

Wir sind Autor!

Von David Allmann

Auf den Sitzplätzen liegen Namensschilder zum Umhängen. Darauf steht „Autor“.

Zwar ohne Anführungszeichen, aber mit genügend Platz um den eigenen Namen einzutragen.

Viele Self-Publisher ziehen sich das Schild sofort um den Hals.



Während die Selbstverleger in der *Self-Publishing Area* Workshops und Präsentationen besuchen, sehen sie zufriedener aus als der Rest der Buchmesse. Vielleicht ist sogar etwas Stolz dabei. Und vielleicht liegt es an Hanni Münzer und den 300.000 Ebooks, die sie ohne Verlag verkaufen konnte.

Die Experten der Podiumsdiskussionen sagen Self-Publishing sei die Zukunft des Buches, des Publizierens, vielleicht sogar des Schreibens selbst.

Endlich, so die „Autoren“, zeigt man es den Lektoren, die jahrelang das brillante Schubladenmanuskript ablehnten. Nun zittern die Verlagsleute in ihrem wackelnden Elfenbeinturm.

Denn was früher ein Vierergespann aus Autor-Verlag-Händler-Leser war, könnte zu einer Dreierbeziehung werden: Beim Self-Publishing bekommt der Autor 50-70% des Verkaufspreises,

auch der Händler nimmt sich seinen Teil und schließlich erhält der Leser eines der selbstverlegten Ebooks, meistens für unter drei Euro. Verlage spielen hier keine Rolle mehr.

Die Hörer tragen Cordjacken, Brillen mit runden Gläsern und gebatikte Halstücher. Zumindest die Autorenuniform tragen sie schon.

In ihren Köpfen sind sie wie Hanni Münzer. In ihren Gedanken verkaufen auch sie bald 300.000 Ebooks - und natürlich tun sie dies ohne einen Verlag im Hintergrund.

Das Ende der Verlage?

Waren es 2013 noch 67 Prozent der Hobbyschreiber, die sich bei einem Verlag bewarben, hatten sich 2014 nur noch 60 Prozent die Mühe gemacht. Und die Zahl derer, die sich noch nie bei einem Verlag beworben haben, stieg von 25 auf 34 Prozent. Betrachtet man die wachsende Zahl der Self-Publisher überrascht das kaum.

Man könnte also meinen, dass Verlage unwichtig werden.

Doch man könnte sich täuschen.

Fragt man Self-Publisher, ob sie gern in einem „richtigen“ Verlag veröffentlichen würden, antworten 80 Prozent mit „Ja – sofern die Bedingungen stimmen“.

Auch Ruprecht Frieling, selbst Autor eines Ratgebers für Self-Publisher, denkt nicht, dass Verlage vom Markt verschwinden, „aber Funktion und Arbeit verändern sich sehr stark. Verlage befinden sich gezwungenermaßen in einem Umdenkungsprozess: raus aus dem Wolkenkuckucksheim und hinaus auf die Straße. Sie sind nicht mehr die alleinigen Torwächter und Entscheider darüber, wer schreiben kann und wer nicht. Das entscheidet jetzt die Leserschaft.“

Verlage leisten noch immer Essentielles für ihre Autoren. Sie lektorieren Buchinhalte, übernehmen den Vertrieb und sind eine effiziente Vermarktungsmaschine. Im besten Fall stehen sie den Schriftstellern auch während Schaffenskrisen bei. Viele Autoren schätzen diese Vorzüge.

Was nicht heißt, dass Verlage nicht versuchen einen Stück vom Self-Publisher-Kuchen abzubekommen: Droemer Knaur und Rowohlt investieren in Neobooks, Holtzbrinck in epubli und Bastei Lübbe in BookRix - allesamt Plattformen für Self-Publisher.

Bereits 2001 gründete der Zwischenbuchhändler Libri das berühmte Books on Demand (BoD). Andere verlagsunabhängige Publisher-Angebote heißen Xinxii, Tredition, Beam, Feiyr oder Wattpad mit Sitz in Toronto. Auf der Plattform aus Kanada entstehen die Skripte in Echtzeit und können direkt vom Leser kommentiert werden.

Goldene Zeiten für Self-Publisher?

Trotz Euphorie in Halle 3.1 K61 und signalstarken Investments der Verlage geht Self-Publishing am Großteil der Leser spurlos vorüber.



Über 90 Prozent der deutschen Leser kaufen keine Ebooks – und viele Medienexperten glauben, dass sich das auch in Zukunft nicht wesentlich ändern wird.

Zudem gibt es für unabhängige Autoren keinen Weg, dem physischen Buchhandel mit konkurrenzfähigen Preisen zu begegnen.

Unternehmen wie BoD und epubli versprechen, im Kundenauftrag gedruckte Bücher (*Print on demand*)

auch über den örtlichen Händler zu liefern. Doch der muss die Titel für den Kunden erst bestellen; im Regal präsentiert er sie nicht.

Diese Umstände spüren die Indie-Autoren.

Laut einer aktuellen Studie des Journalisten und Ebook-Autors Matthias Matting, für die 851 deutsche Self-Publisher befragt wurden, verdient der größte Teil – mehr als 50 Prozent - weniger als 50 Euro im Monat. Zehn Prozent nehmen 50 bis 100 Euro ein und knapp sechs Prozent bringen es auf mehr als 2000 Euro. Das sind die sogenannten Indie-Bestseller.

Die Zukunft der Literatur?

Bislang findet sich keine Hochliteratur unter jenen Indie-Bestsellern. Vor allem Genreliteratur verkauft sich: Romantik, gerne mit sexuell aktiven Vampiren, und natürlich die Dauerbrenner Krimi und Thriller. Erfolge von Büchern, die nicht in eine Schublade passen wie *Honigtot* von Hanni Münzer, sind selten. Der Grund ist, dass die Autoren als Selbstverleger das Gesamtrisiko für ihre Arbeit selbst tragen. Kein Garantiehonorar und keine Vorschüsse, dafür aber Ausgaben für Lektorat und Design, die bei einem 300-Seiten-Roman schnell auf über 2.000 Euro anwachsen. Die Versuchung, ein risikoärmeres Genre zu wählen, ist entsprechend groß.

Um dieses finanzielle Risiko zu schmälern, müssen Self-Publisher eine neue Art von Autoren sein.

Stilisierten sich Schriftsteller früher als einsame Gestalten, die am Schreibtisch hockten und Verlage für die Marketingkampagnen brauchten, sind sie heute bestens vernetzt, kommunikativ und echte Selbstvermarkter.

Es ist also nicht unüblich, dass ein Self-Publisher seine Leser fragt, was sie lesen wollen und es ist ebenso verbreitet, dass Leser ihren Lieblingsautor bitten, er möge die Geschichte doch mit einem Happy End abschließen. Was in der Literaturbranche durch die Dominanz der Verlage lange nicht vorstellbar war, ist in anderen Branchen längst üblich: ein Direktaustausch zwischen Kunden und Käufern, Herstellern und Konsumenten.



Zwar verkauft Hanni Münzer deutlich mehr Bücher als der durchschnittliche Indie-Autor, ansonsten ist sie repräsentativ für die Szene: Sie ist weiblich, fast fünfzig und schreibt gerne Liebesromane. Sie hält einen engen Kontakt zu ihrer Leserschaft, ist gut vernetzt und erweckt bei jedem Rezensenten oder Kommentator den Eindruck, dass sie ihn wichtig nimmt.

Allein *Honigtot* verkaufte sich über 150.000 Mal als Ebook, monatelang führte sie die Kindle Bestsellerliste an und bis heute, mehr als ein halbes Jahr nach der Veröffentlichung, ist der Roman noch immer unter den Top 20 zu finden.

Hanni Münzer verdient viel Geld. Ihre Bücher kann man auf Amazon für 2,99 Euro herunterladen, die Autorin behält satte 70 Prozent davon. Wäre Sie bei einem Verlag unter Vertrag, der *Honigtot* als Taschenbuch für 9,90 Euro verkaufen würde, blieben ihr nach Abzug der Steuern weniger als 45 Cent pro Exemplar. Trotzdem verhandelt sie gerade wieder mit einem klassischen Verlag. Ihre Begründung:

„Sein Buch gedruckt im Buchhandel zu sehen, ist schon verlockend.“

