GANZ EINFACH

Das eigene Buch





Schreiben, setzen, gestalten, Selbstverlag



Danilo Sieren

G A N Z E I N F A C H

Band 72

Das eigene Buch

Schreiben, setzen, gestalten, Selbstverlag

Danilo Sieren

GANZ EINFACH

Die Reihe GANZ EINFACH erklärt Technik und Alltagsthemen so, wie es eine gute Freundin oder ein guter Freund am Küchentisch tun würde: geduldig, ehrlich und mit vielen Beispielen. Jeder Band steht für sich, und wo ein anderer Band ein Thema vertieft, steht ein Hinweis im Text.

Impressum und Hinweise zur Entstehung stehen auf der letzten Seite dieses Buches.

Vorwort

Fast jeder Mensch trägt ein Buch in sich. Die Erinnerungen der Großeltern, die man festhalten möchte. Das Fachwissen aus dreißig Berufsjahren. Die Geschichte, die einem seit Jahren im Kopf herumgeht. Der Wanderführer durch die eigene Region, das Kochbuch der Familie, der Gedichtband, der Ratgeber für Menschen in derselben Lage, in der man selbst einmal war. Früher endeten die meisten dieser Bücher in einer Schublade, weil der Weg zu einem Verlag weit war und die Absagen zahlreich. Heute kann jeder ein Buch veröffentlichen, als gedrucktes Taschenbuch, als gebundene Ausgabe und als E-Book, ohne Verlag und ohne Vorkasse für eine große Auflage.

Diese Freiheit ist ein Geschenk, aber sie bringt Verantwortung mit sich. Wer im Selbstverlag veröffentlicht, ist Autor, Lektorin, Setzer, Gestalterin, Verleger und Vertriebsabteilung in einer Person. Das Buch muss nicht nur geschrieben, sondern überarbeitet, gesetzt, gestaltet, mit Metadaten versehen, rechtlich geprüft, kalkuliert, angemeldet und vermarktet werden. Viele Selbstverlagsbücher scheitern nicht am Inhalt, sondern an Kleinigkeiten: einem Cover, das im Briefmarkenformat des Onlineshops nicht zu erkennen ist, einem Satz mit zu engen Rändern, einem fremden Foto ohne Erlaubnis, einem fehlenden Impressum, einem Preis, an dem man pro Exemplar draufzahlt.

Dieses Buch begleitet dich auf dem ganzen Weg. Es beginnt bei der Idee und der Frage, für wen du schreibst. Es zeigt, wie du ein Buch planst, recherchierst, schreibst und überarbeitest, wie Testleser, Lektorat und Korrektorat helfen und was künstliche Intelligenz beim Schreiben darf und was nicht. Es erklärt das Urheberrecht, das Zitatrecht, die Rechte an Bildern und an der eigenen Person, den Titelschutz und das Impressum. Es führt in die Typografie und den Buchsatz ein, vom Satzspiegel über die Schrift bis zum Inhaltsverzeichnis, und es erklärt, wie aus dem Manuskript ein druckfertiges PDF und ein sauberes E-Book werden. Es zeigt, wie ein gutes Cover entsteht und was die Druckerei technisch verlangt. Und es führt durch den Selbstverlag: Anbieter, ISBN, Pflichtexemplare, Buchpreisbindung, Kalkulation, Buchhandel, Lesungen, Marketing, Steuern und Sozialversicherung.

Durch das Buch begleitet dich Sabine Ternes. Sie ist 57 Jahre alt, Konrektorin einer Grundschule in Bochum und hat im Keller ihrer

Mutter einen Karton mit Briefen, Fotos und Notizbüchern ihres Großvaters Heinrich gefunden, der fast vierzig Jahre lang als Bergmann gearbeitet hat, die meiste Zeit auf der Zeche Lothringen in Bochum-Gerthe. Aus diesem Fund soll ein Buch werden, für die Familie, für die Menschen im Stadtteil und für alle, die sich für das Leben im Ruhrgebiet des 20. Jahrhunderts interessieren. Wie Sabine von der ersten Idee bis zur Lesung in der Buchhandlung kommt, welche Fehler sie macht und wie sie sie behebt, erfährst du in den Lernprojekt-Kästen.

Du brauchst für dieses Buch keine Vorkenntnisse. Die Kästen mit der Überschrift Vertiefung kannst du beim ersten Lesen überspringen.

Danilo Sieren, Dortmund, im November 2026

So arbeitest du mit diesem Buch

Das Buch ist in fünf Teile gegliedert.

Die Kapitel 1 bis 10 handeln vom Schreiben: die Wege zum eigenen Buch, die Idee und die Zielgruppe, Gattungen und Formen, Planung und Gliederung, Recherche, das Handwerk des Schreibens, Routine und Werkzeuge, Überarbeitung, Testleser, Lektorat und Korrektorat sowie das Schreiben im Zeitalter künstlicher Intelligenz. Die Kapitel 11 und 12 behandeln das Recht: Urheberrecht, Bildrechte und Persönlichkeitsrechte sowie Titel, Impressum und Pflichtangaben. Die Kapitel 13 bis 18 erklären den Satz: Formate und Papier, Typografie, Satzwerkzeuge, die Bestandteile eines Buches, Bilder im Buch und das E-Book. Die Kapitel 19 bis 21 drehen sich um die Gestaltung nach außen: das Cover, seine technische Umsetzung, Klappentext und Metadaten. Die Kapitel 22 bis 28 führen durch den Selbstverlag: Veröffentlichungswege, ISBN und Buchpreisbindung, Kalkulation, Buchhandel und Lesungen, Marketing, Steuern und Sozialversicherung sowie das Leben nach dem Erscheinen.

Wer gerade mit einer Idee beginnt, liest die Kapitel 1 bis 4. Wer ein fertiges Manuskript hat, startet mit Kapitel 8. Wer sein Buch setzen möchte, springt zu Kapitel 13. Wer kurz vor der Veröffentlichung steht, liest zuerst die Kapitel 12, 20 und 23, damit nichts Wichtiges vergessen wird.

Die Bausteine jedes Kapitels

Jedes Kapitel beginnt mit einer Erklärung in normaler Sprache. Tabellen fassen Maße, Regeln, Unterschiede und Beispiele zusammen. Kästen mit der Überschrift **Vertiefung** erklären Hintergründe. **Achtung**-Kästen warnen vor typischen Fehlern. **Tipp**-Kästen enthalten Kniffe aus der Praxis. In den **Lernprojekt**-Kästen begleitest du Sabine Ternes.

In der **Werkstatt** setzt du das Gelernte an deinem eigenen Buchprojekt um. Am Ende jedes Kapitels beantworte ich **Häufige Fragen** und fasse in **Kurz gesagt** das Wichtigste zusammen. Im Anhang findest du ein Glossar, eine Vorlage für ein Exposé, Checklisten für Manuskript, Satz, Cover und Veröffentlichung, eine Vorlage für das Impressum, eine Kalkulationshilfe, einen Zeitplan, Fragen zum Selbsttest und einen Spickzettel.

Zum Verhältnis zu anderen Bänden

Dieses Buch konzentriert sich auf das Entstehen und Veröffentlichen eines Buches. Wer für ein Familienbuch zuerst Stammbaum und Quellen erschließen möchte, findet die Grundlagen im Band »Auf den Spuren der Vorfahren«. Wie man alte Fotos, Dias und Briefe digitalisiert, erklärt »Alte Schätze digitalisieren«. Freie Programme für Grafik und Satz stellt »Kreativ ohne Abo« vor. Wer zum Buch eine Website aufbauen möchte, liest »Die eigene Website«, und wer aus dem Schreiben ein Geschäft macht, findet Buchhaltung und Steuern ausführlich in »Selbstständig mit System«.

ACHTUNG **Die Bedingungen der Anbieter ändern sich**

Plattformen für den Selbstverlag ändern ihre Tantiemensätze, Druckkosten, technischen Vorgaben und Richtlinien regelmäßig. Die Zahlen in diesem Buch geben den Stand vom November 2026 wieder und dienen als Orientierung. Bevor du ein Buch hochlädst oder kalkulierst, prüfe immer die aktuellen Hilfeseiten und Rechner des jeweiligen Anbieters. Dasselbe gilt für Gesetze und Steuerregeln.

Inhalt

Vorwort....3
So arbeitest du mit diesem Buch....5
Wege zum eigenen Buch....9
Die Idee schärfen....17
Gattungen und Formen....24
Planen und gliedern....32
Recherchieren und belegen....39
Das Handwerk des Schreibens....47
Routine und Werkzeuge....54
Überarbeiten....61
Testleser, Lektorat und Korrektorat....68
Schreiben im Zeitalter der künstlichen Intelligenz....76
Urheberrecht, Bilder und Persönlichkeitsrechte....83
Titel, Impressum und Pflichtangaben....92
Formate, Papier und Bindung....100
Typografie....108
Satzwerkzeuge....116
Die Bestandteile eines Buches....124
Bilder im Buch....132
Das E-Book....139
Das Cover gestalten....146
Das Cover technisch umsetzen....153
Klappentext und Metadaten....160
Wege der Veröffentlichung....167
ISBN, Pflichtexemplare und Buchpreisbindung....175
Preise und Kalkulation....182
Buchhandel, Bibliotheken und Lesungen....189
Marketing....196
Steuern, Sozialversicherung und Verwertungsgesellschaften....204
Nach dem Erscheinen....212
Glossar....220
Vorlage: Exposé....223
Checkliste: Manuskript....224
Vorlage: Impressum....225
Checkliste: Satz und E-Book....226
Checkliste: Cover und Veröffentlichung....227
Kalkulationshilfe....229
Zeitplan für ein Buchprojekt....230

Recht im Überblick....231
Fragen zum Selbsttest....232
Spickzettel und Anlaufstellen....234
Nachwort....236
Quellen und weiterführende Links....237
Ausführliches Inhaltsverzeichnis....239
Stichwortverzeichnis....252
Impressum....256

KAPITEL 1

Wege zum eigenen Buch

Wer ein Buch veröffentlichen möchte, hat heute mehr Möglichkeiten als je zuvor. Der klassische Weg führt über einen Verlag, der das Buch auf eigenes Risiko herstellt und vertreibt. Daneben gibt es den Selbstverlag, bei dem die Autorin selbst zur Verlegerin wird, und eine Vielzahl von Dienstleistern dazwischen. Dieses Kapitel stellt die Wege vor, zeigt Vor- und Nachteile und hilft bei der Entscheidung.

Der Publikumsverlag

Ein **Publikumsverlag** wählt aus den eingereichten Manuskripten aus, schließt mit der Autorin einen Verlagsvertrag, übernimmt Lektorat, Satz, Cover, Druck, Vertrieb und Werbung und zahlt ihr ein Honorar. Das Risiko trägt der Verlag. Im Gegenzug erhält er die Nutzungsrechte am Werk und entscheidet über Titel, Cover, Preis und Erscheinungstermin mit.

Merkmal	Publikumsverlag
Auswahl	streng, die meisten Manuskripte werden abgelehnt
Kosten für Autoren	keine
Honorar	Vorschuss und Beteiligung, bei Taschenbüchern oft einstellige Prozentsätze vom Nettoladenpreis
Mitsprache	eingeschränkt, besonders bei Titel und Cover
Vertrieb	Buchhandel, Vertreter, Presse
Dauer bis zum Erscheinen	oft ein bis zwei Jahre nach Vertragsschluss

Viele große Verlage nehmen unverlangt eingesandte Manuskripte nicht mehr an oder nur über **Literaturagenturen**. Eine Agentur vertritt Autorinnen gegenüber den Verlagen und erhält dafür eine Provision von den Honoraren, üblicherweise um 15 Prozent. Seriöse Agenturen verlangen kein Geld im Voraus.

Der Kleinverlag

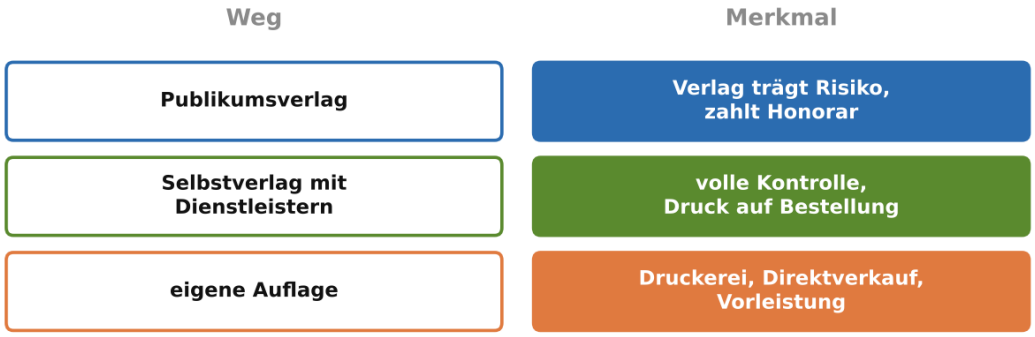
Neben den großen Häusern gibt es zahlreiche **Kleinverlage**, oft spezialisiert auf eine Region, ein Genre oder ein Fachgebiet. Sie arbeiten mit kleinen Auflagen, persönlicher Betreuung und großer Leidenschaft. Für regionale Themen, Lyrik oder besondere Nischen sind sie oft der bessere Partner als ein Konzernverlag.

Der Selbstverlag

Im **Selbstverlag** ist die Autorin zugleich Verlegerin. Sie entscheidet alles selbst, trägt alle Kosten und alle Risiken, behält aber auch alle Rechte und einen deutlich höheren Anteil am Verkaufspreis. Möglich wurde das in großem Stil durch den **Druck auf Bestellung**, im Englischen Print on Demand: Jedes Exemplar wird erst gedruckt, wenn es bestellt wurde. Eine teure Auflage im Voraus ist nicht nötig.

Merkmal	Selbstverlag
Auswahl	keine, jeder kann veröffentlichen
Kosten	Lektorat, Cover, ISBN und Werbung nach eigener Entscheidung
Anteil am Verkaufspreis	deutlich höher als beim Verlagshonorar
Mitsprache	vollständig
Vertrieb	Onlineshops, auf Bestellung im Buchhandel, eigene Wege
Dauer bis zum Erscheinen	so schnell, wie man fertig wird

Der Selbstverlag ist längst kein Notbehelf mehr. Viele Autorinnen und Autoren entscheiden sich bewusst dafür, weil sie die Kontrolle behalten, schneller veröffentlichen und mehr verdienen wollen. Andere nutzen beide Wege nebeneinander, man spricht dann von **Hybridautoren**.



Drei Wege zum eigenen Buch: Publikumsverlag, Selbstverlag mit Dienstleistern und der Druck einer eigenen Auflage in einer Druckerei.

Dienstleister für den Selbstverlag

Zwischen Verlag und vollständigem Selbstverlag stehen Dienstleister, die einzelne Aufgaben übernehmen: Druck auf Bestellung, Vertrieb in Buchhandel und Onlineshops, Vergabe einer ISBN, manchmal auch Lektorat und Cover gegen Bezahlung. Die bekanntesten sind Kindle Direct Publishing von Amazon, Books on Demand, tredition, epubli, Tolino Media und verschiedene E-Book-Distributoren. Kapitel 22 stellt sie ausführlich vor.

ACHTUNG Zuschussverlage

Vorsicht bei Verlagen, die von Autorinnen und Autoren hohe Summen für die Veröffentlichung verlangen und dafür eine »Verlagsveröffentlichung« versprechen. Solche **Zuschussverlage**, auch Druckkostenzuschussverlage genannt, verdienen ihr Geld an den Autoren, nicht am Verkauf der Bücher. Oft werden mehrere Tausend Euro verlangt, und das Buch verschwindet danach unbemerkt in einem Katalog. Ein seriöser Verlag zahlt dem Autor, nicht umgekehrt. Ein seriöser Dienstleister nennt klare Preise für klare Leistungen und behauptet nicht, ein Verlag zu sein, der an dein Werk glaubt.

Die eigene Auflage

Ein dritter Weg ist der Druck einer festen Auflage in einer Druckerei, etwa 200, 500 oder 1.000 Exemplare. Das lohnt sich, wenn man das Buch selbst verkauft, etwa bei Lesungen, Vorträgen, auf Märkten, im Museum oder in einer Buchhandlung vor Ort. Der Stückpreis sinkt mit steigender Auflage deutlich, dafür muss man in Vorleistung gehen und die Bücher lagern.

Weg	geeignet für
Druck auf Bestellung	unsichere Nachfrage, Vertrieb über Onlineshops und Buchhandel
eigene Auflage	sicherer Absatz vor Ort, Familienbücher, Vereinschroniken, Lesungen
Kombination	kleine Auflage für den Direktverkauf und Druck auf Bestellung für den Handel

Welcher Weg passt?

Die Entscheidung hängt vom Ziel ab. Wer ein Buch für Familie und Freunde schreibt, braucht keinen Verlag und keine Marketingstrategie. Wer mit einem Roman den großen Buchhandel erreichen will, hat bei einem Publikumsverlag bessere Chancen auf Präsenz in den Regalen. Wer ein Fachbuch für eine klar umrissene Zielgruppe schreibt, kann im Selbstverlag oft mehr verdienen als mit einem Verlagshonorar.

Frage	Tendenz
Will ich die volle Kontrolle?	Selbstverlag
Will ich keine Kosten tragen?	Verlag
Brauche ich das Buch schnell?	Selbstverlag
Ist mir die Präsenz im stationären Buchhandel wichtig?	Verlag
Schreibe ich für eine kleine, klar umrissene Gruppe?	Selbstverlag oder eigene Auflage
Will ich vom Schreiben leben?	beide Wege, meist mit vielen Titeln

LERNPROJEKT **Der Karton im Keller**

Im Januar 2026 räumt Sabine Ternes mit ihrem Bruder Uwe den Keller ihrer Mutter in Bochum-Gerthe auf, die in ein Seniorenheim gezogen ist. Hinter alten Einmachgläsern steht ein Karton mit der Aufschrift »Opa Heinrich«. Darin liegen rund 120 Briefe, die ihr Großvater Heinrich Ternes zwischen 1938 und 1975 geschrieben hat, drei Notizbücher, eine Grubenlampe, ein Arbeitsbuch und etwa 200 Fotos. Heinrich war von 1934 bis 1967 Bergmann auf der Zeche Lothringen, nach deren Stilllegung noch bis

> 1973 auf der Zeche Hannover in Bochum-Hordel. Er starb 1979. Sabine liest an drei Abenden alles und ist überwältigt. Ihr Mann Werner sagt: »Daraus musst du ein Buch machen.« Sabine ist unsicher. Sie hat nie etwas veröffentlicht. Sie überlegt, einen Regionalverlag anzuschreiben, entscheidet sich aber nach einem Gespräch mit einer Kollegin, die einen Wanderführer im Selbstverlag herausgebracht hat, für den eigenen Weg. Ihr Ziel: ein Buch für die Familie, die Menschen im Stadtteil und alle, die sich für das Ruhrgebiet interessieren, als Taschenbuch und E-Book, dazu eine kleine eigene Auflage für Lesungen.

Ein kurzer Blick in die Geschichte

Der Selbstverlag ist keine Erfindung des Internets. Schon immer gab es Autorinnen und Autoren, die ihre Bücher auf eigene Kosten drucken ließen, weil kein Verlag sie wollte oder weil sie unabhängig bleiben wollten. Marcel Proust etwa bezahlte 1913 selbst dafür, dass der erste Band seines Romanwerks »Auf der Suche nach der verlorenen Zeit« beim Verlag Grasset erschien, nachdem andere Verlage abgelehnt hatten. Virginia Woolf und ihr Mann Leonard gründeten 1917 die Hogarth Press und veröffentlichten dort auch Virginias eigene Werke.

Zeit	Entwicklung
bis ins 20. Jahrhundert	Druck auf eigene Kosten, Verkauf über Subskription und Buchhandlungen
Ende des 20. Jahrhunderts	Digitaldruck macht kleine Auflagen erschwinglich
ab etwa 2000	erste Anbieter für Druck auf Bestellung
ab 2007	E-Reader und E-Book-Plattformen eröffnen den Massenmarkt
heute	Selbstverlag als gleichwertiger Weg neben dem Verlag

In Deutschland wurde die Krimiautorin Nele Neuhaus zu einem bekannten Beispiel: Ihre ersten Kriminalromane brachte sie zunächst selbst heraus, bevor ein großer Publikumsverlag sie unter Vertrag nahm. Solche Geschichten zeigen, dass Selbstverlag und Verlag sich nicht ausschließen, sondern ergänzen können.

Mythen über den Selbstverlag

Über den Selbstverlag kursieren viele Annahmen, die nicht oder nicht mehr stimmen. Einige davon halten Menschen davon ab, ihr Buch zu veröffentlichen, andere führen zu falschen Erwartungen.

Mythos	Wirklichkeit
Selbstverlag ist nur für Bücher, die kein Verlag wollte	viele entscheiden sich bewusst dafür
Selbstverlagsbücher sind schlecht	die Qualität hängt von der Sorgfalt ab, nicht vom Weg
Im Selbstverlag wird man schnell reich	die meisten Bücher verkaufen nur wenige Hundert Exemplare
Man braucht kein Lektorat	ohne fremde Augen bleiben Fehler und Schwächen
Selbstverlagsbücher kommen nicht in den Buchhandel	über Dienstleister sind sie bestellbar, im Regal liegen sie durch persönlichen Kontakt
Der Selbstverlag kostet nichts	die Veröffentlichung oft nicht, gute Qualität schon

Am gefährlichsten ist der Mythos vom schnellen Reichtum. Einzelne Erfolgsgeschichten werden oft erzählt, die vielen Bücher mit bescheidenen Verkäufen nicht. Wer realistisch plant, wird nicht enttäuscht und kann sich über jeden Leser freuen.

Typische Fehler beim ersten Buch

Wer zum ersten Mal ein Buch veröffentlicht, macht Fehler. Das ist normal. Viele lassen sich aber vermeiden, wenn man sie kennt.

Fehler	Folge	Vorbeugung
zu früh veröffentlicht	Tippfehler, Logiklücken, schlechte Rezensionen	Zeitplan mit Puffer, Korrektorat
kein Lektorat	Schwächen bleiben unentdeckt	mindestens Testleser und Korrektorat
selbstgebasteltes Cover	Buch wird im Shop übersehen	Genre studieren, Daumennagel-Test
fremde Bilder ohne Rechte	Abmahnung	Bildliste mit Rechtenachweis
zu niedriger Preis	Verlust pro Exemplar	Kalkulation mit Rechnern der Anbieter

Fehler	Folge	Vorbeugung
kein Impressum	Ordnungswidrigkeit, Probleme mit Plattformen	Vorlage aus dem Anhang
keine Zielgruppe	Marketing ins Leere	Persona festlegen
nur Onlinevertrieb	regionale Leser bleiben unerreicht	Buchhandlung und Lesungen

Die meisten dieser Fehler haben eine gemeinsame Ursache: Ungeduld. Nach Monaten der Arbeit ist der Wunsch groß, das Buch endlich in der Hand zu halten. Ein oder zwei Monate mehr für Lektorat, Korrektorat und Probedruck sind fast immer eine gute Investition.

Werkstatt: Dein Weg

1. Schreibe in einem Satz auf, warum du ein Buch veröffentlichen möchtest.
2. Notiere, für wen das Buch gedacht ist: Familie, Region, Fachpublikum, breite Öffentlichkeit.
3. Lege fest, wie viel Geld du höchstens investieren möchtest.
4. Entscheide, wie wichtig dir Kontrolle, Geschwindigkeit und Präsenz im Buchhandel sind.
5. Wähle vorläufig einen Weg: Verlag, Selbstverlag, eigene Auflage oder eine Kombination.
6. Prüfe jedes Angebot, das Geld von dir verlangt, auf die Warnzeichen eines Zuschussverlags.

Häufige Fragen

Ist der Selbstverlag weniger angesehen als ein Verlag? Das war lange so. Heute erscheinen viele erfolgreiche Bücher im Selbstverlag. Entscheidend ist die Qualität: Ein professionell lektoriertes, gesetztes und gestaltetes Buch ist von einem Verlagsbuch kaum zu unterscheiden.

Kann ich nach dem Selbstverlag noch zu einem Verlag wechseln? Ja. Verlage interessieren sich besonders für Titel, die sich im Selbstverlag gut verkauft haben. Dann muss geklärt werden, wie die bisherige Ausgabe aus dem Handel genommen wird.

Was verdient man als Verlagsautor? Üblich sind Prozentsätze vom Nettoladenpreis, bei Taschenbüchern oft zwischen etwa 5 und

8 Prozent, bei Hardcovern etwas mehr, dazu manchmal ein Vorschuss.

Brauche ich eine Literaturagentur? Für große Publikumsverlage oft ja, für Kleinverlage und den Selbstverlag nicht.

Ist ein Buch im Selbstverlag ein richtiges Buch? Ja. Mit ISBN, Pflichtexemplar und Buchhandelsvertrieb ist es rechtlich und praktisch ein Buch wie jedes andere.

> **KURZ GESAGT** **Das Wichtigste aus Kapitel 1**
>
> Ein Buch kann über einen Publikumsverlag, einen Kleinverlag, im Selbstverlag oder als eigene Auflage erscheinen. Der Verlag trägt das Risiko und zahlt ein Honorar, behält aber viel Mitsprache. Im Selbstverlag entscheidet und verdient die Autorin selbst, trägt aber Kosten und Arbeit. Der Druck auf Bestellung macht den Selbstverlag ohne große Vorleistung möglich. Vor Zuschussverlagen, die hohe Summen von Autoren verlangen, ist zu warnen. Welcher Weg passt, hängt vom Ziel ab.

KAPITEL 2

Die Idee schärfen

Am Anfang steht eine Idee: ein Thema, eine Geschichte, ein Fundstück. Doch eine Idee allein ist noch kein Buch. Bevor man die erste Seite schreibt, lohnt es sich, die Idee zu schärfen: Worum genau geht es? Für wen schreibe ich? Was soll der Leser am Ende haben, was er vorher nicht hatte? Dieses Kapitel zeigt, wie aus einer vagen Idee ein klares Buchprojekt wird.

Die Kernfrage

Jedes gute Buch lässt sich in einem Satz beschreiben. Dieser Satz, oft **Kernaussage** oder im Englischen Pitch genannt, ist das wichtigste Werkzeug für die gesamte Arbeit. Er hilft beim Schreiben, beim Kürzen, beim Klappentext und beim Gespräch mit der Buchhändlerin.

Buchart	Kernfrage	Beispiel
Roman	Wer will was, und was steht im Weg?	Eine junge Bergmannstochter will Lehrerin werden, doch der Vater braucht ihren Lohn.
Sachbuch	Welches Problem löst das Buch für wen?	Das Buch zeigt Einsteigern, wie sie ihr erstes Buch selbst veröffentlichen.
Erinnerungsbuch	Wessen Leben, welche Zeit, warum heute?	Das Leben eines Bergmanns in Briefen, erzählt von seiner Enkelin.
Ratgeber	Was kann der Leser danach?	Nach diesem Buch kann man Brot mit Sauerteig backen.

Wer seine Idee nicht in einem Satz sagen kann, weiß meist noch nicht genau, worüber er schreibt. Das ist kein Grund zur Sorge, sondern ein Hinweis, dass die Idee noch geschärft werden muss.

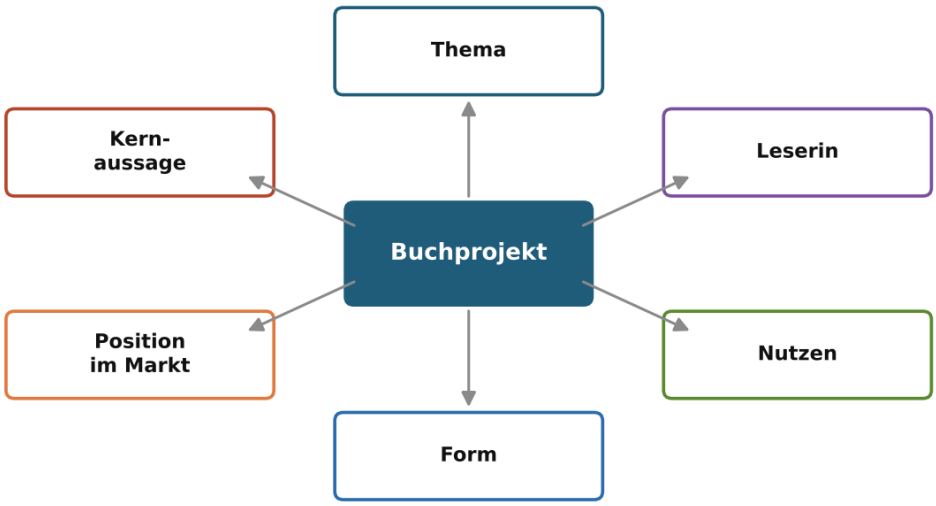
Die Zielgruppe

»Mein Buch ist für alle« ist der häufigste Fehler beim Planen. Ein Buch für alle ist ein Buch für niemanden. Je genauer man weiß, wer

das Buch lesen soll, desto besser lassen sich Sprache, Umfang, Tiefe, Cover und Preis bestimmen.

Frage	Beispiel
Wer liest?	Menschen zwischen 50 und 80 aus dem Ruhrgebiet
Was wissen sie schon?	kennen die Zechen, aber nicht den Arbeitsalltag unter Tage
Was suchen sie?	Erinnerung, Herkunft, Verständnis für Eltern und Großeltern
Wo kaufen sie Bücher?	Buchhandlung vor Ort, Lesungen, Onlineshops
Wie lesen sie?	eher gedruckt, gern mit Fotos

Hilfreich ist eine **Persona**: eine erfundene, aber typische Leserin mit Namen, Alter, Lebenssituation und Wünschen. Beim Schreiben fragt man sich dann: Würde sie diesen Absatz verstehen? Würde sie ihn vermissen, wenn er fehlte?



Von der Idee zur Zielgruppe: Thema, Leserin, Nutzen und Form müssen zusammenpassen.

Was gibt es schon?

Bevor man schreibt, sollte man wissen, welche Bücher es zum Thema bereits gibt. Das ist keine Entmutigung, sondern hilft, das eigene Buch zu positionieren. Eine Recherche im **Verzeichnis lieferbarer Bücher**, in der Deutschen Nationalbibliothek, in Onlineshops und in der Buchhandlung zeigt, was es gibt, wie es aussieht und was es kostet.

Frage	Nutzen
Welche Bücher gibt es?	Überblick über das Umfeld
Wie gut verkaufen sie sich?	Hinweise auf Nachfrage
Was loben und bemängeln Leser?	Lücken, die das eigene Buch füllen kann
Wie sehen die Cover aus?	Konventionen des Genres
Was kosten sie, wie dick sind sie?	Orientierung für Umfang und Preis

Das Ergebnis ist eine **Positionierung**: Was unterscheidet mein Buch von den anderen? Vielleicht ist es persönlicher, regionaler, aktueller, praktischer oder besser bebildert.

> **TIPP Leserbewertungen als Fundgrube**
>
> Lies bei vergleichbaren Büchern gezielt die Bewertungen mit drei Sternen. Sie sind oft am aufschlussreichsten, weil sie Stärken und Schwächen abwägen. Sätze wie »Ich hätte mir mehr praktische Beispiele gewünscht« oder »Die Fotos sind leider sehr klein« zeigen dir, was Leser vermissen.

Das Exposé

Ein **Exposé** ist eine kurze Beschreibung des Buchprojekts auf wenigen Seiten. Verlage und Agenturen verlangen es zusammen mit einer Leseprobe. Aber auch im Selbstverlag ist es ein wertvolles Werkzeug, weil es zwingt, die Idee klar zu formulieren.

Bestandteil	Inhalt
Arbeitstitel	vorläufiger Titel und Untertitel
Kernaussage	ein bis zwei Sätze
Inhalt	Zusammenfassung, bei Romanen mit Ende
Zielgruppe	wer liest das Buch und warum
Vergleichstitel	zwei bis drei ähnliche Bücher und was das eigene anders macht
Umfang und Form	Seitenzahl, Bilder, Ausstattung
Stand	wie weit ist das Manuskript
Über die Autorin	was qualifiziert sie für dieses Buch

Eine Vorlage für ein Exposé findest du in Anhang B.

ACHTUNG Die Idee nicht zu früh festnageln

Ein Exposé ist ein Arbeitsplan, kein Vertrag mit sich selbst. Beim Schreiben verändern sich Bücher, und das ist gut so. Wer merkt, dass die Geschichte in eine andere Richtung will, sollte das Exposé anpassen, statt sich an den ersten Plan zu klammern.

LERNPROJEKT Ein Buch für wen?

Sabines erster Gedanke war: ein Buch über Opa Heinrich für die Familie. Dann denkt sie an die Nachbarn in Gerthe, die alle irgendeinen Bergmann in der Familie hatten, an ihre Schüler, für die Kohle nur noch ein Wort aus dem Geschichtsbuch ist, und an Touristen, die das Bergbaumuseum besuchen. »Für alle« sagt sie zu Werner. Der fragt zurück: »Wer soll es zuerst kaufen?« Sabine überlegt lange. Ihre Persona wird Hannelore, 68, Witwe eines Bergmanns aus Castrop-Rauxel, die ihren Enkeln erklären will, wie das Leben damals war. In der Buchhandlung in Gerthe findet Sabine sieben Bücher über den Bergbau in Bochum, fast alle Sachbücher mit Fakten zu Fördermengen und Zechengeschichte, nur eines mit persönlichen Erinnerungen. Ihre Positionierung: Das Leben eines Bergmanns aus der Innensicht, in seinen eigenen Briefen, eingeordnet und erzählt von der Enkelin. Ihr Arbeitstitel: »Unter Tage, über Tage. Das Leben meines Großvaters in Briefen 1938 bis 1975«.

Die eigene Motivation klären

Neben der Kernaussage lohnt eine zweite, persönlichere Frage: Warum will ich dieses Buch schreiben? Die Antwort bestimmt, wie viel Zeit und Geld man investiert und woran man den Erfolg misst.

Motivation	Folge
Erinnerung bewahren	Qualität und Vollständigkeit wichtiger als Verkaufszahlen
Wissen weitergeben	Verständlichkeit und Nutzen im Vordergrund
Geld verdienen	Marktanalyse, Reihen, Marketing
Anerkennung als Autorin	Qualität, Rezensionen, Lesungen
sich etwas von der Seele schreiben	erst schreiben, später entscheiden, ob veröffentlicht wird