

Inhaltsverzeichnis

1 Einführung: Vom Wert eines Buches	1
2 Vor dem Schreibstart	3
2.1 Die Zeit zwischen Planung und Realisierung	5
2.2 Recherche als Daueraufgabe	8
2.3 Genre und Regalplatz	10
2.4 Ideenraub, Titelschutz und Plagiate	13
Literatur	15
3 Bucherfolg im Blick	17
3.1 Exposé: Vom Fokustext bis zur PR-Strategie	19
3.2 Probekapitel: Schreibstimme und Schreibdichte	24
3.3 Verlagssuche: Erwartung und Realität	27
3.4 Serviceleistungen von Literaturagenten – Interview mit Dr. Harry Olechnowitz	35
Literatur	37
4 Von der Manuskripterstellung zum veröffentlichten Werk	39
4.1 Planen und Strukturieren von Sachbuchkapiteln	41
4.2 Arbeitstechniken für große Schreibprojekte	45
4.3 Der Rohtext ist nur die halbe Wahrheit	49
4.4 Der Glanz kommt mit dem Feinschliff	54
4.5 Von Zeitfressern und Schreibblockaden	58
Literatur	60
5 Instrumente der Buch-PR	63
5.1 Was der Verlag leistet und der Autor selbst bewegen kann	65
5.2 Pressearbeit auf allen Kanälen	66

5.3	Digitale Buchwelten und Plattformen als Erfolgstreiber	75
5.4	Wie Bibliotheken als Multiplikatoren wirken	78
5.5	Gastbeitrag: Felix Beilharz über Social Media und Online-Marketing	80
	Literatur	83
6	Selfpublishing	85
6.1	Corporate Books: Image ist alles	87
6.2	Storytelling im Unternehmen	88
6.3	Format und Anlass	90
6.4	Wirkung durch Bilder	92
6.5	Mit einem Ghostwriter arbeiten	93
6.6	Das Drehbuch für ein Corporate Book	97
	Literatur	105
7	Die Balance zwischen Regeln und Kreativität	107
7.1	Zu laut gebrüllt und Leser vergrault	108
7.2	Den Erfolg evaluieren	109
7.3	Marketing bei Neuauflagen	111
	Literatur	113
8	Lesung für Sachbuch-Autoren	115
8.1	Veranstalter auswählen und kontaktieren	116
8.2	Lesen mit Gefühl	118
	Literatur	121
9	Schreiben heißt Wachsen	123
	Adressen und Websites für Autoren	124