

Hilfe, ich bin ein Dichter!

Einige Tips für (noch) unbekannte Autoren

(Die Tips beruhen auf persönlichen Erfahrungen. Andere Autoren mögen davon abweichende Erfahrungen gemacht haben bzw. einige Sachverhalte anders einschätzen. Der Beitrag erhebt deshalb keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Objektivität).

Frage: Ich habe einige Kurzgeschichten geschrieben. Meinen Freunden gefallen sie, vielleicht lassen sie sich veröffentlichen? Wie finde ich einen Verlag?

Antwort: Mit Kurzgeschichten kommt man am besten in Literaturzeitschriften unter. Die Ansprüche der meisten Literaturzeitschriften sind aber sehr hoch. Normalerweise prüft der Herausgeber, ein Lektor oder ein regelrechtes „Gutachtergremium“ die eingesandten Beiträge. Manche Zeitschriften veröffentlichen nur ein bestimmtes Genre, z.B. Social Beat, Satyre, Schöngeistiges usw. Es macht keinen Sinn, ein Lyrikstück an eine Zeitschrift, die nur satyrische oder witzige Beiträge abdruckt, zu schicken. Faustregel: Je unbekannter ein Autor, desto mehr wird sein „Werk“ auf Herz und Nieren geprüft. Die Ablehnungsrate ist u.U. hoch (über 50%). Es gibt einige wenige Zeitschriften, die so gut wie alles drucken, doch ist deren Verbreitung meist auf eine Region beschränkt.

Frage: Und wie ist das mit Lyrik?

Antwort: Sehr schlecht. Lyrik wird fast nicht gelesen; nur wenige Literaturzeitschriften haben sich darauf spezialisiert bzw. sind bereit, auch Lyrik abzudrucken. Das muß dann schon etwas sehr Außergewöhnliches sein. Die Chancen für eine Veröffentlichung sind sicher kleiner als 10 % (d.h. von 10 eingesandten Stücken wird nur eines veröffentlicht). Es macht aber meist keinen Sinn, ein ganzes Sammelsurium von Stücken einzusenden, in der Hoffnung, der Verlag wird wenigstens eines davon abdrucken. Lieber weniger, dafür qualitativ hochwertige Vorlagen einreichen. Laßt Euch von Dritten (Freunden, Verwandten, Kollegen usw.) bei der Auswahl helfen!

Frage: Wie sieht es mit einem Roman aus? Habe ich da mehr Chancen?

Antwort: Nein, absolut nicht. Großverlage bekommen täglich bis zu 300 Manuskripte zugestellt, die sie nicht angefordert haben. Diese Flut von Manuskripten kann beim besten Willen nicht mehr bearbeitet werden. Normalerweise schicken die Verlage die Unterlagen postwendend zurück (oder werfen sie in den Reißwolf wenn kein Rückporto beiliegt). Dabei geht natürlich so manche Perle verloren! Kleinverlage wiederum, deren Lektoren oder Betreiber noch Zeit haben, solche Manuskripte zu lesen, haben oft nicht das Geld, das zu publizieren, was sie vielleicht gern publizieren wollten.

Frage: Habe ich denn dann überhaupt keine Chance?

Antwort: Doch, wenn auch nur eine sehr geringe. Es ist wie Lottospielen: Millionen spielen mit, damit ein oder zwei jede Woche das „Große Los“ ziehen. Ob die Chance beim Lotto oder auf dem Buchmarkt größer ist - wer weiß! Gelegentlich suchen Verlage ganz gezielt nach bestimmten Themen; wer dann ein Manuskript zu eben jenem Thema aus der Schublade ziehen kann, hat vielleicht den „großen Wurf“ gemacht. Das Problem ist nur, herauszufinden, welche Themen derzeit gerade gefragt sind. Eine Anfrage beim Lektorat des einen oder anderen Verlags kann nicht schaden, wenngleich die Chance, daß einem überhaupt geantwortet wird, auch nicht sehr hoch ist.

Es soll schon vorgekommen sein, daß ein Lektor (oder dessen Sekretärin) ein paar der unaufgefordert eingesandten Manuskripte aus Spaß mit nach Hause nahm oder sie seiner Frau / ihrem Mann oder Kindern zum Schmökern gab. Wenn denen dann zufällig etwas davon gefällt...

Frage: Kann ich meine Chance irgendwie erhöhen?

Antwort: Zunächst mal wäre zu empfehlen, keine vollständigen Manuskripte einzusenden, sondern nur sog. Exposé (Zusammenfassung mit einigen Leseproben, außerdem einen Lebenslauf und Hinweise auf bisherige Veröffentlichungen, z.B. in Literaturzeitschriften). Solche Exposé verraten eine gewisse Professionalität. Wenn der Lektor anbeißt, wird er auffordern, daß ganze Manuskript einzureichen. Das heißt aber noch lange nicht, daß das Werk verlegt wird. In über 90 % aller Fälle wird der Verlag trotzdem von einer Veröffentlichung Abstand nehmen, auch wenn der Autor zu einer Einsendung eines Manuskriptes ermutigt wurde. Aber da bleiben noch die restlichen ca. 10 %... Man kann natürlich auch das vollständige Manuskript gleich mit dem Exposé einsenden, vor allem dann, wenn das Werk nicht allzu umfangreich ist.

Auf jeden Fall sollte ein Manuskript heutzutage so gut wie fehlerfrei, praktisch druckreif sein. Wenn der Lektor merkt, daß es - trotz eines spannenden Themas - inhaltliche Schwächen aufweist oder auch nur einzelne Sätze grammatikalisch nicht stimmig sind, wird er es normalerweise zurückweisen. Im günstigsten Fall wird er zur Überarbeitung auffordern, was aber meistens auch noch keine Garantie für eine Veröffentlichung bedeutet. Es sei denn, Verlag und Autor schließen einen Vertrag darüber ab. Doch Vorsicht: Wenn der Verlag den Autor zu größeren inhaltlichen Überarbeitungen verpflichtet, mag dieser am Ende sein Werk nicht wiedererkennen. Umgekehrt kann der Verlag, wenn der Autor den Verpflichtungen nicht nachkommt, die Nachbesserungen selbst durchführen und dem Autor in Rechnung stellen. U.U. wird - wenn keine Einigung zustande kommt - eine Veröffentlichung auch „bis in alle Ewigkeit“ hinausgezögert. Trotz all dieser Bedenken: Als noch unbekannter Autor sollte man nicht allzu lange zögern, wenn man einen Vertrag vorgelegt bekommt. Lieber mal in den sauren Apfel beißen und den Roman umschreiben - auch wenn es einem innerlich schmerzt - als ewig auf die „Entdeckung“ warten.

Noch eine Möglichkeit, die Chancen zu erhöhen: Manuskripte vorlegen, die in das Konzept des Verlages passen. Was aber dieses Konzept ist, ist schwierig festzustellen. Natürlich zeigt das bisherige Programm, auf welche Themen sich ein Verlag spezialisiert hat. Ein Verleger, der sich bislang nur auf Science Fiction oder Fantasy spezialisiert hat, wird sich schwer mit einem Liebes- oder Kriminalroman anfreunden und umgekehrt. Allerdings kann es auch passieren, daß die einzelnen Genres in einem Verlag von altgedienten Autoren fest belegt sind und der Verlag keine neuen Autoren mehr aufnimmt.

Noch ein Tip: Am Anfang es eher mit einem kurzen Roman probieren. Wer einen gigantischen „Wälzer“ von 500 oder 1000 Seiten vorlegt, schreckt den Lektor eher ab.

Frage: Bringt es was, wenn ich mit meinem Manuskript auf eine Buchmesse gehe und es dort Verlagen vorstelle?

Antwort: Sehr wenig! Die Verleger oder Lektoren haben dort meist ganz anderes zu tun, als sich mit unbekanntem Autoren herumzuschlagen. Normalerweise wird man höflich, aber rasch weiterkomplimentiert und erntet allenfalls noch die Aufmunterung: „Schicken Sie uns mal was zu!“ Wer dabei eine Visitenkarte des Lektors abstauben kann, oder zumindest dessen Namen erfährt, kann sich immerhin in seinem Anschreiben auf diesen berufen - möglicherweise führt dies dazu, daß sein Exposé oder Manuskript ernsthaft gelesen wird.

Frage: Und wenn ich schon irgendwie in der Öffentlichkeit bekannt bin...

Antwort: Ja dann! Man muß ja nicht gerade Oskar Lafontaine oder Verona Feldbusch heißen, aber zumindest ein Lokalpolitiker (Bürgermeister aufwärts), Landtags- oder Bundestagsabgeordneter, Sportler (Bundesliga, Deutscher Meister aufwärts), Schauspieler (Fernsehen, Film) oder Unternehmer (von einer großen, bekannten Firma natürlich, aber als solcher wird man kaum Zeit haben, ein Buch zu schreiben) sollte es schon sein. Auch Schwerverbrecher (Amokschütze, Geiselnahmer, verurteilter Mörder) ist nicht schlecht. Oder man hat die Welt per Inliner umkreist, hohe Berge in Sandalen bekraxelt oder einen Ozean in einem Schlauchboot überquert. Faustregel: Je bekannter, desto eher ein Buch! Mehr noch: Je bekannter, desto schwachsinniger darf der Inhalt des Buches sein. Die sonst so strengen Qualitätsmaßstäbe der Verlage spielen bei Promis (oder auch deren Ehegatten) kaum eine Rolle mehr, da sich deren Schinken eh verkaufen. Nicht wenige Verlage machen mit solchen Büchern einen beträchtlichen Umsatz und finanzieren damit die schöngeistige und anspruchsvolle Literatur, für die normalerweise nur eine kleine Leserschaft (= Käuferschaft) zu gewinnen ist. Somit hat das Verlegen solcher literarisch eher zweifelhafter Werke durchaus einen Sinn!

Frage: Ich bin kein Promi und kein Verlag will meine Romane verlegen! Aber ich habe etwas von „Agenturen“ gehört, die für Autoren Verlage suchen. Was ist davon zu halten?

Antwort: Meine persönliche Meinung dazu: Finger weg! Es sei denn, die Agentur hat ein gutes Renommee bzw. wird einem von einem bereits erfolgreichen Autor empfohlen. Vor allem Agenturen, die von den Autoren vorweg eine pauschale Gebühr von ein paar hundert Mark verlangen, d.h. nicht auf Provisionsbasis (Erfolgshonorarbasis) arbeiten, sollte man schnell vergessen. Allenfalls Bearbeitungsgebühren, die aber deutlich unter 100,- DM liegen sollten, sind akzeptabel. Seriöse Agenturen werden auch mitteilen, wie hoch ihre Vermittlungsquote ist. Mir nannte eine einmal eine Agentur folgende Werte:
bei Romanen eine Erfolgsquote von 15 bis 20 %,
bei Kurzgeschichten, vermittelt vorwiegend für Literaturzeitschriften, immerhin rund 50 %
Lyrik und Gedichte aber seien grundsätzlich nicht vermittelbar!
Solche Quoten sind - zumindest was die Romane angeht - mehr als bei eigenen Versuchen.

Noch ein anderer Gesichtspunkt: Eine Agentur mag für den Autor zu einer zusätzliche Hürde werden, da sie sich auch vorbehält, Manuskripte zu überarbeiten bzw. „vorzulekturieren“, wofür sie u.U. nochmals ordentlich Geld abkassieren. Manchmal behalten sich die Agenturen auch das alleinige Vermittlungsrecht vor; der Autor darf dann selbst nicht bzw. nur nach Rücksprache mit der Agentur tätig werden.

Fazit: Wer eine Agentur einschalten will, sollte sich das auf jeden Fall *reiflich* überlegen.

Frage: Ein Verlag hat mir die Veröffentlichung eines meiner Bücher angeboten, will aber dafür einige tausend Mark von mir. Soll ich mich darauf einlassen?

Antwort: **Nein!** Solche Druckkostenzuschuß-Verlage haben einen sehr schlechten Ruf, da sie einerseits Bücher unlektoriert drucken, also durchaus auch „Schrott“ veröffentlichen, andererseits aber meistens nichts für die Verbreitung des Buches tun. Sie selbst haben ja

ihr Schärfflein durch die Bezahlung des Druckkostenzuschusses schon im Trockenen. Übrigens ist „Zuschuß“ nicht der richtige Ausdruck. Wer sich die Mühe macht und Angebote von Druckereien einholt wird sehen, daß diese meist billiger produzieren können als der Verlag ansetzt. Natürlich will der Verlag Gewinn machen - und er macht diesen Gewinn praktisch ausschließlich über diese Druckkostenzuschüsse, also die Gebühren, die ihm die Autoren zahlen.

Frage: Kann ich ein Buch selbst verlegen?

Grundsätzlich ja. Die Arbeitsteilung zwischen Autor und Verlag ist historisch gewachsen und nichts Naturgegebenes. Die moderne Computertechnologie erlaubt es immer mehr, ein Buch kostengünstig in Eigenregie zu produzieren: vom Manuskript über das Layout bis hin zu Druck und Vertrieb - alles in einer Hand. Autor und Verleger (ggf. auch Drucker und Händler) verschmelzen zum „Buchproduzenten“. Soweit die Theorie. Die Praxis ist schwierig. Immerhin hat die Trennung von Autorenschaft und Verlag auch ihr Gutes - trotz der oben genannten Hindernisse für die Schriftsteller: Der Autor muß sich um nichts weiter kümmern als um den Text; er kann seine Arbeitszeit (die ja normalerweise Freizeit ist, denn kaum ein Autor lebt ausschließlich von seinen Büchern) nur für sein kreatives Schaffen einsetzen.

Frage: Wenn ich selbst verlege, was muß ich alles beachten?

Zunächst einmal ist zu unterscheiden, für welches Publikum man verlegen, d.h. ein Buch produzieren will:

- a) nur für den Familien- und Freundeskreis
- b) für die breite Öffentlichkeit

Zu a) Es genügt, das Werk irgendwie zu vervielfältigen, sei es als Fotokopien, sei es per Digitaldruck oder Offsetdruck, geheftet oder gebunden - was die Phantasie oder der Geldbeutel hergibt. Die Auflagen können schwanken je nach Größe des Freundeskreises: von einigen ganz individuellen Exemplaren bis zu einigen hundert. Solche Werke wird man i.d.R. verschenken. Vorsicht aber: Nicht jeder Beschenkte freut sich über die literarischen Ergüsse. Vor allem ab dem 3. Gedichtband oder der 2. „Best of...“ - Sammlung wird man die Leute eher vergraulen. Dann ist es besser, man gibt sich mit Layout und Einband Mühe und bietet das Buch zum Selbstkostenpreis an. Wer es haben will, wird dann auch etwas dafür bezahlen (Marktwirtschaft im Kleinen! Man sieht dann, ob man wirklich mit den Werken ankommt). Aber auch hier gilt: Nicht aufdrängen!
Für die „Verlegerei“ im Hausgebrauch braucht man keine Gewerbeanmeldung und natürlich keine ISB-Nummer.

Zu b) Wer richtig auf den Markt gehen will, d.h. Bücher über Buchläden - reale oder virtuelle im Internet - verkaufen will, braucht zunächst eine Gewerbeanmeldung. Das kostet von Gemeinde zu Gemeinde unterschiedlich, meist so zwischen 50 und 100 DM. Man gilt dann als sog. „Minderkaufmann“, was bedeutet, daß man keine strenge Trennung von Geschäftseinnahmen und Privatkasse einhalten muß. (Anders wäre das bei einer GmbH, aber davon wollen wir an dieser Stelle nicht reden). Die Anmeldung geht auf den Namen des Betreibers, d.h. der Betrieb heißt wie sein Eigentümer (z.B. Rolf Thum Verlag). Wenn der Verlag einen gut klingenden Namen haben soll, kann hierfür ein „unbedeuten-

der Zusatz“ gewählt werden (Rolf Thum -Larimar Verlag); unter diesem Zusatznamen allein (also in diesem Fall als „Larimar-Verlag“) darf der Betrieb streng genommen keine Verträge abschließen oder Rechnungen stellen. Auch in den Büchern, die man herausgibt, muß stets der vollständige Name stehen. (Wer seine Firma unter einem Phantasienamen, wie z.B. Larimar-Verlag führen will, muß einen solchen Namen im Handelsregister eintragen lassen. Das Recht auf einen solchen Eintrag haben aber - meines Wissens - nur GmbHs).

Wer als „Selbstverleger“ arbeiten will, wird von seinem Verlag nicht leben können. Normalerweise hat man noch seinen „richtigen“ Job, der mit Büchern gewiß nichts zu tun hat. Man melde deshalb seinen Gewerbebetrieb in *Nebentätigkeit* an. Es macht wenig Sinn, den Betrieb auf den Ehepartner, der ggf. nicht berufstätig oder nur mit einem 630-DM-Job beschäftigt ist, oder auf die Kinder, Großeltern usw. anzumelden. Wenn z.B. der Betrieb auf dem Namen des nicht-berufstätigen Ehepartners angemeldet wird, kann das z.B. bedeuten, daß dieser eine eigene Krankenversicherung braucht, d.h. die (sicher bestehende) Familienversicherung wird von der Krankenkasse gekündigt. Solche Kassenbeiträge können höher sein als die Einnahmen in der Anfangszeit! Hinzu kommen ggf. Beiträge zur Rentenkasse, Genossenschaften usw.

Die Gewinne, sofern welche anfallen, wird man versteuern müssen. Das geht bei einem Betrieb in *Nebentätigkeit* einfach: Man gibt seine Gewinne - aber auch Verluste - im jährlichen Einkommenssteuerbescheid an. Sie werden dann mit dem übrigen Einkommen verrechnet. Da die erste Zeit wohl nur rote Zahlen geschrieben werden, kann dies steuerliche Erleichterungen bringen. Allerdings sollte darauf geachtet werden, daß irgendwann mal ein Jahr mit Gewinn dazwischen ist, sonst ordnet das Finanzamt die Schließung des Betriebs an. Bei Betrieben in *Nebentätigkeit* sind die Toleranzen jedoch größer als bei solchen, die als Hauptgeschäft geführt werden. Wieviele Jahre „rote Zahlen“ das Finanzamt zugesteht, ist von Ort zu Ort verschieden. Auch Umsatzsteuer (auch Mehrwertsteuer genannt; auf Bücher 7%) wird man zahlen müssen, es sei denn man läßt sich von der Umsatzsteuerpflicht befreien (Wie und unter welchen Bedingungen das geht, erfährt man beim Finanzamt oder Steuerberater). Wer von der Umsatzsteuer befreit ist, kann man aber auch nicht Umsatzsteuer, die er selber zahlen muß, zurückbekommen. Die sog. „Vorsteuerabzugsberechtigung“ kann aber zu Beginn einer Firmentätigkeit Vorteile bringen: Angenommen man kauft einen PC nebst Zubehör auf den Namen der Firma und zahlt dafür 500,00 DM Umsatzsteuer, während man aus dem Verkauf von Büchern nur 300,00 DM Umsatzsteuern abführen müßte: Es bleibt eine Differenz von 200,00 DM, die einem das Finanzamt gutschreibt!

Noch etwas: Jeder Betrieb ist Zwangsmitglied in der örtlichen IHK (Industrie und Handelskammer) und zahlt einen Beitragssatz. Manche IHKs bieten an, diesen für Kleinbetriebe bis zu einer gewissen Umsatzhöhe - gegen Antrag - auszusetzen. Oder es wird ein eher symbolischer Beitrag von 100 DM pro Jahr erhoben. (Den kann man wieder steuerlich absetzen!). Auch eine kostenpflichtige Zwangsmitgliedschaft in einer Berufsgenossenschaft kann einem blühen, wenn man anstrebt, von der Verlagstätigkeit zu leben.

Ein Wort noch was zur *Nebentätigkeit*: Nicht jeder Arbeitgeber erlaubt das! Manchmal muß eine Genehmigung eingeholt werden, mindestens ist der Arbeitgeber aber davon zu unterrichten. Untersagt er die *Nebentätigkeit*, bleibt dann doch nur die Anmeldung über den Ehegatten, Lebensgefährten usw. mit allen Konsequenzen.

Wer jetzt beim Lesen all dieser Bestimmungen schon das Augenflimmern bekommt, soll sich noch nicht entmutigen lassen. Das klingt alles viel komplizierter als es ist. Hilfe und

Ratschläge bekommt man z.B. bei der örtlichen IHK (schließlich ist man ja Zwangsmitglied und darf deshalb auch Unterstützung einfordern). Wenn man überhaupt keine Ahnung von Buchführung hat, so kann da z.B. ein Kurs bei der Volkshochschule recht hilfreich sein. Und wenn der Laden einmal viel Geld abwerfen sollte, holt man sich sowie-so einen Steuerberater oder stellt irgendwann jemand für die Buchführung ein.

Frage: Was hat es denn mit dieser ISBN auf sich? Brauche ich die wirklich?

Antwort: Die ISB-Nummer (auf deutsch Internationale Standard Buch-Nummer) sorgt dafür, daß ein Buch über jeden Buchladen bestellt werden kann. Jedes Buch erhält eine Nummer, anhand derer es eindeutig identifiziert werden kann. Buchtitel, Autor und Nummer stehen dann in einer Datenbank, auf die die Buchhändler Zugriff haben. Außerdem stehen dort solche Daten wie Preis und Lieferbarkeit.

ISBNs bekommt man auf Antrag vom Börsenverein des Buchhandels, Frankfurt, zugeteilt. Voraussetzung: Gewerbeanmeldung ist schon erfolgt. Der Börsenverein wird dem Verlag eine Reihe solcher Nummern zuteilen (100 Stück für den Anfang, was so um die 200 DM kostet). Der Verlag vergibt dann in eigener Regie für jedes neue Buch eine solche Nummer, d.h. er macht beim Börsenverein eine „Titelmeldung“ (kostet dann nochmals ein paar Mark). Die Nummer wird schließlich im Buch abgedruckt. Damit ist das Werk offiziell auf dem Markt - was aber noch nicht heißt, daß es sich auch verkauft!

Frage: Und was muß ich noch beachten? Noch mehr Hindernisse?

Antwort: Ja, zunächst das Haupthindernis - der Qualitätsmaßstab!!! Wer ein Buch selbst produziert, muß einigermaßen davon überzeugt sein, daß es auch was taugt. Selbst kann man das nie beurteilen, also wird auch der Selbstverleger (oder gerade der!) ein gutes Lektorat brauchen. Das mögen Frau, Mann, Freund/in, Kollege/in usw. sein, was aber gut bedacht sein soll. Eigentlich funktioniert diese Variante nur, wenn der Autor sich dem Diktat des Lektorats unterwirft, d.h. nicht zu diskutieren anfängt, wenn dieser z.B. sagt: „Diese Passage mußt Du streichen...“ oder „Dieser Satz ist unverständlich“. Klar, daß auch der Lektor über die Schatten der Familienbande springen muß und keine Rücksichten auf eventuelle Empfindlichkeiten des Autors nehmen darf. Wer also einen Familienkrach befürchten muß, sollte eher einen neutralen Lektor beschäftigen. Das kostet zwar Geld, spart aber mitunter Nerven. Vielleicht findet man für den Anfang einen Germanistik- oder PH-Studenten, der dafür einspringt und es kostengünstig macht?

Wenn der Text steht, geht es an das Layout. Macht auch das möglichst professionell! Ein toller Text verkauft sich nur in ebenso toller Verpackung. Allenfalls bei wissenschaftlichen Büchern kommt es nicht so sehr auf das Äußere an. (Bei Lehr- oder Schulbüchern dagegen schon!). Das Layout zu erstellen kostet viel Zeit; wer auch hierfür einen Dritten einspannen muß, wird abermals zur Kasse gebeten - und das nicht wenig! Wichtig ist vor allem das Layout des Einbandes. Wenn das Cover ins Auge springt, hat man beim Kunden schon halb gewonnen. Auch ein kurzer Text auf der hinteren Umschlagseite des Buches, der sog. Klappentext, ist sehr wichtig: Dieser Text kann ein Auszug aus dem Buch sein, eine kurze Beschreibung des Inhalts oder der Kommentar eines Dritten - er muß auf jeden Fall prägnant sein, muß neugierig machen und darf noch nicht zuviel verraten.

Noch ein Tip: Haltet Euch möglichst an die klassischen Buchformate (goldener Schnitt, DIN-Formate); macht die Bücher handlich (damit man sie auch als Bettlektüre benutzen kann); ungewöhnliche Formate (quadratisch, dreieckig usw.) verkaufen sich schlecht.

Dann erfolgt endlich der Druck. Holt Euch möglichst viele Angebote von Druckereien, auch von solchen, die nicht in Eurer Region ansässig sind. Am preisgünstigsten bei kleinen Auflagen ist der Digitaldruck, ab 1000 Exemplaren lohnt sich meist ein Offsetdruck. Was den Einband angeht, so sind Hardcover-Ausgaben in der Herstellung sehr teuer. Für einen Gedichtband oder den ersten Roman wird sich deshalb ein Taschenbucheinband (Paperback, E-falin) anbieten.

Empfehlung für Auflagenstärken für die erst-verlegten Bücher:

Romane: 200 bis 300

Sammlungen von Kurzgeschichten: 300 bis 500

Gedichtbände, Lyrik: um die 100

Comics, Kinderbücher: bis 500

Bücher mit Bezug zur Region, Mundartbücher usw: auch mal über 500

Sachbücher: hängt sehr vom Thema ab; Bildbände - gar mit Farbbildern - lohnen sich in kleinen Auflagen kaum, da diese pro Stückzahl erheblich teurer sind als bei großen Auflagen (1000 aufwärts); bei Bildbänden ist das finanzielle Risiko am größten!

Bücher verkaufen sich normalerweise langsam! 500 Exemplare mögen wenig erscheinen; wenn man aber 500 Exemplare eines 300 Seiten starken Romans im DIN-A5-Format im Keller oder im Arbeitszimmer deponieren muß, wird man staunen, wieviel Platz diese einnehmen!

Frage: Was darf denn das ganze insgesamt kosten? Verdiane ich dabei überhaupt noch etwas?

Antwort: Auf Verdienst darf man am Anfang nicht aus sein. Wie gesagt, verkaufen sich Bücher normalerweise langsam. Die gesamten Kosten werden u.U. erst nach Jahren eingespielt sein.

Der *Preis* eines Buches, welches Gewinn abwerfen soll, wird von Profis ungefähr so berechnet:

Herstellungskosten (Textfassung, Lektorat, Layout, Einband, Druck) mal 5 plus nochmals 30 bis 40 % für den Buchhändler (und ggf. Vertreter, Vertrieb) plus 7 % Mehrwertsteuer = Verkaufspreis.

Aus dieser Rechnung sieht man sehr deutlich, daß ein Buch „Marke Eigenbau“, dessen Preis sich derart berechnet, extrem teuer und damit unverkäuflich wird. Rechenbeispiel: Angenommen ein 100-seiten starkes Taschenbuch mit einer Auflage von 1000 Exemplaren kostet bei der Herstellung 5 DM pro Exemplar, dann hieße das:

Verkaufspreis = $5 \times 5,- = 25,- + (\text{ca.}) 10,- + (\text{ca.}) 2,50 = 37,50$

Diesen stolzen Preis zahlt natürlich niemand. Für ein solches Buch wird allenfalls ein Preis von 15,- DM im Laden zu erzielen sein. Das hieße, nach Abzug der Mehrwertsteuer, hier ca. 1,- DM und dem Buchhändler Rabatt, nochmals runde 5,- DM bleiben dem Hersteller noch 9,- DM. Das sieht zunächst noch nach 4,- DM Gewinn pro Buch aus, aber wenn man dann bedenkt, daß pro Buch, das an einen Buchhändler aufgrund einer Bestellung

verschickt wird, noch 1,50 DM (oder mehr) Porto zu zahlen sind, außerdem Verpackungsmaterial usw. anfällt, so wird vom sog. Gewinn nicht mehr viel übrig bleiben. Dazu kommt, daß von jedem Buch mit ISBN kostenlose Pflichtexemplare an die Deutsche Bibliothek und an die Landesbibliotheken geliefert werden müssen (insgesamt, je nach Bundesland, 2 bis 4 Exemplare), außerdem wird man Exemplare für Rezensionen oder zu Werbezwecken verschenken müssen - rasch läuft man Gefahr, sogar in die roten Zahlen abzurutschen. Man kann dies aber mildern, indem man Bücher auch direkt zum vollen Preis verkauft, z.B. auf Lesungen oder im Freundeskreis.

Wer also ein Buch selbst verlegt, wird also um die berühmte „Selbstaussaat“ nicht herum kommen - zumindest nicht in den Anfangsjahren!

Große Verlage produzieren natürlich viel kostengünstiger; mit 1000 oder weniger Exemplaren wird ein Großverlag nicht erst anfangen, er legt meist gleich mit 5000 oder 10000 Stück los und kommt dann zu Herstellungskosten von unter 1,- DM pro Buch. Allerdings verlegen auch „die Großen“ oft Bücher ohne Gewinn (z.B. Bildbände); diese werden dann durch die Erlöse aus den sog. „Bestsellern“ (s.o.!) mitfinanziert.

Frage: Nun gut, ich verlege trotzdem. Wie bringe ich mein Buch in die Buchläden bzw. an den Leser?

Antwort: Man kann, wie schon gesagt, versuchen, die Leser direkt zu erreichen, z.B. durch Lesungen (s.u.) oder einfach Ansprechen von Bekannten. Doch irgendwann wird man seine Bücher auch gern in einem Laden sehen wollen. Man kann also in einen Laden gehen und sein Buch vorstellen. Doch mit Buchhändlern ist das so eine Sache: Ein Drittel der Händler ist modern und aufgeschlossen (und sowohl ein guter Buchkenner als auch ein guter Geschäftsmann bzw. -frau), ein weiteres Drittel ist nur am Geschäft interessiert und wiederum ein Drittel ist konservativ und neuen Autoren oder Selbstverlegern gegenüber skeptisch eingestellt. (Die Verhältnisse sind nur grobe Schätzungen; es mag von Region zu Region anders aussehen). Wer also mit einem Stapel Bücher unter dem Arm einen Buchladen betritt, wird sehr viele interessante Erlebnisse machen: Vom Rauswurf (einschließlich Beschimpfungen) bis zur spontanen Einladung zu einer Lesung kann einem alles widerfahren. Die meisten Händler werden die Bücher nehmen und zwar in Kommission. Meist wagen sie sich jedoch nur an zwei oder drei Exemplare - was verständlich ist, da ihre Läden meist prall gefüllt sind mit Büchern aller Art. Ein Dutzend Exemplare von einem unbekanntem Autor nehmen erst einmal Platz weg. Der Buchhändler wird, wenn er wohlwollend ist, die Bücher ein paar Tage am Ladentisch plazieren. Dann zeigt sich, ob Kunden darauf ansprechen. Stellt der Händler die Exemplare gleich in die Regale, gehen die Chancen, daß jemand darüber stolpert, jedoch von vorn herein gegen Null.

Der Autor/Verleger wird nach einer geraumen Zeit beim Händler nachfragen müssen, ob die Bücher verkauft sind und - falls ja - eine entsprechende Rechnung vorlegen. Denn von alleine meldet sich kein Buchhändler beim Autor bzw. Kleinverleger - das ist zumindest meine bisherige Erfahrung, Alles in allem ist das Abklappern von Läden eine sehr mühselige Arbeit, die nicht zu den großen Verkaufszahlen führt. Trotzdem sollte man zumindest im Buchladen der eigenen Gemeinde oder des eigenen Stadtteils einige Bücher liegen haben.

Der andere Weg ginge über Vertreter, die man beauftragt, die Läden für einen abzulaufen. Solche Vertreter verlangen aber oft Pauschalen, d.h. sie kassieren ab, ohne, daß sie ein Buch

vermittelt haben. Vertreter, die nur nach Provision arbeiten (z.B. 10% vom Buchpreis) sind schwer zu finden.

Ein anderer Weg, zwar auch müheilig, doch auf Dauer gewinnbringender ist: Lesungen machen, z.B. in Stadtbibliotheken, Buchläden, auf Buchmessen bzw. Literaturtagen, in Schulen oder Volkshochschulen (Näheres dazu s.u.) Es entsteht somit ein gewisser Bekanntheitsgrad des Autors und plötzlich kommen Bestellungen über Buchhändler aus dem ganzen deutschsprachigen Raum. Wenn sich „ein Buch einmal herumspricht“, entwickelt der Verkauf eine gewisse Eigendynamik. Dabei kann es vorkommen, daß es Wochen oder gar Monate ohne die geringste Bestellung gibt, und daß dann wieder drei, vier auf einmal kommen. Spätestens dann, wenn pro Woche regelmäßig mehrere Bestellungen eintreffen, ist der „Durchbruch“ geschafft.

Am Anfang wird man die Bestellungen selbst entgegen nehmen und die Bücher samt Rechnung selber verschicken. Die Bestellungen werden übrigens - dank der ISBN - von den Buchläden über IBU, KNO, Libri usw. an die Verlage weitergeleitet. Dies sind Firmen, die einerseits solche Bestellungen abwickeln, die aber - wie z.B. KNO - auch selbst große Lager unterhalten und Bücher für die Verlage direkt ausliefern (sog. Barsortimenter). Auf Einzelheiten will ich hier nicht eingehen. Ein Kleinverlag ist i.d.R. für die Barsortimenter uninteressant, d.h. sie werden seine Bücher nicht so ohne weiteres auf Lager nehmen. Dagegen werden Bestellungen bislang immer weitergegeben. Es ist übrigens günstig ein Faxgerät zu besitzen, denn solche Bestellungen gehen am schnellsten per Fax (e-mail hat sich noch nicht durchgesetzt).

Auch in den Internet-Buchläden bzw. online-Bestelldiensten sollte man vertreten sein. Bei buch.de muß man sich nicht anmelden, dieser „Laden“ vertreibt alle lieferbaren Bücher, d.h. alle mit ISBN. Bei amazon.de ist dagegen eine Anmeldung notwendig.

Noch ein abschließendes Wort zu den Buchhändlern: Wundert Euch nicht, wenn diese Eure Rechnungen nicht wie gewünscht bezahlen. Manche machen Skonto geltend (ist zu verkraften), andere zahlen über Monate nicht bzw. erst nach der dritten Mahnung. Es soll auch Buchhändler geben, die grundsätzlich nicht zahlen, allerdings bin ich noch nicht an solche geraten. Klar, daß ein solcher Händler sich auf Dauer nur selber schadet, denn wer wird schon einem notorischen Zahlungsverweigerer weitere Bücher zuschicken? Für die Buchläden sind allerdings Direktbestellungen bei Verlagen auch eine gewisse Last, da sie jede Rechnung separat beglichen müssen. Die Lieferungen von Großverlagen bzw. über die Barsortimente werden nur einmal im Quartal abgerechnet. D.h. für etliche tausend Mark Umsatz gibt es eine einzige Rechnung und für die besagten 10,- DM für den Mini-verlag ebenfalls eine. Das steht natürlich in keinem Verhältnis zueinander, trotzdem darf man erwarten, daß die Rechnungen irgendwann beglichen werden. Schlimmer aber als einige Buchhändler sind Direktbesteller, vor allem solche Leute, die man nicht kennt und die einem ihre Bestellung per Telefon durchgeben („Ich habe gehört, Sie haben da ein Buch zu XYZ gemacht, können Sie mir eines schicken...“). Unter diesen sind überproportional viele Nichtzahler!

Frage: Wie komme ich zu Rezensionen über mein Buch und was bringen mir die?

Antwort: Für einen unbekanntem Autor wird kaum einer der bekannten Rezensenten ein paar Zeilen schreiben, schon gar nicht, wenn dieser ein Buch selbst verlegt hat. Das

Selbstverlegen gilt in einschlägigen Kreisen als etwas anrühlich: Dem Buch haftet ein gewisser Makel an, denn schließlich hat der Autor ja keinen „richtigen“ Verlag gefunden. In noch stärkerem Maße gilt dies übrigens für die oben schon erwähnten Veröffentlichungen in „Druckkostenzuschußverlagen“. Während man beim Selbstverleger noch das Engagement und die Mühsal, die der Autor in ein solches Buch steckt, honoriert, erntet ein Autor, der mit seinem Werk einem „Druckkostenzuschießer“ auf den Leim gegangen ist, nur Verachtung.

Um einen Rezensenten zu finden gibt es verschiedene Möglichkeiten: Man spricht Leute an, von denen man weiß, daß sie soetwas machen würden; man schreibt an die entsprechenden Feuilleton-Redaktionen von Zeitschriften oder man schaltet sogar eine Agentur ein. In jedem Fall wird man ein Buch opfern müssen, denn der Rezensent wird natürlich ein Freiexemplar wünschen. Wer bei einem Großverlag veröffentlichen konnte, muß sich - meistens - um nichts kümmern; die Großverlage kennen genügend Rezensenten, denen sie ihre Bücher vorlegen. Doch eine Garantie, daß es diese tatsächlich eine Buchbesprechung schreiben, besteht natürlich nie.

Für den Anfang (insbesondere wieder bei selbstproduzierten Büchern) sind aber auch einfache Erwähnungen in der Lokalpresse bzw. Tagespresse nützlich. Ein Zweizeiler in einem Provinzblatt mit dem Inhalt: „Frau XY aus unserer Gemeinde hat einen Roman veröffentlicht, der in unserer Gegend spielt...“ oder „Herr AB aus UVW hat einen Ratgeber über Küchenkräuter geschrieben, in dem uralte Rezepte seiner Großmutter zu finden sind...“ wirken manchmal mehr als langatmige schöngeistige oder hochwissenschaftliche Abhandlungen in den Feuilletons oder Fachzeitschriften. Natürlich ist es schön, wenn man Rezensionen sammeln kann, aber in erster Linie kommt es ja auf die Verbreitung des Werkes an. Und ob hierfür Rezensionen, die ja durchaus oft auch kritisch sind, immer den geeigneten Weg darstellen, mag dahin gestellt sein.

Frage: Und wie sieht es mit Annoncen aus, mit Werbung in Zeitschriften usw.?

Antwort: Wer nur eine oder zwei Anzeigen in einer Zeitschrift (Tagespresse, Literaturzeitschrift, Illustrierte, Fachzeitschrift usw.) schaltet, darf noch nicht auf den großen Erfolg hoffen. Nur regelmäßige Werbung prägt sich ein und führt zu Bestellungen - doch regelmäßiges Werben ist sehr teuer.

Ein kleines Prospekt oder Faltblatt sollte man sich aber auf jeden Fall machen (lassen), welches man zu allen Gelegenheiten verteilen kann.

Frage: Was bringt mir eine Publikation im Internet?

Antwort: Das Netz ist als Medium zur Verbreitung von Literatur genauso geeignet wie der Buchmarkt. Es wird zwar die Bücher nie ersetzen, doch nimmt die Zahl der „Internetsurfer“ ständig zu und damit auch die Zahl derer, die sich mit Geschichten, Gedichten usw. aus dem Netz versorgen. Inzwischen bieten deshalb sowohl Verlage als auch Autoren ihre Werke oder zumindest Auszüge daraus im Netz an, oft mit dem Hintergedanken, die Leser auf ein Buch aufmerksam zu machen und sie zum Kauf anzuregen.

Die Vorteile einer Publikation im Netz für die Autoren: Es kostet relativ wenig; man ist inhaltlich und gestalterisch frei. Rückmeldungen von Lesern sind leichter zu erhalten als

beim Verkauf von Büchern (denn normalerweise gibt man ja auf seinen Web-Seiten seine e-mail-Adresse an oder richtet ein Gästebuch ein). Vor allem für diejenigen, die nie einen Verleger finden und denen ein Selbstverlegen zu mühselig ist, ist das Publizieren im Netz die einzige Gelegenheit überhaupt ein paar Leser zu gewinnen. Es gibt auch eigens dafür eingerichtete Newsgroups, in die man seine „literarischen Ergüsse“ posten kann (z.B.: de.etc.schreiben.lyrik, de.etc.schreiben.prosa).

Frage: Wo kann ich eine Lesung veranstalten? Wie gehe ich da vor?

Antwort: Zuerst sollte man es wieder am Heimatort versuchen und dort in den Buchhandlungen oder bei der Leitung der Gemeinde- oder Stadtbibliothek nachfragen. Persönliche Anfragen führen natürlich eher zum Erfolg wie ein Anschreiben. Bibliotheken, ggf. auch andere mögliche Veranstalter (z.B. Volkshochschulen) außerhalb der Gemeinde wird man natürlich eher anschreiben; doch darf man sich nicht wundern, wenn man von dort keine Antwort erhält. Der Leiter unserer Stadtbücherei gestand mir, daß er pro Woche im Schnitt drei Anfragen von Autoren für Lesungen bekommt - auch hier die berühmte Schwemme, die niemand mehr bearbeiten kann! Trotzdem kann es was bringen, solche Briefe zu verschicken. Die Quote positiver Antworten beträgt aber allenfalls 5 %!

Die Lesung selbst muß gut angekündigt und vorbereitet sein. Wählt als Termin keinen Tag, an dem sich andere Veranstaltungen häufen (z.B. der 11.11. oder Tage, an denen wichtige Fußballspiele sind). Doch selbst völlig neutrale Termine sind keine Garantie für ein „volles Haus“. Ich selbst hatte schon Lesungen vor knapp 100 aber auch nur vor 5 Teilnehmern - ohne, daß mir jemand sagen konnte, warum einmal so viele und dann wieder nur so wenige Leute kamen. Manchmal liegt es sogar am Wetter: Schneefall, zu große Hitze, starker Regen - all das kann dazu führen, daß die Leute lieber zu Hause bleiben!

Gestaltet Eure Lesungen wie ein „Event“: Mit Musik, Bildern, bei Kerzenlicht oder was immer Euch einfällt. Macht zur Halbzeit der Lesung eine Pause, bei der die Leute Gelegenheit haben, ein Buch zu kaufen und signieren zu lassen. Nach der Lesung laufen die Leute meist davon und „vergessen“, ein Buch mitzunehmen. Nicht vergessen: Getränke bereit stellen. Normalerweise übernimmt das entweder der Verlag (wenn man nicht sein eigener Verleger ist) oder der Gastgeber. Mit dem Gastgeber vorher alles peinlichst absprechen, vor allem die technischen Gegebenheiten. Mir ist schon passiert, daß keine Steckdose für den CD-Player oder den Diaprojektor in der Nähe und - natürlich ! - auch kein Verlängerungskabel vorhanden war. Oder daß ich erst noch Glühbirnen für die Leselampe am Lesetisch eindrehen mußte. Es gibt nichts, was es nicht gibt!

Wichtig auch noch: Pressearbeit! Einen kurzen Bericht vor und einen längeren nach der Lesung in die Zeitung setzen - um allen, die nicht kommen konnten, sich aber für das Buch interessieren, nochmals den „Mund wässrig zu machen“.

Frage: Und wie steht es mit der Teilnahme an Buchmessen, Literaturtagen?

Antwort: Die Beteiligung an großen Buchmessen (Frankfurt, Leipzig) ist für einen Kleinverlag kaum empfehlenswert, da zu teuer. In Frankfurt gibt es einen „Gemeinschaftsstand der Kleinverlage“, doch ist dieser sehr bescheiden gestaltet und präsentiert ein Sammelsurium von Belletristik, Kinder- und Jugendbücher, Lyrik, Wissenschaft und Pseudo-Wissen-

schaft auf engstem Raum. Eher empfehlenswert ist die Teilnahme an kleineren Veranstaltungen, z.B. der Mainzer Mini Pressen Messe (MMPM), oder bei verschiedenen Literaturtagen. Auch dort sollte man Lesungen anbieten. Ein Bericht in der Lokalpresse über die Teilnahme an diesen Veranstaltungen sollte sich anschließen.

Vom Selbstverleger zum Verleger?

Wer mit einem selbst verlegten Buch erfolgreich war, wird früher oder später von Dritten gefragt werden, ob er/sie nicht für ihn ein Werk verlegen will. Wenn es das finanzielle Polster und die verfügbare Zeit zuläßt, sollte man das Experiment ruhig wagen. Allerdings sollte man auch für Dritte die höchstmöglichen Qualitätsmaßstäbe anlegen; einfach nur aus Gefälligkeit für Freund oder Freundin, den Kollegen oder Nachbarn ein Buch zu publizieren, ist - aus den vielen oben genannten Gründen - nicht ratsam.

Mit dem Autor sollte man auf jeden Fall einen Vertrag abschließen. Darin sollte man regeln, welches Honorar und wieviele Freiexemplare er von dem Buch erhält (Entsprechend muß die Preiskalkulation des Buches gestaltet sein!). Denkbar wäre auch, daß der Autor ein größeres Kontingent von Büchern zum Herstellungspreis abnehmen kann, welches er dann in eigener Regie vertreiben kann.

Und wie sieht es mit dem Larimar-Verlag aus?

In meinem eigenen, dem Larimar-Verlag, wurden bislang nur eigene Bücher publiziert sowie einige Bücher für die Fachhochschulen herausgegeben (letzteres ohne Gewinn, d.h. die finanzielle Abwicklung erfolgte ausschließlich über meine Hochschule). Im Prinzip stehe ich gerade dort, wo ich mir die obige Frage auch stelle: Warum nicht auch Veröffentlichungen von Dritten? Grundsätzlich also JA, aber...

...aufgrund der beschränkten Mittel und der ebenso beschränkten Zeit besteht jedoch Interesse nur für folgende Themen:

1. Sammlungen von Kurzgeschichten, Eindrücke, Kuriosa zu einzelnen Ländern, Städten oder Regionen. Diese müßten sich an meinem „Palmen, Reis und rote Bohnen - Abenteuer und Alltag in der Dominikanischen Republik“ orientieren. Die Geschichten müßten auf verschiedene Aspekte des ausgewählten Gebietes eingehen, insbesondere auf solche, die in gängigen Reiseführern oder Reisehandbüchern nicht behandelt werden können. Die Zusammenstellung soll unterhaltsam sein, aber nicht „reißerisch“, sie sollte nicht nur aus dem Blickwinkel des Autors geschrieben werden (d.h. nicht durchgängig in der Ich-Form) und sollte erkennen lassen, daß der Autor profunde Kenntnisse über das jeweilige Land besitzt. An Urlaubserlebnissen, auch solchen von sog. „Abenteuerurlauben“ bin ich nicht interessiert! Als Autoren kämen deshalb nur Personen in Frage, die in den jeweiligen Ländern leben bzw. längere Zeit gelebt haben, dort einem Beruf nachgegangen sind oder studiert haben oder die dorthin familiäre Bindungen besitzen. Es versteht sich von selbst, daß die Geschichten - trotz einer eventuellen kritischen Haltung zu bestimmten Verhältnissen - eine Sympathie für das Land und seine Bewohner erkennen lassen müssen. Sollte es also ähnliche „Stories-Sammlungen“ geben wie ich sie für die Dominikanische

Republik zusammengetragen habe, so wäre denkbar, diese ebenfalls mit dem Untertitel „Abenteuer und Alltag in ...“ in meinem Verlag zu publizieren.

Zielgruppe für diese Bücher wären interessierte Reisende oder auch wieder Leute, die in den jeweiligen Ländern leben, arbeiten, studieren usw. Die Bücher müssen so konzipiert sein, daß sie ihre Aktualität nicht nach kurzer Zeit verlieren, d.h. daß sie sich auch nach einigen Jahren immer noch gut verkaufen.

2. „Schrecken und Wunder des Alltags“. Kurzgeschichten über das Absurde, die Widrigkeiten und Hindernisse, die jedem Menschen immer wieder den „normalen“ Alltag vergällen, ohne daß es gleich zu ernststen Problemen oder Tragödien kommt. Allerdings sollten es schon besonders ausgefallene Erlebnisse sein. Maximale Länge einer Einzelgeschichte: 3 DIN-A4-Seiten. Wenn mir die Stories gefallen, besteht die Möglichkeit, daß ich sie in einem Sammelband, eventuell zusammen mit eigenen Geschichten, veröffentliche.

3. Fantasy? Katzengeschichten? Obwohl ich ein Fantasy-Märchen mit Katzen geschrieben habe, bin ich kein Fantasy-Fan. Romane mit Zauberern, Feen, verwunschenen Schössern oder vorsintflutlichen Heroen liegen mir nicht! Ebenso wenig Bücher, die esoterischen angehaucht sind. Wer aber glaubt, einen ganz besonderen Fantasy-Roman verfaßt zu haben (bzw. einen phantastischen Roman, der in kein Genre paßt und der von größeren Verlagen bereits abgelehnt wurde) und bei dem vielleicht sogar Katzen (oder auch Hunde, Pferde, Vögel usw.) mitspielen, könnte es ja einmal wagen und mir ein Exposé zuschicken. Der Roman darf allerdings nicht zu lang sein!

Zusendungen von Kurzgeschichten sind per e-mail möglich. Was über 5 Seiten (ca. 10.000 Zeichen) hinausgeht bitte nur per Post zusschicken, da ich keine Zeit (und keine Lust) habe, Romane oder umfangreiche Exposés auszudrucken. Per e-mail zugeschickte Texte entweder ins e-mail integrieren oder als rtf-Dokument anhängen. Andere Dokumentarten (.doc, .txt usw.) bedürfen i.d.R. eine Konvertierung der Sonderzeichen und dies ist mir zu zeitaufwendig! (D.h. solche Texte werden ignoriert!)

Die Rücksendungen von per Post zugeschickten Werken erfolgt nur bei ausreichendem Rückporto! Die Antwort kann u.U. lange auf sich warten lassen, erfolgt aber auf jedem Fall!

Nicht beachtet werden von mir Hinweise auf Texte, die irgendwo im Internet abgelegt sind, die ich mir „anschauen“ und für eine Veröffentlichung prüfen soll. Für das Aufspüren solcher Texte und deren Herunterladen und Ausdrucken fehlt mir ebenfalls die Zeit. Zu guter Letzt sei darauf hingewiesen, daß die Rechte für die Texte selbstverständlich bei den Autoren liegen müssen und daß sie - außer im Internet - noch nirgends veröffentlicht worden sein dürfen.

Und noch ein allerletztes Wort: Es ist völlig belanglos, ob Ihr Eure Texte in der alten oder neuen Rechtschreibung verfaßt. Allerdings sollte die Rechtschreibung in sich schlüssig und korrekt sein. Wer nur „daß“ mit zwei s schreibt, aber sonst alles nach der alten Rechtschreibung beläßt oder wer sich an der neuen Rechtschreibung versucht und dabei auch Wörter wie „groß“ oder „außen“ mit Doppel-S niederpinselt, wird sich - sollte ich an dem Text gefallen finden - hinsetzen und eine Überarbeitung vornehmen müssen. Wir machen zwar ein Lektorat aber keine Angleichung eines Textes an eine der beiden Rechtschreibungen!