



Aus der Reihe

Management

Wie veröffentliche ich ein Buch im Selbstverlag?

Thema	Seite
Vorbemerkung.	3
Manuskript.	3
Druckvorlage.	3
Druck und Verarbeitung.	4
Auswahl der Druckerei.	4
Lagerung und Versand.	4
Preisgestaltung.	5
Anmeldung.	5
Vertriebswege.	5
Werbung.	6

Dr. Erik Wischnewski

Heinrich-Heine-Weg 13 • D-24568 Kaltenkirchen

Tel: 04191-7509 • Fax: 04191-770509 • Mobil: 0170-3251666

E-Mail: info@proab.de • Internet: <http://www.wischnewski-online.de>

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Autors und seinen Lizenzgebern unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Copyright © 2009 Dr. Erik Wischnewski und seinen Lizenzgebern.
Alle Rechte vorbehalten.

Version: 18. September 2009, 18:31:54

Vorbemerkungen

Viele Menschen verspüren den Wunsch, Ihr eigenes Buch zu veröffentlichen. Oftmals müssen die Autoren den Verlagen dafür sehr viel Geld zahlen, damit diese es überhaupt herausbringen. Die Verlage wollen heutzutage kein Risiko mehr eingehen. Andererseits kann das Erscheinen im Selbstverlag aber auch deshalb sinnvoll sein, weil die Verlage den Inhalt mitgestalten wollen und dieses nicht im Interesse des Autors liegt.

Dieser Artikel ist keine ausführliche Abhandlung, was alles beim Schreiben, Drucken und Vertreiben eines Buches im Selbstverlag zu berücksichtigen ist. Vor- und Nachteile werden nicht diskutiert. Vielmehr werden auf den nächsten Seiten alle notwendigen Schritte stichwortartig aufgeführt sowie zugehörige Kontaktdaten.

Manuskript

- Erstellen der Texte
- Erstellen der Abbildungen (Grafiken und Fotos)
 - farbig (RGB/CMYK)
 - s/w (Grauskala)
- Erstellen von Tabellen
- Erstellen von Formeln
- Inhaltsverzeichnis (automatisch/manuell)
- Stichwortregister/Index (automatisch)
- Impressum und Vorwort
- Umschlag (Vorder- und Rückseite)
 - Umschlagfoto
 - Umschlagtext
- Layout entwerfen
 - Umschlag
 - Buchinhalt
 - Buchformat (Gesamtfläche) - typisch sind 14.8*21 und 17*24 cm
 - Satzspiegel (beschrifteter Teil) - mindestens 15 mm Rand rundum (innen eher 20 mm)

Druckvorlage

- PDF-Format
 - mit Graustufen für s/w-Druck
 - mit CMYK-Farben für Farbdruck
(RGB funktioniert meistens auch, aber Qualität nicht sichergestellt)
- dünne Linien prüfen
- Überdrucken prüfen
- WORDPERFECT beinhaltet guten PDF-Generator
- WORD benötigt gesonderten PDF-Generator
- ADOBE ACROBAT ist das perfekte PDF-Tool für Farbdrucke, das sein Geld wert ist
(kostengünstig ist eine Upgrade-Lizenz auf eine ältere ausländische Version = Bundle)
www.adobe.de www.software-software.de
Preise: Standard ab 220.- Euro, Professional ab 390.- Euro
Achtung: Der CHIP-Test weist ACROBAT 9.0 PRO nur als knappen Sieger aus. Damit ist das Programm völlig unterbewertet. Nur ACROBAT 9.0 PRO hat die umfangreichen Funktionen für eine vollständige, professionelle Bearbeitung in der Druckvorstufe. Die preiswerten Programme bieten nur 5-10% davon.
- ein preiswerter PDF-Generator ist CIB PDF BREWER (bindet sich als Drucker ein)
www.cib.de, Preis = 29.99 Euro
- ein kostenloser PDF-Generator ist PDFCREATOR (bindet sich als Drucker ein)
www.pdfcreator.de

Druck und Verarbeitung

- Papiersorte, z.B.
 - Offsetpapier (weiß)
 - Werkdruckpapier
 - Bilderdruckpapier
- Papiergewicht (Grammatur): üblich sind 80 g/m² bis 115 g/m²
- Digitaldruck: geeignet für kleine Auflagen bis 200 und s/w
- Offsetdruck: geeignet für große Auflagen ab 200 und in Farbe
- Der Preis steigt mit höherer Auflage nur minimal, bei Digitaldruck etwas mehr als bei Offsetdruck
- Das Format ist so zu wählen, dass der gesamte Druckbogen optimal genutzt wird, um die Herstellkosten zu optimieren
- Einband
 - Softcover (Paperback) - günstigste Bindung (geeignet bis 250-300 Seiten)
 - Hardcover
 - Fadenbindung
 - Klebebindung - meistens etwas günstiger, aber nicht immer
- Einband wird immer farbig gedruckt = Aushängeschild für das Buch !!
- Vor- und Nachsatz
- Kaschierung (Oberflächenveredelung)
 - matt
 - glänzend
- Leseband (bei Hardcover zu empfehlen)
- einzeln einschweißen
(bei Verkauf über Großhändler dringend empfohlen = Schutz vor Staub und Feuchtigkeit)

Auswahl der Druckerei

- Ausschreibung kostenlos über www.europadruck.com
- Empfehlenswerte Druckerei, die sehr gut und trotzdem preiswert arbeiten:
 - Digitaldruck (s/w): Bookstation, Inh. Herr Siegmund
www.bookstation.de
siegmund@bookstation.de (Grüße von Dr. Wischnewski bestellen)
Preise: Excel-Kalkulation zum Download vorhanden
 - Offsetdruck (farbig): Druckhaus Köthen in Köthen/Anhalt www.koethen.de
Preise: erstellen individuelle Angebote
- Preisspanne der Druckereien: 100-250%
- Qualitätskontrolle durch Aushänger und Proofs
- Versandkosten beachten

Lagerung und Versand

- Lagerplatz vorbereiten
 - ausreichende Fläche
 - Klima muss stimmen (15-22 °C, 40-60% rel.Feuchte)
- Verpackungsmaterial bereitstellen
 - für Einzelversand (Luftpolstertaschen, Versandkartons für Bücher)
 - für größere Mengen an Großhandel (typisch 8-12 Ex.)
- Versandform beachten
 - Büchersendung der Deutschen Post (im Inland offen, ins Ausland geschlossen)
 - Paket mit Hermes
 - Versandkosten mit kalkulieren
 - 0.85 - 4.00 Euro pro Buch im Inland (Käufer erwartet kostenlosen Versand)
 - 2.70 - 12.85 Euro pro Buch ins Ausland

Preisgestaltung

Bei der Kalkulation des gebundenen Ladenpreises sind folgende Faktoren zu berücksichtigen:

- Druckkosten 4.- bis 15.- Euro pro Buch
- ISBN 79.08 Euro inkl. USt (einmalig)
- VLB 71.40 Euro inkl. USt (pro Jahr)
- Werkzeuge (Software wie Acrobat usw.)
- Werbematerialien (Faltblätter ca. 100.- Euro usw.)
- Pressemitteilung (über Pressebüros 300.- bis 500.- Euro)
- Händlerrabatte (Einzelhändler ca.25-30%, Großhändler ca. 50%)
- Versandkosten bei kostenlosem Versand
- Zahlungsrisiko bei Bezahlung gegen Rechnung
- Freiemplare (Pflichtexemplare, Eigenbedarf, Rezensionsexemplare, usw.)
- Preisbindung bei Büchern in Deutschland und Österreich (BuchPrG: <http://bundesrecht.juris.de/buchprg>)

Anmeldung

• ISBN

Für einen erfolgreichen Vertrieb muss das Buch eine ISBN haben: www.german-isbn.de

ISBN rechtzeitig vor Drucklegung beantragen, da es ins Impressum und aufs Cover gedruckt werden muss. Ein Strichcode ist nicht erforderlich. Strichcode (Barcode) über www.tux.org/~milgram/bookland generierbar.

• VLB

Für einen erfolgreichen Vertrieb sollte das Buch beim „Verzeichnis Lieferbarer Bücher“ angemeldet werden.

Einige Kontaktadressen sind: www.vlb.de www.buchhandel.de vlb@mbv-online.de

• Pflichtexemplare

- Die deutsche Bibliothek, F1, Erwerb und Formalerschließung, Adickesallee 1, 60322 Frankfurt/Main (2 Pflichtexemplare)
- Landesbibliothek (1 Pflichtexemplar)
z.B. Schleswig-Holsteinische Landesbibliothek, Frau Kerstin Dummann, Wall 47-51, 24103 Kiel

• Börsenverein

Anmeldung beim Börsenverein des Deutschen Buchhandels ist nicht erforderlich: www.boersenverein.de

• Verkehrsnummer

Eine Verkehrsnummer als Selbstverlag ist nicht erforderlich.

• Banger-Verlag

Eine Registrierung als Verlag bei Banger ist nicht erforderlich, aber sinnvoll.

Es entstehen keine Kosten. www.banger.de

• VG-Wort

VG-Wort ist die Verwertungsgesellschaft für urheberrechtlich geschützte Druckerzeugnisse (wie die GEMA bei Tonträgern). Es ist ratsam, sich dort zu registrieren und jährlich bis Ende Februar die veröffentlichten Bücher anzumelden. Geht online ebenso wie mit Papierformular. Pro Buch ist im Sektor Wissenschaft mit ca. 250.- Euro Vergütung zu rechnen. www.vgwort.de

Vertriebswege

• Direktvertrieb

- Vereine, zu denen man Kontakte pflegt
- Hörerschaft in Universitäten, FHS und VHS
- Privates und berufliches Umfeld

• Buchhandel

- müssen einzeln akquiriert werden
- Kataloge der Buchhändler umfassen VLB, Libri und KNV

• Großhandel

- Libri www.libri.de
- KNV Aufnahme ins Barsortiment beantragen bei:
Koch, Neff & Volckmar GmbH, Abt. Einkauf, Schockenriedstraße 37, 70565 Stuttgart
www.knv.de verlagsdaten@knv.de titelmeldung@knv.de (verwenden Excel-Vorlage)
- Die Aufnahme ins so genannte Barsortiment ist bei Libri leichter als bei KNV.
- Der Rabatt beträgt ca. 50% bei kostenlosem Versand - ggf. kommen weitere Gebühren hinzu.

• Weiterleitung

Bestellung des Buchhandels können auch nur weitergeleitet werden:

- über KNV - kostenlos, KNV-Service: www.buchkatalog.de
www.knv.de/content/page_2102_de.htm
- über IBU - wenige Cent pro Bestellung: www.ibu-service.de

• Amazon Marketplace

Hier kann sich der Autor anmelden und seine Bücher direkt über die Seite von Amazon verkaufen.
Nähere Informationne über die verschiedenen Varianten unter www.amazon.de.

• Informationen zum Buch an Online-Händler

- **Amazon Verlagsservice:**
katalog-buch@amazon.de www.amazon.de/gp/content-form
- **Amazon SearchInside!**
Die ersten Seiten des Buches und das Inhaltsverzeichnis werden als PDF an Amazon gesendet und stehen im Internet zum Reinblättern zur Verfügung.
Ansprechpartnerin: Frau Anne Stirnwies annestir@amazon.de
- **VLB**
Die ins Internet einstellbaren Dokumente beginnen alle mit der ISBN-Nummer ohne Zwischenzeichen, gefolgt von einer Bezeichnung: 9783000278273.jpg (Bild vom Umschlag)
9783000278273_Annotation.pdf, 9783000278273_Autorenportrait.pdf, 9783000278273_Register.pdf, 9783000278273_Inhaltsverzeichnis.pdf, 9783000278273_Leseprobe_01.pdf (mehrere möglich).
- **Buch.de**
Viele Online-Händler haben einen gemeinsame Basis bei www.buch.de.
Dazu gehören z.B. www.buecher.de, www.thalia.de, www.bol.de usw.
Ansprechpartner: Herr Jochen Schwefing schwefing@buch.de

• Zahlungskonditionen

- Es ist bei Selbstverlagen durchaus üblich, dass diese vom Buchhandel bei Bestellungen Vorauszahlung verlangen. Meine Erfahrungen aus Zeiten, wo ich noch auf Rechnung mit Bitte um sofortige Bezahlung lieferte, ergaben folgenden Statistik:
25% zahlten binnen einer Woche, 25% zahlten binnen vier Wochen, 25% zahlten binnen zwei Wochen nach der ersten Mahnung, die ich nach vier Wochen versendete, 15% zahlten erst nach der zweiten Mahnung und 10% überhaupt nicht.
Es mag sein, dass dieses kein repräsentativer Ausschnitt ist, aber er reichte mir aus, nur noch gegen Vorausbezahlung zu liefern. Selbst in diesem Falle, wo ein Kunde auf das Buch wartet und der Buchhändler Geld verdient, muss ich manchmal immer noch einige Wochen warten und nachfragen.
- Rabatt darf nur an Händler gegeben werden. Der Großhandel gewährt 35%, bei Selbstverlag genügen aber nach meiner Einschätzung bei Einzelbestellung auch 20-25% zzgl. Versandkosten. Früher habe ich sogar bei kostenlosem Versand nur 10% gewährt.
Rabatt an Schulen ist in geringem Maße gemäß BuchPrG möglich.

Werbung

- Faltblätter 2500 Ex. für 132.- Euro inkl. USt und Versand www.hot-flyer.de
- Plakate 100 Ex. DIN A3 für 40.- Euro inkl. USt und Versand
- Anzeigen (nur lohnend in Fachzeitschriften - meist zu teuer für Selbstverlage)
- Pressemitteilungen
 - Pressebüros = Redaktion + große Verteiler = 300.- bis 500.- Euro
 - www.openPR.de = Text selbst erstellen = kostenlos
 - Fachzeitschriften direkt anschreiben (Rezensionsexemplar nur auf Anforderung)
 - Rundfunkanstalten direkt anschreiben
 - nur als Briefpost, nicht als E-Mail (geht unter)
 - Faltblatt beifügen
 - wenn E-Mail, dann mit einigen Leseproben im PDF-Format (diese nicht als einfachen Text-Link ins Mail setzen, sondern als Bild-Link der stark verkleinerten Seite (sozusagen als Vorschau)
 - Presstexte muss direkt druckbar sein (Journalisten haben wenig Zeit)
- Amazon, SearchInside!, Buch.de, VLB usw. sind wichtige Werbeträger (siehe Anmeldung)
- Frankfurter und Leipziger Buchmessen lohnen sich eher nicht
- Buchhandlungen scheuen das Risiko, die Bücher ins Regal zu stellen. Buchhandlungen 1-2 Plakate und 10-20 Faltblätter zusenden sowie die Konditionen für Händler Rabatt. Ein Platz für ein A3-Plakat ist immer gegeben.