

# Wer schreibt, der bleibt

Aus Erfahrungsschatz oder Firmenhistorie entstehen interessante Bücher



Foto: Thinkstock

Warum nicht das Wissen und die Erfahrung aus einem interessanten Berufsleben in einem Buch zusammenfassen?

Zunächst kommt es auf die passende Form an: Planen Sie eine Auto- oder Firmenbiografie? Oder Sie verfassen ein Sach- und Fachbuch oder einen Ratgeber. Aufhänger können auch spezielle Wissensgebiete, neuartige Methoden oder eine außergewöhnliche Lebensgeschichte sein – als Unternehmer, Tüftler oder Führungskraft.



**Dr. Simone Richter**  
Titania Kommunikation  
Stuttgart  
[www.titania-pr.de](http://www.titania-pr.de)

Ein Buch ist wie ein Marathonlauf. Von der ersten Idee bis zum fertigen Werk kann ein Jahr vergehen. Zeitlich sollte das Projekt in Ihre Planung passen, inmitten chronischer Terminknappheit lässt es sich kaum realisieren. Ein Buch beschäftigt Sie über mehrere Monate, verlangt Ihre volle Konzentration und genügend Raum, um sich ab und an zurückzuziehen.

Wie gerne schreiben Sie? Ein Geschäftsbericht umfasst etwa 5000 Wörter. Ein komplexes Buch, das mehrere hundert Seiten umfangreich ist, bewegt sich im oberen fünfstelligen Bereich. Schätzen Sie Ihr Schreibtalent und Ihre Ausdauer ab und überlegen Sie gut, ob Sie selbst schreiben oder besser schreiben lassen.

Am Anfang steht ein Konzept, das als Kontrollinstanz im kreativen Prozess dient. Das Projekt benötigt eine konkrete Richtung. Das beginnt bei der Themenfindung, dann werden Hintergrundinformationen selektiert und strukturiert. Arbeiten Sie den Mehrwert für den Leser heraus, definieren Sie Relevanzen und differenzieren Sie Inhalte. In aller Vielschichtigkeit müssen bestimmte Argumente herausstechen. Die Stoffmenge braucht vernünftige Ordnung.

Ihr Buch soll in einem (namhaften) Verlag erscheinen? Nehmen Sie Kontakt dort auf, wo Ihr Titel am besten ins Verlagsprogramm passt. Vorgespräche sind unverzichtbar. Erst dann schicken Sie ein professionelles Exposé als Appetizer.

Das Exposé sollte neben dem einprägsamen Titel das Inhaltsverzeichnis, eine Vita des Autors sowie erste Kapitel als Leseprobe enthalten. Ergänzen Sie es mit Hinweisen, wer Ihre potenzielle Leserschaft ist, ob es vergleichbare Bücher gibt, welche nennenswerten Unterschiede Ihr Werk beinhaltet und welche konkreten Vermarktungschancen Sie sehen.

Das Gesamtpaket sollte beim Lektor oder Verleger den Wunsch wecken, dieses Projekt zu vermarkten.

## Erwarten Sie als Erstautor keinen finanziellen Gewinn

Handeln Sie die Vertragskonditionen clever aus. Expectieren Sie als Erstautor aber keine finanziellen Gewinne, eher müssen Sie eine Anzahl an Büchern abnehmen. Damit können Sie Marketing betreiben, Ihre Kunden beschenken oder Ihr Werk bei Veranstaltungen verkaufen. Stimmen Sie Vertrieb und PR mit dem Verlag ab, um Ihren Bekanntheitsgrad zu erhöhen.

Die Erwartungen an ein professionelles Manuskript sind hoch. Vermitteln Sie Ihre Inhalte überzeugend und fesseln Sie den Leser. Bringen Sie Ihre Gedanken in Form. Oft ist es am schwersten über das zu schreiben, was man gut kennt. Voller Erinnerungsspeicher und riesige Aktenberge bilden wahre Materialmassen. Ihre Aufgabe ist es, den ungehemmten Bewusstseinsstrom lesbar zu machen. Aus Dateifülle und Faktengewimmel entsteht so Ihre Erstfassung.

Oft sind Zusatzrecherchen nötig. Interviews gehören ebenso dazu wie Archivbesuche. Sammeln Sie grundlegende Fakten,

verifizieren Sie Ihr Expertenwissen, untermauern Sie elementare Informationen.

### Erzählen statt tippen

Erzählen Sie eher statt nur zu tippen. Öffnen Sie das Thema für andere – am besten interessant, bewegend und inspirierend. Verlieren Sie sich nicht in Fachtermini. Schließen Sie die Kluft zwischen eigenem Expertentum und dem Grundlagenwissen des Lesers. Schreiben Sie verständlich, vereinfachen Sie komplizierte Vorgänge durch Beispiele, argumentieren und erläutern sie anschaulich.

Erst der grobe Rohbau, dann der Feinschliff: Jetzt streichen oder fügen Sie Passagen ein, nehmen Änderungen vor, beantworten offene Fragen, ergänzen fehlende Daten. Einleitung und Schlusskapitel sowie Vorwort und Danksagung sind meist der letzte Handgriff.

Bevor das Buch aus eigener Feder gedruckt vor Ihnen liegt, geht das Manuskript zum vereinbarten Abgabetermin ins Verlagslektorat. Davor sollten Sie den Text nochmals redigieren, damit alles dem in der Buchbranche üblichen Standard entspricht.



## Interview „Man macht das nicht wegen des Geldes“

Autor eines Fachbuches zu sein bringt Renomme und Autorität

› Herr Bessis, Sie haben letztes Jahr Ihr erstes eigenes Buch veröffentlicht. Wie heißt es und wovon handelt es?

› **Bessis:** Es heißt „Kill your agency“ und beschreibt, wie man eigenständig neue Ideen generiert, so dass man seine Agentur nicht mehr braucht.

› Wie sind Sie darauf gekommen?

› **Bessis:** Zusammen mit Studenten habe ich die Logik bei der Entstehung von Ideen erforscht. Wir sind dabei zu der Erkenntnis gelangt, dass es im Grunde sechs Komponenten sind, die erfolgreiche Ideen gemeinsam haben. Daraus habe ich ein Konzept entwickelt, das immer funktioniert. Dieses Konzept vermittele ich seit einigen Jahren in großen Firmen. Nach jedem Workshop kam die Frage „Wo kann man das nachlesen“. Und so kam ich auf die Idee, ein Buch daraus zu machen.

› Haben Sie das Buchprojekt ganz allein gestemmt?

› **Bessis:** Nein, denn ich wusste zwar, was ich vermitteln wollte, das Schreiben selber ist aber nicht so meine Sache. Deswegen habe ich mich von einer freien Texterin unterstützen lassen.

› Wie muss man sich das vorstellen?

› **Bessis:** Bei unserem ersten Treffen haben wir die Struktur des Buches festgelegt. Dann sind wir kapitelweise vorgegangen. Ich habe in den jeweils vier- bis fünfständigen Sessions frei von der Leber weg

erzählt, was der Kern des jeweiligen Unterthemas ist. Dabei lief ein Tonband mit. Die Texterin hat das, was ich erzählt habe, strukturiert, zusammengefasst und in einen sehr gut lesbaren Text verpackt. Drei bis vier Wochen nach den Treffenerhielt ich dann circa 20 Wordseiten, die ich wiederum korrigiert habe.

› Ihr Buch ist im Haufe-Verlag erschienen, einem renommierten Fachbuchverlag. Wie haben Sie das geschafft?

› **Bessis:** Auch da hat mir die Texterin geholfen, zum Beispiel bei der professionellen Verfassung des Exposés, das man braucht, um die Verlage zu überzeugen. Drei der fünf Verlage, denen ich dieses Exposé geschickt habe, haben das Buch übrigens angenommen.

› Wie lange hat es gedauert von der ersten Sitzung bis zum fertigen Buch?

› **Bessis:** Ein halbes Jahr.

› Und wie viel haben Sie damit verdient?

› **Bessis:** Da bleiben nur Beträge in homöopathischer Größe über – obwohl die Auflage deutlich im vierstelligen Bereich liegt. Man macht das aber nicht wegen des Geldes. Viel wichtiger ist das Renomme. Dank so eines Buches wird man als Autorität wahrgenommen. Ich bekomme seither viele Anfragen zu Vorträgen. Buchautor zu sein, das erhöht den Marktwert beträchtlich.

› Macht so ein Buch auch stolz?

› **Bessis:** Auf jeden Fall! Zum Beispiel, wenn



Unser Interviewpartner

**Lukas-Pierre Bessis**  
BPPA Bessis Pink Pony Advertising  
Stuttgart. lukas-bessis.de

man es in der Buchhandlung liegen sieht und noch mehr, wenn es gerade ausverkauft ist und nachbestellt werden muss. Natürlich ist es auch ganz witzig, wenn man seinen Namen googelt und dann das Buch kommt.

› Also rundherum eine Erfolgsgeschichte?

› **Bessis:** Ja, inzwischen gibt es sogar eine englische Übersetzung. Und Spaß hat es auch gemacht.

› Würden Sie Ihr nächstes Buch selber schreiben?

› **Bessis:** Erst wenn ich Rentner bin und viel Zeit habe. Ansonsten werde ich auf jeden Fall wieder auf meine Ghostwriter vertrauen. ◀

# Röhrig