



Brief an unsere potentiellen Autoren

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

ja, Sie lesen schon richtig. Ich ¹ vergesse auch als Verleger nicht, dass ich Autor bin. Damit habe ich eigentlich schon einen der wesentlichsten Punkte gesagt: Der Verlag Edition Zaunreiter ist ein Verlag *für* Autoren, nicht *gegen* Autoren.

Wenn Sie die Angebote auf der Website gelesen haben, werden Sie vielleicht jetzt sagen: Wieso *für* Autoren, der verlangt ja (auch) Geld dafür, dass er meine Bücher verlegt! Dazu weiter unten mehr.

Für die Gründung der Edition Zaunreiter gab es mehrere Anstöße:

1

Es gibt immer weniger Verlage, die „echte“ Verlage im ursprünglichen Sinn des Wortes sind, also alle Kosten für ein Buch „vorlegen“ und auf allein eigenes Risiko drucken. Das sind meistens die großen, die auch über die entsprechende Finanzkraft verfügen. Wie schwer es ist, bei diesen großen Verlagen als Autor unterzukommen, hat jeder von uns erfahren, wenn er es schon einmal versucht hat. Egal, ob es sich um den ersten Versuch eines neuen Autors handelt, um ein nicht wirklich einordenbares, grenzüberschreitendes Thema, oder um ein Nischenthema.

Klar – Verlage müssen genauso kommerziell denken, wie jedes andere Unternehmen auch, sonst können sie nicht überleben. Und da sind sie eben mit dem neuen Band Harry Potter, einer bittersüßen Story von Rosamunde Pilcher oder mit der Skandalbiografie eines Medienstars oder der Übersetzung eines amerikanischen Bestsellers auf der sicheren Seite. Das können auch wir Autoren ihnen nicht verübeln.

Kommt ein neuer Autor, noch dazu mit einem nicht so genau einzuordnenden Thema oder gar mit einem literarischen Werk, dann hat er es schwer. Trotzdem sollten Sie es bei solchen Verlagen mit klingenden Namen (und funktionierender Marketingabteilung) versuchen. Wenn Sie einer davon ins Programm nimmt, und das zu seriösen Bedingungen (also etwa 8-10 % Autorenprovision, 10-20 Freiexemplaren für den Autor, 40-50 % Rabatt auf Autorenexemplare) dann gibt es nur einen Rat von mir: Schlagen Sie zu!

2

Wenn Sie es schaffen, einen kleinen Verlag für Ihr Buch zu interessieren, dann sind Sie in den meisten Fällen mit finanziellen Forderungen konfrontiert.² Auch das ist

¹ Ich verwende in diesem Text immer dann „wir“, wenn ich den Verlag als Ganzes meine, und „ich“, wenn ich eine Aussage eher als Autor mache.

² Ich behaupte keinesfalls, dass alle kleinen Verlage so wie hier beschrieben vorgehen. Natürlich gibt es auch unter den Kleinen Verlage, die Bücher so wie die Großen selbst finanzieren.



wirtschaftlich verständlich (wer hat schon Geld?). Aber: Wie von vielen solcher Verlage Autoren „ausgenommen“ werden, ist keineswegs lustig. Bei manchen Verlagen zahlt der Autor Layout, Lektorat, Coverdesign, Druck, Lagerung, Marketing – und das samt sattem Aufschlag. Es gibt sogar „Verlage“ (ich habe ein konkretes Beispiel im Internet gefunden), die verlangen zum Beispiel für die Zuteilung einer ISBN-Nummer € 145,-. Abgesehen davon, dass eine ISBN Nummer für jeden Verlag Pflicht ist und auch nicht ohne Bezug auf ihn weitergegeben werden kann – sie kostet dem Verlag viel weniger.

Das waren aber jetzt immerhin noch die Verlage, die sich offen zu „Kostenzuschüssen“ – mögen sie in der Höhe gerechtfertigt sein oder nicht – bekennen. Die werden in der Branche eher abfällig „Zuschussverlage“ genannt. Book on Demand gehört auch dazu, da bekommen Sie fallweise gerade einmal 3-5 Bücher für Ihr Geld – gedruckt wird erst, wenn jemand kauft. Ich frage mich: Wer kauft ein Buch, das es gar nicht gibt?

Dann gibt es noch die Verlage, die so tun, als würden sie auf eigenes Risiko drucken, aber die Abnahme einer entsprechenden Anzahl des Buches durch den Autor verlangen. Mit 500 Stück zum Autorenpreis von € 13,50 ist jedes, auch noch so altmodisch und daher teuer produzierte Buch finanziert! Der Vorteil dieser Vorgangsweise für Verlage: Sie gelten dann nicht als „Zuschussverlage“ und können (zumindest in Österreich) Druckkostenzuschüsse für ihre Bücher aus der Kulturförderung bekommen.

Abgesehen vom Geld, das Ihnen ein auf diese Weise verlegtes Buch kostet: Meinen Sie wirklich, ein Verlag, der keinerlei eigenes Risiko trägt, wird dann noch sehr viele Anstrengungen unternehmen, es auch zu verkaufen? Dann kommen Sie rasch dahinter, dass nur Sie als Autor von Journalist zu Journalist und von Buchhandlung zu Buchhandlung laufen. Vieler dieser Kleinverlage haben nämlich von Marketing und Vertrieb wenig Ahnung.

Wenn Sie es doch schaffen, einen echten Edelstein unter den vielen Kleinverlagen zu finden, der selbst vorfinanziert, funktionierendes Marketing und einen funktionierenden Vertrieb hat und Sie nicht zwingt, mehr Exemplare abzunehmen, als Sie vermutlich selbst verkaufen – dann schlagen Sie zu. Auch das gibt es, und Sie sind dort vermutlich als Newcomer sogar besser aufgehoben, als bei einem der Großen.

3

Viele verzweifelte Autoren produzieren im Eigenverlag. Das ist von den Kosten her sicher interessant, auch wenn Sie für ein Buch schlechtere Konditionen von den Druckern bekommen, als ein Verlag. Eine ISBN-Nummer zu bekommen, ist kein Problem, die Listung bei großen Vertriebsfirmen ist mit einigem Spürsinn und einiger Geduld auch möglich.

Ich warne trotzdem davor: Ein Buch, das Sie im Eigenverlag herausgebracht haben, verschlechtert Ihren Ruf als Autor, bevor Sie noch einen haben. Das ist – ebenso wie Book on Demand – ein klares Signal: Ich habe keinen Verlag gefunden, der meine Texte druckt. Das motiviert kaum einen Verlag, das nächste Buch von Ihnen zu drucken – und die Leser auch nicht.



Exkurs: Wie schreibt man einen Bestseller

Für alle Träumer unter Ihnen: Einen Bestseller schreibt man nicht, weil man von einem Verlag mit klingendem Namen verlegt wird. Ein Bestseller ist ein Buch nicht nur deswegen, weil man ein brillantes, aktuelles Buch geschrieben hat – das ist natürlich Grundvoraussetzung, aber solche Bücher gibt es einige hundert pro Monat.

Einen Buch wird ein Bestseller durch geschicktes Marketing, also durch geschickte Platzierung am Markt. Wie dieses geschickte Marketing aussieht, das wissen weder kleine noch große Verlage – offensichtlich geht es darum, zu richtigen Zeit mit dem richtigen Buch des richtigen Autors das Richtige zu machen, und dazu noch eine Menge Glück zu haben.

Allerdings: Ein Verlag, der nicht einmal die Grundregeln des Marketing befolgt, wird auch keinen Bestseller landen.

Zurück zu den Arten von Verlagen:

Ich habe einige der oben beschriebenen Beispiele als Autor selbst erlebt: ³

Den kleinen, bemühten Verlag, der gut platzierte Inserate in hochqualitativen Zeitung und Zeitschriften geschaltet hat und dessen Bücher daher auch rezensiert wurden.

Den Verlag, der bei Drucklegung eines meiner Bücher vom tiefsten Süden Deutschlands in den hohen Norden verkauft wurde – was der Platzierung dieses Buches nicht eben gut getan hat.

Den ebenso kleinen Verlag, dessen Marketing-, Verkaufs- und Vertriebsaktivitäten sich auf einen bunten Folder im Halbjahr beschränkten und dessen Bücher daher im Lager verstaubt sind (von den Exemplaren, die in wenigen Buchhandlungen standen, abgesehen, die sind dann im günstigsten Fall immerhin in einer Buchhandlung verstaubt).

Den Verlag, der sich ein Buch satt durch Druckkostenzuschüsse finanzieren lässt, und dann den Autor noch zwingt, doppelt so viele Bücher abzunehmen, als der je brauchen wird. Schön für ihn, denn er hat Gewinn gemacht, ohne ein Buch zu verkaufen.

Den Verlag, der schöne Bücher druckt, für prominente Vorwort-Schreiber sorgt und diese Bücher auch an geeigneten = repräsentativen Orten präsentiert.

³ Das sind einige positive und negative Beispiele, die ich oder andere mir bekannte Autoren selbst erlebt haben, natürlich etwas überzeichnet. Kein konkreter Verlag braucht sich davon betroffen zu fühlen.



Den Verlag, bei dem der Autor den Ort einer Buchpräsentation selbst organisieren muss und die meisten Gäste nicht Journalisten sind, sondern von ihm eingeladene Freunde. Sie können sich vorstellen, was eine solche Buchpräsentation bringt.

Und ich kenne all die freundlichen und unfreundlichen, begründeten und unbegründeten Ablehnungen, die Autoren so frustrieren.

Warum ich noch immer schreibe? Erstens habe ich zum Teil gar nicht so schlecht verkauft, und zweitens macht es Spaß. Ich habe allerdings aus einigen der oben skizzierten Erlebnisse gelernt, und daraus die Konsequenzen gezogen. Eine der Konsequenzen war die Gründung der Edition Zaunreiter.

Die Edition Zaunreiter

Unser Vorhaben ist es daher, mit der Edition Zaunreiter einen etwas anderen Ansatz zu wählen. Wir spielen mit offenen Karten, weil wir der Meinung sind, im selben Boot mit unseren Autoren zu sitzen. Wir haben die heute selten gewordene Überzeugung, dass man auf offene und ehrliche Weise auch Geld verdienen oder wenigsten Spaß haben und Nützliches ermöglichen kann. Verlagskundige Weise werden uns vermutlich baldige Pleite prophezeien, sie werden sich wundern, dass das sicher nicht geschieht. Und die Konkurrenz darf gerne über unsere scheinbare Naivität lachen.

Da wir kein reicher Verlag sind, müssen wir eine Kompensation der Druckkosten von unseren Autoren verlangen. Diese Druckkosten sind aber erstens recht niedriger, weil wir in langer Vorbereitungszeit Druckereien mit zeitgemäßen Druckverfahren (Digitaldruck) ausgesucht haben, die auch kleiner Auflagen zu einen vernünftigen Preis ermöglichen. Und zweitens sind sie ehrlich kalkuliert.

Trotzdem: Wir drucken schöne Bücher.

Weil wir die Druckkosten weiterverrechnen, bekommen wir in Österreich keine Druckkostenzuschüsse aus der Kulturförderung (Ehrlichkeit wird auch bei uns bestraft). Das wird aber durch unsere weitaus niedrigeren Kosten mehr als wett gemacht.

Alle Eigenleistungen – also zum Beispiel Textlayout, Lektorat, Coverdesign, Lagerung und Auslieferung der Bücher, Listung bei den größten Vertriebsfirmen incl. Amazon.de, Presseaussendungen, eventuelle Messebeteiligungen und andere Vertriebsaktivitäten – verrechnen wir ausschließlich über unseren Anteil am Bucherfolg.

Eigenleistungen der Edition Zaunreiter

Das Textlayout erstellen in allen Fällen wir, um ein einheitliches Erscheinungsbild unserer Bücher sicherzustellen. Wir gehen davon aus, dass Sie uns das Manuskript im Word-Format vorkorrigiert und nach unseren Angaben liefern. Bitte lesen Sie unsere Anleitung zur Manuskripterstellung, die Sie auf unserer Download-Seite finden.



Wir führen ebenfalls das Lektorat durch, wobei wir relativ offen gegenüber alter oder neuer deutscher Rechtschreibung sind. Managementliteratur und Kinderbücher sollten allerdings in neuer deutscher Rechtschreibung geschrieben sein. Wir vertreten eine neue, aber kreative deutsche Rechtschreibung, die vermutlich nicht immer dem Duden entspricht, aber dafür dem Autor mehr Freiheiten lässt. Sprachliche Perversitäten, wie ein großes I mitten im Wort (AutorInnen) lehnen wir grundsätzlich ab. Die Vergewaltigung der deutschen Sprache hat nichts mit der notwendigen Gleichstellung von Frau und Mann zu tun.

Das Coverdesign fertigen wir für Sie in Druckqualität an. Es wird einige optische Standards geben, welche die Grundlage für unsere Covers sind. Wenn Sie einen Bildvorschlag für das Cover haben, integrieren wir den gerne im Rahmen unserer Corporate Identity.

Da ich selbst einen Teil meiner Bücher auch bei der Edition Zaunreiter verlege, sind wir immer auf der Such nach kostengünstigen und trotzdem attraktiven Marketingmaßnahmen. Das beginnt bei Aussendungen an potentielle Kunden und Journalisten, ergänzt durch unsere Internet-Seite.

Wir arbeiten mit erfahrenen Vertriebsfirmen / Verlagsauslieferungen für Österreich und Deutschland zusammen. Ergänzend dazu haben wir für den Direktverkauf ein Internet-Shop (shop.goettschach.at) eingerichtet. Jede von mir neu entdeckte Marketing- und Vertriebsmöglichkeit kommt auch Ihnen zugute.

Wir haben möglicherweise nicht die tollsten Pressekontakte, das hat kein kleiner Verlag – wir bemühen uns aber um jedes Buch. Dazu brauchen wir aber auch die Unterstützung durch Sie als Autor, die wir im Einzelfall mit Ihnen absprechen. Buchpräsentationen können wir für Sie nur in Österreich organisieren, der Grund dafür ist vor allem die Ortskenntnis und die Kenntnis des lokalen Buchhandels. Es ist je nach Buchthema zu entscheiden, ob und in welcher Form eine Buchpräsentation des Verlages und des Autors überhaupt Sinn macht.

Auflage

Das realistische Ergebnis heißt bei kleinen Auflagen von 500 Stück: Wir verdienen wenig und der Autor auch. Klingt schlimm, ist es aber nicht, wenn Sie sich als Autor die Angebote der Verlage ansehen, die für alle Leistungen Geld im Voraus nehmen. Die verdienen nämlich immer etwas – und der Autor zahlt es.

Diese realistische Betrachtung mag Sie schocken – wir kennen die Situation am Buchmarkt und machen Ihnen nichts vor.

Aber: Eine kleine Auflage kann als Auslöser für einen Bucherfolg dienen – und nichts ist einfacher, als nach 500 Stück Erstauflage 5000 Stück nachzudrucken, wenn die Nachfrage da ist. Besser, als 4900 Stück im Lager verstauben zu lassen. Auch einem Bestseller steht also nichts im Wege.

Wenn Sie Ihr Lieblingsbuch - über welches Thema immer - schon lange geschrieben haben, es aber von keinem angesprochenem Verlag verlegt wird, oder wenn Sie aufgrund der negativen Aussagen anderer Menschen („Kein Mensch druckt Ihr



Buch“) es gleich einmal gar nicht gewagt haben, einen Verlag anzusprechen, dann verlegen wir Ihr Buch in Erstaufgaben von 200 – 500 Stück zu den in unserem Kalkulationsbeispiel angegebenen Konditionen, die - wie wir wissen – weit besser sind, als sie Ihnen von den meisten Verlagen angeboten werden.

Das heißt zusammengefasst: Die reinen Druckkosten tragen Sie, alle von uns erbrachten Eigenleistungen werden über den Buchverkauf abgerechnet. Wir legen großen Wert darauf, dass wir von Beginn an realistische Gewinnmöglichkeiten offen legen, Ihnen mehr Autorenprovision zahlen als allgemein üblich und auch unsere Konditionen für von Ihnen angekaufte Exemplare besser sind – Sie haben ja schließlich schon den Druck finanziert. Wenn Sie Vergleichswerte einholen, werden Sie schnell merken, dass nicht alle Verlag so denken.

Als Erstaufgabe schlagen wir Ihnen 500 Stück vor – für einen Vertrieb in Österreich und Deutschland ist das unabdingbar. Wir verlegen für Sie aber auch gerne 200 Stück, dann ist ein Vertrieb in Deutschland jedoch nicht denkbar. Von Erstaufgaben über 500 Bücher raten wir aus Risikogründen ab – ein einmal gedrucktes Buch ist bei den von uns gewählten Druckmethoden und Druckereien jederzeit kurzfristig in höhere Auflage nachzudrucken, nämlich dann, wenn mit der Erstaufgabe der entsprechende Markt gefunden wurde.

Wir drucken sicher keine Bücher *gegen* irgendwas und irgendwen, aber gerne Bücher, die neue, bessere Wege aufzeigen.

Unsere Programmrichtlinien – Erfahrung / Veränderung / Toleranz – nehmen wir, ergänzt um Ehrlichkeit und ethischen Prinzipien, ernst, weil sie auch unseren persönlichen bestimmenden Werten entsprechen.

Wir drucken keine ausschließlich spekulativen Bücher, eine Liebesschnulze oder eine Skandalbiografie überlassen wir gerne anderen. Alle Manuskripte werden von uns vor Vertragsabschluss sorgfältig geprüft und ausgewählt. Es wird daher natürlich vorkommen, dass auch wir Manuskripte ablehnen.

Die auf unserer Verlagsseite angeführten Kostenbeispiele beziehen sich auf ein Buch in Softcover mit s/w Inhalt ohne Farbillustrationen. Jede andere Art von Büchern ist möglich, das erhöht aber die Druckkosten.

Am Ende noch ein Hinweis, wenn Sie mit uns Kontakt aufnehmen wollen: Bitte kontaktieren Sie uns vorerst per eMail (edition@zaunreiter.at) mit einigen Angaben zu Ihrer Person und Ihrem Buch (siehe Website!), und senden Sie uns das Manuskript erst nach grundsätzlicher Klärung, ob das Thema zu unserem Verlag passt.

Bei dieser Vorgangsweise versprechen wir Ihnen, dass wir das Manuskript lesen und beurteilen, wir hoffen, das innerhalb von 3 Wochen zu schaffen. Der leider übliche Zeitraum ist bei großen Verlagen 3-6 Monate! Wir können Ihnen natürlich auch nicht versprechen, dass wir jedes Buch drucken. Wir behalten uns auch vor, ohne Vorankündigung eingesandte Manuskripte ungelesen und unfrei zurückzusenden.

Richtlinien für die Manuskriptgestaltung finden Sie als Download auf unseren



20.02.2007

Seite 7 von 7

Internet-Seiten. Wir weisen Sie darauf hin, dass wir bei groben Abweichungen von diesen Regeln die entstehenden Mehrkosten weiterverrechnen oder das Manuskript ablehnen müssen.

Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme zur Klärung aller offenen Fragen!

Fritz Maywald
Verlagsleiter ⁴
01.03.2007

⁴ Die Angaben in diesem Text entsprechen unserem Wissensstand vom März 2007. Wir behalten uns vor, jederzeit Änderungen daran vorzunehmen.