



Federwelt

ZEITSCHRIFT FÜR AUTORINNEN UND AUTOREN

Textküche: Erotik
in Szene(n) setzen

Eigne ich mich
zum Selfpublisher?

Buch zu verschenken:
Creative-Commons-Lizenz

Schriftstellerpaare – ein
benedenswertes Modell?



FORTBILDUNGEN FÜR AUTORINNEN UND AUTOREN

im 1. Halbjahr 2014 am Nordkolleg Rendsburg

17. – 19. JANUAR 2014

Die Macht der Stimme – Sprich aus, was in Dir steckt

DOZENT Sven Görtz [Autor und Hörbuchsprecher;
www.svengoertz.de]

ANMELDESCHLUSS 29. Dezember 2013

17. – 19. JANUAR 2014

Schreiben und Inszenieren – Von der Idee zur Szene, vom Papier zur Bühne – Geschichten entwickeln und darstellerisch umsetzen

DOZENTIN Turid Müller [Schauspielerin, Autorin]

ANMELDESCHLUSS 29. Dezember 2013

13. – 16. FEBRUAR 2014

Buchbinden – Vom Shortlistexemplar zum Handeinband

DOZENTIN Ingeborg Hartmann [Buchbinde-
meisterin]

ANMELDESCHLUSS 21. Januar 2014

21. – 23. FEBRUAR 2014

Interviewlounge: Video-Interviews für Autoren –

ein effizientes Instrument im Selbstmarketingmix
DOZENTIN Kerstin Carlstedt [Journalistin;
www.interviewlounge.tv]

ANMELDESCHLUSS 02. Februar 2014

28. FEBRUAR - 02. MÄRZ 2014

Leichtschreiben: Hörst Du die eigene Stimme?

DOZENT Dr. Martin Beyer [Literaturvermittler,
Schriftsteller, Journalist]

ANMELDESCHLUSS 09. Februar 2014

28. – 30. MÄRZ 2014

Nordtext XI – Textwerkstatt

DOZENT Dr. Rainer Goetz [Literaturverlag Droschl]

ANMELDESCHLUSS 28. Februar 2014

11. - 13. APRIL 2014

Thrill to kill – in acht Schritten zum eigenen Stoff

DOZENTEN Hilka Zebothsen, Christoph Ernst
[Autorin und Krimiautor]

ANMELDESCHLUSS 23. März 2014

30. APRIL – 04. MAI 2014

Speakview – Sprache als Klang, Klang als Sprache

DOZENTIN Antje Vowinckel [www.antjevowinckel.de]

ANMELDESCHLUSS 09. April 2014

30. APRIL – 04. MAI 2014

Figurenentwicklung in Film, Theater und Hörspiel

DOZENTEN Christian Mertens, Bartosz Werner
[Autoren und Regisseure]

ANMELDESCHLUSS 9. April 2014

26. – 31. MAI 2014

Zeit fürs eigene Buch. Ein Coaching- und Schreibseminar

DOZENTEN Lisa Kuppler, Carlo Feber [Krimi-
autoren und Autorentainer]

ANMELDESCHLUSS 27. April 2014

13. – 16. JUNI 2014

Kinder- und Jugendbuchautor – Vom Manuskript zum Verlag, Einstiegsseminar

DOZENTEN Alexandra Rak, Ralf Schweikart
[freie Lektorin und Redakteur]

ANMELDESCHLUSS 16. Mai 2014

27. – 29. JUNI 2014

Medienkompetenz für Autoren und Kreative aus Kunst und Kultur

DOZENTEN Christoph Ernst, Klaus-Peter Flügel
[Autor und PR-Berater]

ANMELDESCHLUSS 08. Juni 2014

Alle Seminare werden freundlich unterstützt durch das Literaturhaus Schleswig-Holstein.

Weitere Informationen zu den Seminaren, Preise, Anmelde-möglichkeiten und das komplette Programm des Fachbereichs Literatur & Medien am Nordkolleg Rendsburg finden Sie unter www.nordkolleg.de. Gern schicken wir Ihnen das Programm auch in gedruckter Form zu.

Inhalt



© Christoph Hellmke

ARTIKEL & INTERVIEWS

„Eigne ich mich zum Selfpublisher?“	4–7
E-Books unter die Lupe genommen (Teil 6): Digitales Schlaraffenland?	8–9
Selfpublishing mit einer Creative-Commons-Lizenz	10–14
Durchs Winterloch – Wenn die Verlage schweigen	36–37
Kleine Tierkunde für AutorInnen	38–39
Kein Geld für Werbung – selbstinszenierte Werbemaßnahmen	44–46
O, Tannenbaum – Eine Weihnachtskarte	46–47
Liirt mit einem Autor (Folge 6): Sandra Kreisler & Roger Stein, Natascha Wodin & Wolfgang Hilbig	48–53
Schreiben für Daily Soaps (Teil 6): Realistische Dialoge	58–61

TEXTKÜCHE mit Gasch & Co.

Folge 12: Erotik in Szene(n) setzen	16–24
Textprofis: Sandra Henke und Ednor Mier	21
Zutatenliste	25–29
Barbara Heinzius – Der Erfolg von „Shades of Grey“	28
Michelle Raven – Der Thrill im Liebesroman	30

REZENSIONEN

Vom Wagnis, die Welt in Worte zu fassen	57
LaborBefund – Literatur aus der Wirklichkeit	66

KOLUMNEN

Rezitationskurs von Michael Rossié: Die Hände	12
Impulsbar: Einen Streit im Dialog schildern	15
Uschmanns Schriftstellerwerkstatt: Freie Assoziation	31
Stilsicher werden mit Thorsten Hinck: Der Nominalstil	32
Glaser, Klönne und der Krimi: Kurzkrimis	34
Reich werden mit Goetz Buchholz: Versicherungen	35
Mein erster Verlagsvertrag: Hannes Jaenicke	54–55
Die Kummerecke	56
Waldscheidt: Meine letzte Recherche	62–63

PROSA

Menantes-Publikumspreis 2012	
Waltraud Bondiek „Luxus, Stille und Wollust“	33

AUSSERDEM

Terminkalender	40–43
Impressum, Kurzmeldungen	64–65

„Mach doch dein Buch selber und lad es bei Amazon hoch!“ Viele AutorInnen, die auf der Suche nach einem traditionellen Verlag sind, können diesen Spruch nicht mehr hören. Als ob das so easy wäre! Als ob sich ein Buch dadurch quasi von allein rasend verkaufen und man zum gutverdienenden Selfpublisher aufsteigen würde. – Oder ist es vielleicht doch gar nicht so schwer? Matthias Wenzel hat es ausprobiert und erzählt auf den nächsten Seiten von seinen Erfahrungen. Einen ähnlichen Weg ist Jens Brehl gegangen, den wir Ihnen ebenfalls in diesem Heft vorstellen. Er hat seine Geschichte als PDF kostenlos ins Netz gestellt und sein geistiges Eigentum mit einer Creative-Commons-Lizenz geschützt. In diesen Tagen erscheint sein Werk außerdem in einem kleinen Verlag.

Quintessenz: Selfpublishing ist ein gangbarer Weg – und kaum noch mühsamer, als sein Buch bei einem traditionellen Verlag zu veröffentlichen. Denn ob groß oder klein, alle Publikumsverlage erwarten mittlerweile von ihren AutorInnen, dass sie sich kräftig ins Zeug legen und bei der Vermarktung ihrer Bücher mit-helfen. Vorbei die Zeiten, als AutorInnen hauptsächlich fürs Schreiben zuständig waren und sich die Verlage um den großen Rest kümmerten. Das musste auch Anja Wedershoven erleben, nachdem sie endlich einen Verlag für ihren Roman gefunden hatte. In ihrem Beitrag schildert sie, mit welchen Marketingaktionen sie den „Abverkauf“ ankurbeln konnte und mit welchen nicht. Ein Artikel, der sicher auch für Selfpublisher interessant ist.

Womit wir wieder beim Thema „Selfpublishing“ wären. Vielleicht sollte sich auch Laura Rose darin versuchen. Als Ghostwriterin und gefragte Sachbuchauto-rin arbeitet sie mit vielen namhaften Verlagen zusammen und schreibt und verkauft jährlich um die fünf Bücher. Und dennoch tut sich vor ihr alle Jahre wieder dieses ominöse Winterloch auf. Winterloch? Das kennen Sie nicht? Dann blättern Sie doch gleich mal zu Seite 36 ...

Das Federwelt-Team wünscht Ihnen ein frohes Weihnachtsfest und ein gutes neues Jahr!

Sandra Uschtrin
Herausgeberin

Eigne ich mich zum Selfpublisher?

Matthias Wenzel erklärt, warum dies die Frage ist, die sich alle stellen sollten, die über Selfpublishing nachdenken.



Verlegen im Alleingang

Selfpublishing ist nichts Neues. Schon immer gab es Autorinnen und Autoren, die ihre Manuskripte selbst verlegt haben. Doch im Unterschied zu früher werden Selfpublisher nicht mehr belächelt und als Schreiberlinge abgetan, die keinen Verlag „abgekriegt“ haben. Dazu gibt es mittlerweile zu viele erfolgreiche AutorInnen unter den Indies, wie Selfpublisher sich gerne nennen. „Indie“ – das kommt von „independent“, unabhängig. „Indie-Autor“ – der große Euphemismus für „Einzelkämpfer“.

Im Mai 2012 befand ich mich in der zuvor seltenen Position, über zwei Ressourcen auf einmal zu verfügen: Zeit und Geld. Ich beschloss, mir ein Vierteljahr Auszeit vom Beruf zu nehmen und einen lange gehegten Traum vom eigenen Buch zu verwirklichen. Die Angst, vom Ersparten leben zu müssen, war groß, aber die davor, meine kreativen Ideen womöglich niemals mehr umzusetzen, noch größer. Der Zeitdruck forderte von mir, das Schreiben wie jeden anderen Beruf zu sehen. Früh aufstehen, duschen, Frühstück, ab an die Recherche. Dann so lange schreiben, bis die 2000 Wörter geschafft waren.

Die Tage wurden lang, aber machten auch Spaß. Einzig die Unsicherheit, was werden würde, sobald ich fertig sein würde, lastete schwer auf mir. Ich begann früh, mich mit dem Thema Veröffentlichung zu beschäftigen. Was man im Internet lesen konnte, war demotivierend. „Nur die wenigsten Schriftsteller können vom Schreiben alleine leben“, war der Unkenruf. Trotz war meine Reaktion und mein innerer Geschäftsmann übernahm. Ein Buch ist ein Produkt. Ein geschätztes

noch dazu. Einen besseren Ruf wie den von Büchern kann man sich kaum wünschen, wenn man sie verkaufen will.

Die vermeintlich volle Kontrolle

Der neue Internetmarkt lockt: Amazon, Neobooks und Co. versprechen die volle Kontrolle über das eigene Werk, einfache Wege, um es an den Leser zu bringen und nicht zuletzt einen größeren Anteil am finanziellen Kuchen. Hobby- und Neuauf Autoren werden davon naturgemäß genauso angezogen wie gestandene Verlagsschriftsteller, die plötzlich neue Möglichkeiten sehen, ihre Backlist in Eigenregie neu zu vermarkten.

Die Anbieter betonen besonders das Demokratische am Selfpublishing. Jeder kann sein Buch veröffentlichen. Es ist doch alles so einfach, oder? Nein, ist es nicht!

Sicher, den einmal geschriebenen Text eBooktauglich zu formatieren, mit Cover und Titel zu versehen, anschließend hochzuladen und dann auf Verkäufe zu warten, das ist tatsächlich nicht besonders schwer. Mit ein wenig Einarbeitungszeit sollte das jeder schaffen, der mit einem Webbrowser und einer Textverarbeitung umgehen kann. Die Ernüchterung folgt später.

September 2012. Aus drei geplanten waren inzwischen fünf Monate geworden. Mein Konto schrönte, meine Familie, Partnerin und Freunde waren skeptisch, hielten aber trotzdem ob meiner bereits geleisteten Arbeit und Disziplin zu mir. Die Deadline wurde auf den ersten Januar erweitert. „Ausgerechnet einen historischen Roman als Erstling?“, war die häufigste Frage von außen.

Für mich gab es da keine Zweifel. Seit ich seine eigenen Worte gelesen hatte, wusste ich, dass ich die Geschichte meines Protagonisten erzählen wollte.

Meine Recherchen über das Veröffentlichen liefen derweil weiter. Als das Ende meines ersten Entwurfs in Sicht kam, entschied ich mich dazu, mir von einem Agenten helfen zu lassen. Exposé und Leseprobe wurden zusammengestellt und mit jeweils persönlichen Anschreiben an etwa zwanzig Agenturen per E-Mail versandt.

Am zweiten Januar war der erste Entwurf zu meiner Zufriedenheit fertig und ich begann aus Zeitdruck direkt mit der Überarbeitung. Die Resonanz der Agenten war bittersüß. „Du kannst schreiben, die Idee ist gut, aber ... es ist zu lang für einen unbekanntem Autor. Das bekommen wir niemals bei einem Verlag unter. Zu hohes Risiko.“

Kürzung und Aufteilung wurden angeraten, für mich war das aber unmöglich. Auch der finanzielle Aspekt und die Aussicht, noch mal mindestens ein Jahr bis zur Veröffentlichung warten zu müssen, ließen mich immer stärker am „klassischen Weg“ zweifeln. Ich begann, mich mit Selfpublishing auseinanderzusetzen.

Das böse Erwachen

Niemand weiß die Mühe zu würdigen, die man in all die Arbeit gesteckt hat. Das „Buch“ – besser: die Textdatei – ist hochgeladen und verschwindet im virtuellen Nirvana, und die Verkäufe lassen sich an einer Hand abzählen. Warum? Man hat doch alle guten Tipps befolgt, Homepage und Facebook-Account erstellt und allen Freunden mitgeteilt, dass das Buch nun erhältlich ist! Trotzdem bleibt der erhoffte Ansturm aus.

Es beginnt die Suche nach den Ursachen. Wenn man die Gespräche auf Internetforen zum Thema Selbstverlag/Selfpublishing verfolgt, kristallisiert sich bald heraus: Viele Autoren, die auf diesen Markt drängen, stellen sich die falschen Fragen oder gehen mit der falschen Einstellung ans Werk. Die Frage sollte nicht lauten: „Ist Selfpublishing für mich geeignet?“, sondern vielmehr: „Eigne ich mich fürs Selfpublishing, also für das Verlegen und Vermarkten meiner eigenen Werke?“

Geht man dieser Frage nach, dämmert es einem schnell, dass der Erfolg eben doch nicht von alleine kommt. Mit Schreiben und Hochladen des Werkes auf einer der Plattformen für Selfpublisher ist die Arbeit nicht zu Ende. Im Gegenteil, sie fängt erst an.

Will man mit einem selbstveröffentlichten Werk Erfolg haben, muss man im schlimmsten Fall folgende Rollen übernehmen: Autor, Lektor, Korrektor, Mediengestalter, Marketingabteilung, Communitymanager, Geschäftsmann, Webdesigner und Vertrieb. Soll das Buch obendrein noch in gedruckter Form erscheinen, kommen noch Grafiker, Buchsetzer, Lieferant und Vertreter hinzu.

März 2013. Die Entscheidung zum Selfpublishing war gefallen. Es begann die Suche nach Hilfe. Ein alter Freund hatte seine Karriere bei Printmedien begonnen und erklärte sich bereit, gemeinsam mit mir ein Cover zu entwerfen. Google wurde bemüht, um die meistgesuchten Begriffe rund um das Thema „erster Kreuzzug“ zu erfahren. Wir besichtigten Buchhandlungen, um Farben und Designs zu entwickeln, die aus der Masse der Wühltische und Internetlisten herausstechen würden. Marketingwebseiten wurden nach Informationen durchsucht. Die meisten Spontankäufe finden nach 30 Sekunden statt, erfuhr ich zum Beispiel. So lange muss man den potenziellen Leser „festhalten“. Cover, Titel, Klappentext wurden danach erstellt, dies zu gewährleisten. Währenddessen ließ ich mein Buch testlesen und fügte Korrekturen ein.

Delegation

Vieles lässt sich heutzutage „outsourcen“. Im Internet finden sich genug freie Lektoren, Illustratoren, Korrektoren und andere Profis, die einem angehenden Selfpublisher viel Arbeit abnehmen können und gleichzeitig ein Mindestmaß an Professionalität schaffen, um das Produkt „Buch“ wenigstens mit einem ansprechenden Äußeren zu versehen. Dabei ersetzt der Selfpublisher eigene Arbeitszeit mit Geld. Alles lässt sich allerdings nicht delegieren. Für die Qualität des Inhalts, das Marketing und den Kontakt zum Leser muss der Indie selbst sorgen.

Mai 2013. Es war so weit! Am 4. Mai wurde das Buch auf Amazon veröffentlicht. Zwei Tage später erschien die Paperbackausgabe, die ich über den Amazon-eigenen Print-on-Demand-Service erstellen ließ. Jetzt ging es an Werbung und Verkauf. Ich errechnete, dass ich etwa 10–15 Bücher am Tag verkaufen müsste, um ein minimales Vollzeitgehalt zu erwirtschaften. Das musste doch möglich sein?

Ignorierte Warnungen

Hat der Selfpublisher die Torwächter der Verlage erst einmal umgangen, wird ihm früher oder später schmerzlich bewusst, dass er damit auch die Warn-

Anzeige



Forum Heusteig Akademie
Schreibseminare Stuttgart Jutta Weber-Bock
Roman
Autobiographie
Kurzprosa
Gedichte
www.weber-bock.de/seminare

schilder an den Toren übersehen hat. Jeder Lektor und Agent weiß, dass kein Leser auf ein neues Buch wartet.

Der Selfpublisher muss lernen, sich dieselben Fragen zu stellen und zu beantworten, die ihm auch der Torwächter gestellt hätte: „Wieso sollte der Leser dein Buch kaufen, wenn es von bekannten Autoren bereits fünf gibt, die deine Idee thematisieren? Was machst du neu? Was anders?“

Juni 2013. Wir entwarfen Poster und Flyer zum Buch. Dann begann die Laufarbeit. Ich klapperte sämtliche Bäckereien, Metzger, Apotheken, Frisöre etc. in meinem Heimatlandkreis ab und stellte mich als neuer Autor vor. Die Reaktionen waren durchweg positiv, und die meisten Ladenbesitzer hatten nichts dagegen, mein Poster für einige Wochen ins Schaufenster zu hängen oder Flyer auszulegen. Für ein paar Tage überwand ich sogar meine Scheu und sprach auf Streifzügen durch meine Heimatstadt wildfremde Leute an. Es entstanden interessante Gespräche und viele nahmen sich einen Flyer mit nach Hause. Es schlug sich spürbar in meinen Verkaufszahlen nieder. Parallel verbrachte ich Tage damit, Onlineforen zu suchen, die sich mit meiner Thematik beschäftigen. Ich meldete mich an und verfasste persönliche Einträge, in denen ich mich dafür entschuldigte, hier Werbung machen zu wollen, aber immerhin wollte ich den Leuten ja keinen Schund verkaufen, sondern ein Buch. Das kam gut an. Zwar waren die Diskussionen mit den Lesern zeitintensiv, aber gute persönliche Kontakte sind Gold wert.

Was mache ich denn nun neu?

Ein Selfpublisher verkauft sein Buch nicht mehr an einen Verlag, sondern an den Leser selbst. Er tauscht so gesehen nur denjenigen aus, der die Qualität seines Werkes bewertet und ihm damit den Weg zum potenziellen Erfolg ebnet.

Die Kriterien bleiben die gleichen: Ein Buch muss ansprechen, qualitativ und sprachlich überzeugen. Das Cover muss ins Auge fallen und Aufmerksamkeit binden. Alleinstellungsmerkmale und neue Ideen helfen, Kaufargumente zu finden.

Über den Autor

Matthias Wenzel wurde 1979 in Aschaffenburg geboren und beschloss im Sommer 2012, seine bisherige berufliche Laufbahn zu beenden und das Experiment „Leben vom Schreiben“ zu wagen. Sein Erstlingswerk, der historische Roman „Chronist: Der erste Kreuzzug“, erreichte in den ersten sechs Monaten knapp 3500 Leser und ermöglichte es ihm damit, das Experiment fortzusetzen.

Umgekehrt reicht auch die beste Idee nicht, wenn der Leser von Fehlern und schlechtem Schreibstil im Lesefluss gestört wird.

Und all diese Vorarbeiten sind nichts wert, wenn der potenzielle Käufer das Buch nicht findet. Ohne Werbung geht nichts. Man kann von den Lesern nicht erwarten, dass sie sich auf gut Glück tagelang durch Leseproben arbeiten, bis sie von sich aus ein Buch finden, das sie anspricht.

Juli 2013. Minimalziel erreicht! Nach den Käufen, die ich durch die direkte Werbung erzielte, kletterte mein Buch in seinen Kategorien bei Amazon (in meinem Fall „historische Romane“ und „Religion & Glaube“) langsam auf die vorderen Plätze. So wurden die ersten Spontankäufer aufmerksam und schoben das Buch weiter nach vorne. Zum ersten Mal waren die Tantiemen hoch genug, um alleine davon leben zu können. Währenddessen verbrachte ich Wochen damit, gut besuchte Blogs aufzustöbern, darin zu lesen und die Bloggeigentümer anzusprechen, wenn mir die Blogs gefielen. Nach Dutzenden E-Mails hatten sich sechs oder sieben bereit erklärt, mein Buch in naher Zukunft zu rezensieren, sofern ich ihnen ein Rezensionsexemplar kostenlos zur Verfügung stellen würde. Die ersten Blogartikel erschienen nur wenige Wochen später. Gepaart mit einer mehrtägigen Werbeaktion zum Aktionspreis von 99 Cent kletterte mein Buch bis Platz 130 im Amazonranking. Nachdem ich den Preis wieder heraufgesetzt hatte, fiel es leicht zurück und richtete sich um den Platz 800 ein, was 8–12 Verkäufe am Tag bedeutete.

Eigne ich mich denn nun zum Selfpublisher?

Nur wer selbstkritisch genug ist und die Zeit oder die Mittel aufbringt, diese zusätzliche Arbeit neben dem Schreiben zu leisten, erhält eine Chance auf Erfolg. Wer die Mehrarbeit scheut, räumt dem Glück zu viel Spielraum ein und darf sich im Nachhinein nicht wundern, wenn sein Buch in den virtuellen Regalen verstaubt.

Man wird als Selfpublisher die Arbeit einer Lektorin, eines Korrektors oder Marketingprofis nie so gut machen können, wie jemand, der diese Berufe gelernt hat und über jahrelange Erfahrung verfügt. Trotzdem bieten sich dem Selfpublisher viele Möglichkeiten, die ein klassischer Publikumsverlag nicht hat oder nicht bereit ist zu versuchen. Wer Spaß daran hat, sich neue Wege einfallen zu lassen, um Leser zu erreichen, dem könnte auch der Selbstverlag liegen. Die Freiheit von eingefahrenen Prozessen in den Verlagshäusern bietet Spielraum, sich auszuprobieren. Der Austausch vieler Indieautoren im Internet hilft, Methoden, die funktionieren, von denen zu unterscheiden, die nichts bringen.

Hilfreiche Links für angehende Indie-Autoren:

Matthias Mattings Self-Publisher-Bibel (Informationen rund um die Themen Selfpublishing und Selbstvermarktung):

> www.selfpublisherbibel.de

SELF PUBLISHING, eine der größten und aktivsten deutschsprachigen Facebook-Gruppen zum Thema Selfpublishing mit vielen hilfreichen Dokumenten und Diskussionen:

> www.facebook.com/groups/184413921615603/

Matthias Wenzels eigene Homepage mit Kontaktadressen und Link zur Facebook-Seite:

> www.matthias-wenzel.net

August/September 2013: Eine weitere Werbeaktion über zwei Tage, eine endgültige Preissenkung auf 3,99 Euro und weitere Blogrezensionen, zusammen mit inzwischen durchweg positiven Bewertungen auf Amazon selbst, ließen mein Buch auf die Plätze 200–300 im Amazon-ranking steigen. Seither hat es sich dort bequem gemacht, mit Ausnahme einiger weniger Ausreißer nach oben oder unten. Dies bedeutete 20–30 Verkäufe am Tag für das eBook, 1–3 für die Printversion und 4–5 Ausleihen über Kindle Select (ein Leihprogramm für Amazon-Premiumkunden; für die Leser kostenlos, der Autor erhält stattdessen einen Obolus aus einem Fonds).

Natürlich kann es passieren, dass morgen keiner mehr mein Buch kauft, aber ich will nicht so recht daran glauben. Zudem sind die nächsten Veröffentlichungen in Arbeit, ich habe die Buchmesse besucht und Kontakte geknüpft, mein Netzwerk im Internet wächst und gedeiht und ich plane weitere Werbeaktionen. Ich habe gelernt, nie mehr ohne Flyer aus dem Haus zu gehen und habe keine Scheu mehr, fremden Menschen von meinem Buch zu erzählen.

Die Zeiten ...

... ändern sich, das steht außer Frage. Wer sein Buch selbst veröffentlicht, trägt nicht länger das Stigma vom „gescheiterten Autor“. Die Verlage gehen auf erfolgreiche Selfpublisher zu und neue Ansätze und Ideen entwickeln sich, beispielsweise für unabhängige Qualitätskontrollen. Einige der erfolgreichsten Selfpublisher an den neuen Märkten nehmen sogar bewusst Abstand von Angeboten der großen Verlagshäuser.

Trotzdem wird sich wohl keiner der beiden Wege als dominant durchsetzen. Wem Zeit, Mittel, Lust und/oder das Selbstvertrauen fehlen, sich mit den zusätzlichen Arbeiten, die auf einen Selfpublisher zukommen, zu beschäftigen, für den wird der klassische Verlag der bessere Weg bleiben.

NEUERSCHEINUNG

CHRONIST

DER ERSTE KREUZZUG

► WAS IST DORT GESCHEHEN, FRAGST DU?
WENN ICH DIR DIE WAHRHEIT SAGE, WIRD ES
DEINE VORSTELLUNGSKRAFT ÜBERSTEIFEN ... ◀
— RAIMUND VON ADULERS DIE EROBERUNG JERUSALEMS
JAHR DES HERRN 1099

DER **DEBÜTROMAN** DES
ASCHAFFENBURGER NACHWUCHSAUTORS
MATTHIAS WENZEL

ERHÄLTlich ALS KINDLE EBOOK UND TASCHENBUCH. INFOS UND BEZUGSQUELLEN UNTER:
www.amazon.de www.matthias-wenzel.net

Die neuen, digitalen Wege der Eigenvermarktung bieten also tatsächlich eine Chance für jeden, aus sich selbst heraus erfolgreich zu werden. Aber wie so vieles im Leben bieten auch sie keine Abkürzung. Entscheidend ist und bleibt alleine die Arbeit, die man bereit ist zu investieren.

Und auch dann gibt es, wie für den Verlagsautor, keine Garantien.

November 2013. Werbung macht Spaß. Mir zumindest. Die Verkäufe und die Resonanz auf mein erstes Buch ermöglichen es mir, diesen Weg weiter in Vollzeit zu gehen. Mir ist aber auch bewusst, dass nicht jeder die Zeit, die Mittel oder den Spaß an Selbstvermarktung mitbringt, die mir zur Verfügung standen. Wer sich auf den puren Akt des Schreibens konzentrieren will, ist mit Selfpublishing schlecht beraten. Auch die Kosten für Coverdesign, Lektorat/Korrektur, Werbematerial, Rezensionsexemplare etc. sind nicht zu unterschätzen. Von der investierten Zeit, die einem erst mal niemand bezahlt, ganz zu schweigen. Deswegen rate ich inzwischen jedem, der vor der Entscheidung zwischen Selfpublishing oder klassischem Verlag steht, sich die richtige Frage zu stellen. Falsch wäre die Frage: „Was eignet sich für mich?“ Richtig muss es heißen: „Wofür eigne ich mich?“