

Whitepaper 5-Punkte-Plan

So veröffentlichen Sie Ihr Wirtschaftsbuch in einem renommierten Buchverlag!



Literaturagentur Landgraf
Christoph Landgraf
Mozartstraße 2
68789 St. Leon-Rot
Tel.: +49 151 537 519 73
E-Mail: info@LiteraturagenturLandgraf.de
www.LiteraturagenturLandgraf.de

So veröffentlichen Sie Ihr Wirtschaftsbuch in einem renommierten Buchverlag!

Liebe Autorin, lieber Autor,

herzlich willkommen zu Ihrem **5-Punkte-Plan**:

- 1. Erstellen Sie Ihr Buchkonzept**
- 2. Schreiben Sie Ihr Buchmanuskript**
- 3. Prüfen Sie Ihr Buchmanuskript**
- 4. Verfassen Sie Ihr Verlags-Exposé**
- 5. Ihr Buch veröffentlichen – So finden Sie einen klassischen Wirtschaftsbuchverlag**

1. Erstellen Sie Ihr Buchkonzept

Worüber möchten Sie schreiben? Ihre Buchidee

Nichts wird Ihre Chancen auf eine Veröffentlichung in einem Buchverlag so sehr erhöhen wie: Klarheit über Ihre Buchidee!

Viele Autoren wissen so ungefähr, worüber sie schreiben wollen. Doch es schwirren so einige Ideen im Kopf herum. Und sie sind sich unschlüssig, über was genau sie eigentlich schreiben möchten.

Daher: Gewinnen Sie zunächst Klarheit über Ihre Buchidee!

Berücksichtigen Sie diese 3 entscheidenden Punkte:

- **Was ist Ihr besonderes Thema?**
Überlegen Sie sich gut, worüber Sie wirklich schreiben wollen. Beispielsweise: Ein Buch über Marketing ist schön und gut. Doch solche Bücher gibt es wie Sand am Meer. Was ist Ihre Besonderheit; was ist Ihr Kernthema? Möglicherweise *Digitales Marketing für Start-ups*?
- **Welches Buchgenre planen Sie?**
Soll es ein Fachbuch, Sachbuch, Ratgeber oder ein Lehrbuch werden? Entscheiden Sie sich für ein Buchgenre. Das erleichtert Ihnen, Ihr Buch zu schreiben.
- **Wie genau stellen Sie sich inhaltlich Ihr Buch vor?**
Bevorzugen Sie eher ein Textbuch oder eines mit zahlreichen Abbildungen? Soll es ein praxisorientiertes How-to-Buch werden? Oder ein populär-wissenschaftliches Sachbuch? Beziehen Sie dies von Anfang an in Ihre Überlegungen mit ein.

Für wen möchten Sie schreiben? Ihre Zielgruppe

Möchten Sie wissen, warum viele Buchprojekte nicht zum gewünschten Erfolg führen?

Es ist nicht so, dass die Buchidee so schlecht ist. Oder der angehende Autor nicht gut genug schreibt. Der Autor schreibt schlicht und ergreifend an der Zielgruppe vorbei.

Der Autor ist sich nicht bewusst, für wen er genau schreibt, wer seine Zielgruppe ist.

Um das zu vermeiden, schauen Sie sich diese 3 Punkte an:

- **Definieren Sie Ihr Publikum, Ihre Leserschaft**
Schreiben Sie zum Beispiel ein Lehrbuch über *Strategisches Marketing für Studenten*? Oder ein Fachbuch über *Compliance in Banken* für Compliance-Verantwortliche im Banking?
- **Lernen Sie Ihre Zielgruppe kennen**
Wenn Sie nicht selbst zur Zielgruppe gehören sollten, bringen Sie alles in Erfahrung über Ihre zukünftigen Leserinnen und Leser: Alter, Lebensverhältnisse, Berufserfahrung etc.
- **Tauchen Sie förmlich in Ihre Zielgruppe ein**
Wie sollte Ihr Buch aussehen, um das Interesse Ihrer Zielgruppe zu erregen? Wie sollten Sie Ihr Buch gestalten, um Ihre Leserschaft zu begeistern?

Wie soll Ihr Buch aussehen? Ihre Gliederung

Viele Buchkäufer überfliegen erst einmal die Gliederung, also das Inhaltsverzeichnis.

Sie machen das höchstwahrscheinlich auch selbst im Buchladen: den Buchinhalt rasch mithilfe der Inhaltsübersicht am Anfang zu erfassen. Eine Inhaltsübersicht dient der Orientierung des Lesers und schafft Vertrauen.

Ihr überzeugendes Inhaltsverzeichnis kann daher schon ein gewichtiges Kaufargument für Ihr Buch darstellen.

Auf welche Punkte kommt es hier an?

- **Übersichtlichkeit**
Die Gliederung sollte klar und „auf einen Blick“ sehr gut erfassbar sein.
- **Verständlichkeit**
Das Inhaltsverzeichnis ist leicht und einfach nachvollziehbar.
- **Gliederungsebenen**
Wie viele Ebenen bieten Sie Ihren Lesern an? Für ein Sachbuch lieber weniger, für ein Fachbuch eher mehr Gliederungsebenen.

2. Schreiben Sie Ihr Buchmanuskript

Recherchieren Sie zu Ihrem Thema. Stellen Sie Ihr Material für Ihr Buchprojekt zusammen

Was unterscheidet Tausende Manuskripte, die abgelehnt wurden, von den wenigen, die einen Verlagsvertrag erhalten?

Eine gründliche Recherche zum Buchinhalt. Wichtig ist für Sie, umfassend zu Ihrem Thema zu recherchieren. Um dadurch genügend und profunde Unterlagen für die spätere Manuskripterstellung parat zu haben.

Somit gewährleisten Sie, in der Phase der Manuskripterstellung im Schreibfluss zu bleiben.

Behalten Sie daher diese 3 Punkte im Auge:

- **Ihre eigenen Ideen, Erfahrungen & Expertise zu Papier bringen**
Alles, was Sie „im Kopf haben“, was Sie „wissen“, aufschreiben, zum Beispiel der Übersichtlichkeit halber in Form einer Mindmap.
- **Bestehende Literatur analysieren**
Verschaffen Sie sich einen Überblick über die meistverkauften und meistbesprochenen Wirtschaftsbücher in Ihrer Zielniche. Überlegen Sie, wie Sie neue Aspekte einbringen können.
- **Alle verfügbaren Quellen nutzen**
Internet, Fachzeitschriften, Bücher – alles, was Sie nutzen können und für Ihr Buchthema relevant ist. Stellen Sie sicher, dass Ihnen die aktuellsten Statistiken, Umfragen und Studien vorliegen. Renommierte Quellen wie zum Beispiel Statista oder Harvard Business Review.

Stellen Sie einen Zeit- und Schreibplan auf

In meinen vielen Jahren als Lektor passierte oftmals Folgendes: *„Herr Landgraf, es tut mir leid, ich kann den vereinbarten Manuskript-Abgabetermin nicht einhalten. Ich brauche doch noch etwas Zeit.“*

Autoren unterschätzen oftmals den Faktor Zeit. Das ist ja auch durchaus verständlich; viele schreiben „nebenbei“ ihr Buch, also neben ihrem eigentlichen Job. Ich konnte und kann also immer diesen Grund sehr gut nachvollziehen und habe daher Verständnis für eine verspätete Manuskriptabgabe.

Nur: Es ist für alle Beteiligten unangenehm, ein geplantes Veröffentlichungsdatum nicht einhalten zu können. Vor allem für den Verlag.

Daher, um den geplanten Erscheinungstermin Ihres Buches aufrechterhalten zu können:

- **Strukturiertes Zeitmanagement**
Teilen Sie Ihr Buchprojekt in kleinere, zeitlich definierte Abschnitte auf und planen Sie für jedes Kapitel eine realistische Deadline. Dies hilft, Fortschritte messbar zu machen und das große Projekt in machbare Schritte zu unterteilen.
- **Regelmäßige Schreibphasen festlegen**
Setzen Sie tägliche oder wöchentliche Schreibziele, um konsequent an Ihrem Buch zu arbeiten. Dadurch stellen Sie sicher, dass das Projekt kontinuierlich voranschreitet und Sie den Überblick behalten.
- **Fertiggestellte Kapitel feiern**
Gönnen Sie sich etwas, nachdem Sie ein Kapitel abgeschlossen haben. Ein leckeres Abendessen in Ihrem Lieblingslokal beispielsweise. So halten Sie Ihre Motivation hoch für die kommenden Schreibaufgaben.

Mit dem Schreiben beginnen: Halten Sie sich an Ihre Gliederung – Passen Sie Kapitel und Unterkapitel gegebenenfalls an

Was du heute kannst besorgen, verschiebe getrost auf morgen – die Angst vor dem leeren Blatt oder dem weißen Bildschirm ist nur allzu verständlich.

Es kann sehr überwältigend sein, mit dem Schreiben zu beginnen. Wo und wie soll ich überhaupt anfangen? Wie lautet mein erster Satz? Was erwarten wohl die Leserinnen und Leser von mir?

Um sich dieser Herausforderung zu stellen, halten Sie sich an Ihr Gerüst: Ihre Gliederung (siehe Punkt 1).

Hier die 3 entscheidenden Punkte:

- **Ihre Inhaltsübersicht als Orientierung**
Sie haben eine Gliederung vorliegen: Jetzt gilt es, diese mit Leben zu füllen. Starten Sie mit dem Kapitel, das Ihnen intuitiv am meisten zusagt, über das Sie am liebsten schreiben würden.
- **Mit dem Schreiben beginnen**
Denken Sie am Anfang nicht zu lange über die perfekte Formulierung nach. Wichtiger ist, erst einmal in einen Schreibfluss zu kommen und Ihren Workflow zu finden.
- **Kapitel für Kapitel schreiben**
Eins nach dem anderen: Verfassen Sie die Kapitel und dazugehörigen Unterkapitel. Schließen Sie lieber ein Kapitel erst vollständig ab, bevor Sie zum nächsten übergehen.

3. Prüfen Sie Ihr Buchmanuskript

Lektorat und Korrektorat

Gratulation – Sie haben in Punkt 2 Ihr Buchmanuskript verfasst! Doch es fehlt auf dem Weg zur Publikation noch der nachfolgende Punkt 3: Lektorat und Korrektorat.

Für eine erfolgreiche Publikation sollten Sie eine umfassende Qualitätskontrolle durchführen oder durchführen lassen. Das bedeutet also eine inhaltliche, strukturelle und sprachlich-stilistische Prüfung und Überarbeitung.

Von einer solchen Qualitätskontrolle profitiert Ihr Manuskript und Ihre Leser werden es Ihnen danken.

Das sieht im Einzelnen so aus:

- **Lektorat**
Liegt eine übersichtliche und logische Struktur vor und ist die Orientierung des Lesers gewährleistet? Zum Beispiel: Ist das Manuskript sinnvoll in einzelne Kapitel/Abschnitte/Absätze gegliedert? Weiterhin findet hier eine sprachlich-stilistische, redaktionelle Überarbeitung statt.
- **Korrektorat**
Stimmen Rechtschreibung, Grammatik, Zeichensetzung und Typografie? Zum Beispiel: Sind alle Unstimmigkeiten – Tippfehler, Flüchtigkeitsfehler, Buchstabendreher – beseitigt? Wurden die Groß- und Kleinschreibung, die Zusammen- und Getrennschreibung beachtet?

Beauftragen Sie gegebenenfalls einen externen Lektor

„Du siehst vor lauter Bäumen den Wald nicht mehr.“ Wer kennt das nicht? Ein Blick von außen auf Ihr Manuskript kann Wunder wirken.

Als Autor stecken Sie sehr tief in Ihrem Buchprojekt drin. Sie sind der Experte, Sie haben sehr viel zu erzählen und Sie möchten möglichst alles Ihren Leserinnen und Lesern mitteilen. Doch irgendwie spüren Sie, dass Ihr Manuskript noch nicht „rund“ ist.

Hier kommt ein externer, erfahrener Lektor ins Spiel.

Die Resultate eines professionellen Lektorats sind:

- **Das Manuskript erscheint logisch und klar** durch eine überzeugende Dokument-Struktur: Aufbau und Gliederung sind einwandfrei.
- **Die Leser fühlen sich bestens informiert:** Verständlichkeit und Aktualität sind gewährleistet.
- **Ihre Zielgruppe wertschätzt die einheitliche Gestaltung,** die anschauliche Sprache, das angenehme und sichere Gefühl während des Lesens.

Warum die Lektoratsphase so wichtig ist

Im Studium hatte ich einen ausgezeichneten Professor. Leider hat er ein Buch veröffentlicht, das unübersichtlich gestaltet war und viele Rechtschreibfehler enthielt. Ich nehme an, es passierte aus Zeitgründen.

Das war sehr schade, da dies seine fachliche Expertise beeinträchtigte.

Begehen Sie nicht diesen Fehler und veröffentlichen Sie Ihr Buch „*husch, husch, die Waldfee*“.

- **Das Phänomen „Den Wald vor lauter Bäumen nicht sehen“ überwinden**
Nach langer intensiver Arbeit am Manuskript können Sie sich leicht im „dichten Wörterwald“ verirren. Sie sind tief in Ihr Manuskript eingedrungen, sodass es Ihnen schwerfällt, Unstimmigkeiten zu entdecken. Ein Lektor garantiert einen Blick von außen und kann strukturelle sowie redaktionelle Mängel beheben.
- **Erstklassige Textqualität und lesefreundlich**
Ein qualitätsvolles Lektorat führt dazu, dass ein Buch professionell wirkt und die Leser durch eine verständliche und anschauliche Ausdrucksweise überzeugt.
- **Gewährleistung Ihrer Reputation als Autor**
Für Sie als Autor ist Ihr Buch äußerst bedeutsam und dient als Aushängeschild Ihrer Fachexpertise. Ein sehr gut lektoriertes Buch zahlt auf Ihre Kompetenz ein.

4. Verfassen Sie Ihr Verlags-Exposé

Warum ist ein Verlags-Exposé so wichtig?

Möchten Sie erfahren, warum viele Manuskripte es nicht schaffen, in Buchform zu erscheinen?

Das Verlags-Exposé des Autors hat den Buchverlag nicht überzeugt. Aus dem Exposé wurde dem Verlag nicht ersichtlich, warum gerade dieses Thema und dieser Autor verlegt werden sollten.

Was dann schließlich zu einer Absage führte und zu einer Enttäuschung des Autors.

Ein überzeugendes Verlags-Exposé ist also von ausschlaggebender Bedeutung. Aus diesen beiden Gründen:

- **Der Verlag muss klar erkennen, worum es sich handelt**
Was ist Ihre Buchidee? Wie möchten Sie Ihr Thema präsentieren? Welche Zielgruppe, welche Buchkäufer haben Sie im Auge?
- **Ihr Thema muss in das Verlagsprogramm passen**
Als Lektor habe ich sehr viele Exposés und Manuskripte erhalten, die nicht in unser Verlagsprogramm gepasst haben. Das können Sie einfach vermeiden, indem Sie den Verlag genauer unter die Lupe nehmen. Dazu reicht es, wenn Sie sich die Website des Buchverlags näher anschauen.

Welche Punkte kommen in ein Verlags-Exposé?

Ein Buchverleger nimmt sich gerade einmal zwei Minuten Zeit, um ein Exposé zu überfliegen.

Nach diesen zwei Minuten weiß er, ob es sich lohnt, das Buchangebot näher zu prüfen oder direkt auf den Absagestapel zu packen. Auf dem Schreibtisch eines Verlagslektors oder eines Programmleiters türmen sich unverlangt eingesandte Exposés und Manuskripte.

Buchverlage müssen folglich rasch entscheiden.

Wichtig ist demnach für Sie als Autor, die wesentlichen Punkte übersichtlich in Ihrem Verlags-Exposé darzustellen.

- Autorenname & Arbeitstitel
- Buchidee & Buchbeschreibung
- Buchgenre (Fachbuch, Sachbuch ...)
- Inhaltsübersicht & Zielgruppe
- Alleinstellungsmerkmal & Verkaufsargumente
- Konkurrentitel & Abgrenzung
- Geplanter Manuskriptabgabe-Termin & ca. Buchumfang
- Autorenporträt & Leseprobe

Warum ein Blick von außen auf Ihr Verlags-Exposé so wertvoll ist

Haben Sie sich jemals gefragt, warum selbst erfolgreiche Autoren Lektoren brauchen?

Ein Blick von außen ist oftmals sehr erfrischend und bringt ein Manuskript deutlich voran. Ein Betrachter von „außen“ sieht Dinge, die dem Autor nicht auffallen – weil der Autor zu sehr in bestimmten Details steckt. Genau wie Buchmanuskripte solch eine Außenperspektive benötigen: Auch für Verlags-Exposés ist es äußerst ratsam, eine Zweit- oder Drittmeinung einzuholen.

Hier für Sie kurz zusammengefasst, warum Sie Ihr Verlags-Exposé extern überprüfen lassen sollten:

- **Eine frische Sichtweise auf Ihr Exposé**
Ein Außenstehender kann oft eine ungetrübte, fachkundige Sichtweise einbringen. Durch die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Lektor oder Literaturagenten erhalten Sie die Möglichkeit, tiefergehende Einblicke zu gewinnen. Diese unvoreingenommene Betrachtung ermöglicht es, Ihr Exposé zu verfeinern.

- **Chance auf Veröffentlichung steigt**

Ein fachgerecht überarbeitetes Exposé kann die Wahrscheinlichkeit, dass Verlage positiv reagieren, erheblich steigern. Warum ist das so? Weil es einen professionellen und durchdachten Eindruck hinterlässt, indem es mögliche Schwächen oder Unklarheiten ausräumt.

- **Effizienz und Zeitgewinn**

Eine von außen durchgeführte Prüfung des Exposés spart Autoren wertvolle Zeit. Fachbuchautoren arbeiten oftmals in ihrem Hauptberuf und schreiben nebenbei. Daher ist es sehr verständlich, hier auf einen Profi zurückzugreifen. Typische Fehler werden so frühzeitig herausgefiltert. Insgesamt steigert ein professionell geprüftes Exposé die Effizienz des gesamten Publikationsprozesses.

5. Ihr Buch veröffentlichen – So finden Sie einen klassischen Wirtschaftsbuchverlag

Recherchieren Sie die relevanten Buchverlage mit Wirtschaftsprogramm

Wissen Sie, warum zahlreiche Autoren keinen Verlag finden?

Die Autoren adressieren ihr Exposé oder Manuskript an den falschen Verlag. Wenn Sie einen Roman schreiben, dann wenden Sie sich an einen Belletristikverlag. Und nicht an einen Fachbuchverlag. In der Praxis kommt es jedoch häufig vor, dass Verlage viele Manuskripte erhalten, die nicht zur programmatischen Ausrichtung des Verlags passen.

Mit Ihrem Wirtschaftsthema visieren Sie also einen Buchverlag mit einem Wirtschaftsprogramm an.

Berücksichtigen Sie dies bei Ihrer Suche:

- **Hat der Verlag, den Sie anschreiben, überhaupt ein Wirtschaftsprogramm?**
- **Passt Ihr spezielles Thema in das Programm des Verlags?**
Zum Beispiel *Digitales Marketing für Start-ups*. Oder gibt es gar keine Marketingthemen im Verlagsprogramm des von Ihnen ausgewählten Buchverlags?

Wie eine Literaturagentur Ihnen hilft, in einem renommierten Buchverlag zu publizieren

Wissen Sie, dass viele Bestseller ihren Weg über Literaturagenturen zum Verlag finden?

Eine Literaturagentur optimiert das Verlags-Exposé des Autors und präsentiert das Buchprojekt einem Verlag. Der Literaturagent kennt sich in der Buchbranche bestens aus und weiß, wie die Verlagsleute ticken. Und wie er einen Buchverlag von einem bestimmten Buchprojekt begeistern kann.

Daher ist es für Autoren empfehlenswert, mit einer Literaturagentur zusammenzuarbeiten.

Da passt es ja an dieser Stelle prima, dass ich als Lektor und Literaturagent für Bücher rund um Wirtschaft, Management & Finanzen tätig bin! 😊

Sehr gerne helfe ich Ihnen als Ihr Literaturagent, einen passenden Verlag zu finden

Ich verfüge über Kontakte zu verschiedenen Buchverlagen, kenne die Programmausrichtungen und weiß, welche Themen wo und wie bestmöglich platziert werden. Aufgrund meiner über 17-jährigen Tätigkeit als Lektor in verschiedenen Buchverlagen sehe ich realistisch die Chancen einer Veröffentlichung aus Verlagsicht. Ich habe unzählige Verlags-Exposés und Manuskripte geprüft und eingeschätzt. Und viele abgelehnt. Nur wenige Konzepte überzeugen den Verlag, werden dann umgesetzt und ein Buch wird veröffentlicht.

Ich weiß, worauf es bei einer Buchpublikation ankommt, worauf ein Wirtschaftsverlag Wert legt

Buchgenre: Soll es ein Fachbuch, Sachbuch, Ratgeber oder Lehrbuch werden? Thema: Ist es klar abgegrenzt? Weiß zum Beispiel später der Buchhändler, in welches Regal oder in welche Rubrik es gehört? Management & Unternehmensführung? Vertrieb & Marketing? Beruf & Karriere? Gibt es noch eine „Lücke“ im Buchregal, die noch nicht oder kaum thematisch besetzt ist?

Die Literaturagentur Landgraf ist spezialisiert auf diese Themen:

Management & Unternehmensführung, Wirtschaft, Politik & Gesellschaft, Beruf & Karriere, Wirtschaftswissenschaften (BWL, VWL), Vertrieb & Marketing, Softskills ... Alles rund um Wirtschaft & Finanzen. Ich berate Fach- und Führungskräfte, die ein Wirtschaftsbuch publizieren möchten: Vorstände, Geschäftsführer, Manager, Entscheider, Berater, Trainer und Coaches.

Erfüllen Sie sich Ihren Lebenstraum mit der Veröffentlichung Ihres eigenen Buches!

Ihr Name auf dem Buchcover und der Buchtitel zeugen von Ihrer Expertise. Das Buch beweist: Sie haben selbst etwas geschaffen. Etwas, was andauert. Sie haben endlich das ausdrücken können, was in dieser Art und Weise und in dieser Form so noch nicht

beschrieben wurde. Ein Buch ist weiterhin ein Statement; gerade in unserer schnelllebigen Zeit von unschätzbarem Wert. Das Medium Buch oder E-Book verspricht Aufmerksamkeit. Hier kommen Ihre Leserinnen und Leser zum Nachdenken; im Gegensatz zu hastig konsumierten Informationshäppchen im Internet.

Flüchtige Social-Media-Posts, Newsletter & Co. kommen und gehen, Ihr Buch bleibt!

**LITERATURAGENTUR
LANDGRAF**
WIRTSCHAFT MANAGEMENT FINANZEN

*»Ich helfe Ihnen,
ein überzeugendes
Wirtschaftsbuch
in einem
renommierten
Verlag zu
veröffentlichen.«*

Christoph Landgraf



Literaturagentur Landgraf
Christoph Landgraf
Mozartstraße 2
68789 St. Leon-Rot
Tel.: +49 151 537 519 73
E-Mail: info@LiteraturagenturLandgraf.de
www.LiteraturagenturLandgraf.de