

## Wegweiser: „WEGE IN DIE VERÖFFENTLICHUNG“

(Schwerpunkt Roman)

FDA-Vortrag vom 07.04.2018 von Daniela M. Fiebig

Den passenden Weg finden:

### SELBSTANALYSE

#### Was für ein Autor bin ich?

Kompromissbereit / mag ich Teamarbeit / erfülle ich gerne Vorgaben / oder bin ich lieber Einzelkämpfer?

#### Was für ein Werk habe ich geschaffen?

Einzelwerk oder Teil einer Serie / welches Genre, und bleibe ich dabei / welche Zielgruppe spreche ich an und bediene ich diese auch mit Folgewerken?

#### Was möchte ich erreichen?

Reich werden / Taschengeld einnehmen / ist die Einnahmehöhe für mich relevant / will ich Hobby-Schreiber oder Profi sein

Hintergrund: Verlage bauen Autoren gerne als Marke auf (optischer und inhaltlicher Wiedererkennungswert), Entsprechendes ist auch über die Veröffentlichung im Selbstverlag sinnvoll

Zitat: „Das Geheimnis des Erfolges ist die Beständigkeit des Ziels.“ Benjamin Disraeli

## 1. SELFPUBLISHING

#### Für wen ist die Veröffentlichung in Eigenregie besonders geeignet?

Für Autoren,

- die Genre-Literatur verfassen (z.B. Fantasy, Liebesromane, Krimi);
  - welche die notwendigen programmtechnischen Anwendungen zumindest zu einem Teil beherrschen;
  - die innerhalb der sozialen Medien gut vernetzt sind
- oder die Entsprechendes anstreben.

Weiterhin: bleibt dieser Weg auch noch allen offen, die sich vergeblich um eine Agentur / einen Verlag bemüht haben

#### Vorteile

Entscheidungsfreiheit (z.B. betr. der Formate) / schnelles Publizieren / vollständige Kontrolle / hohe Marge (je nach Plattform und Dienstleistung bis zu 80%).

## Nachteile

Kosten vorlegen / schlecht einzuschätzende Einnahmen (jedenfalls am Anfang) / hoher Zeitaufwand.

## Zu bedienende Bereiche sind u.a.

Lektorat und Korrektorat / Satz und Layout / Covergestaltung / Druckerei-Kontakt / Vertrieb und Marketing / und nicht zu vergessen: Das Rechtliche (wie Impressumspflicht, Urheberschutz, Datenschutz, Abgabepflichten, wann und wofür braucht man eine Gewerbeanmeldung).

→ In der Regel lassen sich für alle anfallenden Bereiche Dienstleister finden

## Entscheidungshilfe

- Kann ich nach den ganzen Ausgaben einen möglichen Misserfolg (also schlechte Verkaufszahlen) bzw. schlechte Resonanz (Leserfeedback) verschmerzen
- Kosten schätzen und abwägen, ob die Ausgabe im vertretbarem Verhältnis zum erwünschten Erfolg steht
- Kann ich die Investitionen gering halten, z.B. wenn ich Arbeiten selbst ausführe oder Freunde/Kollegen helfen (brauche ich ein Komplett-oder nur ein Stillektorat, kann ich das Cover selbst gestalten? etc.)

Hinweis: die Qualität von selbstpublizierten Werken ist gestiegen!

## Informations-Quellen (Auswahl)

„Der Selfpublisher“, Magazin des Uschtrin Verlages ([www.uschtrin.de/produkte/weiteres/der-selfpublisher](http://www.uschtrin.de/produkte/weiteres/der-selfpublisher));

der Selfpublisher-Verband ([www.selfpublisher-verband.de/](http://www.selfpublisher-verband.de/));

die Selfpublisher-Bibel ([www.selfpublisherbibel.de/](http://www.selfpublisherbibel.de/)).

## 2. VERLAGSVERTRAG

### 2.1 Via Agentur

#### Wann ist der Weg über eine Agentur sinnvoll und warum?

Wenn für die Veröffentlichung ein großer oder mittelgroßer Verlag anvisiert wird; sich die Handlung des Romans außerhalb der sogenannten Genre-Literatur befindet.

Agenturen haben den nötigen „Draht“ zu Verlagen und können passgenau anbieten. Da sie auf Erfolgsbasis arbeiten, sind sie daran interessiert, schnell einen Verlag zu finden und einen guten Vertrag abzuschließen.

→ Agentur als Partner ansehen und nicht als notwendiges Übel!

Hinweis: die meisten Agenturen streben eine langfristige Zusammenarbeit an – ist man dazu bereit, d.h. passen ggf. auch die weiteren Buchprojekte in die Vertretung?

## Wie komme ich an eine Agentur?

- Im Internet stehen zahlreiche Seiten mit Listen deutscher Agenturen zur freien Verfügung, z.B.:  
<http://www.text-manufaktur.de/agenturliste.html>  
<https://www.petra-schier.de/tipps-fuer-autoren/verlags-und-agentursuche/>  
[http://dieterwunderlich.de/links\\_literaturagenturen.htm](http://dieterwunderlich.de/links_literaturagenturen.htm)
- Zum „Bewerbungsstart“ 3-5 Wunsch-Agenturen auswählen, dabei sehr überlegt vorgehen und die Webseiten der Agenturen gut studieren (passe ich und mein Roman in deren Vertretung?)
- Den Kontakt persönlich und individuell gestalten (warum habe ich diese Agentur gewählt?), evtl. durch eine erste Anfrage Interesse an einer Zusammenarbeit bekunden und bei Bedarf Details zur Einsendung erfragen.

für eine erste Einschätzung sind i.d.R. einzusenden: Exposé, Leseprobe, Autoreninformationen

## 2.2 Agentur-Bewerbung

### Anschreiben

Die Unterlagen idealerweise mit persönlicher Anrede und Bezug auf erste Kontaktaufnahme versenden. Dabei die Position zum eigenen Text deutlich machen: Was ist der USP (Unique Selling Point = Alleinstellungsmerkmal); weswegen ist dieser Roman relevant (gibt es einen aktuellen Bezug). Konkret sein und keine allgemeinen, austauschbaren Formulierungen verwenden (wie: „mein Roman ist unterhaltend und informativ“) / schnell auf den Punkt kommen, den Leser neugierig machen. Anlagen:

### Exposé

- Angaben zum Projekt (Titel, Genre, Umfang, Zielgruppe → für Leser von Autor xy / Vergleichsliteratur);
- wie ist der Text geschrieben (warum wurde dieser Erzählstil / diese Perspektive gewählt);
- die wichtigsten Figuren (kurz anreißen);
- Kurzbeschreibung des Inhalts (3-5 Sätze);
- Handlungsablauf (1 Seite).

Hinweis: für das gesamte Exposé sind bis zu 3 Seiten üblich, Agenturen wollen aber möglichst schnell einen Überblick haben und wünschen sich kürzere Exposés (d.h. möglichst auf 1 Seite komprimieren / die Länge und Ausführlichkeit vom Stoff abhängig machen)

→ entscheidend bleibt jedoch die Qualität des Textes! 😊

Daran denken: Der Roman muss dem Empfänger nicht gefallen, Ziel ist, dass dem Leser (Agenten) sofort passende Partner (Verlage) in den Sinn kommen!

### Autorenvita

Gerne mit Foto (vom Profi); keinen kompletten Lebenslauf, sondern nur Kurzeinblick geben; Fokus auf das, was für die Agentur relevant ist (Schreiberfahrung); sofern vorhanden: Veröffentlichungen und Preise. Die Kontaktdaten nicht vergessen.

### Leseprobe

Vorgabe beachten, ggf. Wunsch erfragen (üblich sind 30-50 Seiten. Tipp: es lohnt sich, zumindest diese lektorieren zu lassen). Wenn Leseprobe frei wählbar: dann sollte sie repräsentativ für den Schreibstil sein.

## 2.3 Verträge

Agenturverträge laufen i.d.R. 3-12 Monate; der Vertrag bezieht sich zumeist auf die Vertretung des Autors/die Autorin, kann aber auch projektbezogen sein (nur Buch x).

*Viel Erfolg!*