



# ACHTET AUF DIE BÜCHERWAND!

In der zurückliegenden Ausgabe befasste sich ein Artikel mit der Möglichkeit des Selfpublishing für Trainer und Coaches<sup>1</sup>. Beate Ch. Ulrich, Geschäftsführerin des Carl Auer Verlages, blickt etwas kritischer auf diese Möglichkeiten.

■ **PK:** Frau Ulrich, Sie können als Verlags-Frau dem Selfpublishing in Form von E-Books weniger abgewinnen, als unser Autor in der zurückliegenden Ausgabe?

**Beate Ch. Ulrich:** Zum einen sehe ich es nicht unkritisch für die Autoren. Und ich sehe die Ambivalenz dieses Trends. Einerseits profitieren auch

klassische Verlage davon, wenn sie ihre Bücher bei Amazon gut verkaufen. Andererseits schadet Amazon dem stationären Buchhandel, dem Amazon die Kunden nimmt. Immer mehr Buchhandlungen schließen oder verkleinern die Verkaufsfläche. Und: Amazon ist nicht der einzige Anbieter von Selfpublishingmöglichkeiten. Aber durch sein

Netz ist das Unternehmen natürlich für viele Autoren, die nicht in Verlagen publizieren, reizvoll.

■ **Autoren drängen auf den Markt und erleben Verlage als unüberwindliche Hürde. Was sagen Sie denen?**

Das, was ich ihnen in meinen Workshops sage, die ich als Autorencoach<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Henri Apell: Autor werden. PRAXIS KOMMUNIKATION, Heft 2/2015

<sup>2</sup> Autorencoaching: Ein Mal jährlich bei Simon, Weber & Friends: [www.simon-weber.de](http://www.simon-weber.de)

anbiete: Lassen Sie sich nicht durch Absagen von Verlagen frustrieren! „Harry Potter“ hat etliche Anläufe gebraucht, um bei einem Verlag unterzukommen und hat wahrscheinlich viele Lektoren, die das Manuskript damals abgelehnt hatten, den Job gekostet. Robert Schneider hat das Skript für seinen Welterfolg „Schlafes Bruder“ ca. 25 Verlagen angeboten. Also: Versuchen Sie es immer wieder! Die Präsenz in der Buchhandelsvorschau oder auch im Kundenmagazin eines renommierten Verlages ist durch Selfpublishing nicht zu ersetzen. Und das gilt gerade für Trainer, Berater oder Therapeuten, die ihr Buch als Visitenkarte benötigen.

**■ Sein Buch selbst zu verlegen gilt in der Branche als Notlösung?**

Wenn niemand das Manuskript verlegen will, riecht es zumindest wie eine Notlösung, ja.

**■ Hm. Autoren brauchen eine hohe Frustrationsschwelle. Und wenn sie aufgeben und Eigenverleger werden, dann rümpft die Branche die Nase. Wie ungerecht!**

Nicht die Verlagsbranche rümpft die Nase, sondern die Kunden, die der Berater mit dem Buch beeindrucken wollte, vielleicht auch die Kollegen tun das. Der Carl Auer Verlag bekommt ca. 300 Manuskripte im Jahr unaufgefordert zugesandt und alle werden angeschaut und beantwortet. Üblicherweise werden in der Branche zwei Prozent der Angebote zu Büchern. Bei uns mögen es etwas mehr sein, vielleicht fünf Prozent. Manchen Autoren bleibt auch nichts anderes übrig, als das eigene Buch auch noch selbst herauszugeben, weil die Verlage lange Wartezeiten haben. Wenn das Buch fertig ist, will der Autor in der Regel, dass es losgeht, aber die Verlage haben fast immer Wartelisten und planen ihre Programme mindestens ein Jahr im Voraus.

**■ Woran erkennen Sie, ob es ein gutes Buch wird?**

Wenn's gut läuft, schon am Exposé, und um das kommt kein Autor herum. Auf den Websites teilen die Verlage

mit, was sie darunter verstehen. Mich interessiert es, warum ein Autor, eine Autorin glauben, gerade zu diesem Thema ein Buch schreiben zu können.

**■ Wie wichtig sind Ihnen Verkaufszahlen?**

Wichtig natürlich, denn ein Verlag ist ein Wirtschaftsunternehmen. Manchmal ist es aber wichtig, einen Autor mit großem Namen zu verlegen – oder ein Exotenthema, obwohl man keine guten Verkaufszahlen erwarten kann. Verlage arbeiten mit Mischkalkulation. In erster Linie muss das Thema stimmen, d.h. es muss aktuell sein und ins Verlagsprogramm passen. Außerdem muss das Buch eine gute Struktur haben, also gut aufgebaut sein. Und es muss sich gut lesen. Um all diese Entscheidungen treffen zu können, braucht der Verlag ein gutes Exposé.

**■ Welche Chance geben Sie Neulingen?**

Große. Zum Beispiel in unserem Imprint Verlag für systemische Forschung, in dem wir u.a. Dissertationen publizieren. Die kommen stets von Neulingen. Und wenn uns ein junger Journalist vorschlägt, ein Buch über einen der wenigen großen Denker zu schreiben, die noch leben, und nicht genug Mittel hat, um nach Amerika zu fliegen, dann haben wir auch schon mal die Reisekosten übernommen. So geschah es mit einem damals völlig unbekanntem jungen Autor.

**■ Was raten Sie Autoren?**

Suchen Sie sich Ihren zukünftigen Verlag gut aus, schauen Sie, was er publiziert und wie gut Ihr Thema dort hinein passt. Ich bin immer wieder entzückt, wenn mir ein Autor begründen kann, warum sein Buch in dieser oder jenen Reihe unseres Verlages goldrichtig ist. Also: Nicht zu früh aufgeben! Ich erinnere mich an eine junge Frau in einem meiner Autorencoachings, die sich lange Zeit bemühte, Autorin zu werden. Irgendwann platzte der Knoten. Sie hat inzwischen bei zwei renommierten Verlagen veröffentlicht und immer noch Buchideen im Kopf,



Beate Ch. Ulrich

für die sie schon fünf Angebote von Verlagen hat.

**■ Wie wird es nach Ihrer Ansicht weitergehen im Ringen zwischen selbstverlegtem E-Book und Lektüre aus dem Buchregal, zwischen Amazon und klassischem Verlag?**

Ich bin da gelassen. Fachbuchverlage besetzen mit ihren Titeln Nischen, ohne großen Streuverlust. Und unsere Kunden lesen und arbeiten noch mit gedruckten Büchern. Die Signale, die etwa ein Berater oder Coach mit dem Bücherregal in seiner Praxis sendet, sind nicht zu unterschätzen. Achten Sie einmal auf die Tagesschau, wenn irgendwo etwas passiert und dazu ein Experte befragt wird, steht er immer vor einer Bücherwand und weist sich damit eben als Experte zum Thema aus. Inzwischen erobern sich auch wieder Buchhandlungen mit kreativen Ideen ein Stück des Marktes zurück. Deutschland ist Buchland. Und wird es wohl auch bleiben.

*Mit Beate Ch. Ulrich sprach  
Regine Rachow*