



Kindle-Nutzerin in Florida: Schlüpfriges liest sich ungeniert, wenn einem keiner auf den Buchdeckel starrt

ALAMY / MAURITIUS IMAGES

E-BOOKS

# Mein Verlag und ich

Nie zuvor war es so einfach, ein Buch zu veröffentlichen – gedruckt und vor allem als E-Book. Schon wechseln Autoren von klassischen Verlagen in den Eigenvertrieb.

Hoffnung macht ihnen nicht nur der Erfolg der „Fifty Shades of Grey“-Autorin.

**E**in Treffen? Ausgeschlossen. Telefonieren? Nur über ihr Ersatz-Handy, das danach wieder in der Schublade verschwindet. Ihren echten Namen mag sie partout nicht preisgeben. Ihr wahres Alter? „Das ändert sich von Jahr zu Jahr.“

Die Frau, die sich Jana Falkenberg nennt und als Geburtsjahr 1981 angibt, hat über Sex geschrieben, mutmaßlich über ihren eigenen, und daraus ein E-Book gemacht. Es hat sich 20 000-mal verkauft und belegt seit Monaten vordere Plätze in den Bestsellerlisten für elektronische Bücher.

Jedes Kapitel erzählt von einem andern Kerl und davon, wie sie ihn ins Bett gekriegt haben will. Das Werk sei „im

Prinzip sehr, sehr autobiografisch“, sagt sie. Die abgelegten Gefährten sollten von der Indiskretion nichts erfahren. Ebenso wenig ihre Kunden. Sie arbeite „im Bereich PR und Medien“.

Ihr Buch „Liebe, Sex und andere Katastrophen“ ist in einem leicht frivolen „Brigitte“-Ton verfasst. Bei ihr wird nicht gefesselt und gepeitscht wie in „Fifty Shades of Grey“, dem derzeitigen SM-Bestseller der britischen Autorin E. L. James. Falkenberg ist eher mal „spitz wie Lumpi“ oder knutscht so wild, „dass ich schon allein davon manches Höschen erst mal in den Trockner stecken müsste“. Trotzdem sind sich die beiden Liebesdichterinnen

durchaus ähnlich. Denn schon James hat ihre pornösen Phantasien zunächst als E-Book veröffentlicht, mit großem Erfolg. Schlüpfriges liest sich halt ungeniert, wenn einem keiner auf den Buchdeckel starrt.

Vor allem aber sind die Bettgeschichten der beiden eine Kampfansage an die etablierten Verlage, über die Frau Falkenberg nichts Gutes sagen mag. Unter ihrem echten Namen habe sie bereits bei großen Häusern Bücher veröffentlicht, die Zusammenarbeit sei „nur nervig“ gewesen. Sie schimpft über „blöde Lektoren“, von denen sie sich behandelt gefühlt habe wie ein kleines Mädchen, und das bei einem

Vorschuss von 1000 Euro und einer Beteiligung von acht Prozent an den Netto-Einnahmen. „Diese Arroganz ging mir so auf den Keks.“

Mit den Erzählungen aus ihrem Schlafzimmer hingegen habe sie innerhalb weniger Monate 20 000 Euro verdient, bei einem Preis von 3,49 Euro pro E-Book.

Dafür hatte sie einfach ihr Manuskript in ein E-Book-Dateiformat konvertiert und es auf der Website des Anbieters epubli hochgeladen. Der wies ihr eine ISBN zu und stellte das Werk auf Amazon, iBooks, Google Play und seine eigene Site. Bezahlen muss Falkenberg dafür 19,95 Euro pro Jahr. Sie sagt: „Jetzt strecke ich den Verlagen die Zunge raus.“

Die junge Firma epubli versteht sich als Dienstleister, ähnlich wie ihre Wettbewerber Lulu oder Books on Demand. Bei epubli kann jeder alles veröffentlichen, elektronisch oder gedruckt. Spricht Geschäftsführer Jörg Dörnemann von seinen Erfolgen, nennt er als Erstes Falkenberg. Auf weiteren Plätzen seiner Hit-Liste folgen ein Reisebusfahrer, der über seinen Alltag geschrieben hat, und ein Experte für japanisches Papierfalten.

Will man Dörnemann ärgern, rückt man ihn in die Nähe jener Zuschuss-Verlage, die mit der Verheißung locken, noch im letzten Alphabeten stecke ein unentdeckter Goethe. Das Angebot ist meist mit der Zahlung mehrerer tausend Euro verbunden und endet häufig damit, dass der Freizeitdichter zeitlebens allen Verwandten seine Bücherstapel schenkt.

„Mit diesen Abzockern haben wir nichts zu tun“, sagt Dörnemann. Vom Erlös gehen 60 Prozent an den Verfasser, bei Käufen direkt auf epubli.de sogar 80. Im vergangenen Jahr habe epubli zwei Millionen Euro umgesetzt, wenn auch noch immer Miese gemacht. Das war zu verkraften, weil die Kreuzberger Hinterhoffirma mehrheitlich dem Holtzbrinck-Verlag gehört, der die „Zeit“ herausgibt und mit dem Online-Portal Parship bereits erfolgreich den Kuppelmarkt aufgemischt hat.

Die E-Books machen bei epubli bereits 20 Prozent des Umsatzes aus. Das ist etwa 20-mal so viel wie im deutschen Gesamtmarkt. Und entspricht ungefähr den Zahlen, die über den amerikanischen Markt im Umlauf sind (siehe Grafik).

Dass Deutschland bislang nur zögerlich E-Books liest, liegt daran, dass Lesegeräte wie der Kindle von Amazon erst spät auf den hiesigen Markt kamen und der Lese-stoff hier noch relativ teuer ist. Doch auch die großen Verlage verlängern ihr Angebot allmählich ins Elektronische.

Beate Kuckertz, langjährige Verlagsleiterin bei Droemer Knauer, hat sich gleich ganz ins Virtuelle verabschiedet. Sie hat sich selbständig gemacht mit dotbooks, einem Verlag nur für E-Books, der vorige Woche online ging. Die Zukunft sieht sie digital: „Das Taschenbuch wird in drei,

vier Jahren ausgestorben sein. An seine Stelle wird der E-Reader treten.“ Eine Prognose, der sich der Börsenverein des Deutschen Buchhandels weitgehend anschließt, so verlautet es aus dessen Arbeitskreis für Elektronisches Publizieren. Aber wurde nicht auch vor Jahrzehnten schon vom papierlosen Büro schwadroniert, und heute wird immer noch fröhlich ausgedruckt, bis der Toner schwächelt?

Mit Feierabendautoren möchte Kuckertz auch künftig nichts zu tun haben. „Ich nehme nicht jedes Manuskript an. Ein Galerist hängt ja auch nicht einfach irgendwelche Bilder an die Wand.“

Viele Autoren von epubli hingegen kämen bei einem richtigen Verlag nie unter. Manche indes waren schon bei den etablierten Unternehmen – und sind ihnen wieder entflohen. Wie eben Jana Falkenberg. Oder der Journalist und Sachbuchautor Markus Albers. Sein Name ist echt. Ihn darf man auch treffen.

Albers' erstes Buch „Morgen komm ich später rein“ war im Campus-Verlag erschienen, plädierte für mehr Freiheit im Job und verkaufte sich 5000-mal, was ihn auf die Bestsellerliste des „manager magazin“ brachte. Das zweite hieß „Meconomy“ und erklärte, wie man sich selbst als Marke positioniert und dabei zunehmend selbständiger denkt. Da Albers sich mit Campus nicht auf ein schnelles Erscheinen einigen konnte, gab er es einfach selbst heraus. Es war der Praxistest seiner eigenen Buch-Programmaturik.

Das Werk erschien bei epubli und hat sich laut Albers bis heute 3700-mal verkauft, gedruckt und digital. Für seinen Erstling hatte er vom Verlag einen Vorschuss im unteren fünfstelligen Bereich

erhalten. Der Nachfolger sah zwar nicht ganz so edel aus, doch der Erlös war ähnlich hoch. Albers sagt: „Früher saß man wie ein kleines Häschen vor dem großen Verlag und bettelte: ‚Bitte, lasst mich rein!‘ Die Zeiten sind vorbei.“

Bei Campus hat man das genau verfolgt. „Natürlich ist das eine Konkurrenz für uns“, sagt Programmverlagsleiter Olaf Meier neidfrei. „So ein Angebot bietet vielen Autoren neue Möglichkeiten. Deshalb müssen wir uns die Frage stellen: ‚Braucht man uns noch?‘“ Was er sogleich bejaht: Eine „intensive Betreuung rund um die Entstehung und Vermarktung eines Buchs“ biete eben nur ein Verlag.

Zwar kann man sich über epubli einen eigenen Mini-Verlag bauen. Freie Lektoren oder Designer bieten dort gegen Aufpreis ihren Dienst an. Ein klassischer Verlag aber hegt und pflegt seine Schreiber, organisiert Lesungen, vermittelt Medienanfragen. Im besten Fall wird er zu einem „Elternhaus des deutschen Intellektuellen“, wie Frank Schirrmacher einmal Suhrkamp nannte. Aber wie viele Autoren kommen schon in diesen Genuss? Andererseits: Wie sicher ist überhaupt das Geschäftsmodell der Verlagsangreifer von epubli und Co.?

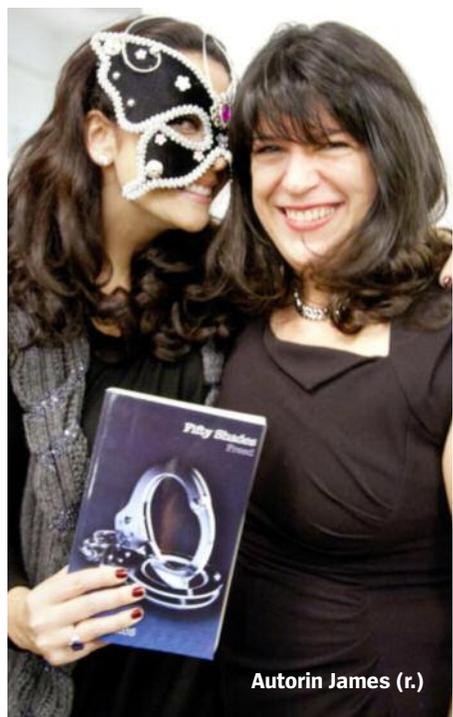
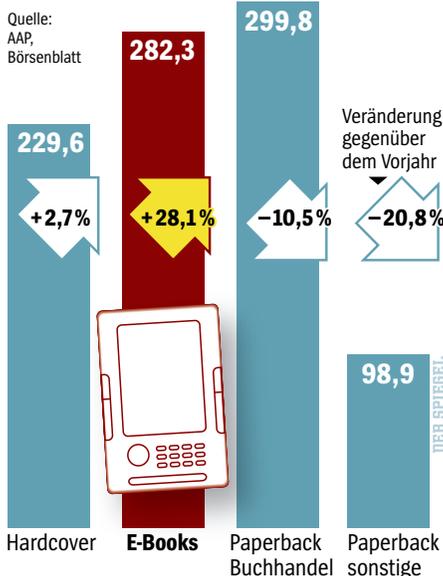
Inzwischen gibt es kostenlose Programme wie iBooks Author, mit denen man selbst ein Buch basteln kann. Autor Albers hat das neulich ausprobiert. Er hat Interviews, die er für Zeitschriften geführt hat, neu formatiert und ein Cover entworfen. Das Werk war an einem einzigen Nachmittag zusammengebaut. Bei der Frau, die sich Jana Falkenberg nennt, haben sich derweil angeblich zwei große Verlage mit Angeboten gemeldet. Sie sagt, auf so was gehe sie gar nicht erst ein.

ALEXANDER KÜHN

## Vorreiter USA

Verlagsumsätze\* im ersten Quartal 2012 in den USA, in Millionen Dollar

\* im Erwachsenensegment



Autorin James (r.)

HEIDI GREEN PHOTOGRAPHY