

Federwelt

– Zeitschrift für Autorinnen und Autoren –

Geldquelle
VG WORT

Vom *Widerling* zum Kleinen
Arschloch: Titel-Tuning

Autorenmarketing –
Tipps und Checklisten

Aus- und Fortbildung:
Biograph/-in

Ich darf kein Geld vergeuden!
Ich darf kein Geld vergeuden!
Ich darf kein Geld vergeuden!
Ich darf kein Geld vergeuden!
Ich darf kein Geld vergeuden!
Ich darf kein Geld vergeuden!

b) Rhythmus

Eingängige Titel machen nicht nur neugierig, sie sind auch Musik in des Lesers Ohren:

- „Die Woll-Lust der Maria Dolors“ (Familienroman von Blanca Busquets)
- „Die Wellen des Lebens reiten: Mit Achtsamkeit zu mehr innerer Balance“ (Sachbuch von Linda Lehrhaupt)
- „Wer hat den Keks aus der Dose geklaut?“ (Titel eines Kinderliedes)

„Die Woll-Lust der Maria Donata“ klinge nicht halb so schön. Und bei „Wer hat das Plätzchen aus der Dose geklaut?“ stört das „Plätzchen“ den eingängigen Rhythmus.

So kommt Wohlklang auch in Ihren Titel:

Vokale bringen Klang in die Wörter. Wenn Sie zwischen zwei Wörtern wählen können, bevorzugen Sie das mit dem farbigeren Vokal.

Vermeiden Sie Wortungetüme mit langen Konsonantenketten wie „geschlechtsspezifisch“ oder „Glückwunschschreiben“.

Achten Sie auf eine gefällige Silbenfolge: Was klingt besser: „Riegel und Schloss“ oder „Schloss und Riegel“?

Fast immer setzen wir das einsilbige Wort vor das zweisilbige (Maß und Verstand), das zweisilbige vor das dreisilbige (Pauken und Trompeten) und so weiter.

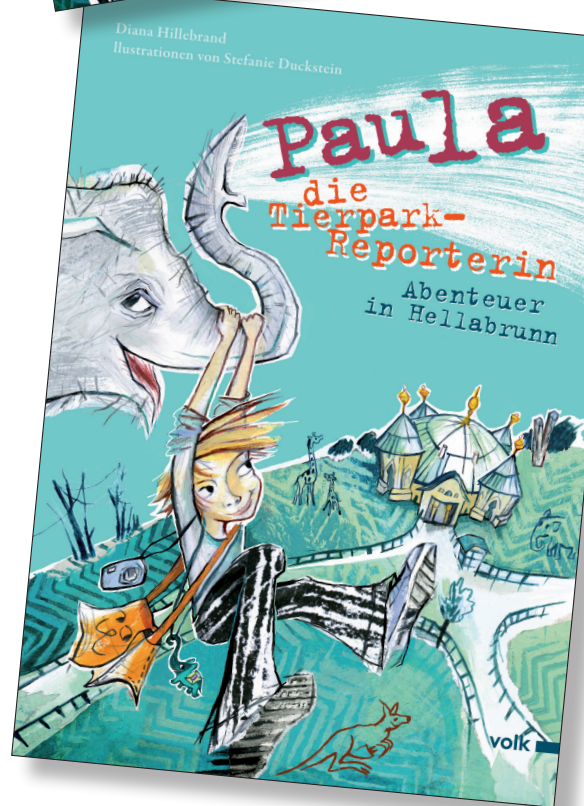
Nutzen Sie alle rhythmischen Möglichkeiten, die die Interpunktion Ihnen bietet: Wir heben die Stimme vor dem Fragezeichen, dem Doppelpunkt und dem Komma. Wir senken die Stimme vor dem Punkt. Vor dem Semikolon lassen wir sie nach unten fallen, aber nicht ganz so weit, wie vor dem Punkt.

Einprägsame Wörter

Zu den einprägsamen Wörtern gehören Eigennamen, die klangvoll sind, stark und ungewöhnlich. „Pippi Langstrumpf“ ist so einer. Ansonsten zählen Nomen und Verben dazu, die sofort ein Bild im Kopf erzeugen, einen Geschmack im Mund und/oder bei denen Klang und Bedeutung Hand in Hand gehen: Gummibärchen, Kreisel, Wirbel, Feuer, schmetternd, brechen ...

- „Der Augenjäger“ (Psychothriller von Sebastian Fitzek)
- „Frostkuss – Mythos Academy 1“ (Fantasy-Roman von Jennifer Estep; die Hauptfigur heißt Gwen Frost und ist 17 Jahre alt)
- „Der Knochenbrecher“ (Thriller von Chris Carter)

Anke Gasch



Ohne Autorenmarketing läuft nichts

Ein Buch kommt leise auf die Welt –
daher möglichst laut

klappppppppppppppppppppÄÄÄÄrrrrrrn!!!!



Im Juniheft 2011 (Nr. 88), also vor gut einem Jahr, berichtete Diana Hillebrand an dieser Stelle von ihrem ersten Buch: wie viele Hürden sie überwinden musste, bis es ihr schließlich gelang, einen Verlag für ihr Manuskript zu finden. In dieser Ausgabe erfahren Sie, was die Autorin seither alles unternommen hat, um den Verkauf dieses Buches anzukurbeln. Denn schnell merkte sie: ohne Autorenmarketing läuft nichts!

Vor einem Jahr



Es ist ziemlich genau ein Jahr her, als ich die erste Zellophanschicht mit schweißnassen Händen öffnete. Dünn spannte sich das durchsichtige Material über mein Kinderbuch „Paula, die Tierpark-Reporterin“. Ich hatte recherchiert, geschrieben, überarbeitet, eine super Illustratorin und sogar einen Verlag gefunden. Ich kannte das Buch von den Probeabdrucken, kannte die Bilder, jeden einzelnen Buchstaben, jeden Satz, jedes Komma, jeden Punkt. Endlich lag es hier bei mir auf dem Tisch, und als ich die Seiten aufblätterte, erzeugte der Geruch des frisch bedruckten Papiers ein Gefühl in mir, für das nur ein Wort passt: Rausch! Ich hatte es geschafft! 192 Seiten pures Glück! Darauf hatte die Welt gewartet! Und alle mit Kindern und nur einem Funken Verstand würden das Buch kaufen. Alle. Da war ich mir absolut sicher.

Inzwischen habe ich die Zellophanschicht schon x-mal entfernt. Blind finde ich die rechte untere Ecke, über die ich das Plastikmaterial schiebe, bis es widerstandslos aufreißt. Doch das ist nicht alles, was ich in diesem einen Jahr gelernt habe.

Die Welt dreht sich weiter



Die erste Erkenntnis, die mich traf, war die Tatsache, dass ein Buch leise auf die Welt kommt. Es kommt still. Irgendwann liegt es vor dir und du weißt, jetzt ist es im Buchhandel, bei Amazon und vielleicht auch in dem kleinen Buchladen nebenan. Und du starrst auf das Telefon und glaubst, dass es gleich klingelt und jemand dir gratuliert und sagt: „Hey, dein Buch

ist da! Schön ist es geworden!“ Doch nichts passiert. Es bleibt ganz ruhig. Es vergehen ein paar Tage, in denen dann doch der eine oder andere zu dem Buch gratuliert. Aber der große Ruck durch die Welt bleibt aus. Die Welt hat noch nicht mal ein leises Zucken für das Buch übrig.

Mein Verlag – mit dem ich sehr glücklich bin – hat kein Geld für große Werbekampagnen, Plakate an Litfaßsäulen und Kinowerbung. Er tut, was er kann. Wir haben gute Presse, Interviews mit Radiosendern und zwei Artikel in der Süddeutschen Zeitung. Es läuft gut. Ich gehe in den Hugendubel am Marienplatz und finde mein Buch auf einer extra Präsentationsfläche – gut sichtbar – und beobachte die Leute, die daran vorbeisclendern. Nicht ein einziges Mal sehe ich jemanden das Buch zur Kasse tragen. So langsam schwant mir, dass es gar nicht so leicht ist, Bücher zu verkaufen. Es gibt einfach zu viele davon! Der Verlag und ich, wir müssen an einem Strang ziehen, denke ich, als ich die Treppen hinuntergehe, vorbei an Wänden voller Bücher, Bücher, Bücher. Das ist der Moment, in dem ich beschließe mitzuhelfen.

Dein Freund, der Buchhändler



Vielleicht habe ich es meiner Kindheit in Westfalen zu verdanken, dass ich nicht gerade schüchtern bin. Es ist ein Leichtes für mich, in die Buchhandlungen zu gehen und die Händler auf mein Buch anzusprechen. Für meine Stadtteilbuchhandlung ist es Ehrensache – die haben das Buch und vereinbaren sofort eine Lesung mit mir. Doch mein Weg führt in den kommenden Wochen auch in andere Münchner Viertel und deren Buchhandlungen. Ich habe immer ein Exemplar dabei. Wenn das Glöckchen an der Ladentüre bimmelt, fühle ich mich manchmal wie eine Verlagsvertreterin. Bin ich ja auch. Doch ich verdränge den Gedanken daran, halte mein Werk fest im Arm und schaue zunächst einmal in die Regale. Oft habe ich erlebt, dass das Buch im Sortiment war und

ich ein sehr freundliches Gespräch mit einer Buchhändlerin oder einem Buchhändler geführt habe. Dieses persönliche Gespräch verbindet. Ich hoffe, mein Buch wird gern an Kunden empfohlen, wenn man die Autorin persönlich kennt. Doch nicht immer läuft die direkte Kontaktaufnahme mit den Buchhändlern so positiv. Manche sind von plötzlich auftauchenden Autoren genervt und wissen von Drohungen und Diskussionen zu berichten, die sie mit Autoren führten, weil das Buch nicht angeboten wurde. So macht man sich natürlich keine Freunde.

Nachdem ich etliche Buchhandlungen abgeklappert habe, reicht es mir. Meine Füße tun weh und schließlich kann ich nicht kontrollieren, ob die Geschäfte mein Buch nun verkaufen oder nicht. Trotzdem waren die Erfahrungen wichtig für mich. Denn ich weiß, diese Fachleute werden das Buch sicher an die Kunden bringen, wenn es ihnen gefällt. Es gibt sehr nette und engagierte Buchhändler und ich mache mir irgendwie schon viel weniger Gedanken.

Während ich abends meinen müden Füßen ein Fußbad gönne, kommt mir der Gedanke, dass ich ganz bestimmt nicht allein bin. Wo sind denn die anderen, die auch Bücher schreiben und die gleichen Sorgen haben wie ich?

Montségur und die 42erAutoren

Fündig werde ich im Netz. Nach vier Stunden weiß ich auch, warum es „Netz“ heißt, denn ich werde eingesponnen, verwoben und verstrickt, klicke durch eine virtuelle Welt. Die Zeit habe ich vergessen, manchmal auch, wonach ich eigentlich suche. Ich trinke einen Kaffee und lerne, dass man im World Wide Web gezielt suchen muss.

Zwei Foren für AutorInnen gefallen mir besonders: das Montségur Autorenforum und die 42erAutoren, denen ich inzwischen als Mitglied angehöre [siehe den Beitrag auf Seite 48]. Dort kann ich mich mit Gleichgesinnten und Schreibprofis austauschen. Es gibt die Möglichkeit, eigene Veröffentlichungen vorzustellen, die über die Suchmaschinen zu finden sind. Außerdem kann ich Fragen stellen oder anderen helfen, die vielleicht noch auf der Suche nach der ersten Veröffentlichungsmöglichkeit sind. „Im Café“ wird geplaudert und gescherzt. Außerdem kann ich meine Lesungen in einen Veranstaltungskalender eintragen. Manchmal nehmen auch Leser Kontakt über das Forum mit mir auf, und ich bin jedes Mal überrascht, wer alles mitliest. Das ist ein wichtiger Punkt! Man sollte sich schon sehr genau überlegen, was man öffentlich preisgibt. Denn das Netz speichert alles über Jahre. Alles was du dort schreibst, wird gesucht und gefunden und charakterisiert dich für die Zukunft.

Facebook

Dies gilt insbesondere für Facebook, das ein Segen und manchmal auch ein Fluch ist. Man hat sehr gute Möglichkeiten, dort zu Lesungen und Veranstaltungen einzuladen, Bücher anzukündigen und Kontakte zu knüpfen. Doch nicht alle Menschen, die dich dort kontaktieren, sind „Freunde“. Ich persönlich halte private Dinge aus Facebook raus und kontrolliere über den Menüpunkt „Einstellungen“, was mit mir und meinem Namen passiert. Wenn man einmal registriert ist, sollte man den Account nicht mehr aus den Augen lassen. Ansonsten ist es natürlich eine feine Sache zur Vermarktung der eigenen Bücher.

Eigene Website(s)

Doch meine eigene Website ist mir lieber, denn die habe ich besser im Griff. Ich habe inzwischen sogar schon drei Websites. Es gibt eine reine Autorenwebsite: www.diana-hillebrand.de, eine Website für „Paula“ (www.paula-online.de) und eine für meine Schreibkurse (www.SCHREIBundWEISE.de). Ich finde es besser, die Themen zu trennen, damit es für Leser nicht zu unübersichtlich wird.

Die Autorenwebsite gibt einen Überblick über meine gesamten Aktivitäten und Veröffentlichungen als Autorin, so ähnlich wie eine Visitenkarte. Die Website für meine Kinderbuchfigur „Paula“ soll vor allem die Kinderbuch-Zielgruppe ansprechen, also Kinder und ihre Eltern. Für Kinder gibt es dort zum Beispiel Weitermalbilder zum Ausdrucken, oder sie können Paula eine Nachricht schreiben, die ich selbstverständlich auch beantworte. Ich stelle die Figuren aus den Büchern vor und gewähre einen Blick ins Buch. Wer will, kann sich auch einen Überblick über das Presseecho verschaffen. Die dritte Website gehört der WortWerkstatt SCHREIBundWEISE. Dort können meine Schreibkurse und Seminare gebucht werden.

Besonders wichtig: Alle Seiten sind miteinander verlinkt. Man findet also von jeder Website auch zu den beiden anderen. Dies schafft eine bessere Position in den Suchmaschinen. Denn das Ganze macht ja nur Sinn, wenn man auch über allgemeine Suchbegriffe im Web gefunden wird. Man nennt das „Suchmaschinenoptimierung“. Probiert es aus und gebt das Wort „Schreibkurse“ bei Google ein. Ihr werdet ziemlich schnell auf das Kursangebot der WortWerkstatt SCHREIBundWEISE stoßen.

Um solche Websites zu programmieren, braucht man natürlich einen Profi. Ich habe Glück, weil ich mit einem solchen Profi verheiratet bin. Aber wenn man ein bisschen recherchiert, findet man genügend Anbieter, die Websites gestalten. Tipp: Wenn euch eine Seite besonders gut gefällt, schaut doch mal ins Impressum. Dort steht meistens, wer die Website ge-

staltet hat. Ihr könnt euch dann direkt mit dieser Person in Verbindung setzen.

Autorensseite bei Amazon

Bei der Gelegenheit möchte ich noch erwähnen, dass man auch auf Amazon ein Autorenprofil anlegen kann. Voraussetzung ist, dass euer Buch bei Amazon angeboten wird. Unter <https://authorcentral.amazon.de/> könnt ihr eine Autorensseite mit Bildern und Biografie gestalten. Es lassen sich jederzeit neue Bücher zuordnen. Dabei spielt es übrigens keine Rolle, ob diese in gedruckter Form oder als E-Book bei Amazon gelistet sind.

Werbeflyer

Wer nicht nur auf das Internet setzen will, kann seinen Verlag bitten, für das Buch Werbekarten drucken zu lassen. Da Postkartendrucke heutzutage nicht mehr teuer sind, sind viele Verlage gern dazu bereit. Sie freuen sich ja auch, wenn ihr die Karten verteilt und Werbung für das Buch macht. Ich habe immer einen Stoß Karten dabei, die ich manchmal sogar schon in der U-Bahn verteilt habe, weil ich mit einer netten Mama ins Gespräch gekommen bin.

Und natürlich: Lesungen, Lesungen, Lesungen

Und natürlich gibt es noch eine Möglichkeit, auf das eigene Buch aufmerksam zu machen: Lesungen! Im ersten Jahr habe ich 35 Lesungen aus „Paula, der Tierpark-Reporterin“ gehalten. Ich war im Tierpark, in Buchhandlungen, Bibliotheken, Kindergärten und Schulen.

Um Lesungstermine zu akquirieren, habe ich manchmal in Buchhandlungen gefragt, denen mein Buch gefallen hat. So etwas ergab sich oft im Gespräch. Darüber hinaus kamen die meisten Anfragen ohne mein Zutun und auch ohne Agentur. Vermutlich greift hier mein Netzwerk, das ich mir über die Jahre aufgebaut habe, und die Tatsache, dass ich im Internet gefunden werde.

Ich habe außerdem um Aufnahme in die Autorenliste des Friedrich-Bödecker-Kreises gebeten. Schulen und Institutionen können dort einen Zuschuss zu den Kosten einer Lesung beantragen und lesewillige AutorInnen quasi buchen. Auch der Verein Bayern liest unterstützt Lesungen. Vielleicht gibt es in euren Bundesländern auch solche Fördervereine, die Lesungen bezuschussen.

Für mich sind die Lesungen immer ein ganz besonderes Highlight. Denn sie bringen mich da hin, wo ich mit meinen Büchern sein möchte: bei den Lesern, in meinem Fall bei den Kindern. Es ist einfach wunderbar, in die begeisterten Augen zu schauen und zu erleben, was so ein Buch auch heute noch vermag.

Kinder lassen sich gern vorlesen, wenn man die Lesung lebendig und witzig gestaltet. Ich bringe immer einige Originale der Illustratorin mit. Da es Collagen sind, können die Kinder fühlen und begreifen, wie so ein Bild entstanden und dann ins Buch gekommen ist. Ich frage meine kleinen Zuhörer auch, was ihnen besonders gut gefallen hat und was nicht. Die Anregungen der Kinder kann ich in weiteren Büchern berücksichtigen.

Aber auch gute Lesungen sind kein Zufall. Ich leiste mir immer wieder ein Sprechtraining, damit ich richtig gut und spannend vorlesen kann. Wenn ich in die Gesichter meines Publikums blicke, weiß ich, dass das Geld gut angelegt ist. Angebote für Sprechunterricht findet man unzählige im Internet.

Ein Jahr später

Ein Jahr ist um und ich bin inzwischen um viele Erfahrungen reicher. Nun könnte man einwenden: Sollte sich denn nicht der Verlag um den Verkauf des Buches kümmern? Warum die Autorin? Die soll doch schreiben! Das stimmt natürlich. Der Verlag kümmert sich auch um jedes Buch in seinem Programm, denn er hat ja ein eigenes Interesse daran, die Bücher zu verkaufen. Aber so ein Verlag hat nun einmal mehrere Bücher. Und immer wieder kommen neue dazu. Es ist unmöglich, sich nur auf eines zu konzentrieren. Darum finde ich es nicht schlimm, mich für den Verkauf einzusetzen. Das gefällt dem Verlag, tut dem Buch gut, und ich habe jede Menge tolle Menschen auf diesem Weg kennengelernt.

Es hat mich auch nicht so sehr in Anspruch genommen, wie es nach diesem Artikel vielleicht den Anschein hat. Es lief irgendwie mit, denn geschrieben habe ich natürlich auch. Das zweite Manuskript habe ich im Sommer abgegeben. Im Herbst kommt es unter dem Titel „Paula und die geheimnisvolle Miss Bloom“ auf den Markt. Und ich weiß schon heute, dass ich jede Menge dafür tun werde, damit die Leser es mitbekommen. Denn ein Buch kommt ganz leise auf die Welt!

Diana Hillebrand, www.diana-hillebrand.de

Links

www.autorenforum.montsegur.de
www.42erautoren.de
www.boedecker-kreis.de
www.bayern-liest.de
<https://authorcentral.amazon.de>
www.diana-hillebrand.de
www.paula-online.de
www.SCHREIBundWEISE.de
www.volkverlag.de
