





# Selbstlernkurs: Die Bücherschmiede

Ein Sachbuch planen und schreiben –  
von A wie Aufbau bis Z wie Zielgruppe

Heike Thormann

© 2022 Heike Thormann, Warendorf  
2. aktualisierte Auflage, 1. Auflage 2020

ISBN Softcover: 978-3-347-56409-1  
ISBN Hardcover: 978-3-347-56416-9  
ISBN E-Book: 978-3-347-56418-3

Druck und Distribution im Auftrag der Autorin:  
tredition GmbH, Halenreie 40-44, 22359 Hamburg, Germany

Alle Rechte vorbehalten. Alle Angaben ohne Gewähr.  
Ohne meine schriftliche Genehmigung ist jede Verwertung unzulässig.  
Alle Inhalte wurden von mir sorgfältig erwogen und geprüft, dennoch kann ich keine  
Garantie geben. Ich übernehme keine Haftung für Personen-, Sach- und Vermögensschäden.

Portraitfoto: Studio Wiegel, Münster, Fotograf Peter Wiegel  
Icon Cover: tredition GmbH, Hamburg

# Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis.....	5
<b>Lektion 1: Die Absicht</b>	
Warum wollen Sie ein Buch schreiben?.....	7
Ihre Motive bestimmen die Gestalt Ihres Buches.....	7
Einige Beweggründe, ein Buch zu schreiben .....	8
<b>Lektion 2: Das Thema</b>	
Worum soll es in Ihrem Buch denn gehen? .....	10
Ihr Thema kann wichtig für den Erfolg Ihres Buches sein .....	10
Einige Kriterien für die Themenwahl .....	10
<b>Lektion 3: Die Zielgruppe</b>	
Und für welche Leserschar schreiben Sie?.....	12
Einige gute Gründe, Ihr Buch auf Zielgruppen zuzuschneiden .....	12
Wie Sie Zielgruppen bestimmen und eingrenzen .....	13
<b>Lektion 4: Der Nutzen</b>	
Was genau haben diese Leute von Ihrem Buch?.....	16
Warum Sie für den Nutzen des Lesers schreiben sollten .....	16
<b>Lektion 5: Das Genre</b>	
Wie kann man Ihr Buch marktgerecht einordnen? .....	18
Welche Genres gibt es? .....	18
Wie Sie ein passendes Genre für Ihr Buch finden.....	19
<b>Lektion 6: Der USP</b>	
Wie wollen Sie sich vom Mitbewerber unterscheiden? .....	21
Einige Kriterien für ein Alleinstellungsmerkmal.....	21
Wie Sie ein Alleinstellungsmerkmal für Ihr Buch finden .....	21
Einige Recherche-Möglichkeiten für Konkurrenztitel .....	22
<b>Lektion 7: Die Quellen</b>	
Wo finden Sie Stoff und „Futter“ für Ihr Buch?.....	24
Auch die Quellen beeinflussen die Gestalt Ihres Buches.....	24
Einige Beispiele für Quellen .....	24
<b>Lektion 8: Der Inhalt</b>	
Auf welche Details dürfen sich Ihre Leser freuen? .....	26
Zwei Methoden, um das Thema klarer zu sehen.....	26
Legen Sie die Kernaussage fest.....	28
Wählen Sie die Inhalte aus.....	30
Bauen Sie Spannung ein .....	33

## Lektion 9: Der Aufbau

Wie wollen Sie für eine gute Abfolge sorgen? .....	35
Ihr Buch braucht Aufbau und Struktur .....	35
Einige Möglichkeiten, ein Buch aufzubauen und zu strukturieren.....	35
Einige grafische Hilfsmittel für Aufbau und Struktur.....	37

## Lektion 10: Die Gliederung

Können Sie das Gerüst Ihres Buches vor sich sehen?.....	40
Die Gliederung ist der geheime Bauplan.....	40
Das Inhaltsverzeichnis leistet Orientierungshilfe .....	42

## Lektion 11: Die Ausstattung

Welche Gestaltungselemente soll das Buch haben?.....	44
Elemente, die ins Buch einführen .....	44
Elemente, die zusätzliche Informationen bieten .....	45
Elemente, die den Leser aktiv werden lassen .....	46

## Lektion 12: Die Verweise

Welche Beleg- und Zitierregeln müssen Sie beachten? .....	48
Was ist ein Zitat? .....	48
Wie zitieren Sie richtig? .....	49
Wie belegen Sie ein Zitat?.....	49
Wie geben Sie eine Quelle an?.....	50

## Lektion 13: Der Anhang

Welche Zusätze wollen Sie Ihren Lesern mitgeben? .....	52
Elemente, die weiteres Material bieten.....	52
Elemente, die benutztes Fremdmaterial belegen.....	52
Elemente, die auf weiterführende Quellen hinweisen .....	53
Elemente, die die Lesefreundlichkeit unterstützen .....	53
Elemente für Dank und Werbung .....	53

## Lektion 14: Das Impressum

Welche Vorgaben müssen Sie einhalten? .....	54
Pflichtangaben eines Impressums.....	54
Freiwillige Angaben eines Impressums .....	55

## Lektion 15: Der Titel

Und wie soll das gute Stück nun heißen? .....	59
Der Spagat zwischen Zugkraft und Glaubwürdigkeit .....	59
Anforderungen an einen guten Buchtitel .....	60
Wie finden Sie einen Buchtitel? .....	61
Beachten Sie den Titelschutz .....	63

## Anhang:

Gestaltungselemente beim Buch.....	64
Weiterführende Literatur.....	69
Über mich.....	71

## Lektion 1: Die Absicht

### Warum wollen Sie ein Buch schreiben?

#### Ihre Motive bestimmen die Gestalt Ihres Buches

**L**assen Sie uns den Kurs mit einer Frage beginnen, die sich viele, die ein Buch schreiben wollen, nicht stellen: Warum wollen Sie ein Buch schreiben? Beziehungsweise warum wollen Sie das Buch schreiben, das Sie vielleicht ganz konkret vor Augen haben? Haben Sie darüber einmal nachgedacht? Wissen Sie das?

Diese Frage ist nicht ganz unerheblich, manchmal kann sie sogar immens wichtig für Ihr Buchprojekt sein. Warum? Ganz einfach.

Nehmen wir an, Sie wollen Ihre Autobiografie schreiben. Wenn es Ihr Ziel ist, diese Ihren Kindern, Enkeln, Freunden zu schenken, können Sie ruhig viel über sich erzählen, Sie können schreiben, was Ihnen gerade einfällt. Diese Leser kennen Sie und werden sich freuen, mehr von Ihnen und über Sie zu erfahren. Wenn Sie mit Ihrer Autobiografie aber fremde Menschen erreichen wollen, die keine Bindung zu Ihnen haben, ist es hilfreich, sich zu überlegen, was Sie schreiben könnten, damit auch diese Menschen sich für Ihr Leben interessieren.

Oder ein anderes Beispiel: Nehmen wir an, Sie wollen ein Buch über Selbstmanagement schreiben. Wenn Sie damit als Trainer und Coach für Führungskräfte bekannt werden wollen, kann das einen ganz anderen Inhalt, Zuschnitt und Schreibstil bedeuten, als wenn Sie die neuesten Forschungsergebnisse einer Schar von Kollegen mitteilen wollen.

Aber nicht nur Inhalt und Schreibstil hängen von Ihren Motiven ab. Ihre Motive können auch darüber entscheiden, wie viel Zeit, Geld und Mittel Sie in Ihr Buch stecken können oder wollen, welche Priorität es für Sie hat, wie motiviert Sie die Sache verfolgen, wie sehr Sie sich um eine „Professionalisierung“ bemühen und vieles andere mehr.

Wenn Sie sich gleich zu Beginn über diese Motive im Klaren sind, laufen Sie weniger Gefahr, an ihnen vorbeizuschreiben und mit Ihrem Buch einen Fehlschlag einzufahren.

---

Je besser Sie Ihre Schreibabsicht kennen,  
desto genauer können Sie Ihr Buch zuschneiden.

---

Im Folgenden finden Sie einige Motive, warum Menschen ein Buch schreiben wollen. Es gibt sicher noch mehr. Finden Sie sich in einigen davon wieder? (Kombinationen sind möglich.)

## Einige Beweggründe, ein Buch zu schreiben

### Private Motive

- Sie haben Spaß am Schreiben, Sie schreiben als Hobby.
- Sie schreiben, um sich durch den Schreibprozess persönlich weiterzuentwickeln.
- Sie schreiben, um neue Impulse durch die Beschäftigung mit dem Thema zu gewinnen.
- Sie schreiben, um etwas zu verarbeiten und aufzuarbeiten, als eine Form von Therapie.
- Sie schreiben für Familie und Co., wollen ihnen etwas geben, z. B. Märchen für Ihr Kind.
- Sie schreiben für Familie und Co., wollen ihnen etwas hinterlassen, im Buch fortdauern.
- Sie schreiben für den Buchmarkt, wollen mit Ihrem Buch Geld verdienen.
- Es würde Ihnen Freude machen, ein Autor oder eine Autorin zu sein.

### Berufliche Motive

- Sie wollen sich auch beruflich durch die Beschäftigung mit dem Thema weiterentwickeln.
- Sie wollen mit Ihrem Buch Ihre Kompetenz in etwas nachweisen, z. B. als Karriereschub.
- Sie wollen sich einen Namen machen, einen Expertenstatus zu einem Thema erwerben.
- Sie wollen vom Schreiben leben. (Das gilt eher für Profischreiber und „Berühmtheiten“.)

### Motive als Selbstständige(r)

- Ihr Buch soll Ihnen auch hier bei Kompetenznachweis und Expertenstatus helfen.
- Ihr Buch soll Ihnen bei Ihrem Selbstmarketing, bei Image-Aufbau und -Pflege helfen.
- Ihr Buch soll Ihnen Aufmerksamkeit und Bekanntheit bringen, um Kunden zu gewinnen.
- Sie möchten mit Ihrem Buch ein zusätzliches Produkt für bestehende Kunden haben.
- Sie möchten Ihr Buch als weitere Einnahmequelle nutzen.

Haben Sie sich in einigen Motiven wiedererkannt? Oder haben Sie vielleicht noch ganz andere Motive? Ich empfehle Ihnen, sich wirklich ausgiebig mit dieser Frage zu beschäftigen. Sie glauben gar nicht, wie wichtig Ihre Antworten für die Gestalt und den Zuschnitt Ihres Buches sein können.

Stellen Sie sich die Frage nach Ihrer Schreibabsicht auch bei jedem neuen Buch, das Sie schreiben, und bei jedem neuen Thema, mit dem Sie sich beschäftigen wollen. Bei jedem Buch können Ihre Antworten anders ausfallen und damit die Gestalt des Buches verändern.



## Aufgabe: Meine Schreibabsicht klären

Überlegen Sie einmal: Warum wollen Sie ein Buch schreiben? Beziehungsweise warum wollen Sie das konkrete Buch schreiben, das Sie vielleicht gerade im Kopf haben? Was sind Ihre Absicht und Ihre Motive dafür?

Seien Sie auch unbedingt ehrlich zu sich. Es ist kein Verbrechen, mit einem Buch zum Beispiel Geld verdienen, bekannt werden oder der Nachwelt erhalten bleiben zu wollen. Jedes Motiv ist legitim. Es wäre nur schade, wenn Sie sich ungut zensieren und damit um die Möglichkeit bringen würden, das zu bekommen, was Sie wirklich haben wollen.

## Lektion 2: Das Thema

Worum soll es in Ihrem Buch denn gehen?

Ihr Thema kann wichtig für den Erfolg Ihres Buches sein

Wir hatten es ja schon: Ihre Motive können wichtig für Inhalt und Thema Ihres Buches sein. Wenn Sie zum Beispiel als selbstständiger Trainer mit Hilfe einiger Bücher eine bestimmte Zielgruppe für bestimmte Dienstleistungen gewinnen wollen, werden Sie Ihre Themen anders definieren und zuschneiden, als wenn Sie sich als Lehrerin mit dem gelegentlichen Schreiben von Büchern ein weiteres finanzielles Standbein aufbauen wollen.

Ihr Thema wiederum kann wichtig für den Erfolg Ihres Buches sein: Ist es für Markt und Leser attraktiv genug? Besteht eine Nachfrage? Haben Sie es als Autorin gut genug im Griff? Sind Sie als Autor glaubwürdig? Oder sollte es doch ein anderes Thema sein?

Um ein Thema für Ihr Buch zu finden, können Sie sich an folgenden Punkten orientieren.

### Einige Kriterien für die Themenwahl

- Die eigene Vorliebe: Was interessiert Sie genug, um darüber schreiben zu wollen?
- Die eigene Kompetenz: Was können Sie von Inhalt und Aufwand her gut bewältigen?
- Die eigene Person: Wie glaubwürdig sind Sie als Autor und Mensch bei diesem Thema?
- Die eigenen Ziele: Was wollen Sie mit dem Buch erreichen? (Die Motive aus Lektion 1.)
  
- Der Nutzen: Was könnte für andere nützlich und interessant sein?
- Der Buchmarkt: Welche Themen werden angenommen? Gibt es Trends?
- Die Chancen: Welche Marktlücken könnte es geben? Wozu sollte einmal ein Buch geschrieben werden beziehungsweise welche Nachfrage wollen Sie bedienen?
- Die Relevanz: Wie wichtig ist das Thema für Ihre anvisierte Lesergruppe?
- Die Mittel: Welche Voraussetzungen sollten Sie berücksichtigen?\*

(\* Damit meine ich zum Beispiel, dass Sie statt eines allgemeinen Krimis lieber einen Regionalkrimi schreiben, weil Sie als Selbstverlegerin hier bessere Verkaufsmöglichkeiten haben.)

Das endgültige Buchthema ergibt sich aus der Schnittmenge Ihrer persönlichen Interessen, Kompetenzen, Person und Zielen, aus den Anforderungen, Realitäten und Möglichkeiten des Marktes, aus den Ihnen zur Verfügung stehenden Mitteln und Ressourcen und mehr.

### Dazu noch ein paar Tipps:

- Schreiben Sie über das, was Sie besonders gut kennen oder können. Gerade wenn Sie noch nicht allzu viel Erfahrung im Schreiben haben, wird Ihnen dieses so leichter fallen.
- Achten Sie darauf, dass Sie für das Thema glaubwürdig sind. Wenn Sie zum Beispiel als junger Erwachsener Senioren Ratschläge zur Lebensgestaltung geben wollen, wird das manchen potenziellen Leser vermutlich vom Kauf des Buches abhalten. Anders sieht das aus, wenn Sie Senioren den Umgang mit dem PC beibringen wollen. Man sagt auch, dass Autor und Thema zusammenpassen müssen.
- Überlegen Sie, ob Sie nicht nur ein Buch, sondern vielleicht mehrere Bücher schreiben wollen. Planen Sie eine solche „Schreib-Karriere“ oder „Schreib-Biografie“ ruhig strategisch. Mit welchem Thema wollen Sie anfangen? Welches kommt vielleicht später dran?
- Vergessen Sie auch den Nutzen für andere nicht. Ich werde noch häufiger darauf zu sprechen kommen, weil ich auch das für sehr wichtig halte. Viele, die schreiben, schreiben, weil es ihnen Spaß macht, stellen sich aber nicht die Frage, warum ein anderer das Geschriebene lesen sollte. Das ist natürlich wieder legitim, kann aber auch dazu führen, dass andere Ihre Bücher und Texte eben nicht lesen wollen. :-)
- Und vereinfacht könnte man sagen: Je aktueller und relevanter, nutzbringender, wichtiger Ihr Thema für eine bestimmte Lesergruppe ist, desto besser stehen die Chancen für Ihr Buch, gelesen zu werden. Deshalb müssen Sie nicht alle anderen Themen beiseitelassen, aber es erhöht eben die Chancen Ihres Buches bei diesen Lesern.

---

Je sorgfältiger Sie Ihr Thema wählen,  
desto besser stehen die Chancen für Ihr Buch.

---



### Aufgabe: Mein Thema wählen

Überlegen Sie einmal:

- A) Über welches Thema wollen Sie schreiben?
- B) Warum wollen Sie über dieses Thema schreiben?
- C) Glauben Sie, dass dieses Thema gute Chancen hat, Leser zu finden?
- D) Denken Sie, dass Sie Ihre Schreibabsicht mit diesem Thema verwirklichen?
- E) Fühlen Sie sich dem Thema als Autor/Autorin und Mensch „gewachsen“?

## Lektion 3: Die Zielgruppe

### Und für welche Leserschar schreiben Sie?

hre Motive können auch wichtig für die Frage sein, ob Sie Ihr Buch auf eine bestimmte Zielgruppe zuschneiden sollen oder nicht. Denn wenn Sie, wie erwähnt, beispielsweise autobiografisch schreiben und sich Familie und Freunden mitteilen wollen, können Sie sich die Frage nach möglichen Lesern sparen. Anders sieht es aus, wenn Sie für den Buchmarkt schreiben oder berufliche Ziele wie die Akquise neuer Kunden vor Augen haben. Dann kann es verheerend werden, nicht über mögliche Leser nachgedacht und Ihr Buch nicht für genau diese spezielle Zielgruppe so attraktiv wie möglich gestaltet zu haben.

Im Folgenden nenne ich Ihnen einige gute Gründe, warum es hilfreich sein kann, sich über Ihre zukünftigen Leser Gedanken zu machen und Ihr Buch auf diese zuzuschneiden.

#### Einige gute Gründe, Ihr Buch auf Zielgruppen zuzuschneiden

##### a) Sie können Ihren Lesern einen höheren Nutzen bieten

Je besser Sie Ihre Leser kennen, desto genauer können Sie sich auf deren Bedürfnisse und Interessen einschießen. So können Sie den Wert, den Ihr Buch für jemanden hat, erhöhen. Und je nützlicher Ihr Buch für jemanden ist, desto bereitwilliger wird es dieser auch lesen. Schließlich kostet es Zeit (und Geld), ein Buch zu lesen. Wenn ein Leser darin nicht das findet, was ihn interessiert, wird er diese Zeit nicht mehr aufbringen und das Buch in die Ecke werfen – und vielleicht verfluchen, das Geld dafür bezahlt zu haben :-).

##### b) Sie können Ihr Buch leichter vermarkten und verkaufen

Egal, ob Sie Ihr Buch selbst veröffentlichen wollen oder ob das ein Verlag tun soll – je genauer Sie wissen, für welche Leser Ihr Buch geeignet ist, desto besser kann man es bei diesen Lesern bewerben und verkaufen. Denn wen wollen Sie oder soll der Verlag über Ihr neues Buch informieren, wenn Sie nicht wissen, wer sich für dieses Buch interessieren könnte? Zudem werden vermutlich weder Sie noch Ihr Verlag unbegrenzte Geldmittel zur Verfügung haben, um Ihr Buch in aller Breite zu bewerben. Dann ist es oft besser, diesen Kreis von Interessenten möglichst genau zuschneiden zu können. Die Zielgruppe „Kinderärzte“ ist leichter zu erreichen als die Zielgruppe „alle, die mit Kindern zu tun haben“.

##### c) Sie können passender und verständlicher schreiben

Mit konkreten Lesern vor Augen fällt es Ihnen auch leichter, Inhalt und Sprache Ihres Buches an diese anzupassen. So können Sie bei einem Fachbuch mit Fachinhalten und Fachsprache den Ansprüchen eines Fachpublikums genügen, ohne mit denselben eine breitere Öffentlichkeit zu erschlagen und zu überfordern. Sie wissen auch eher,

- was Sie voraussetzen können und was Sie noch erklären müssen,
- welche Fachbegriffe und Ausdrücke Sie verwenden können und sollten,

- welche Sprache und welcher Stil vermutlich gut ankommt und welche(r) nicht.

Dadurch schreiben Sie leichter und verständlicher.

Achtung: Nicht immer ist es möglich, klare Zielgruppen zu bestimmen. Es ist auch nicht immer nötig, Zielgruppen zu bestimmen; so manches Buch hat sich seine Leser selbst „gesucht“. Manchmal reicht es auch, einen bekannten Namen zu haben, um ein Buch zu verkaufen. Und Geschmäcker sind nun einmal verschieden. Manche Menschen werden das, was Sie schreiben, mögen, andere nicht. Machen Sie sich deshalb natürlich auch bitte nicht mit Zielgruppen verrückt.

Doch wenn Sie die Gelegenheit haben, Ihr Buch auf eine oder mehrere, möglichst nah verwandte Zielgruppen zuzuschneiden, dann tun Sie das ruhig. Denn je attraktiver Ihr Buch für eine bestimmte Zielgruppe ist, je leichter Sie diese Zielgruppe erreichen, je glaubwürdiger Sie auf diese Leute wirken und je eingängiger Ihre Texte dort ankommen – desto besser stehen wieder die Chancen für Ihr Buch.

---

Je attraktiver Ihr Buch für eine Zielgruppe ist,  
desto besser stehen wieder die Chancen für Ihr Buch.

---

## Wie Sie Zielgruppen bestimmen und eingrenzen

Was genau ist nun eine Zielgruppe? Es gibt verschiedene Möglichkeiten, eine Zielgruppe zu definieren und einzugrenzen. Zum Beispiel:

- Demografisch, also nach Alter, Geschlecht, Wohnort, Kaufkraft usw.
- Nach sogenannten Lifestyle-Gruppen, also gut situierte Doppelverdiener ohne Kinder, Rentnerin mit bescheidener Rente, ökologisch orientierter Student usw.
- Nach Merkmalen wie Beruf, Funktion, (sozialer) Status, Hobbys, Interessen usw.\*

(\* Ein Beispiel: Beruf Kinderarzt, Funktion Facharzt für frühkindliche Entwicklungsstörungen, Status Angestellter, sozialer Status verheiratet und/oder sogenannte Mittelschicht.)

Allgemein könnte man vielleicht sagen:

1. Fragen Sie sich, wer Ihr Buch lesen wollen könnte. („Alle, die mit Kindern zu tun haben.“)
2. Überlegen Sie, ob Sie das noch weiter zuspitzen können. („Alle, die Kinder behandeln.“)
3. Prüfen Sie, welche Gruppe davon für Sie besonders attraktiv ist oder vor allem in Frage kommt. („Ärzte ja, Therapeuten nein.“)

Natürlich sind auch Kombinationen möglich: „Ärzte, Therapeuten, Lehrer für Kinder“.

### Dazu noch ein paar Tipps:

- Suchen Sie immer nach verbindenden Merkmalen. Bei der noch groben Zielgruppe „alle, die mit Kindern zu tun haben“ sind die Kinder die Verbindung, ohne dass diese aber selbst angesprochen werden.
- Machen Sie Ihre Zielgruppe nicht zu eng und nicht zu breit. Eine zu enge ist für Sie vielleicht nicht ergiebig genug und eine zu breite ist schwer zu erreichen und zu bewerben.
- Wenn mehrere Zielgruppen in Frage kommen, die relativ unähnlich sind, entscheiden Sie sich für diejenige, die Ihnen am vielversprechendsten zu sein scheint.
- Wenn mehrere Zielgruppen in Frage kommen, die relativ ähnlich sind, konzentrieren Sie sich auf eine Kernzielgruppe und schauen Sie, ob Sie Leser aus den Randzielgruppen miteinbeziehen können. Bei der Kernzielgruppe „Kinderärzte“ mit den Randzielgruppen „am Thema kindliche Gesundheit interessierte Eltern und Lehrer“ ist das zum Beispiel möglich, wenn Sie relativ allgemeinverständlich schreiben. Wenn Sie das nicht wollen oder können, konzentrieren Sie sich am besten nur auf die Zielgruppe der Kinderärzte.

### Und zur Vorgehensweise:

Es gibt zwei Wege, wie Sie vorgehen können. A) Sie haben ein Thema, eine Idee und suchen nach Zielgruppen, die dafür in Frage kommen und Sie interessieren. Das ist der häufigere Weg, deshalb habe ich in diesem Kurs mit dem Thema begonnen und die Zielgruppe folgen lassen. B) Sie schreiben gleich bedarfsorientiert. Das heißt, Sie picken sich eine Zielgruppe heraus und überlegen, welche Themen für diese interessant sein können.

---

Schreiben Sie für Ihren fiktiven ideellen Leser.

---

Es hilft übrigens, sich Ihre Zielgruppe als fiktiven ideellen Leser vorzustellen. Haben Sie sich beispielsweise auf Kinderärzte eingeschossen? Dann schreiben Sie doch von nun an gedanklich für genau diesen Typ Mensch. Vielleicht mit dem Bild des Arztes Ihrer eigenen Kinder vor Augen? Einer meiner früheren Teilnehmer hat es übrigens so gehalten: Er hat das Bild seines fiktiven Lesers gezeichnet und es sich an den Monitor geklebt. Von nun an konnte er immer ganz wortwörtlich „für den Leser schreiben“. :-)



### Aufgabe: Meine Zielgruppe wählen

A) Wer soll Ihr Buch lesen? Wer könnte es lesen wollen?

B) Lassen sich diese Menschen weiter eingrenzen, auf eine Zielgruppe beziehungsweise auf eine Kernzielgruppe mit Randzielgruppen zuschneiden?