

# Inhaltsverzeichnis

Vorwort .....	11
Die Autorin .....	13
Dank .....	15
Vorbemerkungen .....	17
<b>Kapitel 1: Einführung: Vom Wert eines Buches .....</b>	<b>19</b>
<b>Kapitel 2: Vor dem Schreibstart .....</b>	<b>21</b>
Mit einem Verlag an der Seite .....	21
2.1 Die Zeit zwischen Planung und Realisierung .....	23
Klarheit durch Fragen .....	23
Klassische Leitfragen für Autoren .....	25
2.2 Recherche als Daueraufgabe .....	26
Die Recherche beginnt mit der Ideenfindung .....	27
Erste Marktanalyse für das Exposé .....	27
Recherchieren während der Strukturierungsphase .....	28
Recherchieren und Schreiben .....	28
2.3 Genre und Regalplatz .....	28
Stationärer Buchhandel als Umschlagplatz .....	29
Kriterien für Ratgeber, Sach- und Fachbuch .....	30
2.4 Ideenraub, Titelschutz und Plagiate .....	31
2.5 Literatur .....	33
<b>Kapitel 3: Bucherfolg im Blick .....</b>	<b>35</b>
Ein- und Ausatmen .....	36
3.1 Exposé: Vom Fokustext bis zur PR-Strategie .....	37
Arbeitstitel: Vieles ist möglich .....	38
Professionalität beweisen .....	38
3.2 Probekapitel: Schreibstimme und Schreibdichte .....	42
Schreibstimme und Charakter .....	42
Ihr Probekapitel – Muster und Aufbau .....	44

3.3	Verlagssuche: Erwartung und Realität .....	45
	Rechte und Pflichten: Der Verlagsvertrag .....	48
	Die Geschmeidigkeit während der Skriptphase .....	50
	Vorsicht bei Zuschussverlagen .....	52
3.4	Serviceleistungen von Literaturagenten – Interview mit Dr. Harry Olechnowitz .....	53
3.5	Literatur .....	56
<b>Kapitel 4: Von der Manuskripterstellung zum veröffentlichten Werk ...</b>		<b>57</b>
4.1	Planen und Strukturieren von Sachbuchkapiteln .....	58
4.2	Arbeitstechniken für große Schreibprojekte .....	64
	Clustering für die Inspiration .....	64
	Den roten Faden entwickeln .....	65
	Start mit Themenschreiben .....	66
	Perspektivenwechsel .....	67
4.3	Der Rohtext ist nur die halbe Wahrheit .....	67
	Altbewährtes wirkt bis heute .....	69
	Wiedereinstieg nach der Schreibpause .....	71
4.4	Der Glanz kommt mit dem Feinschliff .....	72
4.5	Von Zeitfressern und Schreibblockaden .....	75
	Das 15-Minuten-Risiko .....	76
4.6	Literatur .....	78
<b>Kapitel 5: Instrumente der Buch-PR .....</b>		<b>79</b>
5.1	Was der Verlag leistet und der Autor selbst bewegen kann .....	81
	Zeitplan für PR-Aktivitäten .....	82
5.2	Pressearbeit auf allen Kanälen .....	87
	Die Suche nach der Story .....	87
	Die Basics: Presseverteiler und Pressemitteilung .....	88
	Schreiben im journalistischen Stil .....	89
	Pressearbeit ist Vertrauenssache .....	90
5.3	Digitale Buchwelten und Plattformen als Erfolgstreiber .....	91
	Online-Mitteilungen .....	91
	Amazon und andere Marktmächte .....	92
5.4	Wie Bibliotheken als Multiplikatoren wirken .....	93
	Tradition und Moderne .....	94
5.5	Gastbeitrag: Felix Beilharz über Social Media und Online-Marketing ..	96
	Landingpage und Website .....	97
	E-Mail-Marketing .....	97
	Social Media Marketing .....	98
	Sonstige Online-Marketing-Maßnahmen .....	98
5.6	Literatur .....	99

<b>Kapitel 6: Selfpublishing</b>	101
Gefahr der kurzen Wege	102
6.1 Corporate Books: Image ist alles	103
Raum für die Geschichte	103
6.2 Storytelling im Unternehmen	104
Aufmerksamkeit erreichen	104
Spiel mit dem Zeitgeist	105
6.3 Format und Anlass	105
6.4 Wirkung durch Bilder	107
6.5 Mit einem Ghostwriter arbeiten	109
Erfahrung und Chemie müssen stimmen	109
Ein Wort zum Geld	111
Mehr als eine Verbeugung	112
6.6 Das Drehbuch für ein Corporate Book	113
Drehbuch: 1. Akt – Sichten und Planen	113
Drehbuch: 2. Akt – Schreiben und Gestalten	114
Drehbuch: 3. Akt – Korrigieren und Lektorieren	115
Drehbuch: 4. Akt – Projektmanagement und Organisation	115
Verkauft und doch verschenkt	120
6.7 Literatur	121
<b>Kapitel 7: Die Balance zwischen Regeln und Kreativität</b>	123
7.1 Zu laut gebrüllt und Leser vergrault	124
Stoppschild im Kopf	124
7.2 Den Erfolg evaluieren	125
7.3 Marketing bei Neuauflagen	127
7.4 Literatur	129
<b>Kapitel 8: Schreiben heißt Wachsen</b>	131
<b>Kapitel 9: Adressen und Websites für Autoren</b>	133