

# Ihr „Warum?“ fürs Buchprojekt

Von Andrea Heckert

#1 Wieso es so wichtig  
ist und wie Sie ihm auf  
die Spur kommen

**V**erlagsprogramme werden vorsichtiger geplant, immer weniger Titel tragen die Umsätze, und für Agenturen wird es schwieriger, Manuskripte unterzubringen. Genauso richtig ist: Der Buchmarkt hat sich in der Pandemie gut entwickelt, und immer noch gibt es etwa 69000 Neuerscheinungen jährlich, zu denen auch Ihr Buch zählen kann.

Voraussetzung dafür ist natürlich, dass Sie Ihr Buchprojekt mit Ausdauer zu Ende führen. Später kommt es darauf an, Fürsprecher für Ihre Idee zu gewinnen: die Agentin, die begeistert auf Ihr Exposé reagiert, den Verlagslektor, der sich in der Redaktionskonferenz überzeugend für Ihr Buch starkmacht. Noch mal anders gesagt: Mit Ihrem Buch arbeiten Sie als Vorreiter:in an einer Idee. Und Sie brauchen Mitstreiterinnen, die Sie tatkräftig unterstützen, Ihre Idee in die Welt zu bringen. Sehen wir uns das nun genauer an.

## Gefühle ansprechen

Unternehmen, die Produkte oder Dienstleistungen entwickeln und anbieten, stehen vor ähnlichen Herausforderungen. Auch sie müssen motiviert an einer Idee arbeiten und schließlich mit ihrem *Call to Action* Menschen nicht nur interessieren, sondern ins Handeln bringen: *Kauf dieses Produkt! Erzähl anderen davon!* Oder eben auch: *Teile unsere Werte! Glaub an unsere Idee!*

Dass es dazu mehr als Daten und Fakten braucht, ist kein Geheimnis – Emotionen müssen ins Spiel. Ich

gebe zu: Mich berührt, wenn ich im Werbespot für Körperpflegeprodukte die Gedanken eines Babys höre, das bedauert, seiner Mutter noch nicht sagen zu können, wie lieb es sie hat.

Wie geht es Ihnen? Mit welchem Gefühl greifen Sie zu Produkten einer Marke? Marketing profitiert von Storytelling-Ansätzen. Geschichten, die eine Unternehmensphilosophie zum Ausdruck bringen, sprechen uns auf einer tief liegenden Ebene an und machen uns zu Verbündeten einer Idee. Was können wir, die Schreibenden, von dieser Art Kommunikation lernen?

## Andere für das eigene Buchprojekt begeistern

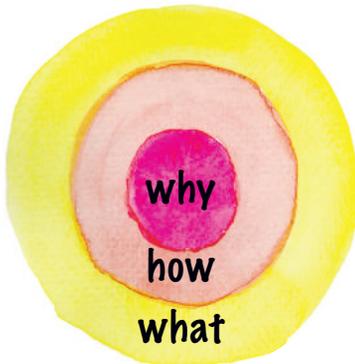
Für die Hamburger Storytelling- und Personal Branding-Expertin Mayka Engelmann sind zwei Dinge entscheidend, damit andere zu Anhänger:innen der eigenen Idee werden können:

1. Sich wieder darauf zu besinnen, was einen antreibt, und sich der Werte bewusst zu werden, die in der Idee lebendig sind, beides ergibt das persönliche Warum.
2. Dieses Warum ehrlich, also so wie man es fühlt, nach außen zu kommunizieren.

Dieses Muster für eine „inspirierende Kommunikation“ geht auf den britisch-US-amerikanischen Berater und Bestsellerautor Simon Sinek zurück. Über einen TED-Talk, der bis heute zu den meistgesehenen zählt, wurde es weltbekannt: *How great leaders inspire action* (2009).

## Sineks Golden Circle

Sinek arrangiert zunächst die drei Fragen What (Was?), How (Wie?) und Why (Warum?) in dem von ihm entwickelten Modell des *Golden Circle*.



Und erzählt: 100 Prozent aller Unternehmen wüssten, was sie tun, welche Produkte und Dienstleistungen sie anbieten. Die meisten Unternehmen könnten auch leicht erklären, wie sie das tun; zum Beispiel, indem sie etwas anders oder besser machen als andere.

Übertragen wir das direkt auf fiktive Buchprojekte. Stellen Sie sich dazu einen Small Talk vor. Was antwortet ...

- ... die Belletristik-Autorin auf die Frage: **Was ist dein aktuelles Buchprojekt?** *Es ist ein historischer Roman, der im Genua der Kolumbuszeit spielt. Wie ist er gestaltet?* *Das Besondere daran ist, dass er viele Informationen zur Schifffahrt der Zeit enthält und aus der Perspektive einer Frau geschrieben ist, die sich als Mann verkleidet hat, um zur See fahren zu können.*
- ... der Paartherapeut: **Was ...?** *Ich schreibe einen Ratgeber zur Verbesserung der Kommunikation unter Paaren. Wie ...?* *Der Ratgeber versammelt viele praktische Übungen, die sich in meiner Praxis bewährt haben.*

Ist Ihr Interesse an den Büchern geweckt? Nicht unbedingt? Auch aus Sicht von Agenturen oder Verlagen, die häufig solche Beschreibungen zu lesen bekommen, klingt das nicht besonders inspirierend. Sinek weiß, warum: Die Gemeinsamkeit aller, die inspirierend kommunizieren, ist, dass sie mit Blick auf den *Golden Circle* von innen nach außen sprechen, also mit ihrem Warum beginnen. Menschen unterstützen inspirierende Führungspersonlichkeiten nämlich und folgen ihnen, weil sie mit deren Warum übereinstimmen. Als Beispiele nennt Sinek Martin Luther King und den Traum von der Gleichberechtigung. Oder auch Steve Jobs, dessen Slogan „We believe in thinking differently“ bis heute nicht nur die passenden, motivierten Mitarbeiterinnen und Mitar-

beiter anzieht, sondern auch sogenannte *innovators* (Erneuerer) und *early adopters* (frühe Anwenderinnen) auf der Kundenseite. Hier wird klar: Beim Warum geht es um Sinn: um Überzeugung, Werte, Mission und Motivation. Geld zu verdienen versteht sich in diesem Modell als Ergebnis.

## Erfolgsgeschichten beginnen mit dem Warum

Auch Sie möchten mit Ihrem Exposé Innovator:innen ansprechen – auf dem Buchmarkt: die Literaturagentin, den Verlagslektor ... Können Sie dazu Ihren Antrieb, Ihre Überzeugung, Ihre Mission in Worte fassen? Welche „Unternehmensphilosophie“ motiviert Sie, jeden Tag an den Schreibtisch zu gehen? Nicht selten muss eine innere Kritikerin in Schach gehalten werden. Was antworten Sie ihr, warum Sie an Ihrem Projekt dranbleiben?

Bevor Sie sich gleich selbst an Ihre Antworten heranschreiben, sehen wir uns an, was die Mission des fiktiven Therapeuten sein könnte, der an dem Ratgeber für Paare schreibt: *Ich bin überzeugt, dass die Fähigkeit, authentisch, offen und wertschätzend zu kommunizieren, Voraussetzung für den Zusammenhalt in unserer Gesellschaft ist. Das fängt in einer der engsten Beziehungen an, der Paarbeziehung, hier kann man den Samen dafür säen. Daran arbeite ich in meiner Praxis, und diese Arbeit möchte ich einem größeren Publikum zugänglich machen. Für mehr Zufriedenheit und Leichtigkeit im Leben, die nach außen wirkt.*

Das ist noch nicht der Pitch fürs Exposé, doch der Unterschied zur Was-Wie-Beschreibung des Buchprojekts ist deutlich. Der Autor zeigt eine Haltung, seine Motivation ist spürbar, und beides zusammen lässt mich aufhorchen, es löst ein Gefühl aus, ein inneres Ja.

## Etwas fühlt sich gut an oder eben nicht

Wie kommt es zu diesem Unterschied? Laut Sinek wird ein Warum weniger mit Argumenten als über Emotionen kommuniziert. Seine Erklärung: Der *Golden Circle* bildet die Struktur des Gehirns ab. Das Was entspricht dem jüngsten Teil unseres Gehirns, dem Neokortex, der Fakten, rationales und analytisches Denken und Sprache verarbeitet. Deshalb kann er so

Anzeige

**miss-spell.de** TEXT & KONZEPT

Professionelles Lektorat  
Egal ob Erzählung, Thriller, Sachbuch oder Roman – Miss Spell korrigiert, lektoriert, redigiert.  
**Jetzt kostenloses Probelektorat anfordern!**

Dr. Suzan Hahnemann  
Telefon: 07553 8204225  
Email: sh@miss-spell.de

gut die Eckdaten unseres Projekts benennen beziehungsweise auffassen. Darunter liegt das limbische System, das zwischenmenschliches Verhalten und Entscheidungen steuert, was blitzschnell und über ein Gefühl geschieht: Etwas fühlt sich gut an oder nicht. Eine Idee fällt einer Agentin ins Auge und wird unterstützt oder eben nicht. Warum das so ist, kann sie womöglich gar nicht direkt sagen, denn Sprache wird nicht im limbischen System verarbeitet, sondern im Neokortex. Die Entscheidung stellt sich wie von selbst ein, sie muss erst noch bewusst begriffen und mit Fakten unterfüttert werden. Dies geschieht dann über die Informationen zum Was und Wie.

### Bauchgefühl schlägt Verstand

Noch mal anders gesagt: Wenn Sie im *Golden Circle* von innen nach außen kommunizieren, sprechen Sie im Gegenüber den Teil des Gehirns an, in dem Vertrauen entsteht zusammen mit der Bereitschaft, etwas zu unterstützen, und der Entscheidungen und letztlich Verhalten kontrolliert: Sie wecken ein Bauchgefühl.

Umgekehrt heißt das aber auch: Wenn Sie selbst noch nicht genau sagen können, warum Sie an diesem Buch arbeiten, können andere nicht emotional auf Ihr Vorhaben reagieren. Doch genau das kann entscheidend sein, wenn es darum geht, Fürsprecher für Ihr Projekt zu gewinnen.

Höchste Zeit also, Ihr Warum zu erkunden. Genau das können Sie jetzt mit praktischen Übungen tun, und zwar schreibend!

### Warum dieses Buch?

In meiner Schreibberatung würde ich Sie jetzt bitten, einen Moment nicht an Ihrem Text, sondern über Ihren Text zu schreiben – zu diesen Fragen: *Warum dieses Buch? Und warum von mir?*

Die Antwort findet sich eher nicht in rational und sprachlich leicht zugänglichen Daten und Fakten. Freewriting zu diesen und anderen Fragen ermöglicht es, tiefer zu gehen und an Emotionen und ein Bauchgefühl heranzukommen. Genau deshalb eignet es sich auch so gut als Methode, um sich an ein persönliches Warum heranzuschreiben.

## Übung 1: Freewriting als Weg zum Warum

Bei einem fokussierten Freewriting schreiben Sie zu Fragen oder Satzanfängen einfach drauflos, mit Stift auf Papier, in schnellem Tempo und, wenn Sie mögen, ohne Punkt und Komma. Am besten stellen Sie sich einen Timer, sieben bis zehn Minuten haben sich bewährt. Solange es Ihnen gelingt, nicht abzusetzen und nachzudenken, können Sie auch länger schreiben. Durch das Schreiben mit der Hand nutzen Sie weitere Teile Ihres Gehirns. Das zügige Schreibtempo schaltet Ihre inneren Kritiker aus, tiefere Schichten kommen zu Wort. Wichtig: In diesem Prozess soll nichts entstehen, was Sie unmittelbar nutzen. „In der Freiheit, erst einmal alles schreiben zu dürfen, entsteht etwas, was Sie überrascht und dann voranbringt, wenn Sie es überarbeiten“, so Ines Witka in der *Federwelt* 139.

### Impulse für Ihr fokussiertes Freewriting

Los geht's!

#### Warum habe ich dieses Thema gewählt?

#### Wie ist die Idee zu mir gekommen?

#### Die Idee lässt mich nicht mehr los, weil ...

#### Ich schreibe diesen Roman, weil ...

#### Dieser Stoff beschäftigt mich, weil ...

#### Dieses Buch ist wichtig, weil ...

Wenn Sie zwischendurch ins Stocken geraten, schreiben Sie einfach weitere Fragen auf:

#### Warum genau dieses Buch?

#### Warum von mir?

#### Was hat es mit mir zu tun?

#### Was ist mein Antrieb, meine Überzeugung?

#### Was soll mein Buch verändern und für wen?

#### Um welche Werte geht es mir mit meinem Buch?

Bleiben Sie dran, solange der Timer läuft, auch wenn Sie meinen, nichts mehr schreiben zu können. Gerade dann wird es spannend. Schreiben Sie einfach: **Was noch? Was noch?** ... Nach und nach, vielleicht auch erst nach einigen Anläufen, werden Sie sehen, wie sich durch Freewriting Antworten aus Ihnen „wie von selbst“ herauschreiben.

## Auswertung Ihres Freewritings:

### Was ist Ihr Funke?

Lassen Sie den Text nach dem Schreiben erst einmal einen Moment liegen. Stehen Sie auf, trinken Sie ein Glas Wasser oder gehen Sie ein paar Schritte. Lesen Sie dann, was Sie geschrieben haben:

Anzeige



**BUCHVERMARKTUNG**  
HELEN SCHMIDT

**BUCHMARKETING**  
für Autor:innen & Verlage

[www.buchvermarktung.de](http://www.buchvermarktung.de)  
[HelenSchmidt@Buchvermarktung.de](mailto:HelenSchmidt@Buchvermarktung.de)

Was fällt auf? Gibt es Häufungen in einem Wortfeld? Welche Wörter haben für mich besonderes Gewicht? Was spricht mich besonders an?

Achten Sie darauf, wie Ihr Körper reagiert. Körperliche Reaktionen zeigen Ihnen die Verbindung zu Gefühlen. Hier kann zu finden sein, worauf später auch andere Menschen emotional reagieren. Ein Funke soll überspringen – was ist Ihr Funke? Sie erkennen ihn über Formulierungen oder einzelne Wörter, die eine besondere Anziehungskraft auf Sie ausüben. Vielleicht kommt der Impuls, sich eins dieser Wörter herauszupicken und dazu noch einmal fokussiert draufloszuschreiben, um so noch größere Klarheit zu gewinnen. So steigen Sie in eine Art Loop Writing ein: [www.youtube.com/watch?v=Gu3naVytyJQ](http://www.youtube.com/watch?v=Gu3naVytyJQ).

## Übung 2: Das sprechende Buch

Stellen Sie sich für einen Moment Ihr fertiges Buch vor: *Es liegt in der Buchhandlung an einem prominenten Platz oder ist im Netz auf einer hervorragend gestalteten Website zu sehen. Sie betrachten es. Ihr Buch leuchtet geradezu und spricht Sie an. Sie sind zutiefst zufrieden und fühlen sich und Ihre Arbeit gesehen wie nie ...*

Eine schöne Vorstellung, nicht wahr? Nehmen Sie sich ruhig etwas Zeit hineinzuspüren, das Leuchten zu genießen. Stellen Sie sich vor, wie es sich von Ihrem Buch auf Sie überträgt und notieren Sie in diesem meditativen Zustand nach und nach, was Ihr Buch zu Ihnen sagt:

*... ich bin DEIN Buch, in mir steckt jetzt genau das, ...*

*Da sind Glück und Erfüllung, wenn du mich siehst, denn ...*

*Ich weiß, mein Thema hat dich schon lange beschäftigt, denn ...*

*(Oder sehr gern auch) ... das ist dir so auf die Nerven gegangen ... Dagegen wolltest du etwas tun ...*

*... konnte auf keinen Fall so bleiben ... Dafür bin ich jetzt da.*

Beim freien Schreiben finden sich einzelne Wörter oder Formulierungen, die sich besser anfühlen als andere. Diese sind Ihre Goldspur hinein in den *Golden Circle* und später dann der Ansatzpunkt zur Kommunikation von innen nach außen. Wer weiß, vielleicht stoßen Sie sogar auf eine persönliche Schreibphilosophie, erkennen Ihr Selbstverständnis als Autor:in oder Ihr Warum fürs Schreiben überhaupt?

## Dranbleiben lohnt sich!

In Folge zwei dieser Reihe, die in einem der nächsten Hefte erscheint, verdichten wir Ihr Warum und übersetzen es für Ihre Leserinnen und Leser, damit diese emotional daran andocken können. Und wir sehen uns an, wie sich ein geklärtes Warum positiv auf die beiden anderen Fragen zum Was und Wie auswirkt, wie es Ihnen als Leitstern dient, wenn es schwierig wird im Schreibprozess.

Übrigens: Ihr Warum muss nicht fix sein, vor allem nicht zu Beginn eines neuen Buchprojekts! Es lohnt sich, fortlaufend dazu zu schreiben. Wenn Sie sich immer wieder neu mit sich verbinden und die emotionale Wucht Ihres ganz persönlichen Antriebs spüren, arbeiten Sie mit Ausdauer, Freude und Zuversicht weiter. Und Sie haben eine tragfähige Basis, auf der Sie Ihr Projekt später nach außen kommunizieren können. Viel Freude beim Schreiben an Ihrem und über Ihr Projekt!

► [www.andreaheckert.de](http://www.andreaheckert.de) | [www.zeitzuschreiben.jetzt](http://www.zeitzuschreiben.jetzt)

### Linktipps

Simon Sinek erklärt den Golden Circle: ► [www.ted.com/talks/simon\\_sinek\\_how\\_great\\_leaders\\_inspire\\_action](http://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action)

Zahlen zum Buchmarkt in der Pandemie: ► [www.boersenverein.de/markt-daten/marktforschung/wirtschaftszahlen/](http://www.boersenverein.de/markt-daten/marktforschung/wirtschaftszahlen/)



Anzeige

## Schreiben, Lesen und Erleben

Praxis und Theorie im Master  
„Biografisches und Kreatives Schreiben“  
**Jetzt für das Wintersemester bewerben!**

ASH  
Berlin

Alice Salomon Hochschule Berlin  
University of Applied Sciences

[www.ash-berlin.eu/bks](http://www.ash-berlin.eu/bks)  
(030) 99 245 - 332 . [bks@ash-berlin.eu](mailto:bks@ash-berlin.eu)