

Das Exposé für Dein Expertenbuch

Wie Du mit dem Businessplan für Dein Buch einen Verlag kontaktierst

Du planst gerade, ein Expertenbuch, einen Ratgeber oder ein Sachbuch zu schreiben?

Du möchtest Dich zunächst auf Verlagssuche begeben und fragst Dich, wie Du einen Verlag für Dein Buchthema begeistern kannst?

Dann brauchst Du ein sogenanntes Exposé.

Das ist quasi der Businessplan für Dein Buch. Warum bringe ich diesen Wirtschaftsbegriff hier hinein? Ganz einfach: Ein Verlag ist ein Wirtschaftsunternehmen. Manuskripte sind für einen Verlag deshalb interessant, damit er mit dem daraus entstehenden Buch wirtschaftliche Ziele erreichen kann. Deshalb ist es Deine Aufgabe, dem Adressaten schmackhaft zu machen, wie er dieses Ziel mit Deinem Buch erreichen kann.

Mache Dir also bewusst, dass dieser Adressat entweder die Verlagsleiterin (in kleineren Verlagen), der Lektor oder die Programmleiterin ist. Für diese Person schreibst Du Deinen Businessplan, Dein Exposé. Es ist Dein ganzheitlich durchdachtes Buchkonzept, und Du wechselst von der Autorensicht in die Verlagsperspektive.

Vielen ist nicht bewusst, dass Verlagsmitarbeitende stets Waschkörbe voller Post von (angehenden) Autoren neben ihrem Schreibtisch stehen haben. Entsprechend leiden sie unter chronischem Zeitmangel. Deshalb (und auch aus anderen Gründen) ist es so wichtig, dass Du auf einen Blick erkennbar machst, warum dem Verlag genau Dein Buch noch im Programm fehlt.

In einem Exposé beschreibst Du deshalb kurz und knapp auf ca. vier bis acht Seiten, ...

- ... worum es in Deinem Buch geht.
- ... wie Dein Buch aufgebaut sein wird.
- ... was der Nutzen Deines Buches für die Leserschaft ist.
- ... in welches Genre sich Dein Buch einordnen lässt.
- ... wie sich Dein Buch von anderen Büchern in Deinem Themengebiet unterscheidet.
- ... warum Buchhandlungen Dein Buch listen sollten.
- ... welche Ideen Du zur Vermarktung hast.
- ... welches Netzwerk Du mitbringst, damit Dein Buch sich gut verkaufen wird.
- ... was Dich als Autorin zu diesem Thema auszeichnet.

Auf diese einzelnen Bestandteile des Exposés gehen wir nun zusammen genauer ein:

Inhalt Deines Buches

Zu Beginn nennst Du den Arbeitstitel samt Untertitel Deines Sachbuches und beschreibst in einer Art Werbetext auf maximal einer halben Seite, worum es geht. Im Idealfall kann dieser Text später sogar als Buchklappentext dienen.

Aufbau Deines Buches

Wie Dein Buch aufgebaut sein wird, zeigt eine vorläufige Gliederung, die natürlich noch nicht vollständig ausdifferenziert sein muss. Schließlich ist Dein Sachbuch, anders als mancher Roman, zum Zeitpunkt der Verlagssuche noch nicht fertig geschrieben.

Du umreißt den geplanten Umfang in Seiten- und Zeichenangabe (beispielsweise 400.000 bis 500.000 Zeichen inklusive Leerzeichen für 180 bis 250 Buchseiten, abhängig von der Anzahl der Abbildungen und des gesamten Layouts) und gibst an, um welches Genre es sich handelt, z. B. um einen Ratgeber.

Außerdem ist wichtig, bis wann Du das Manuskript fertigstellen wirst, damit der Verlag abschätzen kann, in welches kommende Programm er Dein Buch aufnehmen könnte.

Nutzen für die Leserschaft

Hier beschreibst Du die Zielgruppe Deines Buches kurz, aber möglichst prägnant und stellst beispielsweise in einer Aufzählung dar, welchen Nutzen sie von der Lektüre des Buches hat.

Wenn Du vorhast, mit Deinem Expertenbuch neue Kundschaft zu gewinnen, dann wird es Dir sicher sehr leichtfallen, Deine Wunschleser für Dein Buch zu beschreiben. Denn idealerweise sind sie mit Deinen Wunschkunden identisch.

Genre für Dein Expertenbuch

Für einen Verlag ist von großer Bedeutung, in welches Genre Dein Buch sich einordnen lässt. Wenn Du Dir unsicher bist, gehe in Deine Lieblingsbuchhandlung, betrachte die verschiedenen Buchregale und stelle Dir vor, in welcher Rubrik Du Dein Buch nach der Veröffentlichung stehen sehen möchtest. Viele Sachbuchautoren schreiben Ratgeber, Buchregale sind dann jeweils noch nach Themengebieten unterteilt, z. B. Beruf, Finanzen, Essen und Trinken, Gesundheit oder Lebensführung.

Je genauer Du Dein geplantes Buch in eine dieser Kategorien positionierst, umso leichter tut sich auch der Verlag, Dein Buch in seinem Programm zu verorten.

Einordnung in den Markt

Sicher hast Du zu Beginn Deines Buchprojektes als Erstes recherchiert, ob es zu Deiner Themenidee schon eine Veröffentlichung auf dem Markt gibt. Das ist oftmals sogar der Fall.

Nun geht es darum, darzulegen, welche Konkurrenztitel es bereits gibt und in welcher Weise sich Dein Buch davon unterscheiden wird. Du präsentierst dem Verlag also das Alleinstellungsmerkmal Deines Buches, die Unique Selling Proposition (USP).

Verkaufsargumente

In diese Rubrik gehören alle Argumente, die der Verlagsvertreter verwenden könnte, um Buchhandlungen davon zu überzeugen, Dein Buch in ihr Sortiment aufzunehmen. Das können bereits hier erwähnte Punkte sein. Darüber hinaus kann es sein, dass Dein Buch genau in einen Trend passt, eine Neuheit thematisiert oder von Deiner speziellen Expertise profitiert. Vielleicht ist die Zielgruppe Deines Buches besonders groß oder zwar speziell, aber in der Presse aktuell gerade sehr präsent.

Vermarktung und Netzwerke

Noch vor gar nicht allzu langer Zeit war ein Autorenvertrag der Garant für eine vollumfängliche Unterstützung eines Buchprojektes seitens des Verlags. Das ist mittlerweile nicht mehr so. Seit Du als Autor online und speziell über eigene Communitys auf den Social-Media-Plattformen selbst so viel für den Bekanntheitsgrad und den Verkauf Deines Buches tun kannst, erwarten auch Verlage, dass Du diese Ideen, Kontakte und Aktivitäten in das Vermarktungskonzept Deines Buches einbringst.

Genau das sollte auch im Exposé deutlich werden. Was bringst Du bereits mit? Deine eigene Website, eine lange E-Mail-Liste Deines Newsletters, ein großes Netzwerk auf LinkedIn, persönliche Kontakte zu Journalisten, relevanten Fachzeitschriften oder lokalen Buchhandlungen? Welche Kampagnen planst Du, um Dein Buch bekannt zu machen und zu bewerben? Bist Du Speaker oder Trainer und kannst bei Deinen Veranstaltungen auch für Dein Buch werben? In welchen anderen Situationen kannst Du auf Dein Buch aufmerksam machen? Hast Du vor, Blogger oder Multiplikatoren aus Deinem Fachbereich einzubeziehen, damit Dein Buch möglichst viele Rezensionen erhält? Außerdem kann es geschickt sein, eine bekanntere Person oder einen Experten, der zu Deinem Buchthema passt, darum zu bitten, ein Vorwort zu Deinem Buch zu schreiben. Dadurch fühlt sich diese Person ebenfalls mit Deinem Buch verbunden und wird en passant ebenfalls dazu beitragen, Dein Buch in Fachkreisen bekannt zu machen. Auch diese Vorgehensweise kann einen positiven Eindruck bei dem Verlag Deiner Wahl hinterlassen.

Die Bereitschaft, für Lesungen und Buchpräsentationen verfügbar zu sein, die der Verlag idealerweise organisiert, ist wahrscheinlich sowieso selbstverständlich für Dich, sollte aber im Exposé ebenfalls erwähnt werden. In diesem Fall sind ja Dein Zeiteinsatz und Deine Reisebereitschaft gefragt.

Ich empfehle, nicht nur Aktivitäten rund um den Erscheinungstermin hier aufzuführen, sondern vor allem langfristigen Ideen Gewicht zu geben. Denn das Buch soll sich ja über einen langen Zeitraum gut verkaufen. Wie auch in anderen Disziplinen: Erfolgreiches Buchmarketing ist kein Sprint, sondern ein Marathon!

Informationen zum Autor

Stelle hier Informationen über Dich als Autor zusammen, die für das Buch und den Buchverkauf relevant sind. Es geht weniger um Deine ganze bisherige Berufsbiografie, sondern um die Frage, warum Du prädestiniert dafür bist, dieses Buch zu schreiben. Bist Du Experte auf Deinem Gebiet? Hast Du eine besondere Erfahrung gemacht? Verfügst Du über namhafte Kundschaft oder hast einen für das Buchthema relevanten Preis gewonnen? Orientiere Dich an kurzen Autorenbiografien in anderen Büchern und überlege, welche Informationen über Dich für das Marketing und die Pressearbeit zu Deinem Buch nützlich sein könnten.

Zum Schluss noch ein paar zusätzliche Hinweise

- An den Verlag wird neben dem Exposé auch eine Leseprobe geschickt, die üblicherweise ein Kapitel beinhaltet. Insbesondere bei Sachbüchern wird dringend davon abgeraten, das ganze Manuskript mitzusenden. Vielmehr ist es so, dass Du, abgesehen von der Leseprobe, idealerweise erst weiterschreibst, wenn Du einen Vertrag mit einem Verlag geschlossen hast.
- Damit der Adressat Deines Exposés auf einen Blick erkennt, um was für ein Buch es in Deinem Exposé geht, kannst Du als Deckblatt eine Zusammenfassung der hier beschriebenen Inhalte gestalten. Darauf können sich beispielsweise folgende Angaben befinden: Titel, Genre, sehr kurze Inhaltsangabe, Zielgruppe und Nutzen, Konkurrenzwerke und kurz und knapp etwas über Dich als Autor oder Autorin.
- Bevor Du einen Verlag anschreibst, recherchiere bitte auf seiner Website nach den genauen Vorgaben für Exposé und Leseprobe. Das ist etwas Arbeit, zeigt aber, dass Du Dich mit dem Verlag beschäftigt hast und es Lektor, Verlagsleiterin oder Programmleiter so leicht wie möglich machen möchtest, sich mit Deinem Anliegen zu beschäftigen.



Wenn Du tiefer in die Thematik einsteigen und Dich mit mir darüber austauschen möchtest, dann schreibe mir eine E-Mail. Mein Angebot beinhaltet auch eine [Beratung](#) zu diesen Fragen.

Du hast schon ein Exposé vorbereitet und wünschst Dir ein Feedback und gegebenenfalls eine Optimierung, um Deine Chancen auf einen Autorenverlag zu erhöhen? Dann nimm ebenfalls gern Kontakt mit mir auf: mail@isabelle-romann.de

Du tendierst doch zum Selfpublishing und fragst Dich, mit welcher Investition Du für ein Buchlektorat rechnen solltest? Dann lies gern meinen Blogartikel mit dem Titel: [Was ein Buchlektorat bei mir kostet. Ein Beispiel](#)

Bist Du hingegen noch unentschlossen, ob ein Verlag oder das Selfpublishing der für Dich passenden Veröffentlichungsweg Deines Buches ist, dann schau in meinen Artikel mit dem Titel [Verlag oder Selfpublishing? Die Qual der Wahl für \(angehende\) Autoren](#) hinein. Dort findest Du eine Liste an Kriterien, die Dir bei der Entscheidung helfen.

Meine Leidenschaft ist es, Dir als Autor Sicherheit zu geben und Dich zu ermutigen, Deine Geschichten, Deine Erfahrung und Dein Wissen in einem eigenen Buch in die Welt zu bringen und damit andere zu inspirieren. Mir ist wichtig, dass Du am Ende einer oft langen Schreibreise stolz darauf sein kannst, Dein Buch in den Händen zu halten.



Isabelle Romann
www.isabelle-romann.de