

# Checkliste für Ihr Buch-Exposé

Diese Checkliste dient uns als Hilfsmittel, um alle relevanten und programmentscheidenden Informationen zu Ihrem Buchprojekt zu erhalten. Bitte beantworten Sie die Checkliste deshalb ausführlich und genau. Bitte mailen Sie uns den beantworteten Fragebogen zurück an: [manuskripte@gabal-verlag.de](mailto:manuskripte@gabal-verlag.de)

## 1. Autor(en), Herausgeber

- Bitte geben Sie die vollständigen Namen und Adressen aller Autoren/Herausgeber an.
- Wir bitten um eine Kurzbiografie aller Autoren und Herausgeber. Diese sollte unter anderem Ausbildung, Zusatzqualifikationen, berufliche Stationen und bisherige Publikationen beinhalten, sofern diese im Zusammenhang mit Ihrem Buch wichtig sind. In erster Linie interessiert uns und später auch den Leser, welche Kompetenzen Sie zum Experten für das Buchthema machen.

## 2. Daten zum Buch

- Arbeitstitel
- Untertitel
- Geschätzter Umfang (bitte je nach Buchreihe Zeichenanzahl pro Seite berücksichtigen):  
Themenbücher (Dein Business, Dein Erfolg, Dein Leben) ca. 2.200 Zeichen pp  
Whitebooks ca. 2.100 Zeichen pp  
30-Minuten-Reihe ca. 83 Seiten à 1.200 Zeichen pp
- Eventuell vorgesehene Beigaben (Audio-CD, CD-ROM, Online-Content)
- Sind Abbildungen oder Illustrationen vorgesehen? Wenn ja, welcher Art und wie viele?
- Geplanter Fertigstellungstermin des Manuskriptes (bitte realistische Planung, der Fertigstellungstermin ist Bestandteil des Vertrages und unbedingt einzuhalten)
- Gibt es Ihrerseits einen Wunscherscheinungstermin für das Buch?

## 3. Beschreibung des Buchprojektes

- Kurztext (ca. 1/2 Seite DIN A4) mit den Kernaussagen zu Ihrem Buch. Es ist besonders wichtig zu erfahren, welche speziellen Akzente Sie in Ihrer Darstellung setzen wollen.
- Kurztext (ca. max. 8 Zeilen) mit den Kernaussagen. Wir benötigen diesen Text, da wir häufig auf knappstem Raum etwas über Ihr Buch aussagen müssen.
- Gliederung, Inhaltsverzeichnis bitte komplett beifügen. Bitte berücksichtigen Sie hierbei, dass eine Gliederung übersichtlich, klar hierarchisiert und an den Interessen des Lesers ausgerichtet sein muss.

## 4. Verkaufsargumente

Bitte formulieren Sie drei Verkaufsargumente in Stichworten, die Ihrer Meinung nach in der Werbung für Ihr Buch besonders hervorgehoben werden sollen.

## 5. Zielgruppen, Leserschaft

Bitte geben Sie uns die Zielgruppen für Ihr Buch möglichst detailliert an. Wo liegt der spezielle Nutzen des geplanten Buches für den Leser? Warum soll ein Käufer Ihr Buch anderen Büchern vorziehen? Wie groß ist diese Zielgruppe? Wie erreicht man die Zielgruppe, über welche Medien und Verkaufskanäle, Verbände?

## 6. Wettbewerb

- Welche Bücher stehen in direktem Wettbewerb zu Ihrem Buch, das heißt überschneiden sich thematisch, preislich, hinsichtlich Umfang und Zielgruppe?
- Durch welche Merkmale unterscheidet sich Ihr Werk von diesen Büchern?

## 7. USP (unique selling proposition)

Aus welchem Grund ist Ihr Buch von besonderem Interesse? Was macht es einzigartig und wieso sollte es ein Leser kaufen? Wo liegt die Relevanz und die Aktualität des Themas für die definierte Zielgruppe?

## 8. Marketing

- Welche Personen können als Multiplikatoren für Ihr Buch wirken?
- Welche Zeitschriften und Zeitungen sollen ein Rezensionsexemplar erhalten? Haben Sie persönliche Kontakte zu Journalisten, die wir neben unseren Beziehungen nutzen können?
- Welche Unternehmen wären evtl. an dem Kauf oder Weiterverkauf einer größeren Abnahmemenge Ihres Buches interessiert oder könnten die Verbreitung unterstützen?
- Haben Sie besondere Vorschläge für die Ankündigung und Bewerbung Ihres Buches?
- Sind Sie an einer größeren Eigenabnahme Ihres Buches interessiert? Wenn ja, in welcher Größenordnung?
- Planen Sie eigene PR- und Marketing-Aktivitäten? Wenn ja, welche?

## 9. Vortragsaktivitäten

Halten Sie in Verbindung mit Ihrer beruflichen Tätigkeit Vorträge oder Seminare?

Arbeiten Sie ausschließlich im deutschsprachigen Raum oder auch international? Falls Sie international tätig sind, skizzieren Sie diese Tätigkeiten bitte kurz und benennen Sie die Länder.

Stehen Sie für PR-Aktivitäten zur Verfügung? Kann das Buch ein Bestandteil Ihrer Seminaraktivität werden?

## 10. Eigenbedarf

Werden Sie oder Ihre Firma das Buch einsetzen, z.B. als Kundengeschenk?

***Herzlichen Dank für Ihre Unterstützung!***

*Ihr GABAL Verlag*