In 30 Minuten wissen Sie mehr!

30 MINUTEN

Petra Begemann

Das eigene Sachbuch

GABAL

Petra Begemann

30 Minuten

Das eigene Sachbuch

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Umschlaggestaltung: die imprimatur, Hainburg
Umschlagkonzept: Martin Zech Design, Bremen
Lektorat: Dr. Sandra Krebs, GABAL Verlag GmbH
Satz: Zerosoft, Timisoara (Rumänien)

© 2012 GABAL Verlag GmbH, Offenbach

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlags.

Hinweis:
Das Buch ist sorgfältig erarbeitet worden. Dennoch erfolgen alle Angaben ohne Gewähr. Weder Autorin noch Verlag können für eventuelle Nachteile oder Schäden, die aus den im Buch gemachten Hinweisen resultieren, eine Haftung übernehmen.
ISBN 978-3-86200-755-4

In 30 Minuten wissen Sie mehr!

Dieses Buch ist so konzipiert, dass Sie in kurzer Zeit prägnante und fundierte Informationen aufnehmen können. Mithilfe eines Leitsystems werden Sie durch das Buch geführt. Es erlaubt Ihnen, innerhalb Ihres persönlichen Zeitkontingents (von 10 bis 30 Minuten) das Wesentliche zu erfassen.

Kurze Lesezeit

In 30 Minuten können Sie das ganze Buch lesen. Wenn Sie weniger Zeit haben, lesen Sie gezielt nur die Stellen, die für Sie wichtige Informationen beinhalten.

- Alle wichtigen Informationen sind blau gedruckt.

- Schlüsselfragen mit Seitenverweisen zu Beginn eines jeden Kapitels erlauben eine schnelle Orientierung: Sie blättern direkt auf die Seite, die Ihre Wissenslücke schließt.

- *Zahlreiche Zusammenfassungen innerhalb der Kapitel erlauben das schnelle Querlesen.*

- Ein Fast Reader am Ende des Buches fasst alle wichtigen Aspekte zusammen.

- Ein Register erleichtert das Nachschlagen.

Inhalt

Vorwort **6**

1. Insiderwissen: Wie Verlage Programm machen **9**
Ist Ihre Buchidee 30.000 Euro wert? 10
Welche Verlage passen zu Ihrem Projekt? 11
Wann beginnen Sie mit der Verlagssuche? 16

2. Ansprechpartner: Wie Lektoren ticken **21**
Ja, Lektoren können irren 22
Der Profiblick: Auswahlkriterien im Lektorat 23
Autoren-Fettnäpfe: Was Sie besser nicht tun 28

3. Vertragsgrundlage: Wie ein gutes Exposé aussieht **33**
Der Aufbau des Exposés 34
Die Buchinhalte 36
Das Buchmarketing 42

4. Ihr „Köder": Wie Ihre Textprobe überzeugt **53**
Finden Sie Ihren Stil 54
Wählen Sie das richtige Thema 56
Feilen Sie an Ihrem Text 61

5. Eigenwerbung: Die Verlagsansprache **69**
Wer ist zuständig? 70
Wie präsentieren Sie das Projekt? 71
Was tun bei Absagen? 75

6. Endspurt: Vom Vertrag bis zum fertigen Manuskript **79**
Vertrag und Honorar 80
Der Schreibprozess 85
Erste Hilfe bei Schreibblockaden 88

Fast Reader **90**

Die Autorin **94**

Empfehlenswerte Bücher und Websites **95**

Register **96**

Vorwort

„Ach wissen Sie, ich kenne den Verleger vom XY-Verlag. Dem werde ich das Buchprojekt mal anbieten“, erzählt mir auf der Jahrestagung einer Rednervereinigung siegesgewiss ein Erstautor. Bisher erschöpft sich sein Projekt in einer Themenidee. Eine Kaffeepause später komme ich mit jemandem ins Gespräch, der für sein Buch förmlich brennt. Geschrieben habe er schon fast 300 Seiten. Für welchen Verlag? *„Darum kümmere ich mich später!“*

Für ein eigenes Buch sprechen gute Gründe, auch im Zeitalter von Facebook und Twitter. Wenn es darum geht, eigene Ideen mit Langzeitwirkung weiterzugeben, sich als Experte zu profilieren, bekannter zu werden, bleibt das Buch das beste Medium. Ob Redner, Consultant oder Experte: Die Topleute haben eines gemeinsam – sie publizieren Bücher. Sie werden wissen warum. Doch wie machen sie das?

Bei Vorgehensweisen wie den eingangs geschilderten atmen Verleger und Lektoren erst mal tief durch. Kontakte sind in vielen Lebensbereichen Gold wert. Doch ein Kontakt allein reicht nicht, wenn ein Verlag fünfstellig investieren soll. Auch wenn unaufgefordert komplette Manuskripte auf den Schreibtisch oder ins Mail-Fach plumpsen, reagieren Lektoren eher reserviert. Das ist ungefähr so, als würden Sie Ihren Partner damit überraschen, in seiner Abwesenheit das Wohnzimmer neu zu tapezieren. Mag ja ganz okay sein. Aber man

(von Frau ganz zu schweigen) hätte vorher doch gern ein bisschen mitgeredet. Sachbücher oder Ratgeber werden per Tapetenbuch – pardon: Exposé – eingekauft. Verlage vor vollendete Tatsachen zu stellen, wirkt laienhaft. Sie sehen: Die Verlagsbranche hat ihre eigenen Regeln. Wer sie kennt, kann seine Chancen auf eine Publikation erheblich steigern.

Um Ihre Buchidee bei einem renommierten Verlag unterzubringen, brauchen Sie erstens ein schlüssiges Buchkonzept, zweitens gute Argumente in eigener Sache und drittens die richtige Vorgehensweise. Darum geht es in diesem Kurzführer. Er konzentriert sich auf Sachbücher, Fachbücher und Ratgeber. Für Belletristik gelten andere Spielregeln; deswegen wird dieses Genre hier ausgeklammert.

Ziel ist es, Ihnen einen Fahrplan für den kürzesten Weg zum eigenen Buch an die Hand zu geben. Warum wollen Sie Umwege machen, wenn es auch ohne geht? Starten wir also! Und viel Erfolg für Ihr Buchprojekt!

Petra Begemann

Zweifellos: Es gibt wunderbare Lektorinnen und kluge Autorinnen! Aus Gründen der Lesbarkeit verzichtet dieses Buch trotzdem auf Doppelkonstruktionen.

MINUTEN

Wie reagieren Verlage auf unverlangte Buchprojekte?

Seite 10

Wie finden Sie den passenden Verlag?

Seite 11

Wann ist der richtige Zeitpunkt, um mit der Verlagssuche zu beginnen?

Seite 16

1. Insiderwissen: Wie Verlage Programm machen

Jeder Autor kennt die Warnungen: Verlage werden mit Manuskripten überschwemmt und die meisten werden abgelehnt. Das ist die schlechte Nachricht. Die gute Nachricht: Jeder Verlag ist ständig auf der Suche nach neuen Themen und Gesichtern. Damit Sie selbst dazugehören, brauchen Sie nicht nur gute Ideen. Sie müssen diese Ideen auch gut verkaufen. In diesem Kapitel erhalten Sie dazu wichtige Hintergrundinformationen. Sie erfahren, wie Verlagsprogramme entstehen, wie Sie die besten Verlage für Ihr Projekt finden und was Sie brauchen, um mit ihnen Kontakt aufzunehmen.