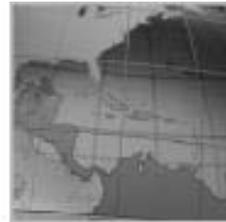


Fallstudie



Mai 2011

Tate Publishing schreibt Verlagsmarkt neu

*Gründet Unternehmen zum Schutz von Autoreninteressen
und bringt Technologie zum Einsatz*

Inhaltsverzeichnis

Einführung	3
Die Gründung von Tate Publishing: Von Autoren zu Verlegern	4
Vom Ratgeber zum Verleger	4
Erfolg auf einem soliden Plan gegründet	5
Einzug in die Print-On-Demand-Produktion	6
Xerox knüpft ehrliche Beziehung	6
Arbeitsablauf bietet Produktivitätsgewinne	7
Eine weitere Xerox Nuvera gesellt sich zu der Gruppe	8
Die Meinung von InfoTrends	9
Die Autoren	10

Einführung

Tate Publishing in Mustang, Oklahoma ist einer der größten Buchhändler der USA. Das Unternehmen wurde vor 12 Jahren von der Tate-Familie gegründet, um eine christlich orientierte Mainline-Verlagsorganisation als Familienunternehmen zu schaffen mit dem Leitbild, unbekannte Autoren zu entdecken und zu vermarkten und ihnen Bücher und Autorenhonorare von höchster Qualität zu liefern. Das Unternehmen hat sich zu einem Multi-Millionen-Dollar-Verlag entwickelt, der Taschenbücher auf Xerox Systemen druckt; die Druckanlage arbeitet in drei Schichten, 24 Stunden täglich, sieben Tage pro Woche und produziert jeden Monat Zehntausende von Büchern.

Landesweit beschäftigt das Unternehmen 250 Mitarbeiter und bietet seinen wenigen Vertragsautoren komplette Produktion, Vertrieb und Marketing an. Tate Publishing bietet Editieren, Design, E-Books, Hörbücher, Website-Design, Marketing-Services, TV-Werbung und Buchdruck an. Der Verlag erhält pro Monat durchschnittlich 3000 unangeforderte Anschreiben und Einsendungen von unbekanntem Autoren, von denen nur ein einstelliger Prozentsatz berücksichtigt wird. Das Unternehmen betreut auch berühmte Autoren wie etwa Lee Greenwood, Neal McCoy, Heisman Trophy-Preisträger, ehemalige Präsidenten und Gouverneure.

„Die Umstellung von Offset- auf Digitaldruck war tatsächlich unser Sprungbrett zum Erfolg,“ sagt Ryan Tate, Präsident und CEO von Tate Publishing. „Mit unserem bedarfsgesteuerten Verlagskonzept sind wir in der Lage, Kleinaufträge in kleiner Menge zu drucken, dadurch mehr unbekannte Autoren zu entdecken und bei gleichzeitiger Rentabilität eine größere Rolle in der religiösen Verlagsbranche zu spielen.“

Tate Publishing ist in der Tat Teil eines unumkehrbaren Trends zum digitalen Buchdruck. Der neueste statistische Bericht von R.R. Bowker, dem Herausgeber der Books in Print Database (bibliografische Datenbank) und dem Beauftragten für ISBN-Nummern, weist aus, dass mehr als 70% der 2009 produzierten Titel aus, wie Bowker es beschreibt, nicht traditionellen Kanälen kamen.

Die Tate Publishing-Website stellt die Bandbreite der für Autoren verfügbaren Serviceleistungen vor

home
submit a manuscript
publishing resources

Online Bookstore
search our store
all books by title
all books by author
audio books
music
video trailers

Tate News
Tate in the news
events calendar

Our Company
general information
author testimonials
our beliefs
meet the staff
work staff blogs
directions to office
career opportunities
contact us

This Just In!
"Tate Publishing is now creating and airing nationwide 15 second commercials to gain an entirely new level of visibility and promotion for its books, music, and events."
read more

Welcome to Tate Publishing!
Have you written a book? Are you looking for a publisher? Have you searched out and submitted your manuscript to dozens of publishing companies only to be turned away, time and time again? If you've answered yes to any of these questions, Tate Publishing could be your answer.
Tate Publishing & Enterprises, LLC, is a Christian-based, family-owned, mainline publishing organization with a mission to discover and market unknown authors.
Join the Tate Publishing family today and **make your dream a reality!**
[Read more](#)
Also, read what [our authors have to say](#) about Tate Publishing.

Some frequently asked questions:
- [Why choose Tate Publishing?](#)
- [What kind of publisher is Tate Publishing?](#)
- [How many manuscripts received are accepted for publication?](#)
- [Will my book be available in bookstores?](#)
- [What will you do to market my book?](#)

Author Jonathan Daugherty Featured On ABC's Nightline
ABC's "Nightline" recently featured Tate Publishing author Jonathan Daugherty on their nationwide broadcast to discuss his new book, "Secrets: a True Story of Addiction, Infidelity, and Second Chances."
Instead of following through with suicide, Daugherty instead confessed his addiction. That began the process of redemption and healing that can be found in Daugherty's book.

Nationside Television
Tate Publishing is now creating and airing nationwide 15 second commercials to gain an entirely new level of visibility and promotion for its books, music, and events.
[Click here if you want to be on National Television with your book.](#)

Featured Book
Be Released to Soar
"Be Released... To combat worry with wisdom. To place your trust in God. To find peace."
[More](#)

Miss America Lauren Nelson shares why Tate Publishing is the best option for an aspiring author.

www.tatepublishing.com

Die Gründung von Tate Publishing: Von Autoren zu Verlegern

Dr. Richard und Rita Tate wurden Verleger, nachdem ihr erstes Buch bei einem traditionellen Mainline-Honorarverlag erschienen war. Die Tates entschieden sich, ihre folgenden Bücher selbst herauszugeben mit Fremdmitteln für den Druck und einem selbstentwickelten Produktionsablauf für die Herstellung.

Vom Ratgeber zum Verleger

Die Tates verkauften ihre Bücher bei Konferenzen, die sie organisierten und auf denen sie Vorträge hielten; Diese Veranstaltungen wurden während des Jahres von Tausenden von Leuten besucht. Bei einer Veranstaltung wurde Dr. Tate von einer Teilnehmerin, die gleichzeitig Autorin war, gefragt, wie man Eigenverleger wird. Zu der Zeit war er nicht daran interessiert selbst Verleger zu werden, schrieb der Autorin jedoch auf ihre Bitte hin einen Brief, in dem er andeutete, er werde ihr für eine Gebühr von 500 USD seinen Publikationsprozess mitteilen. Dr. Tate hoffte, dass die Gebühr die Autorin abschrecken werde, dies war jedoch nicht der Fall. Sobald der Scheck der Autorin eintraf, dokumentierte er den Prozess, was wiederum dazu führte, dass weitere Autoren um Rat fragten und was letztlich die Tates zum Verlagswesen führte.

Als der Bedarf von Autoren nach Hilfe bei der Veröffentlichung ihrer Werke wuchs, baten Richard und Rita ihren Sohn Ryan, damals Geschäftsführer einer erfolgreichen Not-for-Profit-Gesellschaft und ihre Tochter Trinity, zu der Zeit College-Studentin, dem Familienunternehmen beizutreten und es zu erweitern. Ryan und seine Frau Christy waren veröffentlichte Autoren.

Erfolg auf einem soliden Plan gegründet

„Wir begannen unser Verlagsgeschäft auf dem Billardtisch der Familie,“ erinnert sich Dr. Tate. „Ryan recherchierte die Branche und entwickelte einen Geschäftsplan nach den Bedürfnissen der Autoren und Strategien diese zu erfüllen.“

Ryans Nachforschungen ergaben, dass der Selbstverleger-Markt für die meisten Erstautoren zu kompliziert war. Aus früheren Erfahrungen wussten die Tates bereits, dass traditionelle Verlage nicht die Interessen der Autoren verfolgten. Das Unternehmen fand seine Mission: unbekannte Autoren zu entdecken, zu vermarkten und zu unterstützen.

Ryan richtete eine Tate Publishing Website ein und als eine Flut von Autoren auf der Suche nach einem Verleger einströmte, begann das Unternehmen zu wachsen. Das Unternehmen zog vom Billardtisch in Büroräume neben einem kleinen Nachbarschaftsladen um. Heute belegt Tate Publishing sechs Standorte und wird jedes Jahr erweitert.

Qualitätsbücher von Tate Publishing digital gedruckt



Einzug in die Print-On-Demand-Produktion

Durch eine allgemeine Recherche der Branche lernte Tate Publishing die verschiedenen Möglichkeiten der Buchproduktion kennen. Das Unternehmen wuchs und sah On-Demand-Produktion als eine Lösung, Mindestdruckaufträge von 2000 bis 5000 Einheiten zu reduzieren, 6 bis 12-wöchige Druckproduktionszyklen zu verkürzen und für die Autoren hochwertige Bücher zu liefern.

„Unsere Vision war, Bücher direkt im Betrieb on-demand herzustellen und mein erster Gedanke war, wer macht Kopierer, deshalb rief ich Xerox an,“ erinnert sich Dr. Tate. Dieser Anruf brachte letztlich Bill Leonard, einen Xerox Mitarbeiter für Produktionslösungen zu Tate Publishing.

Xerox Bill Leonard



Leonard arbeitete mehr als vier Jahre mit Tate Publishing bevor das Unternehmen im Juni 2007 eine Xerox Nuvera 288 mit einer kompletten internen Book Factory mit einem CMT330 3-Messer-Trimmer kaufte und installierte. Diese Käufe ermöglichten es Tate Publishing, On-Demand-Taschenbücher digital zu drucken. Tate Publishing installierte außerdem eine Xerox DocuColor® 8000, zusammen mit einem CP Bourg BB3001 Offline-Klebebinder, einem Challenge Titan 200 Papierschneidegerät und GBC Laminator, was es möglich machte, farbige Deckblätter und farbige Kinderbücher zu drucken. Das Unternehmen zog außerdem in sein derzeitiges größeres Gebäude um, um die neuen Anlagen unterzubringen.

„Ich kenne mich mit dem Verlagswesen aus nicht mit dem Drucken, aber ich wusste, dass Bill Leonard mich nicht anlügen würde,“ sagt Dr. Tate. „Er hat uns ständig besucht und uns Beratung und Auskunft darüber gegeben, welche Anlage bestimmten Erfordernissen gerecht wird, aber er hat uns nie zum Kauf gedrängt.“

Xerox knüpft ehrliche Beziehung

„Was unsere Führungsgruppe an Leonard am meisten beeindruckt hat, war seine Ehrlichkeit und Integrität,“ sagt Dr. Tate. Tate war bei einem Kauf bereit abzuschließen, aber Leonard riet noch abzuwarten; und dies, nachdem das Unternehmen zigmal „nein“ zu ihm gesagt hatte. „Unser Unternehmen ist schuldenfrei und wir bezahlen alles in voller Höhe. Aus diesem Grund hatten wir viele Male „nein“ zu Bill gesagt,“ erklärt Dr. Tate. „Als Bill uns riet noch zu warten, wussten wir, dass er an unserem langfristigen Erfolg interessiert war. Dies ist einer von vielen Gründen, warum wir heute zu Verkaufsangeboten anderer Anlagenanbieter „nein“ sagen.“

Das Unternehmen wollte auch sicherstellen, dass es das Auftragsvolumen hat, das eine solche Anlageninvestition rechtfertigt. Sie baten Leonard viele Male um Empfehlungen zu zahlreichen Volumen- und Kostenszenarien.

Die Markteinführung der Xerox Nuvera 288 war schließlich der Anlass, in Digitaldruckanlagen zu investieren. Ryan Tate sah das neu eingeführte Gerät 2006 auf der On-Demand-Show. Nach seiner Rückkehr von der Veranstaltung, rief er Leonard an und bat ihn, einen Vertrag für eine Xerox Nuvera 288 und ein DocuColor[®] 8000 Gerät zur Produktion von Deckblättern zu bringen.

„Als ich Tate Publishing zum ersten Mal besuchte, konnte ich sehen, dass sie Menschen, die niemals zuvor ein Buch veröffentlicht hatten, auf eine einmalige Art helfen und es handelt sich definitionsgemäß um ein Geschäft, das bestens zum Verlegen von Büchern in kleiner Auflage geeignet ist und das hervorragend zu unserer Technologie passt,“ sagt Leonard.

Dr. Tate ist der Auffassung, dass die Qualität der auf der Xerox Nuvera gedruckten Seiten besser ist als die Qualität der über Web-Offset produzierten und er bemerkt, dass auf den digital gedruckten Buchseiten die Drucktypen nicht verschmiert sind.

„Wir haben wieder investiert, um den Betrieb zu erweitern und Bücher herzustellen, die noch besser aussehen als die von einer Web-Offsetmaschine,“ sagt Dr. Tate. „Inzwischen fordern uns wichtige Verlage auf, Bücher für sie zu drucken, aber wir drucken keine Bücher von außerhalb.“

Tate Publishing hatte, wie die meisten Betriebe auf einer schnellen Entwicklungsbahn, während der Innovationsperiode einige Wachstumsbeschwerden. Dr. Tate sagt, Xerox und Bill Leonard haben dem Unternehmen bei der Lösung von Problemen hilfreich zur Seite gestanden und sich als echte Partner erwiesen statt nach dem Verkauf weiterzuziehen.

„Xerox hat uns immer genau wie HarperCollins, Simon & Schuster oder Houghton Mifflin behandelt,“ sagt Dr. Tate. „Wir erhalten viele Angebote Anlagen von der Konkurrenz zu kaufen und wir ignorieren sie, wegen der Art und Weise, wie Xerox und Bill Leonard auf unseren Betrieb zugehen; wir sind dankbar für diese Beziehung.“

Arbeitsablauf bietet Produktivitätsgewinne

Durch das Einrichten einer eigenen digitalen Buchdruckanlage mit ausschließlich Xerox Digitaldruckgeräten konnte Tate Publishing die Lieferzeit für Bücher von mehreren Wochen auf zwei Tage reduzieren und erhebliche Kosten einsparen. Im März 2009 wurde die DocuColor[®] 8000 von einer iGen3[®] ersetzt, um die Nachfrage nach höherem Farbdruckvolumen zu befriedigen und zusätzliche Überlaufmöglichkeiten für Schwarzweiß-Buchblöcke zu bieten.

Das Unternehmen installierte auch den Xerox FreeFlow Process Manager, um die Druckabläufe der farbigen Buchdeckel zu automatisieren und schließlich Buchblöcke für die Produktion von jeweils zwei und vier Seiten auf einer Druckseite auszuschießen. Das Betreiben der iGen[®] mit Process Manager spart Tate Publishing durch Automation eine Arbeitskraft pro Schicht ein. Der FreeFlow Process Manager

mit MAX (Manifestautomation von Xerox) verbindet das Auftragsverwaltungssystem von Tate Publishing mit einer automatischen Druckproduktion. Mit MAX ist es möglich, dass eine Checkliste an Process Manager geschickt wird, dieser nimmt alle Arbeitsdateien und gibt sie weiter an die Warteschlange im Drucker und der Bediener ruft sie nach Dringlichkeit aus der Warteschlange ab. Process Manager MAX bewältigt auch komplexe Belastung und aktiviert Auftragsdetails, wie z. B. die Informationen im Beschnittbereich eines ausgeschossenen Dokuments oder die Seitenzahlen in einem Buch, um sie nahtlos einzubeziehen und den Ablauf nach dem Druck effizienter zu machen.

Buchblock auf dem Weg durch den Produktionsprozess von Tate Publishing



Eine weitere Xerox Nuvera gesellt sich zu der Gruppe

Im September 2010 bestellte Tate Publishing eine zweite Xerox Nuvera 288 mit einem zusätzlichen CP Bourg BB3001 Offline-Klebebinder und einem Titan 200 Schneidegerät. Das Unternehmen fügte früh im Jahr 2011 CEM DocuCut seiner vorhandenen Inline-Buchfabrik hinzu, um den Vier-auf-einer-Buchdruck zu ermöglichen. Die neue Xerox Nuvera 288 wurde hinzugefügt, um die Kapazität der Buchproduktion zu erhöhen und kontinuierliches Wachstum im Verlagsbetrieb zu unterstützen. Tate Publishing weitete vor Kurzem sein Buchverlagsmodell in den Musikbereich aus und bietet jetzt einen vollständigen Musikverlagsservice für Künstler an, die ihre eigene Musik produzieren und verlegen möchten.

Tate Publishing bedient seine Xerox Buchproduktionsanlage in drei Schichten, 24 Stunden täglich, sieben Tage pro Woche. Die monatliche Produktion übersteigt 60.000 Bücher, mit durchschnittlich etwa 5,5 Millionen Druckbildern pro Monat auf der Xerox Nuvera 288s und über 500.000 auf der iGen3®.

Die Meinung von InfoTrends

Tate Publishing machte sich auf, das Mainline-Honorarverlagswesen neu zu definieren. Das Unternehmen startete mit einem soliden Geschäftsplan und führte diesen mit sachlichem Eifer aus. Auf Digitaldruck umzusteigen war ein Risiko, aber das Unternehmen entschied sich zu diesem Schritt nach sorgfältiger Abwägung von Risiko und Ertrag und wartete mit der Investition bis es ein angemessenes Produktionsvolumen hatte und für die gesamte Anlage zahlen und seine Philosophie des schuldenfreien Geschäfts beibehalten konnte.

Ein Hauptthema für den Erfolg von Tate Publishing ist Partnerschaft:

- 1. Tate Publishing ist seinen Autoren ein guter Partner.** Das Unternehmen bietet eine Vielzahl von Dienstleistungen—Signierstunden, Vortragsveranstaltungen, Nischenmarketing, Berichterstattung in den Medien und Buchbesprechungen— um den Erfolg seiner Autoren sicherzustellen. Das Unternehmen verspricht den Autoren außerdem auf seiner Website, „Sie behalten alle Rechte an Ihren Manuskripten PLUS die höchsten Autorenhonorare der Branche von Ihren Verkäufen. Genauso sollte es sein! Und so betreiben wir unser Geschäft.“
- 2. Xerox ist Tate Publishing ein guter Partner.** Bill Leonard von Xerox schätzte das Unternehmen seit dem ersten Tag; er sah, dass ihre Vision zur Xerox Technologie passte und ihr langfristiger Erfolg war ihm wichtig. Er und das Kundendienstteam von Xerox Oklahoma bieten Tate Publishing weiterhin solide Beratung und zeitgerechte Unterstützung vor und nach dem Verkauf und verstehen Tate Publishing als einen sehr wichtigen und hochgeschätzten Xerox Kunden.
- 3. Tate Publishing ist seinen Mitarbeitern ein guter Partner.** Die Oklahoma Chamber of Commerce (Handelskammer von Oklahoma) zeichnete das Unternehmen zwei Jahre in Folge als Unternehmen des Jahres aus. Der American Business Council nahm das Unternehmen zwei Jahre in Folge in seine Liste „Best Company to Work for in Oklahoma“ (Bester Arbeitgeber in Oklahoma) auf und ernannte es 2006 zum Verlag des Jahres.

Dieses Material wurde speziell für die Kunden der InfoTrends, Inc. vorbereitet. Die hier dargestellten Meinungen und Aussagen entsprechen unserer Interpretation und Analyse von allgemein zugänglichen oder durch verantwortliche Personen der entsprechenden Unternehmen freigegebenen Informationen. Wir glauben, dass die Quellen der Informationen, auf denen unser Material beruht, zuverlässig sind und haben die erhaltenen Daten nach unserem besten Ermessen angewandt.

Die Autoren



Lisa Cross

Senior Consultant

lisa_cross@infotrends.com

+1 781 616 2100

Lisa Cross arbeitet als Senior Consultant für die Service Business Development Strategies von InfoTrends. Sie ist für die Durchführung von Marktforschung, die Unterstützung von Marktprognosen, die Leitung von maßgeschneiderten Beratungsprojekten und die Berichtserstattung über Branchenveranstaltungen verantwortlich.

Kommentare oder Fragen?