

Oder: Wie finden Sie den idealen Autor?!

Individuelle Buchprojekte für Unternehmen und bestimmte Anlässe stellen eine Alternative zu herkömmlichen Produktinformationen und Kundengeschenken dar. Wie Sie Bücher als Marketingtools einsetzen können und bei Bedarf den richtigen Autor finden, erfahren Sie in diesem Artikel.

Ein Buchprojekt ist eine zeitintensive und umfassende Arbeit, die höchste Kompetenz erfordert. Eines gleich vorweg: Die Höhe des Honorars sollte nicht für Ihre Autorenwahl ausschlaggebend sein. Die Faktoren Sympathie, Erfahrung, gute Zusammenarbeit und Geduld spielen eine weit wesentlichere Rolle, um ein Buchprojekt erfolgreich abzuschließen.



Fachbücher werden von Experten für Experten geschrieben

Wenn Sie sich dafür entscheiden, ein Fachbuch zu schreiben bzw. schreiben zu lassen, gilt es einige Punkte zu beachten. Ein Fachbuch wird von Experten für Spezialisten eines bestimmten wissenschaftlichen oder handwerklichen Faches geschrieben und unterscheidet sich daher vom Stil her wesentlich von anderen Veröffentlichungen.

Ausgezeichnete Branchenkenntnisse sind essenziell

Da Sie bei der Leserschaft davon ausgehen können, dass diese ein ähnliches Verständnis wie Sie hat, dürfen im Text spezielle Fachausdrücke verwendet werden, die ansonst tunlichst vermieden werden sollten. Bei der Auswahl des Autors sollten Sie darauf achten, dass er ausgezeichnete Kenntnisse der Branche und der Fachgebiete hat, über die er schreiben soll. Auch wenn die Inhalte zum Großteil von Ihnen bereitgestellt werden, ist es gerade bei Fachbüchern essenziell, dass es zu keinen inhaltlichen Missverständnissen kommt.

Beim Sachbuch zählt die Aktualität

Anders als beim Fachbuch sollen mit einem Sachbuch alle, die an einem speziellen Thema interessiert sind, angesprochen werden. Zu diesem Genre zählen unter anderem Ratgeber, Lebenshilfebücher, Nachschlagewerke u.v.m. In der Regel behandeln Sachbücher aktuelle Themen und daher müssen Sie entsprechend rasch handeln und das Buchprojekt umsetzen, bevor die nächste Trendwende kommt.



Inhalte vereinfacht und leicht verständlich aufbereiten

Da unter den Lesern eines Sachbuchs zumeist viele Laien sind, müssen Sie die Inhalte vereinfacht und leicht verständlich aufbereiten. Besonders wenn wissenschaftliche Erkenntnisse vermittelt werden, sollten die Informationen in einem mitreißenden und unterhaltenden Schreibstil erfolgen. Fachausdrücke, Fremdwörter oder Sprachcodes, die nur von wenigen Insidern verstanden werden, sollten vermieden werden. In Ausnahmefällen empfiehlt es sich, zur Erläuterung Fußnoten am Seitenende oder ein Glossar am Buchende zu integrieren.

Wichtiges von weniger Wichtigem trennen

Falls Sie den Text für Ihr Sachbuch nicht selbst schreiben können oder möchten, dann engagieren Sie am Besten jemanden, der sich mit der Materie gut auskennt und/oder journalistische Erfahrung hat. Journalisten zum Beispiel sind es gewohnt, sich ständig mit fremden Sachgebieten intensiv auseinanderzusetzen, Wichtiges von weniger

Wichtigem zu trennen und vor allem: Sie können prägnante und leicht verständliche Texte in relativ kurzer Zeit schreiben.

Firmenbiografien erfordern intensive Auseinandersetzung

Wenn Sie eine Firmenbiografie für Ihr Unternehmen andenken, sollte dieses über eine gewisse Historie und Tradition verfügen. Anlass für eine Veröffentlichung ist zumeist ein Jubiläum oder ein spezieller Anlass wie Weihnachten oder eine Auszeichnung. In einer Firmenbiografie sollten Sie die Unternehmensgründung, die wirtschaftliche Entwicklung unter Berücksichtigung jeweiliger historischer Ereignisse sowie die aktuelle Unternehmenssituation behandeln. Räumen Sie historischem Bildmaterial entsprechenden Platz ein.

Top-Tipp:

Den vertiefenden Fachartikel zum kostenlosen Seminarabend „Buchprojekte als optimale Marketingtools“ mit Ilona Mayer-Zach vom 23. Februar 2011 können Sie gleich [hier lesen](#)

Die richtige Auswahl an Inhalten

Es ist bei Firmenbiografien oft schwierig, die richtige Auswahl an Inhalten zu treffen und diese kurzweilig aufzubereiten, um damit ein breites Publikum zu erreichen.

Im Idealfall gewinnen Sie für Ihr Projekt einen Historiker, Journalisten oder jemanden, der gewohnt ist, mit Archivmaterial zu arbeiten. Auf jeden Fall muss der Autor Bezug zu Ihrem Unternehmen und seiner Historie bzw. großes Interesse haben, gemeinsam mit Ihnen diese spannende aber anstrengende Zeitreise anzutreten.



Krimis on Demand: Ihr Unternehmen löst den Fall!

Sie wollten immer schon, dass Ihr Unternehmen in einem Kriminalroman vorkommt oder dass Ihre Firmenprodukte entscheidend zur Lösung eines Falles beitragen? In den letzten Jahren lässt sich klar ein Trend zu Kriminalromanen oder fiktiven Geschichten erkennen, die von Unternehmen bei Autoren in Auftrag gegeben und für besondere Firmenanlässe geschrieben werden.

Von der Idee zum fertigen Produkt

Zunächst sollten Sie die Zielgruppe festlegen, damit der Autor den passenden Schreibstil und eine entsprechende Handlung wählt. Junge Leute werden in der Regel anderes

lesen und mit anderen Medien kommunizieren, als Senioren. Danach sollten Sie die Art des Krimis definieren: Möchten Sie einen Krimi in Buchform? Oder einen für ein Firmenevent? Oder für ein ganztägiges Teambuilding-Seminar?

Es muss nicht immer ein gedrucktes Buch sein

Es ist wichtig, dass Sie sich bereits im Vorfeld überlegen, wie Sie Ihr Buchprojekt veröffentlichen wollen. Soll es als klassisches Buch in Druck gehen? Als e-book versendet oder doch lieber als Hörbuch verschenkt werden? Die Wahl des Mediums hat nämlich Einfluss auf die Erstellung des Textes. Abschließend legen Sie gemeinsam mit dem Autor fest, wie das Unternehmen in der fiktiven Geschichte vorkommen soll und wie Mitarbeiter oder Produkte Teile der Handlung werden.

Mag. Ilona Mayer-Zach





www.imnetzwerk.at