

Die Verlagssuche

Die Verlagsrecherche

Nachdem das fertige Manuskript vorliegt, ist der nächste Schritt, die geeigneten Verlage auszuwählen. Die Recherche sollte die wichtigsten Daten beinhalten: Verlagsanschrift, Programm und Ansprechpartner. Das Wichtigste ist es, sich zu Beginn einen allgemeinen **Überblick**

über die aktuelle Situation zu verschaffen. Dies kann z.B.

- im gut sortierten Buchhandel,
- durch persönliche Gespräche mit Buchhändlern,
- mittels aktueller Verlagsprogramme,
- dem Verzeichnis lieferbarer Bücher (VIB),
- auf Buchmessen und -ausstellungen,
- per Internetrecherche oder
- mit Hilfe der Broschüre „Kinder- und Jugendbuchverlage von A-Z“ der Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. geschehen.

Buchmessen bieten eine gute Möglichkeit, um Informationen über Verlagsprogramme, Ansprechpartner und Kontakte zu sammeln. Soll ein Buch oder ein Projekt bei dieser Gelegenheit persönlich vorgestellt werden, ist es empfehlenswert vorab telefonisch einen Termin zu vereinbaren. Die größte Kinderbuchmesse ist die Bologna Children's Book Fair. Außerdem finden jährlich die Frankfurter Buchmesse und die Leipziger Buchmesse statt. Außerdem gibt es verschiedene kleinere Buchausstellungen, wie z.B. die Ulmer Herbstmesse, die Münchner Herbstschau, die Stuttgarter Bücherwochen und die KIBUM in Oldenburg.

Die Entscheidung für oder gegen einen Verlag sollte nach den Kriterien des **Verlagsprofils** und der Programmschwerpunkte geschehen. Zu beachten sind außerdem die Unterschiede zwischen Verlagen die auf Einzeltitel oder Buchreihen spezialisiert sind. Außerdem gibt es allein im Kinderbuchbereich viele verschiedene Arten von Veröffentlichungen:

- Anthologien,
- Beschäftigungsbücher,
- Bilderbücher,
- Eltern-Kind-Ratgeber,
- Erstlesebücher,
- Jugendromane,
- Kinderromane,

- künstlerische Bilderbücher,
- Mini-Bilderbücher
- Sachbücher,
- Vorlesegeschichtenbücher,
- Pappbilderbücher.

Der erste Kontakt

Die **Verlagsadresse** dient als Grundlage, um einen Kontakt herzustellen. Anschließend sollten die Telefonnummer und der Name des zuständigen Ansprechpartners herausgefunden werden. Wird der erste Kontakt per Telefonanruf hergestellt, bietet das den Vorteil, dass durch das direkte Anschreiben des Verlagsleiters betriebsinterne Umwege und verlängerte Wartezeiten vermieden werden können. Der Autor kann erfahren, ob generell ein Interesse besteht. Und der Zuständige hat den Namen des Autors bzw. des Projektes schon einmal gehört.

Das **Anschreiben** umfasst nicht mehr als eine Seite und ist direkt an den zuständigen Verlagsleiter bzw. den Geschäftsführer gerichtet. Es gibt Auskunft über die Person, nimmt eventuell auf ein vorangegangenes Telefonat Bezug und beschreibt kurz das beigelegte Manuskript. Das Anschreiben und das Manuskript sollten mit einer Büroklammer und/ oder in einer Klarsichthülle in einer stabilen Versandtasche versendet werden. Der Postweg ist dem Internet zu bevorzugen, da eine E-Mail die Gefahr einer schnellen Absage birgt. Neben dem Manuskript sollte sich auch Rückporto bzw. ein frankierter Rückumschlag in den Anlagen befinden. Das erhöht die Chance einer Antwort.

Empfehlenswert ist es weiterhin, mindestens zwanzig Anschreiben gleichzeitig zu versenden, da dies die **Chancen** für ein breiteres Feedback erhöht. Eine begründete Absage kann dem Erfolg des Projektes zu Gute kommen. Deshalb bietet es sich an, zuerst die Verlage zweiter Wahl anzuschreiben. So kann Erfahrung gesammelt werden, bevor das Manuskript zu den Favoriten gesendet wird. Bleibt eine Antwort aus, lohnt es sich nach drei bis vier Wochen telefonisch anzufragen. Zu häufiges Nachfragen sollte jedoch vermieden werden, um sich nicht unbeliebt zu machen.

Weitere Möglichkeiten

Ist ein **Projekt** gänzlich erfolglos, könnte eine verbesserte Auswahl der Verlage, eine Überarbeitung der Idee bzw. eine bessere Umsetzung der Idee oder letztendlich ein neues Projekt die Lösung sein. Ansonsten könnte auch eine andere Vorgehensweise zum Erfolg verhelfen.

Es gibt drei verschiedene Arten von **Literaturagenturen**. Sie sind auf Lizenzgeschäfte, die Zusammenarbeit mit Verlagen oder die Vermittlung von Autoren spezialisiert. Eine seriöse Literaturagentur zeichnet sich dadurch aus, dass erst nach erfolgreicher Vermittlung eine Provision verlangt wird. Eine Vermittlung an Zuschussverlage sollte abgelehnt werden. Die Provision beträgt in der Regel 15 bis 20 % des Autorenhonorars. Ein Pauschalhonorar, sowie Gebühren oder Kautionen, z.B. Lektoratsgebühren, Bearbeitungsgebühren oder Vorabgebühren, sind nicht üblich. Die Vorteile einer Medienagentur sind, dass sie die aktuelle Situation auf dem Markt und seine Bedürfnisse kennt. Außerdem verfügt sie bereits über die notwendigen Kontakte.

Eine weitere Alternative ist die **Notveröffentlichung**. Als Notveröffentlichung wird ein Werk bezeichnet, das vorab als digitales Buch auf CD-ROM bzw. als Kleinstauflage erscheint, bevor es bei den Verlagen vorgestellt wird. Diese Vorgehensweise ist aus Gründen des Urheberrechts und des Titelschutzes empfehlenswert. Die Veröffentlichung des Werkes als E-Book beinhaltet weiterhin die Vergabe einer ISBN-Nummer und die Aufnahme in das Verzeichnis Lieferbarer Bücher (VLB).

Der **Autoren ohne Verlag e.V.** (AOV) ist ein Verein, der Autoren unterstützt, die noch auf der Suche nach einem Verlag sind. Das Ziel dieses gemeinnützigen Vereins ist, es: „[...] kulturelle, schriftstellerische und künstlerische Werke aller Art zu erhalten und der Öffentlichkeit [...] zugänglich zu machen.“ Den Mitgliedern stehen folgende Leistungen zur Verfügung: die

Publikation als „Digitales Buch“ auf CD-ROM, die Zusammenarbeit mit dem Lectura-Verlag sowie die Möglichkeit einer kostenlosen Notveröffentlichung. Der Jahresbeitrag beträgt 65,- € pro Jahr.

Die Verlagsgründung

Die erste Hürde bei der Gründung eines eigenen Verlages ist der **Gewerbeschein**. Für ca. 10 bis 40,- € kann auf dem Gewerbeamt ein Gewerbe für die „Herstellung und Vertrieb von Verlagserzeugnissen“ angemeldet werden. Als Rechtsform für die Unternehmung kommen meist das Einzelunternehmen oder die GbR (Gesellschaft bürgerlichen Rechts) in Frage. Der Selbstständige hat die absolute unternehmerische Freiheit und das alleinige Entscheidungsrecht, trägt aber auch das unternehmerische Risiko. Die Gründung einer GbR erfordert ein Mindestkapital. Die Unternehmer haften als Privatpersonen.

Nach der Gewerbeanmeldung erhält der Selbstständige seine **Steuernummer** vom Finanzamt. Laut § 19 des Umsatzsteuergesetz' (UstG) haben Kleinunternehmer ein Recht auf Steuerbefreiung, d.h. es ist keine monatliche Umsatzsteuervoranmeldung erforderlich. Als Kleinunternehmer gelten alle Unternehmen mit weniger als 17.500,- € Jahresumsatz.

Ein Eintrag ins **Handelsregister** ist erst ab einem Jahresumsatz von 350.000,- € pro Jahr gesetzlich vorgeschrieben. Unternehmen der Größenordnung mit 30.000,- bis 350.000,- € Jahresumsatz dürfen auch ohne den Eintrag ins Handelsregister einen neutralen Verlagsnamen verwenden. Kleinere Unternehmen mit bis zu 30.000,- € Umsatz pro Jahr dagegen müssen Vor- und Zunamen des Unternehmers beinhalten.

Zu den gesetzlichen Vorschriften kommen die **Anforderungen** des Buchhandels an die Verlage. Vorausgesetzt werden neben dem ISBN-Code, der Aufnahme im VLB und dem Barcode:

- eine Rabattregelung,
- die Einbindung in Warenwirtschaftssysteme,
- die Regelung von Remissionen,
- die Bereitstellung von Werbematerial, sowie
- ins Regal passende Formate.