

Petra Begemann arbeitete als Redakteurin und Lektorin bei Falken und Narr/Francke und veröffentlichte als Autorin Bücher bei Eichborn. Heute arbeitet sie u.a. als Ghostwriterin zu Wirtschaftsthemen und gibt Seminare für Autoren und freie Lektoren. Sie ist Dozentin der Akademie des Deutschen Buchhandels und der Uni Mainz. Bei Gabal ist ihr Buch „30 Minuten – Das eigene Sachbuch“ erschienen.



Wie ticken neue Autoren, Frau Begemann?

buchreport **nachgefragt** *Wie kommen Buchverlage und neue Autoren zusammen? Petra Begemann glaubt, dass der traditionelle Weg immer noch der effektivste ist.*

Warum schreibt man überhaupt einen „Fahrplan für alle, die ein Buch schreiben und einen Verlag dafür finden wollen“?

Die meisten Autoren brennen für ihr Buchthema, doch die wenigsten haben Lust, lange Erklärungen zur Verlagsakquise, zum Umgang mit Lektoren und zum Schreibprozess zu lesen. „Das eigene Sachbuch“ komprimiert das Wesentliche auf 96 Seiten. Aus meiner Arbeit als Verlagslektorin, Buchautorin und Ghostwriterin weiß ich, welche Irrtümer Erstautoren das Leben schwer machen. Das Buch beantwortet außerdem die Fragen, die Teilnehmer meiner Autoren-Workshops immer wieder stellen. Treffende Beispiele erweisen sich dort als große Hilfe und spielen daher auch im Buch eine große Rolle, von der guten Titelformulierung bis zur überzeugenden Autorenavita.

Welches sind nach Ihrer Erfahrung die häufigsten Fehler der potenziel-

len Autoren bei der Verlagsuche?

Häufige Fehler sind: *Erstens* im Rausch der eigenen Idee nicht links und rechts schauen, welche Konkurrenztitel es schon gibt. *Zweitens*: Diffuse Konzepte ohne zündende Titelformulierung und klaren USP. *Drittens*: Breite Streuung des Exposés nach dem Motto „viel hilft viel“, statt gezielt die drei bis fünf Verlage anzusprechen, die eine passende Programmschublade haben. *Viertens*: Schon das ganze Manuskript schreiben, statt ein Exposé nebst Probekapitel anzubieten.

Vor allem in den USA gibt es eine Reihe von Bestsellern, die ursprünglich als Selfpublishing-Bücher erschienen. Ist das der neue Königsweg, auf dem Autoren und Verlage in Zukunft zusammenfinden werden?

Bisher ist Selfpublishing vor allem bei Promis, bei Marketinggenies mit viel Social-Media-Power und bei eingängigen Titeln von Fantasy bis „Shades of Grey“ erfolgreich. Die

meisten Autoren werden nach wie vor von der Entwicklungsarbeit und Professionalität eines klassischen Verlags profitieren. Viele Autoren wollen zudem vor allem eines: Schreiben – und sich nicht um Presse, Marketing und Vertrieb kümmern. Allerdings werden die Verlage sich anstrengen müssen, Autoren an sich zu binden, für die Selfpublishing eine lohnende Alternative ist.

Hilft es Autoren nicht zumindest, bei einem Verlag unterzukommen, wenn dessen Lektor sich das fertige Buch bereits anschauen kann, und sei es „nur“ als E-Book?

Die meisten Verlagslektoren bekommen jeden Tag mehr Angebote und Texte, als sie jemals lesen können. Wenn eine Buchidee gut ist, lässt sich das im Exposé knackig vermitteln. Wenn sie schlecht ist, nützen auch viele Manuskriptseiten dem Autor nichts.

DIE FRAGEN STELLTE DAVID WENGENROTH