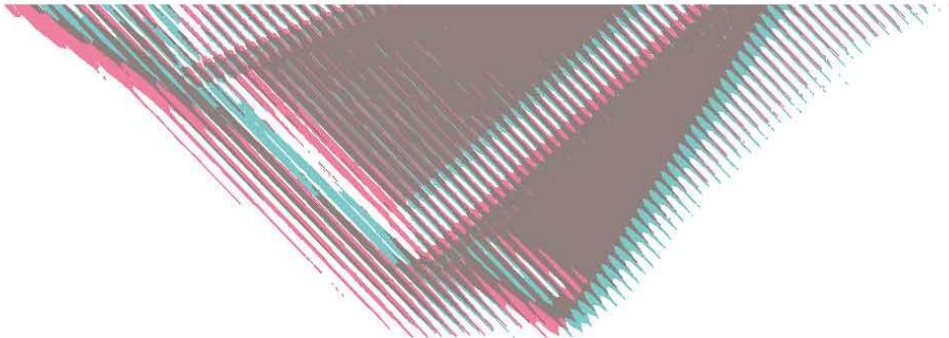




WIE VERÖFFENTLICHE ICH EIN MANUSKRIFT?

Wissenswertes für Autor:innen und Herausgeber:innen

Wer erstmals ein Werk veröffentlichen möchte, sollte sich im Vorfeld auch über die Möglichkeiten informieren, die sich in Bezug auf Publikationsformen und Vertriebskanäle bieten. Wird die Aufnahme in einen grossen Publikumsverlag oder einen Kleinverlag angestrebt, sind die Fragestellungen andere, als wenn die Herausgabe im Selbstverlag ins Auge gefasst wird. Für die Publikationsform stehen unter anderem verschiedene Formen von Printmedien (Bücher, Zeitungen, Zeitschriften, Landkarten etc.), Tonträger (Hörbücher), Filmmedien und elektronische Medien (Offline- und Online-Publikationen) zur Auswahl. Dieses Merkblatt fasst die wichtigsten Punkte und Fragen dazu zusammen.



Inhalt

1. Der «klassische» Weg der Verlagssuche	3
1.1. Selber einen Verlag suchen	3
1.2. Verlagssuche über eine Literaturagentur	4
2. Publizieren im Selbstverlag	4
2.1. Urheberrechtlicher Schutz	4
2.2. Nutzungsrechte anderer einholen	4
2.3. Titelschutz	4
2.4. ISBN	5
2.5. Impressum	5
2.6. Print on Demand	5
2.7. Herstellung eines E-Books	5
2.8. Verkaufspreis festsetzen	5
2.9. Pflichtexemplar für die Nationalbibliothek	5
2.10. Wie kommt meine Publikation in die Buchhandlung?	6
2.11. Wichtige Verzeichnisse für Titeleinträge	6
2.12. Marketing	6
2.13. Vertrieb	7
2.14. Zwischenbuchhandel	7

1. Der «klassische» Weg der Verlagssuche

1.1. Selber einen Verlag suchen

Die Aufnahme in ein Verlagsprogramm zeugt grundsätzlich von der Qualität eines Produktes und erhöht die Chancen auf eine breite Vermarktung und Abnahme erheblich. Die meisten Verlage verfügen über ein gutes Netzwerk innerhalb der Branche, was eine effiziente Werbung und die regelmässige Betreuung verschiedener Vertriebskanäle sicherstellt. Wer sein Werk einem Verlag zur Veröffentlichung übergeben und sein Manuskript zur Prüfung einreichen möchte, sollte die genauen Bestimmungen des jeweiligen Unternehmens diesbezüglich beachten. Der Inhalt und Stil der Publikationsidee sollten in das Verlagsprogramm passen und die auf den Webseiten unter «Manuskripteinreichung» genannten Kriterien müssen erfüllt sein. Aufgrund der Vielzahl der Einsendungen, kann die Prüfung eines eingesandten Exposés einige Monate dauern. Es hängt stark von der Qualität und der Thematik des Manuskriptes, vor allem aber von der Kapazität der Verlage ab, ob die Aufnahme in ein Verlagsprogramm in Erwägung gezogen wird. Um ein qualitativ hochstehendes Programm zusammenzustellen, müssen die Verlagslektorate die Auswahl mit grosser Sorgfalt treffen.

Für Autor:innen und Illustrator:innen von Kinder- oder Jugendbuchprojekten hat die *Arbeitsgemeinschaft von Jugendbuchverlagen e.V. (avj)* einige wichtige [Tipps & Tricks](#).

Wenn ein Verlag Interesse an der Veröffentlichung eines Manuskriptes zeigt, sollten die verschiedenen Nutzungsmöglichkeiten des Textes/der Illustrationen durch einen Vertrag geregelt werden. Als Anhaltspunkte können Musterverträge dienen, zu finden z.B. auf der Seite des Vereins [Autorinnen und Autoren der Schweiz](#) oder zu bestellen unter www.sbv.ch. Ein professionell geführter Verlag hat üblicherweise die Pflichten, die Publikation auf eigene Kosten herzustellen, zu vertreiben und den Schriftsteller:innen/ Künstler:innen ein Honorar zu bezahlen. Dazu gehört auch ein professionelles Korrekturat und Lektorat des Manuskriptes. Ausserdem gewährleistet die Betreuung durch einen Verlag eine fachkundige und branchennahe Beratung, die dazu beiträgt, eine Publikation/ein Produkt professionell und relevant für die entsprechenden Abnehmerkanäle aufzubereiten.

An dieser Stelle möchten wir darauf hinweisen, dass sogenannte Druckkostenzuschussverlage oder Selbstzahlverlage das unternehmerische Risiko einseitig auf die Autor:innen abwälzen und als unseriös gelten. Dies deshalb, weil die Autor:innen bis zu fünfstelligen Beträge für die Veröffentlichung einer Publikation zu bezahlen haben. Dabei bleibt Lektorat und Marketing nicht selten unzureichend. Hinzu kommt, dass diese Veröffentlichungen für den stationären Buchhandel uninteressant sind und von seriösen Zeitungen in der Regel nicht rezensiert werden. Um unfaire Verlage besser erkennen zu können, sind nachstehend einige Punkte aufgeführt, die dringend erhöhte Aufmerksamkeit erfordern:

- Sie suchen mittels offener Werbeanzeigen in renommierten Zeitungen sowie im Internet aktiv nach Autor:innen oder Manuskripten (ein seriöser Verlag sucht in der Regel weder Autor:innen noch Manuskripte durch Werbeanzeigen)
- Sie fordern zur sofortigen Manuskripteinsendung auf
- Sie haben besonders literarisch klingende Namen
- Sie verlangen für die Veröffentlichung bis zu fünfstelligen Beträge, was nicht immer zu Beginn der Verhandlungen kommuniziert wird

Bitte beachten Sie unbedingt auch die weiterführenden Hinweise auf www.aktionsbuendnis-faire-verlage.com.

Trotz dieser Warnsignale muss keiner der erwähnten Punkte zwingend bedeuten, dass es sich um ein unseriöses Geschäftsmodell handelt. Nicht jeder Verlag, der Zuschüsse erhebt, muss als unfair gelten. Ist eine Publikation für ein kleineres Zielpublikum bestimmt, können vom Verleger durchaus Druckkostenzuschüsse erhoben werden. Dies wird üblicherweise vorab im Autorenvertrag geregelt und basiert auf transparenten Offerten der Druckereien. Es handelt sich dabei vorwiegend um Fach- und Sachbücher oder wissenschaftliche Publikationen, kaum um Belletristik.

1.2. Verlagssuche über eine Literaturagentur

Literaturagent:innen betreuen und vermitteln Schriftsteller:innen an Verlage und suchen Interessent:innen für die Abnahme von Nebenrechten wie Übersetzungen, Verfilmungen usw. Sie kennen sich in der Verlagslandschaft sowie dem Urheberrecht aus und handeln die entsprechenden Verträge aus. Von ihren Mandant:innen erhalten sie eine Provision, im Schnitt etwa 15 % des Honorars, das die Autorin/der Autor vom Verlag erhalten. Weniger seriöse Agenturen lassen sich von den Autor:innen bezahlen, bevor es zu einem erfolgreichen Vertragsabschluss kommt.

Von einer seriösen Agentur als Autor:in aufgenommen zu werden, kann ähnlich schwierig sein, wie einen Verlag zu finden. Zu beachten sind auch hier die Hinweise, die auf den entsprechenden Webseiten der Agenturen veröffentlicht sind.

2. Publizieren im Selbstverlag

Sind Sie bei der Verlagssuche nicht fündig geworden, oder wollen Sie es aus anderen Gründen ohne Verlag versuchen (z.B. als Verein, Schule oder Museum), publizieren Sie im Selbstverlag/als Selbstverleger:in. Dies bedeutet, die Verantwortung und die Finanzierung selbst zu übernehmen und sich selber um Rechteabklärung, ISBN, Vertrieb, Marketing etc. zu kümmern. Dabei ist es unabdingbar, sich vorab mit den Spielregeln im Buchhandel und/oder Internethandel vertraut zu machen. Nachstehend sind einige wichtige Informationen dazu aufgeführt.

2.1. Urheberrechtlicher Schutz

In der Schweiz sind der Titel und der Inhalt einer Publikation urheberrechtlich geschützt, sofern sie individuellen Charakter haben. Der Schutz entsteht automatisch mit der Schöpfung und bedingt somit keine Anmeldung oder Registrierung. Er dauert bis 70 Jahre nach dem Tod des Urhebers. Vgl. [Art. 2 und 29 Urheberrechtsgesetz](#) (URG).

Wer das Werk nutzen darf und in welcher Art dies geschehen kann, bestimmt allein der Urheber. Für die Rechtswahrnehmung durch die Schweizerische Urheberrechtsgesellschaft für Literatur und bildende Kunst kann sich die Autorin/der Autor mit [ProLitteris](#) in Verbindung setzen oder mit [Creative Commons](#) kostenlos Lizenzen für die Weiterverwendung erstellen.

2.2. Nutzungsrechte anderer einholen

Werden aus anderen Werken Fotos, Abbildungen oder grössere Textabschnitte veröffentlicht, muss die Genehmigung beim Rechteinhaber eingeholt werden. Auskünfte und Genehmigungen erteilen die entsprechenden Verlage oder [ProLitteris](#).

2.3. Titelschutz

Informationen zum Titelschutz finden Sie im Dokument [Titelschutz und andere Rechtsfragen](#) sowie auf www.boersenblatt.net/titelschutz.

2.4. ISBN

Die Internationale Standard Buchnummer (ISBN) kennzeichnet weltweit unverwechselbar jede einzelne monographische Publikation und ist Voraussetzung für einen Titeleintrag auf Vertriebsplattformen. Ein solcher Titeleintrag ist wichtig, wenn die Publikation über die Buchhandlungen und entsprechende Onlineportale auffindbar und bestellbar gemacht werden soll. Ist die Publikation nicht für die Öffentlichkeit bestimmt oder wird sie über eigene Kanäle ausserhalb der Buchbranche vertrieben, muss ihr keine ISBN zugeteilt werden. Weitere Informationen zur ISBN finden Sie im [FAQ](#).

2.5. Impressum

Die Impressumspflicht für nicht periodische Publikationen wurde in der Schweiz 1998 aufgehoben. Für Publikationen, welche im Ausland vertrieben werden, sind allenfalls ausländische Vorschriften über die Impressumspflicht zu beachten.

2.6. Print on Demand

Wer sein Werk nicht in einer grösseren Anzahl drucken und lagern will, hat die Möglichkeit, über Print-on-Demand-Anbieter laufend die gerade gefragte Anzahl herstellen zu lassen. Es sind hierzu online die verschiedensten Anbieter wie zum Beispiel [epubli](#) zu finden.

2.7. Herstellung eines E-Books

Die einfachste Möglichkeit, ein E-Book zu veröffentlichen, ist das Anbieten eines PDF-Dokumentes über die eigene Homepage. Zahlreiche Dienstleister bieten zudem das Veröffentlichen digitaler Texte in gängigen E-Book-Formaten an und machen diese über entsprechende Plattformen im Handel verfügbar. Nachstehend finden Sie eine Auswahl solcher Dienstleister:

- www.bod.ch
- www.bookwire.de
- www.epubli.de
- www.xinxii.com
- www.neobooks.com
- www.bookrix.de

2.8. Verkaufspreis festsetzen

Bei der Preisgestaltung kann nebst den Produktionskosten und dem Einberechnen einer Handelsspanne der Marktvergleich Orientierung bieten. Dabei ist zu beachten, dass in Deutschland und Österreich die gesetzliche Buchpreisbindung gilt. Das »[Verzeichnis Lieferbarer Bücher](#)« ist seit 2011 die allgemein gültige Referenzdatenbank für die vom Verlag verbindlich festgesetzten Ladenpreise aller lieferbaren deutschen Bücher und E-Books.

2.9. Pflichtexemplar für die Nationalbibliothek

Die [Schweizerische Nationalbibliothek](#) hat laut Artikel 3 des Bundesgesetzes vom 18. 12.1992 (NBibG; SR 432.21) einen Sammelauftrag für alle Publikationen, die in der Schweiz erscheinen. Zwischen der *Schweizerischen Nationalbibliothek* und dem *SBVV Schweizer Buchhändler- und Verleger-Verband* besteht eine Vereinbarung, die Verlage/Herausgeber:innen verpflichtet, der Landesbibliothek je ein Exemplar ihrer gedruckten Werke unmittelbar nach Erscheinen und unberechnet zuzusenden. In besonderen Fällen kann von einer Gratislieferung abgesehen werden.

Da die ISBN Agentur Schweiz keine Informationen zu Autor:innen, Titel, Erscheinungsjahr usw. der Publikationen erfasst, müssen auch gemäss den von der internationalen ISBN-Agentur vorgegebenen Richtlinien Verleger:innen und Selbstverleger:innen ihre Publikationen zwecks Erfassung der Metadaten bei der Nationalbibliothek einreichen. Die Nationalbibliothek verpflichtet sich, Metadaten der eingesandten Publikationen innert kürzester Frist in der Nationalbibliographie «[Das Schweizer Buch](#)» und im Katalog «[Helveticat](#)» anzuzeigen. Beide Verzeichnisse stehen online zur Verfügung unter www.nb.admin.ch.

Schweizerische Nationalbibliothek
Erwerbungsdienst
Hallwylstrasse 15
3003 Bern

2.10. Wie kommt meine Publikation in die Buchhandlung?

Mit einem Titeleintrag auf einer entsprechenden Vertriebsplattform machen Sie Ihre Publikation für den Buchhändler bestellbar. Eine Auswahl zu treffen aus den über 100'000 deutschen Neuerscheinungen pro Jahr und derzeit zwei Millionen Titel im «[Verzeichnis Lieferbarer Bücher](#)» stellt den Buchhandel vor eine grosse Herausforderung. Aus diesem Grund können Selbstverleger:innen nicht davon ausgehen, dass Buchhändler:innen Neuerscheinungen von sich aus entdecken und an Lager führen. Novitäten professioneller Verlage werden dem Buchhandel von Verlagsvertreter:innen und mittels Vorschauen vorgestellt und verkauft. Auf Wunsch der Kundin/des Kunden werden Buchhändler:innen jedoch jeden lieferbaren Titel bestellen oder auf Anfrage allenfalls einige Exemplare davon in Kommission nehmen.

2.11. Wichtige Verzeichnisse für Titeleinträge

- www.vlb.de (Verzeichnis Lieferbarer Bücher) für den deutschsprachigen Raum, einsehbar unter www.buchhandel.de
- www.buchzentrum.ch (Verlagsauslieferung und Barsortiment mit Webshop für Buchhandlungen)
- www.electre.com (verzeichnet keine Titel mit ISBN-Einzelnummern)
- [Nielsen Title Editor](#)
- www.booksinprint.com
- www.amazon.com

2.12. Marketing

Werbeanzeigen in Branchen- und Kundenmagazinen wie z.B. dem «[Schweizer Buchhandel](#)», dem «[Börsenblatt](#)», dem «[Buchjournal](#)» oder dem «[Anzeiger](#)», bieten die Möglichkeit, direkt den Buchhandel beziehungsweise die Leser:innen anzusprechen. Gezielte Kontaktaufnahme mit Vertreter:innen lokaler Medien oder Redaktionen von Fachmedien können die Chance auf eine Buchbesprechung oder die Erwähnung der Publikation erhöhen. Mit Lesungen und Veranstaltungen, in einem zum Thema passenden Umfeld, lassen sich zudem potenzielle Leser:innen ansprechen. Wichtig sind natürlich auch ihr persönliches Netzwerk und die sorgfältige Adresspflege. Dazu lassen sich die vielfältigen digitalen Möglichkeiten nutzen, wie eine eigene Homepage, ein Blog oder die sozialen Netzwerke. Eine weitere Möglichkeit ist die Teilnahme an einer der internationalen Buchmessen. Der *SBVV* bietet in Zusammenarbeit mit der Kulturstiftung *Pro Helvetia* und anderen Institutionen eine preisgünstige Gelegenheit für einen Auslandsauftritt am [Gemeinschaftsstand](#) der Schweizer Verlage an. Wichtige Messen im deutschsprachigen Raum finden in Frankfurt a.M., in Leipzig und in Wien statt.

2.13. Vertrieb

Wenn die Lagerung, die Bestellabwicklung und der Versand nicht selber übernommen werden will, ist es empfehlenswert, dies bereits bei der Wahl der Herstellung zu berücksichtigen. Es gibt Angebote von Druckereien, die nebst der Herstellung auch die Lagerung und die Bestellabwicklung inklusive Auslieferung beinhalten. Sollte sich eine grössere Nachfrage ergeben, kann der Vertrieb über den Zwischenbuchhandel sinnvoll sein, da dadurch eine Lieferung an die Buchhandlung über Nacht garantiert ist.

2.14. Zwischenbuchhandel

Der Zwischenbuchhandel, auch Verlagsauslieferung, Barsortiment oder Grossist genannt, übernimmt für zahlreiche Verlage die Lagerung und Auslieferung deren Publikationen und führt somit ein umfangreiches Buchlager. Die Buchhandlungen erhalten die dort gelagerten Titel über Nacht geliefert. Der Verlag wird damit von der gesamten Bestellabwicklung entlastet, muss jedoch gegenüber der Handelsspanne einen höheren Rabatt kalkulieren, um den Zwischenbuchhandel für seine Dienstleistungen zu entschädigen. Aus wirtschaftlichen Gründen können die Betreiber des Zwischenbuchhandels lediglich eine beschränkte Auswahl aller lieferbaren Titel an Lager nehmen. Dies erschwert oder verunmöglicht nicht selten die Aufnahme von Publikationen im Selbstverlag oder von Kleinstverlagen.