

WIE WERDE ICH ... SACHBUCH- AUTOR?

► Ein Selbstversuch von Markus Seidel.

ETHNOLOGEN, PSYCHOLOGEN, BIOLOGEN – wir alle haben eine Idee für ein Sachbuch, manche einen Dokortitel, wenige eine klare Struktur und keiner eine Ahnung, wie er es später am besten auf den Markt bringen kann.

Genau deshalb sind wir hier: im Seminar »Der Weg zum Buch«, geleitet von Rainer B. Jogschies, Publizist aus Berlin.

Zuerst müssen wir unsere Buchidee skizzieren. Jogschies hakt immer wieder nach, will genauer wissen, worum es geht und was wir wollen, um unser jeweiliges Buchprojekt präziser und gleichsam handfester zu machen.

Dann geht's ans Eingemachte: Titelfindung und Entwurf eines Klappentextes. Wir beraten uns in Arbeitsgruppen. Bei der anschließenden Präsentation eröffnet uns Jogschies, dass gerade die Ideen, die uns in der Gruppe restlos überzeugt haben, durchaus noch intensiver Ausarbeitung bedürfen. Erst überrascht, dann überzeugt, grübeln wir schon bald erneut über Text und Titel.

Weiter geht es: Wie präsentiere ich mein Buch einem Literaturagenten respektive Verlagslektor? Brauche ich überhaupt einen Agenten? Der ist schließlich nicht billig, zwischen zehn und fünfzehn Prozent Provision sind üblich. Andererseits ist er in der Lage, mehr Honorar für mich als Autor herauszuholen. Außerdem hat er die besten Verbindungen zu den passenden Verlagen. Unterm Strich ist ein Agent eine durchaus lohnende Investition, lernen wir – sofern man ihn überzeugt hat von seiner Buchidee.

Was aber tun, wenn sich weder Agent noch Verlag finden? Ist dann schon wieder alles vorbei? Books on demand seien eine echte Alternative, sagt Jogschies. Bei Kaufabsicht wird das Buch, das zunächst nur theoretisch – als Datei – vorliegt, innerhalb kurzer Zeit »hergestellt«, also gedruckt, gebunden und an den Käufer ausgeliefert. Für Werbung muss man allerdings selbst sorgen.

Nach drei Seminartagen wissen wir sehr viel mehr über unsere Chancen auf dem Sachbuchmarkt. Unsere anfangs diffuse Wolke aus Ideen für ein Sachbuch lässt Jogschies am Ende kondensieren zu Tropfen von brauchbaren und marktfähigen Konzepten.

Das Einzige, was wir jetzt noch tun müssen, ist, das Buch zu schreiben.

»DER WEG ZUM BUCH«, Medienbüro Hamburg, 3 Tage, 170 Euro.

Kontakt: 040/306 20-1140 www.medienbuero-hamburg.de