

Viele Autoren veröffentlichen ein Buch im **Selbstverlag**. Manche bedienen damit nur ihre Eitelkeit, die meisten aber befördern damit auch die eigene Karriere.

# Die Buchmacher



Buchmarkt subventionieren so die wenigen Bestseller die vielen Ladenhüter. Anderson aber zeigte, dass die zunehmende Individualisierung von Produkten und Märkten zahlreiche lukrative Nischen schafft. Allein der Online-Buchhändler Amazon erwirtschaftet mittlerweile ein Viertel seines Umsatzes mit Exotenbüchern, die sich jeweils kaum mehr als einige Hundert Mal verkaufen.

Die inhaltliche Bandbreite dieser selbstverlegten Literaturerzeugnisse ist allerdings enorm (siehe Bestsellerliste Seite 116): Die Hausfrau, die Lyrik verfasst, ist ebenso vertreten, wie der Industriekaufmann, der glaubt, Einstein widerlegen zu können, oder der Oberstudienrat, der seine unerfüllten Fantasien in einen frivolen Roman fasst. „Als Bestellbuch-Verleger muss man sehr tolerant sein“, sagt Johannes Monse, Verlagsleiter bei Ruckzuckbuch, einer Tochter des Münsteraner Monsenstein und Vannerdat Verlags.

Der Marktanteil dieser Liebhaberlektüre beträgt jedoch allenfalls 25 Prozent. Und der Erfolg der Titel hält nur selten mit dem Ego ihrer Autoren Schritt: Das meiste davon endet als unverkäuflicher Serverhüter.

Deutlich besser verkaufen sich Fachbücher, die eine gefragte Nische besetzen, wie etwa ein Kochbuch für Kinder, die an der Stoffwechselstörung Phenylketonurie (PKU) leiden, oder Ratgeber zur Computerspieleprogrammierung. Solche Spezialthemen sind für Publikumsverlage oft uninteressant. Ausfallrisiko und Lagerkosten sind zu hoch. Das heißt aber nicht, dass es dafür keine Zielgruppe gäbe.

Entsprechend hoch ist der Anteil der Fach- und Nischenbuchautoren bei den Bestellverlagen. Sie machen etwa die Hälfte der dortigen Urheber aus. Im Schnitt erreichen ihre Werke verkaufte Auflagen von bis zu 1000 Exemplaren und machen inzwischen knapp vier Prozent der verkauften Titel am Gesamtbuchmarkt aus. Tendenz steigend.

„Wir sind immer wieder überrascht, was sich am Ende gut verkauft und was nicht“, sagt BoD-Geschäftsführer Moritz Hagenmüller. Ob ein Buch ein Bestseller wird, hänge jedoch weniger von dessen sprachlicher Qualität ab, sondern vielmehr davon, was der Autor daraus macht.

So war das auch bei Nele Neuhaus. Als die 40-jährige Juristin aus Kelkheim »

**R**einhard Rossmann hatte keinen Verlag – und doch gleich einen Bestseller gelandet. Der Wiener Gründer eines Unternehmens für Marktforschung und Internet-Marketing verfasste eine Art Fibel für Existenzgründer, genauer gesagt: „Die 7 Sünden beim Gründen“ als Taschenbuch auf 120 Seiten. Erschienen ist die Lektüre als Book on demand (BoD) – als Buch auf Bestellung. „Wie mein Unternehmen wollte ich auch das Buch selbst entwickeln und vermarkten“, sagt der 30-Jährige.

Das ist ihm gelungen: Die erste Auflage verkaufte sich rund 800-mal, von der zweiten wurden sogar 1200 Exemplare bestellt. Kein schlechtes Ergebnis für ein Fachbuch – und ein Spitzenwert für ein selbstverlegtes. Bei den großen Verlagen gehören schließlich schon Bücher mit einer verkauften Auflage von 5000 Stück zu den Topsellern. Und selbst das gelingt nur wenigen.

**Schreiben sei wie Prostitution**, befand einst der französische Dramatiker Jean-Baptiste Molière: „Zuerst macht man es aus Liebe, dann für Freunde und schließlich für Geld.“ Zurzeit ist es vor allem ein florierendes Gewerbe. Seit zwei Jahren steigt die Zahl der Hobbyautoren beachtlich an, dieses Jahr explodiert sie förmlich. Auf einmal, so scheint es, will jeder sein eigenes Buch verlegen. Bei Books on Demand (BoD), ei-

„Als Book-on-demand-Verleger muss man tolerant sein“

ner Tochter des Online-Buchhändlers Libri und mit rund 60 Prozent Marktanteil Platzhirsch im Segment der Bestellbücher, lagen bis Ende 2006 rund 15 000 Titel druckbereit auf dem Server. Rund sechs Monate später sind es schon 30 000, in der zweiten Jahreshälfte kommen höchstwahrscheinlich 10 000 weitere Titel hinzu. Über 5000 Do-it-yourself-Autoren haben auf diesem Weg in Deutschland bereits ein oder mehrere Bücher publiziert und zusammen über fünf Millionen Exemplare verkauft.

Der Boom ist Teil eines Marktphänomens, das Chris Anderson, Chefredakteur des US-Technik-Magazins „Wired“ und selbst Buchautor, „The Long Tail“ nannte – zu Deutsch: Kleinvieh macht auch Mist.

Bisher kalkulierte der Handel damit, dass gerade mal 20 Prozent der Produkte nahezu 80 Prozent des Umsatzes und meist den gesamten Profit erzielen. Gerade im

2005 nach einem halben Jahr Arbeit ihren ersten Krimi fertig geschrieben hatte, blitzte sie bei vier großen Verlagen ab. Aufgeben mochte sie trotzdem nicht. Im Internet entdeckte sie den Link zu Ruckzuckbuch und veröffentlichte ihr Werk dort: Kaum war „Unter Haien“ gedruckt, rührte Neuhaus die Werbetrommel. „Anfangs war das ein einziges Klinkenputzen“, sagt die Autorin. Sie knüpfte Kontakte zur Regionalpresse, eröffnete eine Internet-Seite, ging zur Buchmesse, schaltete kleine Anzeigen und organisierte Lesungen in lokalen Buchhandlungen. Das half. Der Krimi hat sich inzwischen über 3000-mal verkauft, ihr zweiter Krimi schaffte binnen kurzer Zeit dieselbe Auflage, und ihr jüngstes Werk, das demnächst erscheinen soll, lässt sie bereits in einer Auflage von 5000 Stück drucken.

Längst haben sich bei ihr auch renommierte Verlage wie Droemer Knauer gemeldet, die sie zum ersten Mal...

### Buchbasar



Punisher wurde vom Eichborn-Verlag abgeworben, nachdem der „Spiegel“ sein selbstverlegtes „Schwarzbuch der Rache“ vorgestellt hatte.

Reich wird allerdings keiner mit ei