

Neue Heimat für Bücher

Interview mit
Laura Kühbauch,
tolino media

Letzten November hieß es in einer Pressemeldung von tolineno media: „Ab sofort können Selfpublisher*innen via tolineno media auch gedruckte Ausgaben im Handel veröffentlichen und für den Eigenbedarf bestellen. Hierbei arbeitet der Selfpublishing-Anbieter eng mit führenden Digitaldruckereien, allen Barsortimenten [Libri, Zeitfracht, Umbreit] und den Buchhandelspartnern der tolineno-Allianz zusammen.“ Seither sind einige Monate vergangen.

Wir wollten von Laura Kühbauch, Community Managerin bei tolineno media, wissen, warum Selfpublisher mit tolineno media zusammenarbeiten sollten, was der neue Print-Service alles kann und was die Zukunft bringt.

Lange Zeit konnten Selfpublisher via tolineno media nur E-Books herausbringen. Jetzt drucken und veröffentlichen Sie auch Bücher. Was ist das Besondere an Ihrem Print-Angebot und wie wird es angenommen?

Das Besondere ist, dass unser Print-Angebot dieselben Vorteile bietet wie unser E-Book-Service. So haben wir zum Beispiel keine Vertragsbindung, keine Exklusivität und sehr attraktive Margen für unsere Autor*innen. Wir bauen weiterhin auf die enge Zusammenarbeit mit unseren Partnern in der tolineno-Allianz. Das ermöglicht es uns, die Titel unserer Autor*innen in den Online-Shops sowie in den Filialen der Buchhändler sichtbar zu machen und sie mit Marketingplätzen, Themen-Kampagnen und anderen Kooperationen wie etwa mit der Lese-App Skoobe zu unterstützen.

„Marketingplätze“ – was darf man sich darunter vorstellen?

Autor*innen können ihre bei tolineno media veröffentlichten E-Books mit kostenlosen Marketingplätzen in den Online-Shops der Buchhändler bewerben. Dafür ist es notwendig, sich rechtzeitig – mindestens vier Monate vorher – bei uns zu melden mit Informationen zum Titel, Cover, ET, Preis und zu geplanten Preis- und Marketing-Aktionen. Wir sind gerade dabei, ähnliche Angebote auch für unsere Print-Veröffentlichungen aufzubauen.

2022 erwarten wir einen starken Zulauf an bereits bestehenden Kund*innen, die nach den E-Books nun auch die Printbücher zu uns bringen und vor allem die Zusammenarbeit mit uns als Team im Support, im Marketing und bei sonstigen Aktionen für mehr Sichtbarkeit für Selfpublisher*innen sehr schätzen. Natürlich rechnen wir auch mit einem großen Schwung an Neukunden, die eine Alternative zu anderen Anbietern suchen und unser Angebot ausprobieren möchten.

Der neue Hauptgeschäftsführer des Börsenvereins, Peter Kraus vom Cleff, möchte dazu beitragen, den ökologischen Fußabdruck in der Buchbranche zu verringern. Wie hält Ihr Unternehmen es damit? Ist dieser Vorstoß in den Print-Bereich überhaupt noch zeitgemäß?

Tatsächlich wagen wir zu einer Zeit den Schritt zu Print, in der die Digitalisierung immer weiter voranschreitet und auch die E-Book-Verkäufe immer weiter steigen. Der Entschluss nun auch Print anzubieten gründet auf dem immer lauter geäußerten Wunsch unserer Autor*innen nach einem Print-Angebot von tolineno media. Mit dem neuen Service können wir nun auf diese Anfragen reagieren und unseren Autor*innen ein Rundum-Paket anbieten, das Print für die Papierliebhaber oder die Blogger-Community enthält sowie das praktische E-Book, das für viele Autor*innen den Hauptbestandteil ihrer Einnahmen ausmacht.

Natürlich haben wir bei der Entwicklung unseres Print-Angebots darauf geachtet, nicht nur die besten Konditionen für Autor*innen herauszuholen, sondern mit einer bewussten Entscheidung in Sachen Druckereien und Papierauswahl auch die Umwelt nicht noch weiter zu belasten.

Wir arbeiten mit führenden Druckereien in Deutschland zusammen, zum Beispiel mit CPI. Auf diesem Weg möchten wir die Transportwege kurz halten und die Umwelt schonen. Das von uns verwendete Papier ist FSC-zertifiziert. Wenn wir unser Angebot in den kommenden Monaten um weitere Ausstattungsmöglichkeiten erweitern, achten wir auch hier auf nachhaltige und klimaverträgliche Papiere und Farben und darauf, auf unnötige Verpackungen und Transportwege zu verzichten.

Um ein Printbuch herzustellen, braucht es Know-how. Typografie, Satz, Papiere und Formate, Cover, das Erstellen eines printtauglichen PDFs – bei alledem gibt es viel

zu bedenken. Wie unterstützen Sie Autor*innen dabei, sich dieses Wissen anzueignen?

Es war von Anfang an unser Ziel, auf unserer Website (FAQ), im Blog und auf YouTube Hilfe anzubieten, die die Autor*innen für die Herstellung der Druckdateien nutzen können. Dabei haben wir von einer Step-by-Step-Anleitung für Einsteiger*innen in Sachen Print bis zu spezifischen Beiträgen zum Coverdesign alles auf unseren Plattformen zusammengetragen. Da unser gesamtes Team auch im Support mitarbeitet, sitzen wir sozusagen an der Quelle und können direkt nachvollziehen, wo noch der Schuh drückt und noch mehr Hilfe notwendig ist. Und wenn wir dann noch etwas Entertainment wie bei unserem PrintDay oder den tofino StoryDays darüber streuen können, ist das auch für uns umso schöner.

Welche Papiere und Formate bieten Sie an? Kann ich auch dicke Pappbücher – etwa für Vorschulkinder – in Farbe über Sie drucken lassen? Oder anders gefragt: Was geht und was geht (noch) nicht?

Wir bieten zum jetzigen Zeitpunkt vier Formate an und die Wahl zwischen FSC-zertifiziertem 90-Gramm-Papier in Weiß oder Cremeweiß. Mit einem A4-Format für Kinder- oder Fachbücher und verschiedenen Formaten für Taschenbücher und Hardcover im Belletristik-Bereich haben wir eine erste Bandbreite für unsere Kund*innen. Weitere Varianten und Ausstattungen werden in den kommenden Monaten folgen, sofern Interesse besteht.

Mit welchen Kosten muss ich rechnen, wenn ich bei tofino media ein Buch drucken und veröffentlichen möchte.

Wir berechnen bei der Veröffentlichung eines Printbuches für den Handel eine Grundgebühr von 14,90 Euro, bei der eine ISBN und die Meldung an das VLB inkludiert sind. Weitere Kosten erwarten die Autor*innen nur, wenn sie sich dafür entscheiden, auch eine Eigenbestellung drucken zu lassen.

Welche Marge erhalten Selfpublisher bei tofino media im Print-Bereich? Und: Wie oft wird abgerechnet?

Die Marge ist stark von der Ausstattung des jeweiligen Printbuches abhängig. Sie kann direkt auf der Plattform kalkuliert werden, indem man sich dort anmeldet und die Ausstattungen seiner Wahl „durchspielt“. Dateien müssen dafür übrigens nicht hochgeladen werden.

Die Abrechnung der Printbuchverkäufe erfolgt separat von den E-Book-Verkäufen quartalsweise.

Worauf sollten Selfpublisher bei der Preisgestaltung achten? Ich denke dabei daran, dass ja die Barsortimente und Buchhandlungen auch noch Geld verdienen müssen, Bücher also nicht zu billig sein dürfen. Daran denken manche Neulinge nicht.

Wer über unsere Plattform ein Printbuch für den Handel veröffentlicht, bekommt automatisch einen Mindestpreis vorgeschlagen, der nicht unterschritten werden kann. So stellen wir sicher, dass ein Buch kostendeckend produziert wird. Ein höherer Preis kann natürlich gewählt werden. Generell ermutigen wir unsere Autor*innen immer wieder zu höheren Preisen, vor allem im E-Book-Bereich. Oft wird vergessen, dass alle an der Produktion und dem Verkauf beteiligten Stellen etwas verdienen wollen (und müssen).

Kann ich als Selfpublisher auch eine eigene ISBN mitbringen?

Derzeit ist das noch nicht möglich. Allerdings kann ich jetzt schon verraten, dass dieser Punkt als Nächstes auf unserer Roadmap steht. Wir hoffen, bis Mitte des Jahres die Mitnahme einer eigenen ISBN anbieten zu können.

Schließe ich als Selfpublisher mit tofino media einen Vertrag ab? Wenn ja, wo finde ich den auf Ihrer Website?

Nein, wir haben keine Vertragsbindung. Bei einer Registrierung auf unserer Website müssen lediglich die AGB akzeptiert werden. Diese sind auf unserer Website zu finden.

📍 www.tolino-media.de

Das Interview mit Laura Kühbauch führte Sandra Uschtrin

Die Selfpublishing-Talk-Runde bei den tofino StoryDays im November 2021: Laura Kühbauch, links, und Martina Raschke, außen rechts, von tofino media mit den Selfpublishern Michael Hirtzy (3. Platz mit „Vor dem Abgrund“ beim tofino media Newcomerpreis 2020) und Sameena Jehanzeb (Selfpublishing Buchpreis 2020 Belletristik mit „Was Preema nicht weiß“).



Foto: tofino media