

Interner Bericht
DESY L-05-01
Juni 2005

Preiswert digital publizieren

Ein Erfahrungsbericht

von

Pedro Waloschek

Deutsches Elektronen-Synchrotron DESY
Hamburg

Für alle in diesem Bericht enthaltenen Angaben und Informationen, und ganz besonders für die erwähnten Internet-Adressen, ihren Inhalt und die eventuell durch ihre Anwendung entstehenden Schäden, wird keinerlei Verantwortung oder Haftung übernommen. Die in diesem Bericht geäußerten Meinungen müssen nicht mit denen der erwähnten Firmen oder Organisationen übereinstimmen.

Impressum

Interner Bericht der Abteilung Bibliothek und Dokumentation des
Deutschen Elektronen-Synchrotrons DESY – DESY L-05-01 – Juni 2005

2. verbesserte Auflage, Oktober 2005

Die 2. Auflage dieses Berichtes wurde auch als Beispiel von Digitaldruck
in limitierter Auflage als DIN-A5-Büchlein mit Musterseiten (Grafiken)
hergestellt und vom Autor kostenlos zur Verfügung gestellt.

Beide Fassungen stehen als PDF-Dateien im Internet zur Verfügung:
<www.desy-library.de/elbooks.html> und <www.waloschek.de/desy-bericht.html>.

Copyright © Pedro Waloschek 2005
DESY – Hamburg

Alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk sowie alle seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen ist ohne vorherige schriftliche Zustimmung des Inhabers der Rechte nicht zulässig.

Inhalt:

| | |
|--|-----------|
| 1 Einführung | |
| 1.1 Die ersten Schritte | 5 |
| 1.2 Was darf man erwarten? | 7 |
| 1.3 Cliffs erstes Buch | 8 |
| 2 Die traditionellen Verlagsleistungen | |
| 2.1 Das fast Selbstverständliche | 9 |
| 2.2 Ist das wirklich alles nötig? | 12 |
| 3 Zu den Kosten | |
| 3.1 Ein Rückblick | 12 |
| 3.2 BoD-Basis als Beispiel | 13 |
| 3.3 Weitere BoD-Leistungen | 16 |
| 3.4 Der preiswerte Digitaldruck | 17 |
| 3.5 Noch preiswertere Alternativen | 19 |
| 4 Zur Technik | |
| 4.1 Satz, Umbruch und Layout | 22 |
| 4.2 Die Möglichkeiten bei BoD | 23 |
| 4.3 Die Druckqualität | 24 |
| 5 Die Vermarktung | |
| 5.1 Erste Probleme | 25 |
| 5.2 Weitere Probleme | 26 |
| 5.3 Hilfe von BoD | 27 |
| 5.4 Selbsthilfe? | 28 |
| 6 Das Leben mit dem Internet | |
| 6.1 Das neue Suchen und Finden | 29 |
| 6.2 Bücherkauf im Internet | 29 |
| 6.3 Die Homepage des Autors | 30 |
| 6.4 Die Internet-Veröffentlichung | 31 |
| 7 Zusammenfassung und Schlusswort | 32 |
| Glossar | 35 |

Irgendwann habe ich etwas voreilig meinem Dresdner Freund, dem Historiker Horst R. Rein vorgeschlagen, alles was ich über Digitaldruck und Books on Demand in den letzten Jahren gelernt hatte, kurz und verständlich für unsere Kollegen der Geschichtswerkstatt Dresden-Nordwest niederzuschreiben, obwohl zu diesem Thema eigentlich schon viel zu viel veröffentlicht wurde.

Als ich später Herrn Dietmar Schmidt, Leiter der Bibliothek des Forschungszentrums DESY (Hamburg), von meinem Vorhaben erzählte, fand er, dass dies auch für andere interessant sein könnte. So überarbeitete und aktualisierte ich den Text und es entstand der vorliegende, nicht mehr so kurze DESY-Bericht.

Pedro Waloschek

1 Einführung

1.1 Die ersten Schritte

Es war im Jahr 1999 als ich meinem englischen Freund Clifford Wells (Kunstlehrer von Beruf, meist Cliff genannt) bei einem Espresso im Hamburger Elbe-Einkaufszentrum vorschlug, eines seiner schon seit Jahren vergriffenen Jugendbücher neu aufzulegen. Er könnte ja einige der Bücher bei seinen Lesungen in Schulen und Gymnasien recht gut gebrauchen. Ich wollte nämlich gerne ein gerade in der Presse angekündigtes digitales Druckverfahren ausprobieren. Mit meinen eigenen Büchern war das nicht möglich, weil ich damals noch an Verleger gebunden war. Cliff war recht skeptisch und so holte ich einen Zeitungsausschnitt aus der Tasche und las ihm einen Teil vor:

... Möglich macht das ein neues Angebot des Hamburger Buchgroßhandels Georg Lingenbrinck GmbH, bekannt unter dem Namen Libri. „Wir verlegen jetzt auch Bücher für sehr wenig Geld“, sagt Jörg Zaag, Leiter des neuen Geschäftszweigs „Books on Demand“ – übersetzt: Bücher auf Bestellung. Dafür hat Libri ein eigenes Verfahren entwickelt. Die Autoren oder Verleger liefern das fertige Manuskript. Das wird digitalisiert und auf Festplatte gespeichert. Danach können beliebig viele Exemplare hergestellt werden. Es rechnet sich aber auch schon ein Exemplar – die Anlaufkosten einer richtigen Druckerei und die Lagerkosten entfallen.

Das gefällt vielen. „Wir haben da in ein Wespennest gestochen“, so Zaag. Jeden Tag gebe es mehr als 20 Anfragen. „Wir gehen davon aus, dass wir unser Personal in diesem Bereich von 20 Mitarbeitern mindestens verdoppeln müssen.“

Denn den neuen Druck können selbst Kunden finanzieren, die wenig Geld haben: Die Bearbeitung eines 200 Seiten starken Manuskripts auf Diskette kostet einmalig 220 Mark. Wer sein Werk auf Papier einreicht, zahlt 270 Mark. Der Text muss nämlich noch in den Computer eingelesen werden. Pro Buchexemplar fallen nach diesem ersten Schritt etwa zwölf Mark Druckkosten an. Und alle Bücher erscheinen in Taschenbuchqualität – wahlweise in fünf verschiedenen Formaten.

Soweit der Text aus dem Hamburger Abendblatt, Signatur „wai“. Das genaue Datum habe ich leider nicht notiert. Ausführliche und aktuelle Information über das damals angekündigte System findet man in der sehr umfangreichen Internet-Präsenz der heutigen BoD GmbH <www.bod.de>, in unzähligen Beiträgen zum Thema im Internet und auch in gedruckter Form.

So erfährt man zum Beispiel, dass schon um 1997 bei Books on Demand in Norderstedt (nahe Hamburg) in Zusammenarbeit mit der Firma Xerox und anderen Lieferanten computergesteuerte „Straßen“ eingerichtet wurden, in denen man Bücher in einem Arbeitsgang fertig zur Auslieferung herstellen konnte.

Recherchen im Internet und einige eigene Erfahrungen hatten mich zu dem Schluss geführt, dass dies durchaus dem damaligen Stand der Technik entsprach.

Schon um 1990 gab es nämlich im Forschungszentrum DESY in Hamburg (wo ich seit 1968 tätig war) ein besonders ausgestattetes Kopiergerät, das in einem Arbeitsgang fertig gebundene Hefte oder Bücher lieferte, versehen mit Kartondeckeln und aufgeklebtem Rückenband. Verarbeitet wurden Aufsichtsvorlagen (keine Computerdateien). Einige damals hergestellte Hefte konnte mir mein DESY-Kollege Christian Falland noch zeigen.

Kopierer dieser Art gibt es noch heute bei DESY. Sie können jetzt mit einer Zusatzelektronik („Interface“) ausgerüstet werden, so dass sie statt Aufsichtsvorlagen auch Computerdateien (also digitale Daten) verarbeiten. Somit vereint man die extrem preiswerte Funktion des Kopierers (s. Abschnitte 3.5) mit der anspruchsvollen digitalen Steuerung.

Computergesteuertes Drucken war uns aber allen gut bekannt. Berichte mit Formeln, Tabellen und Abbildungen wurden oft nicht mehr in gedruckter Form verteilt. Sie wurden (und werden) über das Internet als Dateien zugestellt und jeder konnte sie sich in bester Qualität und recht preiswert ausdrucken, im Allgemeinen über einen PC mit angeschlossenem Laserdrucker. Zusammenheften mussten wir die Blätter natürlich selbst.

Die Hersteller von Druckmaschinen haben die Möglichkeiten des computergesteuerten Laserdrucks natürlich schon früh erkannt und damals komplexere Anlagen angeboten, in denen die Seiten eines Buches oder einer Broschüre korrekt geordnet, gedruckt und auch gleich gefalzt, beschnitten und (mit einem farbigen Umschlag versehen) gebunden werden.

Ich erinnere mich noch an die Werbung für IBM-Maschinen dieser Art, die damals vom Sächsischen Digitaldruck Zentrum SDZ in Dresden zur Herstellung von Büchern eingesetzt wurden.

Xerox-Maschinen wurden dagegen von dem bekannten Hersteller von Broschüren und Bedienungsanleitungen, dem Schaltungsdienst Lange SDL in Berlin benutzt, der später auch Bücher herstellte.

Und ich träumte mit Christian und Cliff von einer Buchhandlung, in der solch eine Maschine stehen würde und auf Knopfdruck ein bestimmtes Buch vor unseren Augen herstellen könnte. Das war allerdings eine Illusion.

Herz all dieser komplizierten Anlagen war (und ist) ein Druckwerk (meist in Lasertechnik), das Computerdaten direkt übernimmt, *ohne einen Zwischenträger*, wie etwa die Filme oder Platten, die beim traditionellen Offsetdruck und bei anderen Verfahren unentbehrlich sind. Die Prozedur wird *Digitaldruck* genannt. Man erreicht damit zwar noch nicht die Druckgeschwindigkeit und die mögliche Qualität des Offsetdrucks, hat aber dafür andere Vorteile.

So lohnt sich die Herstellung der Zwischenträger und weitere aufwendige Einrichtungsarbeit beim Offsetdruck erst bei der Produktion von relativ großen Stückzahlen. Diese Vorarbeiten entfallen beim Digitaldruck und entsprechend können *kleinere Auflagen relativ preiswert* hergestellt werden. Die beiden Drucksysteme ergänzen sich also.

Die Firma Libri konnte 1997/98 durch die Installation von Xerox-Digitaldruckern bei ihrem Ableger BoD in Norderstedt ein für Verlage und Autoren sehr interessantes Angebot ausarbeiten. Dies war damals eine Pionierleistung. Am 1. Januar 2001 wurde BoD als eigenständige GmbH vom Mutterhaus Libri abgetrennt und ist bis heute der größte und erfolgreichste Anbieter von digital hergestellten und auch gleich vertriebenen Büchern in Deutschland.

Durch die Anbindung an die Großbuchhandlung Libri bietet die BoD GmbH nämlich auch die Logistik für die Auslieferung der erzeugten Bücher und weitere Dienstleistungen, die ich in diesem Bericht noch genauer beschreiben werde. Dem Namen des Systems entsprechend werden die Bücher *in der Regel* weder beim Großhandel noch in den Regalen der Buchhandlungen gelagert, sondern erst „auf Bestellung“ (auch einzeln) hergestellt und geliefert. Und bestellen kann man über den Buchhandel oder über Internet-Buchshops.

Als ich Anfang 2000 mit Cliff über BoD diskutierte, hatte die Firma stolz die Veröffentlichung von etwa 900 Büchern angekündigt, wenn ich mich richtig erinnere. Bis Ende 2004 waren es dann schon über 11.000. In dem sehr akkurat recherchierten Bericht „Printing on Demand in Deutschland – Marktanalyse und Geschäftsmodelle“ von Kerstin Bauermees (Universität Erlangen-Nürnberg, Bücherreihe „Alles Buch“ Band XI, 2004, 119 S., als PDF-Datei veröffentlicht unter: <www.phil.uni-erlangen.de/~p1bbk/AllesBuch/Bauermees/Bauermees.pdf> ISBN 3-9809664-1-0), in dem übrigens alle Quellen genau angegeben werden, findet man weitere Informationen zum Thema. So zum Beispiel, dass zurzeit pro Jahr bei der BoD in Norderstedt etwa 2.500 Bücher veröffentlicht werden, was man mit den fast 90.000 im Jahr 2003 in Deutschland neu erschienenen Büchern vergleichen kann. Desweiteren wird berichtet, dass bei der BoD GmbH täglich zwischen 2.000 und 4.000 Bücher hergestellt werden. Die große Mehrheit der BoD-Kunden sind Autoren (etwa 4.000) und relativ wenige sind Verlage (300), von denen 20 im Internet ausdrücklich als „Partnerverlage“ von BoD bezeichnet werden.

Andere Verlage oder Firmen, die seit einiger Zeit ähnliche Dienste wie BoD GmbH anbieten und ihre Bücher im Digitaldruck herstellen oder herstellen lassen, sind von solchen Zahlen noch weit entfernt, wie man leicht durch einen Blick in die Online-Büchershops oder in das „Verzeichnis lieferbarer Bücher“ im Internet feststellen kann.

Es gibt allerdings zurzeit schon viele Firmen, die sich auf die kostengünstige Herstellung von relativ kleinen Auflagen von Büchern und Broschüren im Digitaldruck spezialisiert haben. Zum Teil handelt es sich um Druckereien, die auch traditionelle Offsetmaschinen besitzen und entsprechend

beide Verfahren anbieten können. Stellvertretend für all diese Firmen (und weil ich in Dresden geboren bin) werde ich im vorliegenden Bericht, als Beispiel einer typischen Digitaldruckerei, das Sächsische Digitaldruck Zentrum SDZ in Dresden mehrmals zum Vergleich heranziehen.

Einige Firmen haben sehr praktische „Kalkulatoren“ im Internet eingerichtet, mit denen man die Kosten der Herstellung von Büchern in üblicher Aufmachung sofort berechnen kann, darunter die BoD Norderstedt, das SDZ Dresden und auch der Hohnholt Reprografische Betrieb GmbH in Bremen. Mit diesen Kalkulatoren kann man sich schnell (und ohne langwierigem Anfragen) einen Überblick verschaffen.

Die BoD GmbH Norderstedt hat übrigens auf das Angebot der Digital+Offset-Druckereien reagiert und bietet seit 2004 (nur für Verlage) eine ähnliche Kombination an, bei der die selben digitalen Unterlagen für beide Verfahren (je nach Bedarf) benutzt werden können.

1.2 Was darf man erwarten?

Cliff und ich, wir waren uns einig, dass die Veröffentlichung seines Buches als „Book on Demand“ hauptsächlich aus zwei Gründen stattfinden sollte: Einerseits der gezielte *Vertrieb bei seinen Lesungen* und andererseits die *jahrelange Verfügbarkeit* über den Buchhandel. Letzteres erschien mir eher als eine Prestigefrage. Aber Cliff träumte natürlich – wie jeder von seinem Werk überzeugte Autor – dass sein Buch eventuell ein Verkaufserfolg werden könnte.

Dass die Wahrscheinlichkeit dafür eher gering war, hatten wir aus der nicht gerade rosigen Lage des Buchhandels geschlossen. Aber solange das Buch „lieferbar“ war, gab es noch eine gewisse Chance für einen Erfolg.

Aus recht unterschiedlichen Gründen hatte sich Cliff bis dahin mit keinem konventionellen Verlag einigen können. Absagen oder unbezahlbare Unkostenzuschüsse bei kleineren Verlagen mit fraglicher Serviceleistung hatten ihm die Lust am weiteren Suchen nach einem Verlag verdorben.

Und Cliff war diesbezüglich als Autor ein recht typischer Fall.

Es gibt aber auch noch andere Gründe, die einen Autor oder eine Institution dazu veranlassen können, ein Werk zu vervielfältigen und dann der Öffentlichkeit oder einer bestimmte Zielgruppe zugänglich zu machen.

So geht es zum Beispiel bei vielen Sachbüchern, bei Ergebnissen von Recherchen oder bei wissenschaftlichen Publikationen hauptsächlich darum, den Inhalt des Werkes Kollegen und anderen Autoren zur Verfügung zu stellen, damit sie es in ihrer Arbeit berücksichtigen und dann als Quelle anführen können. Der Autor sichert sich mit der Publikation eine gewisse Priorität für seine Ideen, Erkenntnisse oder Recherchen.

Allerdings hat diesbezüglich eine Veröffentlichung auf eigene Verantwortung (wie es bei vielen Print-on-Demand-Firmen, bei der BoD Norderstedt oder im Selbstverlag der Fall ist), nicht den Stellenwert, den sie erreicht, wenn sie in einem renommierten Verlag oder unter der Aufsicht einer bekannten Institution erschienen ist. Durch seinen guten Namen oder durch die genaue Angabe möglichst vieler der von ihm benutzten Quellen kann der selbstverantwortliche Autor allerdings seine Glaubwürdigkeit verbessern.

Der Autor wünscht sich natürlich, dass sein Werk über möglichst viele Jahre leicht aufzufinden und eventuell einzusehen ist. Dies wird am besten durch die Bereitstellung in geeigneten (oder spezialisierten) Bibliotheken oder Archiven erreicht, und ganz besonders durch die dafür eingerichtete Institution „Die Deutsche Bibliothek“ DDB, wie ich später noch genauer erläutern werde.

Ganz andere Gründe zum Veröffentlichenden haben dagegen Belletristik-Autoren. Ihr Werk soll möglichst vielen Lesern gefallen, interessieren oder irgendwie beeindrucken. Was hier gut oder schlecht ist, lesenswert oder nicht, wird oft von Rezensenten oder Kritikern entschieden und werbewirksam angekündigt. Eine objektive Beurteilung ist allerdings recht schwierig und damit muss der Autor leben.

Zwei mir nahestehende Fälle: a) Meine Schwester ist Malerin und verteilt oder verkauft bei ihren Ausstellungen Büchlein mit Abbildungen ihrer Werke, die ich für sie relativ preiswert digital drucken lasse. b) Die Ergebnisse meiner Recherchen zu geschichtlichen Themen oder zur Ahnenforschung möchte ich dagegen einfach anderen Interessenten zur Verfügung stellen. In beiden Fällen ist der Verkauf über den Buchhandel Nebensache. Einen Verkaufserfolg erwarten wir ja nicht.

Mit einer einfachen Überschlagsrechnung konnten wir uns nämlich leicht überzeugen, dass beim Verkauf von einigen hundert Exemplaren eines Buches nur in Ausnahmefällen ein finanzieller Erfolg zu erwarten ist. Das müssen wir natürlich berücksichtigen. Es geht uns *hauptsächlich um die Veröffentlichung – und erst in zweiter Linie um einen eventuell erreichbaren Profit*, der sich ja erst bei viel höheren Verkaufszahlen erzielen lässt – oder eventuell durch einen sehr hohen (unrealistischen) Verkaufspreis.

Wie schon erwähnt, wird aber bei höheren Stückzahlen *pro Herstellungsvorgang* der traditionelle Offsetdruck wirtschaftlicher, wobei die Bücher dann serienmäßig fertig gestellt werden. Die Grenze liegt etwa bei 1000 Exemplaren pro Auflage.

Aber so hohe Auflagen können sich nur größere Verlage leisten, die dann auch recht aufwändig und teuer für die Vermarktung sorgen müssen, wie ich im Kapitel 2 ausführlicher beschreibe. Aus diesem Grund sind dann im Endeffekt auch die Ladenpreise der konventionell hergestellten Bücher durchaus vergleichbar mit denen aus dem Digitaldruck, jedenfalls mit denen von BoD-Büchern.

Es gibt einige Ausnahmen, in denen die Verkaufszahlen für digital hergestellte Bücher extrem hoch waren. Das gerne erwähnte Paradebeispiel ist „Hagakure“, die Samurai-Bibel (die durch den Film „Ghost Dog – der Weg des Samurai“ berühmt wurde), von der 27.000 bei BoD Norderstedt hergestellte Exemplare verkauft wurden. Das Buch ist dann natürlich sehr bald von einem konventionell arbeitenden Verlag (Piper) übernommen worden.

Ich möchte mit dem vorliegenden Bericht auch auf die immer wieder gestellte Frage antworten, warum ich und weitere 4.000 Autoren Bücher bei der BoD GmbH in Norderstedt herstellen und vertreiben lassen, obwohl so viel Kritik darüber zu hören oder zu lesen ist, besonders im Internet. Dabei möchte ich keine Werbung für BoD GmbH treiben, sondern anderen Autoren oder Institutionen bei ihren Entscheidungen für zukünftige Publikationen nützliche Informationen zur Verfügung stellen.

Diejenigen Autoren oder Institutionen, die zum Beispiel die Verteilung oder den Verkauf selbst übernehmen wollen (oder aus finanziellen Gründen übernehmen müssen), können heute die Herstellung von Büchern besonders preiswert von einer der vielen Digitaldruckereien durchführen lassen. In den Abschnitten 3.5 und 7.4 beschreibe ich noch preiswertere Alternativen.

Eine Bemerkung zur Technik: Bei besonderen Anforderungen, zum Beispiel beim Kunstdruck, bei ausgefallenen Formaten oder Papierqualitäten, ist der Digitaldruck zurzeit noch nicht geeignet und es muss auf andere (wesentlich teurere) Druckverfahren zurückgegriffen werden. Auch auf diesem Gebiet kann es natürlich bald interessante Innovationen geben.

1.3 Cliffs erstes Buch

Ich schlug also Cliff vor, in Zusammenarbeit mit Christian (wir hatten eine kleine Arbeitsgruppe gegründet, die sich „Atelier OpaL Productions“ nannte) zuerst den Text eines seiner Bücher mit einem Scanner zu „erfassen“ und dann in rechnerlesbare Form zu bringen. Ich würde den Text neu setzen und mit Cliffs Zeichnungen ganz nach seinen Wünschen ein Layout (mit einem dafür geeigneten Programm wie zum Beispiel „Pagemaker“, s. Abschnitt 4.1) erstellen. Schließlich würde ich das Ganze noch in das richtige Format („Portable Data Format“, PDF) für den Computer des Druckers bringen, genau nach den Anweisungen der Druckerei.

Heute gibt es übrigens schon viele Firmen und freiberufliche Fachleute, die (meist im Internet) genau die Dienste anbieten, die ich damals für Cliff durchführen wollte.

Ich hatte Erfahrung auf dem Gebiet. Die Prozedur über das PDF-Format (oder über das Zwischenformat „Postscript“ PS) war praktisch die gleiche, die im traditionellen Buchdruck (Offsetdruck)

inzwischen schon oft eingesetzt wurde und die ich für mein umfangreiches „Wörterbuch Physik“ zur vollen Zufriedenheit des recht anspruchsvollen Verlages (dtv) durchexerziert hatte.

Unser Angebot an Cliff war, dass das Atelier OpaL die Kosten für das erste Buch übernehmen würde, einschließlich 25 Exemplare für ihn. Cliff war einverstanden. Jahrelang hatte er sich vergeblich bemüht einen Verlag für seine Bücher zu finden. Nun würde mindestens eines seiner Werke endlich wieder „lieferbar“ sein, schön in einem farbigen Umschlag gebunden. Und seine Hörer und Bewunderer könnten es zu einem vernünftigen Preis im Buchhandel oder Internet bestellen – oder er könnte es auch verschenken.

2 Die traditionellen Verlagsleistungen

2.1 Das fast Selbstverständliche

Lange hatten wir damals (es war Anfang 2000) über die Probleme der Autoren mit ihren Verlegern diskutiert. Statt Vorschüsse auf erwartete Tantiemen, die früher gelegentlich angeboten wurden, verlangen viele Verlage vom Autor einen „Kostenzuschuss“ von mehreren tausend DM (heute mehreren tausend Euro) um sein Buch (falls es überhaupt positiv beurteilt wird) in ihr Verlagsortiment aufzunehmen. Viele Autoren können oder wollen diesen Beitrag nicht leisten.

Außerdem war es oft nicht klar, ob der Verlag seine Pflichten dann auch zufrieden stellend erfüllen würde. Wir hatten diesbezüglich schon viel schlechte Erfahrungen gesammelt und deshalb eine „Checkliste“ aufgestellt, die ich hier im Rahmen einiger eher persönlichen Kommentare erläutern möchte. Die Begriffe unserer „Liste“ werden bei den späteren Betrachtungen eine wichtige Rolle spielen. Ich habe sie zur Klarheit **fett** hervorgehoben. Erfahrene Buchautoren oder Redakteure können dieses Kapitel allerdings überspringen.

Sobald ein Manuskript von einem konventionellen Verlag zur Veröffentlichung als Buch angenommen wird (wofür meist die erfahrenen Verlagslektoren das letzte Wort hatten oder sogar die Anregung gaben), kommt es normalerweise zur **Lektorierung**, wobei die logischen Zusammenhänge, die Syntax und der Gesamtaufbau des Werkes kritisch überprüft werden. In den allermeisten Fällen verbessert der Lektor das Werk – ohne dabei den Stil des Autors zu verändern. Eine nicht immer einfache Aufgabe.

Bei Sachbüchern kann das zu Problemen führen, und ich habe es bei einem Buch erlebt, dass viele Textpassagen so verändert wurden, dass sie danach sachlich ungenau oder sogar falsch waren. Viel Zeit wird dann mit der Richtigstellung vergeudet. Bei wissenschaftlichen Veröffentlichungen, die von der Leitung eines Instituts genehmigt wurden, wird deshalb oft auf eine Verlagslektur verzichtet.

Im Laufe den letzten Jahren wurden viele Verlagslektorate „rationalisiert“, also verkleinert. Als Ersatz werden nun freiberufliche Lektoren herangezogen. Die Kosten einer solchen Lektorierung hängen aber meist von der Zahl der Änderungen ab, die der Lektor für nötig hält oder vorschlägt. Das führt natürlich leicht zu übereifrigen Lektorierungen. Es gibt aber auch Bücher, die inhaltlich so schlecht sind, dass selbst der beste (oder teuerste) Lektor nichts daraus machen kann.

Nach der Lektorierung muss der Text zur **Korrektur**, da erfahrungsgemäß weder der Autor noch die Lektoren ihre eigenen Flüchtigkeitsfehler (auch Tippfehler) finden. Selbst erfahrene Korrektoren übersehen bis zu 20% der Fehler. Deshalb wird oft eine zweite Korrektur durch einen anderen Experten durchgeführt, wodurch dann nur mehr etwa 5% der Fehler übrigbleiben. Absolute Fehlerfreiheit ist ein praktisch unerreichbares Ziel.

Früher wurden Bücher per Hand gesetzt. Beim traditionellen **Satz** (Eintippen) und beim **Seitenumbbruch** entstehen dabei weitere Fehler. Heute schreiben Autoren meist am Computer und ihre Texte

können mit geeigneten Programmen automatisch gesetzt und umgebrochen werden. Es entstehen aber immer noch Fehler. Eine **Umbruchkorrektur**, am besten durch einen Spezialisten, ist also praktisch unumgänglich.

Nun geht es weiter mit unserer Checkliste. Um in den Buchhandel aufgenommen zu werden, braucht ein Buch eine weltweit eindeutige zehnstellige „Internationale Standard-Buch-Nummer“ **ISBN** (demnächst sollen es 13 Stellen werden). Jeder Verlag erhält von der dafür zuständigen Organisation (auf Antrag und gegen Gebühr) eine Reihe von ISBN zugeordnet. Der erste Teil der ISBN kennzeichnet den Sprachbereich des Buches (3 für Deutsch), der zweite Teil den Verlag, dann kommen Zahlen, die das Werk identifizieren und schließlich eine Checkzahl, die aus allen davor stehenden Zahlen errechnet wird.

Das Buch kann vom Verlag nach dem Erscheinen in das allgemein zugängliche und sehr nützliche (kostenpflichtige) „**Verzeichnis lieferbarer Bücher**“ **VLB** eingetragen werden.

Nach der Fertigstellung und Veröffentlichung eines Buches in Deutschland (unabhängig von der eventuellen Zuteilung einer ISBN oder der Eintragung im VLB) müssen laut Gesetz zwei **Pflichtexemplare** (mit Daten über das Buch) an „Die Deutsche Bibliothek“ (DDB) kostenlos abgeliefert werden. Ein Exemplar wird in Frankfurt archiviert und das zweite in Leipzig. Die wichtigsten Daten der Bücher können dann über das Internet abgerufen werden, unter <http://dnb.ddb.de>. Dort kann man zum Beispiel auch nach „allen Werken eines Autors“ oder „eines Verlages“ recherchieren. Der ganze Dienst ist kostenlos. Eine entsprechende Eintragung muss im Impressum des Buches in genormter Form erscheinen. Ein weiteres Pflichtexemplar muss (je nach Vorschrift des Bundeslandes, in dem der Verlag oder Autor ansässig ist) an die jeweils zuständige Staatsbibliothek kostenlos eingeschickt werden.

Laut Standard-Verlagsvertrag verpflichtet sich der konventionelle Verlag, das Werk immer vorrätig auf Lager zu haben, eventuell durch einen **Nachdruck** oder durch eine **Neuauflage**, damit es **immer lieferbar** bleibt. Um vernünftige Herstellungskosten zu erreichen, druckt der Verlag meist mehrere tausend Exemplare pro Produktionsvorgang („Bindequote“ genannt), im allgemeinen im Offset-Verfahren. Dies ist jedoch, wie schon erwähnt, mit erheblichen Einrichtungsarbeiten und Kosten verbunden. Wenn es aus Qualitätsgründen möglich ist, wird gelegentlich schon der Digitaldruck für kleinere Stückzahlen herangezogen, zum Beispiel bei der Einführung eines Werkes oder eventuell später bei nachlassenden Verkaufszahlen.

Der Verkauf geht heute fast ausschließlich über den Großhandel, der für Bücher, die genügend gut verkauft werden, ein Zwischenlager einrichtet. Diese Bücher bilden das sogenannte „**Barsortiment**“. Alle so gelagerten Bücher können den Buchhändlern innerhalb **24 Stunden** geliefert werden, sehr rationell im Rahmen täglicher Sammellieferungen. Ausserdem räumt ihnen der Großhandel ein **Rückgaberecht** ein. So hat zum Beispiel der Großhändler Libri (laut BoD-Internet) in seinem Distributionszentrum in Bad Hersfeld zurzeit 350.000 Titel vorrätig, das sind etwa 40 Prozent der verfügbaren deutschen Buchtitel (800.000).

Damit ein Buch in die Lager des Großhandels aufgenommen wird, muss der Verlag normalerweise einen **Rabatt** von mindestens 45 Prozent (besser 50 Prozent) des Verkaufspreises einräumen, der dann zum Teil (etwa 30 Prozent) an die Buchhandlungen weitergegeben wird.

Der Verlag legt den **Ladenpreis** fest, der in Deutschland seit dem 1. Oktober 2002 per Gesetz verbindlich vom Buchhandel (und ganz allgemein beim Verkauf an das Publikum) eingehalten werden muss, was als **Preisbindung** bezeichnet wird.

Eine Bemerkung zum Verkaufspreis: Ein Lektor hat mir vor Jahren erklärt, dass der Ladenpreis eines konventionell hergestellten Hardcover-Buches etwa dem Achtfachen der Herstellungskosten entsprach. Wahrscheinlich ist das heute noch ähnlich. Rund die Hälfte des Ladenpreises geht an den Grossisten und an den Buchhandel, 7 Prozent beträgt zurzeit die Mehrwertsteuer und den Rest verbraucht der Verlag für seine vielfältigen Leistungen, darunter natürlich auch die Herstellung der Bücher. Rowohlt hat nach dem Zweiten Weltkrieg versucht, mit den ro-ro-ro-Büchern diese Regel zu

brechen, und heute bemühen sich unter anderen die Süddeutsche Zeitung und die Bild Zeitung auf ähnliche Art Bücher als Massenware fast zu Herstellungskosten zu vermarkten.

Auch die genaue Festlegung des **Titels** und die **Umschlagsgestaltung** ist normalerweise Sache des Verlages, allerdings mit der Zustimmung des Autors. Der Verlag muss dafür auch untersuchen, ob der Titel schon anderswo eingesetzt oder geschützt wurde, und ob er eventuell zum **Titelschutz** im dafür vorgesehenen „Börsenblatt“ oder im „Titelschutzanzeiger“ angekündigt oder eingetragen werden soll.

Für jedes im Buchhandel verkaufte Exemplar erhält der Autor ein vertraglich festgelegtes **Honorar (Tantiemen)**, das bei Paperbacks normalerweise etwa 5 Prozent des Ladenpreises beträgt, bei Hardcovern dagegen um die 10 Prozent. Erfolgsautoren können höhere Honorare verlangen und bekommen darauf oft einen Vorschuss.

Gelegentlich bietet der Verlag dem Autor **Autorenexemplare** mit einem Rabatt von etwa 40 Prozent (bezogen auf den Ladenpreis) an.

Wenn die Verkaufszahlen die Lagerhaltung nicht mehr rechtfertigen, kann der Verlag für den Rest der Bücher die bis dahin gültige Preisbindung aufheben und sie dann **verramschen**, also sogar unter den Herstellungskosten an den Autor, an Bücherclubs oder Handelsketten verkaufen oder als so genannte **Makulatur** vernichten.

Sehr wichtig sind die verschiedenen Aspekte der **Vermarktung** eines Buches. Verlage (besonders die großen) haben meist gute Beziehungen zum Großhandel, zu den Buchhandlungen und zu den Medien. Die in ihr Verlagsortiment aufgenommenen Bücher werden in **farbigen Katalogen** werbewirksam angekündigt.

Das gezielte Verschicken von **Rezensionsexemplaren** an die Medien ist Routinesache, wobei eventuell auch die Wünsche des Autors berücksichtigt werden. Die Werke werden in die **Datenbanken** und (wie schon erwähnt) bei genügend Nachfrage auch in die Lager des Großhandels aufgenommen.

Buchhändler nehmen Bücher, über die in den Medien ausführlich berichtet wurde, sehr gerne in ihre Regale. Außerdem haben sie dabei kein Risiko, da ihnen der Großhandel ja ein **Rückgaberecht** einräumt. Auch deshalb werden Bücher oft sogar im Voraus bestellt. Bei meinem ersten Buch bei Rowohlt, im Juni 1984, wurden am ersten Tag über 2000 Exemplare der ersten Auflage ausgeliefert, wie mir mein Lektor stolz erklärt hat. Allerdings war mein Koautor der bekannte Schulbuchautor Oskar Höfling.

Noch ein Wort zum **Copyright**: In Deutschland ist es üblich, dass der Autor dem Verlag (im Verlagsvertrag) die Rechte für alle nur denkbaren Nutzungsmöglichkeiten seines Werkes einräumt, einschließlich die für Übersetzungen oder Filmrechte, also das volle Copyright. Dafür erhält der Autor vom Verlag meist 50 Prozent der aus der Nutzung dieser Rechte eventuell entstehenden Gewinne.

Im englischen Sprachraum übernimmt der Verlag dagegen oft nur das Recht zur *Herstellung und zum Vertrieb* eines bestimmten Werkes. Die weiteren Rechte (Nebenrechte) behält der Autor und darf zum Beispiel die Lizenz zur Übersetzung verkaufen, wenn er dafür einen Interessenten findet, den er auch selbst (oder über eine Agentur) suchen muss. Diese Regelung wird von einigen deutschen Verlagen wie auch von der BoD GmbH Norderstedt übernommen. Gelegentlich wird das Recht zur Übersetzung zu den Hauptrechten gezählt und dem Verlag eingeräumt.

Alle hier erwähnten Punkte standen also in unserer „Checkliste“ der Verlagsleistungen. Cliff und ich hatten ja schon mehrere Bücher veröffentlicht und dabei Erfahrungen gesammelt.

2.2 Ist das wirklich alles nötig?

Aber brauchte Cliff das alles, wenn er sein Buch nur an einige Bekannte, Freunde oder Zuhörer von Lesungen verteilen oder verkaufen wollte?

Auf einige der Verlagsleistungen unserer Checkliste könnte Cliff einstweilen verzichten, weil seine Bücher ja schon früher von namhaften Verlagen publiziert wurden. So brauchte er im Prinzip weder Lektorierung noch Korrektur des Textes. Satz, Layout, Umbruchkorrektur und die Herstellung der Druckvorlagen würde ich übernehmen (s. Abschnitt 4.1). Den Titel seines Buches könnte Cliff natürlich auch wieder benutzen.

Zur ISBN. Im Jahr 2000 war das noch etwas kompliziert. Heute kann jeder Autor für ein einzelnes im Selbstverlag herausgegebenes Buch eine ISBN erhalten. Es genügt einen Verrechnungsscheck über 67,79 Euro (inkl. MwSt) und ein ausgefülltes Formular an die zuständige Stelle einzusenden. Entsprechende Information darüber gibt es unter <www.german-isbn.org>.

Den VLB-Eintrag könnte Cliff, wenn er es unbedingt haben will, heute auch selbst erledigen, über den „VLB-online-Titelservice“ <www.vlb.de> der „MVB Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH“ in Frankfurt. Pro Titel kostet das (einschließlich „Verschlagwortung“ und ohne MwSt) 2,25 Euro. Hierzu muss man aber Mitglied werden und mindestens Bücher für 50,- Euro pro Jahr anmelden. Sonst ist dann leider jedes Jahr der Mindestbetrag von 50,- Euro fällig, auch wenn man keine weiteren Bücher angemeldet hat. Der Eintrag im VLB ist zurzeit mit der Abgabe von Pflichtexemplaren an Die Deutsche Bibliothek (zur Vereinfachung) kombiniert, was allerdings nicht zwingend ist.

Die Ablieferung der Pflichtexemplare an Die Deutsche Bibliothek und an die Landesbibliothek kann also Cliff selbst erledigen, auch ohne einen Eintrag in das VLB. Es genügt, die Bücher mit einem formlosen Informationsblatt einzuschicken, in dem er die wichtigsten Daten angibt, wie zum Beispiel Autor, Titel, Untertitel, Seitenzahl, Format, Erscheinungsdatum, Höhe der Auflage und eventuell einer Stichwortliste.

Cliff könnte im Prinzip sein Buch einfach von einer geeigneten Digitaldruckerei herstellen lassen. Besonders beeindruckt war ich damals vom Angebot mehrerer Digitaldruckereien für kleinere Auflagen, darunter das schon erwähnte Sächsische Digitaldruck Zentrum SDZ in Dresden. Aber es gab (und gibt) noch weitere Möglichkeiten, um preiswerter Schriftstücke zu vervielfältigen, wie ich in den Abschnitten 3.5 und 6.4 beschreiben werde.

Schnell fanden wir aber heraus, dass die Herstellung von Kleinstauflagen des gebundenen Buches bei etwa 25 Exemplaren (die wir für Cliff geeignet fanden) relativ teuer war (s. Abschnitt 3.4). Erst bei der Bestellung von mehr als 100 Exemplaren waren die Preise der Digitaldruckereien (pro Exemplar) für uns interessant. Aber so große Auflagen konnten oder wollten wir uns damals nicht leisten. Vom Druck eines einzelnen Buches müsste man aus Kostengründen ganz absehen.

Wenn man Einzelexemplare liefern wollte, war man praktisch gezwungen, selbst Bücher auf Lager zu halten. Mit dem privaten Anbieten und Verkauf über uns bekannte Buchhandlungen hatte sich Cliff schon früher beschäftigt. Damit wollten wir uns aus vielen Gründen nicht belasten.

Nach mehreren Durchgängen unserer Checkliste wurde uns klar, dass BoD Norderstedt einige für uns recht schwierige Tätigkeiten übernehmen würde, wie zum Beispiel die Eintragung in Kataloge des Großhandels. Und da Cliff auf jeden Fall wünschte, dass sein Buch auf einige Zeit über den Buchhandel oder über das Internet auch als Einzelexemplar „lieferbar“ sein sollte (ohne dafür ein eigenes Lager einzurichten), war es naheliegend, das damals für uns neue BoD-System auszuprobieren.

3 Zu den Kosten

3.1 Ein Rückblick

konnten damals (es war schon Mitte 2000 geworden) die auf uns zukommenden Kosten durch Angaben in der Internet-Präsenz von BoD ermitteln. Mit etwas DM-Nostalgie gebe ich hier die damaligen Zahlen wieder.

Zuerst die Kosten, die unabhängig von der Größe und Seitenzahl eines Buches entstehen:

(1) 93,60 DM für das so genannte „*Mastering*“ des inneren Teils des Buches, also des sog. „*Buchblocks*“. Es handelt sich um die Eingabe (und Aufbereitung) der vom Autor gelieferten, druckreif formatierten Dateien (am besten PDF) in den Computer der BoD-Herstellungsstraße.

(2) 250,- DM für die „*Projektbetreuung*“, also die Eintragung in Kataloge einiger Großhändler und in das Verzeichnis der Lieferbaren Bücher (VLB), die Ankündigung im Internet, das Mastering für den farbigen Umschlag (Cover), die kostenlose Veröffentlichung eines Autorenportraits auf der BoD-Internet-Seite und einiges mehr.

(3) 120,- DM für die *Zuteilung der ISBN*.

Insgesamt waren es also 537,78 DM Festkosten (inkl. 16% USt).

Das Einsenden von zwei *Pflichtexemplaren* an Die Deutsche Bibliothek wurde damals dem Autor überlassen.

Zu den Festkosten, die unabhängig von der Größe und Art des Buches sind, zählt auch die Gebühr, die BoD für das so genannte „*Daten- und Systemmanagement*“ verlangt, solange das Buch im BoD-System verfügbar ist und entsprechend ausgeliefert werden kann. Sie betrug damals 3,- DM pro Monat, wenn ich mich richtig erinnere.

Diese Preise galten für Autoren, die ihre Bücher auf eigene Verantwortung bei BoD herstellen und vertreiben lassen. Für Verleger, die ihre eigenen ISBN haben und zum Teil die Bücher auch selbst vermarkten, gelten andere, etwas niedrigere Preise, und (heute) auch erweiterte technische Möglichkeiten.

Cliffs erstes Buch war 156 Seiten stark und wir haben den Ladenpreis des Buches selbst auf 15,- DM festgelegt. Bei der Herstellung von Kleinstauflagen (ab 25 Exemplaren) für den Autor würde das Exemplar etwa die Hälfte kosten. Mit etwas über 700 DM wären wir also dabei – und Cliff würde die ersten 25 Exemplare seines Buches bekommen. Nachbestellung ab 25 Exemplaren waren jederzeit möglich.

Wir hatten damals auch bei anderen Druckereien angefragt, so zum Beispiel im SDZ Dresden. Die Preisliste (1. März 2000) liegt mir noch vor. Bei einer Bestellung von mindestens 30 Exemplaren hätte jedes etwa 10 DM gekostet, zuzüglich einmaligen Kosten pro Titel (Mastering) von 60,- DM (alles +MwSt). Bei einer Auflage von 150 war dann allerdings der Preis pro Exemplar mit dem von BoD Norderstedt vergleichbar. Das Angebot wäre heute etwas anders.

Die Firma Schalungsdienst Lange SDL oHG in Berlin hatte Cliff 100 Exemplare in Standard Ausführung für 7,82 DM pro Stück (+MwSt) angeboten. Dabei gab es ausdrücklich keine Grundkosten oder monatliche Gebühren für die Bereithaltung der Daten über 3 Jahre *nach jeder Bestellung*. Der SDL bot außerdem mehrere Papierstärken an und hatte damals (und auch noch heute) interessante Verlagsleistungen in seinem Programm.

Für Cliffs erstes Buch haben wir uns schließlich (Mitte 2000) für die Dienste der BoD Norderstedt entschieden

3.2 BoD-Basis als Beispiel

Im Jahr 2005 sehen diese Zahlen natürlich etwas anders aus, wie man auf den Internet-Seiten von BoD und anderen Anbietern leicht nachprüfen kann. Es gibt schon mehrere Firmen und Verlage, die durchaus konkurrenzfähige Angebote vorstellen. Es sind auch Verlage entstanden, die zwar bei BoD in Norderstedt ihre Bücher herstellen lassen, aber zusätzliche Dienste (auch klassische Verlagsleistungen) anbieten, natürlich gegen Bezahlung. Durch den offensichtlich harten Konkurrenzkampf ergibt sich ein gewisser Ausgleich der jeweils angebotenen Leistungen und Preise. Ich werde hier erst die Internet-Angebote des Marktführers BoD GmbH Norderstedt vorstellen. Mit den Angeboten von Digitaldruckereien werde ich mich im Abschnitt 3.4 beschäftigen.

Zuerst also die Daten der BoD GmbH Norderstedt:

Mastering für den Buchblock und das Cover, eventuelle Scanarbeit (bei Papiervorlagen), Projektbetreuung und Vergabe einer ISBN werden jetzt für Autoren als „BoD-Basis“ zusammen angeboten, und zwar für 369 Euro. Dabei kann der Autor die bereits fertig zum Druck formatierten Unterlagen sowohl als PDF-Dateien wie auch als Papiervorlagen zum Scannen anliefern.

Für die Herstellung und das Verschicken von zwei Pflichtexemplaren an Die Deutsche Bibliothek (DDB) und eines an die Landesbibliothek Kiel muss der Autor 29,- Euro zusätzlich bezahlen. Die Eintragung in das Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB) ist damit kombiniert. Die von der Größe und Seitenzahl des Buches unabhängigen, einmaligen Kosten betragen also für ein Paperback (für Autoren, nicht für Verleger) insgesamt 398 Euro (inklusive 16% USt).

Es gibt jetzt bei BoD auch die Möglichkeit, das Buch als Hardcover in verschiedener Ausstattung zu produzieren, wobei dann die Festkosten auf 498,- Euro ansteigen.

Die Vergütung für das Daten- und Systemmanagement beträgt jetzt 1,77 Euro pro Monat (inkl. 16% USt), unabhängig von der Größe und Aufmachung des Buches.

Bei einem (vom Autor festgelegten) Ladenpreis von 10,- Euro würde Cliff 1,16 Euro für jedes über BoD im Buchhandel oder Internet-Shop verkaufte Exemplar erhalten. Der Profit beim Verkauf von 343 Exemplaren würde Cliff also die einmaligen BoD-Festkosten ersetzen.

Die BoD-Abrechnung erfolgt am Ende jedes Quartals. Erst dann erfährt der Autor, wie viele Exemplare über den Buchhandel verkauft wurden. Ein jederzeit möglicher Einblick (natürlich Passwortgeschützt) in sein Abrechnungskonto wäre wünschenswert, ist aber nach meinem Wissen einstweilen nicht vorgesehen.

Durch die Freiheit, den Ladenpreis selbst festzulegen, kann der Autor seinen Verdienst beliebig hoch einstellen. Üblich sind bei BoD etwa 10 bis 20 Prozent des Ladenpreises. Dies ist mit den Tantiemen der traditionellen Verlage (für Paperbacks 5%) zu vergleichen.

Bei der Bestellung von mindestens 25 Autorenexemplaren würde jedes Buch von Cliff (156 Seiten) heute 5,18 Euro kosten (inkl. 7% USt). Bei Bestellungen von über über 100 Exemplaren wäre der Preis 4,68 Euro pro Exemplar.

Kleinstauflagen (ab 25 Exemplaren) muss zwar der Autor bestellen und bezahlen, sie können aber an einen beliebigen Empfänger innerhalb Europas ausgeliefert werden. Dem Autor wird dabei nur ein einheitlicher Versandkostenbeitrag von 6,- Euro berechnet (März 2005). Außerhalb Europas sollte der Autor das Weiterleiten per Post besser selbst übernehmen. Der Autor darf die von ihm erworbenen Exemplare verkaufen (auch an Buchhändler) oder verschenken, muss aber dabei die Bestimmungen des festen Ladenpreises einhalten.

Wenn Cliff seine Bücher zum Ladenpreis verkauft (etwa bei seinen Lesungen), dann wären ihm die BoD-Festkosten schon nach 82 Exemplaren ersetzt vorausgesetzt, Satz und Layout haben nichts gekostet.

Soweit ich weiß, hat Cliff die hier erwähnten Verkaufszahlen nie erreicht. Andere BoD-Autoren waren wohl erfolgreicher.

Der Autor unterzeichnet mit BoD einen für alle seinen späteren Werke gültigen „Rahmenvertrag“. Für jedes einzelne Buch erteilt er dann einen „BoD-Basisauftrag“ (früher „Masteringauftrag“ genannt). Nach Herstellung von zwei Referenzexemplaren (und Freigabe durch den Autor) wird ein „Ergänzungsvertrag“ abgeschlossen, in dem Kosten und Aufmachung des Buches genau festgelegt sind. BoD erhält für *mindestens fünf Jahre exklusiv alle zur Herstellung und zur weltweiten Verbreitung des Buches notwendigen Rechte*.

Dies beinhaltet normalerweise, dass das Werk auf keine andere Art der Allgemeinheit zur Verfügung gestellt, also anderswo veröffentlicht oder als Kopien vertrieben werden darf (s. Abschnitt 3.5), auch nicht über elektronische Medien, wie etwa das Internet (s. Abschnitt 6.4). Der Autor behält bei BoD dagegen alle weiteren Rechte, so zum Beispiel für die Vergabe von Lizenzen für die Übersetzung des Werkes in anderen Sprachen oder zur Verfilmung.

Vorzeitige *Kündigung des Ergänzungsvertrages* ist möglich (falls der Autor zum Beispiel das Buch bei einem konventionellen Verlag herausgeben will oder kann). Es wird eine *Ausstiegsgebühr* von

295,80 Euro vereinbart. Nach fünf Jahren können Rahmen- und Ergänzungsvertrag jeweils monatlich gekündigt werden.

Die BoD GmbH übernimmt für Autoren die Anmeldungen der ISBN. Diese beinhaltet allerdings eine *verlagsähnliche Tätigkeit*. Der „Verlag“ ist ja in einem Teil der ISBN erkennbar. Dies wurde Ende 2003 klargestellt; seit damals verlangt BoD folgenden Eintrag im „Impressum“ aller Bücher, die von BoD eine ISBN erhalten haben:

„Herstellung und Verlag: Books on Demand GmbH, Norderstedt“.

Dagegen wird es von BoD GmbH nur in besonderen Ausnahmefällen genehmigt, auf der Titelseite und auf dem Umschlag den Namen „Books on Demand“ oder das Logo „BoD“ (als Verlag) zu erwähnen.

Bedingt durch die ISBN-Richtlinien darf natürlich der Autor auch mit keinem anderen Namen einen Verlag vortäuschen. Für Verlage, die Bücher bei BoD herstellen lassen und ihre eigenen ISBN haben, ist das natürlich anders.

Die BoD GmbH kann und will keinen traditionellen Verlag voll ersetzen. Der Autor muss sich im Ergänzungsvertrag verpflichten, ein „fehlerfreies“ Buch abzuliefern (gemeint ist: „nach bestem Wissen und Gewissen“, denn fehlerfrei ist praktisch unmöglich). Die Verantwortung für den Inhalt würde im Ernstfall auf den Autor abgewälzt.

Buchautoren können für das Kopieren von Seiten ihrer Werke in Bibliotheken, Instituten und Großfirmen eine globale Vergütung erhalten, die über die Verwertungsgesellschaft WORT (s. Internet: <www.vgwort.de>) abgerechnet und ausgeschüttet wird. Dafür müssen die Autoren ihre Werke allerdings auch dort anmelden. BoD macht seine Autoren darauf aufmerksam, dass dies für BoD-Bücher nur dann möglich ist, wenn der Autor bei seiner Anmeldung den tatsächlichen Verkauf von mindestens 100 Büchern nachweist. Für wissenschaftliche Bücher gelten andere Regeln (s. <www.bod.de/wissenschaft/vgwort.html>).

Die in diesem Abschnitt erwähnten Dienstleistungen und Kosten entsprechen dem „Basis-Paket“, das die Grundlage für die Veröffentlichung eines Buches bei der BoD GmbH darstellt. Der Autor bezahlt dafür knapp 400 Euro, liefert zwei Dateien mit dem formatierten Inhalt und Cover und einige Zusatzinformationen an BoD, gibt nach Kontrolle der Referenzexemplare die Freigabe zum Druck und kann sich dann im Prinzip in Ruhe seinem nächsten Vorhaben widmen. Autorenexemplare (ab 25) kann er später für seinen Bedarf bestellen und das Werk bleibt so lange er will (und 1,77 Euro im Monat zahlt) im Buchhandel und Internet „lieferbar“.

Sowohl BoD wie auch andere Firmen bieten eine Vielfalt weiterer Dienstleistungen an, die ein Autor vor und nach der Publikation in Anspruch nehmen kann, falls er es sich leisten kann, oder wenn er glaubt, die dafür nötigen Kosten durch Bücherverkauf später wieder eintreiben zu können.

Nun aber zurück zur Herstellung von Cliffs erstem Buch bei der BoD in Norderstedt im Jahr 2000. Die ISBN konnten wir als erstes in unserer Checkliste abhaken. Sie wurde uns nach Angabe von Autor und Titel formlos und einstweilen kostenlos gleich am Telefon von BoD zugeteilt. Ein Missbrauch ist ausgeschlossen, da die Nummern nur für Bücher gültig sind, die BoD herstellt.

Die digitalen Unterlagen für den Druck bei BoD (und auch bei den anderen Digitaldruckereien) bestehen aus nur einer einzigen PDF-Datei (s. Kapitel 4) für den ganzen Inhalt oder Buchblock, die auch alle Abbildungen und Schriftarten beinhalten muss. Eine zweite PDF-Datei (hier sind auch andere Formate zugelassen) liefert der Autor für den farbigen Umschlag (Cover), der auf der Innenseite nicht bedruckt werden darf.

Ich habe beide PDF-Dateien auf eine so genannte ZIP-Disk übertragen (heute würde ich eine CD brennen) und dazu auch noch einen kurzen Text zum Buch, eine Stichwortsammlung und ein Autorenporträt mit Text und Bild (alle Texte im DOC-Format, mit MS-Word verfasst) geliefert. Im August

2000 ging die ZIP-Disk mit dem von Cliff unterzeichneten Rahmenvertrag und dem Antrag zum Ergänzungsvertrag (heute Basisauftrag) per Post an BoD in Norderstedt.

Cliff hatte sein Buch mit ansprechenden Bleistiftzeichnungen illustriert. Ich hatte sie gescannt, im Computer den Kontrast erhöht und in die Textseiten eingefügt.

Das sah alles recht gut aus, bis wir nach drei Wochen von BoD die zwei Referenzexemplare zur Beurteilung bekamen. Die Bilder waren viel zu flau und Cliff war entsetzt. Die Genehmigung zum Druck (Freigabe) wurde verweigert. Sehr entgegenkommend wurde uns erlaubt, den Kontrast der Abbildungen weiter zu erhöhen und der zweite Probedruck war einwandfrei.

Mit den beiden Referenzexemplaren kam der Ergänzungsvertrag und auch Formulare, die zusammen mit zwei Exemplaren des Buches an Die Deutsche Bibliothek (DDB) in Frankfurt einzusenden waren.

Dies konnten wir aber erst erledigen, nachdem wir die Mindestzahl von 25 Exemplaren für den Autor bestellt hatten und diese auch nach weiteren drei Wochen eintrafen – alle schön in Folie eingeschweißt. (Wie schon erwähnt, wird heute die Herstellung und der Versand von Pflichtexemplaren gegen Gebühr der BoD GmbH übertragen.)

Cliff war recht begeistert und konnte nun sein Buch stolz verkaufen oder verschenken. Nach einigen Wochen erschien der Titel auch im Sortiment des Internet-Versands von Libri <www.libri.de> und bald auch bei Amazon <www.amazon.de> und in einigen weiteren Online-Buchhandlungen. Probeweise haben wir über das Internet einige Einzelexemplare bestellt. Es geht also wirklich! Die Lieferzeit war zwar nicht einige Tage sondern im Durchschnitt eher eine Woche.

Der gesamte Herstellungsprozess für ein Einzelexemplar sollte ja (laut BoD-Ankündigung im Internet) nur 24 Stunden dauern. Aber offensichtlich war der Andrang so groß, dass es Verzögerungen gab. Heute wird für die meisten BoD-Bücher von Libri eine Lieferzeit von „ein bis zwei Wochen“ angegeben. Dies gilt auch für die Kleinstauflagen des Autors. Für Letztere ist das nicht besonders gravierend. Für potentielle Käufer (also Einzelbestellungen) wirkt es dagegen etwas abschreckend. Eine Lieferzeit von 3 bis 4 Tagen wäre sicher vorteilhafter, kann aber wahrscheinlich nicht immer garantiert werden.

Andere Print-on-Demand-Firmen oder -Verlage, die einige Exemplare jedes Buches bei sich lagern (s. zum Beispiel <www.ubooks.de>), können dieses Problem weitgehend umgehen und ihre Bücher immer als „sofort lieferbar“ einstufen. Bei 11.000 Büchern (bei BoD) wäre das sicher recht umständlich, aber keineswegs unmöglich.

Für Hardcover-Bücher wurde mir von BoD erklärt, dass einstweilen noch einiges in Handarbeit gemacht werden muss, und deshalb eine schnellere Lieferung noch nicht möglich sei.

Bücher, die der Großhandel auf Lager hat (das sogenannte „Barsortiment“), werden dagegen als „sofort lieferbar“ angeboten und (wie schon erwähnt) innerhalb von 24 Stunden den Buchhändlern als Sammellieferungen in ihre Läden zugestellt oder direkt an den Kunden geliefert.

Bei genügend Nachfrage oder besonders positiven Reaktionen der Medien werden auch einige Bücher von BoD (aber auch von anderen Print-on-Demand-Anbietern) als „sofort lieferbar“ eingestuft, also beim Großhandel gelagert. BoD Norderstedt hat diesbezüglich auch geeignete Wege gefunden.

3.3 Weitere BoD-Angebote

Wie ich später dazugelernt habe, kann BoD auch Aufträge ausführen, die im Internet nicht ausdrücklich erwähnt werden. So konnte ich zum Beispiel bei Änderungen (Fehlerkorrektur vor der Freigabe zum Druck) für eine Gebühr von 99,- Euro das Mastering des Buchblocks neu durchführen lassen. Außerdem bietet die BoD GmbH heute einige interessante Dienste für Autoren an, die vielen Leistungen der konventionellen Verlage und auch der in der Zwischenzeit entstandenen Konkurrenzverlagen entsprechen.

Man erhält heute (Stand April 2005) BoD-Dienste unter folgenden Bezeichnungen: Manuskriptberatung (89,- Euro), Layout (399,- Euro), LayoutPlus (ab 799,- Euro), Layout&Lektorat (ab 1399,- Euro), Premium (ab 1999,- Euro), Marketing (289,- Euro), Werbeanzeigen (ab 499,- Euro), Messepakete (ab 89,- Euro), Autorenportrait (kostenlos), Werbeartikel (ab 58,- Euro) und Leseprobe (40,- Euro). Seit Frühjahr 2005 bietet BoD in Zusammenarbeit mit dem Literatur- und Pressebüro Pauw & Politycki ein Schreibcoaching Basic (319,- Euro) und ein Schreibcoaching Plus (129,- Euro pro Stunde) „mit individueller Problemanalyse und konkreten Lösungstipps“ für Autoren, die beim Schreiben Schwierigkeiten haben. Weitere BoD-Dienstleistungen, die mit der Vermarktung der Bücher zu tun haben, werde ich im Kapitel 5 beschreiben.

Detaillierte Information über alle BoD-Leistungen findet man im Internet. Die angegebenen Preise sind durchaus vergleichbar mit denen, die auch andere Firmen dafür verlangen, wobei aber berücksichtigt werden muss, dass auch die Qualität sehr unterschiedlich sein kann.

Ein anderer Anbieter gibt zum Beispiel (unter <www.ubooks.de>) für Satz und Layout Preise *pro Stunde* an (55,- Euro), und für Lektorat und Korrektorat Preise *pro Seite* (2,49 bis 5,98 Euro), die je nach dem gewähltem „Leistungspaket“ unterschiedlich sind (das Standardpaket für 495,- Euro entspricht etwa dem BoD-Basis-Paket). Es gibt für das Lektorat auch Angebote, die von der Zahl der gefundenen Fehler abhängen.

Besonders interessant finde ich das BoD-Angebot für die *Korrektur des Manuskripts* und für die *Umbruchkorrektur* des gesetzten Buches. Diese Dienste kann man auch einzeln in Anspruch nehmen. Für die Korrektur (und auch für ein eventuell erwünschtes Lektorat) muss man den Text als DOC- oder RTF-Datei einschicken (mit „MS-Word“ gespeichert) und erhält dann einen Kostenvoranschlag. Bis jetzt habe ich mich auf die Korrekturen gutwilliger Kollegen verlassen, werde aber in Zukunft vielleicht auf diese BoD-Dienste zurückgreifen.

Was als „preiswert“ zu betrachten ist, hängt natürlich von den finanziellen Möglichkeiten des Auftraggebers ab. Bei einem neu (auf der Maschine oder PC) geschriebenen Buch von 200 Seiten müsste man alleine für Lektorat, Satz, Layout und Korrektur mit mindestens 2.000 Euro rechnen. Für Cliff und für mich käme das nicht in Frage, und wohl kaum für wissenschaftliche Berichte, Diplomarbeiten oder Dissertationen. Dafür gibt es aber andere Publikationsmöglichkeiten.

Cliff hat später eines seiner Bücher durch Vermittlung von BoD bei der Firma Buch & medi@ GmbH, München, setzen und layouten lassen. Mit dem Ergebnis war er sehr zufrieden, zu einem weiteren Auftrag dieser Art kam es aber aus Kostengründen nicht mehr. Und so hat Cliff wenigstens erfahren was unsere Arbeit für sein erstes Buch wert war.

3.4 Der preiswerte Digitaldruck

Wie schon erwähnt, gibt es schon seit längerem mehrere Firmen, die Bücher im digitalen Laserdruckverfahren herstellen, sowohl in Schwarz-Weiß wie auch in Farbe. Die Bücher werden auch mit farbigem (folienkaschierten) Umschlag gebunden, beschnitten und zur Lieferung (falls erwünscht) in Folie eingeschweißt.

Eine Kleinstauflage von Cliffs Buch (156 S.) könnte man in solch einer Druckerei herstellen lassen. Mehrere Digitaldruckereien haben mir (wie schon erwähnt) ähnlich lautende Angebote gemacht. Adressen konnte ich leicht im Internet und im Telefonbuch finden. Heute gibt es solche Firmen schon in Billiglohnländern, die natürlich auch nach Deutschland liefern.

Die digitale Drucktechnik ist anscheinend überall der von BoD Norderstedt sehr ähnlich, obwohl zum Beispiel im Sächsischen Digitaldruck Zentrum SDZ in Dresden heute digitale Druckmaschinen der Firma Heidelberg eingesetzt werden, während die BoD Norderstedt und SDL Berlin Xerox-Drucker benutzen. Die einzureichenden Unterlagen (formatiertes Buch), die Papiersorten und die möglichen Seitenzahlen (52 bis 700) sind einander oft sehr ähnlich.

In einer Vergleichsgrafik (S. 20) habe ich die Kosten für BoD-Autorenexemplare mit Angeboten anderer Digitaldruckereien zusammengestellt. Die BoD-Standard-Buchgrößen werde ich im Abschnitt 4.1 noch genauer spezifizieren.

Bei einer Bestellung von 25 Exemplaren beim SDZ Dresden würde heute jedes Buch von Cliff 7,10 Euro kosten und bei 100 Exemplaren jedes 4,29 Euro (immer inkl. 7% MwSt). Zum Vergleich: Bei BoD würde dagegen (wie schon erwähnt) bei 25 Exemplaren jedes 5,18 Euro kosten, bei der Bestellung von 100 jedes 4,68 Euro.

Der Digitaldruck hat sich (neben Büchern) besonders zur Herstellung von meist farbigen Firmenprospekten, Preislisten, Betriebsanleitungen und ähnlichen Schriftstücken bewährt. Darauf hat sich zum Beispiel die auf diesem Gebiet wohlbekannte Firma SDL Schaltungsdienst Lange in Berlin spezialisiert. Hier wurden schon früh erstklassige digitale Farbdrucker eingesetzt, wie zum Beispiel die Xerox DocuColor 2045 (im September 2000) und die Xerox iGen3 (im November 2003). Im SDL Berlin werden sogar Auflagen ab 10 Exemplaren angeboten (auch in Farbe), natürlich etwas teurer, aber immer noch zu vernünftigen Preisen.

Bei den von mir befragten Digitaldruckereien können *bei jeder Bestellung kostenlos (oder jedenfalls sehr kostengünstig) Änderungen jeder Art, Aktualisierungen oder Korrekturen* (in den formatierten PS oder PDF-Dateien) vorgenommen werden. Auch Eintragungen oder Widmungen in einem Teil der Auflage sind möglich.

Solche Änderungen sind bei BoD Norderstedt im Prinzip nur durch einen neuen Basis-Auftrag (389,- Euro) möglich. Dabei wird dem Vorhaben auch eine neue ISBN zugeteilt. Kleinere Korrekturen vor der Freigabe zum Druck können allerdings durch einen neuen Masteringvorgang, wie schon erwähnt, für 99,- Euro durchgeführt werden.

Aber die Digitaldruckereien bieten noch weitere Vorteile. Viele verlangen heute keine Gebühren für das Mastering, für die Einrichtung des Druckers und für die eventuelle Aufbewahrung der Daten im Computer der Firma über mehrere Jahre.

Dagegen werden Einzelexemplare in der Regel nicht hergestellt. Normalerweise müssen mindestens 25 oder 30 Exemplare bestellt werden (bei SDL Berlin sind es 10). Wie ich noch genauer zeigen werden, sind aber Bestellungen erst ab 100 Exemplaren preiswert.

Bei Büchern (ohne Farbseiten) mit weniger als 100 Seiten bietet BoD Norderstedt (abgesehen von den Festkosten) Autorenexemplare zu Preisen an, die etwas geringer sind als die Herstellungskosten der Digitaldruckereien. Bei höheren Seitenzahlen ist es umgekehrt, was wohl mit der unterschiedlichen Herstellungsorganisation zu erklären ist. BoD liefert auch Einzelexemplare (an den Buchhandel, nicht als Autorenexemplare), was bei den meisten Digitaldruckereien gar nicht vorgesehen ist.

Bei vielen Digitaldruckereien geht es nur um den Druck und die Herstellung. Im Fall eines Buches (wie bei Cliff) muss sich der Autor dann um alles Weitere (ISBN, VLB, Vertrieb, Werbung usw.) selbst kümmern. Einige Digitaldruckereien bieten allerdings diesbezüglich recht nützliche Dienste für den Autor oder für die Auftragsfirma an. Beim SDZ Dresden steht zum Beispiel ein „PrePress“-Service zur Verfügung, und der SDL Berlin bietet interessante Verlagsleistungen an.

Am 1. April 2004 wurde auch für BoD-Bücher offiziell der digitale Farbdruck „ColorPlus“ eingeführt. Beliebig viele Seiten eines Buches können seit damals (gegen Aufpreis) in Farbe gedruckt werden, wie es andere Digitaldruckereien schon seit längerer Zeit im Angebot hatten (allerdings nicht zur Lieferung als Einzelexemplare). Diese Möglichkeit hat mich angeregt, die Herstellung eines farbigen Bilderkatalogs für meine Schwester Jutta (sie ist Malerin) zu untersuchen.

Als erstes stellte sich natürlich die Frage nach den Kosten. Über Qualität und Technik werde ich später noch berichten. Das Büchlein für Jutta sollte 108 Seiten haben, plus Umschlag, alles in Farbe und bis an den Rand bedruckt.

Wie ich mit dem BoD-Preiskalkulator im Internet schnell feststellen konnte, würde bei einer Bestellung von 25 Autorenexemplaren jedes 10,98 Euro kosten, bei 100 Exemplaren 10,40 Euro (immer

inkl. MwSt). Der Ladenpreis wurde von uns auf 22 Euro festgelegt, wovon der Autor 2,13 Euro erhält. Natürlich hat man die BoD-Festkosten von fast 400 Euro auch zu berücksichtigen. Dafür kann man das Büchlein dann auch im Buchhandel bestellen, was in diesem Fall (nach meiner Meinung) gar nicht so wichtig war, aber für Jutta doch sehr angenehm und erwünscht.

Ich holte auch Vergleichspreise für die reinen Druck- und Bindearbeiten für eine Auflage von 25 Exemplaren ein. Das Ergebnis war, dass Firmen, die zwar gleich gute digitale Farbdrucker benutzten, aber nicht über Fertigungsstraßen verfügen, die besonders für kleinste Auflagen oder Einzel-exemplare ausgelegt sind (wie bei BoD), relativ hohe Preise hatten. Die Herstellung von Einzel-exemplaren wird auch hier nur für Testzwecke angeboten. Allerdings waren die Preise bei Auflagen von mehr als 100 Exemplaren durchaus konkurrenzfähig.

Da meine Schwester großen Wert auf die mögliche Lieferung von Einzelexemplaren über den Buchhandel legte, wurde das Farbbüchlein („Jutta in Farbe – 116 ihrer Werke“) dann doch bei der BoD GmbH Norderstedt herausgegeben.

3.5 Noch preiswertere Alternativen

Wir haben uns auch überlegt, wie Cliff mit der damals (und auch heute) verfügbaren Technik am billigsten zu einzelnen Exemplaren seines Buches kommen könnte, die er dann bei seinen Lesungen verteilen oder preiswert anbieten kann (s. auch Abschnitt 7.4).

Das Ergebnis war eindeutig: Er müsste es selbst, auf einem Kopiergerät oder auf einem Laserdrucker, im Format DIN-A4 ausdrucken. Studenten drucken heute so die Skripten von Vorlesungen aus, da diese oft nur mehr als Computerdateien über das Internet zur Verfügung gestellt werden. Die so hergestellten Einzelblätter könnte man heften oder mit Klebe- oder Ringhefttechnik selbst binden. Letzteres würde allerdings die Kosten etwas in die Höhe treiben.

Zum Drucken genügt hier praktisch jeder noch funktionsfähige Schwarz-Weiß-Laserdrucker, der an einen (auch alten) Computer angeschlossen ist, oder ein bescheidener Schwarz-Weiß-Kopierer. Diese Geräte sind heute sehr preiswert gebraucht zu haben (oft sogar geschenkt, wenn man bereit ist, sie abzuholen!). Beidseitig bedruckt kommt man so auf Materialkosten von der Größenordnung von 1 Cent pro DIN-A4-Seite beim Selberkopieren und etwa 2 Cent pro Seite bei Laserdruckern.

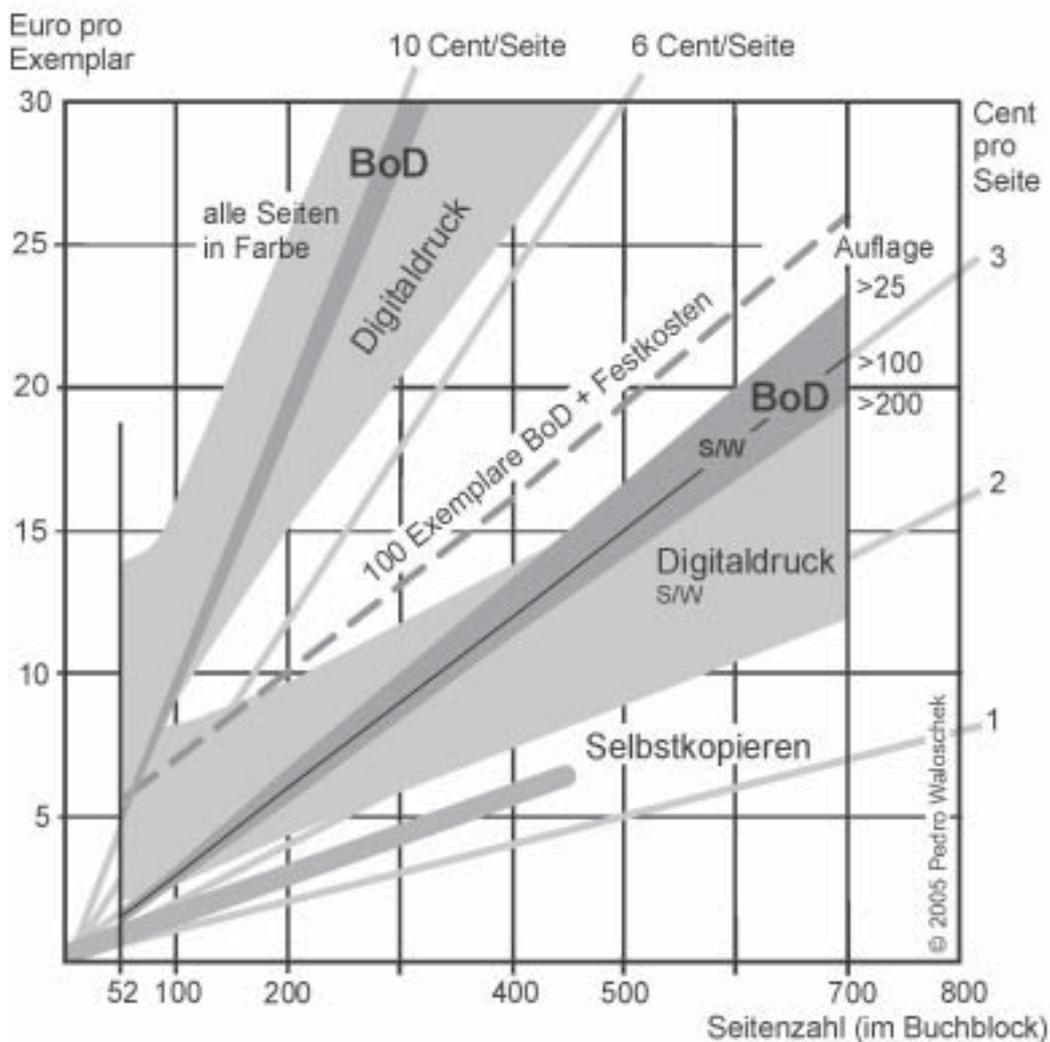
Ein weiterer Vorteil bei Kopierern wäre, dass man bei weniger anspruchsvollen Werken auch sauber getippte Manuskripte (ohne aufwendigem Satz oder Formatierung) direkt kopieren kann. Allerdings ergeben sich dabei bei Halbtonvorlagen (wie zum Beispiel Fotos oder schon gerasterten Abbildungen) gelegentlich Probleme.

Cliffs Buch könnte man von 156 Buchseiten auf 78 DIN-A4-Seiten reduzieren, indem man je 2 Buchseiten (quer) auf eine DIN-A4-Seite kopiert. Durch neues Setzen der Texte könnte man sogar auf etwa 60 DIN-A4-Seiten kommen, was dann 30 Blatt beidseitig bedrucktem Papier entspricht. Dann würden die reinen Materialkosten beim Kopieren oder Laserdrucken etwa 1 Euro (aber höchstens 2 Euro) pro Exemplar betragen. Der dabei nötige Arbeitsaufwand und die Benutzung des Kopierers oder Laserdruckers ist hier nicht berücksichtigt. Die Maschinen drucken meist mehr als 10 Seiten pro Minute, benötigen dabei aber auch Aufsicht.

Sobald man den Arbeitsaufwand und die Benutzung der Maschinen berücksichtigt, kommt man auf Preise, die denen der kommerziellen Kopierläden (Copyshops) entsprechen. Ein Blick in die Preislisten zeigt, dass hier beim Kopieren von mehr als 50 Seiten (A4) jede etwa 7 Cent kosten würde, bei mehr als 500 Seiten jede etwa 6 Cent.

Zur Selbstbedienung bekommt man Karten für 100 Kopien (unter 6 Cent pro Seite) und für 1000 Kopien (etwa 4 Cent pro Seite), alles einschließlich Papier und MwSt. Dabei kann man einseitig oder doppelseitig kopieren, aber zum gleichen Preis „pro Seite“.

Cliffs DIN-A4-Buch (60 Seiten, 30 Blatt) als Einzelexemplar würde also (ungebunden) in Selbstbedienung weniger als 4 Euro kosten. Eine Leim- oder Spiralbindung kommt auf etwa 2,50 Euro



**Darstellung der Kosten pro Exemplar
als Funktion der Seitenzahl eines gebundenen Buches.**

Paperback, A5 (oder „Standard Format“ bei BoD)
 Buchblock aus hochweißem Papier (ColorCopy) 90 gr/m²
 Umschlag vierfarbig, 250 gr/m², Cellophaniert

Daten aus den Internet-Kalkulatoren und Auskünften der Firmen.
 Dunkelgrau: BoD GmbH Norderstedt (Autorenexemplare)
 Hellgrau: Herstellungskosten bei Digitaldruckereien, wie z.B.
 SDZ Dresden, SDL Berlin, Hohnholt Bremen usw.

Zur Abschätzung der Kosten pro Exemplar

Paperback, 90 g/m² Papier, Weiß; farbiger Umschlag 250 g/m², cellophanisiert
Preise pro Exemplar in Euro, inkl. 7% MwSt

Typische Herstellungskosten im Digitaldruck (A5):

| | | | |
|------------|---------|-------------|-------------------------------|
| S/W | bei 25 | Exemplaren: | (2,5 x Seitenzahl + 400) Cent |
| S/W | bei 100 | Exemplaren: | (1,8 x Seitenzahl + 300) Cent |
| S/W | bei 500 | Exemplaren: | (1,7 x Seitenzahl + 300) Cent |
| 100% Farbe | bei 25 | Exemplaren: | (6,0 x Seitenzahl + 700) Cent |
| 100% Farbe | bei 100 | Exemplaren: | (5,2 x Seitenzahl + 250) Cent |
| 100% Farbe | bei 500 | Exemplaren: | (5,0 x Seitenzahl + 200) Cent |

BoD-Autorexemplare, Standard-Formate (ohne Festkosten):

| | | | |
|------------|--------|-------------|--------------------------|
| S/W | ab 25 | Exemplaren: | (3,4 x Seitenzahl) Cent |
| S/W | ab 100 | Exemplaren: | (3,0 x Seitenzahl) Cent |
| S/W | ab 200 | Exemplaren: | (2,7 x Seitenzahl) Cent |
| 100% Farbe | ab 25 | Exemplaren: | (10,0 x Seitenzahl) Cent |
| 100% Farbe | ab 100 | Exemplaren: | (9,0 x Seitenzahl) Cent |
| 100% Farbe | ab 200 | Exemplaren: | (8,5 x Seitenzahl) Cent |

Bei den folgenden Angaben ist zu berücksichtigen, dass DIN-A4
Seiten eventuell mehr als zwei DIN-A5 Seiten beinhalten können:

| | |
|-------------------------------------|-------------------------------|
| Tintenstrahldrucker/Farblaser (A4): | (10 bis 20 x Seitenzahl) Cent |
| Copyshop Auftrag (A4) | (etwa 6 x Seitenzahl) Cent |
| Copyshop Selbstbedienung (A4): | (etwa 4 x Seitenzahl) Cent |
| Laserdrucker S/W Privat (A4): | (etwa 2 x Seitenzahl) Cent |
| Kopierer S/W Privat (A4): | (etwa 1 x Seitenzahl) Cent |

Ring-, Klebe- oder Spiralbindung (Shop) etwa 2,50 Euro

Nur zur Orientierung! Irrtum vorbehalten! Keine Gewähr!

zusätzlich. Wer sich die dafür nötigen Geräte anschafft, kann dies aber auch billiger zu Hause selbst machen.

Es gibt auch Firmen, die sich auf die Herstellung von Diplom- und Doktorarbeiten spezialisiert haben, die ja in kleiner Auflage (aber gebunden) vorgelegt werden müssen. Hier ist der Kostenaspekt besonders wichtig. Aber auch hierfür hat sich in letzter Zeit zunehmend der digitale Laserdruck bewährt. Die Herstellung einzelner Exemplare ist dabei allerdings auch nicht vorgesehen und würde wohl zu teuer kommen.

Eine interessante Anwendung der Kopiertechnik wird von einigen Firmen zur Wiedergabe von seltenen Dokumenten oder schon lange vergriffenen Büchern angeboten, wobei aber die Kosten keine besonders große Rolle spielen.

Dagegen kopiert zum Beispiel der Verlag von Horst R. Rein in Dresden eine Schriftenreihe (die sich im Verlagsarchiv befindet) „auf Bestellung“, zu recht vernünftigen Preisen, die mit denen eines Kopierladens vergleichbar sind. Dieser Dienst wird allen Interessenten zur Verfügung gestellt und wird sehr treffend „Copy on Demand“ (CoD) genannt. Dabei hat man den Vorteil, dass eine aufwändige Lagerhaltung (von Kopien) entfallen kann (wie auch bei BoD), und dass außerdem die Kopier-

vorlagen später problemlos korrigiert oder verändert werden können (wie es bei Digitaldruckereien auch meist möglich ist).

Hierzu noch einige Bemerkungen. Das *allen zur Verfügung stehende Angebot*, Schriftstücke zu kopieren (oder Kopien aus einem kleinem Lager zu liefern), *welches nicht auf einen ganz bestimmten Personenkreis beschränkt ist*, entspricht im Sinne des Urheberrechtsgesetzes (UrhG) einer *Veröffentlichung*, also einer Vervielfältigung und Verbreitung. Für Werke oder Teile von Werken (Abbildungen, die durch Copyright geschützt sind, muss dafür natürlich die Genehmigung des Copyright-Eigentümers (meist der Autor) vorliegen.

Andererseits kann ein Autor, solange er sein Werk zum „Kopieren auf Bedarf“ freigegeben hat (selbst wenn er das allgemeine Copyright für sein Werk behalten hat), das Recht für den „exklusiven Vertrieb“ seines Werkes (in der gleichen oder ähnlichen Form) keinem anderen Verlag vertraglich einräumen, besonders auch nicht BoD.

Ganz anders ist die Rechtslage, wenn Kopien einzelner Dokumente oder einiger Seiten von Büchern in Bibliotheken oder Archiven auf Bestellung oder auf Kopierern mit Selbstbedienung hergestellt werden. Diese Kopiertätigkeit ist gesetzlich geregelt und der eventuelle Inhaber der Urheberrechte kann über die Verwertungsgesellschaft WORT eine Entschädigung erhalten.

Noch zu erwähnen wäre zum Beispiel das Ausdrucken auf den heute recht preiswerten Tintenstrahldruckern, die von einem Computer gesteuert werden. Dies kommt wegen den hohen Kosten der Druckertinte viel teurer als der Laserdruck und das Drucken ist auch relativ langsam. Meist sind diese Drucker auch für Farbe eingerichtet, was dann noch teurer kommt. Ein Blick in die Preislisten zeigt, dass hier Kosten von weit über 10 Cent pro Seite nur für die Druckertinte anfallen. Aber für den Druck *einzelner Seiten in Farbe* (zum Beispiel im Rahmen von Copy on Demand) kann man sie allerdings berücksichtigen. Zurzeit schon verfügbare Farblaserdrucker für den privaten Gebrauch haben das gleiche Problem: Die Farb-Toner sind für die hier betrachteten Anwendungen (noch) viel zu teuer.

4 Zur Technik

4.1 Satz, Umbruch und Layout

Mein Großvater war Schriftsetzer in einer großen Wiener Druckerei und benutzte natürlich Bleibuchstaben. Satz und Umbruch liegen mir deshalb irgendwie im Blut. Mit akkuraten Kugelschreibmaschinen (Composer) haben wir vor vielen Jahren Druckvorlagen hergestellt.

Als Computer aufkamen, erfüllte bald ein Programm Namens „TeX“ (und seine benutzerfreundlichere Fassung „LaTeX“) alle Wünsche und Träume eines Setzers: Blocksatz mit Proportional-schrift, beliebig viele Schriftarten (Fonts), Formelsatz, Bildplatzierung, Tabellen und vieles mehr.

Viel einfacher zu handhaben war dann das Programm „Pagemaker“ und später erschien das angeblich professionellere Satzprogramm „QuarkXPress“, das ich mir nie leisten konnte (heute 2.299,- Euro). Durch relativ preiswerte Updates konnte ich Pagemaker bis jetzt auf meinem PC erhalten. Es wurde kürzlich durch „InDesign“ ersetzt (Update 569,- Euro, neu 1299,- Euro). Andere Satzprogramme werden in der Praxis heute relativ wenig benutzt.

LaTeX, Pagemaker und QuarkXPress hatten vom Anfang an eines gemeinsam: Das Ergebnis konnte man in die von Druckereien (und Laserdruckern) gerne angenommene Satzsprache „PostScript“ umwandeln. Daraus entwickelte die Firma Adobe das schon mehrmals erwähnte PDF-Format, das heute für praktisch alle Computersysteme problemlos lesbar ist und natürlich auch von allen Digitaldruckereien. Schriftstücke im PDF-Format können originalgetreu auf jedem Computer (auch Macintosh) angesehen und ausgedruckt werden.

Für Bilder oder Grafiken kann unter anderen das JPG-Format (in digitalen Fotoapparaten üblich) oder das GIF-Format benutzt werden. Diese und einige andere Formate werden von den Satzprogrammen akzeptiert und in Postskript- und PDF-Dateien eingebunden.

Für die Umwandlung von den recht allgemein gehaltenen und sehr umfangreichen PostScript-Dateien in das PDF-Format benutzt man das besonders nützliche Adobe-Programm „Distiller“. Es korrigiert eventuelle Mängel der Postscript-Dateien und legt auch die Auflösung der Grafiken nach Wunsch fest, so etwa hoch (zum Drucken) oder genügend für den Bildschirm. Letzteres erzeugt wesentlich kleinere Dateien, gut für das Internet oder zum Verschicken (als E-Mail-Anhang).

Das klingt alles sehr schön, hat aber einen Haken. Was macht der Autor, der zu diesen technischen Leckerbissen keinen Zugang hat?

Ich kenne Autoren, die noch liebevoll per Hand schreiben. Diese müssen ihre Manuskripte natürlich erst „tippen“ lassen, am besten gleich in einen Computer. Mein Freund Cliff betrachtet Computer als moderne Folterinstrumente.

Wer auf der Maschine sauber schreibt, kann seine Seiten scannen lassen und so die Texte in einen Computer einlesen. Mit den Scannern wird oft ein sog. „Optical Character Recognition (OCR)“-Programm geliefert, das sauber maschineschriebene oder gedruckte Texte in computerlesbare Dateien verwandelt (heute fast fehlerfrei).

Es gibt nur wenige Menschen, die sich einen Satz so lange im Kopf überlegen, bis sie ihn druckreif zu Papier bringen. Korrigieren oder Verbessern bleibt dann oft aus. Viel einfacher hat es der heutige Schriftsteller, der einen Satz am Bildschirm so lange umdrehen und verändern kann, bis er genau so aussieht, wie er es sich wünscht. Und spätere Korrekturen oder Änderungen sind genauso einfach.

Nach meinem Gefühl gehört also ein bescheidener Computer (ab 400 Euro), ein Scanner (100 Euro) und ein Laserdrucker (ab 200 Euro) zur Grundausrüstung eines Autors. Mit dem Computer wird meist ein Schreibprogramm geliefert, wie etwa MS-Word, das Dateien im DOC- oder RTF-Format erzeugt. Letzteres (das „Rich Text Format“) wird von fast allen Satzprogrammen angenommen.

Wer keinen Zugang zu einem Satzprogramm hat, oder sich nicht mit der Bedienung belasten will, der kann seine DOC- oder RTF-Texte, zusammen mit den eventuellen Abbildungen, von einer Firma oder einem Freund „layouten“ lassen.

Schreibprogramme wie MS-Word wurden für den Bürogebrauch entwickelt. Sie haben nicht die Layout-Funktionen der Satzprogramme. Trotzdem kann man damit einfache Layouts erzeugen und in PDF-Dateien umwandeln.

4.2 Die Möglichkeiten bei BoD

Es hat im Jahr 2000 einige Zeit gedauert bis wir, mit freundlicher Hilfe des schon erwähnten Herrn Jörg Zaag (damals technischer Leiter von BoD) und anderen gutwilligen BoD-Mitarbeitern, Cliffs Buch „Der Fluch des Labyrinths“ für den BoD-Druck vorbereitet hatten. Wir haben das Taschenbuchformat 12 x 19 cm gewählt, in der einzigen damals möglichen Ausführung, nämlich als Paperback mit farbigem Umschlag.

Bei BoD gab (und gibt) es fünf „Standard-Buchgrößen“ (in cm):

12 x 19, 13,5 x 21,5, 14,8 x 21 (A5), 15,5 x 22, 17 x 22,

und gegen Aufpreis eine „Sondergröße“: 19 x 27 (Verlage haben seit 2004 innerhalb der Standardgrößen freie Formatwahl).

Es gibt zurzeit bei BoD Norderstedt nur zwei Papiersorten zur Auswahl (Weiß und Chamois, 90 g/m²) und man kann (wie schon erwähnt) neben Schwarz-Weiß-Seiten auch beliebig viele in Farbe drucken lassen (mit Aufpreis). Die Gesamtseitenzahl des Buchblocks muss ein Vielfaches von 4 sein und zwischen 52 und 700 liegen.

Die Bücher können heute als Paperback mit einem stärkeren, farbigen Umschlag hergestellt werden (mit glänzender oder matter Folie kaschiert) oder auch als wesentlich teurere Hardcover mit Schutz-

umschlag und Leseband oder mit kaschiertem Umschlag, beides mit geradem oder rundem Rücken, wie im Internet genau beschrieben wird.

Um auch Einzelexemplare preiswert herzustellen, musste die BoD Norderstedt offensichtlich das Angebot auf genau definierte Standards reduzieren. Wer auf die Herstellung von Einzelexemplaren und auf die BoD-Basis-Leistungen verzichtet, findet andere Firmen, die zu vergleichbaren Preisen frei wählbares Format und mehrere Papiersorten anbieten. Hier sollte man allerdings immer mehr als etwa 100 Exemplare bestellen.

Wir haben damals Cliff angeboten, noch zwei weitere seiner Bücher bei BoD herauszugeben, wobei ich mit Christians Hilfe die Vorbereitungen für den Digitaldruck kostenlos machen würde, Cliff aber die Festkosten und die Autorenexemplare bei BoD bezahlen müsste.

Es ging alles reibungslos über die Bühne und Cliff hatte nach einiger Zeit drei lieferbare Bücher in den Online-Katalogen. Später hat Cliff, wie schon erwähnt, ein weiteres Buch mit kommerziellem Satz und Layout veröffentlicht.

4.3 Die Druckqualität

Die Qualität des BoD-Drucks war für Cliffs Bleistiftzeichnungen ausreichend. Auch der Druck der Texte war in Ordnung. Nur Experten hätten ihn von einem hochwertigeren Druck unterscheiden können.

Die Druckwerke (meist Laserdrucker) aller mir bekannten Digitaldruckereien (also auch bei BoD) arbeiteten mit einer maximalen Auflösung von 600 „Dots per Inch“ (dpi), also Punkte pro Zoll. Dies wird zurzeit als der optimale Standard im Digitaldruck angesehen. Dabei spielt wahrscheinlich die erreichbare Druckgeschwindigkeit und andere Eigenschaften eine wichtigere Rolle. Die Programme und Einstellungen (in meinem Fall Pagemaker und vor allem Distiller) für die Herstellung der PDF- oder PS-Druckdateien sind auch auf die Auflösung von 600 dpi eingestellt.

Für anspruchsvollere Fotos mit Halbtönen hätten wir uns eine bessere Auflösung gewünscht. Laserdrucker mit einer Auflösung von 1200 dpi waren schon um 1999 erschwinglich und der Qualitätsunterschied bei der Wiedergabe von Halbtönen war klar sichtbar.

Dies betrifft den Schwarzweißdruck. Die beim Digitaldruck benutzten Farbdrucker schienen vom Anfang an eine bessere Auflösung zu haben, wie ich glaube mit einem Vergrößerungsglas festgestellt zu haben. Allerdings steht in den technischen Datenblättern der verfügbaren Farbdrucker, dass die Auflösung selbst bei den zuletzt eingeführten Modellen aller Hersteller weiterhin nur 600 dpi entspricht, auch bei dem modernen Xerox-iGen3-Farbdrucker mit „Solid-Ink“-Technologie, der im März 2005 auch bei BoD installiert wurde.

Für den schon erwähnten, farbigen Bilderkatalog meiner Schwester Jutta hatte ich mich (im Jahr 2004) mit Frau Katrin Feindt von BoD beraten. Es wurde beschlossen, erst einen Testdruck von 20 Seiten mit der damals bei BoD eingeführten Farbtechnik „ColorPlus“ durchzuführen. Das hat etwa 70 Euro gekostet, wenn ich mich richtig erinnere. Das Ergebnis hat unsere Erwartungen weit übertroffen und Jutta verteilt nun stolz das Büchlein an ihre Freunde und Bewunderer. Und viele möchten es auch kaufen.

Um den gewünschten schwarzen Hintergrund bis an den Rand zu drucken, mussten wir allerdings (aus technischen Gründen) auf das zuerst angepeilte Format 17 x 22 cm verzichten und auf das kleinere DIN-A5-Format ausweichen. Wie sich später herausgestellt hat, können nur Farbdrucker einen durchgehend schwarzen Hintergrund erzeugen. Bei den (schnelleren) Schwarz-Weiß-Druckern kann ein gleichmäßiger schwarzer Hintergrund nicht garantiert werden.

Ich hatte bei einer kleinen Digitaldruckerei (Lasertechnik) in meiner Nähe den gleichen Testdruck für Juttas Büchlein machen lassen und das Ergebnis war, was die Druckqualität betrifft, praktisch identisch. Nur beim Preis von Kleinstauflagen war die Druckerei (wie schon erwähnt) BoD unterlegen.

Eine weiteres Farbdruck-Projekt musste ich einstweilen zurückstellen. Es handelt sich um einen Fotokatalog mit vielen Porträts. Die Probleme des Farbausgleichs für die berühmt-berüchtigte Hautfarbe (für jedes einzelne Bild) überschreiten meine Fähigkeiten. Hier müsste ein Experte herangezogen werden, und das kann teuer sein.

5 Die Vermarktung

5.1 Erste Probleme

Nachdem Cliffs drittes Buch schon einige Monate bei BoD „lieferbar“ war, kam er eines Tages wütend an meinen Espresso-Tisch im Elbe-Einkaufszentrum. Er hatte gerade seine Lieblingsbuchhandlung besucht und erzählte mir, dass keines seiner drei BoD-Bücher, trotz Angabe von Autor, Titel und ISBN, auf dem Monitor der Buchhandlung zu finden war, dass sie also *nicht lieferbar* waren. Sie waren nicht in den von der Buchhandlung benutzten Bücherkatalogen des Großhandels! Und auf Internet-Kataloge konnte man vom Monitor seiner Buchhandlung damals gar nicht zugreifen. Die Verkäuferin war sehr verblüfft, als Cliff ihr ein Exemplar eines seiner Bücher in die Hand drückte. Dann entdeckte sie den Vermerk: *„Hergestellt als ‚Book on Demand‘ bei Libri, Hamburg“*. Sie meinte kurz: *„Ja, Books on Demand kennen wir, aber wir führen sie nicht.“*

Bei einer anderen Buchhandlung in einem Hamburger Vorort gab man mir eine etwas genauere Auskunft: *„Das Problem ist, dass wir bei Books on Demand einen geringeren Rabatt bekommen als es im normalen Buchhandel üblich ist, und dass wir kein Rückgaberecht haben. Letzteres verärgert unsere Kunden und macht eine Auslegung in unseren Regalen praktisch unmöglich.“*

Ich konnte natürlich nicht überprüfen, ob die Bemerkung zu den Rabatten stimmte, und ich weiß nicht ob das auch heute noch zutrifft. Das fehlende Rückgaberecht für Book-on-Demand-Bücher erschien mir dagegen recht logisch, da jedes Buch ja erst hergestellt wird, nachdem es bestellt wurde. Allerdings wird dies im Angebot der Bücher (meist über das Internet) nicht erwähnt. Der Kunde wird darüber erst auf Anfrage informiert oder beim späteren Versuch einer Rückgabe, ein recht peinlicher Vorgang.

Immer wieder beklagten sich potentielle Käufer bei mir über ähnliche Probleme: Ihre Buchhandlungen konnten oder wollten Cliffs und auch später meine BoD-Bücher, trotz Angabe von Autor, Titel und ISBN, in ihren Datenbanken (früher in Form dicker Bücher, später auf CDs und heute meist „Online“) nicht finden und entsprechend eine Bestellung nicht annehmen.

Das Problem des Rückgaberechts ist sicher ernst, was natürlich auch BoD erkannt hat. Am 1. Juli 2004 wurde folgende Pressemitteilung veröffentlicht: *„Der Buchgroßhändler Georg Lingenbrinck GmbH & Co KG und die Books on Demand GmbH führen zum 1. Juli 2004 die Remissionsmöglichkeit für BoD-Titel ein. Ab sofort können alle Buchhändler, die an Libri angeschlossen sind, BoD-Bücher zurückgeben und bekommen die Titel im Rahmen der üblichen Remissionskonditionen über Libri gutgeschrieben.“*

Zuerst das Gute an der Pressemeldung: *„alle Buchhändler, die an Libri angeschlossen sind“* können ab sofort BoD-Bücher ohne Risiko in ihre Regale aufnehmen und auch ihren Kunden beim Kauf das Rückgaberecht einräumen. Oder besser: Sie brauchen das *Fehlen* des ansonsten üblichen Rückgaberechts nicht zu erwähnen. Das kann ein wichtiger Schritt zum besseren Verkauf von BoD-Büchern sein. Und selbst wenn die Verdienstspanne bei BoD-Büchern geringer als üblich sein sollte, wäre das kein besonderes Hindernis: Die Bestellung bei Libri erfordert nur eine kostenlose E-Mail, also minimalen Aufwand. Um Herstellung, Versand und Verrechnung kümmert sich Libri.

Weniger gut ist natürlich, dass bei den Buchhändlern, die *nicht* an Libri angeschlossen sind, alles beim Alten bleibt. Etwa 3500 der insgesamt etwa 6000 Buchhändler im deutschen Sprachraum sind

zurzeit „an Libri angeschlossen“. Es bleiben also etwa 2500 übrig, zu denen wohl diejenigen gehören, auf die wir bei unseren Stichproben gestoßen sind.

Laut BoD haben allerdings alle Buchhandlungen im deutschsprachigen Raum die Möglichkeit, BoD-Bücher in den Datenbanken von Libri, vom „Schweizerischen Buchzentrum“ und im VLB zu finden und zu bestellen. Und alle Buchhandlungen weltweit könnten so im Prinzip auch BoD-Bücher bestellen – wenn sie möchten.

5.2 Weitere Probleme

Dass BoD-Bücher nur sehr selten in den Regalen der Buchhändler ausgelegt werden, ist recht gut zu verstehen. Für alle „Bücher auf Bestellung“, also auch für BoD-Bücher, soll doch die relativ teure und aufwändige Lagerung beim Verlag, bei den Großhändlern *und in den Buchhandlungen* im Prinzip entfallen. Es wird dagegen angestrebt, dass möglichst alle Buchhändler, sei es in ihren stationären Läden oder über das Internet, Bestellungen für BoD-Bücher annehmen.

Selbst wenn BoD-Autoren ihre Bücher gerne in den Buchhandlungen sehen würden, ist das gar nicht so einfach. Ein Problem betrifft die *Höhe der Auflage* beim Digitaldruck. Damit kann man höchstens einige der 6.000 deutschsprachigen Buchhandlungen versorgen, und wenn man mehr beliefern will, sollte man vom Anfang an auf konventionelle Art (Offset) eine höhere Auflage drucken. Das überschreitet meist die Möglichkeiten des Autors und sollte einem Verlag überlassen werden.

Aber es gibt noch ein weiteres, recht schwerwiegendes Problem, das allerdings nichts mit der Drucktechnik zu tun hat. Die Buchhändler müssen die Bücher, die sie in ihren Regalen auslegen, sorgfältig auswählen, wobei vor allem natürlich die „Verkäuflichkeit“ berücksichtigt wird, die oft mit der „Qualität“ eines Buches verwechselt wird. Es war schon immer recht rätselhaft, warum manche Bücher besser als andere verkauft werden. Einen wichtigen Beitrag leistet dabei sicher die Mund-zu-Mund-Propaganda.

Die großen Verlage helfen den Buchhändlern bei der Auswahl der Bücher durch aufwändige Werbung mit farbigen Katalogen, durch Ankündigungen, Buchbesprechungen und Annoncen in den Medien, wie etwa in Zeitschriften, Zeitungen und vor allem im Fernsehen. Neuerscheinungen werden auf Buchmessen vorgestellt und eventuell sogar von Vertretern besonders angeboten.

Der Name eines bekannten Verlages gibt oft schon eine gewisse Garantie für die „Güte“ oder die schon erwähnte „Verkäuflichkeit“ eines Buches. Der Händler weiß, dass sich der Verlag bei der Auswahl der Bücher von erfahrenen Lektoren beraten lässt, und dass bei der Herstellung akkurate Korrektoren mitwirken. Prompte Lieferung durch den Großhandel (innerhalb 24 Stunden) und Rückgaberecht sind selbstverständlich.

Ganz anders ist die Lage bei Büchern, die ein Autor auf eigene Verantwortung, ohne Kontrolle eines traditionell arbeitenden Verlages oder zum Beispiel einer anerkannten wissenschaftlichen Institution, also im Selbstverlag, auf eigene Rechnung oder bei BoD GmbH drucken lässt und dann vermarkten möchte.

Solange ein Buch nicht moralisch oder politisch beanstandet werden kann und formell vernünftig aussieht, nimmt es BoD normalerweise zur Veröffentlichung an. BoD hat allerdings laut Vertrag das Recht, dies *ohne Angabe von Gründen* abzulehnen. Eine Auswahl durch Lektoren oder Experten, die ein Buch ablehnen könnten, gibt es aber bei BoD prinzipiell nicht. Und das ist ja auch gut, denn so können bei BoD eventuell wichtige Bücher publiziert werden, für die der Autor keinen Verlag findet. Unentdeckte Talente haben hier eine Chance. Auch Nischenmärkte können zu vernünftigen Preisen bedient werden, wie es zum Beispiel bei wissenschaftlichen Publikationen der Fall ist. Aber unter den Büchern, die bei BoD oder im Selbstverlag herausgegeben werden, sind natürlich auch viele weniger gut „verkäufliche“ oder solche mit vielen Fehlern oder Ungereimtheiten. Und das ist den Buchhändlern und Rezensenten natürlich nicht entgangen.

5.3 Hilfe von BoD

BoD hat auf dieses Problem reagiert und bietet die schon erwähnten Dienste für *Manuskriptberatung, Korrektur, Lektorat und Umbruchkorrektur* an, mit denen der Autor die Qualität seiner Bücher verbessern kann, falls er es wünscht und dafür auch bezahlt. Es wurde dafür die Abteilung „Layout und Lektorat“ bei BoD eingerichtet. Wer auf eine bessere spätere Vermarktung seines Buches hofft, sollte wohl einige dieser Dienste in Anspruch nehmen.

BoD organisiert auch Autoren-Lesungen in vielen Städten, die im „E-Mail-Newsletter“ (das man abonnieren kann) und in dem sehr ansprechend aufgemachten Kundenmagazin „BoD-Aktuell“ angekündigt werden. Dort findet man auch weitere Information und Neuigkeiten über BoD, BoD-Bücher, BoD-Autoren und BoD-Verlage.

In „BoD-Aktuell“ und auch wöchentlich auf der Internet-Seite, wird eine BoD-Bestsellerliste veröffentlicht, mit den 20 in den letzten sechs Wochen am besten verkauften Büchern, getrennt für Belletristik und Sachbücher. Wie bei Bestsellerlisten üblich, wird auch hier das Interessanteste verschwiegen, nämlich die tatsächlichen Verkaufszahlen. Gerne hätte ich die BoD-Bestsellerlisten auch in einem Archiv zurückverfolgt. Vielleicht war ich ja auch einmal dabei.

Besonders zur Beratung der Buchhändler hat BoD seit März 2005 eine weitere Innovation eingeführt, mit der Bezeichnung „Edition BoD“. Es werden dafür ab sofort inhaltlich wie sprachlich hervorsteckende Bücher durch die Abteilung „Layout und Lektorat“ beurteilt und ausgewählt. Diese Bücher finden dann einen besonderen Platz in „Edition BoD“. *„Monatlich wird innerhalb der Edition BoD ein Titel aus den BoD-Neuerscheinungen als ‚Buch des Monats‘ präsentiert. Umfangreiche PR und gesonderte Anzeigen in BoD Novitäten sowie im Börseblatt des Deutschen Buchhandels werden für das ‚Buch des Monats‘ gesteigerte Aufmerksamkeit garantieren“*, wie in „BoD-Aktuell“ (Frühjahr 2005) berichtet wird.

Ich schätze, dass zurzeit bei BoD etwa 10 Bücher pro Arbeitstag veröffentlicht werden. Individuelle Werbung für die Bücher muss also wohl oder übel den Autoren überlassen werden, wofür ihnen BoD natürlich Hilfe anbietet.

Da wäre zuerst die BoD-Tätigkeit auf den Buchmessen in Frankfurt und Leipzig zu erwähnen. Autoren, die sich rechtzeitig angemeldet und die entsprechende Gebühr bezahlt haben, können am publikumswirksamen BoD-Stand ihre Bücher vorstellen und in einen Katalog eintragen lassen. Es ist zu hoffen, dass diese Präsentation die Akzeptanz der BoD-Bücher bei den Buchhändlern etwas verbessert.

Seit März 2005 hat sich BoD mit einer neuen, groß angelegten Werbeoffensive für den Verkauf ihrer Bücher engagiert. Es werden (wie in der Buchbranche sonst auch üblich) monatlich alle Neuerscheinungen in einem Verzeichnis angekündigt, das in einer Auflage von etwa 10.000 Exemplaren unter dem Namen „BoD Novitäten“ an alle wichtigen Buchhandlungen im deutschsprachigen Raum verteilt wird – so die Ankündigung im BoD-Aktuell.

„Jeder BoD-Titel wird automatisch und kostenlos mit Cover, bibliographischen Angaben und einem Barcode, der den Buchhändlern die Bestellung erleichtert, innerhalb der passenden Sachgruppe präsentiert. Wenn Autoren ihre Bücher in einer größeren Anzeige mit zusätzlichem Kurztext und farblicher Hervorhebung darstellen möchten, ist dies für 49 Euro möglich.“

Der Werbeeffect durch Besprechungen oder Rezensionen in den gedruckten Medien, im Fernsehen und im Rundfunk ist besonders wichtig. Die großen Verlage haben diesbezüglich langjährig gepflegte Kontakte mit den zuständigen Ansprechpartnern in den Medien. Rezensionsexemplare werden dann möglichst nach Absprache gezielt verschickt und entsprechend auch berücksichtigt. Dies ist natürlich nur für eine begrenzte Zahl von Büchern möglich.

Das eventuelle Verschicken von Rezensionsexemplaren und Werbetexten wurde bis 2005 von BoD den Autoren überlassen. Diese haben aber nur selten gute Beziehungen zu den dafür verantwortlichen

Personen in den Medien. BoD bietet guten Rat und die Adressen von Ansprechpartnern unter dem schon erwähnten „BoD-Marketing“ an.

Nun werden seit März 2005 auch *kostenlos Rezensionsexemplare* von BoD-Büchern verschickt (wahrscheinlich auf Anforderung), *Journalistenfragen bearbeitet* und *Interviews* vermittelt. Der Erfolg hängt hier natürlich von der Fähigkeit und Sachkenntnis der Presseabteilung ab und von den zur Verfügung gestellten Mitteln.

Jeder Autor kann sich bei BoD ansprechende *Postkarten, Lesezeichen und Poster* drucken lassen, die er dann selber verschicken oder verteilen kann. Diese Werbemittel habe ich mir als leidenschaftlicher Layouter lieber selbst gemacht (mit einer persönlichen Note) und dann auf meinen Druckern zu Hause hergestellt. BoD bietet auch an, *Leseproben* in die Online-Kataloge (vor allem auch <www.libri.de>), in Verbindung mit einem ansonsten kostenlosen *Autorenportrait*, aufzunehmen. Ein weiteres Angebot von BoD betrifft *Werbeanzeigen* im renommierten „Buchjournal“, das in einer Auflage von 435.000 Exemplaren in 2.600 Buchhandlungen ausgelegt wird. Eine Achtelseite-Anzeige mit farbigem Coverbild kostet dort 499,- Euro (incl. MwSt) und muss rechtzeitig bei BoD angemeldet werden.

Zukünftige Autoren werden natürlich die neuen kostenlosen BoD-Leistungen begrüßen und hoffen vielleicht zu den Privilegierten gehören, die in die „Edition BoD“ aufgenommen werden. Die gegen Bezahlung zur Verfügung stehenden Dienste müssen dagegen individuell beurteilt werden. Manchem Autor ist die Bekanntmachung seiner Werke viel Wert, andere werden die Kosten dagegen mit den durch den Verkauf von Büchern zu erwartenden Einnahmen vergleichen.

5.4 Selbsthilfe?

Durch meine frühere Tätigkeit für die Öffentlichkeitsarbeit des Forschungszentrums DESY habe ich mir Adressen für Rezensionsexemplare selbst zusammengestellt (Redaktionen von Medien in denen Bücher besprochen werden). Meine Erfahrungen waren eher ernüchternd. Die allermeisten der vielen von mir an die Medien verschickten Exemplare sind entweder im Müll gelandet oder verstauben in den Regalen der Empfänger. Die Redaktionen wichtiger Medien erhalten wohl mehrere Bücher pro Tag zur Besprechung. Was nach Selbstverlag riecht, wird da sehr wahrscheinlich (und aus guten Gründen) kaum berücksichtigt!

So habe ich zum Beispiel versucht, mein 2001 erschienenes BoD-Büchlein „Das Volkshaus Riesa und sein Architekt“ zu vermarkten. An alle Medien in Sachsen, die ich im Internet und Telefonbuch finden konnte, habe ich Rezensionsexemplare geschickt. Nur von einer Rundfunkanstalt habe ich erfahren, dass angeblich ein Kommentar gesendet wurde.

Dann habe ich das Buch (mit je einem Freixemplar) den Buchhandlungen in und um Riesa angeboten. Diese könnten es zum Ladenpreis verkaufen (Preisbindung). Weitere Exemplare würde ich praktisch zum Autoren-Selbstkostenpreis liefern. Es wurden so in Riesa etwa 130 Exemplare verkauft, an denen ich natürlich nichts verdient habe. Die Zahl der im Buchhandel und Internet verkauften Exemplare hat bis 2005 (also in dreieinhalb Jahren) insgesamt keine zwanzig erreicht. Ich bin wohl kein guter Werbefachman!

Für zwei meiner Bücher wäre eine Anzeige in einer Fachzeitschrift (Auflage etwa 45.000) interessant gewesen. Eine kleine einmalige Annonce (40 x 52 mm) würde etwa 350 Euro kosten. Eine andere Zeitschrift (Auflage 100.000) veröffentlicht Kleinanzeigen einmalig (92 x 29 mm) für etwa 230 Euro. Ich konnte mich noch nicht dafür entscheiden, obwohl ich die Angelegenheit für sehr interessant halte. Annoncen in Zeitschriften oder Zeitungen mit höheren Auflagen sind weit außerhalb meiner finanziellen Möglichkeiten.

Cliff konnte schließlich seine Lieblingsbuchhandlung überreden, einige seiner Bücher in Kommission (von ihm) zu übernehmen und auszulegen. Sie wurden nach einiger Zeit auch verkauft. Dies blieb aber ein einmaliger Vorgang. Selbst von Buchhandlung zu Buchhandlung zu laufen, um Bücher in

Kommission anzubieten, ist eine recht brotlose Kunst, auf die (wie schon einmal erwähnt) Autoren gerne verzichten sollten.

6 Das Leben mit dem Internet

6.1 Das neue Suchen und Finden

Wer heute ein bestimmtes Buch sucht oder alle Bücher eines Autors oder alle Bücher eines Verlages oder Information über ein bestimmtes Thema oder Stichwort usw., usw. ... der wird natürlich im Internet (also „Online“) suchen oder, falls er selbst keinen Internet-Anschluss hat, einen Bekannten oder Freund bitten, für ihn im Internet zu suchen. Solche und noch viel kompliziertere Suchvorgänge waren bis vor einigen Jahren fast unmöglich, sind aber heute Routinesache. Der Informationsgehalt im Internet wird auch von Tag zu Tag umfangreicher. Und diese Entwicklung hatte gravierende Folgen für die Bücherwelt und besonders für den Buchhandel.

Die Suche nach Information zu praktisch jedem beliebigen Thema, also das Recherchieren, ist am Bildschirm mit Internetanschluss in vielen Fällen wesentlich ergiebiger und vielfältiger als das Nachschlagen in einem Lexikon oder Fachbuch, ja selbst als ein Besuch in einer Bibliothek. Wissenschaftler, Schüler und Studenten haben das schon längst begriffen. Die Verkaufszahlen von Fachwörterbüchern und Nachschlagewerken sind entsprechend drastisch gesunken.

Als mein „Wörterbuch Physik“ um 1993 geplant wurde, hat der Verlag (dtv) jährlich jeweils über 10.000 seiner verschiedenen Wörterbücher verkauft. Von meinem Wörterbuch (3 Jahre Arbeit!) waren es, trotz guter Rezensionen, im ersten Jahr (1999) nur etwas mehr als 3.000 und im ganzen Jahr 2004 dann noch genau 101 Exemplare, wie ich schmerzhaft feststellen musste. Danach wurde es „verramscht“, wird aber demnächst wohl als CD-ROM erscheinen. Ich selbst gehe ja auch bei auftauchenden Fragen zuerst ins Internet und dann zu den gedruckten Büchern.

Andererseits wird kaum jemand einen ganzen Roman oder ein umfangreicheres Sachbuch an heutigen Bildschirmen vollständig durchlesen. Da haben die gedruckten Seiten noch immer den Vorrang. Aber es wird sicher nicht lange dauern, bis die so genannten elektronischen Bücher (die zurzeit auch BoD den Autoren anbietet) fast wie gedruckte Bücher zu handhaben sein werden.

6.2 Bücherkauf im Internet

Was die Suche nach Büchern betrifft, können praktisch alle zurzeit lieferbaren Bücher und viele Millionen antiquarische Bücher „online“ im Internet gefunden und meist auch sofort bestellt werden. Dabei wird per Post geliefert, auf Wunsch auch „auf Rechnung“ (um die Übertragung von Bankkonto- oder Kreditkartendaten im Internet zu vermeiden). Es kann auch an eine nahe liegende Buchhandlung zum Selbstabholen geliefert werden, um die Versandkosten zu sparen. Mehr als 50 Prozent der traditionellen Buchhandlungen in Deutschland hatten 2004 eine Online-Filiale und sind am Internet-Verkauf beteiligt. Großbuchhändler Libri mit seinem umfangreichen Bücherlager hat sich schon früh (als <www.libri.de>) auf den Internethandel für Privatkunden eingestellt und dabei auch die an Libri angeschlossenen Buchhandlungen beteiligt. Die dem Käufer am nächsten liegende Buchhandlung wird dabei vorgeschlagen.

Warum gehen dann noch immer so viele Menschen in die traditionellen Buchhandlungen?

Ich glaube, dass man dorthin geht, um Bücher anzusehen oder einzusehen, was noch immer sehr faszinierend ist und wohl auch weiterhin so bleiben wird. Einen Bildband oder einen Atlas möchte man vor dem Kauf doch sehen und in der Hand halten.

Der Bücherladen bietet nur ein kleines Fenster zur großen Bücherwelt, die heute über das Internet zu erreichen ist. Dabei entsteht aber kein Konkurrenzkampf zwischen den traditionellen Buchhandlungen und dem Internet-Buchhandel. Es handelt sich eher um eine *Umwandlung*, an der bald die

große Mehrheit der Buchhändler beteiligt sein wird. Fragen in der Buchhandlung werden schon jetzt meist am Computer-Bildschirm beantwortet.

Die rasante Entwicklung des Internet-Handels ist für alle „Print on Demand“-Bücher sehr vorteilhaft und zukunftssträftig. Sie erscheinen ja schon in vielen Online-Büchershops, jedoch kaum in den Regalen der Buchhändler.

Das Einsehen der Bücher wird im Internet durch Leseproben (und eventuell Abbildungen) ersetzt, die genau den Seiten des Buches entsprechen können (im heute üblichen PDF-Format, mit Acrobat Reader lesbar). Und außerdem können im Internet neben den Seiten eines Buches und eines Autorenporträts auch Kommentare oder Rezensionen von Lesern angeboten werden. Sobald auch kritische Bemerkungen im Internet häufiger erscheinen (und zugelassen werden), kann dies für die Beurteilung eines Buches (vor allem eines Buches im Selbstverlag) sogar sehr wichtig werden. Bei anderen Produkten, wie zum Beispiel Fotoapparaten, ergeben die Kommentare und Kritiken wichtige Entscheidungshilfen für neue Käufer.

6.3 Die Homepage des Autors

Es ist für einen Autor mit etwas Erfahrung am PC nicht sehr schwierig, sich eine eigene Internet-Leitseite („Homepage“) und die von dort erreichbaren weiteren „www-Seiten“ einzurichten und darin seine Bücher (und vieles andere) zu beschreiben und zu kommentieren. Man kann sich die Homepage natürlich auch von einem Freund oder einer Firma einrichten und betreuen lassen. Auf den Seiten können Hintergründe und Entstehungsgeschichte des Werkes und mehrere Leseproben angeboten werden. Zum Verkauf seiner Bücher gibt der Autor auf seinen Seiten einfach Verweise („Links“) auf Online-Buchhandlungen an, von denen er sicher ist, dass sie seine Bücher führen. Das sollte man allerdings genau überprüfen.

Firmen, die einen Internet-Anschluss mit Homepage anbieten, sorgen meist auch dafür, dass letztere bei den großen Internet-Suchmaschinen (wie zum Beispiel „Google“) ausdrücklich angemeldet wird. Aber diese Maschinen durchsuchen auf jeden Fall weltweit möglichst viele Homepages und die darin stattgefundenen Änderungen. So ist es normal, dass nach wenigen Wochen, Begriffe und Stichworte (natürlich auch Buchtitel), die in den Titelzeilen der Homepage eines Autors stehen, von den Suchmaschinen gefunden werden. Dies ist wohl eine der wichtigsten Funktionen des Internets und in unserem Fall ein willkommener Werbeeffekt.

Der Autor kann sich im Prinzip auch einen eigenen Internet-Shop einrichten. Firmen, die eine Homepage anbieten, liefern meist auch die Software für Minishops, die einen großen Teil der Verwaltung übernehmen, wie etwa das Schreiben von Rechnungen. Es gibt auch Firmen, die das Eintreiben von Rechnungsbeträgen übernehmen. Im Minishop kann der Autor seine Bücher anbieten (zum Ladenpreis, wegen der Preisbindung also mit viel höherem Gewinn als beim Verkauf über BoD!) und selbst verschicken. So wird man bald Experte in Postgebühren. Man muss dann auch noch Buch führen, eventuell über Mehrwert- und Einkommensteuer. All dies entartet bald in Arbeit und wenn es „gut“ gehen sollte, muss der Autor eine Art von Versandbüro einrichten. Ich habe nach einigen Tests eines Minishops sehr bald aufgegeben und mich lieber auf meine Lieblingstätigkeit konzentriert, nämlich das Recherchieren und das Schreiben.

6.4 Die Veröffentlichung im Internet

Das Internet bietet dem Autor auch noch eine relativ einfache und extrem billige Art, sein ganzes Buch, die Ergebnisse seiner Recherchen oder seine Ideen anderen zur Verfügung zu stellen, also praktisch zu veröffentlichen.

Die auf einer Homepage angebotenen Dateien kann sich jeder interessierte Leser „herunterladen“, auf seinem PC in Ruhe ansehen und eventuell selbst ausdrucken. Dieses System hat in der Forschung die früher üblichen Vorabdrucke (selbst hergestellte „Preprints“) von Arbeiten, die zur Veröffentli-

chung in einer namhaften Zeitschrift oder in einem Buch eingereicht wurden, fast vollständig ersetzt. Nicht zu lange Dateien kann man sogar an eine E-Mail anhängen und so gezielt an einen oder gleich an mehreren Adressaten schicken.

Die Veröffentlichung auf der eigenen Homepage ist nahe liegend, aber es gibt auch Möglichkeiten ganze Bücher auf anderen, speziell dafür eingerichteten www-Seiten zu veröffentlichen. Die Suchmaschinen führen interessierte Leser auf die richtigen Seiten.

Der Autor eines so veröffentlichten Buches hat dann zwar kein finanzielles Risiko, kaum Ausgaben, aber dabei meist auch keinen oder kaum einen Verdienst. Allerdings gibt es auch schon gebührenpflichtige Internet-Seiten, an denen der Autor beteiligt sein kann.

Es können im Internet natürlich auch beliebige Texte, Bilder, Ton und vieles mehr angeboten werden, also viel Information, die in einem Buch gar nicht erscheinen kann. Sehr interessant ist vor allem die Möglichkeit, Verweise („Links“) einzugeben, mit denen der Leser durch einfaches „Anklicken“ mit der Maus, in Sekundenschnelle auf andere Stellen geleitet wird, sei dies im gerade vorliegenden Text, in der gerade vorliegenden Seite, in anderen Seiten der gleichen Homepage, oder sogar auf Dateien, die sich in anderen Homepages (weltweit!) befinden.

Ein Wermutstropfen: Durch das „Anklicken“ von Links und Öffnen von E-Mail-Anhängen ergibt sich auch die Möglichkeit, dieses System für Betrügereien und zur Einschleusung von Viren verschiedener Art zu missbrauchen.

Im Internet werden nur bestimmte „Formate“ angenommen. Das am meisten eingesetzte ist das für das Internet entwickelte HTML-Format (und seine neueren Versionen), in dem Text und Bilder nach der gleichnamigen Konvention „kodiert“ werden. Dateien in diesem Format können von allen sogenannten „Browsern“ gelesen werden, wie zum Beispiel „Internet Explorer“, „Netscape“ und der zuletzt erschienene „Firefox“. Alle stehen kostenlos zur Verfügung.

Texte aus üblichen PC-Schreibprogrammen wie „MS-Word“ können von den Browsern nicht gelesen werden. Man muss sie erst in HTML (oder PDF, s. weiter unten) umwandeln und anpassen, wofür es geeignete PC-Programme gibt (MS-Word kann selbst auch ins HTML-Format übersetzen, mit mittelmäßigen Ergebnissen). Maschine geschriebene oder gedruckte Seiten (Aufsichtvorlagen) können zur Not auch als gescannte Grafiken eingegeben werden, also wie „Bilder“. Diese müssen dann von einer HTML-Datei „aufgerufen“ werden. Für Bilder oder Grafiken kann unter anderen das populäre JPG-Format oder auch das GIF-Format benutzt werden. (s. Abschnitt 4.1).

Wer aber sein Buch im Internet genau nach seinen Wünschen formatiert sehen möchte, der sollte es als PDF-Datei anbieten (wie es auch beim Digitaldruck üblich ist). Diese Dateien sind relativ kompakt und können (wie schon mehrmals erwähnt) mit dem kostenlosen Acrobat Reader-Programm sehr komfortabel angesehen und ausgedruckt werden. Hier ist es nahe liegend, das Papier-Format DIN-A4 zur Ausgabe auf Standard-Druckern zu wählen (s. Abschnitt 3.5).

Dabei ist es auch vorteilhaft, dass im DIN-A4-Format der gleiche Text viel weniger Seiten in Anspruch nimmt als in den sonst üblichen Buchformaten, wie DIN-A5 oder noch kleiner. Man kann eventuell sogar zwei Buchseiten auf einem DIN-A4-Blatt ausdrucken. Die PDF-Datei im Internet muss allerdings in einer HTML-Datei eingebettet sein oder, genauer gesagt, aus einer HTML-Datei, als „Link“ aufgerufen werden.

Etwas einfacher ist die Angelegenheit, wenn der Inhalt des Werkes auf eine CD (oder DVD) gebrannt wird, was ja mit neueren PCs meist möglich ist. Dann können die Dateien auch im populären DOC-Format von MS-Word zur Verfügung gestellt werden. Diese Scheiben kann man leicht verschicken und sind recht preiswert: Eine CD, auf der mehrere Bücher und sehr viele Abbildungen (auch in gängigen Formaten) Platz haben, kostet heute etwa 20 Cent.

Ein Buch, das vollständig im Internet oder auf CD angeboten wird, kann allerdings nicht mehr bei einem Verlag veröffentlicht werden, der das exklusive Vertriebsrecht verlangt (wie zum Beispiel BoD).

Und umgekehrt, ein schon bei einem Verlag mit Exklusivrecht vertriebenes Buch (wie zum Beispiel bei BoD) darf nicht vollständig im Internet oder auf CD angeboten werden (es sei denn, der

Verlag oder der Inhaber der Rechte wünscht oder autorisiert das, wie es wahrscheinlich bei dem vorliegenden Bericht der Fall sein wird). Höchstens kleinere Ausschnitte, Leseproben oder einige Abbildungen können als Werbung im Internet (oder sonst wo) veröffentlicht werden.

Hier ist auch zu beachten, dass ein Werk, das einmal auf einer Internet-Seite veröffentlicht wurde, in der Praxis nur sehr schwer aus dem Internet zu entfernen ist, weil es in den Archiven der Suchmaschinen auf unbestimmte Zeit erhalten bleiben kann (bei Google heißt das „Im Cache“). Jeder kann es von dort mit nur wenigen Mausklicks „herunterladen“ und somit auch später sehr einfach anderen zur Verfügung stellen oder selbst ausdrucken.

Wer sein Buch vollständig im Internet (oder auf CD) und außerdem noch in gedruckter Form anbieten will, kann es in einer der vielen Digitaldruckereien herstellen lassen. Das ist manchmal sinnvoll, denn das gedruckte und gebundene Buch ist handlicher und gelegentlich sogar billiger als die losen Seiten, die sich ein Internet-Leser (auf eigene Kosten) selbst ausdrucken kann. Für die gedruckte Fassung seines Werkes muss der Autor allerdings dann auch für den eventuellen Verkauf und Versand selbst sorgen, oder dies durch eine Firma oder einen Verlag erledigen lassen. Eine ISBN und eine Eintragung in das VLB kann der Autor für ein so publiziertes Werk erhalten. Die Vermarktung über den Großhandel oder über Buchhandlungen ist für den Autor meist sehr problematisch.

Das Ausdrucken eines Werkes, das man aus dem Internet heruntergeladen hat, entspricht genau dem Kopieren eines Werkes, sei es in einer Bibliothek oder von einem geborgten Exemplar. Hier muss man die Copyright-Hinweise genau beachten. Normalerweise ist es erlaubt, eine Kopie für den persönlichen Gebrauch herzustellen.

Zur Veröffentlichung im Internet und als CD ist noch zu bemerken, dass diese Datenträger eine begrenzte Lesbarkeitsdauer haben. Nach einigen Jahren ändern sich die Standards und alte Daten können nicht mehr gelesen werden oder die Homepage verschwindet, zum Beispiel wenn die Gebühren an die Betreiberfirma nicht mehr bezahlt werden. Wer also sein Werk langfristig sicher aufbewahren möchte, sollte es in einer Bibliothek oder in einem Archiv hinterlegen, wobei Die Deutsche Bibliothek besonders zu beachten ist. Es ist ja zu hoffen, dass diese Organisationen ihren Bestand an die zukünftigen (wahrscheinlich digitalen) Archivierungstechnologien anpassen werden.

7 Zusammenfassung und Schlusswort

Ich habe versucht, hier möglichst viel der mir zur Verfügung stehenden Information über das preiswerte Publizieren in hoffentlich gut lesbarer Form vorzustellen. Obwohl ich mehrmals Firmen nenne, möchte ich für sie nicht besonders werben. Mein Ziel besteht darin, dem Autor (oder Auftraggeber) durch sachliche Information bei seinen Entscheidungen zu helfen.

Als Abschluss noch ein kurzer Überblick:

Die heute wohl wirtschaftlichste und effektivste Art ein Werk (oder andere Information) der Öffentlichkeit (weltweit) zugänglich zu machen, besteht in der *Bereitstellung im Internet* (s. Abschnitt 6.4). Zusätzliche Information und „Links“ auf andere Internet-Seiten können relativ einfach einbezogen werden. Dafür muss der Herausgeber mit dem Internet und mit den darin üblichen Datei-Formaten (vor allem HTML und PDF) vertraut sein oder jemanden mit den entsprechenden Arbeiten beauftragen.

Die HTML- und PDF-Dateien eines oder mehrerer Bücher, und viele andere Arten von Dateien (auch Texte, Ton und Farbbilder), kann der Autor sehr günstig auf einer *CD gebrannt* anbieten oder verteilen. Eine Brenn-CD kostet heute etwa 20 Cent und ist in einigen Minuten hergestellt.

Die Alternative für Autoren, die mit PC, PDF, Internet, CDs & Co. nicht zurecht kommen, ist das *Kopieren* seines Werkes auf einem privaten Kopierer oder Laserdrucker (Kosten ab 1 Cent pro A4-

Seite, s. Abschnitt 3.5). In Farbe sollte man dabei (wegen der hohen Kosten für Tinte oder Toner) nur einzelne Seiten drucken. Das Kopieren in Copyshops ist bei relativ kleinen Auflagen eventuell konkurrenzfähig (ab 4 Cent pro A4-Seite).

Anspruchsvollere Autoren können heute ihr Buch mit professionellem Aussehen, zum Beispiel als Paperback mit farbigem Umschlag, in einer der vielen *Digitaldruckereien* herstellen lassen. Dafür muss das Buch druckreif formatiert sein. Einige Druckereien bieten dafür Hilfestellung.

Bei einer Bestellung von mehr als etwa 100 Exemplaren liegen die Herstellungskosten im Digitaldruck für Paperbacks (S/W) unter etwa 3 Cent pro A5-Seite. Wenn alle Seiten in Farbe gedruckt werden sollen, muss man mit mehr als etwa 6 Cent pro A5-Seite rechnen. Bei Bestellung von weniger als etwa 50 Exemplaren werden die Kosten pro Exemplar (s. Abschnitt 3.4) relativ hoch.

Oft sind „Mastering“ und Lagerung der Daten im Computer der Digitaldruckerei kostenlos. Änderungen in einem Teil der Auflage oder in späteren Auflagen sind möglich und leicht durchführbar.

Die Druckqualität der Texte und Strichzeichnungen im Digitaldruck ist gut und die Wiedergabe von Fotos in Schwarzweiß akzeptabel (600 dpi). Farbbilder kommen erstaunlich gut, was die Auflösung betrifft. Die genaue Wiedergabe der Farben sollte durch Probedrucke kontrolliert werden. All dies entspricht dem heutigen Stand der digitalen Drucktechnik.

Professionelle Dienste *vor dem Druck*, wie zum Beispiel für Korrektur, Lektorat, Umschlaggestaltung und Formatierung, werden oft angeboten, sind aber relativ teuer.

Bis hierher habe ich vorausgesetzt, dass der Autor oder Auftragsgeber die Bücher, CDs oder Kopien selbst an eine Zielgruppe verteilt oder verkauft, oder sogar der Allgemeinheit zur Verfügung stellt. Letzteres gilt als „Veröffentlichung“ und es sollte nicht versäumt werden Pflichtexemplare an Die Deutsche Bibliothek, an die zuständige Landesbibliothek und eventuell an Fachbibliotheken oder Archive zu schicken.

Wer dagegen Wert darauf legt, dass sein Werk im Buchhandel und in Internet-Shops über längere Zeit „lieferbar“ bleibt, und sich selbst nicht um Formalitäten, eventuelle Lagerung, Verkauf oder Versand kümmern möchte, der sollte als erstes das *Basis-Angebot* des Marktführers BoD GmbH Norderstedt in Betracht ziehen.

Dafür zahlt der Autor einmalig knapp 400 Euro (für ein Paperback, wenn er druckreif formatierte Unterlagen einreicht) und dann 1,77 Euro pro Monat, damit sein Werk als Einzelexemplar im Buchhandel und Internet bestellt werden kann. Die Bücher werden in einer besonders für die Herstellung von Einzelexemplaren eingerichteten „Straße“ hergestellt, jedoch im üblichen Digitaldruck und in verschiedenen Standard-Formaten.

Noch einige Details zum BoD-Verfahren: Der Ladenpreis des Buches wird vom Autor bestimmt. Wenn er dabei nicht übertreibt, sind die Preise mit denen konventionell hergestellter Bücher vergleichbar. Der Autor kann auch Kleinstauflagen ab 25 Exemplare bei BoD bestellen, die er verschenken oder verkaufen darf, auch zum Beispiel an Buchhändler. Bei 25 Exemplaren muss er mit etwa 3,3 Cent pro Seite rechnen, ab 100 Exemplaren mit etwa 3,0 Cent pro Seite.

Wenn alle Seiten farbig sind kostet es etwa 10 Cent pro Seite bei Bestellung von 25 und 9 Cent pro Seite wenn man 100 Exemplare bestellt.

Es gibt schon mehrere Konkurrenzfirmen, von denen einige sehr ähnliche und andere wiederum recht unterschiedliche Leistungen anbieten. Viele Firmen treten als reine Dienstleister auf, bei anderen handelt es sich um Verlage. Die Dienste sind natürlich immer mit Kosten verbunden.

Autoren, die ihre Werke selbst drucken lassen oder auf eigene Verantwortung herausgeben (wie zum Beispiel bei der BoD GmbH), werden bei der eventuell angestrebten *Vermarktung* ihres Buches mit einigen Problemen konfrontiert. Aus verschiedenen Gründen (s. Kapitel 5) erscheinen Bücher, die ohne Kontrolle eines bekannten Verlages oder einer Institution publiziert werden, kaum in den Regalen der Buchhändler. Der Verkauf „über den Tresen“ entfällt praktisch.

Der Autor muss sich um genügend *Werbung* kümmern, um sein Werk bekannt zu machen, damit es auch (meist über das Internet) bestellt wird. Diesbezüglich gibt es viele interessante Angebote von Firmen. BoD Norderstedt hat in der letzten Zeit seine Dienstleistungen auf diesem Gebiet erweitert. Einiges davon ist für die Autoren kostenlos, andere Dienste müssen bezahlt werden.

So wie es für die professionellen Dienste vor dem Druck der Fall ist, muss der Autor auch hier selbst abschätzen, ob sich die Ausgaben für ihn lohnen oder durch Bücherverkauf wieder kompensieren lassen.

Von der Haltbarkeit babylonischer Keilschrift-Tontafeln sind unsere modernen Datenträger weit entfernt. Papier vergilbt und wird brüchig, digitale Aufzeichnungen veraltern, können nach einigen Jahren nicht mehr gelesen werden und müssen eventuell vorher durch neuere Speichermedien ersetzt werden. Letzteres gibt uns die Hoffnung, dass Bibliotheken und Archive, aber vor allem Die Deutsche Bibliothek dafür sorgen werden, dass unsere Werke auch noch in einigen Jahrhunderten „lesbar“ sein werden, falls sich dann noch jemand dafür interessieren sollte.

Was die Literatur zum Thema anbelangt, verweise ich auf die Internet-Suchmaschinen wie zum Beispiel Google <www.google.de>. Man findet damit sehr viele und auch sehr gute und umfangreiche Beiträge zum Thema „Book(s) on Demand“, „Publishing on Demand“ oder „Print on Demand“, mit Ratschlägen, Lob und viel Kritik, aber auch mit sehr interessanter Werbung von Firmen und Verlagen, die recht unterschiedliche Dienstleistungen anbieten. Es gibt auch viele gedruckte Ratgeber recht unterschiedlicher Qualität.

Der Markt ändert sich schnell und man sollte öfters auf Internet-Exploration gehen. In der exzellenten Internet-Präsenz der BoD GmbH Norderstedt <www.bod.de> findet man sehr viel (auch allgemeine) Information zum Thema. Eine Suchfunktion und einen Index würde ich mir allerdings wünschen. Wichtige Seiten werden im Abschnitt „Downloads“ angeboten.

Für viele anregende Gespräche möchte ich mich bei meinen Freunden Christian Falland, Horst R. Rein und Clifford Wells herzlichst bedanken. Die Herren Klaus Brendler, Norbert Lansberg und Dr. Hans Bernhard Zeidler (alle Dresden) haben freundlicherweise mein erstes Manuskript durchgelesen und kommentiert. DESY-Bibliotheksleiter Dietmar Schmidt verdanke ich sorgfältige Korrekturdurchgänge und wichtige Hinweise zum Inhalt, zum Stil und zur besseren Lesbarkeit.

Viel Information über BoD GmbH Norderstedt, SDZ GmbH Dresden, SDL oHG Berlin und anderen Firmen stammt natürlich aus dem Internet, aber auch aus telefonischen und schriftlichen Auskünften, für die ich mich bei den Mitarbeitern der Firmen herzlichst bedanke. Für eventuelle Irrtümer oder falsch interpretierte Daten entschuldige ich mich und übernehme dafür die volle Verantwortung.

0000000

Glossar

Mehr Information findet man natürlich im Internet.
Kursiv gedruckte Begriffe sind als Verweise zu betrachten.

Acrobat Reader: Kostenloses Computer-Programm der Firma Adobe zur Bildschirmdarstellung und zum Ausdrucken von *PDF*-Dateien.

Amazon: Eine der größten Internet-Versand-Buchhandlungen.

Anlaufkosten: Kosten für die Einrichtung der Maschinen für den Druck und für die serienmäßige Herstellung von Büchern in großer Auflage.

Auflage: Gesamtzahl der in einem Vorgang gedruckten Bücher. Gelegentlich wird eine Auflage in *Bindequoten* unterteilt.

Auflösung: Bei Grafiken oder Bildern, die für den Druck gerastert werden müssen, die Zahl der Punkte pro Zoll („dots per inch“, dpi) oder Linien pro Zoll („lines per inch“, lpi).

Aufsichtsvorlagen: Auf nicht transparentem Material (Papier) gelieferte Druckvorlagen, im Gegensatz zu *Durchsichtsvorlagen*.

Autor (Buchautor): Der Hersteller oder geistige Urheber des Inhaltes eines Buches (Texte und eventuelle Abbildungen), der in der Regel das *Urheberrecht* dafür oder für einen wesentlichen Teil davon besitzt.

Autorenexemplare: Bücher, die ein Autor gelegentlich mit Rabatt (ca. 40%) vom Verlag kaufen kann.

Autoren-Lesung: *Lesungen*.

Autorenporträt: Kurzer Text über einen Autor, evtl. mit einem Bild, die gerne dem Angebot eines Buches beigefügt werden, sowohl in Buchkatalogen wie auch in Internet-Ankündigungen.

Autoren-Honorar: Meist vertraglich vereinbarte Vergütung eines Autors, die i.Allg. an den Verkauf gekoppelt ist (s. auch *Tantiemen*).

Autoren-Verlag: Ein Verlag, an dem die Autoren selbst maßgeblich beteiligt sind. Gelegentlich können die Autoren auch unter eigener Verantwortung ihr Werk publizieren. Das Urheberrecht (mit allen Nebenrechten (z.B. für Übersetzungen) bleibt meist bei den Autoren.

Belletristik: Schönegeistige Literatur.

Bestsellerliste: Liste der am besten verkauften Bücher, die in den Medien veröffentlicht wird, i.Allg. getrennt für *Belletristik* und *Sachbücher*.

Bindequote: Zahl der Bücher einer *Auflage*, die in einem einzelnen Vorgang fertig gestellt werden.

Bindung: *Buchbindung*.

Bit: „Binary digit“, eine Zahl, die nur die Werte 1 oder 0 annehmen kann.

Blockatz: Bei Büchern übliche Satzart, bei der alle Zeilen links und rechts mit gleichem Abstand zum Seitenrand enden. Der Ausgleich wird durch variable Buchstaben- und Wortabstände erreicht, die man in Satzprogrammen einstellen kann.

BoD: Abkürzung für Book(s) on Demand (s. auch *BoD™*).

BoD-Aktuell: Ansprechendes und reich illustriertes Magazin für Autoren, Kunden und Interessenten der BoD GmbH, erscheint zweimonatlich.

BoD-Basis: Minimalpaket der BoD GmbH für das *Mastering*, die *Herstellung* und den *Vertrieb* eines bestimmten Buches, einschließlich der Lieferung von Einzelexemplaren an den Buchhandel.

BoD-Dienste: Zusätzlich zu den Basis-Leistungen von BoD GmbH angebotene Dienste, u.a. *Korrektur*, *Layout*, *Lektorierung*, *Leseproben*, *Lesungen*, *Manuskriptberatung*, *Marketing*, *Messepaket*, *Werbeanzeigen*, *Werbeartikel* und kostenlos *BoD-Aktuell*, *Bestsellerlisten* usw.

BoD-Ergänzungsvertrag: Vereinbarung des Autors mit der BoD GmbH für das *Mastering*, die *Herstellung* und den *Vertrieb* eines bestimmten Buches, mit genauen Preis- und Leistungsangaben.

BoD-Rahmenvertrag: Allgemeine Vereinbarung des Autors mit BoD, die für die Herstellung und den Vertrieb aller seiner Bücher gültig ist.

BoD™: Name, Trademark und Logo der Firma „Books on Demand GmbH, Norderstedt“.

Book on Demand: Englisch für „Buch nach Bedarf“.

Books on Demand: Englisch für „Bücher nach Bedarf“, s. auch *BoD*.

Börsenblatt des Deutschen Buchhandels: Veröffentlichung (auch online zugänglich), in der Titel von Werken, die noch nicht erschienen sind (*Titelschutz*), durch Anzeigen vorzeitig geschützt werden können.

BOD: Gelegentlich benutzte Abkürzung für Book(s) on Demand.

Browser: Ein Computer-Programm, das die Navigation (*Recherchieren* und das sog. „Surfen“) im Internet erlaubt, sobald eine Verbindung mit dem Internet hergestellt wurde.

Buch24: Eine Online-Buchhandlung.

Buchbesprechung: *Rezension*.

Buchbindung: Verfahren zum Zusammenhalten der Seiten eines Buches (*Buchblocks*). *Paperbacks* werden oft als „Klebebindung mit Seitenbeleimung“ erstellt, bei *Hardcover*-Büchern wird „Dispersionsklebebindung“ benutzt. Für private Kleinstauflagen kann die Klebe-, Plastik- oder Drahtbindung wirtschaftlich sein.

Buchblock: Alle Seiten eines Buches mit Ausnahme der Innen- und Außenseiten des *Umschlages*.

Buchmessen: Die wichtigsten B. in Deutschland finden in Frankfurt und Leipzig statt. BoD richtet dort auch Stände ein.

Buch Schönhuber: Online-Buchhandlung, die BoD-Bücher führt.

Buchtitel: Der Name des Buches, der oft aus zwei Teilen besteht, Titel und Untertitel. S. *Titelschutz*.

Buchtitelschutz: *Titelschutz*.

Byte: In Computern, eine aus 8 *Bits* bestehende Gruppe, die einen Buchstaben, eine Zahl, ein Symbol oder eine Anweisung darstellt und entsprechend 256 unterschiedliche Werte annehmen kann (s. *font*).

CD: „Compact Disk“, preiswertes Medium zur Speicherung größerer Computerdateien wie z.B. ganze Bücher oder digitalisierte Musik.

ColorPlus: Ein Farbdruckverfahren, bei dem meist beliebig viele Seiten eines Buches in Farbe gedruckt werden können.

Computer: Ein Elektronenrechner, wobei heute meist ein Personal-Computer (*PC*) gemeint ist.

Computerdatei: *Datei*.

Copyright: *Urheberrecht*.

Cover: *Umschlag*.

Datei (Computerdatei): Eine abgeschlossene Einheit, die auf genau definierte Art kodierte Information enthält. Die Art der Datei und meist auch das Erzeugungsprogramm werden durch eine nach einem Punkt angegebene Dateiendung bestimmt, so z.B. *JPG, PDF, GIF, RTF, DOC, HTM, HTML* oder *PS* (groß oder klein geschrieben).

Datenbank: Besondere Datei, in der Daten wie in einem Karteikasten gespeichert, geordnet und aussortiert werden können.

DDB: *Die Deutsche Bibliothek*.

DESY: „Deutsches Elektronen-Synchrotron“, Großforschungszentrum mit Standorten in Hamburg und Zeuthen.

Die Deutsche Bibliothek (DDB): Gemeinsame Bezeichnung für die Bibliotheken in Frankfurt und Leipzig, in denen laut Gesetz u.a. alle in Deutschland produzierten Bücher angemeldet und gelagert werden.

Digitaldruck: Druckverfahren, bei dem Daten ohne einen Zwischenträger direkt von einem Computer auf das Druckmedium (Papier) übertragen werden, im Gegensatz z.B. zum *Offsetdruck*, bei dem Filme oder Platten als Zwischenträger nötig sind. Allerdings werden heute diese Zwischenträger auch schon rechnergesteuert hergestellt.

Distiller: Computer-Programm zur Umwandlung von *Postscript*-Dateien in *PDF*-Dateien, mit vielen Einstellmöglichkeiten.

DOC-Datei: („document file“) Eine Datei mit Texten und Abbildungen, die mit dem Programm *MS-Word* (oder einem dazu kompatiblen) hergestellt und gespeichert wurde. Dateiendung: *DOC*.

dpi: „dots per inch“, Punkte pro Zoll, eine Angabe der *Auflösung* beim Druck von Bildern.

Durchsichtsvorlagen: Transparente Druckvorlagen, wie z.B. Dias, Filme oder Folien, im Gegensatz zu *Aufsichtsvorlagen*.

E-Mail: Nachricht, die man über das Internet weltweit verschicken kann. Jeder Teilnehmer hat (mindestens) eine gültige E-Mail-Adresse, die u.a. das Symbol @ enthalten muss. An eine E-M. kann man Dateien „anhängen“ („Attachments“), so z.B. *JPG, GIF, PDF, DOC, RTF*.

exklusive Rechte: Diejenigen Rechte, die ein Autor ausschließlich dem Verlag einräumt.

Farbdrucker: Meist ein Tintenstrahldrucker für den Heim- oder Bürobedarf, der aus mehreren Grundfarben (mindestens drei) i.Allg. gute Farbdrucke erstellt.

Farblaserdrucker: *Laserdrucker*, der aus mehreren Grundfarben einen meist sehr guten Farbdruck erzeugt.

Fehlerkorrektur: *Korrektur*.

Fertigungsstraße: Eine von einem Computer gesteuerte automatische Fertigungsanlage, in der ein Buch (nach digitalen Angaben) gedruckt, beschnitten und gebunden wird.

Festkosten (bei BoD): *einmalige Kosten.*

Flattersatz: Satzart, bei der die Zeilen rechts ungleichmäßig enden, im Gegensatz zum *Blocksatz*.

font: Englisch für Schriftsatz, der heute meist aus bis zu 256 Charakteren oder Druckanweisungen von je einem *Byte* besteht.

Formatieren: Texte und Abbildungen in die geeignete Form (Format) für eine Publikation bringen (z.B. für ein Buch). F. beinhaltet u.a. den Zeilen- und Seitenumbruch, die Platzierung von Abbildungen (Layout) und das Einfügen von Titeln und Untertiteln.

Formatieren (Disk): Die notwendige Vorbereitung von Disketten und Festplatten für die Aufnahme von Computerdaten.

GIF: „Graphics Interchange Format“, Bilddateiformat, das besonders für Grafiken mit größeren Farbflächen geeignet ist, weniger jedoch für Fotos und Halbtongrafiken. Dateierendung GIF.

Google: Bekannteste *Suchmaschine* im Internet.

Graphics Interchange Format: *GIF.*

Hardcover: Ein Buch mit einem besonders harten Umschlag und meist besserer *Buchbindung*.

Heidelberg: Weltbekannter Hersteller von Druckmaschinen.

Herstellung: Bei Büchern alles, was bis zur Auslieferung nötig ist, wie z.B. Drucken, Beschneiden, Binden und ev. das Einschweißen in Folie.

Homepage: Die Start- oder Leitseite einer *Internet-Präsenz*, die man beim Aufruf der entsprechenden www-Adresse erreicht, und von der aus alle anderen Seiten der Präsenz durch *Links* zu erreichen sind.

IBM: Internationaler Konzern für Herstellung und Vertrieb von Büromaschinen aller Art.

HTM: *HTML.*

HTML: Relativ einfache Kodiersprache, in der die Anweisungen auf Internet-Seiten erstellt werden. Zur Herstellung der Dateien (Endungen HTM und HTML) gibt es sehr benutzerfreundliche Programme.

Impressum: Besonderer Abschnitt eines Werkes (bei Büchern, auf der Rückseite des Titelblattes), in dem u.a. Urheber, Verantwortliche, DDB-Standard-Text und ISBN spezifiziert werden.

InDesign: Anspruchsvolles Computerprogramm (von Adobe) zum Setzen und Formatieren von Schriftstücken. Nachfolger von *Pagemaker*.

inkjet printer: *Tintenstrahldrucker.*

Internationale Standard-Buch-Nummer: *ISBN.*

Internet: Internationales Verbindungsnetz von Computern verschiedenster Art.

Internet-Präsenz: Alle Internet-Seiten eines bestimmten Anbieters.

Internet-Seiten: Die verschiedenen Teile einer *Internet-Homepage*.

Internet-Shop: Ein auf einer *Internet-Präsenz* eingerichtetes Versandgeschäft.

Internet-Veröffentlichung: Publikation von Texten und Daten auf einer Internet-Seite, insbesondere auch ganze Bücher.

ISBN: Eindeutige „Internationale Standard-Buch-Nummer“, die von der ISBN-Agentur (Frankfurt) für Deutschland (im *MVB*) gegen Gebühr zugeteilt wird und u.a. den Sprachraum und den Verlag identifiziert.

JPG: Ein besonders für Fotos und Halbtonbilder geeignetes, digitales Format für Computerdateien, die u.a. die Endung JPG haben.

Klebebindung: Für Bücher und Broschüren geeignete *Bindung*.

Kleinstauflagen: Auflagen von weniger als etwa 50 Exemplaren.

Korrektur: Die Suche (und Markierung) von Tipp-, Schreib- oder Orthographie-Fehlern in einem Text.

Kostenzuschuss: Ein von Verlagen gelegentlich vom Autor verlangter Beitrag zu den Herstellungs- und Vertriebskosten eines Buches.

Ladenpreis: Der vom Verlag (bei BoD vom Autor) festgelegte Preis eines Buches, der laut Gesetz (Preisbindung) von allen Buchhandlungen beim Verkauf eingehalten werden muss.

Lagerung: Aufbewahrung von Büchern für den späteren Verkauf. Verlage müssen einen großen Teil der gedruckten Auflage erst selbst lagern, Großhändler und Buchhandlungen dagegen nur so viele, wie sie voraussichtlich verkaufen werden.

Laserdruck: Drucktechnik, bei der die Farbe als Pulver (Toner) elektrostatisch auf das Papier aufgetragen und dann eingebrannt wird.

LaTeX: Benutzerfreundliche Version des Satzprogramms *TeX*.

Layout: Die Text- und Bildgestaltung (mit Einbeziehung aller Randbedingungen) z.B. eines Druckerzeugnisses (s. auch *Formatieren*).

Lehmanns Fachbuchhandlung: Buchhandlung mit Online-Shop.

Lektorat: Abteilung eines Verlages, die für die *Lektorierung* zuständig ist.

Lektorierung: Kritische Überprüfung der logischen Zusammenhänge, der Syntax und des Gesamtaufbaues eines Schriftstückes.

Leseproben: Relativ kleiner Teil eines Buches, der in der Werbung öffentlich vorgestellt wird, besonders auch im Internet.

Lesung: Veranstaltung, in der ein Autor aus seinem Werk vorliest oder über seinen Inhalt und seine Entstehung berichtet.

Libri: Bezeichnung der Firma Georg Lingenbrinck GmbH, Hamburg, und gleichzeitig der dazugehörigen Internet-Versandbuchhandlung <www.libri.de>.

Lingenbrinck, Georg: *Libri*.

Link: Im Internet und in bestimmten Computer-Dateien, ein Verweis, der durch Anklicken (mit der Maus) zur entsprechenden Stelle führt.

Lizenzen: Eine vertraglich geregelte Erlaubnis des Eigentümers der Rechte, z.B. zur Herstellung und Herausgabe einer Übersetzung.

Makulatur: Einstampfen der unbrauchbar gewordenen Restauflage eines Buches, z.B. wegen zu geringer Verkaufszahlen.

Manuskript: Ursprünglich handgeschriebener Text. Heute kann ein Maschine geschriebener oder gesetzter Text als M. bezeichnet werden.

Marketing: Förderung des Absatzes, u.a. durch Werbung.

Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels: *MVB*.

Mastering: Eingabe und Vorbereitung der Daten zur Herstellung eines Buches in einer digitalen Druck- und Fertigungsanlage.

Mehrwertsteuer: In Deutschland zurzeit 16%, bei Büchern 7%.

Messe: *Buchmessen*.

MS-Word: Ein für den Bürobedarf entwickeltes Rechnerprogramm mit dem z.B. Texte, Tabellen und eingebettete Abbildungen in mehreren Formaten bearbeitet und gespeichert werden können.

MVB: „Marketing- und Verlagsservice des Buchhandels GmbH, Frankfurt“, registriert u.a. die lieferbaren Bücher (s. *VLB* und *ISBN*).

Nebenrechte: (Verlags-) Rechte, die i.Allg. nicht zum Recht zur Vervielfältigung, zum Vertrieb und zur Übersetzung gehören.

Offsetdruck: Sehr effizientes und schnelles Druckverfahren, in dem das Gedruckte indirekt über ein Gummiband von einer Druckplatte auf das Papier übertragen wird. Die Herstellung der Druckplatten verursacht relativ hohe *Anlaufkosten*. S. auch *Digitaldruck*.

online: Über das *Internet* oder ein anderes Rechnernetz zu erreichen.

Pagemaker: Populäres Computer-Satz- und Layoutprogramm, das für die Herstellung von Druckvorlagen für Broschüren und Bücher geeignet ist. Wird jetzt von *InDesign* ersetzt.

Paperback: Ein Buch mit einem *Umschlag* aus relativ weichem Karton.

Papierqualität: Die P. wird durch mehrere Faktoren bestimmt, wie z.B. das Gewicht (gr pro m²), das sog. Volumen (bei gleichem Gewicht unterschiedliche Stärke), Farbe, Oberfläche usw.

PC: *Personal Computer*, der meist nur von einer Person benutzt wird.

PDF: „Portable Data Format“, eine Computer-Kodierung für formatierte Schriftstücke. PDF-Dateien können praktisch von allen Computern mit Hilfe von *Acrobat Reader* gelesen und ausgedruckt werden.

Personal Computer: *PC*.

Pflichtexemplare: Die an *DDB* und ev. an eine Landesbibliothek laut Gesetz abzuliefernden Exemplare eines in Deutschland produzierten Druckwerkes.

Portable Data Format: *PDF*.

Postscript: *PS*.

Preisbindung: *Ladenpreis*.

Preiskalkulator: Im Internet von Firmen (z.B. *BoD*, *SDZ*) angebotene selbstrechnende Tabelle zur Ermittlung der Kosten herzustellender Bücher.

Print on Demand: Englisch für „Drucken nach Bedarf“.

Proportionalschriften: Die heute im Druck meist benutzten Schriftarten, bei denen jeder Buchstabe seine eigene Breite hat.

PS: „Postscript“, eine Computer-Kodiersprache, mit der genaue Anweisungen für den Druck (auch Heimdrucker) formatierter Schriftstücke eingegeben werden.

pt: „Punkt“, Einheit für die Größe typographische Zeichen (= 1/72 Zoll).

Publishing on Demand: Veröffentlichen nach Bedarf.

Publizieren: *Veröffentlichen*.

QuarkXPress: Leistungsfähiges Computer-Satz- und Layoutprogramm, das für die Herstellung von Drucksachen aller Art geeignet ist, aber besonders auch von Büchern.

Rabatt: Preisreduzierung, die der Verlag dem Großhandel gewährt (etwa 40 bis 50 %) und dieser dann teilweise den Buchhändlern weitergibt.

Rahmenvertrag (BoD): Ein für alle späteren Bücher gültiger Vertrag zwischen einem Autor und BoD.

Recherchieren: Die gezielte Suche nach Information zu einem bestimmten Thema, die meist in Archiven und Bibliotheken stattfindet, heute aber besonders im Internet mit Hilfe der *Suchmaschinen*.

Remission: Den Buchhändlern von den Großhändlern und Verlagen eingeräumtes Recht der Rückgabe von Büchern.

Rezension: Besprechung eines Werkes in den Medien.

Rezensionsexemplar: Ein Buchexemplar, das den Medien oder einem Journalisten kostenlos zur Verfügung gestellt wird in der Hoffnung, dass darüber eine *Rezension* veröffentlicht wird.

Rich Text Format: *RTF*.

Ringhefttechnik: Einfache Bindungsart für den Bürogebrauch.

RTF: „Rich Text Format“, ein für formatierte Texte geeignetes Format, das von praktisch allen Computern gelesen wird. Dateiendung *RTF*.

Rückgaberecht: *Remission*.

Sachbuch: Ein Buch, in dem ein Sachverhalt (meist allgemein verständlich) dargestellt wird.

Satz (Buchsatz): *Setzen*.

Satzkorrektur: Korrektur nach dem *Setzen* eines Schriftstückes.

Scanner: Ein an einen Computer angeschlossenes Gerät, das Papiervorlagen (seltener auch Filme und Dias) mit einstellbarer Auflösung einlesen kann und es als digitale Grafik dem Computer übergibt.

Schriftsatz: s. *font* oder *Setzen*.

Schweizerisches Buchzentrum: Großbuchhandlung, die alle Buchhandlungen und Buchverkaufsstellen in der Schweiz beliefert.

SDL: Schaltdienst Lange oHG Berlin (Druck und Verlag).

SDZ: Sächsisches Digitaldruck Zentrum GmbH Dresden.

Selbstverleger: Ein Autor, der sein Buch auf eigene Verantwortung drucken und vertreiben lässt.

Setzen: Das Aneinanderreihen von Buchstaben (Wörtern) beim Buchdruck zur Bildung von Zeilen und Seiten. Man unterscheidet *Blocksatz* von *Flattersatz*, die meist in *Proportionalsschrift* gesetzt werden. Wird heute weitgehend auf Computern durchgeführt.

stationärer Buchhandel: Findet in öffentlich zugänglichen Läden statt.

Suchmaschinen (im Internet): Extrem effiziente Computerprogramme, die das Internet weltweit durchforsten (auch *Homepages*) und nach wenigen Sekunden die Seiten anzeigen, die gesuchte Begriffe oder Wortkombinationen enthalten.

Surfen: Das sehr beliebte Wandern im Internet auf der Suche nach interessanten Seiten. S. auch *Recherchieren*.

Tantiemen: Beträge, die der Autor laut Vertrag beim Verkauf seiner Werke vom Verlag erhält, bei Paperbacks meist 5% des Ladenpreises, bei Hardcovern etwa 10%. Bei BoD bestimmt der Autor selbst seine T. durch den von ihm festgelegten Ladenpreis.

Taschenbuch: *Paperback* im Kleinformat, z.B. 12,5 x 19 cm.

TeX: Computersprache (und das entsprechende Programm), in der alle Angaben für den Druck formatierter Schriftstücke genau eingegeben werden können. Es gibt benutzerfreundlichere Varianten wie LaTeX.

Thermobindung: Einfache Bindungsart für den Bürogebrauch.

Tintenstrahldrucker (inkjet printer): Ein Drucker in dem (meist farbige) Tinte durch dünne Düsen auf das Papier gespritzt wird.

Titel: *Buchtitel*.

Titelschutz: Das Recht auf den Titel eines Werkes, das mit seiner Erscheinung entsteht, ohne dass dafür eine Eintragung oder andere Formalität nötig ist. Vor dem Erscheinen kann ein Titel bereits durch eine Anzeige im *Börsenblatt* oder im *Titelschutz Anzeiger* geschützt werden.

Titelschutz Anzeiger: Spezialmedium zum Titelschutz. Der T.A. gibt auch online (gegen Gebühr) Auskunft über geschützte Titel.

Toner: Feines Farbpulver, das in Laserdruckern benutzt wird.

Umbruch: Aufteilung des Textes eines Buches in Seiten oder Spalten.

Umbruchkorrektur: Eine Korrektur, die nach dem Zeilen- und Seiten-Umbruch stattfindet, bes. zur Suche von Trenn- und Formatfehlern.

Umschlag (Cover): Deckel und Rücken eines Buches.

Untertitel: Der oft benutzte zweite Teil des Titels eines Werkes.

Urheberrecht (Copyright): Gesetzlich geregelter Schutz des geistigen Eigentums.

Verlagsleistungen: Die in einem *Verlagsvertrag* festgelegten Verpflichtungen, die der Verlag übernimmt.

Verlagssortiment: Die von einem Verlag angebotenen und lieferbaren Bücher.

Verlagsvertrag: Eine zwischen Autor und Verlag getroffene Vereinbarung (meist in Standard-Form), die auch dem „Gesetz über das Vertragsrecht“ entsprechen muss.

Veröffentlichen (Publizieren): Der Öffentlichkeit zugänglich machen und (laut Urheberrechtsgesetz) „nicht nur einem ganz bestimmten Personenkreis“.

Verramschen: Verkauf der Restauflage eines Buches zu Schleuderpreisen nachdem der Verlag die *Preisbindung* aufgehoben hat.

Vertrieb: Die für die Vermarktung und den Verkauf von fertig gestellten Büchern nötigen Tätigkeiten.

Verweise (im Internet): *Links*.

Verwertungsgesellschaft VG WORT: *WORT*.

Verzeichnis lieferbarer Bücher: *VLB*.

VLB: „Verzeichnis lieferbarer Bücher“ in dem lieferbare Bücher mit ISBN (gebührenpflichtig) angemeldet werden können. Die Daten werden auch online („VLB-online-Titelservice“) zur Verfügung gestellt.

WORT: „Verwertungsgesellschaft WORT“ zur Wahrnehmung von Urheberrechten von Autoren und Verlagen (z.B. beim Kopieren).

www: „World Wide Web“, benutzerfreundlicher Dienst im *Internet*, mit dem Information unterschiedlichster Art und Herkunft zur Verfügung gestellt und weltweit übertragen wird.

www-Seiten: *Internet-Seiten*.

Xerox: Weltbekannter Hersteller von Kopier- und Digitaldruckmaschinen.

000000