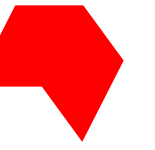


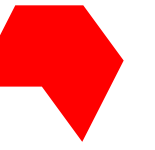
Sie haben ein Buch geschrieben.

Wie geht es jetzt weiter?



Eine Orientierung

- 03** Profitipps für Erstautor*innen
- 05** Wie bekommen Sie den Fuß in die Tür eines Verlags?
- 06** Wie präsentieren Sie Ihr Buch am besten?
- 09** Ein erstklassiges Exposé
- 12** Warum Sie nicht direkt auf der Frankfurter Buchmesse pitchten sollten
- 13** Warum lohnt sich ein Besuch der Frankfurter Buchmesse dennoch?
- 14** Ihre Präsenz auf der Frankfurter Buchmesse
- 15** Self-Publishing als Alternative
- 16** Vernetzen Sie sich!



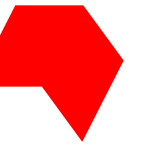
Profitipps für Erstautor*innen.

Wie kommt mein Buch zu den Leser*innen?

Zunächst sollten sich Autor*innen die Frage stellen, ob sie den Verlagsweg gehen oder ihr Werk in Eigenregie veröffentlichen möchten. Hierbei kommt es darauf an, wie viele Rechte und Freiheiten man abtreten und welche Dienstleistungen man im Gegenzug erhalten möchte. Wer möglichst unabhängig bleiben will, sollte sich die Veröffentlichungsart **Selfpublishing** näher ansehen (dazu unten mehr). Wer die Arbeiten rund um die Veröffentlichung lieber an Andere geben möchte, ist mit der Suche nach einem passenden Verlag gut beraten.

Für viele Autor*innen beginnt dann die Suche nach den richtigen Partner*innen, um das Buch zu veröffentlichen. Viele Verlage antworten jedoch nicht auf unverlangt eingesandte Manuskripte. E-Mails werden nicht beantwortet. Agent*innen sagen „Tut uns leid, wir sind voll“.

Und auf den Buchmessen erhalten Sie an den Verlagsständen ausweichende Antworten, während Sie für das Literary Agents & Scouts Centre (LitAg) keinen Zutritt erhalten.



Profitipps für Erstautor*innen.

Direkt zum Verlag oder erst mal zur Agentur?

Um Agent*innen und Verleger*innen zu erreichen, sollten Sie sich an die folgenden Regeln halten: Machen Sie sich zuallererst klar, in welches **Genre** Ihr Buch eingeordnet werden kann und welches **Publikum** es anspricht.

→ Wenn Ihr Buch eher für **Nischen- und Kleinverlage** interessant ist, dann kommen Sie **ohne Agentur** aus. Kleine Verlage können keine großen Honorare zahlen. Es lohnt sich daher nicht, das Wenige zu teilen – weder für Sie noch für eine*n Agent*in. Zudem arbeiten kleine Verlage oft fast familiär eng mit ihren Autor*innen zusammen.

→ Wollen Sie Ihr Buch dem **breiten Markt** zugänglich machen, empfiehlt es sich, mit einem*r Agent*in zusammenzuarbeiten. Viele große Verlagshäuser haben nicht die Zeit, sich mit Manuskripten zu beschäftigen, die weder professionell präsentiert noch geschrieben sind. Die meisten großen Häuser nehmen daher nur noch Manuskripte an, die von erfahrenen **Agent*innen vorgeseibt** wurden. **Ihr Vorteil:** da seriöse Agent*innen ausschließlich auf Provisionsbasis arbeiten, werden Sie so ein besseres Honorar erhalten.



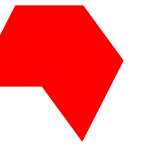
Wie bekommen Sie den Fuß in die Tür eines Verlags?

Sie brauchen ein erstklassiges Manuskript und Sie müssen es ebenso erstklassig präsentieren.

Jeder Verlag oder jede Agentur hat eine Website.

Informieren Sie sich, in **welcher Form** man Ihr **Material prüfen** möchte. Wird nur ein **Exposé** verlangt? Soll man eine **Leseprobe** beilegen, oder schickt man das **gesamte Manuskript** ein? Lieber per Post oder lieber per E-Mail?





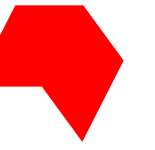
Wie präsentieren Sie Ihr Buch am besten?

Manche Agenturen und Verlage bitten auch um einen Anruf, bevor Sie Material schicken dürfen. Das hat einen Vorteil: wenn nach einem solchen Gespräch Ihr Manuskript angefordert wird, können Sie sicher sein, dass es nicht auf dem meterhohen Stapel „unverlangter Manuskripte“ verstaubt, sondern dass sich jemand zügig damit befassen wird. Üben Sie daher, Ihr Buch mit wenigen Sätzen aussagekräftig zu pitchen!

In einem solchen Gespräch müssen Sie das Wesentliche herausfiltern und es auf ein Minimum reduzieren.

Diese Fragen sollten Sie beantworten können:

- Um **welches Genre** oder **welche Art Buch** handelt es sich? Ein Wort genügt; Agent*innen und Lektor*innen kennen sich mit den Genres aus.
- **Worum geht es?** Nennen Sie hier bei einem Roman die Hauptfigur und den zentralen Konflikt in Zusammenhang mit dem Thema. Wenn Sie ein Sachbuch geschrieben haben, nennen Sie Ihr Thema und die Zielgruppe.
- **Was ist das Typische an Ihrem Buch?** Wenn Sie wissen, was Ihr Genre ausmacht, ergibt sich eine



Wie präsentieren Sie Ihr Buch am besten?

Antwort fast von selbst. Bei einem Thriller werden Sie z.B. schildern, um welche Art von Bedrohung es darin geht.

- **Was ist das Besondere?** Agenturen und Verlage suchen einerseits immer nach Themen, die bereits erfolgreich sind, denn sie müssen das „Produkt Buch“ verkaufen können. Gleichzeitig suchen sie immer auch nach der einen Sache, die ein Buch unverwechselbar, neu und frisch macht. Was hat Ihr Buch, das kein anderes hat? Was können Sie besonders gut? Ist Ihr Stil besonders witzig? Gewinnen Sie einem bekannten Thema einen neuen, für viele Menschen interessanten Aspekt ab?

- **Mit welchen erfolgreichen Büchern ist Ihres vergleichbar?** Vergleiche helfen dabei, Ihrem Gegenüber sofort eine Vorstellung zu vermitteln. Er muss eine Idee bekommen, in welchem Kosmos Sie sich bewegen. Es geht dabei nicht darum, sich mit erfolgreichen Autor*innen gleichzusetzen, sondern nur um festzustellen, in welche Autor*innen-gruppe und welches Genre man Sie einordnen könnte.

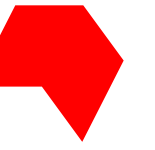
Wie präsentieren Sie Ihr Buch am besten?

Üben Sie Ihren Pitch!

Es gibt keinen besseren Test für Ihr Buch: Gelingt es Ihnen, einen spannenden Pitch vorzubereiten, dann haben Sie wahrscheinlich auch einen guten Stoff anzubieten. Gelingt es Ihnen nicht, weil Sie einfach nicht wissen, worum es eigentlich geht und was Leser*innen daran interessieren könnte, wird man das Ihrem Buch auch anmerken.

Dies ist tatsächlich einer der häufigsten Anfängerfehler. Auch wenn es schwerfällt: **Geben Sie Ihr Werk nicht aus den Händen, bevor es nicht wirklich vollendet ist!**





Ein erstklassiges Exposé

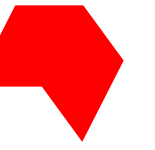
Ein gut geschriebenes Exposé gibt Agent*innen und Lektor*innen, die unter Zeitdruck stehen, einen schnellen Überblick über Ihr Buch, und sollte folgendes beinhalten:

Ein Deckblatt mit

- der Überschrift „Exposé“
- Ihrem Namen
- dem Arbeitstitel Ihres Buches
- Genre / Art des Buches
- Angaben zum Umfang
(in Manuskriptseiten = ca. 1.800 Zeichen pro Seite)
- Ihren Kontaktdaten! Ohne diese werden Sie vergeblich auf Antwort warten.

Eine Zusammenfassung bei einem Sachbuch

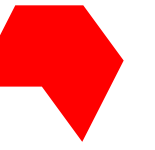
- Beschreiben Sie die Herangehensweise an das Thema und erklären, was Leser*innen interessieren könnte
- Schreiben Sie ein bis zwei weitere Seiten im Stil einer Einleitung
- Geben Sie das Inhaltsverzeichnis mit ab



Ein erstklassiges Exposé

Eine Zusammenfassung bei einem Roman

- Eine kurze Zusammenfassung, die nicht länger als ein **Drittel einer Seite** sein sollte. Stellen Sie die Hauptfigur und die Handlung vor; Zeit und Ort der Handlung können ebenfalls von Interesse sein.
- Schreiben Sie einen Handlungsabriss von maximal drei Seiten im Präsens.
- Bei einem Roman mit mehreren Handlungssträngen folgen Sie dem **Handlungsstrang der Hauptfigur**. Wahrscheinlich werden Sie den Drang verspüren, jeden Aspekt der Handlung darzustellen. Für Leser*innen, die mit Ihrem Stoff nicht vertraut sind, liest sich ein auf drei Seiten gepresster komplexer Plot jedoch wie ein Chaos und nicht wie eine Romanhandlung. Versuchen Sie deshalb, den **Plot Ihres Werkes möglichst kompakt** und verständlich vorzustellen.
- Vermeiden Sie Zeitsprünge und Rückblenden. Einer **chronologischen Abhandlung** ist leichter zu folgen.
- Stellen Sie außerdem die **Romanhandlung immer bis zum Ende** dar. Lektor*innen und Agent*innen sind professionelle Leser*innen, die einschätzen müssen, wo Ihr Buch hinpassen könnte und ob Sie die Handlung und das Ende Ihres Buches im Griff haben. Ein Cliffhanger gibt Lektor*innen und Agent*innen nicht die Möglichkeit, sich ein Bild von Ihnen und Ihrem Werk zu machen.
- Bei Romanen mit vielen Figuren ist es außerdem hilfreich, eine **Liste der wichtigsten Figuren** mit den wichtigsten Eigenschaften oder Funktionen für den Plot in Ihre Bewerbungsmappe zu inkludieren.
- Erwähnen Sie nur Figuren, die die **Handlung voranbringen!**



Ein erstklassiges Exposé

Tipps für Ihr Exposé

- Geben Sie **keine Exposés für unfertige Bücher** ab.
Niemand wird sich darauf verlassen wollen, dass Sie in der Lage sind, Ihr Manuskript abzuschließen.
- Verzichten Sie auf typografische Design-Experimente, die mit dem Inhalt nichts zu tun haben. Hinter bunten Schnörkelschriften und Bildern wird man einen Versuch vermuten, mangelnde Qualität zu verschleiern.
Bleiben Sie sachlich und informativ.
- Ihr Werk sollte für sich stehen. Beeindrucken Sie durch Ihren **eigenen Stil** und nicht durch geborgte Zitate.
- Verzichten Sie auf Absichtserklärungen. Sagen Sie nicht, was die Leser*innen erleben sollen, sondern zeigen Sie es!
- **Kein Eigenlob und Lob von anderen Agent*innen.**
Lektor*innen können sich selbst eine Meinung bilden.
- Keine Vorspiegelung falscher Tatsachen.
Ein gemütlicher Krimi sollte nicht als nervenzerfetzender Psychothriller verkauft werden.
- Keine „Mogelseiten“: Bleiben Sie bei 1 800 Anschlägen pro Seite. Verleger*innen und Lektor*innen haben ein geschultes Auge und merken, wenn mit Schrifttypen und Seitenrändern geschummelt wird.
Ein Mittelmaß an Information und Anschlägen pro Seite sollte angestrebt werden.

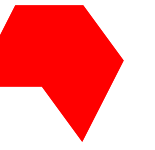


Warum Sie nicht direkt auf der Frankfurter Buchmesse pitchen sollten

Es scheint verlockend, Ihr Manuskript mit nach Frankfurt zu nehmen – nichts klingt besser als ein persönliches Treffen, vor allem an einem Ort, an dem sich alle Verlage und Agenturen jedes Jahr treffen.

Buchmessen sind jedoch meist Fachmessen, auf denen Agent*innen und Verleger*innen ihre Termine oft schon Monate im Voraus absprechen und im Dreißig-minutentakt unterwegs sind. Weder Agent*innen noch Lektor*innen werden Ihr Manuskript mit nach Hause nehmen. Es ist viel ratsamer, sich über die Bürozeiten zu informieren, die Telefonnummer und E-Mail- Adressen herauszufinden und sich außerhalb von Messezeiten direkt an sie zu wenden.

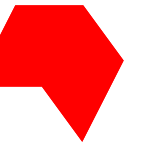




Warum lohnt sich ein Besuch der Frankfurter Buchmesse dennoch?

Wenn Sie als Autor*in professionell mit Agenturen und Verlagen zusammenarbeiten wollen, ist es nützlich, ein wenig über die Verlagslandschaft zu wissen. Der Besuch von Buchmessen hilft Ihnen, sich über aktuelle **Trends**, Neuerscheinungen und die relevanten Titel Ihres Genres zu informieren. Außerdem können Sie sich einen Überblick über die **Self-Publishing-Szene**, ihre Dienstleister und den Vertrieb verschaffen. Alles in allem gibt Ihnen der Besuch in Frankfurt einen Vorgeschmack auf die Buchwelt und darauf, wie es wäre, Teil des „Literaturzirkus“ zu sein.

Auch das **↗ digitale Matchmaking-Tool** der Frankfurter Buchmesse kann beim Ausbau Ihres Netzwerks behilflich sein: nach einmaliger Registrierung erhalten Sie passgenaue Kontakt-Empfehlungen, und das kostenfrei!

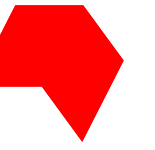


Ihre Präsenz auf der Frankfurter Buchmesse

Als Autor*in können Sie natürlich auch einen **Stand buchen**, um Ihr Werk zu präsentieren und mit Buchhändlern und dem Lesepublikum ins Gespräch zu kommen. Die Standgröße beginnt bei 4 m², und Sie haben für die Dauer der Messe eine Basis.

Wenn für Sie die Option eines eigenen Standes nicht in Frage kommt, gibt es die Möglichkeit Ihre Titel in der **↗ Einzeltitelausstellung** der Frankfurter Buchmesse zu präsentieren. **Livro bietet Kleinverlagen und Self-publishern** die Möglichkeit, ihre Bücher auf den Buchmessen in Frankfurt auszustellen und zu bewerben.

Die **Gemeinschaftspräsentation** und der dazugehörige Katalog, der dem Fachmagazin **↗ Börsenblatt** kurz vor Buchmessestart beiliegt, bieten Inspiration für die Sortimentsgestaltung im lokalen Buchhandel. Sie laden Sortimenter wie Verleger*innen dazu ein, neue Autor*innen und ihre vielfältigen Geschichten und Themen zu entdecken.



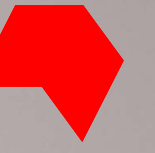
Self-Publishing als Alternative

Es gibt neben Verlagen auch alternative Wege, um Ihr Buch auf den Markt zu bringen. Das **verlags-unabhängige Veröffentlichen** – das sogenannte Selfpublishing – hat sich in der Buchbranche etabliert. Es bedeutet aber auch: Sie sind verantwortlich für Lektorat, Korrektorat, Covergestaltung sowie Produktion und Marketing. Sie sind also Autor und Verleger zugleich. Es verlangt viel Arbeit, bietet aber auch kreative Freiheit und kann erfolgreich sein, wenn es richtig gemacht wird.

Print-on-Demand (PoD)-Dienstleister haben ein interessantes und risikoarmes Angebot: Ihr Manuskript wird professionell gesetzt, digital gedruckt, gebunden,

mit einer ISBN ([↗ Internationale Standardbuchnummer](#)) versehen und dann entweder direkt an die Leser*innen oder den Buchhandel vertrieben. Holen Sie sich Kostenvoranschläge von verschiedenen PoD-Dienstleistern ein und achten Sie bei der Vertragsunterzeichnung auf die **Exklusivität der Druckrechte**.

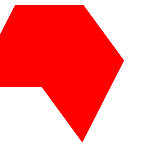
Als Alternative zur gedruckten Version können Sie Ihr Werk auch als **E-Book** vertreiben: Plattformen wie Amazon Kindle Direct Publishing, Smashwords, Book Baby oder Lulu, aber auch die meisten PoD-Dienstleister bieten den Vertrieb von E-Books an. Die Nachfrage nach E-Books nimmt stetig zu, da sie so einfach und breit verfügbar sind.



Vernetzen Sie sich!

Neben der Buchmesse gibt es auch online hervorragende Möglichkeiten für angehende Autor*innen, sich umfassend zu informieren und sich in der Branche zu vernetzen. Mischen Sie in einem der vielfältigen Literaturforen mit und lesen Sie die Blogs und Social Media Accounts von Autor*innen. So bekommen Sie auch Tipps und Hilfestellung von erfahreneren Kolleg*innen. Außerdem ist hier anzumerken, dass es empfehlenswert ist, sich eine Website einzurichten und eine Biografie, eventuelle Leseproben und Kontaktdaten online zu stellen. Seien Sie präsent und antworten Sie auf E-Mails, posten Sie Inhalte auf Social Media, die Ihre Leserschaft interessieren könnten – zeigen Sie Interesse an denen, die Interesse an Ihnen und Ihrem Buch zeigen.





Vernetzen Sie sich!

Folgende Links können eine Ausgangsbasis sein:

➤ **Bundesverband junger Autoren und Autorinnen**

e.V. (BVjA): Der Verband ist untergliedert in unterschiedlichen Regionalgruppen und bietet Seminare und Mentoring für junge Autor*innen an.

➤ **Verband der freien Lektorinnen und Lektoren:**

Wichtige Informationen zu einem erfolgreichen Buchlektorat und Tipps, um die passende und vertrauenswürdige Lektorin oder den passenden vertrauenswürdigen Lektor zu finden.

➤ **Montsegur Autorenforum:** professionelle Autorenplattform, in deren öffentlichen Bereichen (zum Beispiel zum Thema Verlage und Agenturen) Sie jederzeit mitlesen können.

➤ **Büchereule:** Leser- und Schreiberforum mit von Autor*innen begleiteten Leserunden.

➤ **Autorenforum:** Wissenswertes rund ums Schreibhandwerk und den Literaturbetrieb.

➤ **Autorenwelt:** Informiert über alle aktuellen Ausschreibungen für Anthologien, die für angehende Autor*innen ein guter Einstieg in den Literaturbetrieb sein können.

➤ **Selfpublisher-Verband:** unterstützt Selfpublishing-Autor*innen unter anderem durch kostenlose Weiterbildung rund ums Schreiben und Veröffentlichen, durch Networking und Lobbyarbeit für bessere Chancen am Buchmarkt. Der Verband ist auf der Frankfurter Buchmesse präsent.

Nützliche Links zum Thema Selfpublishing

- [Self-Publishing: Dos and Don'ts](#)
- [Three Keys to Self-Publishing Success](#)
- [Self-publishing a book: 25 things you need to know](#)
- [Jane Friedman on how to self-publish your book](#)
- [11 Tips on Getting Your Book Published](#)



**Wir wünschen
Ihnen viel Erfolg!**