



HEINOLD, SPILLER & PARTNER
UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH

„Autorendienstleister“ – Der Verlag als Serviceprovider für Autoren

future!publish 2018



Erinnerungen an eine Verlegerrunde

- Vor einigen Jahren hat es eine Verlegerrunde zum Thema Autoren gegeben. Es handelte sich um eher große belletristische Verlage...
- ...und die Runde war sich einig:
 - Wir Verlage sind die größten...
 -unsere Marken sind bei allen Autoren begehrt...
 - ...wir erhalten viel zu viele Manuskripte...
 - ...und außerdem tun wir alles für unsere Autoren!

Also: Wo liegt das Problem, das ich in diesem Vortrag diskutieren möchte?



Das VG Wort-Debakel zeigt: Da stimmt was nicht!

- Viele Verlage haben in den vergangenen Jahren die Konditionen für Autoren verschlechtert. Selbst erfolgreiche Stammautoren finden in neuen Verlagsverträgen immer wieder Verschlechterungen der Konditionen.
- Die Verkaufszahlen gehen im Schnitt kontinuierlich nach unten.
- Die meisten Autoren sind deshalb der Aufforderung nach einem Verzicht auf die VG Wort-Ausschüttungen nicht nachgekommen (nur 6 % Verzichtssumme).

Wie **Rainer Just**, Geschäftsführer bei der **VG Wort**, auf Anfrage sagte, setzt sich die Summe von **rund 175 Millionen Euro** aus Rückzahlungen der Verlage und aus nicht ausgeschütteten Beträgen der Jahre 2015 und 2016 zusammen:

- Die VG Wort hatte von den Verlagen 85 Millionen Euro für die Jahre 2012 bis 2015 zurückgefordert, die nach Ansicht des BGH zu Unrecht ausgezahlt worden seien. Diese Summe wurde durch Erklärungen von Autoren, die auf den Verlagsanteil verzichtet hatten, auf **80 Millionen Euro** reduziert.
- **17 bis 18 Millionen Euro**, die 2015 nicht ausgeschüttet wurden (weil viele Verlage bereits 2015 auf die Auszahlung des Verlegeranteils verzichtet hatten), flossen ebenfalls in den Nachzahlungsfonds ein.
- Der Verlegeranteil, der 2016 von der VG Wort einbehalten wurde, belief sich auf **25 bis 30 Millionen Euro**, so Just.
- Zusätzlich wurden **ca. 55 Millionen Euro** Verlegeranteil zurückgehalten, die 2016 aus nachträglichen Druckervergütungen für die Jahre 2001 bis 2007 resultierten.

http://boersenblatt.net/artikel-konsequenz_des_bgh-urteils_zum_verlegeranteil_.1421035.html



Aufmerksamkeit und Handel werden zum Nadelöhr

- Das Buch als Medium steht in einem sich verschärfenden Wettbewerb zu einem ständig wachsenden Medienangebot.

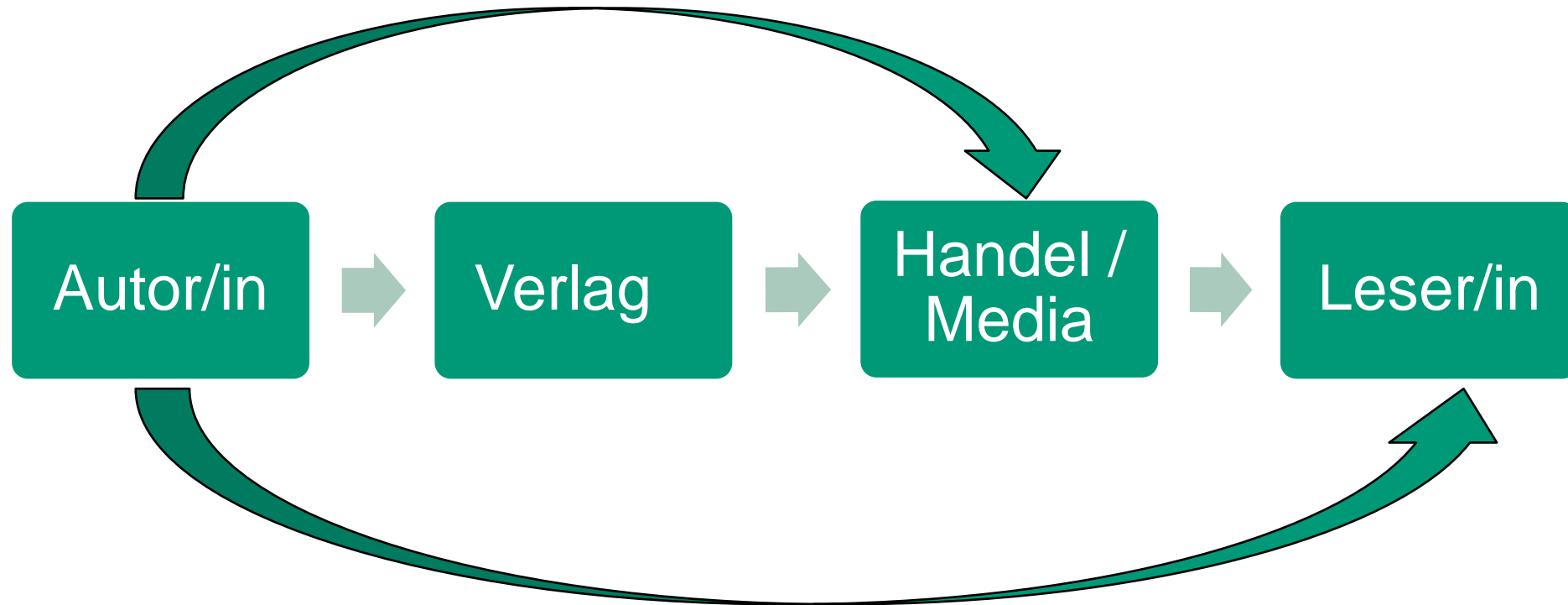
Die Aufmerksamkeit der Menschen ist das erste Nadelöhr.

- Der stationäre Handel hat Flächen verkleinert und wird das Sortiment weiter profilieren.

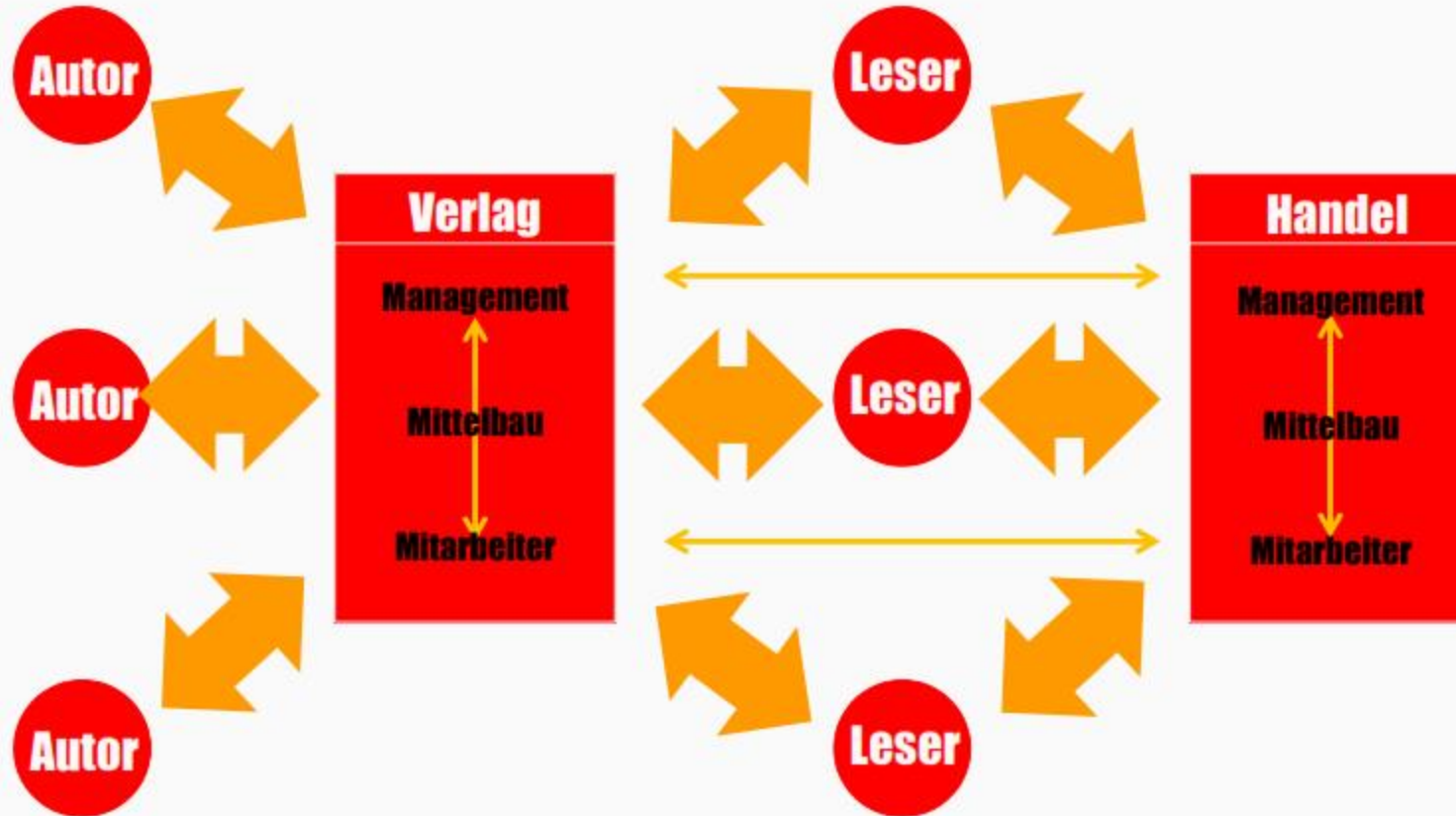
Der stationäre Handel ist das zweite Nadelöhr.



Eine Binsenweisheit mit Folgen: Aber die Zeiten ändern sich



Das Modell TOKYOPOP



- Keine Vertreter, nur telefonische Betreuung und KAM
- Jahrelang keinen Vertrag mit Amazon (seit 2016 auf Wunsch von Amazon wieder)
- Budget und Energie geht in Events und Kundenkontakt

Verlage und Autoren/innen: Nicht nur eine Frage der Machtverhältnisse

Verlage sind weiterhin attraktiv für Autoren:

- Gatekeeper-Funktion
- Marke
- Programmumgebung
- Qualitätssicherung
- Presse, Marketing, Vertrieb
- Präsenz im Handel



Doch diese Position ist kein Alleinstellungsmerkmal mehr!

- Gatekeeper-Funktion: **Bleibt, aber mit sinkender Bedeutung. Löst sich durch Self Publishing und E-Commerce auf, jede/r kann publizieren.**
- Marke: **Die Verlagsmarke ist für den Lesenden nicht (oder nur sehr selten) relevant. Aber sehr wohl für die Autoren/innen.**
- Programmumgebung: **Ist für den Lesenden nicht relevant. Aber sehr wohl für die Autoren/innen.**
- Qualitätssicherung: **Kann als Dienstleistung eingekauft werden.**
- Presse, Marketing, Vertrieb: **Konzentriert sich immer mehr auf wenige Titel, das Gros der Autoren muss selbst die Musik auf die Straße bringen.**
- Präsenz im Handel: **Wird für immer mehr Bücher immer schwerer erreichbar, selbst große Verlage haben Probleme.**



Differenzieren bitte!

- **Belletristik, belletristisches Sachbuch, Kinderbuch:** Hier funktioniert der klassische Weg immer noch sehr gut, Verlage sind immer noch die erste Anlaufstelle, aber auch in diesen Bereichen wächst das Self Publishing-Angebot, weil das klassische Publikationssystem die wachsenden Textmengen nicht bewältigen kann.
- **Ratgeber:** Hier finden immer mehr Themenbereiche keinen Platz mehr im Handelsregal.
- **Fachbuch:** Das stationäre Sortiment verabschiedet sich immer mehr vom Fachbuch.
- **Wissenschaft:** Hier spielen Autoren schon immer eine herausragende Rolle, durch die Bewegung zu Open Access werden Verlage zu Dienstleistern, da der Autor zahlt.



Zwei relevante Fragen möchte ich diskutieren

- **Existenzberechtigung:**
Wie bleiben Verlage **attraktiv** für Autoren?
- **Potentialausschöpfung:**
Wie können Verlage das **Potential von Autoren** besser nutzen?



Die Antwort: Verlage müssen die beste Anlaufstelle für Autoren bleiben (oder werden)!

- Selbst Verlage, die sich keine Sorgen um ihre Attraktivität für Autoren machen müssen...
- ...sollten das **Potential der Unterstützung ihrer Autoren** bei Marketing und PR nutzen!



Das Potential – aus Sicht eines **Ratgeberverlages**

- Autoren/innen sind (oder sollten so ausgesucht werden!) Bestandteil einer Community – besser noch: Sind der Mittelpunkt einer solchen (Experte, Trainer, Guru).
- Die Autoren/innen sind relevant für die Zielgruppe:
 - Orientierungspunkte / Agenda Setting
 - Hohe Präsenz auf Veranstaltungen
 - Bereits publizistisch unterwegs
 - Kommunikativ (Blog, Website, Social Media)



Eine Sammlung im Plenum: Dienstleistungen für Autoren

Was tun Verlage bereits?

- Ideenfindung
- Lektorat / Betreuung
- Vorschuss / Umsatzbeteiligung
- Rechtliche Absicherung
- Lizenzen verkaufen
- Mehrfachausgaben
- KSK
- Satz
- Buchcover / Grafik
- Vertrieb
- Lesereisen
- Endkundenwerbung (Buchtrailer, Anzeigen)
- Handelswerbung
- Social Media
- Pressearbeit (Presse- und TV-Termine)
- Präsentationsplattformen auf Messen
- Herstellung (print / digital)
- Community bieten

Was könnten Verlage tun?

- Persönlicher Kontakt
- Technische Unterstützung bei Manuskripterstellung
- Rechtliche Beratung
- Schulung
- Medien- und Lesetraining
- Autorenbranding und Veranstaltungsmanagement
- Flexible Vergütungsmodelle
- Permanenter Umsatzzugang
- Kleinteilige Vertriebsleistungen
- Toolbox bei Website und Social Media
- Wikipedia
- Marketingschulungen
- Unterstützung beim Community-Marketing
- Servicepakete (differenziert)



Vorbild: Self Publishing (Epubli)

Bucherstellung mit epubli



Unterstützung per Mail

- ✓ E-Mail Reihe *Reise zum Buch*: Tipps zu Kreativitätstechniken, Ideen zur Konzeption von Plot und Charakteren sowie Hinweise zu Layout, Lektorat und Cover



Schreibtipps im Webinar

- ✓ Videoreihe zum Thema *Kreatives Schreiben lernen*: Schreibfluss, Erzählperspektiven, Dialoge uvm
- ✓ Videoreihe *Schreibtipps unter 5 Minuten*: Buchtitel, erster Satz, Lektorat uvm



Inspiration im Blog

- ✓ *Inspiration* zu den Themen Schreiben, Buchgestaltung und Literatur
- ✓ *Schreibtipps*: Schreibübungen, Tipps für den perfekten Klappentext, Hinweise zum Schreiballtag, Hinweise zur Datei- und Covergestaltung



Vorbild Self Publishing (Epubli)



Flexibles Vertragsverhältnis

- ✓ alle Rechte am Text bleiben beim Autor
- ✓ Honorar kann selbst festgelegt werden
- ✓ kündbar jederzeit binnen 5 Tagen



Marketing-Tipps per Mail

- ✓ E-Mail Reihe *Reise zur Veröffentlichung*: Autorenprofil, Metadaten, Veröffentlichung uvm.
- ✓ *Marketing-Tipps* per E-Mail: Social Media, Netzwerken, Zielgruppen uvm.
- ✓ E-Mail Kurs zum Thema Marketing nach der Veröffentlichung: Offline-Marketing, Online-Marketing sowie Presse



Veröffentlichung als eBook und Printbuch

- ✓ kostenfreie Option auf digitale Parallelausgabe
- ✓ eBook jederzeit durch kostenfreie Printversion ergänzen
- ✓ einfacher Prozess zur Angabe, Verwaltung und Wiederverwendung aller Daten zu Ihrem Buch



Beispiel bod.de

Professionalisierung vor der Veröffentlichung		Sichtbarkeit während der Veröffentlichung		Reichweite nach der Veröffentlichung	
<u>Veröffentlichungskonzept</u>	0€	<u>Marketing-Leitfaden</u>	0€	<u>Rezensionsexemplare</u>	0€
<u>Professionalitätscheck</u>	99€	<u>Social Media-Präsenz</u>	0€	<u>Pressepaket</u>	199€
<u>Coverdesign</u>	ab 0€	<u>Autorenwebsite</u>	0€	<u>Buchhandelspräsenz</u>	ab 9,90€/Monat
<u>Buchblockdesign</u>	ab 299€	<u>Printwerbemittel</u>	ab 49€	<u>Printanzeigen</u>	ab 129€
<u>Lektorat</u>	7,90€ je Normseite			<u>Onlinewerbung</u>	279€
<u>Korrektur</u>	3€ je Normseite			<u>Social Reading-Promotion</u>	0€
<u>Extras</u>	ab 99€			<u>E-Book-Promotion</u>	ab 0€
				<u>Messepräsenz</u>	249€
				<u>Autorenwebinare</u>	ab 0€



Das Autoren-Dashboard

myBoD-ANMELDUNG

Buch-Projekte anlegen, bearbeiten und veröffentlichen.

[Passwort vergessen?](#)

JETZT ANMELDEN →

myBoD-REGISTRIERUNG

Vorteile der myBoD-Registrierung:

1. Schnell eigenes E-Book- und Buch-Projekt anlegen
2. Einfach Buch-Projekte bearbeiten und veröffentlichen
3. Direkt Bucherfolge mit Umsatzübersicht im Blick haben

Jetzt kostenlos bei myBoD registrieren und eigenes Buch-Projekt starten.

JETZT REGISTRIEREN ✓



Was kann ich tun?

HANDLUNGSOPTIONEN FÜR VERLAGE



Verlage haben schon reagiert und „Autorenportale“ gelauncht

ADEO ANSATA ARISTON ARKANA BASSERMANN BLANVALET BLESSING BTB
CARL'S BOOKS C.BERTELSMANN CB/AUDIO CBJ CBT DIANA DIEDERICHS DVA GOLDMANN
GÜTERSLOHER VERLAGSHAUS HEYNE
DER HÖRVERLAG INTEGRAL IRISIANA
KAILASH KNAUS KÖSEL LIMES
LOTOS LUCHTERHAND LUDWIG MANESSE MANHATTAN MOSAIK PAGE & TURNER PANTHEON
PENHALIGON PRESTEL RANDOM HOUSE AUDIO RIEMANN SIEDLER SPHINX SÜDWEST

AUTORENPORTAL

VERLAGSGRUPPE
RANDOM HOUSE
BERTELSMANN

Herzlich Willkommen
bei Random House,
Haus der Vielfalt und Heimat von Autoren.

Anmeldung

E-Mail Adresse eingeben
Passwort eingeben

Anmelden >>

Passwort vergessen?

Neu hier?

Sie sind neu hier, haben Fragen zum
Autorenportal oder Interesse an der
Nutzung? Dann nehmen Sie mit uns
Kontakt auf!

Kontakt aufnehmen >>

**Verkäufe,
Honorare,
Lizenzen**

**Präsentation
Ihrer Bücher**

**Unterstützung
Ihrer Aktivitäten
im Netz**

Das Autorenportal bietet Ihnen einen vertraulichen Zugang zu den Verkaufszahlen Ihrer Bücher in allen Ausgabeformen, ob gedruckt oder elektronisch. Sie erhalten einen Zugang zu Ihren letzten Honorarabrechnungen sowie einen Überblick über Ihre Lizenzgeschäfte.

Als Autor können Sie im Portal bequem nachvollziehen, wie Sie und Ihre Bücher von Ihrem Verlag im Internet präsentiert werden. Das Spektrum reicht von der Darstellung Ihrer Werke auf Webseiten des Verlages bis zu den verschiedenen buchhändlerischen Verkaufsplattformen.

Immer mehr Autoren ergreifen die Chance, direkt mit Leserinnen und Lesern in Kontakt zu treten. Im Autorenportal finden Sie nützliche Informationen und praktische Tipps, um sich erfolgreich und sicher in der Welt der sozialen Netzwerke zu bewegen.

**Nachrichten aus der
Buchbranche**

24.01.2018
Das Lustige Taschenbuch von Egmont Ehapa Media erzielt höchstes Auflagenplus
Kurz nach dem 50. Jubiläumsjahr von „Walt Disney Lustiges Taschenbuch“ (LTB) in ...

24.01.2018
Rhenus Media Services expandiert im Kundenbeziehungsmanagement
Rhenus Media Services, die den Kundenmanagement-Spezialisten KundenProfi im Somm ...

» weitere Nachrichten

© Verlagsgruppe Random House GmbH

Impressum - Datenschutz



Verlage gehen neue Wege, um Autoren zu finden: Beispiel „Storywunder“

KREATIV – ODER WAS?

In deinem Kopf tobt ein kreativer Sturm? Du sprühst nur so vor spannenden Ideen? Deine Texte und Designs sind eine kleine Revolution? Du bist ein echter Profi, der seine Geschichten auf ein neues Level heben will?

Dann bist du genau richtig bei StoryWunder. Wir suchen Wunderkinder wie dich und finden einen Verlag, der zu DIR passt.

Vernetze dich und deine Skills mit anderen Top-Kreativen. Baue deine eigene Community auf und bearbeite dein Projekt in einem kreativen Kollektiv. Erstelle Qualitätsinhalte auf unserer digitalen Werkbank und veredle sie mit unserem Tool. Wir bringen dich mit unseren Partnerverlagen zusammen und machen dich zum nächsten großen StoryWunder.

Nutze Deine Chance und registriere dich schon jetzt mit deiner E-Mail-Adresse. Dadurch hast du die Chance, bereits in der Beta-Phase mit dabei zu sein.



<http://www.storywunder.com>



Weg vom Handelsparadigma, hin zu Autoren und Lesern!

- Für Bücher, die im Handel keine Relevanz mehr haben (werden) sollte gelten:
Die Interessen der Vertreter/innen und Buchhändler/innen müssen, besser: dürfen bei Produktgestaltung, Marketing und Vertrieb nicht mehr berücksichtigt werden!
- Relevant für diese Bücher sind „nur“ noch:
 - Autoren/innen
 - Leser/innen
- Wobei der Handel natürlich weiterhin bedacht werden kann (im Sinne einer Grundversorgung).



Die Konsequenzen: eine zugespitzte Gegenüberstellung

Bereich	Handelsorientiert	Autorenorientiert
Marketing	Ausrichtung auf die Bedürfnisse des Handels (Werbemittel, Werbebotschaften)	Schwerpunkt Endkunden und Autorenunterstützung
Vertrieb	Ausrichtung auf den Handel (Budget, Vertreter)	Ausrichtung auf Autorenunterstützung und Endkunden
Buchgestaltung	Handelsorientiert (Formate, Aufmachung, Gestaltung)	Endkunden- und autorenorientiert
Preisgestaltung	Handels- und wettbewerbsorientiert	Je nach Wert für die Leser / Nutzer
Erscheinungstermine	Feste Rhythmen	Je nach Anlass



Diskussion

Wie sehen Sie das Thema „Verlage als Autorendienstleister“?



Das Beispiel Tokyopop

„Für uns ist vor allem eine Entwicklung relevant: **Autoren und Leser** gewinnen nach und nach wieder die Bedeutung im Markt, die ihnen eigentlich zukommen sollte. Sie sind die eigentlichen Triebkräfte des Marktes. Weite Teile der Verlagslandschaft und des Handels haben sich in den letzten Jahren aber eher so verhalten, als ginge es im Markt vor allem um sie – und Autoren und Leser seien ein notwendiges Übel, das man braucht, um das Spiel des Buchhandels zu spielen. **An allen Ecken und Enden der Branche fehlt ein Verständnis dafür, dass Verlage und Handel im Grunde Dienstleister für Autoren und Leser sein sollten und nicht umgekehrt.** Wir glauben, dass wir dieses Problem sehr früh erkannt und uns als Dienstleister aufgestellt haben, was vielleicht auch erklärt, warum wir gerade in den letzten Jahren im Umfeld eines stagnierenden Marktes um rund 50% gewachsen sind. **Diese Dienstleistungsfunktion weiter auszubauen, treibt uns am meisten um.“**

Joachim Kaps auf buchreport.de



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Heinold, Spiller & Partner Unternehmensberatung GmbH

Behringstraße 28a

22765 Hamburg

Telefon: 040/3986620

Fax: 040/39866232

www.hspartner.de

ehrhdt.heinold@hspartner.de

