E-Mail, in der Sie bereits Ihr Projekt vorstellen

Wenn Sie sich für einen Job bewerben, platzen Sie schließlich auch nicht einfach in das Unternehmen hinein und erwarten, dass man Sie auf der Stelle in einem Bewerbungsgespräch kennenlernen will. Haben Sie diese voreilige Erwartung also auch nicht an den entsprechenden Buchhändler. In meinen Befragungen schienen die meisten Mitarbeiter und Geschäftsführer aufgeschlossen und interessiert. Doch auch ihre Zeit ist begrenzt und kann nicht flexibel an Sie angepasst werden. Bedenken Sie immer, dass Sie etwas von der Buchhandlung wollen, nicht anders herum. Bücher gibt es genug und auch an guten Büchern mangelt es nicht.

Verkaufen Sie sich und Ihr Buch optimal. Nehmen Sie telefonisch Kontakt auf und kündigen Ihr Buch an. Schreiben Sie eine E-Mail, welche sämtliche Informationen über das Buch enthält und fragen Sie, bevor Sie der Buchhandlung ein Exemplar zuschicken. Seien Sie kreativ, selbstbewusst und souverän in Ihrem Vorhaben.

3. Sehen Sie es nicht als einen Weg, um Ihre Gewinne ins Exponentielle zu steigern. Stattdessen geht es doch vielmehr darum, Ihr Werk über das Internet hinaus vertreten zu sehen

In sämtlichen Buchhandlungen, die ich befragt habe, und unter denen, die grundsätzlich auch dazu bereit sind, Self-Publishing-Bücher anzunehmen, wurde mir deutlich gemacht, dass sich Self-Publishing-Bücher in der Regel im Laden nicht verkaufen. Fragen Sie nach, ob Sie ein paar Flyer oder Leseproben hinterlegen dürfen, um dem ganzen nachzuhelfen. Eventuell ist auch der ein oder andere Buchladen bereit dazu, Sie eine Lesung halten zu lassen. Hauptsächlich geht es darum, dass die Leute mehr sehen und damit verbinden, als nur ein weiteres Buch unter Hunderten, das einfach dort im Geschäft ausliegt.

4. Last but not least: Verlieren Sie bei all der Arbeit nicht den Spaß an der Sache

Seien Sie leidenschaftlich, wenn Sie Ihr Buch vorstellen. Ein eigenes Buch zu veröffentlichen ist eine Menge Arbeit und etwas, auf das sie unheimlich stolz sein können. Und bestimmt ist Ihre Geschichte etwas, für das Sie brennen. Also tragen Sie diese Begeisterung nach außen und Sie werden die Buchhändler und potenzielle Kunden im Handumdrehen für sich und Ihr Buch gewinnen können.

Warum sollte ein Buchhändler ein Buch annehmen, wenn es nicht einmal dem Autor selbst zu gefallen scheint?

5. Extra Tipp: Überlegen Sie sich vorher, warum Ihr Buch in die entsprechende Buchhandlung passen sollte. Findet die Handlung Ihrer Geschichte in der Nähe des Kreuzbergs in Berlin statt und genau dort befindet sich die Buchhandlung? Haben Sie einen Krimi geschrieben und genau auf diesem Genre liegt der Hauptfokus der Buchhandlung?

Ein Alleinstellungsmerkmal schadet nie. Das Sie lediglich ohne Verlag ein Buch veröffentlichen, reicht kaum aus, um Ihr Buch besonders genug zu machen. Nehmen Sie sich also Zeit, informieren Sie sich ausführlich über die Buchhandlungen und machen Sie sich eventuell auch auf den Weg in verschiedene bzw. größere Städte, um die Anzahl an möglichen Buchhandlungen zu vermehren.

Viel Erfolg auf Ihrem Weg, Self-Publishing aus dem Internet in die Läden zu bringen!

GASTBEITRAG: DEIN COVER-DESIGN PER CROWDSOURCING FINDEN

Die Autorin Minh Trang Nguyen ist für das Content-Marketing bei designenlassen.de zuständig und schreibt dort unter anderem im Blog über alle möglichen Themen rund um Design, Kreativität und Crowdsourcing. Wir von Autorenberater danken Minh und dem Team von designenlassen.de für diese Einblicke in ein für uns neues Feld!

Jeder, der ein Buch verlegen und vermarkten möchte, weiß: Ohne die entsprechende Marketingstrategie hat kaum ein Buch eine Chance darauf, seine Leser zu finden. Vielfach wird viel Zeit und Geld in die Entwicklung raffinierter Marketingstrategien investiert und das Naheliegendste übersehen: das Cover-Design. Denn die Aufmachung eines Buches entscheidet oftmals schon darüber, ob ein potentieller Leser das Buch näher betrachtet, den Klappentext liest und dann zum Käufer wird. Gerade Self-Publisher scheuen jedoch oft davor zurück, das Buchcover von einem Profi gestaltet zu lassen. Die Gründe dafür lauten oftmals: »Wo soll ich einen guten Grafiker finden?«, »Das ist viel zu teuer!«, »Ich kann das sowieso nicht beurteilen und der Leser wird es sicher auch nicht als so wichtig ansehen.«

In diesem Artikel erfährst du, dass all diese Aussagen unberechtigt sind. Wir zeigen dir, wie du über Crowdsourcing auf preisgünstige und unkomplizierte Weise ein professionelles Buchcover Design erstellen lassen kannst.

Was ist Crowdsourcing und wie funktionieren Crowdsourcing-Plattformen?

Das Wort Crowdsourcing setzt sich aus den beiden Begriffen »Crowd« und »Outsourcing« zusammen. »Crowd« wird im Internetzeitalter als Synonym für die Gesamtheit der Internetnutzer verwendet. Es geht also um eine große Menge von Leuten. »Outsourcing« wurde in den 1990er Jahren zum Zeichen einer neuen Arbeitswelt. Der Begriff wird immer dann verwendet, wenn Teilaufgaben eines Unternehmens an einen externen Dienstleister vergeben werden. *Beim Crowdsourcing geht es also darum, eine unternehmerische Aufgabe an eine große Menge von Leuten im Internet auszulagern.* Oder anders ausgedrückt: Du machst Dir die enorme Menge von Fachwissen zunutze, die im Internet vorhanden ist.

Da im Internet viele selbst ernannte Experten zu finden sind, ist es wichtig, bei dieser Art von Outsourcing darauf zu achten, dass du deinen Auftrag an einen wirklichen Experten vergibst. Daher haben sich so genannte Crowdsourcing-Plattformen zu unterschiedlichen Fachgebieten entwickelt. So gibt es auch spezielle Crowdsourcing-Plattformen, über die du grafische Aufträge vergeben kannst. Hier können sich Grafiker, Designer und andere Dienstleister registrieren, die über eine entsprechende Ausbildung beziehungsweise Erfahrung in dem Bereich verfügen.

Was sind die Vorteile von Crowdsourcing?

Wie der Begriff »Crowd« nahelegt, sind auf einer guten Crowdsourcing-Plattform eine Vielzahl von Fachleuten zu finden. Da diese alle über unterschiedliche Erfahrungen verfügen und unterschiedliche Stilrichtungen vertreten, hast du eine enorme Auswahl. Dies ist der erste große Unterschied zwischen einem Design von einer Crowdsourcing-Plattform und einem freiberuflichen Designer oder einer Agentur. Denn hier werden sich die Entwürfe, die für Kunden erstellt werden, meist ähneln. Denn jeder Grafiker hat seine eigene Handschrift – auch, wenn er das Design optimal auf den jeweiligen Auftraggeber abstimmt.

Zudem trägt der Auftraggeber beim Buchcovergestalten über eine Crowdsourcing-Plattform ein *minimales finanzielles Risiko*: Du stellst einen Auftrag in das Portal ein und bestimmst den Preis, den du bereit bist zu bezahlen. Dann wartest du auf die Entwürfe, die von den Grafikern präsentiert werden. Aus diesen Entwürfen wählst du denjenigen aus, der dich überzeugt. Wenn Du dich entschieden hast, erhältst du die verwendbaren Daten. *Du bezahlst also nur für das Design, das dich wirklich begeistert.* Damit hast du eine absolute Kostensicherheit. Zudem sind die Preise, die du auf Portalen für ein Buchcover-Design bezahlst, in aller Regel günstiger als Agenturpreise.

Wenn du über eine Crowdsourcing-Website erfolgreich dein erstes Buchcover hast designen lassen, dann hat das unter Umständen noch einen weiteren positiven Nebeneffekt: Wahrscheinlich hast du den Grafiker Deines Vertrauens gefunden, mit dem du auch künftig zusammenarbeiten möchtest. Entweder, wenn es um die Gestaltung weiterer Cover geht, oder um die Erstellung einer Website, von Visitenkarten oder Anzeigen.

Warum eignet sich Crowdsourcing für Self-Publisher?

Self-Publisher sehen sich meist mit einer Reihe von Herausforderungen konfrontiert, wenn es um das Thema Buchcovergestalten geht:

- Das Budget ist knapp und das unternehmerische Risiko groß. Daher bleibt meist nur wenig Geld übrig, welches in das professionelle Design eines Buchcovers investiert werden kann.
- Self-Publisher sind meist Alleinunternehmer, die sich um alle Aufgaben selbst kümmern müssen. Der Designprozess auf einer speziellen Crowdsourcing Website läuft nahezu automatisch ab. Daher benötigt der Prozess nur wenig Zeit. Und: Die Designs werden innerhalb kürzester Zeit angefertigt und sind bis zu dem vereinbarten Termin verbindlich fertig. Das gibt planerische Sicherheit.
- Self-Publisher sind keine Designer und haben daher oft wenig Know-how, wenn es um die Entwicklung eines professionellen Buchcovers geht. Auf Webseiten wie designenlassen.de findest du Fachleute, die nach allen Regeln der Kunst zielgruppengerechte Coverentwürfe für dein Buch entwickeln. Hier erhältst du also nicht nur das fertige Coverdesign, sondern auch Input, wie es am besten gestaltet werden sollte.
- Das Buchcover gestalten wird auf einer Crowdsourcing-Webseite zum Marketinginstrument: Über die Abstimmungsfunktion können (potentielle) Leser des Buches Einfluss auf das Buchdesign nehmen. Das schafft eine frühzeitige Bindung und erzeugt Aufmerksamkeit. Außerdem kannst du testen, wie das Design bei den Lesern ankommt.

Tipps für dein erfolgreiches Cover-Design-Projekt

Es gibt einige Punkte, die ein Self-Publisher dazu beitragen kann, dass der Designprozess optimal abläuft:

- Informationen zum Produkt: **Ein Design kann nur dann optimal sein, wenn es auf das Produkt abgestimmt ist.** In deinem Fall bedeutet das, dass der Designer Informationen über dein Buch und den Autor benötigt.

Erwarte bitte nicht, dass der Designer dein Buch komplett liest. Daher solltest du eine Zusammenfassung, sowie eine Vita zu deiner Person liefern. Auch Informationen zu Genre, Stimmung und Zielgruppe sind wichtig.

- Klares Briefing: Wenn du selbst Ideen und Vorstellungen hast, wie das Buchdesign aussehen soll, teile dies vor Beginn des Designprozesses mit. Allerdings ist es sinnvoll, im Briefing Raum für kreative Spielräume zu lassen. So erhältst du möglichst viele unterschiedliche Varianten.
- Zeitplan: Setze einen realistischen Zeitplan an. Kalkuliere Zeit ein, um mit den Grafikern zu interagieren und Feedback zu geben.

Auswahlkriterien des optimalen Buchcovers

Doch wie entscheidest du dich, welches Coverdesign das Beste ist? Natürlich kannst du die Entscheidung rein aus dem Bauch treffen. Allerdings ist es sinnvoller, objektive Maßstäbe zugrunde zu legen. Zu den wichtigsten Kriterien für professionelles Buchcover-Design gehören:

- Prioritäten setzen: Das wichtigste Element des Buchcovers ist der Titel. Das muss bei dem Design berücksichtigt werden.
- Aufgeräumte Optik: Das Buchcover darf nicht mit Bildelementen und Informationen überladen werden. Weniger ist mehr.
- Durchgängige Linie: Das Titelbild, sowie der Titel, müssen in einem erkennbaren Zusammenhang stehen. Sonst werden widersprüchliche Informationen gesendet.
- Weniger ist mehr: Es sollten nicht zu viele unterschiedliche Schriften und Farben verwendet werden. Sonst sieht das Cover leicht unruhig aus.

Fazit

Self-Publisher sollten die Wirkung eines professionellen Coverdesigns nicht unterschätzen. **Dabei muss die Gestaltung eines Coverdesigns aber keineswegs teuer sein.** Auf Plattformen wie designenlassen.de finden Self-Publisher Designer, die eine Vielzahl an individuellen Cover-Entwürfen einreichen. Zusatzfunktionen wie die Bewertungsfunktion können durch die Involvierung der Leser zudem als Marketingtool genutzt werden. Dank des Instruments des Crowdsourcings ist es folglich unkompliziert und zugleich günstig, ein Buchcover erstellen zu lassen.

DIE »SPEZIES« ILLUSTRATOR: IM INTERVIEW MIT ILLUSTRATORIN DIANA AGHTE

Genauso wichtig wie Autoren, aber oft unbekannt: Illustratoren. Sie geben unseren geliebten Büchern das künstlerische Gesicht, das sie so einzigartig machen. Ohne sie wären unsere Buchseiten ziemlich farblos und trotzdem wissen wir so wenig über sie.

Heute möchten wir euch die »Spezies« Illustrator einmal vorstellen. Im Interview mit Diana Aghte haben wir erfahren, was es eigentlich bedeutet, als Zeichner seine Brötchen zu verdienen. Also, wenn ihr das nächste Mal ein Buch in die Hand nehmt, bei dem euch die Bilder besonders gut gefallen, schaut euch doch auch mal den Illustrator an und nicht nur den Autor.

Hallo Diana, kurz zu deiner Person: Du bist 29 Jahre alt, wohnst in Berlin und bist seit mehr als vier Jahren freischaffende Illustratorin. Mich würde erst einmal interessieren was man als Illustratorin überhaupt genau macht?

Als Illustrator gibt man einem Text oder einer Geschichte eine individuelle Gestalt und haucht dem Ganzen etwas Leben ein. So kann man emotionalisieren, Fantasie anregen oder einfach die Seiten verschönern.

Und wie bist du Illustratorin geworden?

Das hat sich im Laufe der Zeit so ergeben. Zeichnen konnte ich eigentlich schon immer gut, aber die Zeichenkurse während meines Modedesign-Studiums haben das Ganze dann auf eine professionellere Ebene gebracht. Mein Grafik-Design-Dozent hat mir damals meinen ersten Auftrag verschafft und so bin ich erst darauf gekommen ...

Lebst du nur vom Illustrieren oder gibt es noch andere Projekte/Tätigkeiten, denen du nachgehst?

Momentan bin ich wieder Studentin. Mein Geld verdiene ich hauptsächlich mit Auftragsarbeiten. Ich wünschte, ich hätte nebenher noch mehr Zeit, um meine eigenen Projekte besser verfolgen und vermarkten zu können. Meine Portraits und Modeillustrationen kommen in letzter Zeit ein bisschen zu kurz.

In welchem Bereich bist du hauptsächlich tätig?

Die größeren Projekte sind meistens Kinderbücher. Es sind aber auch viele kleinere Aufträge dazwischen, die ganz unterschiedlich sein können – vieles davon ist Werbe- und Grafikdesign wie Logos, Etiketten usw. aber auch private Anfragen wie Karikaturen oder Portraits kommen vor.

Wie kommst du an deine Aufträge?

Ich werde in der Regel angefragt. Es kommt aber auch schon mal vor, dass ich eine Ausschreibung sehe, auf die ich mich bewerbe.

Wenn du eine Anfrage für eine Illustration bekommst, wie gehst du vor? Wie entscheidest du, ob du den Auftrag annimmst?

Wenn ich denke, ich kann den Vorstellungen gerecht werden, mir das Projekt gefällt und die Rahmenbedingungen passen, dann steht dem nichts im Wege.

Woher nimmst du deine Inspiration?

Ich habe eine rege Fantasie und kann mir Bildliches gut einprägen. Das schlummert dann alles gemeinsam irgendwo im Hinterkopf und wird je nach Bedarf aktiviert. Ich versuche immer soviel wie möglich in mich aufzusaugen – vielleicht lässt es sich irgendwann mit etwas anderem kombinieren und zu etwas Neuem machen.

Ich finde es immer schwierig, den Arbeitsaufwand einzuschätzen. Ich glaube, dass man sich als Künstler auch gut in Kleinigkeiten verlieren kann. Bist du sehr diszipliniert und gibst dir selbst eine Zeitvorgabe für eine Illu oder dauert es so lang, wie es eben dauert?

Man kann sich wirklich unendlich lange in Kleinigkeiten verlieren. Und man findet auch immer Dinge, die man nochmal anders versuchen könnte. Wenn man dem immer nachgeht, verliert man ganz schnell den Blick aufs Ganze und kommt nicht voran. Ich habe mit der Zeit gelernt, die Sachen fertigzustellen, ohne dabei zwanzig Mal vom Kurs abzukommen. Durch Auftragsarbeiten bin ich auch etwas mehr an Vorgaben und Deadlines gebunden, das hilft. Genaue Zeitvorgaben mache ich mir dennoch nie, denn keine Illustration ist wie die andere und auch die Tagesform variiert stark. Das kann man nicht so einfach festlegen. Man braucht aber definitiv Disziplin, um den Kurs zu halten und ein gutes Zeitmanagement, um die Deadlines einzuhalten.

Wie sieht dein Arbeitsalltag aus? Ich könnte mir vorstellen, dass Illustrator kein 9-to-5-Job ist ...

Nein, in der Tat, das ist er auf keinen Fall. Bei mir zumindest. Am besten kann ich nämlich nachts arbeiten, das ist nicht immer ganz ideal einzugliedern. Und es kommt eben auch noch hinzu, dass es Zeiten gibt, in denen ich keine anstehenden Aufträge habe und dann wieder welche, wo ich den Pinsel nicht mehr aus der Hand lege und eine Deadline die andere jagt.

Welche Projekte hast du am liebsten? Gibt es ein Buch aus der Vergangenheit, das du besonders gern gestaltet hast?

Ich bin sehr glücklich über alle Kinderbücher, die ich illustrieren durfte. Die Charaktere sind manchmal so ulkig, dass man einfach schmunzeln muss. Es ist ein schönes Gefühl, etwas Liebenswertes zu erschaffen, das bei einer Modezeichnung so nicht aufkommen würde.

Gibt es einen bestimmten Stil, in dem du zeichnest? Gibt es generell bestimmte Stile, die man als Illustrator beherrschen/abdecken sollte? Mich würde interessieren, ob man als Künstler von einem Verlag zum Beispiel schon deshalb nicht angefragt wird, weil man Bereich xy nicht abdeckt und wenn ja, führt das dazu, dass du dir diesen Stil dann aneignest?

Tatsächlich ist mein Stil nicht super fix. Zum einen ist es natürlich gut, flexibel zu sein, es kann aber auch ein Problem sein, wenn man sich auf einen Job bewirbt und nicht mit dem einen ›Signature Style‹ daher kommt. Für mich persönlich ist es aber das angenehmste, weil ich dadurch so viele verschiedene Projekte annehmen kann und es nie langweilig wird. Es läuft bei mir aber am häufigsten auf Aquarellzeichnungen hinaus, in dem Bereich würde ich mich daher auch ansiedeln ... Beherrschen sollte man eben seinen eigenen Stil und definitiv auch Grafik-Programme, sonst hat man gegenüber der Konkurrenz leicht einen Nachteil.

Wenn dich jemand buchen möchte, wie kann der/diejenige am besten auf dich zugehen? Gibst es bestimmte Dinge, die ein Autor zum Beispiel beachten sollte, wenn er dich für die Gestaltung eines Kinderbuches gewinnen möchte?

Ideal ist es immer, wenn ich schon weiß, in welche Richtung es gehen soll und wenn ich sehe, dass der Autor sich schon über seine eigenen Vorstellungen im Klaren ist. Manche Autoren wissen aber gar nicht, was passen würde. Das ist dann auch vollkommen okay. In der Regel mache ich dann Vorschläge, z.B. mit einer Probezeichnung oder mit einem Storyboard. Die Vorstellung des Autors ist mir sehr wichtig, ich will nicht einfach mein Ding durchziehen und irgendwas malen, womit der Autor am Ende nicht glücklich ist. Der Autor sollte mir am Anfang also einfach die Dinge so schildern, wie sie sind und mir all seine Vorstellungen teilen, dann ist das ein guter Start. Ein bisschen muss der Autor natürlich auch Vertrauen in mich haben, aber bisher war das immer gegeben.

Arbeitest du nur für andere oder veröffentlichst du deine eigenen Sachen auch selbst?

Eine eigene Veröffentlichung ist natürlich ein Traum, der sich hoffentlich noch erfüllen wird. Meine Werke hängen aber mittlerweile an den Wänden verschiedener Wohnungen, auch in meiner eigenen Wohnung hängen ein paar meiner Illustrationen. Die meisten meiner Arbeiten schlummern aber noch (teilweise unfertig) in meinen Archiven und warten darauf, wieder ans Licht zu kommen. Wer weiß, vielleicht lade ich irgendwann mal zu einer Ausstellung ein. (grinst)

Wie arbeitest du am liebsten? Stift und Papier oder digital?

Mit Pinsel und (viel) gutem Papier. Am liebsten fange ich einfach an und denke nicht groß nach, was da passiert. Ganz frei. Ich liebe es auch zu kollagieren, dann werden Magazine zerrissen, aufgeklebt, übermalt, etc. Das kann auch mal zur Sauerei führen. Das beschreibt aber eher die Herangehensweise an meine eigenen Projekte. Bei einem Buchprojekt über ein kleines Schutzengelchen, das in zarten Aquarelltönen erscheinen soll, gehe ich aber zum Beispiel etwas sanfter vor.



Ist es für dich als Auftragnehmer entscheidend, dass du deine Arbeiten auch digital zur Verfügung stellen kannst? Würden dir Aufträge verloren gehen, wenn du sagen würdest, ich zeichne grundsätzlich auf Papier und um die Digitalisierung müssen sich dann andere kümmern?

Die Frage wird sich mir nie stellen. Ich mag das Digitalisieren sogar sehr gerne. Es gehört für mich als Arbeitsschritt einfach dazu. Man sieht das Bild nochmal in einer anderen Form, kann gegebenenfalls Fehler ausbessern und außerdem sind die Werke so auch gleich digital archiviert. Wenn die Sachen gedruckt werden sollen, ist es sowieso schwer daran vorbeizukommen.

Kannst du uns erklären, wie du an das Illustrieren herangehst? Zeichnest du um den Text herum oder entwirfst du erst deine Bilder und passt die Schrift dann hinterher an? Worauf muss man allgemein achten, damit am Ende ein harmonisches Bild aus Illu und Text entsteht?

Am Anfang gebe ich mir erstmal Zeit, um die Geschichte zu verinnerlichen. Dann fange ich mit ersten Skizzen und einem Storyboard an. Dabei arbeite ich viel in meiner ausgedruckten Version des Textes, die am Ende voll ist mit Markierungen und Anmerkungen. So habe ich das Zusammenspiel von Text und Illustration auf den jeweiligen Seiten eigentlich schon zu Anfang vor Augen. Insgesamt sollten die Illustrationen am Ende ausgewogen und abwechslungsreich sein, damit es insgesamt ein schönes Buch ergibt. Den Hauptfiguren schenke ich immer am meisten Aufmerksamkeit. Sie tragen in der Regel die Stimmung der Geschichte.



Diana Aghte, geb. 1990, studierte Modedesign in Hamburg, lebt seit 2015 in Berlin

www.dianaillustration.com

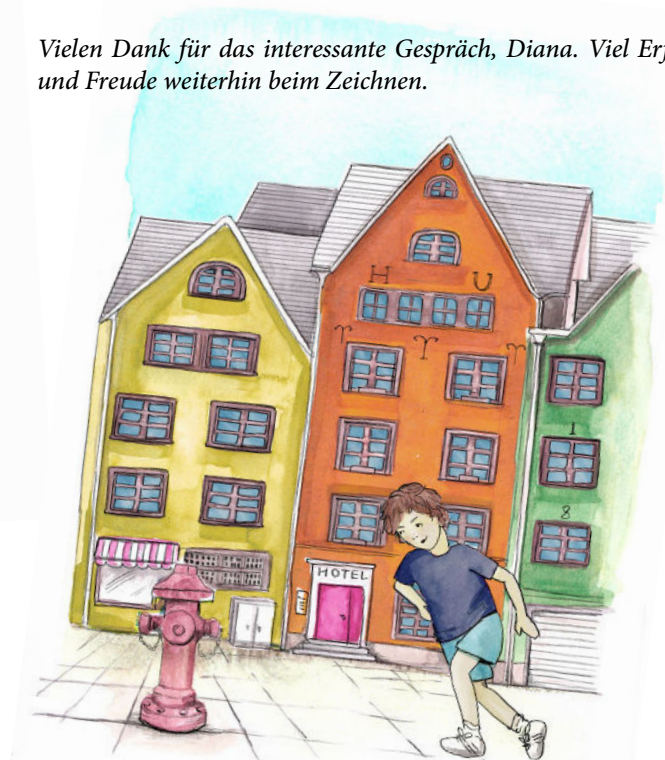
Anfragen an hello@dianaillustration.com

Gibt es Punkte an deiner Arbeit, die dich frustrieren? Ich könnte mir vorstellen, dass es manchmal schon unbefriedigend ist, wenn der Autor die Lorbeeren für ein Buch einstreicht und überschwängliches Feedback erhält, aber niemand dem Illustrator zur gelungenen Verbilderung gratuliert. Oder sehe ich das zu düster?

Ja, ich glaube damit haben viele Illustratoren zu kämpfen. Das liegt einfach in der Natur der Sache. Auf dem Buch steht der Name des Autors, nicht des Illustrators. Mich persönlich frustriert das aber nicht so sehr, weil ich das ja im Vorfeld weiß und mein Name immer an erkennbarer Stelle steht. Und wenn man es genau nimmt, veröffentliche ich ja auch viel mehr Bücher als meine Autoren, daher ist es nicht so schwer ihnen ‚die Lorbeeren‘ einfach zu gönnen. Stolz kann ich ja trotzdem immer sein.

Raubt dir der professionelle Aspekt deiner Arbeit manchmal den Spaß am Zeichnen? Du sitzt ja nicht romantisch in der Sonne und malst verträumt vor dich her, sondern hast Deadlines, die du einhalten musst, gestalterische Vorgaben und musst darauf achten, dass du genug Aufträge hast, um davon leben zu können, aber auch nicht zu viele, um alles zu schaffen. Eher raubt mir die professionelle Arbeit die Zeit. Wenn man mal einen künstlerischen ‚Flow‘ hat ist es meistens sinnvoller, ihn in das aktuelle Projekt zu lenken, als auf irgendwas Freies. Und wenn dieser Flow dann vorbei ist, ist der Tag vorbei und man legt sich schlafen. Ich kann dann immer sehr gut schlafen.

Vielen Dank für das interessante Gespräch, Diana. Viel Erfolg und Freude weiterhin beim Zeichnen.



PUBLIKUMSVERLAG UND SELF-PUBLISHING

WAS IST WAS?

Das Thema, mit dem wir uns wohl am meisten beschäftigen, ist, Autoren zu erklären, was der Unterschied zwischen einem klassischen Publikumsverlag und Self-Publishing ist. Viele, die ein Buch veröffentlichen möchten, haben die Worte noch nie gehört, stehen ganz am Anfang und versuchen, sich bei all den Möglichkeiten, die es gibt, erst einmal zu informieren. Ich möchte veröffentlichen!, steht auf dem Zettel. Was nun?, ist die Frage.

Natürlich sollte man sich zunächst überlegen, wieso man überhaupt veröffentlichen möchte. Die nächste J.K. Rowling zu werden, geben tatsächlich sehr viele als Wunsch an oder hoffen es im Verborgenen.

Dagegen ist ja nichts einzuwenden, aber leider ist dies selten realistisch.

Dennoch hoffen viele, »entdeckt« zu werden, ohne eigentlich zu wissen, wie das passieren könnte.

Grundsätzlich ist es wichtig zu wissen, dass es zwei grundverschiedene Möglichkeiten des Veröffentlichens gibt. Den klassischen Publikumsverlag (Diogenes, Suhrkamp, DTV, etc.) und das Self-Publishing; gerade Letzteres hat sehr viele Facetten. Wir versuchen hier einmal grob, die wichtigsten Unterschiede darzustellen:

Publikumsverlag

Was
heißt
das
eigentlich?

Self-Publishing



Publikumsverlag

Ein Publikumsverlag ist ein Verlag, der bei der Veröffentlichung eines Buches das komplette unternehmerische (finanzielle) Risiko trägt. Er übernimmt also alle Kosten, die mit der Herstellung und dem Vertrieb zusammenhängen (Lektorat, Buchsatz, Grafik, Druck). Die vollständige Organisation der Herstellung sowie des Vertriebs und der Werbung durch Pressetermine, Rezensionen und Autorenlesungen wird von ihm übernommen und dem Verlagsprogramm entsprechend durchgeführt. Als Autor erhalten Sie dann in der Regel für ihre Veröffentlichung eine Vorauszahlung und/oder Tantiemen.

(Die Zahlungsmodelle variieren hier sehr stark, daher ist eine pauschale Aussage – gerade über die Höhe und Zeit der Ausschüttung – kaum möglich.)

Wie erfolgt die Auswahl der Manuskripte bei diesen Verlagen und was müssen Sie tun, um überhaupt eine reelle Chance zu haben? In der Regel kauft der Verlag Lizenzen bei Agenten aus dem In- und Ausland ein oder gibt Projekte bei den bestehenden Verlagsautoren in Auftrag. Die Auswahl erfolgt stets streng nach dem entwickelten Verlagsprogramm. Dabei wird nicht nur auf die Qualität der Geschichte geachtet, sondern auch auf das Potenzial des Autors. Wenn Sie also ein Leben als Autor anstreben, sollten Sie dies dem Verlag signalisieren. Treten Sie professionell auf, schreiben Sie regelmäßig und zeigen Sie, dass man mit Ihnen auch in Zukunft arbeiten kann. Wenn Sie »nur« ein Kinderbuch für Ihre Enkel geschrieben haben (und das einmalig), wird ein Agent oder Verlag kaum Zukunftsvisionen bekommen.

Wichtig ist für viele natürlich das Mitspracherecht – wir bekommen oft Anfragen hinsichtlich der Möglichkeit, Bücher so zu gestalten, wie der Autor sich das vorstellt. Das ist bei einem Publikumsverlag in der Regel nicht möglich. Wenn das Ihr oberstes Begehren ist, sind Sie bei einem Publikumsverlag also höchstwahrscheinlich nicht richtig – Ausnahmen bestätigen die Regel!

Self-Publishing

Entscheidet sich der Autor dafür, sein Buch selbst zu verlegen, so liegt das komplette unternehmerische Risiko, die Produktion, der Druck, der Vertrieb und die Vermarktung und die anschließende Abrechnung, beim Autor selbst.

Im Klartext:

Sie schreiben, Sie lektorieren, Sie setzen das Buch, Sie entwerfen das Cover, Sie kaufen sich die ISBN, Sie suchen sich eine Druckerei, Sie melden Ihre Bücher bei den Verzeichnissen, Sie verkaufen das Buch oder suchen sich einen Vertrieb und Sie machen selbst Werbung.

Alles selbst also. Heute für viele kein Problem mehr. Es gibt Autoren, die sich komplett selbst organisieren, Spaß daran haben und neben ihrem Broterwerb ein eigenes erfolgreiches Imperium aufbauen.

(Vielmals wird dabei auf Anbieter wie Amazon Direct Publishing und BoD zurückgegriffen. Letzteres ist ein Druckverfahren, das sich Print on Demand nennt, d. h. wenn ein Buch bestellt wird, wird es gedruckt.)

Self-Publishing-Verlag

Bei all der Technik und Unterstützung, die es heute gibt, scheitern viele Autoren spätestens beim Vertrieb und der Vermarktung ihrer Bücher. Dort kommen dann die sogenannten Self-Publishing-Verlage ins Spiel.

Sie sind bei vielen verschrien, haben unendlich viele Namen und werden von »renommierten« Verlagen und Autoren abgelehnt. In Zeiten, in denen mehr Autoren bei Verlagen anklopfen, als es Plätze gibt, haben Sie allerdings ihre Daseinsberechtigung. Und die alten Hasen im Geschäft wissen, dass das Konzept schon sehr alt ist und bereits in den Staaten ewig praktiziert wird. Dennoch ist ein kritisches Hinterfragen der Angebote absolut berechtigt und Information das oberste Gebot bei Ihrer Entscheidung. Wer leistet was wofür?

Denn bei der Veröffentlichung mit einem Self-Publishing-Verlag beteiligt sich der Autor an den Kosten der Veröffentlichung. Er kauft bei dem Unternehmen Leistungen ein, die für die gewünschte Veröffentlichungsform nötig sind. Also alles, was Sie sonst selbst machen müssten: Lektorat, Buchsatz, Grafikgestaltung, E-Book-Erstellung, Druck, Vertrieb und Werbung.

Je nach Umfang der Leistung variiert der Preis. Einige Verlage haben ein festes Programm und wählen nur bestimmte Genre aus. Andere sind vollkommen frei.

Der Autor hat ein umfangreiches Mitspracherecht bei der Gestaltung des Buches und erhält einmal im Jahr Tantiemen. Die Bücher sind genauso wie die des Publikumsverlags bei allen Buchhändlern erhältlich. Je nach Leistungsumfang übernimmt der Verlag das Anschreiben der Presse, Versenden von Leseexemplaren, Anschreiben der Buchhandlungen, Erstellen von Werbemitteln, die auch der Autor nutzen kann, und platziert Anzeigen für das Buch.

Fragen Sie sich bei der Suche nach einer Veröffentlichungsmöglichkeit also, welche Ziele Sie verfolgen: finanzieller Gewinn, Leser erreichen, künstlerische Wertschätzung, persönliche Verwirklichung, Ruhm, Bekanntheit über das Buch hinaus? Möchten Sie wirklich Berufs-Autor sein oder ist es nur ein Hobby? Was ist Ihnen die Veröffentlichung finanziell und zeitlich wert?

ALS AUTOR STEUERN ZAHLEN

Autor ist nicht gleich Autor. Auch nicht, wenn es um Steuern geht. Steuern zahlen und Steuererklärungen erstellen ist für viele Arbeitstätige Pflicht. Da geht es einem als Autor nicht anders. Ob als Hobby oder Traumberuf; wenn man seine Bücher verkauft, muss man sich früher oder später den unvermeidlichen Steuern widmen. Die meisten Internetseiten, Artikel und Forumsbeiträge empfehlen einen Steuerberater. Aber ist nicht gerade der Sinn hinter dem Konzept Self-Publishing, dass man soviel wie möglich selbst macht und Kosten einspart, weil man auf Dienstleistungen anderer verzichtet? Das sollte doch auch im Bezug auf Steuern möglich sein, oder etwa nicht?

Auch wenn es manchmal kompliziert ist und der Vorgang oft eher unübersichtlich erscheint, ist es möglich, das Thema Steuern selbst in die Hand zu nehmen.

Hier also eine Zusammenstellung meiner Rechercheergebnisse. Am Ende des Artikels finden Sie zudem eine Grafik, die einen Überblick über die wichtigsten Punkte bietet. Dabei konzentriere ich mich vor allem auf den Verkauf der eigenen Bücher als Nebenberuf. Ich bin kein Steuerberater, daher lege ich Ihnen ans Herz, sich zur allgemeinen Absicherung, beziehungsweise in persönlichen Sonderfällen, an einen ausgebildeten Steuerberater zu wenden.

Online findet man, zu meiner Überraschung, recht wenig schlüssige Informationen. Ein kompakter Leitfaden ließ sich nicht vorfinden. Am hilfreichsten erwies sich der Blog Kia Kahawa auf dem unter dem Titel »Autoren an die Steuer« eine ganze Reihe von Beiträgen veröffentlicht worden sind.

Als erstes stellt sich die Frage, was man sich als (realistisches) Ziel setzt. Ist das Schreiben und die Veröffentlichung von Büchern lediglich ein Hobby? Oder sieht man es als seine Nebentätigkeit, beziehungsweise seinen Hauptberuf an, in den man viel Zeit und Geld investiert, wie beispielsweise für umfangreiche Werbung?

In der Finanzwelt wird dabei zwischen Liebhaberei und Nebenbeschäftigung unterschieden. Auch wenn du das Schreiben und Veröffentlichen deiner Bücher nur als Hobby ansiehst, kann es trotzdem sein, dass das vom Finanzamt anders gesehen wird. Ob nun Liebhaberei oder eine Nebenbeschäftigung vorliegt, wird grundsätzlich davon abhängig gemacht, ob eine Gewinnerzielungsabsicht vorliegt oder nicht. Bei einer Nebentätigkeit können zwar, gerade in der Anfangsphase, Verluste entstehen, längerfristig müssen aber Bemühungen erkenntlich sein, die zur Gewinnerzielung führen. Das Finanzamt prüft, ob eine Nebentätigkeit vorliegt.

Ersteres kann im Anbetracht der Steuerthematik der einfachere Weg sein, hat aber als Voraussetzung auch geringe Einnahmen. Außerdem können Verluste steuerlich nicht geltend gemacht werden.

Ist dein Autorentum Liebhaberei, reicht es möglicherweise, sich eine NV-Bescheinigung (Nichtveranlagungsbescheinigung) einzuholen.

Auch dazu hat Kia einen Blogbeitrag verfasst, in dem sie ausführlich über die Nichtveranlagungsbescheinigung informiert. <https://www.kiakahawa.de/2017/02/20/nv-bescheinigung-fuer-autoren/>

Hier eine kleine Zusammenfassung der relevantesten Punkte:

Mit der NV-Bescheinigung brauchen Sie weder Steuern zahlen, noch eine Steuererklärung anzufertigen. Ihre jährlichen Einkünfte dürfen dabei den Grundfreibetrag von 9000 Euro nicht übersteigen. Daher ist eine NV-Bescheinigung vor allem sinnvoll für beispielsweise Minderjährige, Schüler, Studenten, Rentner und Arbeitslose.

Für den Fall, dass eine NV-Bescheinigung nicht ausreichen sollte, ist die Liebhaberei laut <https://www.steuertipps.de/lexikon//liebhaberei> der privaten Lebensführung zuzuordnen.

Wenn das eigene Einkommen bereits den Grundfreibetrag übersteigt oder die Büchereinnahmen (glücklicherweise) höher sind, als man es von einem Hobby oder auf dem deutschen Buchmarkt erwarten würde, muss sie eben doch her: die Steuererklärung.

Hat man selbst noch nie Steuern gezahlt, bzw. zahlen müssen und demnach auch noch nie eine Steuererklärung angefertigt, sollte das Formular zur steuerlichen Erfassung ausgefüllt werden. Online lassen sich glücklicherweise viele praktische Erklärungen zum richtigen Ausfüllen des Formulars finden.

Ist man also steuerlich erfasst und die Frist für die Einreichung der Steuererklärung nähert sich, wird es Zeit, Auskunft über die gemachten Einnahmen zu geben. In der Anlage S der Steuererklärung werden die Nebeneinkünfte angegeben, die aus selbstständiger (freiberuflicher) Arbeit entstanden sind. In der Anlage G sollen die Einkünfte angegeben werden, die aus einer gewerblichen Nebentätigkeit erworben worden sind.

Nun stellt sich selbstverständlich die Frage: Welche Einkünfte sind aus freiberuflicher Nebentätigkeit und welche aus gewerblicher Tätigkeit?

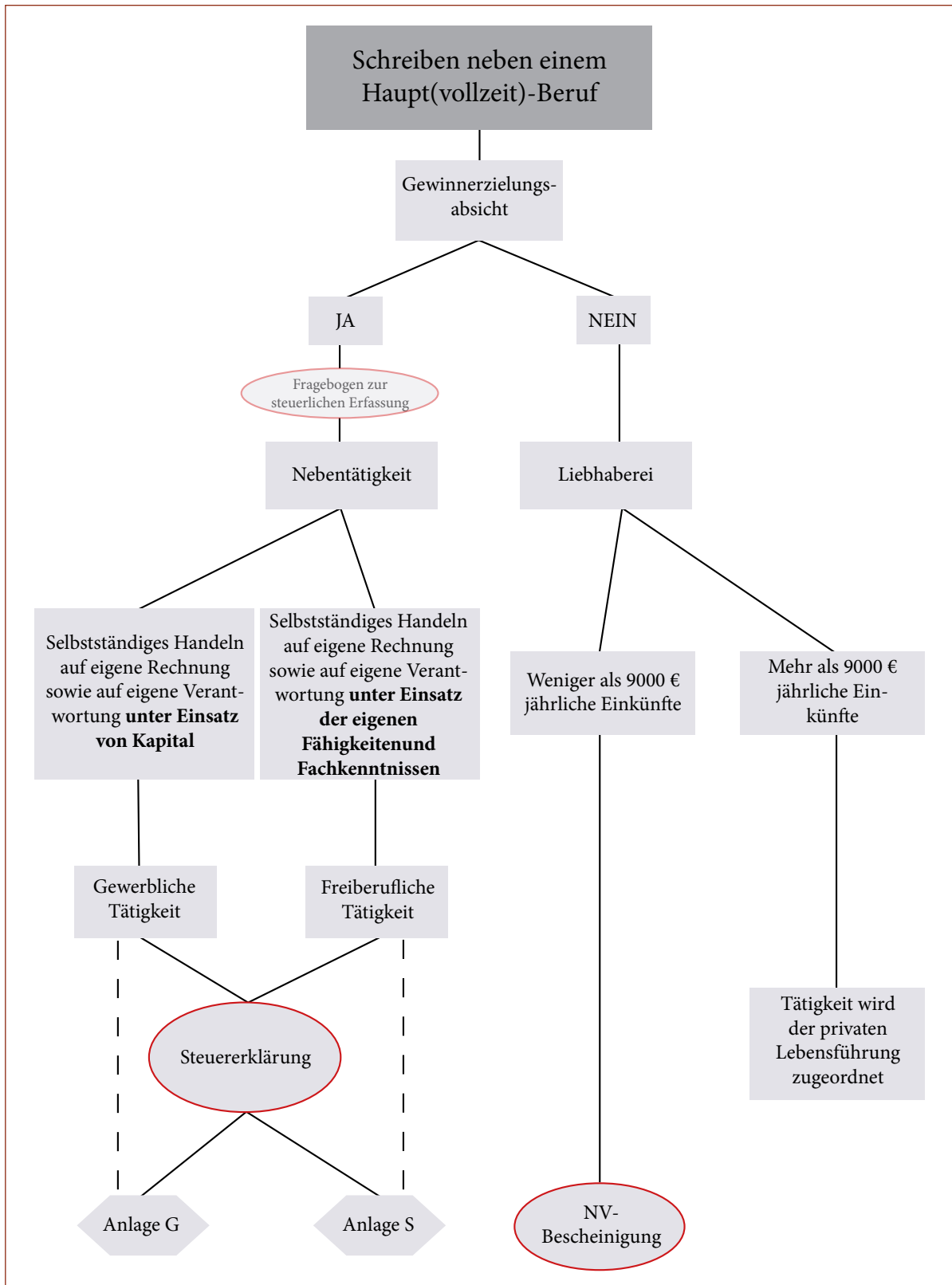
Kia stellt in ihrem Artikel »Als Autor Freiberufler oder Gewerbe« zwei Grundsätze zur Orientierung auf. »Bei gewerblicher Arbeit handelt man selbstständig und auf eigene Rechnung sowie auf eigene Verantwortung unter Einsatz von Kapital« und »bei freiberuflicher Tätigkeit handelt man selbstständig und auf eigene Verantwortung unter Einsatz der eigenen Fähigkeiten und Fachkenntnissen.« Als Autor an sich bist du freiberuflich tätig. Führst du beispielsweise aber auch eine Website oder einen Blog, worüber du Einnahmen, beispielsweise durch Buchverkäufe, erzielst, bist du gewerblich tätig. Die Einnahmen aus diesen verschiedenen Einnahmequellen sind also auch jeweils in der Anlage S oder der Anlage G einzutragen.

Weitere steuerliche Kategorien zur Unterscheidung sind die der Kleinunternehmer bzw. Unternehmer. Als Autor sind Sie wahrscheinlich rechtlich gesehen Kleinunternehmer. Wenn nicht: herzlichen Glückwunsch. Denn wenn Sie als Unternehmer gelten, verdienen Sie gut mit Ihren Büchern. Als Kleinunternehmer gilt man, wenn der Verdienst im Vorjahr weniger als 17.500 Euro betragen hat und im folgenden Jahr nachweislich nicht mehr als 50.000 Euro beträgt.

Es geht dabei nicht um Gewinn, sondern alleine um Umsatz. Gilt man durch diese Regelungen nicht mehr als Kleinunternehmer, sondern als Unternehmer, ist auch die Umsatzsteuer zu zahlen und die Angelegenheit wird komplizierter. Gerade in solchen Fällen und Einnahmen in diesem Umfang ist es sinnvoll, einen professionellen Steuerberater an seiner Seite zu haben.

Hoffentlich konnte ich Ihnen hiermit einen Überblick über das Thema Steuern und Autoren bieten. Kias Steuer-Artikel kann ich sehr empfehlen, Sie finden darin längere Erläuterungen. Auch ein E-Book ist erhältlich.





TRAUMBERUF LEKTOR

*Im Interview mit den freien Lektoren Alexandra Eryiğit-Klos,
Stefanie Messmer und Manfred Enderle*

Viele der Bücher, die wir so lieben und die um die Welt gegangen sind, gäbe es ohne die Arbeit der Lektoren gar nicht – oder auch umgekehrt: Viele Bücher gibt es nicht, weil sie von eben diesen aussortiert werden. Die Aufgabe und der Einflussbereich gerade eines Verlagslektors ist also ganz schön gewichtig. Grund genug für uns, euch mehr über diesen geheimnisvollen Beruf zu verraten.

Was macht ein Lektor eigentlich und gibt es einen Ausbildungsberuf, den man ergreifen muss, oder einen Studiengang, der zwingend nötig ist, um als Lektor zu arbeiten? Wir haben mit Stefanie Messmer, Alexandra Eryiğit-Klos und Manfred Enderle gesprochen. Sie alle arbeiten als freie Lektoren für verschiedene Verlage und Autoren, haben schon etliche Bücher »ladenfein« gemacht und verraten euch, wie sie zu ihrem Beruf gekommen sind und was sie daran so lieben.

Lektor ist kein klassischer Ausbildungsberuf oder Studiengang. Es gibt nicht DEN einen Weg, den man als Lektor einschlagen sollte oder kann. Viele der Lektoren, die in Publikumsverlagen arbeiten, haben ein abgeschlossenes Studium im Bereich Geisteswissenschaften (dazu gehören in erster Linie literarisch geprägte Studiengänge, aber auch Buchwissenschaften, Anglistik, Germanistik, etc.) und machen danach ein Volontariat im Verlag. Und dann heißt es: »von unten nach oben« arbeiten.

Manfred Enderle (M.E.) ist seit 18 Jahren als Lektor tätig und korrigiert im Jahr durchschnittlich 60 Buchmanuskripte. »2017 waren es sogar 71! Ich bin/war hauptberuflich Dipl. Dolmetscher, staatl. gepr. Übersetzer sowie Exportkaufmann.«

Stefanie Messmer (S.M.) hat Literaturwissenschaften studiert und arbeitet seit vier Jahren als Lektorin und sieht ihre Hauptaufgabe darin, »Texte so zu gestalten, dass deren Botschaft klar verständlich wird. Ich habe Literaturwissenschaften studiert und schon seit ich denken kann, Wert auf eine klare, korrekte und verständliche Sprache und Ausdrucksweise gelegt. Als ich im Jahr 2014 vor der Situation stand, dass ich mir eine andere Arbeitsstelle suchen musste, kam mir in den Sinn, dass ich mich doch selbstständig mit genau der Aufgabe machen könnte, die mir am meisten Freude macht.«

In klassischen Publikumsverlagen suchen Lektoren nicht nur aus den eingereichten Manuskripten die aus, die interessant für das neue Programm sein könnten, sie entwickeln auch eigene Buchideen, die die Verlagsautoren dann umsetzen, stellen die Projekte bei der Verlagsleitung vor, organisieren Illustratoren, Übersetzer, Messeauftritte, etc. und sind für ihre Autoren Ansprechpartner Nummer 1.

Neben den angestellten Verlagslektoren gibt es auch die freien, die sich selbstständig gemacht haben und entweder Aufträge von Verlagen bekommen oder direkt von einem Autor. Je nach Erfahrung und Vorliebe spezialisieren sich einige dabei auf bestimmte Themengebiete, andere fungieren auch als »Ghostwriter« (d.h. sie schreiben das Buch für oder mit jemandem, ohne als Autor aufzutreten), korrigieren und redigieren.

Alexandra Eryiğit-Klos (A.E.K.) arbeitet seit 2010 als Lektorin: »Ich redigiere manchmal für Autoren, aber nicht im Sinne des »Ghostwritings«. Bei einigen ausländischen Kunden setze ich den Text tatsächlich neu auf, ohne jedoch den Inhalt zu verändern. Ein Textkorpus liegt immer vor.«

Wie viele Projekte bearbeiten Sie im Schnitt? Haben Sie ein Lieblingsgenre?

A: E. K.: »In der Regel arbeite ich parallel an drei bis fünf Projekten. Belletristik und Kinderliteratur gehören zu meinen Lieblingsgenres. Ich interessiere mich aber auch brennend für Ratgeberliteratur, psychologische und philosophische Themen (Beziehung, Partnerschaft, Sexualität, Lebensführung, Glück und Glücksempfinden, Wertvorstellungen, Freiheit, Zeitmanagement u. a. m.). Aber auch wenn ich eine Anfrage bekomme, bei der es beispielsweise darum geht, eine Imagebroschüre oder die AGBs Korrektur zu lesen, dann mache ich das ebenso mit Feuereifer, wenngleich dies inhaltlich gesehen eher »trocken« (aber nicht unbedingt uninteressant) ist. Es »euphorisiert« mich schlichtweg, mit dem Phänomen Sprache zu »arbeiten« und zu »spielen« – einen Text so zu gestalten, dass er schließlich »druckreif« ist. Jedes Mal, wenn ich eine digitale Anfrage bekomme, sei es von einem Verlag, einer Agentur, einem Unternehmen oder von einem Privatkunden, und ich den Dateianhang öffne, um

mir ein Bild davon zu verschaffen, worum es bei dem betreffenden Lektoratsprojekt geht, fühlt sich das für mich so an, als würde ich ein Geschenkpackchen öffnen dürfen. Insofern feiere ich das ganze Jahr ›Weihnachten.‹«

Bei so viel beruflichem Lesestoff stellt sich natürlich die Frage, ob man als Lektor privat überhaupt noch zum Lesen kommt ...

AEK: »Bedauerlicherweise komme ich privat viel zu wenig zum Lesen. Es ist aber auf gar keinen Fall so, dass mir mein Beruf das private Lesen ›verleidet‹, wie manche meinen. Ganz im Gegenteil: Lektorat/Lesen macht – ähnlich wie Schokolade – ›Lust auf mehr‹, nur das Ersteres wohl etwas ›gesünder‹ ist! Wobei dies leider nicht auf die Augen zutrifft. Deshalb greife ich ›nach Feierabend‹, wenn ich so etwas dann mal tatsächlich habe, liebend gern zu einem meiner unzähligen Kinderbücher und ergötze mich insbesondere an den süßen Illustrationen. Dabei fasziniert es mich jedes Mal aufs Neue, wie nur ein paar wenige Striche und Pünktchen tief greifende Emotionen zu transportieren vermögen – einfach genial! Ich denke, es ist diese fabelhafte Kombination aus Wort und Bild, die es Kindern auf anziehende und intelligente Weise ermöglicht, sich die Welt zu erschließen.«

S. M.: »Ich lese auch privat regelmäßig und auch relativ viel (ich denke so 2–3 Bücher im Monat). Am liebsten lese ich Autoren aus dem englischsprachigen Raum und dann auch gleich in englischer Sprache. Zurzeit lese ich ›The Man Who didn't Call‹ von Rosie Walsh. Was wie eine etwas schnulzige Romanze beginnt, entwickelt sich langsam zu einem Psychothriller. Ich kann das Buch kaum weg legen.«

Herr Enderle, die Frage aller Fragen: Schreiben Sie selbst auch oder begnügen Sie sich mit den geistigen Ergüssen anderer?

»Ja, ich habe 3 Pilzbücher, 3 Gedichtebücher und einen Roman geschrieben. Ferner über 100 mykologische Arbeiten in deutschen und internationalen Fachzeitschriften.«

Haben Sie ein paar Tipps für die, die gerade ein Buch schreiben oder eins beginnen? Oft bekommen wir Anfragen, wie man anfangen und worauf man beim Schreiben achten sollte ... Haben Sie da so etwas wie eine »Generalantwort« aus der Sicht eines Lektors?

AEK: »Die Antwort gibt es hierfür wohl kaum. Das Schreiben und die Herangehensweise daran sind so individuell wie die Menschen selbst. Deshalb würde ich jedem nahelegen, auf sein Bauchgefühl zu hören. Wenn jemand wirklich so gar nicht weiß, wie er beginnen soll, und trotzdem den starken inneren Wunsch verspürt, zu schreiben, empfiehlt sich ein Kurs und/oder ein Fernstudium ›Literarisches Schreiben‹ o. Ä. Als Akademiektorin betreue ich solche Studenten und viele von ihnen halten einige Zeit nach diesem Fernstudium glücklich ihr eigenes Buch in Händen.«

S.M.: »Ich stelle mir diese Frage selber hin und wieder. Ich denke, es kommt eben darauf an, was für eine Art Buch entstehen soll. Ein Roman kann beispielsweise dadurch entstehen, dass man anfängt, ein fiktives Tagebuch zu schreiben. So kommt man in einen Erzählfluss. Bei einer Autobiografie würde ich chronologisch vorgehen und dann später entsprechende Spannungsbögen einbauen. Ich glaube, das Beste ist, man fängt einfach mal an. Passagen, die dann später hölzern wirken oder holprig, kann man immer noch ändern oder löschen. Beim Schreiben sollte man, das sage ich jetzt als Literaturwissenschaftlerin, am allermeisten darauf achten, dass man eine ›Erzählerstimme‹ einnimmt. Also nicht aus der eigenen Person heraus erzählen, sondern eine Rolle einnehmen, die erzählt. Auch wenn es sich um einen Ich-Erzähler handelt. So bekommt man automatisch eine Distanz zum Erzählten, was ausgesprochen wichtig ist, um kritisch zu bleiben. Gleichzeitig ist dies aber auch, so denke ich, das Schwierigste beim Schreiben.«

Mich würde interessieren, wie Sie Ihre Bücher aussuchen. Ich bin ein großer Fan von Amazon, weil die Bücher, die ich lese, tatsächlich dort leichter zu erhalten sind. Ich verfolge meine Lieblingsautoren in den sozialen Netzwerken und sehe immer, wann ein neues Buch veröffentlicht wird, das ich dann gleich auf meine digitale Wunschliste packe oder sofort kaufe. Ich stöbere auch gern bei Dussmann – vor allem im English Book Shop, weil ich die englischen Cover toller finde. Wie geht es Ihnen? Sind Sie noch ganz klassisch unterwegs oder kaufen Sie auch online?

AEK: »Hauptsächlich und gezielt bestelle ich Bücher online, bei Gelegenheit kaufe ich auch auf die ›klassische‹ Art. Allerdings versuche ich mich dahin gehend zu zügeln, weil mein Mann sonst bald einen Trakt anbauen müsste und – was weitaus schlimmer wäre – der Haussegen schiefhinge ... Bei aller Liebe zur Literatur sollte man tatsächlich nie das Wichtigste aus den Augen verlieren ... «

S.M.: »Ich lese seit einigen Jahren ausschließlich auf einem E-Reader und bestelle demnach auch bei Amazon meine Bücher digital. Und da gehe ich dann oft nach den Empfehlungen oder ich schaue immer mal wieder, ob es von meinen Lieblingsautoren etwas Neues gibt, z. B. Lisa Jewell oder Elizabeth George.«

Rund um die Uhr schneller + sicherer
Schutz. In 3 Minuten erledigt.

Kostenlos.



LASSEN SIE SICH IHREN TITEL SCHÜTZEN!

© titelschutz.ch

Stefanie Messmer

Messmerscharf - das lupenreine Lektorat

Liebenzeller Str. 15/1
72766 Reutlingen

07127 9775702

info@messmerscharf.de

www.messmerscharf.de

https://www.facebook.com/messmerscharf



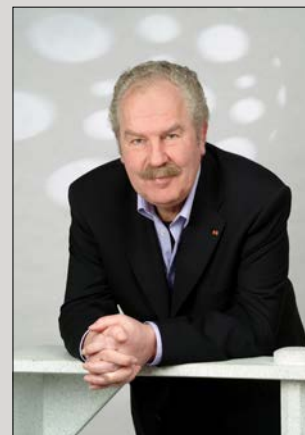
Manfred Enderle

Freier Lektor

www.manfred-enderle.de

manfred.enderle@gmx.de

Te: 08221-7557



Alexandra Eryigit-Klos

Korrektur, Lektorat, Redaktion

Texterin, Rezensentin

www.fast-it.net

Tel. 01523 4186754

Nach all der Arbeit, die Sie in Ihre Projekte stecken, gibt es eins, das besonders spannend war und pflegen Sie auch privat Kontakt zu Autoren? Oder ist jedes Projekt wie das andere, quasi ein reines »abarbeiten«?

S.M.: »Ich habe dieses Jahr einen Produktkatalog für einen Werkzeughersteller korrigiert. Das hört sich zunächst ganz simpel an, war dann aber eine richtige Herausforderung. Meine Kontakte zu den Autoren sind immer beruflicher Natur. Ich habe erfreulicherweise viele Stammkunden, dadurch endet ein Kontakt selten mit Abschluss der Arbeit.«

A.E.K.: »Das mit den ›Superlativen‹ ist immer so eine Sache, weil viele meiner Projekte wahnsinnig spannend sind, das liebe ich ja so sehr an meinem Beruf. Dieses Jahr zum Beispiel war ich ganz gefesselt von einem Roman, der von einer Liebe zwischen Ost und West erzählt, die nicht sein durfte. Unglaublich, aber die Stasi hat noch nicht mal vor dem Schlafzimmer der Liebenden haltgemacht, um diese Liebe zu torpedieren ... Politische/ideologische Motive lassen Menschen mitunter tiefer sinken, als man es für möglich hält. Zu manchen Autorinnen und Autoren entwickelt sich ein jahrelanger Kontakt, der auch persönliche Treffen mit einschließt. Das ist meist dann der Fall, wenn ein Werk autobiografische Züge trägt.«

Als freier Lektor ist man sicher auf jedes Projekt angewiesen, aber es sind sicher nicht immer nur hochwertige Projekte dabei. Was können Sie gar nicht leiden in Bezug auf Ihre Arbeit und gibt es Projekte, die Sie ablehnen?

M.E.: »Ich lehne nur ganz selten ein MS ab. Ärgerlich werde ich, wenn die deutsche Rechtschreibung nur sehr mangelhaft beherrscht wird.«

S.M.: »Ich liebe meine Arbeit. Ich lese Texte leidenschaftlich gerne Korrektur und es passiert sehr selten, dass mich ein Text wirklich anstrengt oder langweilt. Bisher habe ich Projekte nur aus Kapazitätsgründen ablehnen müssen. Natürlich behalte ich mir vor, Projekte abzulehnen, sollten mir deren Inhalte oder auch Auftraggeber in irgendeiner Form nicht liegen.«

A.E.K.: »Bei dieser Frage musste ich wirklich lange nachdenken, denn was mag ich eigentlich nicht an diesem wundervollen Beruf? In der Tat schmerzt mir das Herz, wenn ich aus Zeitgründen ein Projekt ablehnen muss. Das ist dann so, wie wenn mir jemand ein Stück Marzipantorte vor die Nase hält und ich darf nicht reinbeißen!«

Lektoren sind die Seelen der Bücher; sie sind es, die ihnen die richtige Form verleihen und dafür sorgen, dass Autoren Leser mit ihren Geschichten berühren, fesseln und faszinieren. Ohne ihre Arbeit wäre die Bücherwelt ziemlich traurig und wenn wir mal ehrlich sind: unsere Rechtschreibung sicherlich katastrophal. Kein Wunder, das bei all der Vielseitigkeit, der verklärten Romantik, der Verschiedenheit der Autoren und Projekte viele davon träumen, Lektor zu werden. Aber haben unsere drei vielleicht einen geheimen Traum, für den sie ihren Beruf aufgeben?

Wenn Sie kein Lektor wären, was würden Sie dann machen? Oder umgekehrt: Können Sie sich vorstellen, Ihre Arbeit an den Nagel zu hängen?

M.E.: »Ich bin mit Leib und Seele Lektor und bedaure, dass ich diese Tätigkeit erst in späteren Jahren aufgenommen habe.«

S.M.: »Zurzeit kann ich mir das nicht vorstellen. Wenn ich etwas anderes machen MÜSSTE, würde ich gerne Grundschullehrerin werden.«

A.E.K.: »Gott bewahre! Möge ich nie in diese Situation geraten! Mir ist aber auch bewusst, dass man sich gerade im heutigen Zeitalter nicht ›versteifen‹ sollte, in welcher Hinsicht auch immer. Wenn der Super-GAU also tatsächlich ›einträte‹, würde ich mich wahrscheinlich ins Bibliothekswesen einarbeiten – da hätte ich dann immer noch mit dem faszinierenden Wunderwerk ›Buch‹ zu tun.«

Was für ein schönes Schlusswort. Vielen Dank, Ihnen Dreien, für Ihre Zeit, Ihre Leidenschaft und Arbeit.

ALLE DREI FREUEN SICH ÜBER ANFRAGEN UND ZUSENDUNGEN VON AUTOREN, DIE AN EINER ZUSAMMENARBEIT INTERESSIERT SIND.

WIE KOMMT EIN MANUSKRIFT ZUM PUBLIKUMSVERLAG?

Wie entscheidet ein Verlag und wo bekommt er seine Manuskripte her?

Wie kommen Publikumsverlage eigentlich an ihre Manuskripte? Es gibt viele Wege und diese sind auch in jedem Verlag ein bisschen unterschiedlich, aber wir versuchen hier, einen kleinen Einblick zu geben.

Ganz grob lässt sich die Manuskript-Herkunft in zwei Gruppen einteilen: *Das eingereichte Manuskript und die im Haus entwickelte Idee.* Zunächst werden wir uns die eingereichten Manuskripte ansehen. Denn auch hier gibt es unterschiedliche Wege, wie ein Manuskript im Verlag ankommt.

Der wahrscheinlich größte Teil der Manuskripte sind die im Verlagsjargon sogenannten »unverlangt eingesandten Manuskripte«, also Manuskripte, die unaufgefordert von jemandem an den Verlag geschickt werden. Diese Manuskripte landen meist auf einem großen Haufen und wenn die Autoren Glück haben, werden sie irgendwann auch einmal angeschaut und man bekommt eine Rückmeldung – meist wohl eine Absage. Natürlich ist das bei den Verlagen unterschiedlich und vielleicht nehmen sich auch einige wirklich Zeit, aber meist wird es wohl doch eher ein unmotiviertes Reinblättern mit der Lektüre der ersten drei Sätze sein – oder es ist schon beim ersten Rechtschreibfehler im Anschreiben Schluss. Alles schon erlebt. Die Wahrscheinlichkeit bei einem großen Publikumsverlag aus so einem Haufen gezogen zu werden, tendiert stark gegen Null. Aber auch von solchen Märchen wird berichtet.

Wahrscheinlicher ist, dass Manuskripte wirklich geprüft und eingekauft werden, wenn diese von Agenten vorgestellt werden. Zu diesen pflegen die Verlage enge Kontakte, irgendwann weiß man, wem man vertrauen kann und ob die Aussage »mit dem Autor kann man gut arbeiten« nur so dahin gesagt ist oder wie viel Zeit man in Paragrafenreiterei investieren muss, wenn ein Vertrag zustande kommen soll.

Autoren bewerben sich bei den Agenturen und dort wird sozusagen die Vorarbeit für die Verlage geleistet – die Agenten »misten aus« und nehmen nur die Autoren unter Vertrag, die sie für vielversprechend halten und die genug Professionalität und Motivation mitbringen, um eine längerfristige Zusammenarbeit anzustreben. Dabei kann es auch sein, dass die Originalidee und das Manuskript, mit dem sich der Autor bei der Agentur beworben hat, nie den Verlagen vorgestellt wird, weil es nur das Potenzial des Autors spiegelt, die Geschichte aber eigentlich als »unverkäuflich« eingestuft wird.

Manche Agenturen entwickeln mit ihren Autoren neue Ideen, fertigen Leseproben und Exposés an, die dann den Verlagen auf Messen, in Telefonaten oder per Mail vorgestellt werden.

Ähnlich funktioniert es mit Auslandslizenzen. Diese werden direkt oder auch über Agenturen von ausländischen Verlagen angeboten. Manchmal mit Exposé und Leseprobe, manchmal mit komplettem Manuskript, und die Verlage überlegen, ob sie das Buch übersetzen und auf deutsch herausbringen wollen. *Im Unterschied zu deutschen Autoren kann dann am Inhalt nichts mehr geändert werden und es gibt keine Mitsprachemöglichkeit bei der Plotentwicklung.* Entgegen einer häufigen Annahme handelt es sich hier meistens um Bücher, die im Ausland noch nicht erschienen sind, über deren Verkaufserfolg man also auch noch nichts sagen kann. Die großen Lizenzverkäufe finden statt, wenn auch das Original noch nicht auf dem Markt, oft noch nicht einmal fertig geschrieben, ist.

Wenn man natürlich das Glück hat, bereits Autor in einem Verlag zu sein oder jemanden zu kennen, der jemanden kennt, kann man seine Ideen und Manuskripte auch mal direkt einem Lektor vorstellen.

Und als wenn das noch nicht genug potenzielle Bücher wären, gibt es auch noch die Eigenentwicklungen aus den Lektoraten heraus. *Alle Verlage haben ein Verlagsprogramm und versuchen, bestimmte Zielgruppen zu erreichen.* Auch haben alle Verlage ein Profil. *Machen sie eher anspruchsvolle Literatur oder Unterhaltung? Darf es auch mal kitschig sein oder doch ernsthaft? Buchhändler haben oft konkrete Vorstellungen davon, was ein Verlag macht und kann.*

Wenn ein Verlag, der eigentlich kitschige Historienromane macht, ein Buch wie »Das Schicksal ist ein mieser Verräter« herausgebracht hätte, wäre es vermutlich nicht der Bestseller geworden, der es nun ist. Der Buchhändler hätte es wahrscheinlich gar nicht bemerkt und sich sonst nur gewundert, was das Buch in dem Programm zu suchen hat.

Jeder Verlag hat also interne Regeln für den Anspruch an den Text – mal muss es literarisch sein, mal leicht und locker, mal für 8jährige, mal für Jugendliche – es gibt unendliche Kriterien. Bestimmte Themen sollen aufgegriffen werden, weil sie lange nicht mehr da waren, gerade im Trend sind, oder der nächste Trend werden könnten.

Vielleicht muss man auch noch auf die Verteilung von Lizenzen oder deutschen Eigenentwicklungen achten. Vielleicht hat man auch einfach schon drei Pferdereien im Programm und kann keine weitere brauchen – egal, wie gut der Text geschrieben ist, der gerade auf den Tisch geflattert ist (auf welchem Weg auch immer). Und wenn der Lektor glaubt, den nächsten Trend gefunden zu haben und es hat noch niemand ein Buch mit dem Thema eingereicht – dann muss er selbst aktiv werden. Also arbeitet man auch in den Lektoraten Geschichten aus und sucht sich dafür einen Autor, der die Geschichte schreiben kann. Oder sie gehen über eine Agentur und fragen dort nach jemandem, der die Idee weiterentwickelt. Zeit hat ja niemand mehr in den Lektoraten, da muss man auch mal die Dinge rausgeben, die eigentlich so viel Spaß machen.

Und wenn es ein Manuskript dann schon einmal geschafft hat, wirklich ernsthaft vom Lektor geprüft zu werden, weil die Altersgruppe, der Umfang, das Thema, der Schreibstil, der Humor und all die anderen Dinge gerade stimmen – dann müssen auch noch die Kollegen, die Programmleitung, die Geschäftsführung, die Presseabteilung und der Vertrieb überzeugt werden und die Herstellung muss eine Kalkulation erstellen, bei der der Verlag aller Voraussicht nach und allen Spekulationen zum Trotz keinen Verlust macht. *Der Weg einer Idee oder eines Manuskripts ist steinig und lang.* Meistens fällt man auf die Nase. Aber ganz ab und zu hat man Glück und es wird ein Buch draus. Und mit noch mehr Glück teilen viele Leser die eigene Begeisterung und das ist dann die größte Belohnung für alle.





WAS BRAUCHT EIN KINDERBUCH?

Ein Kinderbuch zu schreiben, das kann ja nicht so schwer sein. Das ist nicht so viel Text, da braucht man keine superkomplexe Geschichte und riesige Spannungsmomente, weil zu gruselig und aufregend darf es ja eh nicht werden. Das mit der Rechtschreibung wird dann auch einfacher, weil man keine verschachtelten Sätze braucht, bei denen man nicht weiß, wo die Kommas hinkommen und auch die Wörter dürfen ja nicht so schwer sein. Alles kein Problem. Das mach ich mit Links.

Auch als Kinderbuchlektor fängt man sich manchmal Blicke oder Kommentare von Jugendbuch- oder Belletristik-Kollegen. Als würden sie einen bemitleiden, weil man ja nicht mit den anspruchsvollen Geschichten arbeitet. Oder sie nehmen sich wichtiger, weil sie ja die hohe Literatur betreuen und man selbst nur diese paar Zeilen als Manuskript hat. Was soll bei einem Lektorat von drei Seiten denn so kompliziert sein?

Alles Quatsch, finde ich. Es ist nicht leicht, ein Kinderbuch zu schreiben oder zu lektorieren. Je weniger Text man hat, desto präziser muss man arbeiten. Da kann man nicht ausschweifen und irgendetwas noch mal erklären. Es muss sofort klar sein. Es gibt keine Chance, dass der Leser nach 50 Seiten doch noch ins Buch findet, auch wenn er sich durch den Anfang gekämpft hat – da ist das Kinderbuch nämlich meist schon zu Ende.

Ich habe Vorlesebücher, Kinderbücher für die Altersgruppen 7 bis 10 und richtige Middle-Grade-Fantasy-Schmöker betreut, alles mit großer Leidenschaft, aber je kürzer die Texte waren, desto schwieriger fand ich es. Ich war immer froh, dass ich nicht für die Erstleser oder Bilderbücher zuständig war. Da kann nicht ein einziges Wort verrutschen.

Da gibt es Sinnzeilen und Silbentrennungsbände zum Lesenlernen. Wo in der Textmenge eines Jugendbuches ein Rechtschreibfehler schon mal untergeht, darf bei den Kleinen wirklich gar nichts schiefgehen. Und wie, bitte, fasst man eine Geschichte so kurz, die dann trotzdem noch eine spannende Geschichte erzählt? Wie soll sich denn ein Charakter entwickeln, seine Angst abschütteln, ein Kind ein Geschwisterkind bekommen, Verkehrsregeln lernen oder einen traumatischen Arztbesuch bewältigen? Ich finde das ganz schön schwierig! Und dann muss ja immer alles noch originell und lustig sein und darf noch nicht hundertfach auf dem Markt existieren.

Natürlich ist das das Spezialgebiet von vielen Autoren und Lektoren und diese können sich vielleicht nicht vorstellen, längere Texte zu schreiben, aber ich hab vor diesen Wortkünstlern einen riesigen Respekt – ich bin ja eher die Schwafeltante.

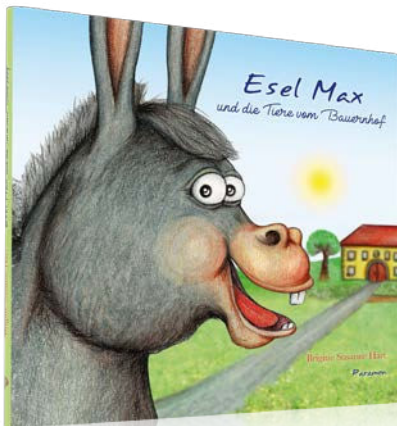
Einen riesigen Anteil der Einreichungen im Self-Publishing haben Bilderbuchtexte, die sich mit Illustrationen zu Büchern von 15 bis 30 Seiten zusammenfinden. Natürlich »braucht« auch von diesen Büchern jedes ein bisschen etwas anderes, vor allem das, was der Autor aus ihm machen möchte, dafür sind wir ja im Selbstverlag. Aber vielleicht kann man sich ja von den Publikumsverlagsbüchern doch ein paar Dinge abschauen.

Was braucht also ein Bilderbuch? Es braucht eine für die Altersgruppe angemessene Geschichte, die die Lebenswelt des Kindes widerspiegelt. Die Kinder müssen verstehen, was vor sich geht. Ein Kinderbuch braucht ein Thema, um das es sich dreht, und mit dem man in kurzen, knappen Worten jedem beschreiben kann, worum es geht – das macht den Verkauf leichter. Meist machen die Kinder einen Lernprozess durch, denn das ist das tägliche Brot der »Leser«. Kinder lernen am laufenden Band neue Dinge, die Bücher helfen ihnen dabei. Ein Buch hat also einen Ausgangspunkt und muss eine Lösung bieten – ein Beispiel: Ein Kind soll zum Arzt und hat Angst. Die Eltern versuchen ihm beizubringen, dass ihn nichts Schlimmes erwartet, der Besuch beim Arzt folgt und am Ende verliert das Kind seine Angst vor dem Arzt, weil ihm tatsächlich nichts Schlimmes passiert ist. So die Kurzfassung – kann das jemand in Schön?

Und wenn man es dann tatsächlich geschafft hat, eine für Kinder wichtige Thematik altersgerecht und mit Message zu erzählen, braucht man noch Illustrationen. Diese sind sehr aufwendig, weil vierfarbig und großflächig. Je professioneller das Buch werden soll, desto professioneller muss der Illustrator sein. Natürlich können auch Bücher mit Buntstiftzeichnungen wunderschön sein und sich ordentlich verkaufen, aber die Illustratoren der Publikumsverlage haben ihr Handwerk meist an Universitäten gelernt. Man kann tatsächlich »Kinderbuchillustrator« studieren.

Die Arbeitsleistung dieser Illustratoren einzukaufen ist natürlich kostspielig – auch wenn viele für Ihre Mühe und Zeit auch dann nicht als fair bezahlt gelten können – und für einen Autoren im Self-Publishing kaum zu stemmen. Aber wie gesagt, es muss ja nicht die Voll-Profi-Zeichnung sein, es gibt ja viele begabte und auch unentdeckte Künstler da draußen. Und wir freuen uns natürlich über jeden Autor, der seine Zeichnungen selbst anfertigt – ob nun mit Buntstift, Tusche oder Filzstift. Trotzdem lohnt ein Abgleich mit den Erwartungen an den Verkauf meines Buches und dem Material, das ich selbst liefern kann. Mir ist kein Buch bekannt, dass mit Filzstiftzeichnungen reißende Verkaufszahlen erreicht hat oder mit einer Mischung aus allen Stilrichtungen und Maltechniken. Wie gesagt, das heißt nicht, dass man diese Bücher nicht machen sollte oder dass sie allgemein nicht schön wären – der Käufer im Thalia oder Hugendubel ist aber meist eine andere Optik gewohnt und wird sich wohl erst einmal über den Stilmix wundern.

Eine gute Geschichte und schöne Illustrationen – es lässt sich einfach zusammenfassen, was ein Kinderbuch »braucht«. Was MEIN Kinderbuch braucht, muss natürlich jeder selbst wissen und mit seinen Erwartungen abgleichen. Zu empfehlen ist auf jeden Fall immer eine Konkurrenzrecherche – wie haben es eigentlich die Autoren gelöst, deren Bücher ich bei Thalia finde? Wie steht mein Thema im Vergleich da und sehe ich in meinem Text oder meinen Layoutvorstellungen noch Verbesserungspotenzial? Und dann zeigen Sie es den hochnäsigen Romanschreibern und meistern die schwierige Aufgabe, ein gutes Kinderbuch zu schreiben!



DIE VORBEREITUNG DES MANUSKRIPTS FÜR VERLAG UND LEKTORAT

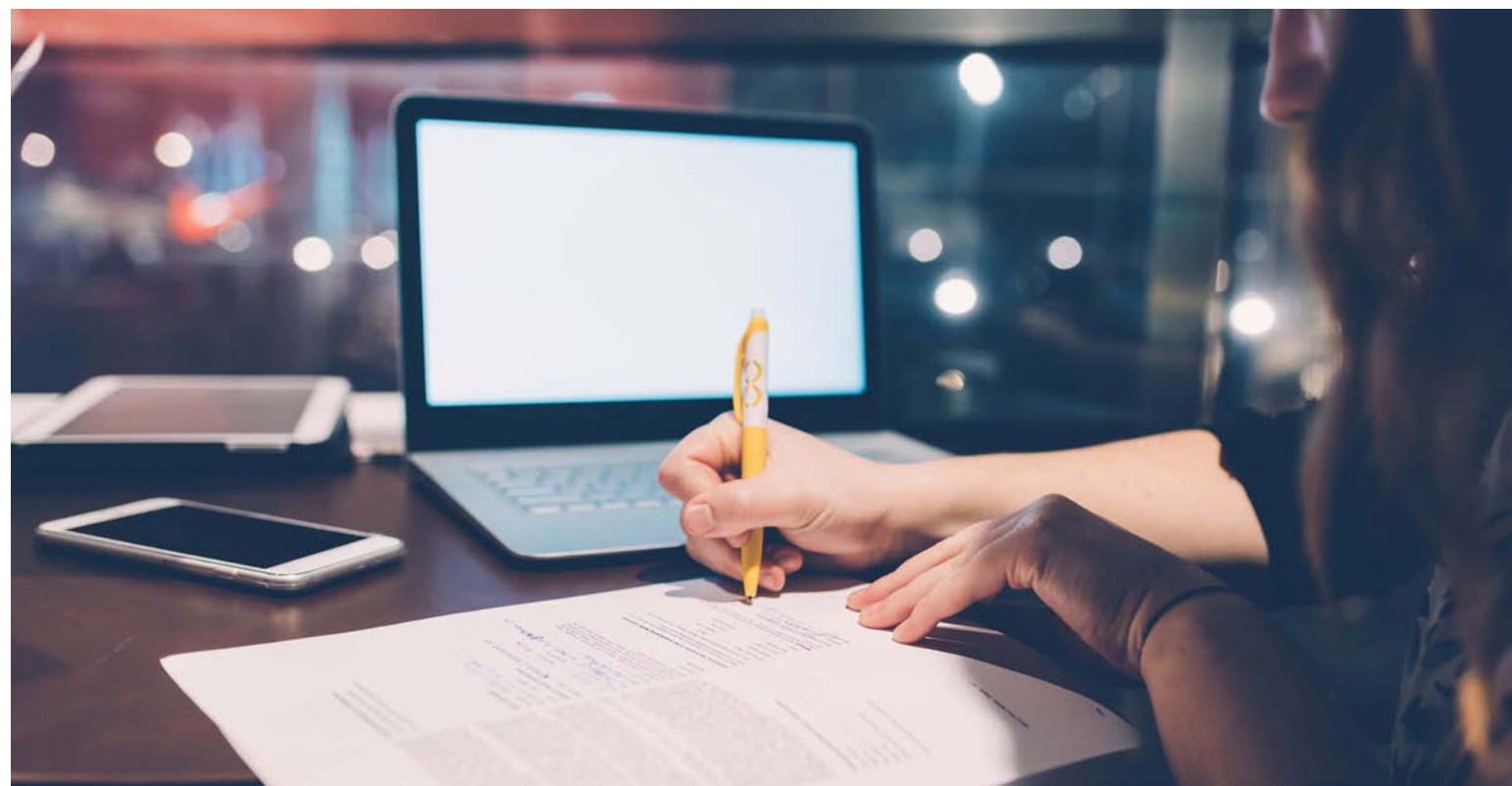
Sie haben Ihr Werk heruntergeschrieben und sind fertig – herzlichen Glückwunsch!

Ich mag Ihnen Ihre Freude nicht nehmen, Sie haben jetzt schon eine beachtliche Leistung erbracht, es kann nicht jeder von sich behaupten, wochenlang eine Idee ausgearbeitet zu haben und diese dann auch noch aufs Papier gebracht – bzw. hoffentlich digital eingetippt – zu haben. Aber ... sind Sie wirklich schon fertig?

Bevor Sie Ihr Buch wahllos an Verlage schicken, sollten Sie doch noch einige Dinge überprüfen. Dazu gehört natürlich auch die Informationsbeschaffung über die Verlage (was für Bücher veröffentlichen die eigentlich, welche Verlagsform haben sie, gibt es Angaben über die Form des einzureichenden Materials etc.), aber bestimmt gibt es auch am Manuskript noch einiges, was Sie kontrollieren sollten.

Natürlich sind auch die Lektorate der Verlage dafür da, um Rechtschreibfehler zu entdecken und zu beheben – aber das passiert erst, wenn Sie Ihren Buch- und Lektoratsvertrag auch in der Tasche haben. Und es gibt die Kollegen in den großen Publikumsverlagen, die sich ein Manuskript nicht mehr ansehen, wenn sie im Anschreiben mehr als drei Tippfehler finden. Ehrlich, ich war dabei. Sie wollen nicht, dass Ihnen das passiert. Also bitte prüfen Sie Ihre Anschreiben und adressieren Sie diese bitte auch an den richtigen Verlag.

Die Annahme hinter diesem gemein anmutenden Vorgehen? Wenn schon in fünf Sätzen des hoffentlich sorgsam geschriebenen Anschreibens so viele Fehler sind, wie soll dann erst das 300-Seiten Manuskript aussehen? Und Sie glauben tatsächlich nicht, in welchem Zustand uns manche Manuskripte erreichen. Das Rot der Rechtschreibprüfung von Word schreit uns geradezu an und man will eigentlich nur zurückschreiben: Meinen Sie das ernst? Wir sind Self-Publisher, wir glauben also an das Recht der Menschen, Ihre Geschichten veröffentlichen zu können, wie sie möchten. Aber deshalb sollten Autoren trotzdem nicht vergessen, dass man ihre Geschichte tatsächlich auch noch lesen können muss und hierzu trägt eine möglichst fehlerfreie Rechtschreibung nun einmal bei. Vollstes Verständnis für alle, die sich unsicher sind – jeder macht Fehler, aber wenn Sie wissen, dass Sie Schwächen bei der Kommasetzung haben, fragen Sie doch einfach noch einmal einen Bekannten, ob er Ihre Geschichte lesen kann – Testleser braucht man sowieso! – oder lesen Sie die wichtigsten Regeln noch einmal nach.



Dies ist essenziell, wenn Sie vielleicht auch im Self-Publishing Geld sparen und kein Lektorat einkaufen wollen. Es kommt vielen Lesern eben nicht nur auf Ihre Geschichte an, sondern auch auf die Fehlerquote.

Neben der Rechtschreibung und Zeichensetzung gibt es noch einige formelle Dinge, die Sie ansehen sollten:

- *Achten Sie auf falsche doppelte Leerzeichen.*
- *Machen Sie bitte keine händisch eingefügten Trennungen am Zeilenende.*
- *Eine neue Zeile erfordert nicht gleich einen neuen Absatz (nicht jedes Mal auf Enter drücken – der Computer ist keine Schreibmaschine).*
- *Entfernen Sie überflüssige Leerzeichen zwischen Anführungszeichen und Beginn der wörtlichen Rede.*
- *Vor Satzzeichen gehören keine Leerzeichen.*
- *Gucken Sie noch mal genau hin, wo bei der wörtlichen Rede die Anführungszeichen, Punkte, Fragezeichen und Kommas hinkommen.*
- *Nutzen Sie die richtigen Anführungszeichen (also „...“ oder »...« und nicht >>...<<).*
- *Kennen Sie den Unterschied zwischen Bindestrich und Gedankenstrich? Der Bindestrich ist der kurze Trennungsstrich, wenn ein Wort getrennt wird oder zwei Wörter zusammengehören (H-Milch, Ober- und Unterhaus). Der Gedankenstrich ist der lange Strich – im oberen Text oft verwendet!*
- *Drei Punkte sollen eine Auslassung/Pause bedeuten – diese sind ein echtes Bedeutungszeichen und nicht einfach nur drei hintereinander gesetzte Punkte. Word korrigiert dies meist selbst, aber prüfen Sie es doch noch einmal nach. Und drei Punkte genügen, um Ihren Standpunkt klar zu machen. Es müssen NIE mehr sein als drei.*

*Das klingt jetzt alles viel und natürlich ist es unglaublich viel Arbeit, Ihren langen Fantasyroman noch einmal komplett durchzugehen, aber es lohnt sich! Und sollte auch eigentlich selbstverständlich sein. Denn wenn Sie sich schon nicht die Mühe machen, Ihre Arbeit gewissenhaft zu kontrollieren, warum sollte dann ein Verlag das Gefühl haben, Ihr Projekt sei es wert, Zeit und Geld zu investieren? Der Text sollte so sauber wie möglich sein und beim Verlag ist das sehr viel wichtiger, als dass Sie sich für eine besondere Schriftart entscheiden, Farben verwenden oder stundenlang an Ihrem Layout basteln. Am professionellsten sehen »Sie« aus, wenn Sie sich eine Vorlage *einer Normseite (30 Zeilen mit je 60 Zeichen)* runterladen und dort Ihren Text einfügen.*

Und jetzt habe ich Sie erschlagen. Entschuldigung.

*Yeah! Sie haben Ihr Manuskript fertig!
Herzlichen Glückwunsch!*

***Feiern Sie doch erst mal eine Runde,
die Korrekturen warten auch morgen noch.***

25 Jahre also Bei dem Verlag denn ich Wahr haben sich auch nicht über Fehler Beschwächt ich habe das Manuskrip Über Rechtschreibe Prokraß laufen lassen und hat auch keine Fehler Gezeigt meine Mutter und mein Stiefvater der der Besten unter seiner Klasse wahr hat sich auch nicht Über Fehler Beschwächt seihen mir doch vornehm und sagen sie doch gleich das es ihnen eine Zu lange Geschichte ist Danken ihnen Viel Mal's Und ich Lasse mich auch nicht Herrunder Ziehen Meine Deutsch Lehra haben sich auch nie sich Beschwächt und wenn da kleine Fehler drein sein Sollten muss ich Erlich sagen das es auch Schrift Steller gibt die Fehler machen.

DAS IMPRESSUM

Jeder, der schon einmal ein Buch in der Hand gehalten und aufgeschlagen hat, weiß, mit der ersten Seite beginnt nicht die Geschichte, beziehungsweise der eigentliche Inhalt. Vorwort, Inhaltsverzeichnis, leere Seiten sind schnell überflogen oder direkt überblättert. Doch während diesen Seiten wenigstens noch halbwegs Aufmerksamkeit geschenkt wird, gibt es in jedem Buch eine Seite direkt zu Beginn oder ganz am Ende, die sich wohl nur die allerwenigsten jemals komplett durchgelesen haben: das Impressum.

Zugegeben, das Impressum stellt meist keine besonders spannende Lektüre da, und so ist es auch kein Wunder, dass kaum einer weiß, welche Informationen sich darin überhaupt finden lassen. Das ist grundsätzlich kein Problem, das Buch lässt sich auch unabhängig vom Impressum lesen.

Doch spätestens, wenn es darum geht, sein eigenes Buch herauszubringen, sollte man sich über das Mysterium Impressum aufklären (lassen).

Self-Publishing – Selbstverlegen, Sie bringen Ihr Buch selbst heraus und Sie selbst tragen auch die Verantwortung. Als Verleger ist Ihnen die Möglichkeit des Datenschutzes damit nur bedingt gegeben. Zumindest was die Veröffentlichung Ihrer Anschrift und Ihres vollständigen Namens angeht.

Laut selfpublisherbibel.de ist in allen deutschen Bundesländern, abgesehen von Berlin, die Angabe von Name oder Firma und Anschrift des (Selbst-)Verlegers und des Druckers im Impressum verpflichtend.

In der Hauptstadt reichen Wohnort oder Geschäftssitz aus. Diese Impressumspflicht gilt im Übrigen auch für E-Books. Auch wenn beispielsweise Amazon kein Impressum fordert, ist es dennoch rechtlich gesehen notwendig, dass sich in Ihrem Buch eines finden lässt.

Sie möchten unter keinen Umständen, dass Ihre eigene Adresse inklusive Namen von jedem Leser einsehbar ist? Dann gibt es tatsächlich Möglichkeiten, das zu umgehen.

Sogenannte Pseudonym-Services, wie sie beispielsweise Ideekarree, ROM Logicware und Autorenservices anbieten, stellen Name und Anschrift und leiten die Post an Sie weiter. Dafür müssen Sie jedoch eine schriftliche Zustellvollmacht erteilen.

Mit Anschrift und Name, beziehungsweise Ort und Name, sind die Pflichtangaben auch schon vollständig. So erfüllt das Impressum zwar rechtlich gesehen seinen Zweck, sieht jedoch noch ein wenig leer aus.

Was darf und sollte also noch hinein?

Die Namen der Lektoren, Buchsetzer etc., sowie Bildquellen, Druckauflage und ein Verweis auf die Deutsche Nationalbibliothek sind in vielen Impresen abgedruckt.

Die ISBN, die Internationale Standard-Buchnummer, steht ebenfalls in vielen Impresen, ist aber an sich nicht für den Verkauf deines Buches verpflichtend. Ob die ISBN für das persönliche Buchprojekt sinnvoll ist oder eher nicht, ist eine andere Frage.

Mit der ISBN lässt sich ein Buch zweifelsfrei zuordnen und weitere Informationen wie Buchtitel, Buchart, den Herausgeber und Autor herausfinden. Diese Kodifizierung erleichtert den Vertrieb Ihres Buches im allgemeinen Handel erheblich. Hat man sich jedoch für die Nutzung einer ISBN entschieden, steht man vor der Aufgabe, sich diese auch zu beschaffen.

ISBN-Nummern erhält man bei der ISBN-Agentur Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH MVB in Frankfurt am Main. <https://www.isbn-shop.de>. Eine ISBN kostet dort 83,30 €. Bei Veröffentlichungen über Self-Publishing-Anbieter wie BoD oder Epubli bieten diese meist kostengünstiger ISBN-Nummern. An eine ISBN kommt man demnach auch ganz ohne Verlag.

So verworren und informationsbeladen es auch aussieht, schafft man es doch auch als Self-Publisher, das Impressum für das eigene Buch zu erstellen. Und das, ohne rechtswidrig zu handeln.

Self-Publishing.com

Self-Publishing.com ist eine Plattform, auf der Du Dein E-Book direkt an Deine Leser verkaufen kannst – und dabei 100% des Gewinns bekommst! Das Einstellen geht einfach und es fallen keinerlei Kosten an. Unsere Empfehlung: Einfach gleich mal ausprobieren!

Zugegeben, wir sind etwas voreingenommen und total parteiisch bei der Vorstellung dieser neuen E-Book-Plattform – denn unser Know-how und die jahrzehntelange Erfahrung mit Self-Publishing im deutschsprachigen Raum sind hier mit eingeflossen. Die E-Book-Plattform gehört zu unserem Schwes-terverlag »The Self-Publishing Company« und wurde eigens für dieses Angebot gegründet.

Wie funktioniert Self-Publishing.com? Genau so, wie heute Bücher veröffentlicht werden sollte! Du gibst schon bei der Anmeldung Deinen Buchtitel und Deinen Autorennamen (oder Dein Pseudonym) an, dann lädst Du einfach Dein E-Book hoch. Das muss übrigens gar nicht in einem kompliziert zu erstellenden Format wie ePub oder mobi sein, es geht auch Word oder PDF, viele Formate sind möglich. Dann das Cover hochladen, das Du zuvor am Computer zu Hause erstellt hast – oder direkt auf der Seite generieren kannst. Mithilfe der Möglichkeit auf der Homepage geht das sehr einfach und sieht großartig aus; wie wir alle wissen, ist ein tolles Cover schon das erste Kaufargument.

Kurz noch ein paar Daten zum Buch, Umfang, Inhaltsbeschreibung, Genre und es geht zur Prüfung an das Self-Publishing.com-Team. Die Freischaltung dauert meist nur wenige Stunden.

Dann muss man noch sein eigenes Auszahlungskonto einrichten. Abgewickelt werden alle Zahlungen über »Stripe« – das ist sowas wie Paypal, bietet aber auch andere Zahlungen an wie Einzugsermächtigung oder Sofortüberweisung, was sicher noch mehr Käufe generiert. Mithilfe der Tipps ist das eigene Auszahlungskonto schnell eingerichtet – und das hat enorme Vorteile. Denn Du als Autorin/Autor kannst dort Deine Zahlungen verwalten und sie Dir selbst auszahlen (standardmäßig erfolgen die Auszahlungen alle sieben Tage).

Zeitlicher Aufwand für die Einrichtung des eigenen Kontos: 5-10 Minuten. Ein E-Book ist dann sogar noch schneller eingestellt, wir haben es in drei Minuten geschafft. Und man darf so viele Bücher, wie man möchte, einstellen.

Absolut stark: Das Cockpit, in dem der Autor alle Verkaufszahlen auf einen Blick hat. Ob Kontostand, einzelne Bestellungen inkl. Rechnung oder Auszahlungshistorie – alles ist sehr übersichtlich, eindeutig und live.

Welche Voraussetzungen muss der Inhalt haben? Der Text darf nicht beleidigend, bedrohend, missbräuchlich, rufschädigend, gewaltverherrlichend, diskriminierend, volksverhetzend, rassistisch, pornografisch, menschenverachtend, sittenwidrig oder extremistisch sein. Damit steht Self-Publishing.com jedem offen, der ein ernsthaftes Interesse hat, ein gutes Buch zu veröffentlichen. Auch beim Genre gibt es keinerlei Einschränkungen.

Noch kurz zu den Einnahmen: Der Autor verkauft sein Buch über die Plattform direkt an die Leser. Diese Einnahmen bekommt er in voller Höhe, abzüglich der Gebühren für den Zahlungsanbieter Stripe – wie immer wollen diese Dienste natürlich für ihre Abwicklung Geld sehen. Diese bewegen sich aber absolut im Rahmen, vergleichbar mit Paypal, und können auch detailliert eingesehen werden. Self-Publishing.com ist an dem gesamten Verkauf nicht beteiligt und kassiert an keiner Stelle. Den Ladenpreis legst Du übrigens selbst fest.

Als Autor macht man die Arbeit bei Self-Publishing.com alleine – deswegen ist es ja auch kostenlos. Vor der Veröffentlichung des eigenen E-Book sollte man seinen Text auf Fehlerfreiheit überprüfen, damit es keine (berechtigt) schlechten Bewertungen gibt. Und nach der Veröffentlichung heißt es: Werbung machen und möglichst viele Leser für Dein E-Book gewinnen! Über Social Media geht das in der Regel am einfachsten und schnellsten, auch, weil der Buchkauf für die Leser nur einen Klick entfernt ist.

Fazit: Self-Publishing.com ist für jeden die Chance, unkompliziert und schnell sein eigenes Buch zu verkaufen. Ja, jeder darf veröffentlichen und ja, der Markt (also die Leser) entscheidet über den Erfolg eines Buches. Dass es 100% kostenlos ist und der Autor 100% des Gewinns erhält, ist weltweit einzigartig und damit risikolos – also einfach mal ausprobieren.

U T K F S W R
N O I G K T G
B
K
O
S

Weitere Artikel kostenlos lesen auf www.autorenberater.de

Besuchen Sie auch unsere Facebook-Seite:

 facebook.com/Autorenberater/

Autorenberater.de ist ein Imprint der Europäische Verlagsgesellschaften mbH. Sie suchen einen Verlag?
Informieren Sie sich gern über unsere Imprints:

 Paramon Verlag – www.paramon.de, www.paramon.at, www.paramon.ch

 Deutsche Literaturgesellschaft – www.deutsche-literaturgesellschaft.de

 Schweizer Literaturgesellschaft – www.literaturgesellschaft.ch

 Österreichische Literaturgesellschaft – www.literatur-gesellschaft.at

 MeinBuch – www.meinbu.ch