

Ralf Plenz: Wie mache ich mich mit einem Verlag selbständig - Grundlagen und Praxistips für die Herstellung und den Vertrieb von Zeitschriften und Büchern.- Bonn: Verlag Norman Rentrop, 272 S., DM 49,80

Existenzgründung, selbständige Tätigkeit, Kleinunternehmertum - die einen verbinden diese Begriffe mit dem Traum vom eigenverantwortlichen Arbeiten, die anderen mit einem gangbaren Weg aus der Arbeitslosigkeit. Eine der Möglichkeiten, Berufswahl und -ausübung in die eigenen Hände zu nehmen, ist hierbei die Gründung eines Verlages. Denn trotz aller Unkenrufe und trotz des unaufhaltsamen Vormarsches der elektronischen Medien befinden sich viele Verlage auf Expansionskurs. Doch was muß man bei der Verlagsgründung alles wissen, was beachten, an wen kann man sich wenden, wie ist der Markt beschaffen, welche persönlichen Voraussetzungen muß man mitbringen, um das verlegerische Geschäft mit Aussicht auf Erfolg - sprich: gewinnbringend - zu betreiben? Ralf Plenz hat mit seinem Buch "Wie mache ich mich mit einem Verlag selbständig" einen Ratgeber vorgelegt, der in komprimierter Form Basiswissen und Entscheidungshilfen für angehende VerlegerInnen in reichlichem Maße zur Verfügung stellt.

In einem "Gründung" überschriebenen ersten Teil beschreibt Plenz die verschiedenen organisatorischen Aspekte des Verlagsbetriebs. Umsatzsteuer und Lizenzverkäufe, die Verkehrsnummer und die Mitgliedschaft in der Künstlersozialversicherung kommen ebenso zur Sprache wie grundlegende Überlegungen zur Büroorganisation. Der zweite Teil befaßt sich mit der Herstellung eines Buches. Erfreulich deutlich präsentiert sich hier die in meinen Augen durchaus richtige Auffassung des Autors, daß ein/e VerlegerIn unbedingt auch über jene Aspekte der Herstellung Bescheid wissen sollte, mit denen sie/er weniger zu tun hat. So beschreibt Plenz also nicht nur Papier- und Schriftarten, die Arbeitsschritte bei Layout und Umbruch, sondern z.B. auch Satz- und Drucktechniken oder die Funktionsweise eines Fotokopierers und der Bildraasterung. Kalkulation, Marketing und Vertrieb sind die Themen im dritten und abschließenden Teil des Buches. Er bietet Tips zur Rabattgewährung, zur Anzeigenwerbung und anderen verkaufsfördernden Maßnahmen. Er erklärt die Grundlagen kaufmännischer Kalkulation, das Preisbindungssystem und die Repräsentation der Verlage in den Buchhandlungen durch VertreterInnen. Auch die Wichtigkeit von Marktbeobachtung und Medienkontakten läßt er nicht unerwähnt.

Drei Dinge vermag dieses Buch zu leisten: 1. Es vermittelt einen Eindruck davon, welch vielseitiges und komplexes Geschäft das Büchermachen ist. Die Lektüre des Buches läßt dadurch ahnen, wie teilweise überraschend wenig das Verlagsgeschäft damit zu tun hat, sich mit Texten zu befassen und diese dann in Buchform zu bringen. Die Fülle der zusammengetragenen Informationen und Fakten gibt den LeserInnen einen Eindruck über die Arbeitsgebiete und den Tagesablauf eines Verlegers bzw. einer Verlegerin. Darüber hinaus gibt Plenz immer wieder Anreize und Hinweise, wie man sich weitergehende Informationen beschaffen kann. - 2. Die ständigen Hinweise auf

die Vielzahl der Möglichkeiten bei allen Arbeitsschritten helfen Anfängerfehler zu vermeiden, fordern auch dazu auf, die durch diese Möglichkeiten eröffneten Handlungsspielräume zu kreativer Innovation zu nutzen - beispielsweise beim Beschreiten neuer Vertriebswege der Realisierung ungewöhnlicher Werbeaktionen oder bereits bei den Überlegungen zur inhaltlichen Spezialisierung des Verlagsprogramms. - 3. Eine Vielzahl praktischer Tips verdeutlicht, wie man im Umgang mit Setzereien, Druckereien oder BuchhändlerInnen Geld sparen kann. Weiterführende Literaturhinweise und ein brauchbarer Adressenteil nennt die wichtigsten Anlaufstellen, Verbände und Zeitschriften.

Stellenweise ist diesem Buch jedoch deutlich anzumerken, daß dem Autor das Austarieren seines Drahtseilaktes zwischen Faktenquantität und Erklärungsqualität nicht immer gelungen ist. Der redaktionelle Teil der Arbeit in einem Verlag findet kaum Erwähnung, manche Begriffe bleiben ungeklärt, betriebswirtschaftliche Abläufe hätten einer etwas ausführlicheren Erklärung bedurft, und das Verständnis technischer Vorgänge gelingt an manchen Stellen nur mit Hilfe eines entsprechenden Vorwissens. Ein Beispiel hier und eine klärende Skizze da hätten vielleicht schon genügt, diese - dem gesamten Buch allerdings wenig abträglichen - Schwachstellen ein wenig auszubügeln. So kommt es auch, daß das Buch die in seinem Titel gestellte Frage "Wie mache ich mich mit einem Verlag selbständig?" nicht ganz beantwortet. Dazu ist es zu einführend, wartet zu wenig mit konkreten Handlungsanweisungen auf. Es erscheint mir eher als eine Entscheidungshilfe bei der Frage "Soll ich mich mit einem Verlag selbständig machen?" - Alles in allem bietet Plenz' Buch jedoch eine gute, orientierende Einführung in das Innenleben eines Verlages.

Frank Sauer