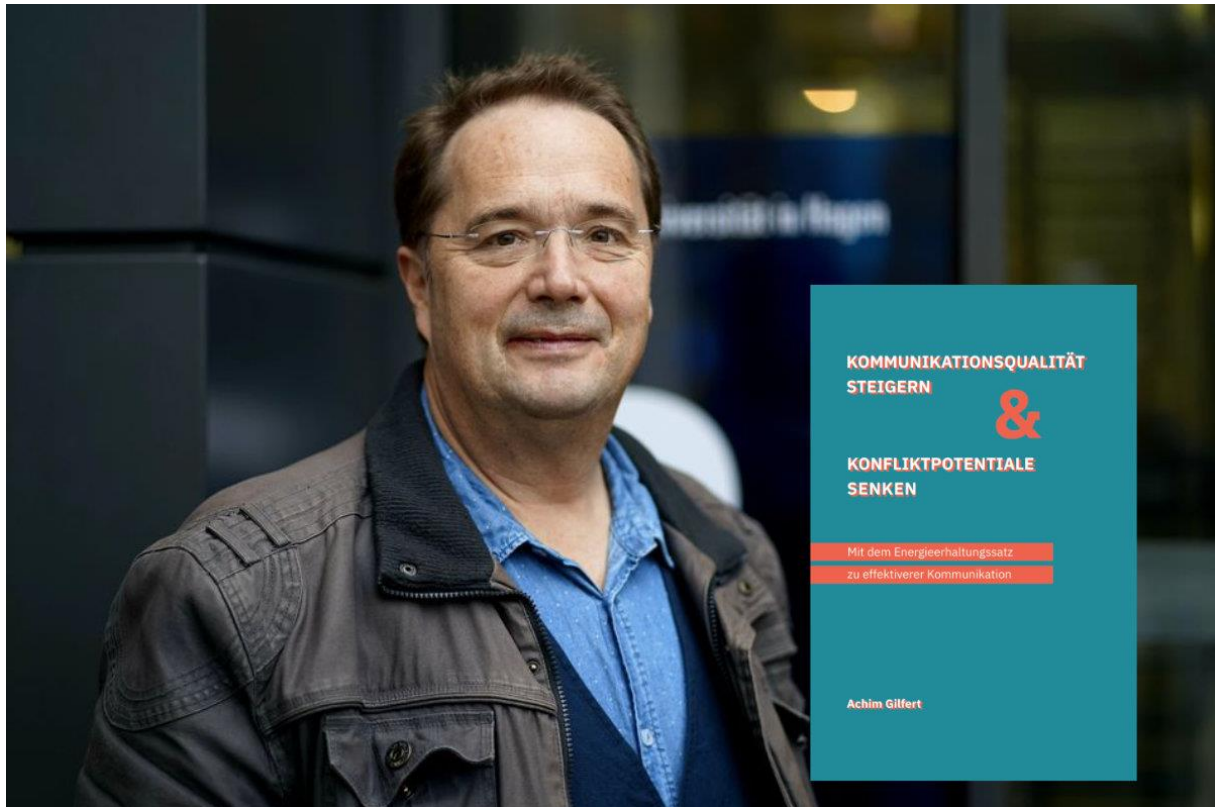


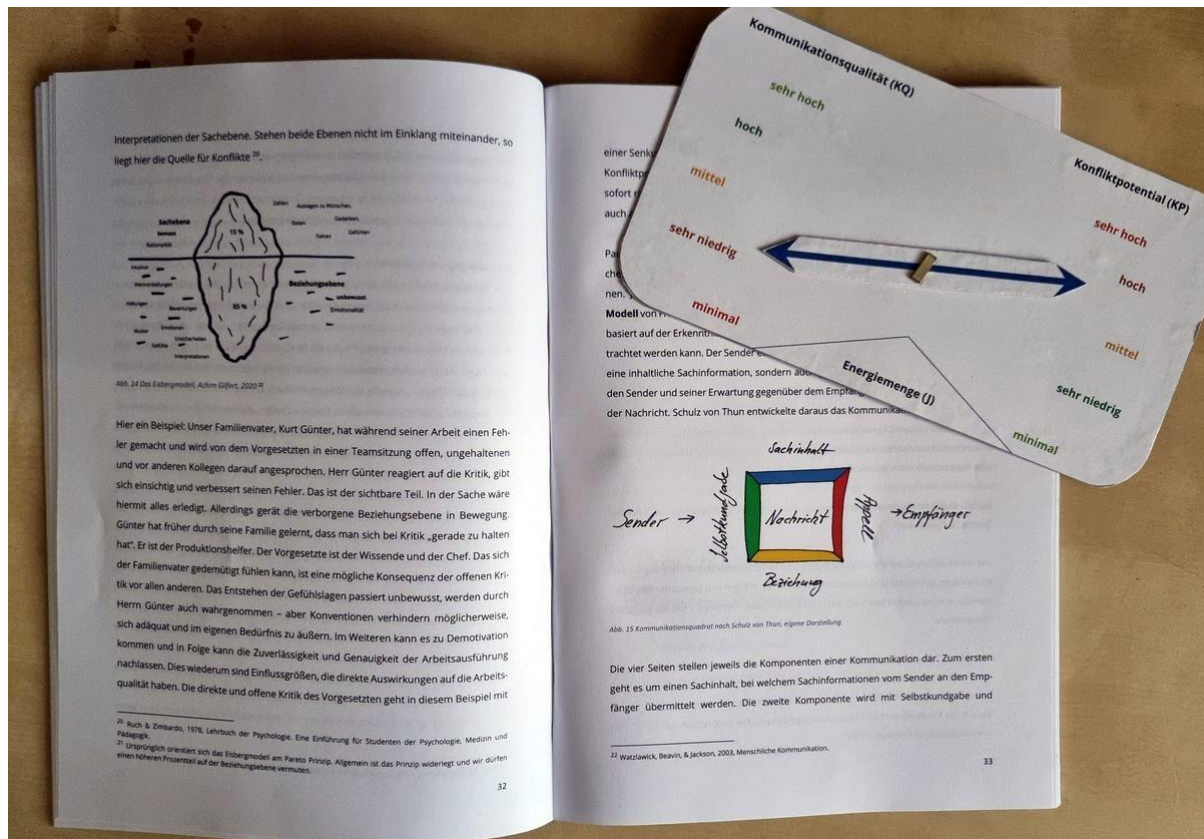
## Kommerz vs. Überzeugung - Mein Buch im Handel



Da habe ich mal Anfang 2020 bei Verlagen angefragt, ob es nicht das Interesse gibt, mein Kommunikationsthema zu verlegen. Es antworteten nur wenige, die aber dann automatisiert. Es stand ungefähr das gleiche drin: "Wir erhalten viele Anfragen", "Wir können uns gar nicht alles anschauen", "Wir lesen gar nicht jedes Manuskript" und "Wenn Sie in den nächsten 3 bis 6 Monaten nichts von uns hören, werten Sie das als Absage". Diese Rückmeldungen finde ich abwertend und war frappiert, gerade vor dem Hintergrund, dass auf den Verlagswebseiten um Manuskripteinreichungen gebeten wird.

In meinen Augen zeugt das entweder von einer kompletten Überforderung durch Einsender von Manuskripten oder von einer ziemlichen Arroganz gegenüber denen, die dem Verlag am Ende möglicherweise ein Einkommen beschere. Oder beides. Zudem ergaben sich Hinweise, dass Verlage sich vorbehalten, auf Cover und Inhalt selbst Einfluss nehmen zu wollen und Veränderungen erwarten. So wie ich bin, war das Thema Verlag damit für mich erledigt. Alle kochen nur mit Wasser. Ich bin frei und begeben mich nicht in solche Abhängigkeiten. Außerdem möchte ich von dem Schreiben selbst nicht leben, sondern von dem Inhalt, der sich in dem Buch findet und mit welchem ich arbeite. Das Buch sollte sich aber mit der ersten Auflage tragen und einen kleinen Gewinn abwerfen.

## Auf ging's



So schrieb ich einfach in einem ersten Schritt an der theoretischen, erklärenden Grundlage von meinem Buch weiter, um danach der Praxis den Raum zu geben, den ich mir vorstelle. Von 290 Seiten sind 94 Seiten voll mit praktischen Beispielen. Beim Schreiben dachte ich mir, Probleme werden dann gelöst, wenn Sie da sind. So wie in dem Moment, wo ich die ersten Grafiken und Bilder hinzufügen wollte und aufgrund von Rechtsfragen keine fremden Bilder nutzen konnte. Jede Grafik und jede Darstellung musste ich selbst anfertigen und im Anschluss teilweise nochmals überarbeiten, da die Auflösungen zu gering waren oder es doch anders aussah, als ich es mir vorstellte. Im Laufe der Arbeit an dem Buch fand dann noch die Idee der Drehscheibe ihren Platz. Ein kleines Hilfsmittel, mit welchem die Hände und damit der Körper in die Arbeit mit der Kommunikation einbezogen wird. Ende 2020 war es dann endlich so weit. Ich habe mein Buch "Kommunikationsqualität steigern & Konfliktpotentiale senken" fertig gestellt.

Da ich gerne alles möglichst selbst mache, wollte ich auch das Buch selbst lektorieren und drucken lassen, sowie mich um den Vertrieb kümmern. Sehr schnell habe ich gelernt, dass es für Bücher in Deutschland ein ziemlich umfangreiches Anforderungssystem gibt. Eine ISBN-Nummer je Bindung gehört dazu, sofern das Buch in das Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB) eingetragen werden soll. Das VLB wirbt mit starker Wirksamkeit im Vertrieb. Jedenfalls können über das VLB Buchhändler auf alle Informationen über das Buch zugreifen und es auch beziehen (so dachte ich und so wirbt das VLB - dass stimmt aber so global nicht ganz). Dann wurde ich mit der Buchpreisbindung konfrontiert und der Preis des Buches war festzulegen.

Das ging ganz gut und man findet im Buchhandel gute Hinweise, wie man die Preise gestalten kann. Beim Lektorat wurde es dann etwas schwierig. Wer einen Lektor oder eine Lektorin beauftragt, muss einen Betrag in eine Künstlersozialkasse einzahlen. Bei einem Korrektorat ist das nicht der Fall. Und dann wurde ich darauf aufmerksam, dass die deutsche Nationalbibliothek einen Sammelauftrag innehat. Jedes erstellte Werk muss dort, für die Bibliothek kostenfrei, in zweifacher Ausfertigung innerhalb 14 Tage nach Veröffentlichung abgeliefert werden. Zusätzlich gibt es so einen Sammelauftrag auch für die Landesbibliothek des jeweiligen Bundeslandes. Hier ist allerdings nur 1 Exemplar kostenfrei einzureichen. Nachdem ich dort die Exemplare pro Bindung abgegeben hatte, erhielt ich einen Brief in dem stand, dass immer nur die "haltbarere" Bindung eingereicht werden muss. Also wenn man das gleiche Buch als Hard- und Softcover hat, reicht die Einreichung des Hardcovers, trotz unterschiedlicher ISBN-Nummern, aus. In Folge habe ich mir Checklisten erstellt und es konnte an die Produktion der Bücher gehen.

## Die Produktion



Es gibt gravierende Preisunterschiede bei Druckereien und einen Unterschied von Verlagsformaten zu DIN-Formaten. Mir ist bis heute nicht klar geworden, worin sich der Unterschied begründet. Preislich waren die Verlagsformate immer teurer als die DIN-Formate und viele Druckereien boten die Verlagsformate mit recht krummen Maßen gar nicht an. Deswegen habe ich bei meinem in Arbeit befindlichen zweiten Buch (Das 5-Aktionsmuster-Modell) erst das finale Druckformat gewählt und dann die Schreibdatei angelegt.

Das erspart mir eine nachträgliche Veränderung des Formats, welche mir im ersten Buch in neuerlicher Gesamtkorrektur mündete. MS Word ist da an manchen Stellen nicht so perfekt wie es scheint. Am Ende ließen sich rein durch das Papierformat deutlich Kosten sparen. Nebenbei - Die Seitenzahlen sollten am besten bereits in der Vorlage so formatiert sein, dass die Seitenzahlen auf den linken Seiten links und auf den rechten Seiten rechts angezeigt werden. „Learning by Doing“ - für die zweite Auflage ist das geändert. Und irgendwann habe ich gelernt, dass rechte Seiten immer ungrade sind. Das war für meine Struktur im Buch zum Beispiel bei quer liegenden Grafiken und neuen Kapiteln sehr wichtig.

Die Auswahl der Schriftart, der Schriftabstände und Absätze ist Geschmackssache, aber ich habe bei vielen Büchern gemerkt, dass "viel Platz" gelassen wurde, um die Seitenzahlen zu erhöhen. Es gibt gut in der Hand liegende Taschenbücher, die am Ende nur 150 Seiten haben, während es bei gleicher Dicke auch Bücher mit 250 oder 300 Seiten gibt. Und mit viel mehr Inhalt. Ich habe mich für authentische Werte entschieden. Die nötigen Inhalte müssen ihren Platz finden und wie viele Seiten es sind, spielt dann keine Rolle. Das war aber meine persönliche Entscheidung.

Auch deswegen galt es, die Papierdicke zu beachten. Soll es Matt oder Glatt sein, eine Naturfarbe sein und aus welchem Material soll es hergestellt werden? Aus Altpapier, Naturpapier oder veredelten und beschichtetem Papier. Die Auswahl ist schier riesig. Ich habe da einiges in der normalen Bibliothek bei mir um die Ecke ausprobiert und angeschaut. Zu dicke Blätter lassen sich nur schlecht umblättern und das Buch wird sehr schwer, bei zu dünnen Blättern scheint die Schrift von der Rückseite durch. Nicht minder wichtig war, inwieweit das Buch nachhaltig hergestellt wird. Zertifizierte Papierherstellung, klimaneutraler Druck, einzelne Folieneinschweißung. Gleiches galt auch für das Cover. Es soll vernünftig aussehen und sich gut anfühlen. Achtung auch hier - Wenn ein Designer das Cover gestaltet, ist an die Künstlersozialkasse zu denken. Beim Design war zu beachten, ob der Preis aufgedruckt werden soll (kann), dass der maschinenlesbare ISBN Barcode integriert werden muss und dieser ebenfalls für Menschen lesbar als Zahlenfolge erkennbar zu sein hat. Es gibt für die ISBN sogar ein sehr umfangreiches Handbuch, damit alles seine Richtigkeit hat.

Zuletzt entscheidet die Stückzahl über den Preis bei der Druckerei. Und selbstverständlich kamen dann auch Angebote wie beispielsweise Books on Demand, Amazon Publishing oder epubli ins Spiel. Diese Anbieter erklären auf ihren Webseiten, sich um jeden Aspekt des Buchschreibens zu kümmern. Und man kann sogar sein Buch für jeden Verkauf einzeln drucken lassen - und selbstverständlich behalten die Autoren und Autorinnen die Rechte an ihrem Text. Hier und da ist das nicht klar und es gibt manchmal die Bedingung, dass man sein Werk auf 10 Jahre an den Verlag abtritt. Keiner der Anbieter wollte aber verzichten, seinen eigenen ISBN Code und Barcode nebst Werbung der Internetseite außen auf das Cover zu drucken und das Ganze mit seinem Logo zu versehen. Ich habe einige Bücher testweise drucken lassen und will das hinsichtlich der Qualität gar nicht weiter kommentieren, als dass diese Angebote für mich persönlich nicht in Frage kamen.

Daher habe ich mich für eine Druckerei entschieden, die in der Kommunikation sehr kundenorientiert waren, mir bei der Datenaufbereitung halfen und meinen Bedürfnissen entgegenkamen. Neben dem Papier, den Formaten, der Nachhaltigkeit und auch der Qualität der Bücher (Softcover & Hardcover) stimmte auch der Preis.

Für die erste Auflage lag ein sehr gutes Kosten/Nutzenverhältnis bei 450 Softcover Exemplaren und 100 Hardcover Exemplaren. Die Kalkulation passte und nach drei Wochen lagen die Bücher hier, fertig zum Verkauf. Zu alledem habe ich auf ein Versandkonzept geachtet, bei dem auch die Verpackung umweltfreundlich ist (ein Versandkarton aus Graspapier) und auch darauf, dass die Bücher nicht einzeln in Folie eingeschweißt sind. Sogar das Klebeband zum Verschließen des Kartons besteht aus 100 % Altpapier mit Naturleim.

Da ich öfter die Frage erhalte, was das alles kostet, will ich die auch hier beantworten. Bedenkt nur dabei, dass ich bis auf den Druck auch die Druckdaten selbst erstellt habe. Der Preis für mein Buch orientiert sich zwischen Wissenschaft und Praxis. Für ein wissenschaftliches Buch wäre es sehr günstig, für ein rein praktisches Buch wäre es zu teuer. Es ist ein Buch für die Praxis, in welchem aber auch theoretische Erläuterungen Platz haben. Ich habe mich für die Buchpreisbindung entschieden und somit kostet das Buch im Handel mit 7 % Mehrwertsteuer als Softcover 24,90 Euro und als Hardcover 34,90 Euro. Die reinen Produktionskosten (für die erste Auflage musste noch Korrektoat, Coverdesign und die Pflichtabgaben verrechnet werden) liegen bei dem Softcover bei 4,80 Euro und bei dem Hardcover bei 7,20 Euro. Mit allen Verrechnungen durch meine persönliche Situation verbleiben um die 11 Euro je Buch an Marge. Allerdings muss davon der Vertrieb, das Marketing, die Freiexemplare und die Versendungsgebühren bezahlt werden und da gibt es noch einiges zu tun. Die Arbeitszeit selbst habe ich einmal vernachlässigt.

## Der Vertrieb



Jetzt, da die Bücher fertig waren musste ich noch einmal darüber nachdenken, worauf ich Wert lege. Der Verkauf von vielen Büchern und egal durch welchen Vertriebskanal - auch wenn ich nicht mit den Bedingungen an sich einverstanden bin - oder ist mir mein Thema so wichtig, dass ich die Bücher mit voller Überzeugung da verkaufe, wo ich es auch inhaltlich für richtig halte und mich gut dabei fühle.

Das führte auch zu der Frage, ob das Buch als eBook verkauft werden sollte. Ich weiß, dass sich das viele wünschen, aber ich habe mich dagegen entschieden. Das hat mehrere Gründe. Ein technischer Grund ist, dass eBooks zwar mit einem Kopierschutz versehen werden können, der aber mit einem Fingerschnipp aufgehoben werden kann. Dann lässt sich die Datei einfach barrierefrei weitergeben und verteilen. Zudem kann der Inhalt auf diesem Wege einfach verändert werden. Das möchte ich nicht. Ebenso wird es für mein Buch keine "Angebote" geben. Zuletzt ist das nicht nur ein Lesebuch, sondern auch ein Arbeitsbuch, in welchem man sich Notizen machen kann. Um hier im Rahmen des Lernens und der Kommunikation die größte Wirksamkeit zu haben, benötigt es ein physisches Buch. Mir ist völlig bewusst, dass ich damit Käufergruppen ausschließe, aber hier möchte ich noch einmal an mein eigenes Ziel erinnern. Das ist auch eine Überzeugung.

Nun ging es an den Verkauf. Da ich auch beruflich gut in den sozialen Medien unterwegs bin, habe ich diese genutzt. Dabei ist es wichtig, nicht platte Werbung zu machen, sondern mit Inhalten dann auf das Buch zu verweisen. Fast alle Buchverkäufe bis heute resultierten aus der Nutzung der sozialen Medien. Es haben auch Buchläden bestellt und hier erhalten diese direkt 30 % Rabatt. Das ist relativ viel, aber die Buchläden sind diejenigen, die halt eine klar definierte Verkaufsleistung erbringen. Und dafür braucht es in meinen Augen, genau wie für die Autoren, ein entsprechendes Honorar.

Dann konnte ich richtig etwas lernen. Bei meiner Anfrage an die Mayersche/Thalia, welche zu einer Firmengruppe gehören, wurde mir mitgeteilt, dass man mein Buch nicht verkaufen könne. Ich habe genauer nachgefragt, denn das Buch ist ja im Verzeichnis lieferbarer Bücher registriert und verschlagwortet. Darauf hat jeder Buchhändler Zugriff. Das stimme auch, jedoch kauft die Firmengruppe zentral über einen Großhändler ein und darf nicht selbst Bücher von woanders kaufen. Deswegen kann man dort auch keine BOD oder Amazon Publishing Bücher kaufen, selbst wenn ein Kunde kommt und explizit danach fragt. Ich habe das selbst ausprobiert und es ist so. Diese Händler sagen dem Kunden "Pech gehabt" und man wird weggeschickt. Der Großhändler heißt im Übrigen Libri.

Also habe ich dort einmal nachgefragt, ob man mein Buch nicht auch listen könne. Mir ist schon klar, dass man dort auch etwas vom Kuchen abhaben möchte. Das ist ja das Problem mit Zwischenhändlern. Alle wollen an einer gleichen Sache etwas verdienen. Eine Antwort erhielt ich direkt zwei Tage später. "Können wir gerne machen - Sie geben uns 50 % Rabatt". Hui - da musste ich wirklich gut nachdenken. Ich habe das Buch geschrieben, lektoriert, gesetzt, gedruckt und bis zum Verkauf alles fertig gemacht. Wozu wollen die 50 % Rabatt? Wie begründen die das? Auf meine Nachfrage erhielt ich die Antwort "Wir müssen dem Buchhandel selbst ja Rabatt gewähren und der Rest ist für unsere nicht unerheblichen Dienstleistungen". Leider wurde mir nicht mitgeteilt, wieviel Rabatt die Buchhändler erhalten und was genau die "nicht unerheblichen Dienstleistungen" sind - Also habe ich mich bedankt und einen schönen

Tag gewünscht. Wer dies liest mag bitte an meine Unabhängigkeit und meine Überzeugung denken.



Achim Gilfert

**Kommunikationsqualität steigern & Konfliktpotentiale senken | Mit dem Energieerhaltungssatz effektiver kommunizieren**



Format **Taschenbuch** >

Preis: **24,90 €** & **Kostenlose Lieferung**

Preisangaben inkl. USt. Abhängig von der Lieferadresse kann die USt. an der Kasse variieren. [Weitere Informationen.](#)

**Auf Lager.**

Lieferung: **10. - 12. Feb.** [Siehe Details.](#)

Verkauf und Versand durch [Mensch & Betrieb](#). Für

Dann kam Amazon (nicht Amazon Publishing) an die Reihe. Die Konditionen sind dort im reinen Verkauf schon deutlich besser. Man bezahlt praktisch die technische Plattform und eine dafür annehmbare Provision. Als Buchverkäufer brauche ich ein Gewerbe. Auch hier: Anders als andere Autorinnen und Autoren habe ich ein kleines Gewerbe und konnte also frei damit umgehen. Also Verkäuferkonto erstellt und loslegen. Dämpfer 1. Als Kleingewerbetreibender hatte ich samt und sonders alle Voraussetzungen einzureichen, wie ein Großhändler. Bescheinigungen vom Finanzamt, Umsatzsteuernummer und Belege, automatisierte Steuerzugänge zum Finanzamt, Bankverbindungen und so weiter. Ich mache es jetzt mal kurz. Nachdem ich nach 5 Wochen alles fertig hatte, war mein Buch auf Amazon. Und das kuriose ist - Dort habe ich es nur ein Mal verkauft. Dann kamen die Probleme. Das IT-System wurde völlig überfordernd für mich. Hilfe bekommt man dort praktisch nicht. Man kann Fallprotokolle starten, die mit einer Antwort seitens Amazons beantwortet werden und dann geschlossen werden, weil Amazon sagt, das Problem sei erledigt. Das weiter auszuführen ist für diesen Beitrag zu viel, aber stellt euch einfach vor, wie es zugeht, wenn man einen Laden hat mit 20.000 Produkten die Europa- oder Weltweit

verkauft werden. Alles was man da zu tun hat galt auch für mich. Als Mensch mit einem Produkt. Einem Buch. Der Aufwand zum Nutzen stand in keinem Verhältnis mehr und so wollte ich das Konto schließen. Was aber nicht geht. Man müsse nach der letzten Bestellung 90 Tage warten. Kurioserweise gab es tatsächlich eine zweite Bestellung. Eine Business Bestellung. Die wird aber in den Marketplace nicht weitergeleitet und so gab es eine Bestellung, die ich nicht erfüllen konnte. Glücklicherweise hat der Kunde auf meiner Webseite das Buch bestellt und jetzt habe ich die Hoffnung, dass das Amazon Verkäuferkonto geschlossen werden kann.

Ich bin jetzt orientiert und mit meinem Vorgehen sehr zufrieden. Ich habe viel gelernt. Allerdings auch, dass es gar nicht um das Buch und den Inhalt geht. Dem Kommerz sind das Herzblut und auch die emotionale Leistung der Autorinnen und Autoren egal. Es ist mir völlig schleierhaft, wie jemand von einem Buchverkauf oder dem Schreiben von Büchern tatsächlich leben kann. Ausgenommen sind hier natürlich Bestseller, die üblicherweise aber über Verlage gehen. Das ist mir auch alles völlig klar. Das ist aber nichts für mich. Stellt euch jetzt mal vor, ich wäre bei einem Verlag. Stark reglementierte Bestimmungen, auch im Vertrieb. Auf einmal

relativieren sich die Kosten für den Eintrag in das Verzeichnis lieferbarere Bücher. Wenn die großen Kaufhäuser gar nicht darüber einkaufen können? Was soll das dann?

Und es gibt weitere Konsequenzen. Wenn ich auf Themenaufrufe von Fachzeitschriften reagiere, erhalte ich keine Antwort. – bzw. nur eine Antwort. Sie sind nicht bei unserem bzw. bei einem Verlag. Sie sind Selfpublisher. Weitere Fragen erübrigen sich dann. Kommerz vs. Überzeugung. Es geht nicht um das Fachthema, sondern um eine Systemzugehörigkeit. Im Weiteren können Kunden nicht wie von mir vielleicht naiverweise gedacht, in jedem Buchladen jedes Buch kaufen. Das war mir nicht bewusst und ich finde, dass sich damit der Buchhandel selbst begrenzt.

Der unabhängige Buchhandel wurde und wird meine Händlerzielgruppe mit „Herz für Themen“ und deren Bücher sein. Diese spreche ich gezielt an und frage, ob sie das Buch in Kommission nehmen. 30 % vom Verkauf dürfen bei Verkauf direkt einbehalten werden. Ohne Zwischenhandel und ohne großen Aufwand. Das empfinde ich als fair. Und dann wurde ich in den Gesprächen bei einer Bibliothek und einem kleinen Buchhandel gefragt, ob ich nicht auch Vorträge zu meinem Buchthema mache. Das sind dann die Dinge, die meinen Zielen und meinen Überzeugungen in der Kommunikation entgegenkommen. So möchte ich nun weitermachen. Es sind erst knapp 3 Monate, aber ich konnte schon viele Bücher der ersten Auflage verkaufen. Deswegen verbessere ich noch Kleinigkeiten im Buch für die zweite Auflage, die aus dem Feedback der Kunden entstanden. Gleichzeitig schreibe ich an dem zweiten Buch, in welchem der praktische Teil des ersten Buches als Anwendungsmodell beschrieben wird. Das ist dann pure Praxis. Das Buch wird daher etwas günstiger sein, damit es möglichst viele anwenden und benutzen können. Und das werde ich genauso machen wie bei dem ersten Buch "Kommunikationsqualität steigern & Konfliktpotentiale senken - Mit dem Energieerhaltungssatz effektiver Kommunizieren".



Mir ist völlig klar, dass ich hier meine subjektive Sicht auf die Dinge beschreibe und ich habe auch nicht den Anspruch auf Vollständigkeit. Andere Menschen haben vielleicht andere



Erfahrungen, wieder andere mögen sagen: "selbst schuld". Für mich war alles gut, wie es ist. Beim „Learning by Doing“ entstehen Kompetenzen, die man anders kaum erwerben kann.

So ist mein persönliches Fazit: Wenn jemand ein Buch schreiben möchte und es nicht um den Kommerz geht - macht so viel wie möglich selbst und wo es im Einzelfall nicht geht, holt euch Hilfe. Auf meiner Webseite gleich unter der Beschreibung des Buches, habe ich dieses Statement gesetzt:

*„PRO Selfpublishing: Im Selbstverlag oder in der Selbstveröffentlichung publiziert die Autorin oder der Autor sein Werk selbst, ohne dass ein Verlag inhaltlich, gestalterisch sowie vertriebstechnisch Einfluss auf das Werk nimmt. Die Selfpublisher übernehmen in diesem Falle alle Registrierungs-, Produktions- und Vertriebsaufgaben selbst. So beispielsweise die Beantragung einer ISBN-Nummer, die Aufnahme in das Verzeichnis lieferbarer Bücher oder die Beauftragung eines Lektorates. Die Qualität steht, bei richtiger Durchführung, der eines Verlages in Nichts nach. Im Gegenteil – das Buch entspricht genau dem Empfinden und der Absicht der Autoren.“*

Und wenn Ihr sehen wollt, wie das bei mir aussieht, dann schaut einmal hier nach: <https://mensch-und-betrieb.de/buch> Hier findet Ihr Informationen und könnt das Buch beziehen. Im Buch selbst gibt es einen Code, mit dem man im Netz auf begleitende Arbeitsmittel zum Thema zugreifen kann. Im Weiteren steht allen unter der Seite <https://5-aktionsmustermodell.de> das Anwendungsmodell zur Verfügung. Wer hier Unterstützung benötigt möge sich melden.

Achim Gilfert

P.S. Die unterschiedliche Farbe des Covers auf der Vorder- und Rückseite ist direkt eine Praxisübung. Wenn man jemand anderem das Buch entgegenhält, kann man sagen: "Was für ein schönes grünes Buch". Der Mensch gegenüber wird ein rotes Buch sehen. So blicken zwei Menschen auf die gleiche Sache, haben beide recht, sehen aber jeweils etwas anderes. Und beobachten Sie einmal, ob Ihr Gegenüber den Blick auf eine andere Farbe anspricht oder nicht.

