

Das Exposé für einen Ratgeber/ein Sachbuch

Ein Exposé für ein Sachbuch besteht aus diesen Bausteinen:

- Die Fakten: Genre, geplanter Umfang (Angabe in Normseiten), aktueller Stand des Manuskripts bzw. geplante Fertigstellung, Arbeitstitel bzw. Wunschtitel
- Das Buch in einem Satz: Stellen Sie sich vor, Sie haben drei Etagen Zeit, um Ihrem Wunschverleger, den Sie zufällig im Fahrstuhl treffen, von Ihrem Buch zu überzeugen. Was sagen Sie? Formulieren Sie die Kernaussage des Buches in einem Satz.
- Der Aufbau: Wie bauen Sie Ihr Thema auf und wie setzen Sie es um? Idealerweise bieten Sie dem Verlag ein knappes Inhaltsverzeichnis, indem Sie die Inhalte in Stichworten wiedergeben.
- Der Vergleich: Was für Bücher gibt es in der Art bereits auf dem Markt? Und was macht Ihr Buch anders oder einzigartig? Der Verlag will hier wissen, ob Sie sich auf dem Markt umgesehen haben, welches Buch Sie mit Ihrem in ein Regal stellen würden und aus welchem Grund er ausgerechnet Ihr Buch in seinen Verlag aufnehmen soll. Geben Sie ihm gute Gründe: Expertenwissen, eine besondere Aufbereitung, eine Geschichte, die noch nie da war usw.
- Die Zielgruppe: Jetzt wird es detailliert. Fragen Sie sich selbst: Wie sieht meine ideale Leserschaft aus? Männlich, weiblich, in welchen Anteilen, Bildungsstand, wirtschaftliche Aufstellung, Alter, Lebensstand, Spezifikationen, besondere Tätigkeiten/Hobbys, besonderes Umfeld usw. Es mag Ihnen an der Stelle merkwürdig erscheinen, aber tatsächlich ist das wichtig. Hier sieht ein Verlag, ob Sie die Tragkraft Ihres Buches bei einer breiten oder speziellen Leserschaft im Blick haben. Wenn Sie bei einem Buch über Glück als Zielgruppe angeben „alle Menschen, die glücklich sein wollen“, haben Sie genau das nicht. Es lesen nicht alle Menschen alle Bücher, sondern es gibt für jedes Buch ein bestimmtes Publikum, und der Verlag will wissen, ob Sie das für Ihr Buchprojekt erkannt haben.
- Die Marketing-Unterstützung: Ja, ein Verlag tut viel für seine Autor*innen, aber längst nicht mehr alles. Heutzutage bauen Verlage ganz klar darauf, dass die Autorenschaft mitzieht. Fragen Sie sich darum an dieser Stelle: Was kann ich als Autor, als Autorin dem Verlag anbieten? Bin ich gut vernetzt, habe ich die Möglichkeit, selbst viele Bücher abzusetzen in einer Praxis, im Kursbetrieb? Wie gut bin ich virtuell bei Facebook, Instagram oder Youtube per Film aufgestellt, welche Follower-Zahlen kann ich anbieten? All diese Fragen hätte der Verlag gerne beantwortet. Im harten Wettbewerb wird auch dieser Punkt mit zur Entscheidung beitragen.
- Der/die Autor*in: Hier gehören zum einen Infos zur Person, also Vita und alle Kontaktdaten und bitte ein gutes Foto hin (kein Urlaubsbild, kein Nullachtfuffzehn-Bewerbungsbild, sondern etwas Schönes, Aussagekräftiges). Aber es ist auch Platz, um zu sagen, warum dieses Buch ausgerechnet von Ihnen geschrieben wurde, was Sie dazu bewegt hat, inwiefern Sie in diesem Bereich Wissen vorweisen können usw.
- Die Leseprobe: Je nach Verlag sind 20 – 30 Seiten möglich, manche möchten sogar mehr, manche weniger. Die genaue Zahl würde ich von Verlag zu Verlag anpassen. Hier geht es darum, Kapitel zu wählen, die gut verständlich sind, ohne dass das ganze Buch gelesen wurde, die Ihnen besonders gut gefallen, die Ihnen wichtig und für Sie typisch sind.

Geschrieben wird ein Exposé normalerweise im Präsens und die Schriftgröße sollte mindestens 12 p betragen, denn Verlagslektoren möchten den Text einfach und schnell und ohne Lupe lesen können.

Ebenfalls unverzichtbar: eine gut erkennbare Gliederung der einzelnen Punkte mit deutlichen Überschriften. Alles, was übersichtlich und klar ist, erzeugt bei einem Verlagslektor ein Wohlgefühl.

Und ganz, ganz wichtig, wenn nicht am wichtigsten: knappkantig schreiben, sich auf den reinen Text beschränken, klare Informationen vermitteln! Alles andere kostet den Lektor Zeit, die er nicht hat. Dabei wird natürlich kein Börsenbericht geschrieben – die eigene Autorensprache darf und soll erkennbar sein. Aber hier geht es nicht darum, in besonderer Wortwahl zu verkaufen, sondern um die reine Vermittlung von Information.

Die genaue Länge des Exposé, besondere Wünsche usw. geben die Verlage inzwischen selbst und auch sehr individuell vor. Man kann also nicht ein Exposé für alle Verlage schreiben, sondern muss es dem jeweiligen Wunschverlag anpassen. Das gilt für das Exposé, die Leseprobe und den Versand bzw. die Übermittlung. Gerade hier gehört Sorgfalt geübt: Werden die Unterlagen per Post geschickt, obwohl der Verlag ausdrücklich die Übermittlung per Mail verlangt (und umgekehrt), dann landet alles im virtuellen oder realen Papierkorb.

Ein Lektorat des Exposé ist sinnvoll, denn was der vorgeschaltete Lektor nicht versteht, wird unter Umständen auch ein Verlagslektor nicht nachvollziehen können. Und generell sind eine gute Zeichensetzung und Rechtschreibung einfach das, was ein Verlag erwartet – ein Lektor von Random House sagte mir einmal, dass er jedes Exposé zur Seite legt, was mit groben Fehlern aufwartet, die nicht nach einem schlichten Tippfehler aussehen ... Das muss ja nicht sein!

Was gar nicht geht – Fehler, die zu vermeiden sind:

- Trickereien mit sehr kleiner Schrift und extrem geringen Zeilenabstand, um die Seitenangabe des Verlags einhalten zu können, gehen für gewöhnlich schief. Geht es gar nicht anders, dann wird es eben eine Seite mehr – wenn das, was da steht, interessiert, wird es den Lektor nicht vom Lesen abhalten. Und es gilt grundsätzlich: So lang wie nötig und so kurz wie möglich. Mehr als fünf Seiten sind für das reine Exposé allerdings kaum zu empfehlen, die Leseprobe ist hier nicht gemeint, sie kommt immer noch dazu.
- Ebenfalls gefährlich: sich grafisch beim Aufbau zu verkünsteln, wild mit bunten Farben im Text zu wirbeln, selbst ein Titelbild zu basteln, es sei denn, man kann es usw. Das wirkt fürchterlich angestrengt und erschwert das Lesen. Bleiben Sie klar, ohne langweilig zu sein, das reicht!
- Ganz schwierig: Superlative und werbeähnliche Verkaufstexte. Wenn Vokabeln wie „das erste Buch seiner Art“, „unvergleichlich“, „noch nie gelesen“ usw. auftauchen, winkt der Verlagslektor ab. Und er hat nicht unrecht: Die wenigsten Themen sind heutzutage noch nicht veröffentlicht, egal in welcher Form. Also lieber selbstbewusst bei dem bleiben, was man zu bieten hat, ohne dick aufzutragen.

Ich wünsche Ihrem Buchprojekt von Herzen viel Erfolg. Und wenn Sie Unterstützung, Rat oder eine kompetente Überarbeitung wünschen – ich wäre dann mal da ...