

KULTUR UND GESELLSCHAFT

Reihe	: Literatur
Titel	: Selfpublishing. Kein Verlag? Do it yourself!
Autor	: Ralph Gerstenberg
Redakteurin	: Dr. Jörg Plath
Sendetermin	: 23.10.2015
Regie	: Beatrix Ackers
Besetzung	: Ilka Teichmüller, Max von Pufendorf

Dieses Manuskript ist urheberrechtlich geschützt und darf vom Empfänger ausschließlich zu rein privaten Zwecken genutzt werden. Jede Vervielfältigung, Verbreitung oder sonstige Nutzung, die über den in den §§ 45 bis 63 Urheberrechtsgesetz geregelten Umfang hinausgeht, ist unzulässig

© Deutschlandradio

Deutschlandradio Kultur
Funkhaus Berlin
Hans-Rosenthal-Platz
10825 Berlin
Telefon (030) 8503-0

O-Ton 1 Michael Döschner (4:55)

Der Autor ist selbst der Verleger. Er muss selber seine Verantwortung wahrnehmen, sowohl für den Inhalt als auch natürlich für das Cover und die Präsentation des Titels.

O-Ton 2 Nika Lubitsch (21:29)

Ich hab in meinem Leben schon viel Geld verdient, aber so viel Geld wie als Selfpublisher habe ich noch nie in meinem Leben verdient.

O-Ton 3 Matthias Matting (1:26)

Die Überraschung lag eigentlich darin, dass es möglich war, damit erfolgreich zu sein.

O-Ton 4 Robert Merkel (1:06:10)

Es ist aus meiner Sicht unerheblich, ob du ein Buch bei Goldmann oder Amazon oder direkt auf ner Plattform veröffentlichst. Denn am Ende ist es ein Autor, der eine Geschichte geschrieben hat. Ob's nun gut oder schlecht ist, wird der Endkonsument so oder so an der Kasse entscheiden.

O-Ton 5 Gunnar Cynybulk (6:16)

Es ist und bleibt ein mystisches Geschäft. Kunst muss wirken. Und das wird jetzt nicht verbessert durch irgendwelche Vernetzungen im Internet usw. Nein, nein, nein, das geht so nicht.

Musik:

Wax Tailor „Sometimes“

Ansage:

Selfpublishing. Kein Verlag? Do it yourself! Von Ralph Gerstenberg.

Sprecherin:

Kurz vor seinem Antritt als verlegerischer Geschäftsführer der Hanser-Literaturverlage überraschte Jo Lendle mit der Aussage, dass der Verlag von morgen ein Selbstverlag sein werde.

Zitator:

Waren Selbstverlage nicht von gestern? Um genau zu sein: so was von gestern? Aber heute stehen Produktions- und Distributionsmittel zur Verfügung, von denen sie gestern nichts als träumen konnten. Zwar standen auch für Bücher aus Papier die Produktionsmittel längst zur Verfügung. Aber Aufmerksamkeit ließ sich kaum gewinnen, und in die Läden kommt man damit einfach nicht. Im digitalen Schlaraffenland sind diese Sorgen ausgeräumt. Seit das Umblättern vom Wischen abgelöst wird – und seitdem das Publikum ausreichend mit Lesegeräten versorgt ist –, sitzt der Autor seinem Leser förmlich auf dem Schoß, so direkt ist der Kontakt. In dieser Welt ist jeder Autor sein eigener Lektor, Setzer, Gestalter, Booker, Marketingchef, womöglich sogar sein eigener Rezensent – oder er kauft sich diese Fertigkeiten dazu. In die Läden kommt man nun ohne jede Hürde. Nur heißen sie inzwischen Plattformen.

O-Ton 6 Gunnar Cynybulk (0:18)

Das hat mich auch erstaunt, als ich das gelesen habe. Das find ich sehr kühn und sehr visionär.

Sprecherin:

Der Leiter des Aufbau Verlages Gunnar Cynybulk sitzt vor einer eindrucksvollen Bücherwand mit den gebundenen Werken seines Verlages – von Victor Klemperer bis DBC Pierre.

O-Ton 7 Gunnar Cynybulk:

Ich bin eher skeptisch. Ich glaube nicht, dass der Verlag der Zukunft ein Selbstverlag sein wird. Möglicherweise wird es neue Mittel und Wege der Organisation und der Kommunikation geben, da bieten die neue Medien völlig neue Möglichkeiten, aber ich glaube nicht daran, dass es eine Blüte des Amateurverlegens geben wird.

Sprecherin:

Doch blüht sie nicht längst, die Szene der so genannten Selfpublisher-Do-it-yourself-Schriftsteller, auch Independent- oder kurz Indie-Autoren genannt, die ihre Bücher ohne einen Verlag im Internet publizieren? Zirka fünfzehn Prozent aller E-Book-Titel in Deutschland werden inzwischen auf diese Weise veröffentlicht, Tendenz steigend. Ausgelöst wurde der Trend durch das nordamerikanische Onlinekaufhaus Amazon.

O-Ton 8 Matthias Matting (0:13)

2011 im April hat Amazon das Kindle-Directpublishing in Deutschland gestartet. Und da habe ich über eine Presseagentur interessante Erfolgsgeschichten gehört von deren Klienten. Und das konnte ich natürlich nicht so stehen lassen, wenn ich es nicht selber ausprobiert habe.

Sprecherin:

Der Journalist Matthias Matting landete mit seinem probeweise bei Amazon eingestellten Titel einen veritablen Bestseller und startete damit seine zweite Karriere als Selfpublisher.

O-Ton 9 Matthias Matting (1:01)

Mein Buch war ein Handbuch zum Kindle, den es damals nur auf Englisch gab und ohne jegliche Anleitung. Und da die Deutschen auch gerne Handbücher lesen, war das entsprechend erfolgreich.

Sprecherin:

Inzwischen hat Matthias Matting über fünfzig Bücher als Selfpublisher veröffentlicht. Er ist E-Book-Programmleiter der Münchner Verlagsgruppe MVG, und betreibt als „Selfpublishing-Papst“ die Website Selfpublisherbibel.de, auf der er regelmäßig Artikel zum Thema publiziert und Einsteigern Tipps gibt, wie sie in fünf Schritten zum erfolgreichen Autorverleger werden.

Musik:

Eels „Your mama warned you“

Zitator:

Erster Schritt: Lassen Sie Ihr Manuskript lesen.

Leser, die bei einem Onlinehändler auf ihr Buch stoßen, haben daran dieselben Anforderungen wie an einen Titel aus einem Verlag. Das heißt, es muss fehlerfrei und in sich stimmig sein. Dafür brauchen Sie normalerweise die Hilfe eines Lektors.

O-Ton 10 Matthias Matting (3:05)

Das ist eigentlich glücklicherweise kein Problem, weil die Verlage so in den letzten zehn, zwanzig Jahren auch an Personal durchaus eingespart haben und sich in der Regel auch freier Lektoren bedienen. Und die gleichen Lektoren, die ich als Verlag beschäftigen kann, die stehen mir natürlich auch als Selfpublisher, als freiem Autor sehr gerne zur Verfügung. Und darüber kann ich schon mal eine sehr gute Textqualität erreichen.

O-Ton 11 Nika Lubitsch:

Ich habe mir einen Lektor genommen, der dieses Buch vollkommen auseinander genommen hat, aber wirklich vollkommen.

Sprecherin:

Nach einigen Absagen von namhaften Verlagen nahm Nika Lubitsch ihre Krimikarriere selbst in die Hand.

O-Ton 12 Nika Lubitsch:

Es endete damit, ich habe hinten im Abspann einigen Leuten gedankt – einem deutschlandweit bekannten Strafverteidiger, einem bekannten Finanzmakler –, und da schrieb er dann unten runter: Und all diese Experten haben diesen Quatsch zugelassen! Er hat mich also permanent beleidigt. Und ich hab damals heulend dieses Lektorat zur Seite geworfen und gesagt: Nee, also danach kann ich keine Zeile mehr schreiben und habe nur das geändert, wo ich gesehen habe, da könnte er recht haben.

Sprecherin:

Ihren Krimi „Der 7. Tag“ lud Nika Lubitsch im August 2013 bei Amazon hoch. Seitdem verkaufte sie etwa 350 000 E-Books.

O-Ton 13 Nika Lubitsch (9:00)

Also wenn man ein bisschen Geld damit verdient hat, dann reinvestiert man das natürlich in seine eigene Arbeit. Das bedeutet, dass man sich auf jeden Fall erstmal einen vernünftigen Lektor sucht, also ich arbeite heute mit drei Lektoren zusammen.

Sprecherin:

Ein professionelles Lektorat sei wichtig, aber es reiche nicht aus, meint Aufbau-Verlagsleiter Gunnar Cynybulk. Um aus einem guten Manuskript ein richtig gutes und erfolgreiches Buch zu machen, durchläuft es in einem Verlag mehrere Abteilungen.

O-Ton 14 Gunnar Cynybulk (2:53)

Sie haben den Vertrieb, der eine ganz ungefilterte Reaktion zurückgibt und z.B. erklären kann, warum ein Held, eine Heldin nicht sympathisch ist, warum man sich langweilt. Das sind oft Kategorien, die in einem Gespräch zwischen Autor und Lektor nicht formuliert werden, entweder aus Scheu, Zurückhaltung usw. Hier liest die Presse mit, die Presseabteilung, hier liest die Marketingabteilung mit. Und ein Text wird ganz vielfach gespiegelt. Das kann ein Lektor in seinem Werkstattgespräch mit dem Autor zurückführen und wieder aufnehmen und verwenden. Also ich glaube, dass das Spektrum des Gesprächs über einen Text im Verlag viel größer ist.

Musik:

Eels „Your mama warned you“

Zitator:

Zweiter Schritt, mit dem Sie am besten ins Selfpublishing starten: Entwerfen Sie Cover und Klappentext.

Wenn Sie grafisch nicht wirklich begabt sind, würde ich es nicht mit einer Eigenanfertigung probieren, zumal Sie schon für unter 100 Euro brauchbare Cover kaufen können (ich gebe hiermit zu, dass ich mein allererstes E-Book mit einem selbst gestalteten Cover in den Handel gebracht habe – es hat sich trotzdem sehr gut verkauft).

O-Ton 15 Nika Lubitsch (6:35)

Ich habe das Glück gehabt, zur richtigen Zeit am richtigen Ort mit dem richtigen Produkt zu sein. Sicherlich hat das auch was mit dem Cover zu tun, das ich ja selbst noch gebastelt habe.

Sprecherin:

Das Cover von Nika Lubitschs Krimi „Der 7. Tag“ verweist wie viele Titelgrafiken von Selfpublishern vor allem auf das Genre des Buches. Es zeigt eine blutige Messerspitze sowie Blutspritzer. Die Zahl 7 ist blutrot hervorgehoben, der Name der Autorin prangt im selben Farbton auf weißem Grund.

O-Ton 16 Nika Lubitsch (7:20)

Das Blutbild hab ich mir aus ner Datenbank geholt und dann hab ich da noch ein bisschen einen Titel raufgemacht und das war's dann. Und ich hab damals schon über meinen Blog – ich hab dann auch sofort begonnen, Blog zu schreiben und Social Media zu machen – hab ich dann die Leute gefragt, welches Cover, also ich hatte fünf Cover zur Auswahl, welches Cover denn gut wäre, und alle wollten unbedingt dieses Messer mit dem Rot haben. Ich fand das ganz schrecklich. Aber gut, wenn die meinen, dann nehm' ich das jetzt mal. Und das hat geklappt, sitzt, passt, steht.

Sprecherin:

Mit dem Erfolg von „Der 7. Tag“ wurde das Titelbild zum Markenzeichen. Bei den Nachfolgewerken „Das 5. Gebot“, „Das 2. Gesicht“ und „Der 1. Mann“ setzte Nika Lubitsch nicht nur mit den Zahlen im Titel, sondern auch in der grafischen Gestaltung auf den Wiedererkennungseffekt.

O-Ton 17 Nika Lubitsch (15:50)

Ich hab sämtliche Grafiker gegen mich aufgebracht, weil Grafiker natürlich dieses Design schauerhaft finden, klar, hat natürlich ein Amateur gemacht: ich, und ich bei jedem Buch natürlich die Maßgabe habe, es muss aber so aussehen, als ob es von mir ist.

O-Ton 18 Matthias Matting (3:35)

Ein ordentliches Layout für mein Buch, ein interessantes Cover, für all das gibt's auch freie Grafiker, freie Setzer, die das für mich tun. Da fehlt mir eigentlich nichts, was der Verlag nicht auch hat. Ich bekomme natürlich keinen Vorschuss, den ich üblicherweise von einem Verlag als Autor bekommen würde. Und ich muss auch selber Geld investieren, das heißt ja Selfpublishing, also ich bin selbst Verleger und muss natürlich alles das leisten, was sonst der Verleger für mich als Autor tun würde.

Musik:

Eels „Your mama warned you“

Zitator:

Dritter Schritt, mit dem Sie am besten ins Selfpublishing starten: Wandeln Sie Ihr Manuskript in ein E-Book um.

Um aus dem Manuskript ein E-Book zu machen, sollten Sie ein gutes Werkzeug nutzen. Wenn Sie mit Word oder OpenOffice gearbeitet haben, empfehle ich immer Jutoh. Wenn Sie sich den Umgang damit nicht zutrauen, fragen Sie am besten einen E-Book-Dienstleister; der Service kostet unter 100 Euro.

O-Ton 19 Nika Lubitsch (3:31)

Dazu habe ich mir sämtliche Sekundärliteratur reingezogen. Es war so furchtbar schwierig, diese Umwandlung in Mobi und ePub. Das habe ich zweimal selber gemacht, und mir ist heute noch schlecht.

O-Ton 20 Michael Döschner (3:43)

Es ist wirklich heute so einfach wie noch nie, ein Manuskript zum Leser zu bringen, das kann man schon mal vorweg schieben.

Sprecherin:

Michael Döschner ist Verlagsleiter Elektronisches Publizieren beim Verlag Droemer Knauer, der die Selfpublishingplattform neobooks betreibt, eine so genannte Distributionsplattform oder Distributor.

O-Ton 21 Michael Döschner (3:50)

Im Prinzip schreiben Sie Ihr Manuskript zum Beispiel in Word, können dann dieses Word bei uns auf der Plattform einfach hochladen. Wir haben eine Software, die dann automatisch aus diesem Word ein E-Book konvertiert. Sie können sich noch ein entweder vorgegebenes Cover aussuchen oder selber ein Cover erstellen, das Sie da mit dazu laden. Sie müssen ein paar Daten eingeben: Titel des Buches, worum geht's in dem Buch, Autorenname und natürlich auch für uns die üblichen Kontaktdaten, damit wir Geld überweisen können. Ja, und dann geht's eigentlich schon los.

O-Ton 22 Matthias Matting (5:50)

Ich muss mich im Grunde entscheiden, ob ich das direkt bei den E-Book-Stores hochlade: Apple, Amazon, Thalia, Weltbild usw. oder ob ich einen solchen Distributor benutze. Der macht das dann alles für mich. Da lade ich dann mein E-Book nur ein einziges Mal hoch und der verteilt das dann auf alle E-Book-Anbieter. Vorteil ist natürlich, dass ich nur ein einziges Mal das Problem habe, das dort hochzuladen. Andererseits will die Firma natürlich ein bisschen Geld verdienen, und das tut sie, indem sie einen Prozentsatz von meistens dreißig Prozent von meinen Einnahmen für sich nimmt. Das ist klar, das ist deren Geschäftskonzept. Insofern muss ich als Autor überlegen: Ist es mir diese 30 Prozent wert oder will ich lieber diese 30 Prozent noch haben und nehme ich dann in Kauf, dass ich bei verschiedenen Anbietern hochladen muss.

Sprecherin:

Neobooks ist nach eigenen Angaben zurzeit marktführender E-Book-Distributor in Deutschland. Rund 12 000 Titel von Selfpublishern sind aktuell dort lieferbar. Entstanden ist die Plattform bereits 2010 als Portal zur Diskussion der vielen unangefordert eingesandten Manuskripte, die Tag für Tag bei Droemer Knauer im Lektorat eingingen.

O-Ton 23 Michael Döschner (1:13)

So sind wir auf die Idee gekommen zu sagen: Es gibt ein Portal, in dem können junge Autoren ihre Manuskripte hochladen und wir bauen gleichzeitig eine Community auf, die diese Manuskripte dann vorselektieren, lesen und bewerten kann. So bekommen wir als Verlag einen ersten Indikator: Ach Mensch, da ist was

Interessantes am Entstehen, das sollten wir uns vielleicht näher anschauen. Also im Prinzip klassisch das Outsourcing sozusagen von diesen Sichtungen der Manuskripte. Daraus ist neobooks ursprünglich erwachsen. Vor zwei Jahren ist dann der Gedanke dazu gekommen, dass wir gesagt haben: Na ja, wir haben ja eigentlich alle Manuskripte der Nachwuchsautoren vorliegen, warum vertreiben wir die nicht eigentlich auch in ihrem Auftrag. Und so sind wir zur Distributionsplattform geworden.

Sprecherin:

Die Anbindung an den Verlag Droemer Knaur ist nach wie vor stark. Neobooks verfügt über eine Community von zirka 40 000 Nutzern, die die Bücher lesen, rezensieren und Empfehlungen an die Redaktion schicken. Dort sichten und sondieren Lektoren, die sich mit ihren Kollegen aus dem Printprogramm austauschen, diese Titel und halten zudem Ausschau nach Talenten oder Büchern, die sich außergewöhnlich gut verkaufen.

O-Ton 24 Michael Döschner (7:50)

Dann kommen diese Titel in eine monatliche Auswahl, die wir auf der Plattform wieder darstellen und sagen: Die wurden vom Lektorat einmal angeschaut und für besonders interessant befunden. Das ist sozusagen die erste Stufe. Die zweite Stufe ist dann, dass wir diese Titel, die wir besonders interessant finden, auch ins Verlagsprogramm übernehmen. Wir haben auch da wieder ein zweistufiges Publikationsmodell. Das erste ist: Wir übernehmen die als reines E-Book und publizieren die unter dem Label Droemer Knaur. Und wenn das sich behauptet, das E-Book, dann geht das auch in die Printredaktion rüber. Das ist dann die zweite Phase.

O-Ton 25 frankly (Kommentar und Musik)

Werbespot Frankly

Sprecherin:

Mit frankly gibt es inzwischen sogar einen Verlag für Selfpublisher.

O-Ton 26 frankly (Kommentar und Musik)

Wir bei frankly glauben: Bücher sind einzigartig, bewegend, emotional. Etwas ganz Besonderes für jeden von uns. Und deswegen ist frankly anders.

O-Ton 27 Robert Merkel (6:20)

Auf der einen Seite gibt es die ganz klassischen traditionellen Verlage, und die machen nen Riesenjob und das ist großartig und die haben ein ganz tolles Prestige. Auf der anderen Seite stand Selfpublishing. Und die standen sich ein Stück weit feindlich gegenüber. Und wir wollen das miteinander verbinden. Wir wollen ne Brücke schlagen unter dem Dach eines Verlags als Mitglied des Börsenvereins, das ist ja sonst keine Selfpublishing-Plattform.

Sprecherin:

Im Leipziger frankly-Verlag gibt es keine Bücherwände wie im Aufbau-Verlag. Hier geht es um Publikationen für Digital Natives, erklärt Verleger Robert Merkel, auch wenn man sich jetzt entschieden habe, Taschenbuchausgaben der E-Books auf Wunsch als Print on Demand anzubieten. frankly ist ein Verlag ohne Lektorat und übernimmt die volle Verantwortung für die von Selfpublishern hochgeladenen Inhalte, auch die für Rechtschreib- und andere Fehler.

O-Ton 28 Robert Merkel (9:38)

Da glauben wir einfach, dass es sich immer weiter professionalisiert. Und man sieht auch, dass die, die heute sehr erfolgreich sind, ihre Bücher sechs-, sieben-, zehnmal überarbeitet haben, bevor sie es online stellen. Und da ist's wie immer: Die Spreu trennt sich vom Weizen. Qualität wird sich am Ende durchsetzen. Und dafür übernehmen wir gerne die Verantwortung.

O-Ton 29 frankly (Kommentar und Musik)

Wir sind ein Verlag, ein E-Book-Store und ein soziales Netzwerk, alles in einem. Und so funktioniert's

Sprecherin:

Bei frankly kann man zwei Varianten wählen. In der Standardvariante, bei der das Buch hochgeladen und – wie bei einem Distributor – an alle relevanten E-Book-Stores geliefert wird, wird der Autor wie üblich mit 70 Prozent am Verkauf beteiligt.

Zudem gibt es eine Plus-Variante mit Zusatzleistungen wie Werbung, einer Druckversion als Print-on-demand und der Möglichkeit, ein eigenes statt eines Standardcovers zu wählen. Dafür erhält der Autor 50 Prozent vom Nettoverlagserlös. Außerdem gibt es bei frankly eine Premiumsektion, für die der Verlag gemeinsam mit externen Beratern, unter anderem vom Leipziger Literaturinstitut, einen Titel pro Monat auswählt.

O-Ton 30 Robert Merkel (14:09)

Und dieser Titel bekommt alles, was er im klassischen Verlag auch bekommt, vom Lektorat, Korrektorat, individuelle Covergestaltung, Marketingkampagne, E-Book, Print, alles drum und dran, abzüglich bestimmter Sachen, die wir heute als nicht notwendig erachten: Wir zahlen beispielsweise keinen Vorschuss, weil wir sagen: Unsere Autorenhonorare sind deutlich höher als bei anderen Verlagen, weil wir wollen, dass der Autor und der Verlag am Ende davon profitieren. Und deswegen sagen wir: Wir übernehmen Kosten, aber wir können keinen Vorschuss zahlen. Und wir glauben, das ist ein fairer Deal.

O-Ton 31 frankly (Kommentar und Musik)

Denn alles bei uns ist frankly speaking: Always yours.

Sprecherin:

Ein halbes Jahr nach dem Start bei der Leipziger Buchmesse 2015 sind 16 Titel bei frankly erschienen, das entspricht in etwa der Halbjahresproduktion eines Kleinverlages. Einer davon, der Thriller „Vergeltung“ von Mark Sommer, hat es in die Top 100 bei Amazon Kindle geschafft, freut sich Robert Merkel.

O-Ton 32 Robert Merkel (36:44)

Wir sind mit den sechzehn Titeln, die wir veröffentlicht haben, im Rahmen dessen, was wir uns vorgestellt haben, denn wir wissen, wir sind ein neuer Anbieter, der sich auch erstmal etablieren muss, der auch gegenüber Autoren beweisen muss, was er kann. Und jeder Autor steht vor der Qual der Wahl, wo er veröffentlicht. Viele sind bisher natürlich zu Amazon gegangen. Und sich dann einem neuen Anbieter anzuschließen und das Unbekannte sozusagen probieren zu wollen: Das braucht seine Zeit.

Musik:

Eels „Your mama warned you“

Zitator:

Vierter Schritt, mit dem Sie am besten ins Selfpublishing starten: Stellen Sie Ihr E-Book bei Amazon ein.

Amazon ist und bleibt der beste und bequemste Weg, Ihr Buch auf Markttauglichkeit zu testen. Andere E-Book-Händler wie die Tolino-Allianz machen es Selfpublishern noch immer deutlich schwerer, echte Erfolge zu erreichen.

O-Ton 33 Matthias Matting (5:00)

Es ist so, dass Tolino ja gerade im April erst gestartet ist, und da gibt's noch so ein paar kleine Kinderkrankheiten. Die gab's damals bei Amazon auch, aber das ist inzwischen natürlich schon 4 Jahre her. Die hatten einfach viel mehr Zeit, diese Kinderkrankheiten auszumerzen. Insofern haben die einfach einen zeitlichen Vorsprung, den sicher die deutschen Anbieter über kurz oder lang ausgleichen werden.

Sprecherin:

Amazons Dominanz bei den E-Books sehen sowohl Autoren als auch Verlage und Buchhändler kritisch. Von einem Preisdiktat ist die Rede, vom Missbrauch der Marktmacht und der Zerstörung vorhandener Buchhandelsstrukturen. Selfpublisher bei Kindle Direct Publishing würden häufig mit dem Konzern Amazon gleichgesetzt, klagt Matthias Matting auf Selfpublisherbibel.de. Die Bestsellerautorin Nika Lubitsch kann das bestätigen.

O-Ton 34 Nika Lubitsch (50:13)

Ich habe in Berlin eine Lesung bei SoSch gehabt, und die Buchhändlerin leitete meine Lesung mit den Worten ein: Eigentlich steht die Erwähnung des Wortes in meinem Laden unter Todesstrafe. Wir sprechen von Amazon. Es ist ein ganz großer Widerstand gegen Selfpublisher, weil Selfpublisher gleich Amazon.

Sprecherin:

Selfpublishing lief am klassischen Buchhandel bislang größtenteils vorbei. Bestenfalls landeten gedruckte Versionen der E-Books, die Print-on-Demand-Ausgaben, in den Geschäften, nur selten fanden Lesungen mit anschließenden, in der Regel analogen Buchverkäufen statt. Doch inzwischen holt der Buchhandel auf. Nach dem Selfpublishing-Portal der Tolino-Allianz, zu der sich meist große Ketten zusammengeschlossen haben, hat nun auch die regional dominierende Mayersche Buchhandlung mit bookmundo ein eigenes Online-Portal für Selfpublisher ins Leben gerufen. Ob der Regionalfilialist die selbstverlegten Titel in seinen Geschäften anbieten wird, bleibt allerdings abzuwarten, meint Selfpublishing-Papst Matthias Matting.

O-Ton 35 Matthias Matting (15:38)

Da gibt es derzeit keinerlei definitive Aussagen. Man schreibt zwar, man ist interessiert, die sich gut verkaufenden Titel auch in den Buchhandlungen anzubieten, aber es ist momentan noch nicht so etwas, worauf man sich verlassen könnte. Und der kleine Nachteil ist, dass die Konditionen dort für gedruckte Bücher etwas schlechter sind als bei anderen deutschen Anbietern.

Sprecherin:

Mittlerweile verfolgen Mitarbeiter vieler Verlage die E-Book-Bestsellerlisten der großen Online-Buchhändler sehr genau, um erfolgreichen Selfpublishern gegebenenfalls die Taschenbuchrechte abzukaufen. Auch wenn das ihren Werken die Türen der klassischen Buchhandlungen öffnen würde, irritieren die Verlagsangebote die Indie-Autoren gelegentlich, hat Michael Döschner festgestellt. Unter den Selfpublishern, so der Neobooks-Chef, sei ein ganz neuer Autorentypus entstanden: der Unternehmerautor.

O-Ton 36 Michael Döschner (10:54)

Die Selfpublisher sind in der Tat, dadurch dass sie selber Verleger für sich selbst sind, auch Unternehmer. So dass diese Autoren mit ganz anderem Selbstbewusstsein später an den Verlag herantreten. Wenn ich also einen sehr erfolgreichen Selfpublisher an den Verlag akquiriere, dann stehe ich vor der Herausforderung, ihm zu sagen: Ja, du hast sicher Verständnis, dass die erste Abrechnung erst in einem halben Jahr kommt. Und er sagt: Wie bitte, das krieg ich

im Portal doch jeden Tag. Da muss einerseits der Verlag die Lernkurve machen und sagen: Okay, dann müssen wir anders mit dem Autor kommunizieren in Zukunft, und andererseits der Autor die Verständniskurve aufbringen für die Verlage, dass sie das natürlich nicht von heute auf morgen alles umstellen können, wie sie bisher gearbeitet haben

O-Ton 37 Nika Lubitsch (11:58)

Ich kriegte dann im Dezember die erste Anfrage von einem Verlag, die mir Konditionen anboten, da hab ich, ehrlich gesagt, laut gelacht. Man hat dann nachgebessert, aber ich war eigentlich so beleidigt. Es war so klar, da will jemand an mir mitverdienen und glaubt, jeder Selfpublisher wartet nur darauf, dass irgendein Verlag kommt und nach ihm fragt, so ist es ja nicht. Also für mich war das Thema Verlag eigentlich durch zu diesem Zeitpunkt bereits.

Sprecherin:

Inzwischen erscheinen die Taschenbuchausgaben von Nika Lubitschs Kriminalromanen in der Münchner Verlagsgruppe MVG.

O-Ton 38 Nika Lubitsch (13:43)

Nur letztendlich nützt ihnen das auch als Selfpublisher relativ wenig, wenn ein Verlag, der für Biografien und Finanzbücher einen guten Namen hat, wenn der einen Krimi rausbringt, dann liegt der nicht im Eingang bei Thalia oder Hugendubel, das heißt im Printbereich habe ich da einfach nicht den ganz großen Erfolg, den ich als E-Book-Macherin habe.

O-Ton 39 Michael Döschner (13:12)

Je mehr Autoren Selfpublishing für sich entdecken, desto größer wird die Herausforderung für die Verlage, weil sie eben ihre Gatekeeperfunktion verlieren. Dadurch müssen sie sich den Autoren gegenüber in eine neue Rechtfertigungsposition bringen.

Sprecherin:

Die Möglichkeit, eigene Texte selbst zu publizieren, nimmt den klassischen Verlagen die Entscheidungshoheit darüber, ob ein Text an die Öffentlichkeit gelangt oder nicht.

Wird das Manuskript eines Autors für nicht druckwürdig befunden, veröffentlicht er es kurzerhand als E-Book. Der Verkauf von Drucklizenzen erfolgreicher Selfpublisher an Publikumsverlage ist für Gunnar Cynybulk vom Aufbau Verlag hingegen ein klares Indiz für den Drang eines jeden Autors, unter dem Dach eines klassischen Verlages sein Zuhause zu finden.

O-Ton 40 Gunnar Cynybulk (9:35)

Was ja auch zu beobachten ist, dass all diese Dinge zurück in die konventionellen Verlage drängen. Man fühlt sich erst als etablierter und gestandener Autor, wenn man dann auch ein gedrucktes Buch, das bei Piper – Piper macht das nach meiner Beobachtung ab und zu, Selfpublisher zu verlegen im Hauptprogramm –, wenn es da eben erst als gedrucktes Buch erschienen ist. Das ist doch interessant, also ohne diese letzte Weihe ist die Übung dann eben doch nicht geglückt offenbar.

Musik:

Eels „Your mama warned you“

Zitator:

Fünfter Schritt, mit dem Sie am besten ins Selfpublishing starten: Werben Sie für Ihr E-Book.

Ein neu veröffentlichtes Buch landet in einem Teufelskreis: Da es noch von niemandem gekauft wurde, taucht es in keiner Kategorie im Bestseller-Ranking auf. Da es aber nirgends sichtbar ist, kann es auch niemand kaufen. Diesen Teufelskreis müssen Sie durchbrechen. Das derzeit wirksamste Mittel ist dabei eine Preisaktion, also eine vorübergehende Preissenkung.

O-Ton 41 Matthias Matting (10:23)

Es gibt Internetseiten, die kümmern sich speziell um Schnäppchenkäufer, die wollen einfach möglichst günstige Bücher kaufen und die tummeln sich auf solchen Internetseiten und dort finden sie dann mein preisreduziertes Buch und kaufen es. Also da macht's pling bei denen. Und gleichzeitig bewirken sie durch diesen Kauf, dass mein Buch im Ranking bei dem entsprechenden E-Book-Anbieter nach oben steigt. Und wenn die Preisaktion vorbei ist, dann bleibt das Buch erstmal weiter oben und die anderen Käufer, denen es nicht so primär um den Preis geht, das sind über

90 Prozent eigentlich, die sehen dann mein Buch und kaufen es dann – so ist zumindest die Hoffnung.

Sprecherin:

Vermarktung, Pressearbeit und Werbung sind klassische Aufgabenbereiche konventioneller Verlage, und die meisten Autoren schätzen es sehr wohl, dass es dort Leute gibt, die das für sie übernehmen. Kontakte von Verlagsmitarbeitern zu Agenturen, Redaktionen und Journalisten sind über Jahre gewachsen. Und wer tritt schon gerne in die Öffentlichkeit und preist sein eigenes Werk an?

O-Ton 42 Gunnar Cynybulk (19:30)

Es ist immer eleganter, wenn andere für einen Reklame machen. Und es ist auch glaubwürdiger. Jemand, der sich hinstellt und sagt: Ich hab das größte Buch unter der Sonne geschrieben, dem glaubt man vielleicht nicht ohne weiteres. Also es braucht Gewährsleute dafür. Und die finden sich in Verlagen.

Sprecherin:

Beim Selfpublishing spielen konventionelle Werbemaßnahmen – Anzeigen im Feuilleton der wichtigen Zeitungen oder auch im Internet – keine große Rolle. Sie sind zu teuer und zu wenig auf bestimmte Zielgruppen abgestimmt. Viel wichtiger ist es, sich als Autor zu vernetzen. Deshalb stellt das Distributionsportal Neobooks den Selfpublishern ein eigenes soziales Netzwerk zur Verfügung.

O-Ton 43 Michael Döschner (20:20)

Dort können Sie ganz schnell Kontakt schließen und sich einige gute Rezensenten aussuchen, die sofort Rezensionen für Sie schreiben können. Dann geht's weiter, dass man auf facebook selbst aktiv wird, entweder indem man einen eigenen kleinen Account aufmacht und für sich als Autor und sein Buch Werbung macht oder indem man selber sogar Facebook-Ads bucht. Dann würden Sie den Markt absuchen und sagen: Okay, es gibt einige Newsletter, die E-Books empfehlen, es gibt bei Amazon ein Kindle-Forum, da muss ich vielleicht aktiv werden, es gibt bei Lovelybooks ein großes Rezensentenforum, da muss ich aktiv werden. Also Sie müssen sich so ein richtiges Puzzle aufbauen an verschiedenen Baustellen, wo Sie sagen: Da werde ich überall aktiv und versuche mich zu vernetzen, so dass Sie immer mehr Leser in

diesen Bereichen entwickeln und aufbauen können. Wir sehen gerade, dass die besonders aktiven Autoren auch die meisten Verkäufe erzielen.

O-Ton 44 Nika Lubitsch (23:35)

Was ich wirklich schätze, an dieser ganzen Social-Media-Kiste und auch an diesen E-Books, ist der direkte Kontakt zum Leser. Ich kriege ein solches Feedback, also man lernt seine Leser kennen. Ich hab über 4000 Mails gekriegt inzwischen von Lesern. Das macht einen unheimlich stolz. Ja, stolz ist der richtige Ausdruck, glücklich.

Musik:

Wax Tailor „Sometimes“

Sprecherin:

Nicht jeder Indie-Autor kann wie Nika Lubitsch einen Bestseller landen. Die meisten Titel werden überhaupt nicht wahrgenommen. Denn sichtbar wird nur, wer in Bestsellerlisten nach oben rutscht. Und dort sind die Plätze hart umkämpft. Andere Möglichkeiten, Aufmerksamkeit für ein Buch zu wecken, fehlen fast völlig. Selfpublishervereinigungen und -preise gibt es zwar seit einigen Jahren, werden aber bisher nur von Insidern wahrgenommen. Und unabhängige Vermittler fehlen, weil der etablierte Literaturbetrieb – das Feuilleton, die Literaturhäuser, die Kritiker, die Preisstifter – die Autorverleger links liegen lässt. Das hängt gewiss auch damit zusammen, dass die meisten ihrer Bücher einen klar definierten Genrebezug haben.

O-Ton 45 Matthias Matting (28:10)

Da gibt's halt Liebe, Romantik, Fantasy, Thriller, Krimi ...

O-Ton 46 Gunnar Cynybulk (11:24)

Krimi, Thriller, Erotik, Fantasy, Dystopien manchmal, manchmal Frauenunterhaltung, das sind die Genres, ja.

O-Ton 47 Michael Döschner (14:55)

Selfpublishing produziert eher schlechte Massenware. Das wäre die Klischeehaltung gegenüber dem Selfpublisher. Das verändert sich jetzt gerade sehr aktuell seit den

letzten Jahren. Es ist auch ein Weg für literarisch anspruchsvollere Autoren, in den Markt zu kommen. Die klassischen Verlage haben das vielleicht noch nicht in ihrer Wahrnehmungsschwelle aufgenommen, aber ich glaub, das wird sich ändern jetzt.

O-Ton 48 Robert Merkel (1:05:20)

Ich würde mir wünschen, dass wir in der Zukunft das Wort Selfpublishing-Autor aus unserem Sprachgebrauch gestrichen haben und einfach nur noch das Wort Autor verwenden.