

# Inhaltsverzeichnis

**Vorwort zur 2. Auflage 7**

**Wozu publizieren? 11**

## **Teil 1: Beschreiben – Konzeption und Positionierung**

1. Finden Sie »Ihr« Thema – Reden kann man über alles, schreiben nicht **31**
2. Der Wert für den Leser – Kein Buch ohne Nutzen **48**
3. Konkurrenz und Wettbewerb – Wie Sie Ihr Buch einzigartig machen **61**
4. Ein treffender Arbeitstitel – Wie soll das Kind nun heißen? **78**
5. Eine saubere Gliederung – Zeigen Sie, was Sie zu bieten haben **100**
6. Ein überzeugender Probetext – Der Beweis, dass Sie schreiben können **117**

## **Teil 2: Unterschreiben – Den richtigen Verlag finden**

7. Was Ihnen Agenten bringen – Jemanden fragen, der sich auskennt **133**
8. Das professionelle Exposé – Auf den Punkt gebracht **153**
9. Der richtige Verlag für Ihr Projekt – Töpfchen und Deckelchen **171**
10. Verlage professionell ansprechen – Bloß nicht auf den großen Stapel! **184**
11. Verlagsvertrag und Verhandlungen – Kein Buch mit sieben Siegeln **196**

### **Teil 3: Schreiben – Die Manuskriptphase**

12. Das Buch als Projekt – Effizientes Projektmanagement für Autoren **213**
13. Die innere Haltung beim Schreiben – Schreiben ist nicht schwer, Autor sein dagegen sehr **229**
14. Schreiben wie ein Profi – Seitenweise wie geschmiert statt Sand im Getriebe **241**

### **Teil 4: Darüber schreiben lassen – Buch-PR und Vermarktung**

15. Die Buch-PR – Ihr Buch als Story **261**
16. Veranstaltungen – Der perfekte Auftritt Ihres Buches **278**
17. Internet – Ihr Buch im Netz **294**

### **Schlusswort: Strategisch publizieren 313**

#### **Anhang 315**

- A. Beispiel-Exposé **317**
- B. Weiterführende Literatur **326**
- C. Empfehlenswerte Websites **328**
- D. Über den Autor **331**