

Tipps für (die mutigen) Selbstverleger

von **Janine Kecskes**

Adresse dieses Artikels: http://www.sinnsucht.org/home/bericht_selbstverlag.html

Copyright © 2004-2007 Janine Kecskes www.sinnsucht.org

Übersicht

1. **Vorweg**
2. **Bücher zum Thema**
3. **Aufmachung**
4. **Auflage (Stückzahl)**
5. **ISBN**
6. **Vertriebswege**
7. **Lektorat / Korrektur**
8. **Buchsatz**
9. **Druck / Laminierung / Dummy**
10. **Werbung**
11. **Lesungen**
12. **Internetauftritt**
13. **Finanzamt und andere, die auf Euch zukommen werden**
14. **Freiexemplare**
15. **Fazit**
16. **Noch Fragen?**

1. Vorweg

Alle, die ein fertiges Manuskript zuhause liegen haben und nun mit dem Gedanken spielen, es zu einem Buch werden zu lassen, können sich zwischen drei Möglichkeiten entscheiden.

1. Man sucht sich einen Verlag, der das Buch veröffentlicht
2. Man geht zu einem "Allround-Service-Anbieter" wie BoD o. ä. (und ist dann auch Selbstverleger)
3. Man macht alles selber.

Das was ich hier schreibe, ist für die gedacht, die sich für "Tor 3" entscheiden wollen.

Und allein dafür bin ich schon stolz auf Euch! Und genau deswegen mache ich mir auch die Mühe, alles was jetzt folgt, für Euch aufzuschreiben.

Ich kann und werde hier nur einen kleinen Teil von dem erzählen, was man wissen und beachten sollte. Es ist also lediglich dafür gedacht, Euch einen Eindruck von dem zu vermitteln, was in etwa auf Euch zukommt. Aber es ist zumindest ein Anfang. Und kein schlechter, wie ich finde ;-)

Ein paar weitere nützliche und dieses Thema unterstützende Links findet Ihr in meiner Linkliste.

Anfangen möchte ich damit, Euch einige Bücher zu empfehlen, die mir persönlich hilfreich waren. Dort findet Ihr viele Antworten, auf all die Fragen, die Euch als Selbstverleger begegnen werden. Es ist nur eine kleine Auswahl. Erkundigt Euch also einfach nach weiteren Büchern, wenn Ihr noch mehr lesen wollt. Es gibt mittlerweile wirklich gute und umfangreiche Literatur zum Thema "Selbstverlegen".

Die von mir unten erwähnten Bücher gibt es alle bei [amazon.de](https://www.amazon.de) oder in jeder gut sortierten Buchhandlung. Dort wird auf viele Dinge genauer eingegangen, die hier einfach den Rahmen sprengen würden.

Und nun viel Spaß beim Lesen!

[↑ zur Übersicht](#)

2. Bücher zum Thema

Buchtitel: "Verlagsgründung in Deutschland"

Ein praktischer Ratgeber für Autoren & Autorinnen, die ihr Schicksal selbst in die Hand nehmen

Autor: Michael Draksal

Kurzbeschreibung (von amazon)

Ein Praxisratgeber für alle, die ihr Manuskript kostengünstig selbst veröffentlichen wollen.

Das Verlagswesen befindet sich im Umbruch! Wer ein Manuskript verfasst hat, braucht sich heutzutage keine Sorgen mehr zu machen, wie er einen Verlag dafür findet: Selbst herstellen und verlegen heißt die Devise. Was es dabei zu beachten gilt, beschreibt dieser Praxisratgeber recht leserfreundlich mit den Schwerpunkten: Gewerbeanmeldung, Finanzamt, Genossenschaften, Börsenverein, Branchenverbände, Barcode, Produktherstellung, Marketing, Auslieferung, Folgeprojekte, Schriftwechsel & Musterverträge.

Buchtitel: "So verkaufen Sie Ihr Buch!"

Erfolgsstrategien und Marketing für Autoren und Selbstverleger

Autorin: Britta Schwarz

Kurzbeschreibung (von amazon)

Der Autorenhaus-Verlag hat inzwischen eine ganze Reihe nützlicher, praxisorientierter Autoren-Ratgeber herausgebracht ... Der vorliegende Titel, der eine Fülle konkreter Informationen über den deutschen Literaturmarkt vermittelt, ist eine willkommene Ergänzung der bisher vorliegenden Ratgeber. Besonders zu loben sind die Anregungen ..., die Warnungen ... und die nützlichen Checklisten für die Vermarktung der eigenen Manuskripte.

So liegt die Besonderheit dieses Handbuchs vor allem in den Insider-Informationen aus den unterschiedlichen Blickwinkeln all derer, die sich mit Bücher schreiben, Bücher produzieren und eben dem Bücher verkaufen beschäftigen. ... Insgesamt ist dies ein nützliches, kompaktes Handbuch, nicht zuletzt wegen der Checklisten sowie ausführlichen Internet- und Literaturtipps.

Buchtitel: "Handbuch für Erst-Autoren"

Autor: Manfred Plinke

Kurzbeschreibung (von amazon)

Das Handbuch macht Erst-Autoren Mut, enthält viele praktische Anleitungen und Entscheidungshilfen in Form von Checklisten. Vor allem ist es amüsant zu lesen und spendet Trost. Die zahlreichen Angaben im Hilfe-für-Autoren-Teil sind auf dem aktuellen Stand.

In der neuen Reihe Ratgeber für Autoren und Autorinnen: Handbuch für Erst-Autoren. Wie ich den richtigen Verlag finde. Autoren-Erfahrungen: Von einem, der auszog, verlegt zu werden. Literaturagenturen und wie sie arbeiten, mit Anschriften. Skeptiker-Checklist. Wie man Manuskripte anbietet, mit Checklisten für Begleitbrief und Manuskript-Form. Taschenbuch-Verlage und ihre Programme, Anschriften und Tipps.

Buchtitel: "Die besten Marketing-Tipps für Autoren. So verkaufen Sie Bücher im Selbstverlag."

Autor: Andreas Mäckler

Kurzbeschreibung (von amazon)

Ein Ratgeber, der Ihnen sagt, wie Sie Ihre Bücher im Selbstverlag mit Gewinn verkaufen. Wie Sie einen Marketing Plan machen. So funktioniert die Zielgruppen Definition. Die besten Verkaufsargumente. Viele hundert effektive, innovative, kreative, lustige und billige Wege, Ihre Bücher anzubieten. Außergewöhnliche Werbeaktionen und Strategien. Viele Beispiele aus der täglichen Praxis erfolgreicher Selbstverleger.

[↑ zur Übersicht](#)

3. Aufmachung

Ihr solltet Euch als erstes überlegen, wie das Buch, das ihr veröffentlichen wollt, aussehen soll.

Welches Format soll es haben, welches Papier wollt Ihr verwenden, wie viele Seiten werden es, sollen die Seiten beidseitig bedruckt werden, welche Farbe soll das Cover haben, soll ein Bild auf dem Cover sein oder sollen vielleicht auch Bilder im Innenteil auftauchen etc.

All diese Sachen müssen geklärt werden, damit Ihr Euch bei den Druckereien Kostenvoranschläge einholen könnt.

Guckt Euch am besten mal Eure Bücher zuhause an oder geht in eine Buchhandlung. Sucht Euch ein bis zwei Exemplare raus, die Euch rein optisch gefallen. Und ich meine natürlich nicht das Bild auf dem Cover oder den textlichen Inhalt sondern die Papierqualität- und Stärke, eben die Aufmachung an sich.

Jede gute Druckerei wird Euch beim Erstgespräch sagen können, welches Papier verwendet wurde. Also ob es sich z. B. um so genanntes Werkdruckpapier handelt. Werkdruckpapier macht das Ganze etwas dicker und wird daher gern bei Büchern verwendet, die nicht so wahnsinnig viele Seiten haben und trotzdem nicht wie ein Heft aussehen sollen, wie z. B. bei Taschenbüchern. Die Druckerei wird Euch auch sagen können, welche Papierstärke für Euer Buch in Frage kommt.

Ihr solltet das Buch bzw. die Bücher "Eurer Wahl" also mitbringen als Beispiel-Exemplar wenn Ihr zur Druckerei geht.

Wenn Ihr Euch über die Aufmachung klar seid, könnt Ihr anfangen Euch über die Kosten Gedanken zu machen. Denn das macht vorher ohnehin keinen Sinn, da das Eine, wie erwähnt, immer auch von dem Anderen abhängig ist.

Und holt Euch auf jeden Fall mehrere Angebote von verschiedenen Druckereien ein.

Ihr werdet überrascht sein, wie sehr die Preise unter Umständen von einander abweichen.

Unter uns: Die meisten Druckereien lassen nach dem ersten Kostenvoranschlag noch mit sich über den endgültigen Preis reden. Also keine Scheu, handelt ein bisschen!

[↑ zur Übersicht](#)

4. Auflage (Stückzahl)

Die zweite wichtige Frage sollte sein, wie hoch Eure erste Auflage werden soll. Je mehr Bücher Ihr drucken lasst, desto günstiger wird der Stückpreis.

Wenn Ihr aber nicht sicher seid, ob überhaupt jemand das Buch kaufen wird, würde ich lieber weniger Exemplare zu einem höheren Stückpreis drucken lassen. Denn es macht keinen Sinn, zwar gute Konditionen bei der Druckerei zu bekommen aber später auf 300

oder mehr Büchern sitzen zu bleiben.

Sich vorweg ein paar Gedanken darüber zu machen, wer später das Buch kaufen kann und welche Vertriebswege Ihr wählen könnt und wollt, kann also auch nicht schaden.

[↑ zur Übersicht](#)

5. ISBN (International Standard Book Number)

Die 10-stellige Nummer wurde 1969 von der amerikanischen Library of Congress eingeführt und dient zur eindeutigen Identifizierung eines Buches im nationalen und internationalen Bestellwesen. Eine ISBN sieht zum Beispiel so aus:

3-00-011779-2

Die erste Zahl gibt an, in welcher Sprache das Buch erschienen ist (3 bedeutet deutsch). Die zweite Zahl kennzeichnet den Verlag. Die dritte Zahl gibt die Titelnummer des Buches wieder und die letzte Stelle ist eine Prüfziffer.

Die ISBN ist die Voraussetzung dafür, dass Euer Buch jederzeit über den Buchhandel bestellt werden kann.

Ihr braucht also auf jeden Fall eine ISBN. Es sein denn, Ihr wollt Euer Buch lediglich an Freunde und Bekannte verschenken und seht das Ganze als eine Art "Bastelarbeit".

Die bekommt Ihr beim MVB (Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH)

Kostet zwar ein bisschen was (ca. 60 Euro), ist aber unumgänglich.

Alle Infos darüber und das Bestellformular gibt's unter: www.german-isbn.de

Auf diesem Wege erfahrt Ihr auch gleich, ob schon eine ISBN für den Titel, den Ihr Euch für Euer Buch ausgedacht habt, vergeben ist. Sollte das der Fall sein, müsst Ihr Euch leider einen anderen Titel ausdenken.

Nebenbei: Wie und wonach man einen Titel aussuchen sollte, steht unter anderem auch in den Büchern, die ich am Anfang erwähne. Er sollte jedenfalls nicht zu lang sein und wenn möglich schon etwas über den Inhalt des Buches aussagen oder zumindest vermitteln, ob es sich um Lyrik oder um Hundefuttergeschichten handelt.

[↑ zur Übersicht](#)

6. Vertriebswege

6.1

Wenn Ihr im üblichen Buchhandel verkaufen möchtet, müsst Ihr Euch auf jeden Fall in das VLB (Verzeichnis lieferbarer Bücher) eintragen lassen. Das könnt Ihr auch tun, wenn Ihr

die ISBN bestellt. Da bekommt Ihr ein Auftragsformular in dem Ihr ankreuzen könnt, ob Ihr auch gleich ins VLB eingetragen werden wollt (kostet EUR 50,- zzgl. 16% MwSt pro Jahr.).

Das Verzeichnis Lieferbarer Bücher ist das wichtigste Werkzeug eines Buchhändlers. Hier findet er alle lieferbaren Titel für den deutschsprachigen Raum. Verlegt wird das VLB von der Buchhändler-Vereinigung in Frankfurt/Main.

Mit dem Eintrag in das VLB wird der Titel automatisch an den Neuerscheinungsdienst der Deutschen Bibliothek in Frankfurt/Main gemeldet. Der Neuerscheinungsdienst erscheint einmal wöchentlich und dient vor allem Bibliotheken zur Information über Titel, die in nächster Zeit publiziert werden. Dieser Neuerscheinungsdienst löste im Januar 2003 den CIP-Dienst der Deutschen Bibliothek ab.

Euer Buch wird dann beim Verzeichnis Lieferbarer Bücher der Buchhändler-Vereinigung sowie beim CIP-Neuerscheinungsdienst (CIP = Cataloguing in Publications) der Deutschen Bibliothek in Frankfurt aufgenommen. Und über die ISBN oder den Titel Eures Buches kann es dann auch in jeder Buchhandlung (die mit diesem Verzeichnis arbeitet) bestellt werden. Die meisten Buchhändler verlangen in diesem Fall einen Barsortimentsrabatt (was das bedeutet, wird unter 5.3 erklärt) von 30%.

Ich muss gestehen, dass ich auf dem Gebiet nicht wirklich Erfahrung habe, denn ich habe mich ja für andere Vertriebswege entschieden. Es gibt zwar auch eine Buchhandlung, die mein Buch verkauft aber da ich auch nur mit dieser einen gesprochen habe bisher, sind meine Erfahrungen da eher mager.

(diese Buchhandlung war übrigens auch deswegen bereit, mein Buch aufzunehmen, weil ich eine so professionelle Internetseite vorzuweisen habe. Denn schließlich steht diese Buchhandlung ja dort unter "weitere Bezugsquellen".)

Ich persönlich bin noch nicht im VLB eingetragen, kommt aber wahrscheinlich noch.

6.2

Wenn Ihr über Euren eigenen Internet-Shop vertreiben wollt braucht Ihr natürlich auch eine "vernünftige" Internetseite. Diese sollte nicht Marke Eigenbau sein sondern von jemandem gestaltet und programmiert werden, der sich damit auskennt. Denn in dem Fall, spiegelt die Internetseite sicher auch die Qualität des Buches wieder. Das muss nicht tatsächlich so sein aber oft ist der erste Eindruck bei den potentiellen Käufern entscheidend. Also seht zu, dass er so gut wie möglich ist!

Ich persönlich würde jedenfalls nichts (egal ob nun ein Buch oder eine Flasche Wein) über das Internet bestellen, wenn ich bei der Internetseite schon ein komisches Gefühl habe. Wenn ich mich also z. B. nicht zurechtfinde und unsicher bin, ob meine Bestellung überhaupt irgendwo ankommt.

Euer Shop sollte also einwandfrei funktionieren. Es ist einfach wichtig, dass die Bestellung für den Käufer einfach gemacht wird. Denn niemand hat Lust, sich erst stundenlang "durchzuklicken", bis er weiß, wie und wo man das Buch nun bestellen kann.

Wenn Ihr Euch auskennt, könnt Ihr die Programmierung selbst übernehmen.

Für alle anderen gilt, lieber ein bisschen zu investieren um das Risiko, dass Euch wichtige Kunden aufgrund einer schlechten HP verloren gehen, zu minimieren.

6.3

Wenn Ihr Euer Buch über den Onlinebuchhandel (z. B. amazon und libri) vertreiben wollt, könntet Ihr unter Umständen auch auf einen eigenen Internet-Shop verzichten. Ich persönlich habe mich gegen diesen Vertriebsweg entschieden. Und zwar weil ich die Konditionen nicht besonders gut finde. Man muss einfach zu viel vom "Verdienst" abgeben. Andererseits erreicht man natürlich sehr viele Leser, die vielleicht auf diesem Weg Euer Buch bestellen würden. Leser, die vielleicht niemals auf Eurer Internetseite gelandet wären.

Vielleicht werde ich irgendwann auch zusätzlich diesen Vertriebsweg wählen. Momentan verkaufe ich aber genug Bücher über meinen eigenen Shop und sehe daher nicht ein, den Gewinn zu teilen.

Trotzdem sage ich Euch natürlich, wie's geht:

Wenn Ihr möchtet, dass Euer Titel (also Euer Buch) in das Barsortiment von amazon und libri aufgenommen wird, müsst Ihr Kontakt zur Firma Georg Lingenbrink GmbH & Co. aufnehmen.

Das ist ein Großhändler, der Buchhandlungen in der ganzen Bundesrepublik, Österreich und der Schweiz beliefert. Die machen keine Werbung für einzelne Titel, sondern reagieren lediglich auf Bestellungen aus dem Buchhandel.

Die Daten ihres Kataloges werden von den führenden Internetanbietern [Libri.de](#) und [Amazon.de](#) übernommen.

Die wichtigste Voraussetzung zur Listung in diesem Katalog ist die ISBN (siehe Punkt 4.).

Die Georg Lingenbrink GmbH & Co. benötigt ein Musterexemplar Eures Buches. Dieses wird dann an die zuständige Einkäuferin weitergeleitet, die beurteilt, ob der Titel für das Barsortiment geeignet ist. Ggf. senden sie Euch dann eine Konditionsvereinbarung zur Unterschrift zu.

Folgende Konditionen sind dort üblich (zumindest war das vor 4 Monaten noch so):

- Barsortimentsrabatt von 50,0 % bei Titel über 10,01 Euro Ladenpreis
- Barsortimentsrabatt von 52,5 % bei Titeln von 5,01 bis 10,00 Euro Ladenpreis
- Barsortimentsrabatt von 55,0 % bei Titeln von 3,01 bis 5,00 Euro Ladenpreis
- Barsortimentsrabatt von 60,0 % bei Titeln unter 3,00 Euro Ladenpreis

Und hier noch mal im Klartext:

Wenn Euer Buch 10,00 Euro kosten soll (Ladenverkaufspreis), müsstet Ihr denen das Buch also für 4,75 Euro geben. Denn sie bekommen ja einen Rabatt von 52,5% in diesem Fall. Ihr verdient also EUR 4,75 und die EUR 5,25 an jedem Buch.

Wobei "verdienen" nicht ganz richtig ist, denn schließlich müsst Ihr noch den Betrag abziehen, den das Buch in der Herstellung gekostet hat. Wenn das also z. B. EUR 3,50 sind, verdient Ihr noch genau EUR 1,25 pro Buch.

Außerdem portofreie Lieferung und 20 % Remissionsrecht (Rückgaberecht) bezogen auf den Jahresumsatz und 100 % Remissionsrecht auf den Erstbezug. Alles, was vom Erstbezug also nicht verkauft wird, wird man Euch zurückschicken. Unter (schlechten) Umständen also alles.

Für alle, die jetzt trotzdem noch Lust drauf haben, hier die Kontaktadresse:

Firma
Georg Lingenbrink GmbH & Co.
z. Hd. Frau Pässe
Friedensallee 273
22763 Hamburg

Es gibt aber auch noch andere Anbieter, wie z. B. buchkatalog.de, buecher.de, buch.de, lesen.ch usw. Um deren Konditionen zu erfahren, müsstet Ihr zu Ihnen Kontak aufnehmen. Da ich das persönlich nie gemacht habe, kann ich dazu leider nichts sagen.

6.4

Wenn Ihr eigene "private" Vertriebspartner findet kann das nur von Vorteil sein. Also denkt Euch etwas aus, habt Ideen und seht zu, dass Ihr Euer Buch auch von weiteren Vertriebs-Partnern verkaufen lasst. Vielleicht habt Ihr in Eurem Bekanntenkreis Leute, die ein eigenes Geschäft haben. Egal ob eine Bäckerei, ein Café oder der Friseur, je mehr Geschäfte Euer Buch anbieten, umso mehr Kunden könnt Ihr gewinnen.

Sinnvoll sind natürlich "Einrichtungen", in denen auch gelesen wird. Vielleicht könnt Ihr Euer Lieblingscafé oder den Friseur davon überzeugen, dass ein Buch von Euch ausgelegt wird (wo sonst nur Zeitschriften liegen) und auch ein kleiner "Buchständer" an der Kasse steht, mit Eurem Werk für den Verkauf.

[↑ zur Übersicht](#)

7. Lektorat / Korrektur

Ihr solltet Euer Buch auf jeden Fall und mindestens ein Mal von einem Lektor oder einer Lektorin überarbeiten lassen. Ich würde das selbst dann machen, wenn Ihr Euch in der deutschen Grammatik sicher fühlt, die neue Rechtschreibreform komplett verinnerlicht habt und auch überzeugt seid, dass die Texte nicht besser sein könnten (betr. Versmaß, Technik, Inhalt usw.). Denn man übersieht einfach schnell etwas, wenn man seine eigenen Sachen zum einhundertsten Mal durchliest. Und auch Freunden und Bekannten kann das passieren. Also spart nicht an falscher Stelle und lasst Euer Werk "probe lesen" und ggf. überarbeiten von jemandem, der sich wirklich auskennt.

Kaum etwas ist ärgerlicher, als seine fertig gedruckten Bücher endlich zu bekommen und dann einen Fehler zu entdecken! Einen Fehler, der dann in jedem einzelnen Buch zu finden ist.

Hier findet Ihr eine Suchmaschine für Lektorate.

Einfach eine Stadt eingeben und los geht's.

www.ektorat.de/ektorat/index.php?seite=ektorat11.php

Oder einfach "Lektorat" in Eure Suchmaschine eingeben

Falls Ihr wissen möchtet, wen ich als Lektor empfehlen kann und mit wem ich schlechte Erfahrungen gemacht habe, schreibt mir einfach eine E-Mail.

8. Buchsatz

Jede Druckerei braucht Eure Texte (Seiten) natürlich in einem bestimmten Format. Meist wird eine PDF- oder EPS-Datei in Druckqualität verlangt. Also sollten alle Texte schon so angeordnet sein, wie Ihr sie später im Buch haben wollt (inkl. aller Überschriften, Seitenzahlen, Fußnoten usw.). Ihr könnt also nicht einfach Eure Seiten rüberfaxen und die machen dann ein schönes Buch draus. Auch mit einer Word-Datei können Druckereien nicht viel anfangen. Können Sie natürlich schon. Aber da das noch keine fertige Druckvorlage ist, müsst Ihr dann für alles, was die noch machen müssen, extra zahlen.

Wenn Ihr richtig fit am Computer seid und Euch ein bisschen einarbeitet, könnt Ihr den Buchsatz auch selber machen. Die üblichen Programme dafür sind InDesign und QuarkExpress (leider sind beide Programme ziemlich teuer).

Allen anderen rate ich, keine Experimente zu wagen und lieber jemanden aufzusuchen, der den Buchsatz zu einem angemessenen Preis übernimmt.

Ich habe leider kein geeignetes Buch zum Thema gefunden.

Aber vielleicht habt Ihr da mehr Glück.

Es gibt aber, was die Anordnung angeht, einige Dinge, die "allgemein üblich" sind.

1. Die physikalische Seite 2 (Rückseite vom Innentitel) ist üblicherweise die "Impressumsseite" mit den bibliographischen Informationen. Dort finden sich also Angaben wie ISBN, Verlagsangaben (in Eurem Fall also "Selbstverlag"), Nachweis der Covergestaltung und des Buchsatzes, Angabe der Druckerei, Copyright etc.
2. Seitenzahlen sind so anzuordnen, dass sie für beidseitigen Druck geeignet sind (d. h. mittig oder alternierend rechts / links; ungerade Seiten rechts). Kopf- und Fußzeilen ebenfalls für beidseitigen Druck einrichten.
3. Seitenrand: erfahrungsgemäß mind. 2,5 cm in alle Richtungen (oben, unten, rechts und links), da der Buchblock nach der Bindung dreiseitig beschnitten wird. Beim Binden gehen aus technischen Gründen auf allen Seiten des Exemplars ca. 2 mm verloren, was bei der Wahl des richtigen Seitenrandes zu berücksichtigen ist. Günstig vor allem bei umfangreicheren Büchern sind alternierende Seitenränder, d. h. bei allen geraden Seiten rechts 0,5 cm mehr Rand, bei allen ungeraden links.
4. Schriftgröße: Text - je nach gewählter Schrifttype - mindestens 12pt. Für Bildunterschriften und Fußnoten: mindestens 10pt.

9. Druck / Laminierung / Dummy

Es gibt heutzutage viele unterschiedliche Möglichkeiten farbig zu drucken. Allerdings

werden Bücher nicht im Laserdruck o. ä. hergestellt. Man druckt hier entweder im Digital- oder im Offsetdruck. Welche von diesen beiden Möglichkeiten für Euch sinnvoll ist, hängt davon ab, für welche Farbe Ihr Euch entschieden habt und ob Ihr auch innen farbig drucken müsst (z. B. weil Ihr Bilder im Buch habt).

Der Innenteil (auch Buchblock genannt)

Wenn Ihr im Innenteil nur Text habt und keine (farbigen) Bilder, reicht es völlig aus, die Seiten im Digitaldruck herstellen zu lassen. Denn dann habt Ihr ja einfach einen "schwarz auf weiß" -Druck. Bzw. schwarz auf cremeweiß. Je nachdem ob Ihr Euch für weißes oder cremeweißes Papier entscheidet. Alle, die auch Bilder im Innenteil haben, sollten über die Unterschiede vom Digitaldruck zum Offsetdruck Bescheid wissen. Auf diese gehen wir im nächsten Teil (Cover) ausführlicher ein.

Wichtig ist es allerdings, eine Druckerei zu finden, die Euch ein Komplettangebot macht. Also sowohl Digitaldruck, Offsetdruck und möglichst auch Bindung anbietet.

Denn wenn die eine Druckerei nur den Innenteil drucken kann (z. B. im Digitaldruck) und Ihr für den Druck des Covers zu einer Offsetdruckerei wollt und dann weiter zu einer Buchbinderei fahren müsst, dann habt Ihr einen enormen Aufwand allein damit, alles von A nach B bringen zu müssen.

Das Cover

Je nachdem ob Ihr ein einfaches weißes Cover möchtet oder einen bestimmten Farbton, müsst Ihr nun entscheiden, ob es Sinn macht das Cover im Offsetdruck oder Digitaldruck herstellen zu lassen. Falls die Grundfarbe (also über 50%) Eures Covers nicht weiß sein soll, lohnt es sich auch, bei der Druckerei nach einem Papier in Eurer gewünschten Grundfarbe zu fragen.

Die Drucktechniken

Beim Offsetdruck können fertige Sonderfarben (z. B. von Pantone oder HKS) benutzt werden. Ihr könnt Euch also einfach eine Farbe aus einem Farbfächer aussuchen.

Sollte die von Euch gewünschte Farbe dort nicht vorkommen, könnt Ihr auch eine Farbe in CMYK mischen lassen.

CMYK steht für:

Cyan (zyanblau), **M**agenta (rotviolett), **Y**ellow (gelb) und **BlacK** (schwarz)

Aus diesen vier Grundfarben kann man fast alle Farben zusammenmischen.

Der Vorteil von Sonderfarben gegenüber dem CMYK-Prozess ist folgender: eine Sonderfarbe wird im Werk aus verschiedenen Pigmenten zusammengemischt und ist – ähnlich einer Dose Autolack "fertig". Im CMYK-Prozess hingegen, wird Eure gewünschte Farbe während des Drucks aus den o. g. Farben zusammengemischt.

Diese CMYK-Technik kann bei verschiedenen Mischungen (also bestimmten Farbtönen) dazu führen, dass Ihr eine unschöne Farbrasterung seht.

Ein (vereinfachtes) Beispiel:

Euer Cover soll dunkelblau werden. Die Druckmaschine druckt nun vollflächig zyanblau auf

die Oberfläche und "verdunkelt" dieses Blau dann mit winzigen Punkten von Schwarz. Dabei kann es natürlich passieren, dass diese schwarzen Pünktchen deutlich auffallen. Diese sichtbaren Pünktchen sind die so genannte Farbrasterung.

Im Digitaldruck, kann nur in CMYK gedruckt werden. Sonderfarben (fertig gemischte) sind also nicht möglich. Außerdem haben viele Digitaldruckmaschinen Schwierigkeiten, natürliche und strukturierte Papiere, wie z. B. handgeschöpftes Papier, zu bedrucken, da diese nicht glatt genug sind und die Farbe nicht in alle Unebenheiten gelangt. Digitaldruckpapier erkennt Ihr meist an der sehr glatten Oberfläche – lasst Euch am besten in einer Druckerei die Unterschiede zeigen.

Man könnte also sagen, dass beim Offsetdruck brillantere und qualitativ hochwertigere Farben möglich sind. Und Ihr könnt Euch aus den erwähnten Farbfächern eine bestimmte Farbe aussuchen. Außerdem gibt es auch dann keine Schwierigkeiten, wenn Ihr Euch für Naturpapier entscheidet. Denn trotz einer hier etwas raueren Oberfläche, bekommt Ihr im Offsetdruck einen guten und sauberen Farbauftrag. Allerdings ist es teurer Bücher im Offsetdruck statt im Digitaldruck herstellen zu lassen. Das liegt hauptsächlich daran, dass im Offsetdruck viele Zwischenschritte anfallen, die man im Digitaldruck nicht braucht. Darum hier noch mal die Vorteile des Digitaldrucks zusammengefasst:

Digitaldruck erfolgt direkt, ohne Zwischenschritte, von Layoutdaten.

Damit entfallen die zeit- und kostenintensiven Arbeitsschritte wie Filmbelichtung, Plattenkopie, Einrichtung der Druckmaschine, die beim Offsetdruck unumgänglich sind.

Digitaldruck ist bereits in kleinsten Auflagen machbar

Auch wenn Ihr eine Publikation nur in einer kleinen Stückzahl benötigt, werden viele Druckereien ein vernünftiges Kosten-Nutzen-Verhältnis anbieten. Bis zu einer Stückzahl von ca. 2000 Exemplaren ist der Digitaldruck, abhängig vom Druckformat und der Seitenanzahl, meist günstiger als der Offsetdruck.

Digitaldruck ist schneller und auch dadurch günstiger als Offsetdruck

Ohne Zwischenschritte wird direkt von Eurer Datei gedruckt. Gedruckt wird bei mehreren Seiten die tatsächliche Seitenreihenfolge, so dass die Bögen nicht mehr zusammengetragen werden müssen. Vorder- und Rückseite werden in einem Vorgang bedruckt. Zudem entfallen die beim Offsetdruck üblichen Trocknungszeiten. Sofern die Druckerei über eine eigene Buchbindeabteilung verfügt, kann auch mit der Weiterverarbeitung (Rillen, Falzen, Perforieren, Binden, Laminieren) ohne Verzögerung begonnen werden.

Digitaldruck ist veränderbar

Wenn Ihr nach Fertigstellung der ersten Bücher doch noch eine Änderung vornehmen wollt, kann dies relativ einfach direkt in der Druckvorlage am Computer vorgenommen werden. Beim Offsetdruck müsste dann erst ein neuer Film belichtet werden.

Ich habe "sinnsucht" (den Innenteil als auch das Cover) anfangs im Digitaldruck herstellen lassen, um die Kosten gering zu halten. Allerdings hatte ich das Problem, dass die Farbe an den Falzrändern leicht abblättert. Die Bücher sahen also bereits nach kurzer Zeit gebraucht aus. Und das trotz dicker Laminierung. Und auf dem Cover war eine Rasterung deutlich sichtbar. Bei einem weißen Cover wäre dieses Problem sicher nicht aufgetreten. Aber da es sich bei dem sinnsucht-rot nicht um eine Sonderfarbe handelt, war die Herstellung im Digitaldruck einfach nicht geeignet.

Mittlerweile lasse ich alle Cover im Offsetdruck machen und nur noch den Innenteil im Digitaldruck. Kostet zwar etwas mehr, macht aber, da ich innen keine Bilder habe, so am meisten Sinn.

Laminierung

Wichtig ist auch noch eine abschließende Versiegelung der Oberfläche des Covers.

So ist das Cover vor Kratzern und Verschmutzung geschützt. Dies geschieht durch eine Laminierung. Ein Laminat könnt Ihr Euch in diesem Fall als eine Art Versiegelungslack vorstellen, der die Farbe fixiert. Das Laminat kann matt oder glänzend sein und in verschiedenen Stärken aufgetragen werden, was sich natürlich auf die Haptik des Covers auswirkt. Eine zu starke Laminierung kann z. B. dazu führen, dass Euer Cover sehr unflexibel und steif wird.

Dummy

Bevor Ihr das endgültige "Go" für den Druck geben müsst, bekommt Ihr von der Druckerei üblicherweise einen Dummy. Das ist ein verbindliches Belegexemplar, auf das Ihr Euch später berufen könnt. Daran seht Ihr, wie der Druck aussieht, wie die Verarbeitung an sich ist, eben, wie das Buch später aussehen wird. Sollten keine Änderungswünsche mehr von Euch kommen, wird mit dem Druck begonnen.

Wichtig: Sollten die fertigen Bücher nicht dem von Euch freigegebenen Dummy entsprechen, also schlechter verarbeitet sein z. B., müsst Ihr die Bücher nicht annehmen. Es soll schon vorgekommen sein, dass Druckereien die Unwissenheit von "Anfängern" ausnutzen. Na ja, schwarze Schafe gibt es überall. Lasst Euch darauf nicht ein! Die fertigen Bücher müssen dem Dummy entsprechen. Tun sie das nicht, könnt Ihr die gesamte Auflage zurückschicken. Es ist Euer Buch. Ihr bezahlt dafür. Also keine Kompromisse!

[↑ zur Übersicht](#)

10. Werbung

Ganz gleich ob Euer Buch gut ist oder nicht, ohne Werbung werdet Ihr es nicht verkaufen. Denn wenn keiner weiß, dass es Euer Buch gibt, kann es auch keiner bestellen. Die Bekanntmachung ist also nach Fertigstellung das Wichtigste! Wie Ihr Euer Buch bekannt macht, liegt ganz in Euren Händen.

Wer ein bisschen Geld zur Verfügung hat, kann natürlich kleine Anzeigen in der Tagespresse drucken lassen.

Aber auch ohne großen Kostenaufwand kann man für sein Buch werben. Verteilt Handzettel oder Flyer, legt Euer Buch in den Wartezimmern von Ärzten aus, stellt Euch auf den Flohmarkt ... es gibt viele Möglichkeiten. Viele gute Hotels haben auf den Zimmern eine kleine Bibliothek. Ich habe die Erfahrung gemacht, dass die Hotels, die mit dem Buch etwas anfangen können, bereit sind, es dort mit ins Regal zu stellen. Allerdings werden die Bücher meist nicht gekauft. Ihr müsstet also überlegen, ob es Sinn macht, 100 Bücher "für umsonst" herzugeben um dadurch vielleicht den einen oder anderen Käufer zu gewinnen.

Auch hier gilt, je besser Eure Ideen sind, umso mehr werden Sie Euch nützen.

Unter Umständen wird Euch der Druck von Flyern oder auch Visitenkarten nicht mal etwas extra kosten. Denn wenn Ihr Euch zum Beispiel für ein Buchcover entscheidet, dass kleiner als DIN A4 ist, wird die Druckerei trotzdem auf DIN A4 drucken. Ihr würdet also den übrigen Platz verschenken. Sprecht mit der Druckerei vorher ab, ob es möglich ist, diesen "überschüssigen" Platz für Flyer oder Visitenkarten zu nutzen.

Ihr müsstet die Druckvorlage dann natürlich dementsprechend anlegen und evtl. etwas für das extra Schneiden zahlen. Aber die meisten Druckereien, werden das wahrscheinlich nicht mal in Rechnung stellen.

Lasst Euch auf so vielen anderen Internetseiten wie möglich verlinken. Bringt Euch ins Gespräch. Fragt bei Radiosendern nach, ob man ein Interview mit Euch machen würde. Schickt Freixemplare an Zeitungen und bittet um eine Rezension. Ganz egal ob der Spiegel oder nur das Wochenblatt etwas über Euch schreibt, jeder Artikel ist wichtig. Und nicht zu vergessen – Lesungen. Ob Ihr Leute zu Euch nachhause einladet, die ihre Bekannten mitbringen oder Ihr einen Raum anmietet, ist Euch überlassen (und hängt wahrscheinlich auch von Euren finanziellen Mitteln ab). Aber es ist sicher eine der besten Werbemöglichkeiten. Natürlich solltet Ihr die Zuhörer darauf hinweisen, dass das Buch aus dem Ihr vorlest, anschließend auch käuflich zu erwerben ist. Bei öffentlichen Lesungen sollte auch die Presse informiert werden. Dann wird der "Termin" in den Veranstaltungskalender aufgenommen und mit Glück kommt auch der ein oder andere Journalist vorbei und schreibt später etwas über Euch.

Grundsätzlich gilt: der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt – lasst Euch etwas einfallen!

[↑ zur Übersicht](#)

11. Lesungen

Da ich dieses Thema wichtig finde und daher etwas mehr dazu sagen möchte, bekommt es hier einen "eigenen Punkt" und erscheint nicht mit unter "Werbung".

Eine Autorenlesung ist für jedes Buch wichtig. Gerade hier könnt Ihr Euer eigenes Werk erfolgreich präsentieren (und verkaufen). Ausserdem ist ein persönlicher Kontakt zu Euren Lesern sicher auch eine schöne und interessante Bereicherung.

Da das Ganze gut organisiert sein sollte, hier also einige Tipps:

Natürlich solltet Ihr Eure Lesung ankündigen. Wenn niemand von der Lesung weiß, wird auch niemand kommen.

Schickt einen Newsletter raus und sagt allen Freunden, Bekannten und Eurer Familie Bescheid. Ach was schreibe ich, sagt allen Familien Bescheid! ;-)

Informiert die örtliche Presse und die regionalen Radiosender, damit diese einen Veranstaltungshinweis veröffentlichen können. "Bastelt" Plakate, Postkarten oder Flyer und verteilt diese an werbewirksamen Stellen. Hängt all Euren E-Mails einen Hinweis auf das Buch und den Lesungstermin an. Versendet ruhig an die entscheidenden Personen interessant gestaltete, persönliche Einladungskarten. Die Kulturredaktionen aller Zeitschriften, die Euch einfallen, sollte nicht vergessen werden!

Ihr könnt auch eine gemeinsame Lesung mit anderen Autoren veranstalten. Gerade bei einer Anthologie bietet sich sowas natürlich an. Fragt doch einfach einen anderen Autor/ eine andere Autorin, den/die Ihr kennt, ob Ihr das Ganze nicht zusammen gestalten wollt. So bringt jeder "sein eigenes" Publikum mit und von denen kaufen dann ja vielleicht auch einige die Bücher des anderen Autors. Ideal wäre natürlich ein Autor, der ähnliche Sachen schreibt wie Ihr, damit die Zielgruppe in etwa die gleiche ist.

Sucht Euch eine schöne, gemütliche Location für die Lesung aus. Das kann ein Café sein, eine Bar oder auch etwas Ausgefalleneres. Wie wäre es z. B. mit einer Lesung auf einem Schiff oder im Planetarium, frei nach dem Motto "Gedichte unterm Sternenhimmel"? Wichtig ist jedenfalls, dass Ihr persönlich Euch dort wohl fühlt und ungestört lesen könnt.

Und wenn Ihr wollt, macht aus Eurer Lesung doch ein richtiges Ereignis: Mit Musik, Bildern, bei Kerzenlicht oder was auch immer Euch einfällt. Falls Ihr zwischen den Gedichten oder in der Pause mit ein bißchen Musik unterhalten möchtet, überlegt doch mal, ob nicht jemand den Ihr kennt, ein geeignetes Instrument spielen kann. Es sollte allerdings kein Musiker sein, dessen Spiel dann in Konkurrenz zu Eurer (Schreib-)Kunst steht. Die Gäste sollen schließlich nicht seine CD sondern Euer Buch kaufen!

Wenn das Ganze in einem kleinen Rahmen stattfinden soll, könnt Ihr auch ein bißchen etwas zu essen anbieten. Ob es nur ein kleines Buffet sein soll oder ein schönes gemeinsames Dinner, hängt ganz von Euch ab.

Für diese Art von Veranstaltung muß natürlich ein Eintrittspreis erhoben werden. Aus leicht nachvollziehbaren Gründen findet das Essen selbstverständlich NACH der Lesung statt! Wenn es nur Getränke geben soll, sollten diese in ausreichender Menge bereitstehen. Es gibt einfach zu viel Unruhe, wenn alle fünf Minuten jemand aufsteht, weil er Durst hat.

Bittet die Gäste also vielleicht, gleich zwei Bier (oder was auch immer sie eben trinken möchten) zu bestellen, damit die Lesung dann ungestört ablaufen kann.

Achtet auch auf Kleinigkeiten und schaut Euch die Location vorher an, falls Ihr noch nie persönlich dort wart.

Sind genügend Stühle vorhanden?

Sind Beleuchtung und die Akustik für eine Lesung geeignet?

Gibt es ein Mikrofon bei grösseren Räumen?

Könnt Ihr so sitzen, dass Euch alle sehen können? Oder wollt Ihr vielleicht lieber stehen? Wenn ja, muss evtl. ein Stehpult organisiert werden.

Ist für den Verkauf Eurer Bücher alles organisiert (z. B. Wechselgeld) und sind genügend Bücher bereitgestellt? Ein Reservekarton im Auto ist nie verkehrt. Es kann sehr frustrierend sein, wenn man hundert Bücher hätte verkaufen können, aber bereits bei 30 der Vorrat aufgebraucht ist. Und wer weiß, vielleicht gehen sie ja an dem Abend weg wie "warme Semmeln". ;-)

Falls Ihr ein neues Buch in Arbeit habt aber dieses noch nicht gedruckt vorliegt, solltet Ihr jedem zumindest eine Postkarte, ein Lesezeichen oder einen Flyer in die Hand drücken. Am besten bei der Begrüßung an der Tür. Damit Ihr Euch vor der Lesung auf Eure Texte konzentrieren könnt, kann diese Aufgabe natürlich auch von einem Freund übernommen werden.

Habt Ihr Euren Lieblingsfüller dabei, um bequem signieren zu können?

Braucht Ihr vielleicht eine Steckdose oder ein Verlängerungskabel für eine Leselampe (eine Ersatz-Glühbirne dabei zu haben, kann auch nicht schaden)?

Gibt es genügend Wasser zu trinken, damit Ihr keinen trockenen Hals bekommt?

Entscheidet Euch vorher, was Ihr lesen wollt. Und lest Euch diese Gedichte vorher zuhause mehrmals laut vor. Oder lest sie probenhalber Euren Freunden vor und lasst Euch ehrlich sagen, was Ihr besser machen könnt.

Lest Eure Gedichte nicht einfach nur ohne Pause runter, sondern erzählt ein wenig zu jedem der Texte. Wie und wo ist das Gedicht entstanden? Warum habt Ihr es geschrieben und für wen? Warum wollt Ihr gerade dieses Gedicht heute vorlesen?

Grundsätzlich sollte eine Lesung bei Erwachsenen nicht länger als 45 Minuten und bei Kindern nicht länger als 30 Minuten dauern. Seid darauf vorbereitet, vielleicht spontan noch eine Zugabe mit einem weiteren Gedicht geben zu können.

Bevor Ihr mit dem Lesen beginnt, wäre es vielleicht schön, sich durch eine andere Person (Buchhändler, Bibliothekar, Bürgermeister, Presse, Gastgeber) vorstellen zu lassen. Ein guter Freund, der schon immer ein Talent dafür hatte, ein Publikum auf sich aufmerksam zu machen, tut's aber sicher auch.

Sprecht solche Einleitungen vorher mit dieser Person ab. Die Einführung sollte eine Begrüßung, eine Kurzbiographie, eine Vorstellung Eurer Arbeit sowie einen Hinweis auf die Kaufmöglichkeit während der Pause enthalten.

Das mit dem "kaufen in der Pause" ist ganz wichtig, denn nach der Lesung 'vergessen' die Zuhörer oftmals, ein Buch mitzunehmen und sind dann plötzlich verschwunden.

Trotzdem sollte es für die, die nicht gleich weglaufen, nach der Lesung nochmals eine Möglichkeit zum Kauf des Buches, für Autogramme und ein persönliches Gespräch geben.

Eine solche Gesprächsmöglichkeit sollte allerdings vor der Lesung angekündigt werden. Es ist ratsam, dass die Person, die vorher die Einleitung übernommen hat, schon ein oder zwei Fragen stellt, damit Eure Zuhörer sich auf dieses Gespräch einstellen können und sich dann vielleicht eher trauen, auch selbst Fragen zu stellen.

Unter uns: Da die Aufnahmefähigkeit der Zuhörer meist sehr unterschiedlich ist, hat eine leichte Unruhe nicht unbedingt etwas mit Eurem Werk zu tun. Lasst Euch also nicht aus der Ruhe bringen oder verunsichern von Räuspern, Füßescharren und Blicken Eurer Zuhörer auf die Uhr oder aus dem Fenster. Dies ist nicht persönlich zu nehmen, sondern eine typische Krankheit unserer Zeit, da die wenigsten Menschen sich länger als fünf Minuten auf eine Sache konzentrieren können.

Auch deshalb ist eine kleine Pause zwischendurch ratsam. Und achtet auf einen rechtzeitigen Schluß. Es macht keinen Sinn, Eure Lesung unnötig in die Länge zu ziehen. Wer nach 15 Minuten nicht Gefallen an Euren Werken gefunden hat, wird sicher auch nicht nach 30 Minuten Euer größter Fan.

Also, ein bißchen Mut und Organisation gehört sicher dazu, aber es lohnt sich.

[↑ zur Übersicht](#)

12. Internetauftritt

Eine weitere wichtige, und wie ich finde, heutzutage unumgängliche Werbefläche ist das Internet. Ich habe mittlerweile viele Käufer, die das Buch über meine Internetseite bestellen. Leute, die ich nicht persönlich kenne und von denen ich nicht mal weiß, wie Sie überhaupt auf mein Buch aufmerksam geworden sind. Aber ich weiß von anderen Selbstverlegern, die eine weniger professionelle Seite haben, dass kaum Bücher über den Shop bestellt werden. Auch hier ist es also wichtig, einen "guten" Webauftritt zu haben.

Aber gute Internetseiten kosten Geld. Es ist also wichtig, sich zu überlegen, was Eure Internetseite alles braucht. Ich habe zum Beispiel festgestellt, dass E-Cards nicht wirklich viel genutzt werden. Die Kosten die dafür entstanden sind, stehen also nicht wirklich in einem Verhältnis zum "Werbefaktor". Trotzdem ist es aber so, dass mit den E-Cards ein "Mehrwert" geschaffen wurde, der Benutzer dazu animiert, die Seite wieder zu besuchen. Und neue Leute, die eine E-Card geschickt bekommen, werden so auf die Seite aufmerksam gemacht.

Wahrscheinlich reicht es aber, einen Shop zu haben, und eine Unterseite auf der das Buch (inkl. einiger Probetexte) vorgestellt wird. Und eine Linkliste macht natürlich auch Sinn. Denn wenn Ihr bei Euch Links zu anderen Seiten aufnehmen könnt, werden diese Seiten Euch auch eher in ihre eigene Linkliste aufnehmen. Und dadurch wird Eure Seite natürlich noch mal bekannter.

Was Ihr sonst noch alles braucht oder möchtet (Gästebuch, News-Seite, Notizbuch, Meinungen-Seite usw.) müsst Ihr selbst entscheiden.

Ich würde aber lieber einen etwas kleineren Webauftritt empfehlen, der professionell gemacht ist, anstatt mir eine kostenlose 08/15-Seite mit lauter Schnickschnack aus dem Netz zu ziehen.

Denn Eure Internetseite ist auch gleichzeitig Euer "Aushängeschild". Wenn Ihr das Internet also als Werbefläche und vor allem als "Bestellmöglichkeit" nutzen möchtet, würde ich unbedingt davon abraten, ausgerechnet an dieser Stelle zu sparen!

[↑ zur Übersicht](#)

13. Finanzamt und andere, die auf Euch zukommen werden

Wenn Ihr ein Buch selbst verlegt, dann müsst Ihr einen Selbstverlag gründen. Das klingt schlimmer als es ist. Aber Ihr seid dann eine Firma, wenn man's genau nimmt. Denn Ihr verkauft schließlich etwas und müsst somit auch Steuern abführen, ein Gewerbe anmelden, also Kleinunternehmer werden.

Dieses Thema ist so umfangreich (und langweilig), dass ich hier nicht weiter darauf eingehen möchte. Nicht nur, weil ich zu faul bin sondern auch, weil ich gerade hier nichts Falsches erzählen möchte. Setzt Euch also am besten mal mit einem Steuerberater zusammen oder kauft ein schlaues Buch zu dem Thema.

Es hängt nämlich auch davon ab, ob Ihr hauptberuflich "Schriftsteller" sein wollt (welch frommer Wunsch) oder dieses Gewerbe nur nebenbei betreibt.

14. Freiemplare

Jeder, der ein Buch veröffentlicht, muss zwei Pflicht-Exemplare an die Deutsche Nationalbibliothek schicken, damit die ihren Sammelauftrag des deutschen Schriftgutes erfüllen können. Aber von denen bekommt Ihr sowieso Post, sobald Ihr eine ISBN beantragt habt. Und da steht dann auch drin, wohin die Bücher müssen. Also werde ich mich da jetzt nicht weiter drüber auslassen.

Ihr solltet aber bei der Überlegung, wie viele Bücher Ihr drucken lassen wollt, nicht vergessen Freiemplare zu berücksichtigen. Nicht nur die beiden eben erwähnten, sondern auch die, die Ihr z. B. an Zeitschriften, Rezensenten oder auch Radiosender schicken könnt. Je mehr Leute etwas zu Eurem Buch sagen und je häufiger darüber berichtet wird, umso besser. Falls Ihr das Glück habt, jemanden der prominent ist zu kennen, fragt einfach, ob er/sie bereit ist, seine/ihre Meinung zu dem Buch abzugeben. Diese könntet Ihr dann z. B. auf der Internetseite veröffentlichen.

15. Fazit

Es ist viel Arbeit und es kostet nicht nur Zeit sondern auch Geld, wenn man den Weg des Selbstverlegers wählt. Aber ich persönlich habe es bisher nicht ein Mal bereut! Klar hatte ich oft die "Schnauze voll" und wollte alles hinschmeißen aber wenn man dann mit den fertigen Büchern zuhause sitzt und die ersten Bestellungen eingehen, weiß man wofür man all das auf sich genommen hat.

Man hat alles selber unter Kontrolle und ist nicht von einem Verlag abhängig, der einem sagt, was man wann und wie zu tun hat. Euer Glück liegt ganz allein in Euren Händen. Aber Ihr tragt das gesamte Risiko natürlich auch allein. Aber wenn es gut läuft, müsst Ihr auch niemandem etwas abgeben (außer dem Finanzamt natürlich). Denn auch bei BoD verdienen die an jedem Eurer Bücher. Klar, die haben ja auch für Euch gearbeitet. Aber ich spreche aus Erfahrung, wenn ich sage, man kann es auch alleine schaffen. Und was ich kann, das könnt Ihr auch!

Allerdings:

Selbst verlegen ist sicher nicht für jeden etwas. Daher möchte ich es hier auch nicht (ganz) pauschal empfehlen. Man muss wahrscheinlich ein offener und gesprächiger Mensch sein. Denn wer auf andere zugehen kann und sich selbst gut verkauft, dem öffnen sich auch schneller Türen. Und gute Kontakte haben, um die Kosten für alles, was man nicht selber übernehmen kann möglichst gering zu halten, können auch nicht schaden. Aber an denen kann man ja auch arbeiten, wenn man sie (noch) nicht hat. Und man muss sich darauf einstellen, dass eine Menge Arbeit auf einen zukommt. Aber man lernt wahnsinnig viel und ich persönlich finde es großartig, dass ich jetzt weiß, wie ein Buch entsteht und ich den ganzen Weg hautnah miterleben konnte.

Ich wünsche jedenfalls allen, die sich auf den Weg machen wollen, ihr Buch selbst zu verlegen, viel Erfolg! Traut Euch! Mehr als schief gehen kann es nicht! Und vielleicht läuft's ja sogar richtig gut. Es liegt ganz an Euch...

[↑ zur Übersicht](#)

16. Noch Fragen?

Dass ich von dem Programmieren einer Internetseite und dem Buchsatz nicht wirklich viel Ahnung habe, wisst Ihr vielleicht bereits aus meinem Notizbuch. All diese Dinge hat Bernhard für mich übernommen. Deshalb hat er mir auch bei diesem Bericht geholfen. Wenn Ihr also Fragen habt, die diese Themen betreffen, dann könnt Ihr Euch gern an ihn wenden. Für alle anderen Fragen, stehe ich Euch natürlich weiterhin zur Verfügung.

Wie Ihr mich erreicht wisst Ihr ja bereits und zu Bernhard könnt Ihr über seine Seite www.synthetic.de Kontakt aufnehmen (dort das Icon "EMAIL" doppelklicken).

Auch für den Fall, dass Ihr Hilfe von Ihm betr. Eurer eigenen Internetseite wünscht oder er den Buchsatz für Euch übernehmen soll, könnt Ihr ihn gern kontaktieren. Da Ihr über mich Kontakt zu ihm aufnehmt, wird er Euch sicher ein gutes Angebot machen. Jedenfalls hat er das versprochen. ;-)

Wir beide hoffen, dass wir Euch ein bisschen weiterhelfen konnten und freuen uns darauf, von Euch zu hören. Denn Anregungen und Fragen sind herzlichst willkommen!

Liebe Grüße und viel Erfolg!

Janine & Bernhard

[↑ zur Übersicht](#)