

LESEPROBE

Michael Draksal

# Verlagsgründung in Deutschland

Buchverlag, eBooks, Musikverlag, Modeverlag,  
Klingeltöne, Software, Fotos und mehr

Ein Praxisratgeber



# Inhalt

<b>1. Einleitung</b>	<b>13</b>
Was ist ein Verlag?	13
<b>2. Verlagsgründung</b>	<b>18</b>
Rechtsform	19
Verlagsname	20
Verlagsanschrift	21
Börsenverein und ISBN-Vergabe	21
Buchtitel	22
Postfach	24
Geschäftskonto	24
Fax	24
Finanzamt	25
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer	31
Industrie- und Handelskammer	32
Fachverbände	33
Berufsgenossenschaften	35
Rechtsschutzversicherung	35
Verwertungsgesellschaft Wort	36
Deutsche Bibliothek – Deutsche Bücherei	37
Geschäftspapier	38
Strichcode – Barcode – EAN-Code	40
Zusammenfassung	41
<b>3. Verlagsstruktur</b>	<b>42</b>
Lektorat	43
Produktion	73
Marketing	92
Vertrieb	106
Zusammenfassung	133

<b>4. Verlagsentwicklung</b>	<b>134</b>
Visionen und Ziele	138
Mitarbeiter	140
Räumlichkeiten	141
Strategisches Denken	142
<b>5. Transfer</b>	<b>146</b>
eBooks	146
Musik und mp3	148
Software	150
Fotos	151
Mode	152
Klingeltöne	154
<b>Anhang</b>	<b>156</b>
<b>Literatur</b>	<b>159</b>
<b>Index</b>	<b>162</b>

# 1. Einleitung

## Was ist ein Verlag?

Ein Verlag ist eine professionelle Vertriebsstruktur für Ideen. Wer sich in nächstelanger Arbeit kreativ betätigt hat, möchte sein Werk nun auch an den Mann bringen. Und das geht halt am besten, wenn man die Spielregeln der Branche kennt, sprich: ein Verlag muss her!

Der geistige Sprung, den ich mit dir machen möchte, liegt in der Erkenntnis, dass es **vollkommen egal** ist, was für eine Idee du professionell vermarktest, also ob du nun ein Buch oder ein Gedicht geschrieben, einen Song komponiert, eine Software programmiert, ein Foto geschossen oder ein Modedesign entworfen hast... immer braucht es den Verlag, um daraus wirklich einen Erfolg zu machen.

Desweiteren wirst du sehen, dass die Tätigkeit als Verleger **absolut nichts** mit der Tätigkeit als Autor, Künstler, Programmierer, Fotograf oder Designer zu tun hat!

Hier sehe ich den Hauptgrund dafür, dass viele Autoren, die ihr Buch im Selbstverlag herausbringen, scheitern. Denn als Verleger ist man nicht mehr Autor, sondern hat den Job, seinen Verlag zu entwickeln. Diesen Sprung werde ich dir verdeutlichen und erleichtern.

Die hier vorliegende 3. Auflage ist komplett überarbeitet und erweitert. Es hat sich in den letzten Jahren einfach sehr viel getan auf dem Markt. So wurde in der zweiten Auflage noch Google als »heißer Tipp« für eine Suchmaschine angegeben... Naja, das gilt natürlich heute auch noch, nur dass ich jetzt davon ausgehe, dass dir die ganzen Basics bekannt sind. Der Mehrwert dieses Buches liegt ganz klar in der Darstellung von Erfolgen und Misserfolgen: Welche Schwierigkeiten gibt es bei der Verlagsgründung und -entwicklung? Wieviel kostet es, Bücher in Deutschland und in Osteuropa drucken zu lassen? Was war ein besonders erfolgreiches Marketing? Wie verlege ich eBooks? Wie wichtig ist Amazon wirklich?

Beginnen wir mit dem intuitiven Verständnis, was ein Verlag eigentlich ist. Jemand entwickelt ein Rezept für einen Energy-Drink. Die Idee ist klasse, der Geschmack ist ausgezeichnet. Jetzt wird dazu eine Firma namens Red Bull gegründet, die Zusammensetzung wird rechtlich geschützt und die Produktion beginnt. Der Drink bekommt einen Barcode, man spricht mit Kaufhäusern und startet das Marketing. Das Produkt wird dem Publikum präsentiert und für gut befunden. Ein **Weltbestseller**: [www.red-bull.de/extras/company.jsp](http://www.red-bull.de/extras/company.jsp)

Jemand mischt verschiedene Düfte zusammen – das Parfüm ist klasse. Der Verlag hat schon verschiedene Produkte im Programm, aber der neue Duft »Le Male« hilft Jean Paul Gaultier auf dem Parfüm-Markt zum **Durchbruch**.

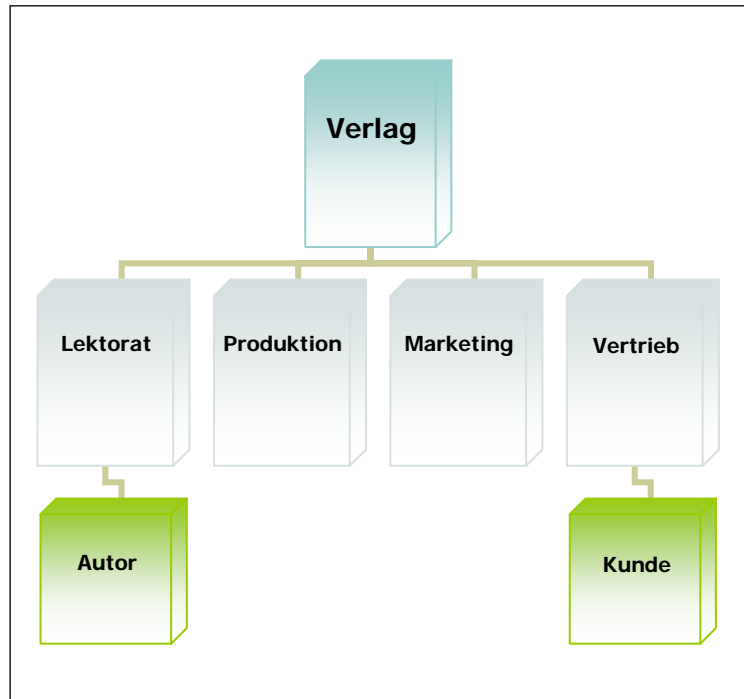
Der Verlag von P. Diddy veröffentlicht nicht nur Mode unter dem Namen Sean John, sondern neuerdings auch Autofelgen. Gleiches Spiel: Die Idee für das Design wird geschützt, eine Firma wird gegründet, die Felgen werden produziert und an den Fachhandel ausgeliefert. Hier ist wohl weniger das Design der Felgen, sondern mehr der **Promi-Faktor** entscheidend für den Erfolg.

Drei Beispiele, die zeigen, dass ein Verlag **unabhängig** vom Produkt ist, das verlegt wird. Die Produktpalette ist endlos: Bücher, Hörbücher, eBooks, Klingeltöne, Brettspiele, CD-ROMs, DVDs, Kalender, Postkarten, Fotos, Aufkleber, Kleidung, Parfüm, Cremes, Spielfiguren, Laserschwerter und Zauberstäbe...

Der Verlag ist weder der Urheber einer Idee, noch der Produzent, auch nicht der Vertrieb. Dafür gibt es jeweils eigenständige Abteilungen. Diese Abteilungen mögen bei Großverlagen sicherlich verschmelzen oder unter einem Dach laufen, wie zum Beispiel über die eigene Hausdruckerei, Verlagsbuchhandlung oder festangestellte Redakteure, die für den Verlag schreiben. So etwas ist allerdings keinesfalls notwendige Voraussetzung oder gar Bedingung für einen Verlag!

Gerade dem Verlagsgründer rate ich sogar davon ab, alle Abteilungen selbst übernehmen zu wollen. Es ist einfach zu viel. Man verliert den Überblick, wenn man eine professionelle Druckerei und eine professionelle Buchhandlung zusätzlich zum Verlag aus dem Boden stampfen will.

Der Verlag ist eh etwas ganz anderes als eine Druckerei. Der Verlag stellt die Struktur bereit, an der Urheber, Produzent und Händler teilnehmen. Hier laufen alle Fäden zusammen. Der Verlag ist die Heimat einer Idee. Der Verlag professionalisiert den Weg vom Autor zum Kunden, steigert somit die Effektivität, erhöht die Verkaufszahlen und ermöglicht überhaupt erst den Erfolg.



Natürlich könnte der Autor auch direkt die Kunden beliefern. Auf Lesungen, Vorträgen und Seminaren oder über die eigene Homepage wird das bestimmt auch passieren. Für eine hauptberufliche Existenz reicht das allerdings keinesfalls aus!

Wieviele Bücher kann denn ein Autor ohne Verlag realistischerweise selbst verkaufen? 5 am Tag? 10 am Tag? Da hätte er bereits viel zu tun mit Rechnungen schreiben, Mahnwesen, Versand, Rücksendungen, Korrespondenz mit Kunden usw.

Sicher ist das im Hobby-Bereich vielleicht sogar eine tolle Sache – der erste Leserbrief... Wow, unglaublich! Aber ich sage dir ganz deutlich: Einzelkämpfer haben heutzutage keine Chance mehr! Du brauchst **Profis** für jeden Bereich, das kannst du nicht alles selbst machen.

Und noch ein Argument spricht für die Verlagsgründung: Was passiert, wenn der Autor, der seine Bücher selbst verschickt, mal krank wird? Wer kümmert sich dann um die Tagesarbeit? Nein, es ist **unverantwortlich**, alles selbst regeln zu wollen!

Versteh mich nicht falsch, ich sage nicht, dass du jetzt sofort 30 Mitarbeiter einstellen sollst. Ganz im Gegenteil: Starte deinen Verlag ruhig als ein-Mann-Betrieb vom Wohnzimmer aus. Aber such dir für alle Bereiche deiner Verlagsstruktur die entsprechenden Partner:

- ❶ Ein gutes Lektorat, das die Inhalte sucht und entwickelt.

(Der Lektor ist der Autorenbetreuer. Ihm sind Grafik und Korrektorat zugeordnet – also eine höchst verantwortungsvolle Position, die das Wachstum des Verlages maßgeblich beeinflusst!)

- ❷ Eine Druckerei, die das Buch herstellt.

(natürlich für die Erstauflage im Digitaldruck in geringster Auflage, z.B. 100 Exemplare für 4,- EUR pro Stück – doch dazu später mehr)

- ❸ Eine Werbeplattform, die finanzierbar und vor allem effektiv ist.

- ❹ Und professionelle Vertriebspartner, z.B. Amazon, Barsortimente, eBay und Verlagsauslieferungen.

Im folgenden gehe ich übersichtsartig auf die Verlagsgründung hinsichtlich rechtlicher und steuerlicher Rahmenbedingungen ein. Anschließend widmen wir uns genau diesen vier Säulen eines Verlags: Lektorat, Produktion, Marketing und Vertrieb.

Am Ende steht einerseits das Verständnis, was einen Verlag voranbringt und welche Aufgaben der Verleger zu bewältigen hat – andererseits eine ganze Reihe praktischer Tipps und Erfahrungen, die sich in meiner achtjährigen Verlegertätigkeit angesammelt haben.

Im letzten Abschnitt wird das Prinzip des Verlages auf verschiedene Bereiche übertragen, z.B. auf die Musik, Mode, elektronisches Publizieren und Merchandising.

Eine Idee steht am Anfang. Am Ende wird die Idee zu einer eigenständigen Marke. Beispiel Star Wars. Das große Geld macht George Lukas nicht etwa mit dem Film, sondern mit der ganzen Produktpalette um die Marke Star Wars herum: mit Spielfiguren, Büchern, Raumschiffen zum basteln, Posters, Masken usw.

Das Prinzip der Markenbildung ist **das eigentliche Ziel einer Verlagstätigkeit**. Asterix, Harry Potter, Hui Buh, Was ist was, Duden, Langenscheidt, Tom Clancy, Baedeker, GEO, ... - alles **Marken!**

Am Anfang steht ein kreativer Gedanke. Aus der Idee wird eine Welt. Der Verlag ist die Sonne, die auf diese Welt scheint und sie dadurch zum Leben erweckt.

Viel Spaß bei diesem spannenden Abenteuer!



Michael Draksal, im Oktober 2005  
draksal@wettkampfvorbereitung.de



## 2. Verlagsgründung

Jeder Verlag muss als Gewerbe beim Ordnungs- oder Gewerbeamt angemeldet sein. Die Strategie, erst einmal zu schauen, wie das Geschäft überhaupt läuft und erst später bei Erfolg die Anmeldung nachzureichen, ist keine Wahl, da du den Gewerbeschein zum Eintrag deines Verlages beim Börsenverein<sup>1</sup> vorlegen musst (ganz abgesehen davon, dass so etwas natürlich auch nicht erlaubt wäre).

ohne Gewerbeanmeldung kein Gewerbeschein  
ohne Gewerbeschein keine Verlagsnummer  
ohne Verlagsnummer keine ISBN  
ohne ISBN keine Titelmeldung  
ohne Titelmeldung keine Aufnahme in das Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB)  
und ohne VLB-Eintrag kann kein Buchhändler dein Buch bestellen

Jeder Deutsche im Sinne des Grundgesetzes kann einen Verlag anmelden, sofern er das 18. Lebensjahr vollendet hat. Bei Minderjährigen ist eine Erlaubnis vom Vormundschaftsgericht einzuholen. Die einfache Unterschrift der Erziehungsberechtigten reicht **nicht**, da das Problem die eingeschränkte Geschäftsfähigkeit bei Jugendlichen ist. Ausländer beantragen bei der Ausländerbehörde zunächst eine Gewerbe-Erlaubnis.

<sup>1</sup>Börsenverein: Organisation des Buchhandels in Deutschland. Mitglieder sind Verlage (»herstellender Buchhandel«), Buchhandlungen (»verbreitender Buchhandel«) und Barsortimente & Verlagsauslieferungen (»Zwischenbuchhandel«).

[www.boersenverein.de](http://www.boersenverein.de)

Man begibt sich zum Gewerbe- oder Ordnungsamt und meldet einen Verlag an (Kostenpunkt: 30,- EUR). Achte darauf, dir einen Gewerbeschein ausdrucken zu lassen! Schon ist der Verlag gegründet...

Ist es wirklich so einfach, einen Verlag zu gründen?

JA! Berufsrechtliche Beschränkungen wie beispielsweise im Handwerk, gibt es nicht. Natürlich sollte man sich gerade deshalb **vorher** ein paar grundsätzliche Gedanken machen zur Wahl der Rechtsform und ob man alleine oder mit einem Partner den Verlag gründen will. Solche Fragen klären sich jedoch „automatisch“, wenn man auf dem Gewerbeamt gebeten wird, das Anmeldeformular auszufüllen.

### **Rechtsform**

Dort wird beispielsweise nach der Rechtsform gefragt. Am einfachsten ist das Einzelunternehmen, d.h. du, Hannes Meier, bist der Unternehmer. Dein Verlag heißt dann Verlag Hannes Meier.

Vorteil: schnelle und unkomplizierte Gründung, und ggf. später auch wieder eben so schnelle Auflösung.

Nachteil: der Verlagsname ist möglicherweise nicht gerade einprägsam (so wie DTV, Springer, rororo), sondern muss aus deinem Vor- und Zunamen bestehen. Wenn du den Verlag mal verkaufen willst, ist es komplizierter als bei der GmbH. Du musst alleiniger Inhaber sein und darfst keinen Partner haben. Und schließlich haftest du auch mit deinem Privatvermögen.

Wenn ihr zu zweit seid, bietet sich die Gesellschaft bürgerlichen Rechts an (GbR).

Vorteil: anonymer Verlagsname möglich (z.B. Medialis Verlag GbR), zwei oder mehr Partner als Inhaber möglich.

Nachteil: zunächst müsst ihr einen Gesellschaftsvertrag aufsetzen und notariell beglaubigen lassen (hier werden die Rechte und Pflichten, sowie die prozentualen Beteiligungen am Gewinn und am Verlust geregelt). Wie bei der Einzelunternehmung haften alle Gesellschafter mit ihrem Privatvermögen.

Von der Gesellschaft mit beschränkter Haftung (GmbH) und der Aktiengesellschaft (AG) rate ich dir als „Anfänger“ ab, da hier die Gründungs-, Führungs- und Lösungsformalitäten **erheblich** umfangreicher sind als bei der Einzelunternehmung und der GbR.

Als GmbH-Geschäftsführer bist du bilanzpflichtig, du brauchst ein Stammkapital von mindestens 10.000,- EUR und natürlich fallen auch noch extra Anwalts-/Notar-Gebühren für den Gesellschaftsvertrag und den Eintrag ins Handelsregister an, was bei der Einzelunternehmung eben alles wegfällt.

Die GmbH und AG haben als Rechtsform zwar durchaus Vorteile, z.B. wie der Name schon sagt, beschränkte Haftung, anonymer Verlagsname, einfacher Verkauf der Firma. Allerdings kann ich das wirklich nur Unternehmern mit ausreichend Finanzpolster und Erfahrung empfehlen, denn was die Rechte und Pflichten eines GmbH-Geschäftsführers angehen, gibt es umfangreiche Fortbildungen und Seminare auf dem Markt, woran man schon erkennt, dass dazu doch etwas mehr gehört als der gute Vorsatz.

Aus der Einzelunternehmung kann später immer noch eine GmbH werden, aus der GmbH kann später eine AG werden.

### **Verlagsname**

Wie heißt dein Verlag? Um Verwechslungen von Verlagsnamen zu vermeiden, frag bei der Buchhändler-Vereinigung nach, ob dein Verlagsname »Verlag Hannes Meier« noch frei ist.

#### Anschrift zur Überprüfung des Verlagsnamens

Buchhändler-Vereinigung GmbH

Großer Hirschgraben 17-21

60311 Frankfurt am Main

Tel (069) 1306 – 0

(zur »Verlagsauskunft« verbinden lassen, Durchwahl -221)

Man kann dem Verlagsnamen einen Zusatz geben, z.B. »Jugendbuchverlag Hannes Meier«, solange dieser Zusatz keine Werbebotschaft enthält (»der-günstige-Verlag Hannes Meier«) oder gegen geltendes Recht verstößt.

### **Verlagsanschrift**

Auf dem Anmeldeformular der Gewerbebeanmeldung wird auch nach der Anschrift der Betriebsstätte gefragt. Zu diesem Zeitpunkt ist deine Wohnungsanschrift gleichzeitig die Büroanschrift des Verlages. Büroräume können **später** immer noch angemietet werden. Wie gesagt, ich stelle hier den Weg der geringsten Kosten und des geringsten Risikos dar. Bei ausreichendem Finanzpolster könnte man sicher gleich etwas professioneller einsteigen, aber nötig ist es eben nicht.

### **Börsenverein und ISBN<sup>2</sup>-Vergabe**

Das war's. Der Verlag Hannes Meier ist gegründet. Jetzt muss er noch beim Börsenverein registriert werden. Und das geht so: Schau dir zunächst die beiden kostenlosen Dokumente »ISBN-Leitfaden« und »ISBN-Merkblatt« im Internet an [www.german-isbn.org](http://www.german-isbn.org)

Dann folge den Schritten zur Beantragung von 100 ISBN für Verlage mit fortlaufenden Verlagsproduktionen.

Es besteht zwar die Möglichkeit, nur eine einzige ISBN zu beantragen, davon rate ich allerdings ab, es sei denn, du bist wirklich ein reiner Hobby-Verleger mit nur einem Buch und **willst deinen Verlag auch auf diesem Level fortführen**.

Aber selbst dann brauchst du zumindest mittelfristig eine zweite ISBN für die Hörbuchausgabe deines Buches. Mal ganz abgesehen davon, dass dein Verlag wachsen wird, das garantiere ich dir! Also besser gleich die 100 ISBN beantragen.

---

<sup>2</sup>ISBN: International Standard Book Number. Jedes Buch braucht eine ISBN, damit es am regulären Buchhandel teilnehmen kann.

Die 100 ISBN kosten 113,- EUR zzgl. MwSt. und Porto (zum Vergleich: eine einzelne ISBN kostet 57,- EUR zzgl. MwSt. und Porto).

Mit der Beantragung der 100 ISBN erhältst du eine Kundennummer, die gleichzeitig deine Verlagsnummer ist. Das heißt, du bist jetzt schon automatisch registriert und musst nicht noch extra eine Vollmitgliedschaft beim Börsenverein beantragen.

Von einer Vollmitgliedschaft im Börsenverein rate ich dir als Verlagsgründer überhaupt **ab**, weil das mit erheblichem finanziellem Aufwand verbunden ist. Es ist keine Pflicht, im Börsenverein Mitglied zu sein, auch nicht später, um in den Barsortimenten<sup>3</sup> aufgenommen zu werden.

Mich hat am Börsenverein immer das Börsenblatt interessiert, das es mittlerweile sogar online gibt: [www.mvb-boersenblatt.de](http://www.mvb-boersenblatt.de)

Hier ist insbesondere die Rubrik »Titelschutz« hervorragend, denn man kann direkt online in den Titelschutzanzeigen des Börsenblattes der letzten sechs Monate recherchieren!

## **Buchtitel**

Du hast nun einen offiziell registrierten Verlag mit 100 freien ISBN. Du kannst jetzt eine ISBN nehmen und sie deinem Buch (oder deiner CD, CD-ROM, DVD,...) zuordnen. Das nennt man Titelmeldung. Am schnellsten geht das online über [www.vlb.de](http://www.vlb.de)

Die Frage, die sich hier stellt -und die ist wirklich nicht leicht zu beantworten- ist: Wie soll dein Buch eigentlich heißen?

Grundsätzlich ist auch der Titel eines Buches ein geistiges Gut und somit urheberrechtlich geschützt. Die Sache wird dadurch kompliziert, dass es starke und schwache Titel gibt. So ist der Titel »Entspannungstraining« schwach - auf dem Buchmarkt gibt es zahlreiche Bücher und CDs, die so heißen.

---

<sup>3</sup>Barsortimente: Großhändler, die Bücher von den Verlagen auf eigene Rechnung und Risiko bestellen, lagern und die Buchhandlungen bei Bestellungen über Nacht beliefern können. Die größten Barsortimente heißen KNV, Libri, Umbreit und Könemann.

»World of Plastics« ist dagegen ein starker Titel und darf nicht ein zweites Mal verwendet werden. Du musst also sicherstellen, dass der Titel, den du dir für dein Buch ausgedacht hast, nicht schon irgendwo anders verwendet wird, es sei denn, es ist ein schwacher Titel, den man nicht schützen kann.

### Praxisbeispiel

Ein Buch in meinem Verlag sollte so heißen: »Motivational Moments – Das Buch, das dich auf das Leben mit anderen Augen blicken lässt«. Zur Überprüfung, ob dieser Titel noch frei ist, bin ich folgendermaßen vorgegangen:

❶ Gibt es bereits Titel mit ähnlichem Wortlaut auf dem Markt?

→ [www.buchhandel.de](http://www.buchhandel.de)  
[www.amazon.de](http://www.amazon.de)  
[www.buchkatalog.de](http://www.buchkatalog.de)  
[www.libri.de](http://www.libri.de)

❷ Haben andere Verlage Titelschutz für diesen Titel beantragt?

→ [www.mvb-boersenblatt.de](http://www.mvb-boersenblatt.de)

❸ Gab es in der Vergangenheit Bücher, die so oder ähnlich hießen?

→ [www.ddb.de](http://www.ddb.de)

Da es keine Übereinstimmungen mit anderen Titeln gab, konnte ich guten Gewissens den Titel melden. **Mit Erscheinen des Buches** greift dann automatisch das Urheberrecht. Eine extra Titelschutz-Anzeige ist dann nicht mehr nötig.

# Index

- Abschreibungen 31  
Agenturen 103f.  
Amazon 107  
Anthologie 132  
Autor 15, 16, 121  
Autorenbetreuung 69f.  
Autorenhomepage 121
- Bandübernahmevertrag 129f.  
Barcode 40  
Barsortimente 22, 106f.  
Berufsgenossenschaften 35  
Berufsrechtliche Beschränkungen 19  
Besprechungsraum 135  
Bestsellerlisten 65  
Betriebshaftpflichtversicherung 36  
Bildbände 90  
Bildhonorar 151  
Börsenverein 21  
Bücherwagendienst 42
- Deutsche Bibliothek 37  
Deutsche Bücherei 37  
Digitaldruck 79f.  
Direktmarketing 102  
Druckereien 84f.
- EAN-Code 40  
eBooks 146, 147
- Erfahrungsaustausch 33, 41
- Fachhandel 122  
Fachverbände 33  
Fax 24  
Finanzamt 25  
Formulierung 64f.  
Fotos 151
- Gaultier, Jean Paul 14  
Geschäftskonto 24  
Geschäftspapier 38f.  
GbR 19, 156  
Gewerbeanmeldung 18, 19  
Gewerbeschein 18  
Gewinnermittlung 25f.  
Grafik 66f.
- Hardcover 90  
Höchstleistung 71, 137
- IBAN & BIC/Swift 39  
Idee 13  
IHK 32  
Interview 101  
ISBN 21
- Kleinunternehmer 25  
Klingeltöne 154

Konzeption 51f.	Produktionsleiter 91
Kooperationen 123	Promi-Faktor 14
Korrektorat 68, 69	Publikum 44f.
Layout 68	Räumlichkeiten 141
Lektorat 43f.	Rechnungen 110f.
Lesung 101	Recht 54f.
Lizenzen 124f.	Rechtsschutzversicherung 35
Mahnwesen 116f.	Rechtsform 19
Marke 17, 41, 121	Red Bull 14
Markenbildung 103	Rezensionen 95f.
Marketing 92f.	Ringbücher 72f.
Messen 122, 123	Ringordner 77, 78
Minijob 140	Royalty-Free 66, 67
Mitarbeiter 140	Sampler 129f., 149
Mode 152f.	Schreibblockade 69f.
mp3 148, 149	Seminar 101
Mundpropaganda 105	Software 150
Musik 148, 149	Steuerberater 31
Neuerscheinungen 43, 96f.	Strategisches Denken 142
Offsetdruck 86, 90	Strichcode 40
Osteuropa 87f.	Studie 102
Partie 110	Titel 22
Pflichtstückverordnung 37	Titelschutz 22, 23
Postfach 24	Unified Messaging 25
PR 104f.	Unternehmertum 136f.
Praktikum 135	Urheberrecht 22, 23, 35
Präsenz im Buchhandel 94f.	USt.-IdNr. 31
Produktion 72f.	Verlag 13-15



Verlagsentwicklung 134f.  
Verlagsgründung 18f.  
Verlagshomepage 120  
Verlagsleiter 41  
Verlagsname 20, 21  
Verlagsnummer 22  
Verlagsprodukte 144, 145  
Verlagsstruktur 42f.  
Verlagsvertrag 54f.  
Verlagsanschrift 21  
Verpackung 91  
Vertrieb 106  
Vertriebsstruktur 13  
VG Wort 36  
Visionen 138  
Vorankündigungen 93  
Vortrag 101

Wachstum 43

Ziele 138, 139

## **Aktuelles Verlagsprogramm**

**Verlagspraktikum: Buchverlag. So entstehen Bestseller (DVD)**  
ISBN / EAN 978-3-932908-26-2

**Psychologie der Höchstleistung**  
ISBN 978-3-932908-99-6

**Motivational Moments (deutsch)**  
- Ergreifende Kurzgeschichten zum Nachdenken & Handeln  
ISBN 978-3-932908-29-3

**[www.draksal-verlag.de](http://www.draksal-verlag.de)**

## Was ist ein Verlag?

Ein Verlag ist eine professionelle Vertriebsstruktur für Ideen.

Dabei ist es völlig unerheblich, ob die Idee ein Text, ein Foto, ein Lied, ein Modedesign, ein Computerprogramm oder ein Klingelton ist.

Du hast die Wahl: Bist du kreativ und möchtest du deine eigenen Ideen verwirklichen oder macht es dir Spaß, anderen bei der Vermarktung ihrer Ideen zu helfen?

Was alles zum Aufbau des eigenen Verlages gehört, wie man die Kosten von Anfang an gering hält, welche Chancen und Risiken sich ergeben und worauf man sonst noch zu achten hat, beschreibt

**Michael Draksal**, Inhaber des Draksal Fachverlags, praxisnah, realistisch und gnadenlos ehrlich.

ISBN 3-932908-22-8



19,90 €

---

© 2005 Draksal Fachverlag

3. überarbeitete & erweiterte Auflage 2005