

Auf einen Blick

Über die Autoren	7
Einführung	21
Teil I: Autor werden ist nicht schwer	27
Kapitel 1: Die Welt wartet auf Ihren Roman.....	29
Kapitel 2: Schreibziele.....	37
Kapitel 3: Der Handwerkskasten des Autors.....	43
Kapitel 4: Aufschieberitis und was wirklich gegen sie hilft.....	67
Teil II: Planen	75
Kapitel 5: Planendes und entdeckendes Schreiben.....	77
Kapitel 6: Ideen finden: Nicht so schwierig, wie Sie glauben.....	81
Kapitel 7: Figuren.....	91
Kapitel 8: Handlung.....	103
Kapitel 9: Drei-Akte-Struktur und Heldenreise.....	119
Kapitel 10: Spannung ist kein Hexenwerk.....	133
Kapitel 11: Recherche.....	141
Teil III: Schreiben	147
Kapitel 12: Schreibblockaden – was wirklich hilft.....	149
Kapitel 13: Ihr Manuskript ist kein Roman.....	157
Kapitel 14: Dafür müssen Sie sich schon entscheiden: Die richtige Perspektive.....	161
Kapitel 15: Zeitformen.....	167
Kapitel 16: Dialoge.....	171
Kapitel 17: Beschreibungen.....	181
Teil IV: Überarbeiten	185
Kapitel 18: Bevor Sie mit Ihrer ersten Überarbeitung beginnen.....	187
Kapitel 19: Den ersten Entwurf überarbeiten.....	199
Kapitel 20: Wie eine gut geputzte Fensterscheibe: Unsichtbare Prosa.....	213
Teil V: Publizieren	223
Kapitel 21: Die Agentur, Ihr Freund und Helfer.....	225
Kapitel 22: Verlage.....	235
Kapitel 23: Selfpublishing.....	249
Kapitel 24: Das nächste Buch.....	269

10 Auf einen Blick

Teil VI: Vermarktung	275
Kapitel 25: Sie selbst als Ihre Marke	277
Kapitel 26: Das Internet und Sie als Autor	285
Kapitel 27: Als Autor in den sozialen Medien	297
Kapitel 28: Vermarktung im realen Leben: Presse, Lesungen und Messen	317
Teil VII: Der Top-Ten-Teil	333
Kapitel 29: Zehn Top-Tipps für Autoren	335
Kapitel 30: Zehn Webadressen für Autoren	339
Stichwortverzeichnis	343

Inhaltsverzeichnis

Über die Autoren	7
Einführung	21
Über dieses Buch	21
Was Sie nicht lesen müssen	22
Wie Sie dieses Buch verwenden	22
Konventionen in diesem Buch	23
Törichte Annahmen über den Leser	23
Wie dieses Buch aufgebaut ist	24
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden	25
Wie es weitergeht	26
TEIL I	
AUTOR WERDEN IST NICHT SCHWER	27
Kapitel 1	
Die Welt wartet auf Ihren Roman	29
Sie dürfen nicht schreiben – Sie müssen!	29
Niemand kann Sie abhalten, Ihren Roman zu schreiben – außer Sie selbst	31
Weg mit demotivierenden Mythen	32
Der Mythos vom genialen Autor	32
Autor werden kann jeder! Ja, auch Sie!	33
Der Mythos vom brillanten Erstlingswerk	33
Das Ziel: Sie sind ein Autor!	34
Nach dem Buch ist vor dem Buch	35
Kapitel 2	
Schreibziele	37
Schreiben für sich selbst oder für den Buchmarkt?	37
Genres: »Bücherschubladen«	38
Krimi oder Fantasy? Die verschiedenen Genres	39
Regional- oder Skandinavienkrimi? Subgenres	39
Wie beliebt welche Genres sind	40
Sich für Ihr Genre entscheiden	41
Versuchen Sie nicht, ein »besonderes« Buch zu schreiben	42
Kapitel 3	
Der Handwerkskasten des Autors	43
Sinn und Unsinn von Notizbüchern	43
Tinte oder Tastatur?	44
Mit der Hand schreiben	44
Computer oder Laptop	45
Handy oder Tablet	47

12 Inhaltsverzeichnis

Software	47
Microsoft Word	48
Open- und LibreOffice	49
Papyrus Autor	50
Scrivener	52
Ihr Manuskript sichern	53
Festplatte, USB-Stick und Co	53
Cloud	54
Das weltweite Netz und seine Tücken	55
Ohne Internet geht gar nichts	55
Die Ablenkung lauert	56
Ressourcen, auf die Sie nicht verzichten sollten	57
Rechtschreibwörterbuch	58
Synonymwörterbuch	58
Vor- und Nachnamen	59
Der ideale Schreibplatz	60
Schreiben zu Hause	60
Schreiben in Cafés	61
Schreiben in Bibliotheken	62
Schreiben unterwegs	62
Schreiben in Coworking Spaces	63
Organisation der Schreibzeit	63
Schreibroutinen	64
Schreiben trotz Schule, Ausbildung, Studium und Beruf	65
Schreiben – kein Spaß für die ganze Familie	65

Kapitel 4

Aufschieberitis und was wirklich gegen

sie hilft 67

Aller Anfang ist leicht	67
Die To-do-Liste	68
Rückschläge und wie Sie mit ihnen leben können	69
Schreibgruppen, Verbände, Facebook und Co.	70
Realistische Ziele anstreben	71
Produktiver durch Pausen	71
Die Strategie der kleinen Schritte	72
Belohnen, gerade wenn's schwerfällt	73

TEIL II

PLANEN 75

Kapitel 5

Planendes und entdeckendes Schreiben 77

Der große Selbsttest: Sind Sie ein Planer oder ein Entdecker?	78
Der planende Autor	78
Der entdeckende Autor	79

Kapitel 6	
Ideen finden: Nicht so schwierig, wie Sie glauben	81
Ideenfindung	81
Alles beginnt mit Ihrer Grundidee	81
Inspirieren lassen – aber richtig	82
Gute Ideen und schlechte Ideen	83
Ihre Grundidee ausarbeiten	84
Spontan: Brainstorming	85
Systematisch: Clustering	86
Strukturiert: Mindmapping	87
High Concepts	87
Unverzichtbar: Unterhaltungswert	87
Originalität – gerne auch anders gedacht	88
Etwas, das andere nicht haben: Unverwechselbarkeit	88
Was wäre wenn ...	88
Starker emotionaler Fokus	88
Große Zugänglichkeit	89
Produktivitätsfalle neue Idee	89
Kapitel 7	
Figuren	91
Unterschiede zwischen echten Menschen und Romanfiguren	92
Die perfekten Figuren für Ihren Roman erschaffen	92
Ihre Figuren sind nicht nur für den Roman da	94
Figuren, auf die Sie in Ihrem Roman nicht verzichten sollten	95
Muss nicht immer strahlend sein: Der Held	95
Das Gegenstück zum Helden: Der Schurke	97
Unsympathische Helden und sympathische Schurken	98
Hilft in allen Lebenslagen: Die Entwicklungsfigur	99
Handlanger und Statisten	100
Kapitel 8	
Handlung	103
Das macht eine Geschichte aus	103
Konflikte	104
Details	104
Spannung durch Verzögerung	105
Konflikte: Wenn verschiedene Ziele aufeinandertreffen	105
Äußere Konflikte	105
Innere Konflikte	106
Konflikte durch Dilemmata	107
Haupt- und Nebenkongflikte	107
Warum Konflikte so schwer zu schreiben sind	107
Die Entwicklung des Helden	108
Die Prämisse	108
Prämisse als Werkzeug	109
Held + Konflikt = Lösung	109

14 Inhaltsverzeichnis

Die Kapitelübersicht	111
Szenen	113
Kapitel	113
Die Hintergrundgeschichte	115
Rückblenden und Vorausdeutungen	116
Prologe und Epiloge	116
Planen für entdeckende Autoren: Die »Ja, aber / Nein und«-Methode	117
Kapitel 9	
Drei-Akte-Struktur und Heldenreise	119
Die Drei-Akte-Struktur.	119
Erster Akt: Exposition.	121
Zweiter Akt: Konfrontation	123
Dritter Akt: Auflösung	125
Die Heldenreise	126
Das Muster der Heldenreise.	126
Die einzelnen Handlungsschritte.	128
Kapitel 10	
Spannung ist kein Hexenwerk	133
Die drei Fragen.	134
Die dramatische Frage.	134
Die emotionale Frage	134
Die thematische Frage.	135
Die Prämisse im Zusammenspiel der Fragen	135
Spannung, Perspektive und Emotionen	136
Spannung und Sprache	138
Im Schmelztiegel der Ereignisse.	139
Der Sog der Gefühle	139
Kapitel 11	
Recherche	141
Das richtige Maß finden	142
Ressourcen	143
Setting	145
TEIL III	
SCHREIBEN	147
Kapitel 12	
Schreibblockaden – was wirklich hilft.	149
Die Schreibblockade, das unbekannte Wesen	149
Schreiben Sie, egal was.	151
Augen zu und durch!	151
Es lebe der Kugelschreiber.	153
Die Tücke der Mitte	154
Holen Sie sich Hilfe!	155

Kapitel 13	
Ihr Manuskript ist kein Roman	157
Der erste Entwurf ist immer Mist	157
Schnell schreiben.....	158
Mut zur Lücke.....	159
Kapitel 14	
Dafür müssen Sie sich schon entscheiden:	
Die richtige Perspektive	161
Allwissender Erzähler	162
Limitierter Erzähler	163
Dritte Person limitiert	164
Erste Person limitiert	165
Perspektiven kombinieren	166
Kapitel 15	
Zeitformen	167
Vergangenheit	167
Gegenwart	169
Kapitel 16	
Dialoge	171
Dialoge verleihen Ihrem Roman Tempo und Tiefe.....	171
Wer spricht und wie?.....	172
Der Redebegleitsatz	172
Wir sprechen, wie wir sind	174
Jugendsprache und Dialekt.....	176
Kommunikationstheorie für Autoren	177
Anführungszeichen verwenden.....	178
Anführungszeichen richtig setzen	178
Typografie der Anführungszeichen.....	179
Kapitel 17	
Beschreibungen	181
Beschreibungen leisten mehr, als viele denken	181
So wenig wie möglich, so viel wie nötig	182
Es gibt fünf Sinne.....	183
Der Blick fürs Detail.....	183
TEIL IV	
ÜBERARBEITEN	185
Kapitel 18	
Bevor Sie mit Ihrer ersten Überarbeitung beginnen	187
Romane entstehen beim Überarbeiten, nicht beim Schreiben	188
Überarbeiten ist nicht immer einfach.....	188

16 Inhaltsverzeichnis

Sich Hilfe suchen	189
Wer Sie unterstützen kann	189
Alpha- und Betaleser	190
Feedbackkultur	191
Testleser finden	194
Lektor und Korrektor	195
Mit dem Überarbeiten wieder aufhören	196

Kapitel 19

Den ersten Entwurf überarbeiten 199

Zehn-Punkte-Plan zum Überarbeiten Ihres Romans	199
Ohne Lektor oder Korrektor auskommen?	201
Kürzen	202
Infodump – Ihr Roman ist doch keine Müllhalde	202
Die Lieblinge töten	203
Spät rein, früh raus	205
Cliffhanger	206
Scene-Sequel-Struktur	208
Der Kreislauf aus Versuch und Scheitern	209
Warum der Held scheitern sollte	210
Die Merkmale des Kreislaufs aus Versuch und Scheitern	211
Ihre Wunderwaffe gegen Klischees: Laternen und Flaggen	211

Kapitel 20

Wie eine gut geputzte Fensterscheibe: Unsichtbare Prosa . . . 213

Sprache wie eine geputzte Fensterscheibe	213
Ein gutes Manuskript braucht Rhythmus	214
Werden häufig unterschätzt: Absätze	215
Nicht zwingend einsilbig: Kurze Sätze	216
Wieso kompliziert, wenn es auch einfach geht: Kurze Wörter	216
Grammatik oder lieber Lesbarkeit?	217
Aktiv statt Passiv	218
Verben statt Nomen	218
Ausdrucksvolle statt nichtssagender Verben	219
Aussagestarke Verben und Nomen statt Adjektive und Adverbien	219
Füllwörter	220
Alltagssprache statt Fachsprache	220
Selbst ist der Korrektor	221

TEIL V

PUBLIZIEREN 223

Kapitel 21

Die Agentur, Ihr Freund und Helfer 225

Wofür Agenturen da sind	225
Die beste Agentur für Sie	226
Agenturen wie Sand am Meer	227
Die Qual der (Agentur-)Wahl	227

Informationen für die Bewerbung	228
Der Anruf	229
Das Anschreiben	229
Vita, Exposé und Leseprobe.....	230
Der Agenturvertrag	231
Mit dem Misserfolg leben.....	231
Die Agentur meldet sich nicht	232
Die Standardablehnung	233
Ein Teilerfolg – das persönliche Ablehnungsschreiben	233
Eine Zusage: Die erste Hürde ist geschafft	234

Kapitel 22

Verlage 235

Wofür Verlage da sind.....	235
Der perfekte Verlag für Sie.....	236
Die großen Publikumsverlage	236
Kleinverlage.....	237
Digitale Imprints.....	238
Druckkostenzuschussverlage.....	239
Die Bewerbung per Post und E-Mail	240
Veranstaltungen und Messen nutzen.....	240
Der Verlagsvertrag.....	241
Das Werk – was Sie wann liefern	242
Worum geht es?	242
Vertragslaufzeit	243
Das Autorenhonorar	243
Die Konkurrenzschutzklausel.....	244
Was der Verlag für Sie tut.....	245
Lektorat und Korrektorat	245
Titel.....	246
Cover	246
Werbung	247
Vertrieb	247
Endlich, die Abrechnung.....	248

Kapitel 23

Selfpublishing..... 249

Der Autor als Unternehmer.....	249
Es ist keine Schande (mehr), ein Selfpublisher zu sein.....	250
Der Selfpublisher, die Eier legende Wollmilchsau.....	251
Vom Selfpublisher zum Verlagsautor und zurück – der Hybridautor.....	252
Korrektorat und Lektorat	253
Korrektorat	253
Lektorat	254
Einen Korrektor und Lektor finden	254
Von effektiver Zusammenarbeit	255

18 Inhaltsverzeichnis

Coverdesign	257
Kleine Theorie des Coverdesigns	257
Vorgefertigte Cover	258
Designwettbewerbe	259
Der eigene Designer	259
E-Books	260
Kindle	260
Tolino	261
Andere E-Book-Plattformen	261
Das gedruckte Buch	262
Dienstleister für Selfpublisher	263
BoD (Books on Demand)	264
BookRix	264
epubli	264
Kindle Direct Publishing (KDP)	264
neobooks	265
XinXii	265
Druckereien	265
Was Sie als Selfpublisher noch wissen müssen	266
Unternehmerischen Pflichten nachkommen	266
Titelschutz beachten	266
Pflichtexemplare versenden	267
Eine ISBN für Ihr Buch erhalten	268
Ihr Buch im Verzeichnis lieferbarer Bücher melden	268

Kapitel 24

Das nächste Buch	269
Der Blick zurück	269
Was haben Sie gut gemacht? Was ist schiefgelaufen?	269
Zahlen lügen nicht	270
Rezensionen	271
Erwartungen erfüllen	272
Vertraute Pfade verlassen	272

TEIL VI

VERMARKTUNG	275
--------------------------	------------

Kapitel 25

Sie selbst als Ihre Marke	277
Wofür Sie stehen wollen	278
Wie Sie sich präsentieren	280
Authentisch sein	281
Pseudonym – offen, geschlossen oder gar nicht?	282
Ein klingvoller Name	283
In anderen Genres unterwegs	283
Das geschlossene Pseudonym als Schutz	283
Offenes Pseudonym	284

Kapitel 26	
Das Internet und Sie als Autor	285
Günstig, aber nicht billig: Agenturen	285
Wie für Sie gemacht: Baukasten-Websites	287
Der kleine, aber feine Unterschied: WordPress.com und WordPress.org	287
WordPress.com	288
WordPress.org	288
Was eine Autorenwebsite leisten muss	289
Einen guten ersten Eindruck hinterlassen	289
Sie als Autor präsentieren	291
Ihre Bücher präsentieren	293
Den Kontakt mit Ihnen ermöglichen	293
Ihren Newsletter anbieten	294
Ein Impressum und eine Datenschutzerklärung besitzen	296
Kapitel 27	
Als Autor in den sozialen Medien	297
Weshalb Sie soziale Medien brauchen	298
Wichtige Social-Media-Plattformen im Überblick	299
Der Allrounder – Facebook	300
Der Jugendliche – Instagram	303
Das kleine Schnelle – Twitter	306
Das Visuelle – YouTube	307
Das Maßgeschneiderte – LovelyBooks	308
In den sozialen Medien Freunde finden	310
Wann Sie loslegen sollten	311
Fragen Sie nicht, was andere für Sie tun können	311
Weder zu wenig, noch zu viel	312
Die ungeschriebenen Regeln der sozialen Medien kennen	312
Kostenpflichtige Werbung – kaufen oder nicht?	314
Kapitel 28	
Vermarktung im realen Leben: Presse, Lesungen und Messen	317
Die klassischen Medien	317
Ihre Pressemappe	318
Die Pressemitteilung	318
Lesungen	320
Ihre Fans kennenlernen	320
An Lesungen kommen	321
Das liebe Geld	322
Wie Ihre Lesung ein Erfolg wird	323
Buchmessen	325
Ganz viele (potenzielle) Leser an einem Ort	325
Ein Plausch mit Kollegen	326
Big Business	327
Messen, die Sie kennen sollten	328

**TEIL VII
DER TOP-TEN-TEIL..... 333**

**Kapitel 29
Zehn Top-Tipps für Autoren..... 335**

Ein Buch zu schreiben ist ein Marathonlauf, kein Sprint.....	335
Beziehen Sie die Familie ein.....	336
Routine ist gut.....	336
Recherchieren Sie sich nicht zu Tode.....	336
Der erste Entwurf ist immer Mist.....	336
Überarbeiten Sie wie ein Weltmeister.....	337
Der Testleser, Ihr bester Freund.....	337
Sie lernen nie aus. Nie.....	337
Finden Sie Ihren eigenen Weg.....	337
Genießen Sie das Schreiben.....	338

**Kapitel 30
Zehn Webadressen für Autoren..... 339**

Andreas Eschbachs Website.....	339
Die Self-Publisher-Bibel.....	339
Selfpublisher-Verband.....	340
National Novel Writing Month.....	340
canoonet.....	340
eBookBoss.....	340
Buchreport.....	341
Indie Publishing.....	341
Writing Excuses.....	341
Die SchreibDilettanten.....	341

Stichwortverzeichnis..... 343