



Federwelt

ZEITSCHRIFT FÜR AUTORINNEN UND AUTOREN

Beruf KleinverlegerIn:
24 Stunden im Einsatz

Webstrategie &
Social-Media-Marketing

Homepage mit *WordPress*
Twittern? So geht's!

Textküche: Szenen verbinden
Fantasy-Recherche





BOOK IT!



JETZT
BESUCHERTICKET
SICHERN!

www.buchmesse.de/besucher



8.-12. Oktober 2014
**FRANKFURTER
BUCHMESSE**
Ehrengast Finnland



**WIR
SIND HIER**

VERLAGE UND SELF-PUBLISHING MITEINANDER ODER GEGEN- EINANDER?

Alles zum Thema Self-Publishing
in der Halle 3.1

Über 40 Veranstaltungen rund um das
Thema Self-Publishing: mit Matthias
Matting, Emily Bold, Wolfgang Tischer,
Julia von dem Knesebeck, Ralph Möllers,
Hilke-Gesa Bußmann und vielen anderen.

www.buchmesse.de



#fbm14



blog.buchmesse.de

Inhalt



Foto: Kerstin Krüger

ARTIKEL & INTERVIEWS

- Veröffentlichen im Kleinverlag? Teil 1 von
Kerstin Brömer: Die Sicht des Verlegers 4–9
- LeserInnen gewinnen mit der richtigen Webstrategie:
Martina Troyer über Social-Media-Marketing
für AutorInnen 10–13
- Matthias Matting: Selfpublishing in Deutschland 14–17
- Vom Schreiben leben – ein Erfahrungsbericht
von Annika Bühnemann 18–22
- Die eigene Homepage mit WordPress bauen: eine
Schritt-für-Schritt-Anleitung von Florian Bliefert 23–25
- Heute schon gezwitschert? Eine Anleitung
zum Twittern von Petra Schier 26–29
- Eigenverlag statt Hartz IV – mit Rozsika Farkas
aus dem finanziellen Tal 30–32
- Zebra sucht Pinguin: von ungleichen Paaren in der
Filmbranche – Ein Interview mit Scriptmakers-
Gründerin Sandra Ehlermann 33–35
- Reanimation! Aus altem Buch mach neues E-Book!
AutorInnen daheim: Britta Sabbag 48–51
- Recherche? Wieso? Ich schreibe (High) Fantasy!
Von Philipp Bobrowski 56–59

TEXTKÜCHE mit Gasch & Co.

- Folge 17: Szenen geschickt verbinden 36–40
- Textprofi: Kanut Kirches 39
- Zutatenliste von Dr. Anette Huesmann 41–43

KOLUMNEN

- Reich werden mit Goetz Buchholz:
KSK-Einkommenschätzung leichtgemacht 21
- Rezitationskurs von Michael Rossié: der Statuswechsel 32
- Stilsicher werden mit Thorsten Hinck:
der eigene Schreibstil 43
- Uschmanns Schriftstellerwerkstatt: Fehlermeldung 52–54
- Die Kummerecke 60
- Waldscheidt: Enthüllt – so planen die Verlage
den Autor der Zukunft 62–63
- Impulsbar: Die Welt hinter den Worten öffnen 66

AUSSERDEM

- Terminkalender 44–47
- Kleinanzeigen 60
- Impressum, Kurzmeldungen 64–65

„Die Aufgabe des Lebens besteht nicht darin, auf der Seite einer Mehrzahl zu stehen, sondern dem inneren Gesetz gemäß zu leben.“
Marc Aurel

Liebe Leserinnen und Leser,

unser Autor Matthias Matting hat zusammen mit der Universität Frankfurt eine Studie durchgeführt. Das Thema: Selfpublishing 2014. In diesem Heft stellen wir Ihnen die spannendsten Ergebnisse dieser Studie vor, an der 850 AutorInnen teilgenommen haben. – Mich hat vor allem beeindruckt, dass drei von hundert Selfpublishern definitiv vom Schreiben leben können; sie verdienen mehr als 5.000 Euro im Monat. Und jeder Zehnte kann sich immerhin über mehr als 1.000 Euro freuen. Da drängt sich doch die Frage auf, was – neben hoher Text- und/oder Storyqualität – das Geheimnis hinter diesen Verkaufserfolgen ist.

Wer Annika Bühnemanns Erfahrungsbericht liest, wird erkennen: ein Schlüssel zum Erfolg ist das Social-Media-Marketing. Dabei gilt es, auf nette Art im Netz präsent zu sein, sich zur unverwechselbaren Marke zu machen. Wie Sie diese Präsenz mit Leben füllen können? Dazu finden Sie in diesem Heft eine Fülle von Anregungen. Von Florian Bliefert können Sie lernen, sich mit WordPress eine Homepage zu bauen, von der aus sich wunderbar bloggen lässt. Petra Schier ebnet Ihnen den Weg ins Twitterland. Und Webstrategie-Expertin Martina Troyer verrät, was es braucht, damit Online-Werbemaßnahmen auch wirklich fruchten.

Ganz besonders ans Herz legen möchte ich Ihnen den Beitrag, mit dem wir in dieses Heft starten. Weil es darin um Verlage wie unseren geht: um Kleinverlage, ihre Programme, ihre Wünsche an AutorInnen; darum, was es bedeutet, VerlegerIn zu sein. Weil hier klar wird, dass gerade die Kleinverlagsszene aus Menschen besteht, für die Massentauglichkeit und Geld keine große Rolle spielen; Menschen, die vor allem aus Liebe zum Buch tätig sind und aus Liebe zu dem, was sie veröffentlichen. Im Idealfall kommt bei AutorInnen wie VerlegerInnen irgendwann alles zusammen: die Leidenschaft beim Tun, das Gefühl, im Einklang mit sich und der Welt zu sein, und das nötige Auskommen mit dem Einkommen.

Dass Sie beim Lesen, Schreiben und Werben mit sich in Einklang sind, wünscht Ihnen

Anke Gasch, Chefredakteurin

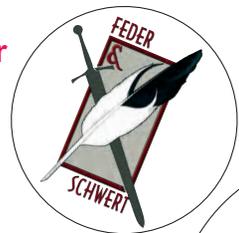


Veröffentlichen im Kleinverlag?

Teil 1: Die Sicht des Verlegers



Von Kerstin Brömer



Es gibt engagierte Menschen, die einen Verlag gründen, obwohl sie wissen, dass sie damit aller Wahrscheinlichkeit nach nicht reich werden. Was genau bringt sie dazu? Was verlegen sie und was wünschen sie sich von AutorInnen, die bei ihnen unter Vertrag genommen werden wollen? Kerstin Brömer hat bei einigen Kleinverlegern nachgefragt und dabei auch erfahren, was man mitbringen sollte, wenn man selbst ein erfolgreicher Verleger werden möchte.

Warum wird man KleinverlegerIn?

Eines haben alle für diesen Artikel befragten VerlegerInnen gemeinsam: Sie haben ihren Kleinverlag mit einer großen Portion Idealismus gegründet und engagieren sich mit hohem Aufwand und viel Leidenschaft für gute Literatur.

„Uns hat genervt, dass gute Texte nicht gemacht werden, nur weil sie zu kurz oder zu wenig Genre oder zu irgendwas sind. Oder dass gute Texte nicht mehr verlegt werden, weil man das Risiko scheut. Oder dass es gute Texte einfach nicht als E-Book gibt, obwohl wir selbst gern E-Books lesen“, erläutert Zoë Beck die Motive für die Gründung des E-Book-Verlags *CulturBooks*, den sie gemeinsam mit Jan Karsten führt.

Auch Erik Münnich, Inhaber des *freiraum-verlags*, treibt der Wunsch nach dem Besonderen an: „Ich hatte immer eine sehr romantische Vorstellung von einem Verlag, die vor allem von dieser Verlegergeneration um Rowohlt und Unseld geprägt worden ist. Damit assoziiere ich immer, im Dienst des Autors zu stehen, des Textes, und daraus alles zu entwickeln, was im Zusammenhang mit dem Buch steht (Vermarktung, Vertrieb) und sich nicht nur auf eine vermeintliche oder unterstellte Nachfrage zu beziehen oder auf Interessen und gegenwärtige Moden. Und ich hatte die – wie viele sagen – Illusion, gute wie

anspruchsvolle Bücher machen zu können und dennoch genügend Nachfrage zu erzielen, um in einigen Jahren marktüblich und angemessen zahlen zu können und irgendwann einmal davon zu leben.“

Susanne O’Connell von *O’Connell Press* gründete aufgrund ihrer Erfahrungen als Autorin mit ihrem Mann Sean, ebenfalls Autor, den gemeinsamen Verlag: „Wir lieben die Literatur – insbesondere die fantastische – und sind selbst als Autoren tätig. Hierbei stießen wir immer wieder auf Grenzen im Verlagswesen bezüglich Themen und deren Ausgestaltung, die wir mit unserem eigenen Verlag durchbrechen wollten. Zudem macht uns die Zusammenarbeit mit anderen Schriftstellern sehr viel Spaß.“

Uschi Zietsch hatte als Autorin schon den Sprung in einen großen Publikumsverlag geschafft, wurde dann aber zum Opfer von Umstrukturierungen. Ihre Lösung: die Gründung des *Fabylyon Verlags*, der nun auch die Heimat zahlreicher anderer AutorInnen ist und den sie gemeinsam mit ihrem Mann leitet: „1986 erschien mein Debütroman bei Heyne. Aufgrund einer Programm Kürzung wurde mein zweites Buch nicht mehr publiziert. Mein erster Titel hatte sich recht gut verkauft, und da ich nicht wollte, dass ich gleich wieder in der Versenkung verschwinde, kam ich auf die Idee zur Gründung des Verlages – und entwickelte das Konzept zur Publizierung deutschsprachiger Titel, die nicht dem Mainstream entsprechen.“

Ähnlich lief es bei Andrea Wölk vom *Oldigor Verlag*: „Der Verlag war eigentlich nur als Eigenverlag gedacht, doch ich habe schnell gemerkt, dass Selbstverlage in der Buchbranche nicht wirklich ernst genommen werden, und so kamen schnell andere Autoren hinzu – auch weil mir gute Skripte angeboten wurden, die ich gar nicht ablehnen konnte. Denn es gibt Bücher, die muss man einfach veröffentlichen, auch wenn der Verstand und der vermeintliche Experte etwas anderes sagt.“





Aber nicht jeder Kleinverleger plant, einer zu werden. Man kann in so einen Job auch hineinrutschen wie Oliver Graute von *Feder&Schwert*. Er erklärt: „Ursprünglich hatten sich lediglich ein paar Rollenspielbegeisterte zu einem Hobbyprojekt zusammengetan, um Universalabenteuer für andere Rollenspieler zu schreiben. Bald darauf bot man uns eine Lizenz an und wir mussten uns entscheiden: professionell werden oder als Hobbyisten weitermachen? Wir haben uns für Ersteres entschieden.“

VerlegerIn als Beruf

Wer nun selbst mit dem Gedanken spielt, einen Verlag zu gründen, kann sich von den Erfahrungen der befragten KleinverlegerInnen inspirieren – oder gegebenenfalls abschrecken – lassen. Finanziell lohnt sich das Engagement für die wenigsten. Gerade wenn der Verlag noch recht jung ist, müssen die Inhaber zusätzlich Einkünfte aus anderen Tätigkeiten erzielen, um ihren Lebensunterhalt bestreiten zu können. In einigen Fällen ist der Verlag sogar ein Zuschussgeschäft. Jürgen Eglseer vom *Amrûn Verlag* sagt: „Aktuell rechnet sich die Verlagsarbeit natürlich noch nicht. Dafür ist *Amrûn* zu jung. Für die Zukunft ist allerdings schon das Ziel gesteckt, einen Teil meiner Butterbrote für das Frühstück davon finanzieren zu können.“

Erik Münnich vom *freiraum-verlag* macht ähnliche Erfahrungen: „Aus rein wirtschaftlicher Sicht lohnt sich die Verlagstätigkeit nicht. Ohne meine vom Verlag unabhängige Arbeit als Lektor könnte ich nicht überleben. Was aber für die Gründungsphase wenig überraschend ist.“

Oliver Graute fasst die Unternehmensentwicklung von *Feder&Schwert* so zusammen: „Es gibt und gab immer schon Ups and Downs. Bislang haben wir jedoch jegliches stürmische Fahrwasser durchkreuzt und wir gedenken auch, diesen Kurs zu halten. Eines ist klar: Man wird nicht Verleger, um reich zu werden. Man muss einen Hang zum Buch haben, um diesen Beruf zu ergreifen.“

Manche der Kleinverlage, die schon etwas länger am Markt sind, tragen sich immerhin selbst und lassen darüber hinaus eine behutsame Erweiterung des Verlagsprogramms zu, aber reich werden die jeweiligen VerlegerInnen ebenfalls nicht. Das gilt zum Beispiel für den *Fabylon Verlag*, dessen Inhaberin Uschi Zietsch verrät: „Der Verlag trägt sich und ermöglicht uns, weitere Titel zu veröffentlichen und das Programm zu erweitern, beispielsweise mit dem neuen Hörbuch-Label. Später sollen auch Kinderbücher hinzukommen. Für üppige Verlegergehälter für mich und meinen Mann reicht es allerdings nicht.“

Ein weiteres Beispiel dafür, dass sich das Engagement auf lange Sicht durchaus lohnen kann und auch in heutiger Zeit noch Wachstum in der Buchbranche möglich ist, ist der *Oldigor Verlag*. Verlegerin Andrea Wölk: „Mein Arbeitstag hat oft mehr als 16 Stunden, das liegt aber daran, dass ich auch selbst als Autorin tätig bin. Ich habe nie etwas anderes werden wollen als Autorin, und die Verlagsarbeit füllt mein Leben aus und bereichert es, auch wenn es manchmal hart ist und man alles hinschmeißen möchte, aber ich denke, so geht es in jedem Job. Dadurch, dass wir einige Bücher haben, die sich gerade als E-Books sehr gut verkaufen, lohnt es sich auch finanziell. Um ein paar Zahlen zu nennen: Wir haben 2013 rund 60.000 Bücher und E-Books verkauft, in diesem Jahr steuern wir jetzt schon auf die 100.000er-Marke zu und das Weihnachtsgeschäft kommt noch.“

Wenn es um die Tätigkeit an sich geht, um die Erfüllung, die mit ihr einhergeht, so möchte niemand der befragten KleinverlegerInnen auf diesen Teil seines beziehungsweise ihres Lebens verzichten. Aus dem Spaß, den ihnen ihre Arbeit als VerlegerIn bringt, schöpfen die meisten ihre Motivation zum Weitermachen. Erik Münnich: „Beziehe ich ein, wie bereichernd die Zusammenarbeit mit wunderbaren Autoren und Mitarbeitern ist und wie erfüllend die Arbeit an den Texten, die fertigen Produkte und die Freiheiten sind, die ich durch diese Tätigkeit besitze, dann kann ich mir nicht vorstellen, etwas anderes zu machen.“ So sieht es auch Uschi Zietsch: „Wenn mir die Arbeit keinen Spaß machen würde und ich keinen Sinn darin sähe, würde ich es nicht weitermachen. ‚Schöne Bücher für mehr Freude am Lesen‘ ist uns ein Grundsatz, an dem wir festhalten. Wir lieben Bücher und wollen daran teilhaben, dass es mehr gute Bücher gibt, die mehr Leser finden.“

Hürden und Risiken der Verlagsarbeit

VerlegerInnen stehen meist denselben Herausforderungen gegenüber, denen sich auch Selbstständige in



Anzeige

Pegasus-Schreibschule
Die Schreibschule mit Flügeln
www.pegasus-schreibschule.de

Seminare & Coaching
Ausbildung zum Romanautor
Schreiben & Spiritualität
max. 6 Teilnehmer

anderen Branchen ausgesetzt sehen: Von extrem langen Arbeitstagen über einen immensen Preis- und Kostendruck bis hin zu allgemein sinkender Nachfrage oder schlicht dem Umstand, von einem Produkt, in das man neben Geld und Arbeitszeit eine Menge Herzblut investiert hat, nicht so viele Exemplare zu verkaufen, wie man sich wünschen würde. „Ein Buch von einem unbekanntem Autor an den Mann zu bekommen, ist schwieriger, als man glaubt“, sagt Andrea Wölk. „Wenn die Bücher sich nicht verkaufen, ist die Gefahr groß, dass man irgendwann schließen muss. Auch wir standen schon kurz davor, haben aber die Kurve noch rechtzeitig bekommen, weil sich urplötzlich einige Bücher sehr gut verkaufen. Das war Glück in letzter Sekunde. Und das gehört meines Erachtens zur Buchbranche wie die Sonne zum Tag – man muss auch mal Glück haben!“

Auch Susanne O’Connell sieht die Verlagsarbeit als „Achterbahnfahrt. Hat man erst einmal für sich selbst die Risiken minimiert, entstehen neue durch Abhängigkeiten zu Shops wie *Amazon* oder *Google Play*.“

In solchen Shops, wie auch in den stationären Buchhandlungen, ist die Sichtbarkeit oft ein entscheidender Erfolgsfaktor. Wer verkaufen will, muss dafür sorgen, dass potenzielle Kunden sein Produkt zu Gesicht bekommen. Oliver Graute dazu: „Die Konkurrenz ist riesig und man muss irgendwie versuchen, unter allen anderen herauszustechen oder doch zumindest obenauf zu schwimmen. Wem das nicht gelingt, der geht unter.“

Erik Münnich sieht neben diesen Herausforderungen noch weitere: „Die Rahmenbedingungen in der Buchbranche (Schlagwort ‚Krise des Buchmarktes‘) sind nicht optimal. Als nicht besser empfinde ich die Reaktionen der Beteiligten: Das sind Einsparungen im kulturellen Sektor und in der Bildung, Ausnahmen bei der Durchsetzung des Mindestlohnes, die Forderung nach staatlichem Engagement zum Beispiel bezüglich *Amazon*, anstelle auf die veränderten Bedürfnisse von Autoren, Kunden sowie

auf technische Veränderungen und so weiter zu reagieren, wenig Kooperation zwischen Produzenten und Händlern, um nur wenige Hürden zu nennen. Daneben existiert eine persönliche Ebene: die innere Verpflichtung, allein schon den Autoren und Mitarbeitern gegenüber, die mit dem Verlag verbundenen Ziele zu erreichen; eine hohe Arbeitsbelastung, um nicht nur die Verlagsarbeit zu bewerkstelligen, sondern auch Autoren, Mitarbeiter, Partner und andere ‚bei Laune‘ zu halten; persönliche Schicksale von Autoren und Mitarbeitern, die nicht minder belastend sein können. Und nicht zuletzt: die Angst vor dem Scheitern.“

Jürgen Eglseer fasst die Herausforderungen wie folgt zusammen und hat auch gleich einen Tipp parat: „Wie jeder Beruf, den man konsequent anstrebt, ist die Verlagsarbeit mit vielen rechtlichen, logistischen und finanziellen Hürden und Risiken verbunden. Diese sollte man kennen. Dabei sollte man sich entscheiden, ob man neben dem Brotberuf einige Bücher im Jahr veröffentlichen möchte oder ob man sich das Ziel größer steckt und ein sich selbst tragendes Unternehmen entwickeln möchte. Entsprechend unterschiedlich fällt der finanzielle und zeitliche Aufwand aus, den man betreiben muss.“

Voraussetzungen für verlegerischen Erfolg

Welche Eigenschaften und Fähigkeiten sollte jemand mitbringen, wenn er oder sie einen Verlag gründen will? Tipps von denen, die es wissen müssen:

Jürgen Eglseer vom *Amrân Verlag*: „Ein Kleinverleger, der einen sich selbst tragenden Verlag etablieren möchte, muss fleißig sein, niemals aufgeben und ein Team um sich bilden können, auf das er sich verlassen kann.“

Zoë Beck von *CulturBooks*: „Liebe zu den Texten, Verständnis für AutorInnen und Respekt für deren Arbeit, Idealismus, Rückgrat und Enthusiasmus.“

Uschi Zietsch vom *Fabylon Verlag*: „Es ist wie bei jedem Unternehmen: Man braucht Geschäftssinn, aber bei einem Kulturgut wie diesem eben auch einen gewissen Idealismus und das Bewusstsein, dass man mit einem anderen Produkt gewiss mehr Umsatz und Gewinn erzielen könnte, dass man dafür aber etwas Schönes schafft.“

Oliver Graute von *Feder&Schwert*: „Man sollte arbeitswillig und zäh sein, bei allem mitreden können, eine eigene Meinung haben und gute Leute, auf die man sich verlassen kann. Wie jeder Selbstständige arbeitet man im Grunde rund um die Uhr.“

Erik Münnich vom *freiraum-verlag*: „Günstig wären: die Liebe zur Literatur; die Freude an der Arbeit mit Texten; grundlegende betriebswirtschaftliche Kenntnisse; klare Vorstellungen davon, wie der eige-

Anzeige

BOOKSTATION
WIR MACHEN IHRE BÜCHER

Wir kümmern uns verlagsunabhängig um Ihre Werke
Gutenbergstr. 7, 85646 Anzing, 08121-883110, www.bookstation.de