

Großes Geld mit kleinen Ratgebern

Jeder Mensch ist anderen in irgendeiner Sache überlegen.

Diese Erkenntnis stammt von einem weisen amerikanischen Präsidenten, der sich nicht zu schade war, von jedem, der ihm über den Weg lief - ob Gärtner, Pferdejunge oder Schuhputzer -, etwas zu lernen.

Kein Mensch muss eben alles können, doch er sollte seine eigenen Fähigkeiten erkennen und versuchen, daraus soviel Kapital zu schlagen wie nur möglich.

In den USA lebt eine ganze Berufsgruppe von der Herstellung und dem Vertrieb so genannter "How to do..."-Ratgeber. Das sind Broschüren, oder auch nur lose zusammengeheftete Blätter oder Zeitschriften, die dem Bezieher eine Unmenge von Tipps, Ratschlägen und Rezepten für Beruf, Erfolg und praktisch alle Gebiete des Lebens vermitteln.

Die Themen dieser "How to do"- ("Wie man es macht-") Ratgeber sind so vielfältig, dass man sie gar nicht alle aufzählen könnte.

Eine einzige Vertriebsfirma hat beispielsweise folgende Titel in ihrem Angebot:

- Astrologie: Ihre persönlichen Sternzeichen und was sie bedeuten
- Wie Sie Ihr Bridge-Spiel verbessern
- Wie Sie beim Pokern gewinnen
- Wie man ein geschäftliches Gespräch einleitet
- Examens-Geheimnisse
- Wie Sie eine besser klingende Stimme entwickeln
- Wie Sie Ihr Geld mit Grundstücken machen
- So entwickeln Sie Ihre Lernkraft
- Wegweiser zur besseren Konzentration
- So kann man mehr in kürzerer Zeit lesen
- So verbessern Sie Ihre Rechtschreibung
- Was Sie über Ihr Testament wissen sollten
- Schach in 10 Lektionen

- 1001 Wege, um jemanden schachmatt zu setzen
- Heilkraft der Kräuter / Kräuter zum Kochen und Heilen
- Heim-Garten-Kochbuch

- Selbsthilfe für besseres Sehen
- Wie Sie sofort das Rauchen aufgeben können
- Münzensammeln für Anfänger
- 400 magische Tricks, die jedermann erlernen kann
- Briefmarkensammeln für Anfänger
- Wie man beim Pferderennen gewinnt
- Wie man ein erfolgreicher Komiker wird
- Wie man Auto-Suggestion erlernt
- Wie man ein reicheres und erfüllteres Leben führt
- Führer für eine erfolgreiche Ehe
- Wie man das erste Jahr in der Ehe durchleben sollte
- So konzentrieren Sie sich
- So deuten Sie Ihre Träume
- Das verrät Ihnen Ihre Handschrift

- Yoga leicht gemacht
- Wie Sie Ihre Furcht überwinden
- 101 Camping- und Freizeitideen
- Wie man es anstellt, dass die Fische anbeißen

Diese Liste ließe sich noch um etwa 100 Titel erweitern, da von einigen Themen gleich mehrere Ratgeber existieren.

Abgesehen von diesen Schriften, die es zum Teil auch bei uns sogar in preiswerten Taschenbuchausgaben gibt, verfassen Autoren unzählige wertvolle Hinweise und Ratgeber, die sie auf eigene Rechnung herstellen und an den Mann (oder die Frau) bringen.

Ein Renner wurde zum Beispiel eine Broschüre, in der eine Hausfrau etwa 1000 Firmen und deren Anschriften zusammenstellte, die in irgendeiner Form auf Anfrage etwas "gratis" abgeben. Das sind zum Teil nur solche kleinen Dinge wie ein Kugelschreiber, ein Nähset, ein Malbuch für Kinder, Muster-Poster, Kalender, Broschüren und Kataloge aller Art.

Jede Firma wurde sorgfältig registriert und erschien mit den genauen Angaben in dem besonderen "Wegweiser" (Guide). Sie verkauft ihr "1000 Things You Can Get FREE" ("1000 Dinge, die Sie gratis bekommen können") bereits seit einigen Jahren und hat inzwischen schon zwei oder drei Neuauflagen drucken lassen.

Bei einem Preis von 2 Dollar pro Stück gehen diese Spezial-Einkaufsführer weg wie die warmen Semmeln. Nach vorsichtigen Schätzungen dürfte das kleine Informations-Werk eine Auflage von einer Million bereits weit überschritten haben.

Eine andere Dame machte sich die Mühe und schrieb alle ihr bekannten Korrespondenz-, Tausch- und Kontakt-Klubs aus der ganzen Welt an, fügte die erbetenen Angaben zusammen und machte daraus einen "Internationalen Klub-Führer", der pro Stück für 3 Dollar angeboten wird.

Unzählige Wiederverkäufer in allen Erdteilen machten auch aus diesem Sammelwerk, das jährlich erneuert und ergänzt wird, einen Bestseller.

Wiederum eine Hausfrau brachte einen so genannten "Handtaschen-Ratgeber" heraus. Zu diesem Zweck ging sie mit offenen Augen durch ihre Heimatstadt und begann sämtliche Geschäfte, deren Angebote, Bedienung, Sonderleistungen usw. zu testen und aufzuschreiben.

Das Ergebnis dieser Aktion wurde gesammelt, geordnet, schließlich sauber mit der Maschine geschrieben und zu einer gedruckten Broschüre zusammengefasst. Nach Fertigstellung konnte man dann in alphabetischer Reihenfolge nachlesen, wer zum Beispiel in der Stadt die leckersten Pizzas verkauft, die besten Polster- und Lederstühle aufbereitet, preiswerte Tapeten oder gar spezielle Hilfsmittel liefert.

Den so produzierten "Handtaschen-Ratgeber" verkaufte die junge Dame für einen Dollar das Stück an belebten Plätzen der Stadt, an Eisenbahn- und Busbahnhöfen, in Hotelvorhallen, vor Kaufhäusern und an anderen Zentren ihres Heimatortes. Nach kurzer Zeit war die erste Auflage von 10.000 Stück verkauft.

Das brachte zwar ein schönes Stück Geld, doch richtig los ging der Verdienst erst, als sie Geschäftsleute für eine Insertion in ihrem Ratgeber gewinnen konnte. Nach verschiedenen Besuchen bei geeigneten Unternehmen kamen 250 Inserate zusammen, die im Durchschnitt 50 Dollar pro Stück brachten. Das ergab die runde Summe von 12.500 Dollar.

Der Verkaufserlös deckte die Druckkosten weitgehend ab und liess darüber hinaus einen netten Gewinn übrig, so dass die zweite Auflage des inzwischen erweiterten "Handtaschen-Ratgebers" annähernd 15.000 Dollar Verdienst brachte.

Nach diesen guten Anfangserfolgen reiste die clevere Hausfrau nach New York, Boston, Washington und in andere Grosstädte der USA, warb Mitarbeiterinnen für den Verkauf und ist heute ganz dick im Geschäft.

Bei diesen drei Beispielen handelte es sich aus schliesslich um Frauen, die mit eigenen Schriftwerken zum grossen Geld kamen. Doch selbstverständlich können Männer in diesem Metier ebenso erfolgreich sein, wie sich beim Studium der einzelnen Entwicklungen herausstellte.

Warum die schriftlichen Ratgeber so begehrt sind

Jährlich werden auf der Frankfurter Buchmesse von mehr als 5000 Ausstellern allein über 50.000 Neuerscheinungen vorgestellt. Dabei macht diese Zahl der Aussteller nur einen Bruchteil der tatsächlich existierenden Buchverlage aus. Die Zahl der auf Käufer wartenden Bücher geht in die Millionen.

Man sollte meinen, dass angesichts einer so überwältigenden Fülle von bedrucktem Papier die kleinen Ratgeber-Schriften überhaupt keine Chancen hätten.

Doch das Gegenteil ist richtig! In vielen Fällen enthalten nämlich die kurzgefassten und leicht verständlichen Helfer in allen Lebenslagen, obwohl sie für nur einige Mark angeboten werden, mehr nützliche Informationen als dicke Bücher, bei denen lediglich auf "Füllmaterial" Wert gelegt wurde.

Zwar kann man sich die kleinen Broschüren oder Guides nicht in den Bücherschrank stellen, aber für den Preis, den ein Buch kostet, bekommt man mitunter 3 bis 5 dieser wertvollen Info-Schriften.

Es kommt eben auf den Inhalt an und nicht so sehr auf die repräsentative Aufmachung. Besonders in einer Zeit mit "Spartrend", wie wir sie gegenwärtig wieder einmal nach den fetten Jahren erleben, findet diese Art Literatur eine grosse Zahl von Interessenten. Grund genug, sich seiner eigenen Fähigkeiten zu erinnern und sie einem breiteren Leserpublikum zugänglich zu machen.

Wie man bestellverdächtige Info-Themen findet

Bevor Sie sich nun in die aufgezeigte Marktlücke stürzen und Ihrerseits eine schwunghafte Produktion ins Leben rufen, sollten Sie sich Klarheit darüber verschaffen, wie das Thema aussehen soll, über das Sie zu schreiben gedenken.

Es wäre zum Beispiel wenig sinnvoll, teure Druckaufträge für Abhandlungen zu vergeben, die es erstens schon gibt und die zweitens in jedem Eckladen als billige Taschenbuch-Ausgabe zu haben sind.

Erfolgreich wird die Sache erst dann, wenn Sie

- a) ein neues und trotzdem interessantes Thema gefunden haben und
- b) Ihre Produkte im Versand anbieten.

Selbstverständlich ist es wohl, dass Sie über das Gebiet, worüber Sie zu schreiben gedenken, Bescheid wissen, spezielle Informationen liefern können und etwas anzubieten haben, was es so noch nicht gibt.

Dazu bedarf es oft einer längeren Vorbereitung. Spezielle Informationen sind keine Sache, die man sich so einfach "aus dem Ärmel" schütteln kann. Sammeln Sie deshalb alles, was für ein von Ihnen geplantes Informationswerk interessant sein könnte.

Legen Sie sich eine Zeitungsausschnitt-Kartei zu, indem Sie die verwertbaren Artikel, Ausschnitte und Informationen schön säuberlich auf DIN A4-Bogen kleben, mit den Namen der Publikationen und dem Erscheinungsdatum versehen und dann in einem Ordner, nach Themen unterteilt, ablegen.

Haben Sie dann im Laufe der Zeit eine grössere Anzahl von Informationen gesammelt, beginnen Sie, sie zu ordnen, auf ihre Verwendbarkeit hin zu überprüfen und in Form eines Spezialreports zusammenzufassen.

Neben deutschsprachigen Publikationen sollten Sie möglichst auch fremdsprachliche Blätter mit in Ihre Sammelbemühungen einbeziehen, so dass Sie schliesslich auch über Informationen verfügen, die es auf dem deutschen Markt noch nicht gibt.

Sehr ergiebig sind in dieser Hinsicht Zeitschriften und Magazine aus dem englisch-sprachigen Raum, und das besonders aus den USA. Grundkenntnisse der englischen Sprache sind also mitunter Gold wert.

Über welche Themen Sie Ratgeber zusammenstellen sollen? Das hängt in erster Linie von Ihren Interessen, von Ihrer Betrachtungsweise und von Nachforschungen ab, die Sie vielleicht im Stillen angestellt haben.

Am beliebtesten sind in erster Linie immer Hinweise, die anderen Menschen dazu verhelfen, neben- oder hauptberuflich Geld zu verdienen, zu sparen oder gut anzulegen. Selbst wenn sich eine Hausfrau an ihren zehn Fingern abzählen kann, dass sie mit ein bis zwei Stunden Schreibarbeit am Tag keine goldenen Berge verdienen kann, schreiben ständig ganze Heere nebenverdienstsuchender Frauen auf ominöse Angebote.

Hier nun gilt es - wenn schon Nebenverdienstmöglichkeiten aufgezeigt werden sollen - nur ganz reelle Chancen und seriöse Arbeiten vorzustellen, bei denen die betreffenden Personen auch wirklich etwas verdienen können.

Adressenverzeichnisse von Firmen, die tatsächlich reelle und lohnende Schreibarbeiten vergeben, wären also ein echter Bestseller. Leider sind solche Schreibangebote sehr selten. Am besten sind da noch die Arbeiten, die der Nebenverdienstsuchende "selbständig" ausführen kann, um sich dadurch eine nebenberufliche Existenz aufzubauen.

Denken Sie immer daran: Nur Seriosität zahlt sich aus.

Leider ist das Nebenverdienstgeschäft etwas durch "Kauttionen-Schinder" in Misskredit gekommen, d.h. durch Firmen, die für die Vergabe von angeblich gutbezahlten Arbeiten vom Schreibtisch aus hohe Kauttionen kassieren, während die geleistete Arbeit später dann entweder gar nicht oder zu gering honoriert wird.

Gute Erfolge erzielte ein Geschäftsmann damit, dass er den Werbe- und PR-Abteilungen anderer Firmen eine Sammlung der erfolgreichsten Verkaufsbriefe anbot. Fast jeder zweite Betrieb interessierte sich für dieses Werk und bestellte ein Exemplar davon.

Solche Werbebriefe können aus eigener Praxis stammen oder in Zusammenarbeit mit einem guten Freund aus der Werbebranche zustande kommen. Nach Rücksprache mit leitenden Angestellten bekannter Unternehmen wird der eine oder andere Manager sicher auch bereit sein, bei einer solchen Zusammenstellung mitzuwirken.

"Stopp dem Ladendiebstahl"

Unter diesem Titel brachte ein junger Mann seine Gedanken über Möglichkeiten zu Papier, wie man mit einfachen Mitteln und Massnahmen Kunden und Personal am "kostenlosen"

Einkauf hindert. Die Geschäftsleute seiner Stadt und anderer Orte waren ganz verrückt nach diesem Ratgeber.

Bedenkt man, dass dieses Problem auch in unserem Land vielen Geschäften und Kaufhäusern zu schaffen macht, kann ein solches Informationswerk sicher gute Verkaufschancen haben.

Freizeit- und Beschäftigungsführer für Pensionäre.

Ärzte, Angehörige und Mitmenschen stellen es immer wieder fest: Wird ein Mensch, der 50 Jahre lang seine Arbeit im gleichen Trott und Rhythmus versehen hat, plötzlich Pensionär, weiss er oftmals nichts mit sich selbst und seiner Freizeit anzufangen. Er wird miesepetrig, fühlt sich unausgefüllt und fällt den Leuten auf gut deutsch auf den Wecker.

Hier sollten Sie einmal all die Möglichkeiten zusammenstellen, die alte Menschen haben, um sich nützlich zu machen, sich fit zu halten und die Altershürde etwas zu überspringen. Mit offenen Augen lässt sich über dieses Thema viel Material sammeln und nutzbringend anwenden. Verschiedene psychologische Aspekte finden Sie ausserdem in jeder guten Stadt- oder Gemeindebibliothek.

Report "Wie man besser schlafen kann".

Nicht-Schlafen-Können ist eine unserer Zeitkrankheiten.

Die Methoden dagegen reichen von der obligatorischen Schlaftablette bis zum "Schäfchen zählen".

Stellen Sie alle Ihnen bekannten Einschlaf-tips, Kräutertees und Naturmittel zur Schlafförderung zusammen und bieten Sie diese Sammlung als Spezial-Report an. Es gibt unzählige Menschen, die nach einer solchen Rezept-Kollektion greifen.

Ebenso begehrt sind Reports, die die besten Methoden zum Schlankwerden, zur Raucherentwöhnung und zur Eindämmung des Alkoholkonsums enthalten.

Selbst wenn Sie kein medizinisch geschulter Mensch, kein Psychologe oder Chemiker sind, können Sie durch das Sammeln der Ihnen bekannten Hilfsmittel und Kuren vielen Menschen neuen Lebensmut vermitteln und sich selbst einen guten Verdienst schaffen.

So wurde vor Jahren in den USA ein "Ratgeber gegen schlechte Angewohnheiten" zu einem echten Bestseller. Der Autor gab nicht nur gute Tips gegen das Rauchen, Trinken oder übermässiges Essen, sondern auch gegen solche Gewohnheiten wie Priemen, Augenzwinkern, Stottern und zu langes Schlafen. Es gibt eine Unmenge dieser fest eingefahrenen Unarten, die sich Menschen aus allen Schichten gern abgewöhnen würden, wenn sie nur wüssten wie.

Vielleicht können Sie ihnen dabei helfen, ohne sich auf eine Garantie festzulegen. Bieten Sie lediglich die Ihnen bekanntgewordenen Methoden gegen diese verschiedenen schlechten Angewohnheiten an (eventuell mit Quellenangaben, wenn es sich um Publikationen oder Bücher handelt) und verweisen Sie ansonsten auf die entsprechende Fachliteratur.

Reparatur-Lehrgänge

Sicher besitzen auch Sie eine Fähigkeit, etwas herzustellen, künstlerisch oder handwerklich zu gestalten, was einem anderen Menschen nicht gegeben ist. Ob Sie den Leuten Hinweise erteilen können, wie man Elektrogeräte repariert, Häuser ohne fremde Hilfe renoviert oder ein Klavier stimmt, immer wird es Personen geben, die diese Informationen zu ihrem Nutzen verwenden können und dafür zu zahlen bereit sind.

Was muss man beim Abhobeln einer klemmenden Tür beachten, was beim Kacheln einer Küchenwand? Heimwerkerbücher gibt es viele und für mancherlei Dinge, aber nicht jeder liest gern dicke Wälzer, wenn er zu einem günstigen Preis ganz speziell die Anleitung finden kann, die er gerade benötigt.

Dabei wird Ihnen folgende Erkenntnis sehr nützlich sein: Wenn Sie ein Buch verkaufen wollen, das bis zum Rand mit wertvollen Informationen gespickt ist und dafür beispielsweise 50 Mark verlangen, wird manch ein Interessent meinen, dass das aber ein "stolzer Preis" sei.

Gehen Sie indessen hin und verkaufen ihm die in dem Buch aufgeführten Tips und Ratschläge einzeln oder in kleinen Zusammenstellungen zu einem Preis von 3 bis 5 Mark das Stück, hat der Leser das Gefühl, nicht das ganze Buch kaufen zu müssen und sich die ihm zusagenden Themen auswählen zu können, was natürlich auch stimmt.

Im Endeffekt zahlt er jedoch möglicherweise für die Hälfte der ausgewählten Einzeltitel bereits ebensoviel wie sonst für das ganze Buch. Trotzdem ziehen viele Leute den Kauf nach freier Wahl einem Sammelwerk als Buch vor. Natürlich wird man bei solchen Kleinreporten eine gewisse Mindestabnahme von 10 oder 20 Titeln fordern müssen (je nach Umfang des Angebots), um die Kosten für Versand, Bearbeitung usw. abzudecken.

Herstellungsrezepte aller Art

- Wie mixt man eine "kalte Ente", einen richtigen Punsch oder Magenbitter-Kräuterlikör nach Art des Hauses?

- Welche Mixgetränke kann man überhaupt herstellen?

- Welches sind die Zutaten?

Unter der Überschrift "Partygetränke" liesse sich da eine ganze Menge zusammenstellen. Eine Broschüre, schön geheftet und mit einem netten Titelbild versehen, könnte allen Weinhändlern und Spirituosenproduzenten als kleiner Geschenkartikel für ihre Kunden angeboten werden.

Ein Bestseller wurde über Nacht in den USA eine Broschüre, die den Leuten erklärt, wie man Wein macht. Das könnte man vielleicht auch in Fachbüchern nachlesen, aber nein - man kauft

die kleine Broschüre für 1 Dollar und freut sich am Probieren. Mir sind ältere Damen und Hausmütter bekannt, die vorzügliche Rezepte für die Herstellung von Marzipan, Kranzkuchen, Salzgurken und Spezial-Speiseeis besitzen.

Eine andere Hausfrau versteht ausgezeichnet, kalte Büfets anzurichten, so dass man sie stets bei Festlichkeiten einlädt, damit sie dort, gegen Entgelt, ihre Kunst vorstellt. Wer sich nur einmal die Mühe macht, darüber nachzudenken, findet unzählige Interessen und Bedürfnisse seiner Mitmenschen, die er für sich in klingende Münze umsetzen kann.

Erfolgsrezepte grosser Männer und Frauen

Als der bekannte Erfolgsautor Napoleon Hill von dem Grossindustriellen Andrew Carnegie den Auftrag erhielt, ein Buch über die besten Erfolgsmethoden der Grossen im Lande zu schreiben, befragte er nicht weniger als 500 Millionäre.

Das Resultat dieser längjährigen Arbeit war das auch in Deutschland erhältliche Buch "Denke nach und werde reich! " Unter dem Titel "So verdient man Millionen" schrieb der deutsche Autor Bernd Loosen ein ähnliches Buch, das sich mit den Entwicklungsgeschichten deutscher Wirtschafts-grössen wie Grundig, Neckermann, Jahn, Arzberger u.a. befasste. Leider ist dieses Buch inzwischen vergriffen und nicht wieder neu aufgelegt worden.

In den vergangenen Jahren sind neue Erfolgskanonen nachgewachsen, und jeder dieser Menschen hat sich auf seine Weise nach oben gearbeitet. Haben Sie den Mut, die "oberen Zehntausend" einmal nach ihren Erfolgsgeheimnissen zu befragen?

Schauen Sie in Ihrer Stadtbibliothek nach und suchen Sie sich das deutsche "Who is who?" heraus, dort finden Sie dann die genauen Daten und Anschriften der von Ihnen gesuchten Personen.

Lassen Sie sich bei einem Besuch oder schriftlich kleine Zusammenstellungen der Erfolgslaufbahnen geben und fügen Sie daraus Berichte zusammen, die sorgfältig aufgeschrieben und etwas ausgearbeitet einem grösseren Leserkreis zugänglich gemacht werden können.

Ratgeber für Witwer und Junggesellen

Wenn eine Frau ohne Partner durchs Leben gehen muss, weiss sie sich in punkto Haushaltsführung immer sehr gut allein zu helfen. Anders ist das jedoch meistens bei den "Herren der Schöpfung".

Solange eine liebende Gattin das Regiment führt, kann man sich vor dem Abwasch, dem Einkauf und der grossen Wäsche herumdrücken; wie ist es aber, wenn es einmal hart auf hart kommt?

Da wäre so ein kleiner "Helfer für Alleinstehende" mit Koch-, Flick-, Putz und Kindererziehung-Tips, mit verschiedenen Tricks für sparsames Wirtschaften und den Einkauf eine willkommene Sache.

Mit etwas Augenmerk auf diesen Themenbereich lassen sich im Laufe der Zeit unzählige solcher Tips zusammenstellen und als einfaches Druckwerk zu einem akzeptablen Preis anbieten und verkaufen. Sicher wird auch manche Hausfrau danach greifen.

Was muss man bei Versicherungen beachten?

Unter diesem Titel können Versicherungsfachleute Versicherungsnehmern auch einmal spezielle Tips geben. Welche Versicherungen es gibt, wofür sie da sind und warum man sie unbedingt abschliessen soll, kann ihnen jeder einigermaßen reddegewandte Vertreter erzählen.

- Wie aber kommt man frühzeitig aus einem langfristigen Vertrag heraus?
- Was wird bei einem Glasschaden nicht bezahlt? Wann wird ein Feuerschaden reguliert, und
- warum ist ein Sengschaden kein Feuer- bzw. Brandschaden?
- Wie versichert man sein Kraftfahrzeug am produktivsten?

All diese Fragen werden in den üblichen Verkaufsgesprächen meistens nicht behandelt. Dabei würde einen Versicherungsnehmer das von allem am meisten interessieren. Grund genug vielleicht gerade für Sie, einen "Spezialführer für Versicherte" unter die Leute zu bringen.

Wir alle sollen und müssen ja wieder sparen, warum nicht auch durch die richtige, kostengünstige Versicherung?

Kuriositätenführer Ihrer Stadt

Im Hoffmann und Campe-Verlag, Hamburg, ist vor einiger Zeit ein Buch von Jörg von Uthmann erschienen. Es trägt den Titel "Es steht ein Wirtshaus an der Lahn" und wird als kurioser Reiseführer für Individualisten bezeichnet. Der Werbeprospekt wirft die Fragen auf:

- Wussten Sie, dass der Kölner Dom eine Hausnummer hat?
- Haben Sie schon einmal das Grab des Deutschen Michel besucht?
- Wussten Sie, wo die Mühle von Max und Moritz steht?

Deutschlands älteste Würstchenbude sowie die einzige Bedürfnisanstalt der Welt, die unter Denkmalschutz steht, und 300 weitere solcher ungewöhnlichen Sehenswürdigkeiten, die man

in normalen Reiseführern vergeblich sucht, finden sich in diesem Buch. Es kostet 28,- DM und sollte in jeder grösseren Buchhandlung zu haben sein.

Doch bereits vor Jahren habe ich selbst eine ähnliche Kuriositätensammlung zusammengestellt, und Sie könnten etwas Ähnliches tun. Testen Sie sich selbst einmal, ob Sie folgende Fragen mit "Ja" beantworten können:

Wissen sie ...

- wo man 150 der schönsten Buddelschiffe (Flaschenschiffe) besichtigen kann?
- wo die aus 28 Millionen Legosteinen zusammengebaute Mini-Stadt liegt?
- wo man in einer Gaststätte Bier aus 26 Ländern und 106 Brauereien bekommt?
- wo es eine 1,70 m lange Riesenzigarre zu bewundern gibt?
- wo man ein Vogelstimmen-Wunschkonzert hören kann?
- wo das Haus steht, in dem das Kartenspiel "66" erfunden wurde?
- wo der grösste Naturweihnachtsbaum Deutschlands mit 400 Lichtern steht?
- wo die längste Rutschbahn der Welt mit 780 Metern Länge zu finden ist?
- wo zur Reisezeit noch regelmässig Postkutschen verkehren?
- wo ein Brunnen zu bestimmten Zeiten an alle Durstigen Freibier abgibt?
- wo das grösste Weinfest der Welt gefeiert wird?
- wo 30 römische Prachtbauten masstabgetreu aus Kork nachgebildet wurden?
- wo alljährlich die längsten Bärte prämiert werden?
- wo man an einem Stadttor nach 22.00 Uhr 10 Pfennig Passage zahlen muss?
- wo die schönste Blumenuhr Deutschlands zu finden ist?

- wo sich das einzige Papstgrab auf deutschem Boden befindet?
- wo man eine Weinkarte mit 500 verschiedenen Weinen bekommt?
- wo das kleinste Haus Deutschlands steht?
- wo alljährlich eine Kirschenkönigin gewählt wird?
- wo der höchste Mammutbaum Europas steht?
- wo Deutschlands "Schiefer Turm" steht?

Sicher werden Ihnen einige der aufgeführten Touristen-Attraktionen auch unbekannt sein. Andererseits kennen Sie bestimmt in Ihrer Wohngegend oder in Ihnen geläufigen Gebieten Sehenswürdigkeiten, die es aufzuschreiben und vorzustellen lohnt.

Aus Österreich zum Beispiel gibt es eine ähnliche Kuriositäten-Sammlung für Touristen. So findet man dort unter anderem ...

- ...eine Gaststätte, in der Besucher durch einen Affen als Oberkellner begrüßt werden,
- ...ein Denkmal für den Pantoffelhelden,
- ...ein Museum in einem Champagner-Keller,
- ...die merkwürdigste Porzellansammlung der Welt,
- ...den saubersten Ort Niederösterreichs,
- ...den Ort, wo der Waffenschmied des Heiligen Vaters wohnt,
- ...die berühmten "Brot-Madonnen",
- ...ein österreichisches Korallenriff,
- ...eine Madonna mit sechs Fingern,
- ...eine Stadt, die unter der Erde grösser ist als über der Erde,
- ...eine Wildsau im Tanzsaal,
- ...eine Gaststätte, die ein Diner gemeinsam mit einer Löwin anbietet,
- ...eine gemeinsame Bademöglichkeit mit einem Krokodil,

...eine sogenannte "Teufel"-Kirche,
...ein Vogelmuseum mit über 100 auf Tonband aufgenommenen
Vogelstimmen,
...die Möglichkeit, eine echte "Schwarze Messe"
mitzuerleben,
...ein Filmmuseum mit Vorführung alter und uralter Filme,
...eine Ruinen-Safari,
...eine Wallfahrt mit der ältesten E-Lok der Welt,
...eine Gelegenheit zum Urlaub in einem Spuk-Schloss,
...den Ort, wo die Wiege Österreichs stand,
...der Welt einzigen Alpen-Golfplatz,
...die berühmten "Nonnen-Gespenster" mit ihrem Ächzen,
...den Ort, wo das berühmte Backhendlschiessen stattfindet,
...den begehrten Blauen Enzian auf einem Acker,
...die schönsten Rosen Österreichs,

...eine Gelegenheit, ohne Visum durch den "Eisernen
Vorhang" zu fahren,
...eine Sommerski-Abfahrt,
.....und manches andere mehr.

In einem Stadt-Kuriositätenführer können auch billige Einkaufsquellen, Zimmertheater und andere lohnende Nebensächlichkeiten, die man in den offiziellen Reiseführern nicht findet, enthalten sein.

Zur Finanzierung der Druckkosten empfiehlt es sich, auch einmal Geschäftsleute anzusprechen und sie für eine bezahlte Insertion in Ihrem Blatt zu gewinnen.

Der Beamte, dein Freund und Helfer

Ein dummes Titel? Mitnichten! Gemeckert und gewitzelt wird ja mehr als genug über die verschiedensten Arten von "Schreibtischtätern" mit den Bürokratenmanieren. Wie wäre es,

wenn Sie einmal positive Erlebnisse mit Beamten sammeln und als Lektüre anbieten?

Da hat vielleicht eine Polizeiabteilung gesammelt und einem kranken Kind den Flug in eine Spezialklinik ermöglicht, eine Schalterbeamtin der Post einer alten Frau beim Packen eines Paketes geholfen oder gar ein Finanzbeamter durch besondere Hilfsbereitschaft einem "Kunden" die Scheu vor dem Staatsapparat genommen.

Gesammelt und aufgeschrieben ergibt das ein nettes Büchlein, das bestimmt jeder zweite Beamte kauft und das sich gar in Behörden-Büros als Werbegeschenk für Besucher eignet. Grossabnahmen wären da so gut wie gewährleistet.

Umgang mit Gastarbeitern

Zuerst haben wir sie für verschiedene Arbeiten ins Land geholt, doch jetzt sind sie uns oft eine Last: die Gastarbeiter aus Griechenland, Jugoslawien, Italien und der Türkei. Doch entstand nicht oftmals Spannung durch Vorurteile auf beiden Seiten?

Wer sich ehrlich um Verständnis bemüht, wird manche Berührungspunkte finden, die trotz anderer Gewohnheiten, der anderen Mentalität und anderen Auffassungen zu Gemeinsamkeiten führen.

Nur wer schon in der Fremde lebte, wird manches sonst schwer Fassbare verstehen können. Einige positive Erlebnisse mit Gastarbeitern können eine solche Darstellung abrunden und ein objektives Bild von jenen Menschen zeichnen, die oft auch lieber daheim wären.

Sicher werden gerade in den Kreisen der Ausländer solche Zusammenstellungen ein positives Echo finden, zumal wenn sie damit dann den anderen Leuten sagen können: "Seht her, wir sind gar nicht so, wie man uns immer darzustellen versucht!"

Es liessen sich noch viele Anregungen für eigene Informationsschriften und Ratgeber finden, doch würde das wohl den Rahmen dieser Zusammenstellung sprengen.

Schauen Sie sich doch bitte selbst einmal um und suchen Sie ganz gezielt und bewusst nach Themen, die sich für fremde Leser interessant gestalten lassen.

Fangen Sie einfach einmal an zu schreiben. Wenn es mit der Rechtschreibung und dem Satzbau noch etwas hapert, kann man sich bei der Volkshochschule ja zunächst zu einem Deutsch-Kursus und anschliessendem Schriftsteller-Kursus anmelden.

Grundsätzlich ist aber zu sagen, dass jeder, der für andere Menschen schreiben will, auch seinen eigenen Stil entwickeln sollte. Nachahmungen anderer, und wenn sie noch so gut sind, bleiben Nachahmungen. Nur Sie allein sind wirklich - Sie selbst!

Ein Wort zu den Herstellungskosten

Richtige Bücher drucken zu lassen kostet eine Menge Geld. Bereits für eine 100 bis 150 Seiten starke Paperback-Broschüre müssen Sie mit Kosten zwischen 4000 und 6000 Mark je 1000 Exemplare rechnen. In diesem Preis sind der Foto-Satz, Papier und Druckkosten enthalten. Manche Drucker machen es etwas billiger und schludern hier und da, andere wieder arbeiten zwar akkurat, sind aber dementsprechend teurer.

Versuchen Sie einen Betrieb zu finden, der sorgfältig arbeitet und trotzdem preiswert ist. Allerdings: Geschenkt bekommen Sie nirgends etwas, und die Drucker wollen ja schliesslich auch leben.

Bieten Sie - wo immer es sich machen lässt - gegen einen entsprechenden Preisnachlass an, Insertion für den Drucker mit in das Druckwerk aufzunehmen (auf der letzten Seite). Viele Firmen nehmen die Gelegenheit einer preisgünstigen Werbung wahr, und Ihnen ist auch geholfen.

Wo Sie Reporte verfassen, die nicht unbedingt einen Schönheitswettbewerb gewinnen sollen, können Sie diese in sauberen Kunststoffordnern abheften und als Sammelmappe anbieten.

In allen Städten gibt es heute sogenannte "Kopier-Center", bei denen man Kleinauflagen auf Normalpapier verhältnismässig preisgünstig herstellen lassen kann.

Zu Anfang sollten Sie sich auch überlegen, ob Sie sich für ein Jahr einen leistungsstarken Normalpapier-Kopierer per Leasing hinstellen lassen. Hiermit können Sie Kleinauflagen Ihrer Reporte zunächst als Loseblatt-Titel erstellen und zusammenheften.

Beginnt der Verkauf zu florieren, kommen Sie um die Wahl nicht herum, entweder einen Druckereibetrieb mit dem Druck zu betrauen oder sich ein eigenes Druckgerät zuzulegen. Dabei müssen Sie klären, ob Sie einen solchen Offset-Tischdrucker mieten, per Ratenkauf erwerben oder gebraucht anschaffen wollen. Fast jede Firma, die diese Geräte verkauft, hat auch gebrauchte, generalüberholte und mit Fabrikgarantie versehene Maschinen zum ermässigten Preis vorrätig.

Mancher Verlagsunternehmer, dem Sie es heute gar nicht mehr ansehen, hat auch einmal so angefangen.

Verkauf von Fremd-Reporten

Es ist eindeutig erwiesen, dass Sie an den Ratgeber-Reporten, die Sie sich selbst herstellen lassen, am meisten verdienen können. Selbst wenn die Anfangsinvestitionen oft nicht unerheblich sind, werden Sie nach einiger Zeit feststellen, dass sich - bei einem einigermassen gängigen Thema - diese Geldanlage sehr bald amortisiert und sich gute Gewinne einstellen.

Trotzdem können Sie es natürlich auch einmal mit Literatur aus anderen Verlagen versuchen. Die Angebote sind unterschiedlich, doch bei bestimmten Büchern und Broschüren besteht zweifellos eine grosse Nachfrage, so dass Sie - nach Aufbau eines entsprechenden

Kundenstamms - entweder ganz auf Fremdangebote einsteigen oder diese mit eigenen Produkten zusammen offerieren können.

Nachfolgende Verlage bieten Wiederverkäufern mit Gewerbe-nachweis interessante Literatur, die sich sehr gut per Versand absetzen lässt:

Ulrich Verlag KG
Hindenburgstr. 33, 94469 Deggendorf
(Erfolgsbücher aller Art, Kurse zur Persönlichkeits-entfaltung, Kassetten-Programme, Ratgeber in verschiedenen Preislagen)

Econ Verlag GmbH
Grupellostr. 28, Postfach 9229, 40210 Düsseldorf
(Erfolgs-, Fach- und Sachbücher für alle Lebensbereiche)

Falken-Verlag E. Sicker KG
Schöne Aussicht 21, Postfach 1120, 67822 Niedernhausen
(Ratgeber-Broschüren und Kleinbücher in grosser Auswahl und für viele Fach- und Sachgebiete, Hobby-Helfer usw.)

Moderne Verlags GmbH (MVG), Wolfgang Dummer & Co.
Postfach 334, 86899 Landsberg
("mi"-Bücher, Ratgeber für den Geschäftsmann)

Rudolph'sche Verlagsbuchhandlung
88131 Lindau am Bodensee
(Ratgeber-Serien für Lebensgestaltung und Erfolg, Talisman-Bücherei)

Aurum Verlag GmbH & Co KG
Erwinstr. 60, 79102 Freiburg
(Ratgeber, Erfolgsbücher, esoterische Literatur)

Scherz-Verlag GmbH
Stievestr. 9, 80638 München
(Erfolgsbücher aller Art, auch übersinnliche Themenbereiche)

Lichtenberg Verlag
Leopoldstr. 54, 80636 München
(Erfolgsbücher, Ratgeber verschiedener Art)

F.A. Herbig Verlag
Hubertusstr. 4, 80639 München
(Ratgeber für kluge Rechner)

Verlag Frank J. Wunderle
Alpispitzstr. 45, 82319 Starnberg
(Ratgeber für Geldanlagen)

Taylorix Fachverlag
Rotebühlstr. 72, Postfach 829, 70178 Stuttgart
(Ratgeber-Taschenbücher)

Ritter Verlag GmbH
Seefeldstr. 23, Postfach 1221, 82211 Herrsching
(Lebenshilfebücher und Ratgeber aller Art)

Verlag Neue Wirtschaftsbriefe GmbH
Eschstr. 16-22, Postfach 1620, 44629 Herne
(Info-Schriften über Steuer und Wirtschaft)

Gustav Fischer Verlag
Wollgarsweg 49, Postfach 720 143, 70599 Stuttgart

(Hand- und Lehrbücher, UTB-Taschenbücher)

Verlag W. Girardet
Girardetstr. 2-36, Postfach 9, 45131 Essen
(Infowerke für Werbung und Wirtschaft)

Corvus Verlag
Kurfürstendamm 157, Postfach 311 120, 10709 Berlin
(Populäre Sachbücher, Nachschlagewerke, Handbücher, Ratgeberwerke)

Ferd. Dümmler's Verlag
Kaiserstr. 31/37, Dümmlerhaus, Postfach 1480, 53113 Bonn
(Sachbücher und Nachschlagewerke für alle Wissensgebiete)

C.E. Poeschel Verlag GmbH
Kernerstr. 43, Postfach 529, 70182 Stuttgart
(Bücher über Wirtschaft, Geld-, Bank- und Börsenwesen)

Fritz Knapp Verlag

Neue Mainzer Str. 60, 60311 Frankfurt
(Fachbücher für Geld-, Bank- und Börsenwesen)

Verlagsgesellschaft Recht und Wirtschaft mbH
Häusserstr. 14, 69115 Heidelberg
(Ratgeber für Recht, Wirtschaft und geschäftlichen Erfolg)

Deutscher Betriebswirte-Verlag GmbH
Bleichstr. 20-22, Postfach 230, 76593 Gernsbach
(Bücher und Schriften über Management und Marketing)

Falls Sie auch fremdsprachliche Auslands-Literatur - zum Beispiel englischsprachige Reporte und Ratgeber - mit in Ihr Programm einbeziehen wollen, nachfolgend noch einige Adressen von Verlagen mit interessanten Angeboten:

American Unifax Inc.

95 Madison Ave., New York, NY 10016, USA
(Erfolgsliteratur und Ratgeberwerke in englischer Sprache)

Success Unlimited
401 North Wabash, Chicago, Illinois 60611, USA
(Erfolgsbücher der amerikanischen Literatur-Szene in englischer Sprache)

Rutward Publications
P.O. Box 471, Georgetown, Conn. 06829, USA
(24 verschiedene "Manuals" und "Guides" für Versandfirmen)

H.K. Simon Co., Inc.
1280 Saw Mill River Rd., Yonkers, NY 10710, USA
(10 verschiedene Ratgeber für Handel und Erfolg)

Cossman Programs
P.O. Box 22163, Tampa, Florida 33622, USA
(Selbsthilfebücher und Ratgeber für jeden Bedarf. 28 Titel)

Popular Mechanics Press
224 West 57th Street, New York, NY 10001, USA
(Do-it-yourself Ratgeber. Über 300 Titel für Heimwerker und Hausbesitzer)

Business Reports
P.O. Box 1297, Cambell, California 95008, USA
(25 verschiedene "How-to-do-Books". Grosses Angebot für Wiederverkäufer)

Publishers Central Bureau
1 Champion Ave., Avenel, NJ 07131, USA
(Grosse Auswahl an Ratgebern für Geschäftsleute und Erfolg)

William Morrow & Co.
105 Madison Ave., New York, NY 10016, USA
(Hobby- und Heimwerker-Anleitungen, Reporte usw.)

Besonders von US-Firmen werden oft sehr lohnende Rabatte für Wiederverkäufer geboten.

Sollten Sie also Interesse an dem Vertrieb der einzelnen Werke haben, schreiben Sie einen Brief (mit Ihrem gedruckten Briefkopf) an die jeweils angegebenen Adressen.

Der Text könnte etwa wie folgt aussehen:

Ihr gedruckter Briefkopf
Name, Anschrift, Telefon

Datum:

Dear Sirs,

We are interested in sale of your books, reports, manuals and publications in our country.

Please send us a copy of your catalogue, together with pricelists, conditions for purchase and postage etc.

Thank you in advance!

Yours sincerely
Unterschrift

Übersetzung:

Sehr geehrte Damen und Herren.

Wir interessieren uns für den Verkauf Ihrer Bücher, Reports, Info-Werke und Publikationen in unserem Land.

Bitte senden Sie uns ein Exemplar Ihres Angebotskatalogs, zusammen mit Preislisten, Einkaufs- und Versandkonditionen usw..

Vielen Dank im voraus!

Mit freundlichen Grüßen
Unterschrift

So bringen Sie Ihre Druckwerke unter die Leute

Sie können noch so günstig eingekauft haben, wenn sich die Artikel nicht absetzen lassen, Sie also darauf sitzenbleiben, wird die Sache ein Schlag ins Wasser.

Bevor Sie also anfangen, eigene oder fremde Ratgeber-Reports zu verkaufen, bleibt die Frage zu klären, wie man die Schriftwerke verkaufen soll. Da sich die meisten der aufgezeigten

Produkte am besten im Versandhandel anbieten lassen, sollten Sie sich mit einigen Werbemöglichkeiten vertraut machen (siehe auch unseren Report: "So wird man erfolgreicher Versandunternehmer")

Testen Sie zunächst kleine Anzeigen in Wochen- oder Handelszeitschriften. Weisen Sie auf ein ganz bestimmtes, möglichst erfolgversprechendes Werk aus Ihrem Angebot hin. Verwenden Sie bei ersten Tests nicht mehr Text als unbedingt nötig und machen Sie die Leute zunächst neugierig.

Für eine Direktwerbung können Sie auch Buchkäuferadressen von Adressenverlagen oder nicht konkurrierenden Buchverlagen mieten. An diese Anschriften sollten Sie dann Ihr Prospektmaterial, auf dem Sie alle Angebote vermerkt haben, direkt senden. Allerdings dürfen die Resultate dieser Direktwerbeaktion nicht überschätzt werden. In der Regel antworten auf solche Erstzusendungen nicht mehr als 30 bis 50 Personen von 1000.

Im allgemeinen stellen Sie sich besser, wenn Sie in geeigneten Publikationen Kleinanzeigen aufgeben und dann die Anfragen mit Prospekten und weiteren Details über Ihre Angebote beantworten.

Haben Sie selbst Ratgeber-Broschüren, Adressen- und Einkaufsführer herausgebracht, lässt sich der Absatz nach und nach dadurch erhöhen, dass Sie Wiederverkäufer einsetzen. Diese Wiederverkäufer, die wie Sie ein Gewerbe angemeldet haben sollten, erhalten dann auf den Endpreis 30, 40 oder 50 Prozent Rabatt.

Dabei hat sich besonders ein System bewährt, nach dem denjenigen Firmen, die mit beispielsweise 30 Prozent Wiederverkaufsrabatt beginnen, nach und nach - je nach Umfang der erzielten Umsätze - höhere Rabattsätze gewährt werden, und das in dem Moment, wo sie einen bestimmten Umsatz überschreiten.

Mengenrabatte, ebenfalls nach Abnahme von 10, 50 oder 100 Exemplaren, können einen zusätzlichen Anreiz geben.

Interessierte Versand-Wiederverkäufer können sich nach Ihren Vorlagen eigene Prospekte herstellen lassen.

Vorgefertigte neutrale Angebotsdrucksachen sollten - zumindest am Anfang - möglichst nicht angeboten werden, da es immer wieder Firmen gibt, die zu leichtfertig mit den teuren Prospekten umgehen. Sobald eine Firma sich zwecks Wiederverkauf eigenes Material anfertigen muss, wird sie auch bestrebt sein, dieses Material zu verschicken. Lässt sie die Prospekte trotzdem unverschickt in einer Ecke liegen, ist es ihr eigenes Geld.

Versuchen Sie, Wiederverkäufer möglichst umgehend und prompt zu beliefern, da der schnelle Versand oft ein wichtiges Argument für eine fruchtbare Zusammenarbeit ist. Sobald ein Wiederverkäufer, der ja seine Kunden mit Ihrem Produkt beliefern will, selbst wochenlang auf die Ware warten muss, wird eine Zusammenarbeit illusorisch. Wer schnell liefert, weckt Vertrauen. Möglichst sollten auch telefonische Bestellungen aufgegeben werden können.

Oft lassen sich durch günstigen Einkauf auch Wiederverkäufer für Fremd-Reports einsetzen. So gewähren manche Firmen in Deutschland bis zu 60 Prozent Rabatt und einige in den USA sogar bis 70 und mehr Prozent. Wenn Sie davon 25 bis 30 Prozent an Wiederverkäufer abgeben, kann sich die Sache auch noch lohnen. Bei Bezug aus dem Ausland sollte jedoch der hohe Kostenfaktor für das Porto berücksichtigt werden.

Haben Sie einen Ratgeber oder Spezialreport für bestimmte Berufsgruppen (zum Beispiel Büroangestellte) herausgebracht, so kann es nützlich sein, ein Mitglied der Firmenleitung anzuschreiben und ihm den Wiederverkauf Ihrer Publikation anzutragen. Auf diese Weise kommen Sie einmal in eine Firma hinein und geniessen andererseits auch noch die Empfehlung von "oben".

Nach und nach lassen sich so richtige Vertriebsnetze auf- und ausbauen, über die schliesslich auch andere Produkte verkauft werden können. Ist erst einmal ein Anfang gemacht, läuft der Verkauf nachher fast wie von allein.

Ratgeber - antiquarisch

Auf dem Buchmarkt hat in den letzten Jahren das Geschäft mit der antiquarischen (also bereits gebrauchten) Literatur einen immer grösseren Raum eingenommen. Antiquariate schiessen wie Pilze aus dem Boden und erfreuen sich immer grösserer Beliebtheit.

Besonders auf dem Versandwege werden ganze Restposten, die von Verlagen aufgekauft wurden, unter dem Begriff "Modernes Antiquariat" angeboten. Hierbei handelt es sich sogar um verlagsneue Bücher, die lediglich wegen Lagerräumungen, oder weil der Titel bzw. die Titelseite geändert wurde, abgestossen werden.

Unter diesen Druckwerken befinden sich auch eine Reihe von Büchern und Broschüren, die sehr gut in ein Versandprogramm für Ratgeber-Literatur aufgenommen werden können.

Eine der grössten Firmen mit Angeboten des "Modernen Antiquariats" ist die Firma

Löwit GmbH
Sonnenberger Strasse 44, 65193 Wiesbaden.

Da auf die bereits bis zu 75% herabgesetzten Preise noch einmal zwischen 35 und 38 Prozent Wiederverkaufsrabatte kommen (je nach Mengenabnahme), kann das Geschäft mit einigen der dort angebotenen Produkte recht lukrativ sein.

Eine interessante Idee hatte eine Buchversandfirma in England, die nicht mehr benötigte Fernlehrgänge antiquarisch aufkaufte und ebenso antiquarisch wieder zum Verkauf anbot (mit entsprechendem Aufschlag, versteht sich).

Gegen eine solche An- und Verkaufsidee ist auch bei uns unseres Wissens nichts einzuwenden. Selbstverständlich dürfen die Lehrgänge nicht als neu angeboten oder gar nachgedruckt werden.

Da es in Deutschland weit über 100 Fernlehrinstitute gibt, werden sicher auch einige tausend Lehrgangsteilnehmer daran interessiert sein, etwas von den Lehrgangskosten zurückzubekommen, indem sie die nicht mehr benötigten Unterlagen antiquarisch absetzen.

Wegen der Rechtslage sollten Sie jedoch eine Auskunft beim Verband der Fernlehrinstitute einholen. Die zuständige Industrie- und Handelskammer hilft ebenfalls weiter.

Falls Sie ein Ladengeschäft besitzen und noch über etwas freien Raum verfügen, empfiehlt es sich, Taschenbücher - neu oder antiquarisch - in Ihr Verkaufsprogramm aufzunehmen und als Kundenmagneten zu günstigen Preisen anzubieten.

In den USA kennt man darüber hinaus die Methode des "Rack-Trading". Bei dieser Verkaufsform kommt man mit Laden-inhabern überein, dass man eine Verkaufskiste oder ein Regal mit den angebotenen Artikeln aufstellen darf.

Die "Racks" werden von Zeit zu Zeit aufgefüllt, während die Geschäftsinhaber wöchentlich oder monatlich die verkauften Produkte nach Abzug ihres Gewinns abrechnen.

Solche Spezial-"Racks" eignen sich auch vorzüglich zum Verkauf von Ratgeber-Büchern, Broschüren und antiquarischen Restposten. Schon bei 10 - 20 Geschäften, die zum Aufstellen der Regale oder Kisten bereit sind, kann ein ganz schöner Gewinn herauspringen, obwohl Sie selbst keinen eigenen Laden besitzen.

Andere Verkaufsplätze sind unter Umständen Flohmärkte, Stände in Fussgängerzonen und vor Universitäten usw..

Geeignete Literatur für den Wiederverkauf bekommen Sie erstens bei der oben erwähnten Firma Löwit GmbH oder durch eine Suchanzeige in Ihrer Lokalzeitung. Achten Sie jedoch darauf, dass Sie nichts zu teuer ankaufen, da sonst Ihr Gewinn gleich Null ist und Sie auf den Sachen sitzenbleiben.

Einige weitere Report-Ideen

Neuheiten-Anzeiger

Geschäftsleute leben davon, dass sie in ihren Verkaufsräumen oder per Versand möglichst immer wieder neue Produkte vorstellen können. Allerdings gibt es in Europa nicht mehr als ca. 5 Publikationen, die ihren Lesern und Abonnenten diese Neuheiten offerieren. Grund genug für Sie, einen solchen Wegweiser ins Leben zu rufen.

Schreiben Sie Herstellerfirmen an, von denen Sie wissen, dass sie Neuheiten produzieren, und lassen Sie sich Beschreibungen ihrer Erzeugnisse geben. Diese Beschreibungen werden dann zusammengefasst und monatlich vorgestellt.

Um an ausländische Produkte zu kommen, fordern Sie am besten bei den jeweiligen Aussenhandelsbüros sogenannte Herstellerverzeichnisse an oder bitten direkt in den

betreffenden Ländern um Kontakte mit entsprechenden Firmen. Da man darauf bedacht ist, mit uns in Kontakt zu kommen, werden Sie über Mangel an Angeboten von Neuheiten nicht zu klagen haben.

Abonnenten für einen solchen Neuheiten-Anzeiger sind, wie bereits erwähnt, in erster Linie Geschäftsleute, Kauf- und Warenhäuser und Versandfirmen, die durch Ihren Informationsdienst den verteuernenden Zwischenhandel ausschalten und gleich an der Quelle ihre Einkäufe tätigen können.

Falls Sie Schwierigkeiten mit der Zusammenstellung eines solchen Neuheiten-Anzeigers haben, können Sie auch das Copyright für ein bereits bestehendes Blatt erwerben, das monatlich ca. 30 bis 40 neue Produkte vorstellt.

Ratgeber für Erfinder

Kluge Leute, die eine Erfindung gemacht haben, können oft nur deshalb kein Geld damit verdienen, weil sie an der umständlichen und teuren Bürokratie scheitern. Leider sind sogar solche Personen und Institutionen, die sich Erfindern zur Hilfe anbieten, nicht bereit, ohne teils recht stattliche Gebühren überhaupt tätig zu werden.

Besorgen Sie sich beim Patentamt (München oder Berlin) alle erforderlichen Unterlagen, lesen Sie entsprechende Fachliteratur (bei der Industrie- und Handelskammer) und machen Sie aus der Quintessenz dieser Erkenntnisse und Erfahrungen einen Ratgeber für Erfinder.

Sind die Tips in Ordnung, werden Ihnen die Leute das Werk gern abkaufen.

Übrigens: Unter dem Titel "Ideen erobern Märkte" hat auch der Deutsche Industrie- und Handelstag einen sogenannten Innovations-Ratgeber für Unternehmer herausgebracht.

Er ist zu beziehen bei folgender Adresse:

Deutscher Industrie- und Handelstag
Postfach 1446, Adenauerallee 148, 53113 Bonn.
Der Preis liegt bei DM 10,-.

Spartips für Haus und Küche.

Unsere Grossmütter wussten früher manchen Rat, der gar nicht teuer war und auch den heutigen Hausfrauen viel Geld sparen helfen würde. Beim Gang durch die Stadtbibliothek fand ich bereits 5 verschiedene Bücher, die alle eine Unmenge solcher Spartips enthielten:

- Wie kauft man mit wenig Geld richtig ein?
- Welche versteckten Angebote führen zur Vergeudung?
- Wie richtet man sich mit wenig Geld eine Wohnung ein?
- Wie senkt man die PKW-Kosten?

- Wie spart man bei den Urlaubskosten?
- Wie reklamiert man richtig?
- Wie kommt man eher zu einer Gehaltserhöhung?
- Was ist bei der Kindererziehung zu beachten?
- Wie und wo bekommt man Waren-Restposten?

Diese und manche andere Themen werden immer wieder in Büchern, Zeitschriften und Einkaufsberatern behandelt. Sorgfältig gesammelt, ergeben diese Tips ein eigenes Werk besonderer Prägung.

In einer ansprechenden Aufmachung den vielen Haushalten in unserem Lande zugänglich gemacht, sollte ein solcher Spar-Ratgeber gerade in unserer Zeit zu einem echten Bestseller werden.

Obwohl im allgemeinen von einer Werbung per Briefwurfaktion abgeraten werden muss, könnte hier eine Briefkastenwerbung gute Erfolge bringen, da der Zwang zum Sparen inzwischen für uns alle akut geworden ist.

Humor-Ratgeber

Die Zahl der humoristischen Witzbücher geht sicher in die Tausende. Doch Witze über ein ganz bestimmtes Thema, wie zum Beispiel über die Energiekrise, die Ost-West-Beziehungen, spassige Druckfehler, lustige Verdrehungen, Kellnerwitze, Polizistenwitze, Ärzewitze usw., mit Fleiss gesammelt, geordnet und sauber gedruckt angeboten, bringen gutes Geld.

"Ostfriesenwitze", "Häschenwitze" oder "Klein-Erna-Witze" sind zu einem Begriff geworden. Warum? Weil jemand sie gesammelt und aufgeschrieben hat.

Weshalb sollten Sie nicht in der Lage sein, eine neue Kategorie von "Weltraum-Witzen", "Tele- Witzen" oder "Fussball-Witzen" ins Leben zu rufen?

Sammeln Sie die verschiedensten Typen von Witzen, über die Sie selbst einmal gelacht haben, und nach einiger Zeit werden Sie sehen, wie die Sache zu wachsen beginnt. Zur Werbung für den Humor könnte Ihnen vielleicht folgende Zeitungsnotiz dienen:

Todkranker lachte sich wieder gesund

Ärzte hatten 62jährigen schon aufgegeben.

Los Angeles - "Keine Aussicht auf Heilung!" Entgeistert hörte Norman Cousins sein eigenes Todesurteil.

Doch der 62jährige liess sich von Krankheit und Schmerzen nicht unterkriegen. Er beschloss: keine triste Gefühlsduselei, sondern nur Lachen! In einem hellen, grossen Hotelzimmer liess er sich alte Stummfilme vorführen und las in Hunderten von Witzbüchern.

Und dann merkte er plötzlich: Zehn Minuten Lachen befreiten ihn für zwei Stunden von den Schmerzen.

Nach drei Monaten erklärte ihm der erstaunte Arzt: "Sie sind gesund!"

Voller neuer Lebenslust eilte Norman Cousins nach Hause, setzte sich sofort an den Schreibtisch und diktierte das Buch "Anatomie einer Krankheit".

(Aus: "Express", Köln)

Mit dieser Nachricht als Einleitung sollten sich Witze-Zusammenstellungen besonders auch an Ärzte für deren Wartezimmer verkaufen lassen. Kluge Mediziner kann man auch noch zusätzlich mit der folgenden Notiz beeindrucken:

Doktor: Lachen hält gesund

Wer lacht, ist nicht nur lustig, er tut damit auch etwas für seine Gesundheit.

Wie der Düsseldorfer Arzt Dr. Kirch in einem Kölner Ärzteblatt nachwies, löst Lachen eine Erschütterung des Zwerchfells aus, das wiederum die benachbarten Organe "massiert". Ausserdem werden beim Lachen die Lungen mit doppelt soviel Sauerstoff gefüllt wie beim Sitzen. Ganz davon abgesehen, so Dr. Kirch, dass ein Froh-Entspannter besser schläft.

(Aus: "Express", Köln)

Stellen Sie eine Haus-Apotheke der guten Laune zusammen, tippen Sie dann einen netten Brief und ein Angebotsprospekt dazu, dem Sie ein paar besonders gelungene Kostproben beifügen und beginnen Sie das Feld zu bestellen.

Es gibt allein in Deutschland zehntausende von Ärzten der verschiedensten Fachgebiete, sowie Krankenhäuser und Pflegeheime, die alle als Interessenten und mögliche Kunden anzusehen sind.

Versand-Einkaufsführer

Einen Ratgeber besonderer Art schaffen Sie sich und Ihren späteren Kunden, wenn Sie einen sogenannten "Versand-Einkaufsführer" zusammenstellen.

Hierbei werden zunächst einmal alle Versandfirmen, die Ihnen bekannt sind, angeschrieben und um Übersendung ihrer Angebote gebeten. Ausser den bekannten Versandhäusern wie Neckermann, Quelle, Schwab, Otto, Schöpflin, Klingel, Bader, Witt und Wenz finden Sie weitere Firmenadressen in den jeweiligen Telefon-Branchenbüchern unter "Versandunternehmen" verzeichnet.

Sobald sie ca. 100-150 verschiedene Firmenanschriften mit den interessantesten Angeboten zusammen haben, setzen Sie diese untereinander und lassen die Informationen drucken. Gegen einen Preis von 10, 20 oder 30 Mark werden diese Informationen dann den Hausfrauen angeboten.

Als Werbeträger können neben den bekannten Wochen-zeitschriften auch besonders die Werbe-Anzeiger dienen, die in den meisten Orten unseres Landes gratis zugestellt werden.

Allerdings sollten Sie von Zeit zu Zeit, am besten jährlich, diesen Versand-Einkaufsführer korrigieren und sich der Mühe unterziehen, die neuesten Angebote einzuholen. Als Argument für den Kauf eines solchen Einkaufsführers kann der Slogan dienen, dass Sie die interessantesten Angebote aus "einer Hand" anbieten.

Wichtig ist jedoch, dass der Preis für den Einkaufsführer mindestens 50 Prozent unter dem Betrag liegt, den ein Interessent an Porto bezahlen müsste, wenn er die Firma selbst anschreiben würde.

Beispiel: Um 100 Postkarten an 100 Versandfirmen zu schicken, muss man 50 Mark bezahlen, die Schreibarbeit nicht eingerechnet. Ein Einkaufsführer mit 100 dieser Versandfirmen und Kurzangeboten dürfte also zwischen 20 und 25 Mark kosten. Hinzu kommt natürlich, dass die Kunden einige der von Ihnen aufgeführten Versandfirmen gar nicht kennen.

Ihr Versand-Einkaufsführer schafft also echte Vorteile für Interessenten und die Versandfirmen selbst. Letztere sollten zusätzlich angesprochen werden, um die Möglichkeit zu haben, in Ihrem Einkaufsführer zu inserieren. Dadurch könnten Sie Ihre Herstellungskosten erheblich senken.

Ein solcher Einkaufsführer hat den Vorteil, dass man bei der Zusammenstellung nicht sehr viel Text braucht. Das Wichtigste sind die Adresse der jeweiligen Firma und die von ihr geführten Produkte.

Während es in den USA solche "Mail Order-Registers" bereits mit bis zu 4.000 Versandfirmenadressen und ihren Angeboten gibt, sind diese Art von Einkaufswegweisern für Versandkunden bei uns noch weitgehend unbekannt.

Drop-ship-Verzeichnisse

In den englischsprachigen Ländern ist der Begriff Drop-shipping bereits seit langem in die Umgangssprache eingegangen. Viele Firmen bieten ihre Produkte in der Form an, dass sie ihre Ware unter dem Absender von Wiederverkäufern direkt an deren Kunden schicken. Abgerechnet wird dann mit dem Wiederverkäufer selbst.

Mehrere Autoren haben daraus ein gutes Geschäft gemacht und verkaufen Listen von Firmen, die solche "Drop-ship"-Verkäufe tätigen. Diese "Drop-Ship Directories" enthalten nicht viel mehr als die Adressen der Firmen, ihre Angebote und vielleicht noch etwas über die Konditionen, zu denen geliefert wird. Einige Herausgeber listen die Angebote dann noch zusätzlich nach Bundesstaaten oder nach Produkten auf.

Obwohl auch bei uns in Europa mehrere Firmen bereit wären, per Drop-Shipping zu verkaufen, existieren bis jetzt im deutschsprachigen Raum noch keine solche Anschriftenlisten, obwohl sie nachweislich sehr begehrt sind.

Wer sich die Mühe macht und Firmen mit interessanten Angeboten anschreibt, um sie kostenlos in eine spezielle "Drop-ship-Liste" aufzunehmen, erschliesst sich eine gute Basis für die Zusammenstellung und den Verkauf entsprechender Ratgeber bzw. Einkaufsführer auch bei uns.

Angeboten werden die fertigen Listen dann zum Preis von 10 bis 30 Mark - je nach Adressenumfang - in den verschiedenen Handelszeitschriften oder direkt bei Handelsvertretern, einschlägigen Geschäften und Unternehmen.

Ratgeber für Sammler

Mancher ist schon durch Sammeln kostbarer und seltener Objekte reich geworden. Falls Sie auf dem Gebiet der verschiedenen Sammelmöglichkeiten etwas beschlagen sind und andere Leute beraten können, können solche Informationen für Sie und Ihre Leser Gold wert sein.

Natürlich geht es nicht nur ums Briefmarkensammeln oder das Zusammentragen von Münzen oder Ansichtskarten. Profit brachten in den letzten Jahren auch zunehmend Nostalgie-Objekte wie alte Puppen, Spielsachen, Comics, WHW-Plaketten, Emaille-Ladenschilder aus der Vorkriegszeit, Weihnachtsteller, alte Autographen und verschiedenes mehr.

Befassen Sie sich einmal mit der Geschichte all dieser Dinge und zaubern Sie ein für viele Leute begehrenswertes Ratgeberwerk aus dem Hut. Es gibt nicht wenige Geschäftsleute, die sogar bereit sind, einen Teil ihres Vermögens in eben diesen Sammelobjekten anzulegen.

Bevor Sie einen solchen Ratgeber schreiben können, müssen Sie allerdings selbst erst einmal zum Sammler werden und das nötige Material für die einzelnen Themenbereiche zusammentragen.

Nur ein selbst gut informierter Autor kann schliesslich auch gute Informationen schreiben, die dann das Geld bringen.

Bücher-Report

Besonders in ländlichen Gegenden sind die Einwohner in punkto Buch-Neuerscheinungen nicht so gut informiert wie in den Ballungsgebieten und Städten. Das ist das Fundament für einen Service, der jeweils die interessantesten Neuerscheinungen auf dem Büchermarkt erfasst und interessierten Abonnenten monatlich oder vierteljährlich zugänglich macht.

Wer sich mit einer grösseren Buchhandlung gut stellt, die Buchbesprechungen in Zeitungen und Zeitschriften verfolgt und auch die Prospekte der verschiedenen Buchverlage mit in seine Sammlung einbezieht, kann ständig ein besonderes Blatt herausbringen, in dem eine Auswahl

der interessantesten Neuerscheinungen vorgestellt wird. Die einzelnen Kurzbeschreibungen können durch positive oder kritische eigene Bemerkungen ergänzt werden.

Buchhändler oder Verlage, die sich hilfreich zeigen, können kostenlosen Werberaum in Ihrem Blatt bekommen, andere wieder sollten mit bezahlten Anzeigen etwas zur Finanzierung dieses Bücher-Reports beitragen.

Kundenadressen gewinnen Sie entweder durch eine Kleinanzeige in entsprechenden Publikationen oder durch den Ankauf oder die Anmietung bei Adressen- und Werbeverlagen.

Der Report sollte im Jahresabonnement angeboten werden und wirklich nur ausgesuchte Werke von allgemeinem Interesse vorstellen. Zur Unterstützung dieser Arbeit ist ein Besuch der Frankfurter Buchmesse von besonderem Vorteil. Dort kann man sich in persönlichen Gesprächen von den einzelnen Verlagsvertretern die Informationen geben lassen, die für den Bücher-Report erforderlich sind und gleichzeitig um die Zusendung der Buchbesprechungen von Neuerscheinungen bitten.

Friedhofs-Führer

Einen Bestseller besonderer Art schrieb vor einigen Jahren ein junger Mann aus Hollywood. Er verfasste einen sogenannten Friedhofsführer. Dieser Wegweiser für Touristen enthält die Gräber der bekannten Hollywood-Filmstars, mit genauer Angabe der Örtlichkeiten und beigefügtem Lageplan.

Ob man Errol Flynn, Marylin Monroe oder Clark Gable sucht, sie sind alle genau verzeichnet, so dass man den einstigen Lieblingen seine Referenz erweisen kann. Zu haben ist dieser gedruckte Friedhofs-Führer für ein paar Dollar.

Besonders in Grosstädten wie Hamburg, Berlin, München oder Köln lassen sich gegebenenfalls ähnliche Wegweiser herstellen, die den interessierten Besuchern zeigen, wo die Grössen aus Kultur, Politik oder Kunst ihre letzte Ruhestätte haben. Fotos dieser Stätten können wahlweise vielleicht gleich mit angeboten werden.

Fernseh-Handarbeitsreport

Ein neuzeitliches Bedürfnis spricht ein Report an, der Arbeiten und Beschäftigungen aufzeigt, die man ausführen kann, während man vor dem Fernsehapparat sitzt.

Herausgeber dieses aus einer Idee geborenen Reports ist eine Hausfrau, die es einfach nicht fertigbrachte, am Abend müssig vor dem Guckkasten zu sitzen. Da sie der Ansicht war, dass das Problem in anderen Haushalten das gleiche sei, stellte sie Anleitungen zusammen für Handarbeiten, Basteleien und dergleichen, bei denen man nicht unbedingt mit den Augen dabei sein musste.

Zugegeben, eine seltsame Art der Information, nur - der Erfolg gab ihr recht: Sie hatte eine Marktlücke entdeckt, wenn auch viele Leute den Report nur der Kuriosität wegen erwarben.

Welche Handarbeiten man ansonsten ausführen kann, wie man für Kinder Spielzeug bastelt, ein Vogelhaus zimmert oder was man beachten muss, wenn man den Weihnachtsmann spielen will, sind weitere solche Ratgeber, die ihre Abnehmer finden.

Werbe-Leitfaden

Einen Helfer für Geschäftsleute schuf ein aufmerksamer Mann durch eine ganz bemerkenswerte Sammlung. Überall, wo er bestimmte Werbeausdrücke, Phrasen, Schlagworte und wirkungsvolle Überschriften fand, schrieb er sie auf, ergänzte sie durch eigene Ideen und stellte auf diese Weise etwa 1000 solcher für Anzeigentexte verwendbare Worte und Sätze zusammen. Dann bot er diese Sammlung Werbeagenturen und Anzeigenabteilungen verschiedener Firmen an.

Seine Mühe wurde belohnt: Er verkaufte die Start-Auflage seiner Broschüre sozusagen beim ersten Anlauf. Seitdem ergänzt er seine Werbeausdrücke laufend und hält sie sowohl alphabetisch wie auch nach Sachgebieten geordnet bereit.

Aus eigener Erfahrung ist mir bekannt, dass auch bei uns viele Firmenchefs gute Manager sind, wenn es aber darauf ankommt, eine zugkräftige Anzeige zu verfassen, tun sie sich wer weiss wie schwer.

Durch eine solche reichhaltige Liste, in der die gebräuchlichsten Slogans und Werbe-Sätze aufgeführt sind, kann das Aufsetzen wirkungsvoller Inserate ganz wesentlich erleichtert werden. Im Grunde muss man nur Augen und Ohren offenhalten.

Wie schreibt man einen Ratgeber?

Man muss nicht unbedingt ein berühmter Schriftsteller sein, um seinen Informationen für die Umwelt einen richtigen Rahmen zu geben. Ein paar kleine technische Dinge sollte man jedoch schon wissen.

Wenn Sie einen Arbeitsvorgang erklären, eine Gebrauchs-anweisung geben wollen, fangen Sie bei den erforderlichen Materialien an. Gehen Sie dann Stufe für Stufe langsam in der Entwicklung weiter und fügen Sie, wo es für das Verständnis erforderlich ist, möglichst Zeichnungen bei.

Schreiben Sie so, wie Sie sprechen. Versuchen Sie die Dinge kurz, aber doch klar und verständlich darzulegen. Sie müssen Ihre Leser praktisch vor sich sitzen sehen und auf Ihre (geschriebene) Rede lauschen hören.

Machen Sie, wo immer es geht, Absätze. Teilen Sie sich die Materie in verschiedene bezifferte Etappen ein, die der Leser so besser bewältigt. Ein von oben bis unten ohne Unterbrechung geschriebener Text wirkt ermüdend und langweilig.

Wählen Sie eine gut lesbare Schrift. Erstens erscheinen die Reporte dann umfangreicher, und zweitens - was noch wichtiger ist - prägen sich grosse, deutliche Buchstaben besser dem Bewusstsein ein als auf Mini-Grösse verkleinerte Schrifttypen.

Lassen Sie links und rechts einen guten Rand. Das gilt auch für oben und unten. Achten Sie ausser auf den Text auch auf das Gesamtbild der äusseren Erscheinung. Was für ein gutes Werbeprospekt gilt, trifft auch für die Informationsschrift selbst zu.

Lassen Sie da, wo es sich nur um die Angabe von Adressen handelt, klar erkennen, wo die eine aufhört und die andere anfängt.

Von nichts kommt nichts. Die Hauptarbeit bei der Ratgeber- oder Report-Herstellung ist meistens eine längere Sammel-tätigkeit.

- Werfen Sie keine Zeitschrift, Zeitung oder gar Werbeinformation fort, ohne sie entsprechend ausgewertet zu haben.

- Schneiden Sie sich die fraglichen Artikel und Notizen aus, kleben Sie sie auf DIN A4-Blätter und legen Sie diese in Ordnern unter den verschiedenen Themenbereichen ab.

So haben Sie bei Bedarf schnell das gesuchte Material zur Hand und können das zu schreibende Werk als Endprodukt flüssig verfassen.

Wenn das schriftstellerische Talent fehlt

Was kann man tun, wenn es trotz aller Mühe zu einem fehlerfreien und erfolgversprechenden Schreiben nicht langt? Sind dann all die vorhergegangenen Tips und Ratschläge für die Katz?

Ganz bestimmt nicht! In diesem Fall haben Sie zwei Möglichkeiten:

a) Sie verkaufen nur bereits vorgefertigte Ratgeber-Broschüren oder Bücher anderer Verlage mit entsprechenden lohnenden Wiederverkaufsrabatten. Vielleicht verdienen Sie dabei nicht soviel wie bei eigenen Produkten, dafür sparen Sie aber auch Arbeit.

b) Sie beauftragen einen sogenannten "Ghostwriter" mit dem Schreiben. Die meisten Leute wären erstaunt, wenn sie wüssten, wieviel Reports, Reden und Briefe prominenter Leute, Stars oder gar Künstler von anderen Personen im Auftrag geschrieben werden.

Die Abwicklung ist im Prinzip recht einfach: Sie geben der Schreib-Agentur die Art des gewünschten Buches, Reports oder der Abhandlung an, fügen alle erforderlichen Fakten entweder stichwortartig oder in der Ihnen möglichen Form bei, und alsdann wird das gewünschte Werk in Auftrag genommen.

Die Kosten können von 10 Mark für einen einfachen Brief bis zu einigen 100 Mark für einen technischen Report variieren. Bücher werden in der Regel mit einem nach Umfang des Werkes berechneten Seitenpreis und 5 - 10 Prozent Anteil am Umsatz berechnet.

Zwar sind das Kosten, die Sie bei einer eigenen Schreibtätigkeit nicht haben, andererseits müssen Sie sich aber auch nicht mit den oft zeitraubenden Arbeiten auseinandersetzen.

Falls Sie geeignete Ghostwriters bzw. Schreib-Agenturen suchen, finden Sie Adressen entweder in Ihrem Telefon-Branchenbuch oder durch eine Kleinanzeige in einer überregionalen Zeitung, die auch von Geschäftsleuten gelesen wird (z.B. "Frankfurter Allgemeine", "Die Welt", "Süddeutsche Zeitung", "Handels-Magazin" oder "Zentralmarkt").

Zukunftsaussichten

Die wirtschaftliche Entwicklung mag in der kommenden Zeit nach oben oder nach unten gehen, immer aber wird es viele Menschen geben, die sich für Ratgeber und Billig-Reports interessieren, zumal, wenn sie sich dadurch einen Vorteil in ideeller oder finanzieller Hinsicht erhoffen.

So gesehen haben diese kleinen Schriftwerke die besten Zukunftschancen. Bücher werden immer teurer und stehen vermehrt im Konkurrenzkampf gegeneinander und mit den Medien Fernsehen, Video, Musikkassette usw..

Der Trend zum Taschenbuch ist unverkennbar, und die in Amerika so beliebten "Manuals", "Guides" und "Reports" werden auch bei uns ihren Marktanteil erobern.

Nutzen Sie deshalb Ihre Chance.