

André Hille

Titel, Pitch und Exposé für Romane

André Hille
Titel, Pitch und Exposé für Romane

Textmanufaktur Verlag

Inhalt

Vorbemerkung	7
Sekundärtexte	9
Titel.....	13
Titelschutz	16
Titelfindung.....	21
Pitch und USP.....	31
Die Informationsmodule	36
Der Storypitch	45
Exposé	53
Begriffsklärung und Gestalt	53
Das Exposé als System	61
Konsistenz	62
Angemessenheit	71
Das literarische Exposé	74
Die Kurzgeschichte und das Exposé	83
Autorenbiografie	89
Anschreiben und Anhang.....	97
Das Anschreiben	97
Der Anhang.....	106
Nachbemerkung und Danksagung	111

Erste Auflage
© 2016 André Hille
Textmanufaktur Verlag, Fischerhude
Satz: André Hille
Umschlag: Mirja Krause
Druck: Pustet, Regensburg
ISBN: 978-3-942247-11-5

www.text-manufaktur.de
www.hilleundjung.de

Vorbemerkung

Seit fast zehn Jahren gebe ich Seminare in allen Bereichen des Prosaschreibens, sei es an Universitäten, Bildungseinrichtungen oder meiner Autorenschule Textmanufaktur. In meiner Funktion als Seminarleiter, Lektor und Literaturagent lese ich circa 400 bis 500 Exposés pro Jahr, und kaum eine Frage (abgesehen vielleicht von: „Wie schreibe ich ein gutes Buch?“ oder noch besser: „einen Bestseller?“) begegnete mir in diesen Jahren häufiger als die Frage: „Wie sollte ein gutes Exposé aussehen?“

Das war für mich der Anlass, mich eingehender mit den inneren Gesetzmäßigkeiten eines Exposés auseinanderzusetzen und dieser besonderen Textform auf den Grund zu gehen. Das Problem stellt sich schon gleich am Anfang: *Das Exposé* gibt es eigentlich gar nicht. Es gibt viele verschiedenen Arten von Exposés; Gestalt und Länge hängen dabei ganz wesentlich von der jeweiligen Kommunikationssituation ab, für die es geschrieben wird. Ein Exposé hat zwei wesentliche Funktionen: Zuallererst soll es *orientieren* und zweitens soll es *neugierig* machen. Zwischen diesen beiden Polen schwanken alle Sekundärtexte, die über Bücher geschrieben werden. Neugierde wecken und Orientierung geben – dazwischen als Autor oder Autorin den richtigen Weg zu finden, das werde ich Ihnen in diesem Buch näherbringen.

Natürlich bleibt, wie immer in der Literatur oder der Kunst, ein Rest Subjektives. Fragt man drei Lektoren nach dem idealen Exposé, erhält man vier Antworten. Jeder Lektor, Agent oder andere Adressat eines Exposés hat ganz bestimmte Vorstellungen und Vorlieben; manche bestehen darauf, dass das Ende auserzählt wird, andere fürchten dann, dass nicht mehr genug Neugierde übrig bleibt, um das Manuskript zu Ende zu lesen. Manche mögen extra Figurencharakterisierungen, andere lehnen sie ab.

Trotz dieser Einschränkungen kann man doch einige Kriterien definieren, die zu einem gelungenen Exposé führen. Ein Exposé steht dabei natürlich nie allein, es ist eingebunden in eine Reihe weiterer Sekundärtexte wie Titel, Pitch, Autorenbiografie und Anschreiben; daher zeige ich Ihnen in diesem Buch, wie Sie ein gelungenes „Gesamtpaket“ an Texten um Ihren Roman herum erschaffen, um vor allem eines zu erzeugen: den Eindruck von Kompetenz. Denn darum geht es letztlich bei jeder Bewerbung (und nichts anderes ist ein Exposé): dem Adressaten den Eindruck zu vermitteln, dass hier jemand weiß, was er tut.

Es geht mir in diesem Buch nicht primär darum, starre Regeln aufzustellen, dazu sind die Anforderungen an ein Exposé viel zu individuell. Das Buch soll vielmehr dazu beitragen, dass Sie die Textsorten Pitch und Exposé von innen heraus verstehen. Es soll Ihnen handwerkliche Instrumente an die Hand geben, mit denen Sie konsistente Sekundärtexte schreiben und eine glaubwürdige Geschichte *über* Ihre Geschichte erzählen können.

Sekundärtexte

Sie haben eine Romanidee, Sie entwickeln Ihre Figuren, Ihren Plot, Ihre Sprache – all das sind zunächst vor allem innere Prozesse, die sich bald in ersten Kapiteln oder Szenen auf dem Papier niederschlagen. Irgendwann im Lauf des Schreibens werden Sie an den Punkt kommen, an dem Sie sich stärker mit den eher repräsentativen Seiten des Schreibens beschäftigen, also der Darstellung und der Kommunikation Ihres Buches nach außen.

Diese Bereiche des Arbeitens entfalten allerdings, das werden wir in diesem Buch sehen, immer auch eine disziplinierende Wirkung nach innen: Seine Geschichte in wenigen Sätzen klar erzählen zu können, ist nur möglich, wenn die Geschichte *selbst* diese Klarheit hat. Für manche Autoren ist diese Funktion eines Exposés sogar wichtiger als die nach außen gerichtete – als eine Art dramaturgischer Fahrplan – und steht ganz am Anfang des Arbeitens. Das ist aber, je nach Autorentyp, sehr verschieden: Eher strukturell arbeitende Autoren erarbeiten sich *zunächst* einen konkreten Plot oder Szenenplan, den Sie dann Szene für Szene abarbeiten. Die Sprache ist am Ende nur noch die Erfüllung der einmal vorgegebenen Struktur. Wer im Genre schreibt und enge Fristen zu beachten hat, wird diese Art des Vorgehens zu schätzen gelernt haben, denn man weiß zu jeder Zeit, an welcher Stelle

im Roman man sich befindet und wie lange man noch bis zur Fertigstellung braucht. Andere Autoren fühlen sich durch ein solches Korsett eher eingeengt, sie schreiben eher assoziativ, lassen nach vorne Raum für ein Eigenleben der Figuren und der Geschichte. Ein Exposé zu schreiben bedeutet dann die eher lästige Aufgabe am Ende, etwas sprachlich Verfasstes auf einer inhaltlichen Ebene zusammenfassen zu müssen.

So oder so, Sie kommen in aller Regel nicht darum herum, sich früher oder später mit diesen zusammenfassenden Texten zu beschäftigen, als Selfpublisher sowieso, aber auch als Verlagsautor, denn der Buchmarkt, auf den Sie sich begeben, ist nun mal ein ganz normaler „Markt“ mit allen Gesetzen von Angebot und Nachfrage, in dem alle Akteure um ein extrem knappes Gut ringen: Aufmerksamkeit.

Ihr Projekt ist also fortgeschritten oder fertig, nun wollen Sie sich damit an eine Öffentlichkeit wenden, sei es an eine Agentur, an einen Verlag oder direkt an den Leser. Was Sie jetzt benötigen, sind Texte für die Kommunikation nach außen, sogenannte **Sekundärtexte**, die einem Gegenüber rasch klar machen, um was für ein Buch es sich handelt. Ein Roman (Primärtext) begegnet uns *nie* ohne solche Informationen. Schon der Autorenname, der Titel und die Gattungs- oder Genreangabe senden wichtige Signale für den Adressaten aus. Der französische Literaturwissenschaftler Gérard Genette beschreibt dies in seinem Buch „Paratexte“ folgendermaßen:

Ein literarisches Werk [...] präsentiert sich selten nackt, ohne Begleitschutz einiger gleichfalls verbaler oder auch nicht-verbaler Produktionen wie einem Autorennamen, einem Titel, einem Vorwort und Illustrationen. Von ihnen weiß man nicht immer, ob man sie dem Text zurechnen soll; sie umgeben und verlängern ihn jedenfalls, um ihn im

üblichen, aber auch im vollsten Sinn des Wortes zu *präsentieren*: ihn *präsent* zu machen, und damit seine „Rezeption“ und seinen Konsum [...] zu ermöglichen. Dieses unterschiedlich umfangreiche und gestaltete Beiwerk habe ich [...] als *Paratext* des Werkes bezeichnet. [...] Dabei handelt es sich [...] um ein „Vestibül“, das jedem die Möglichkeit zum Eintreten oder Umkehren bietet.

Ein Vestibül, das die Möglichkeit zum Eintreten oder Umkehren bietet – schöner kann man die Funktion der Para- oder Sekundärtexte kaum bezeichnen. Viele Autorinnen und Autoren quälen sich allerdings mit diesem Vestibül. Eben *weil* es über Einkehr oder Umkehr entscheidet oder zu entscheiden scheint, lastet ein besonderer Druck auf diesen Texten. Es gibt diverse Sekundärtexte, die eine Metakommunikation über Ihr Buch erzeugen; im Wesentlichen sind das:

- Anschreiben (falls Sie sich bei einer Agentur oder einem Verlag bewerben)
- Titel, Gattungs- oder Genrebezeichnung
- Pitch
- Exposé/Inhaltsangabe
- Autorennamen, Autorenbiografie

Optional kommen noch diverse andere Texte hinzu, wie Untertitel, Vorwort, Illustrationen, Mottos, Widmungen, Danksagungen, Empfehlungen oder Zitate. Alle diese Paratexte sind Textsorten, die jeweils eigenen Gesetzmäßigkeiten folgen und oft eigene Geschichten erzählen, Geschichten von der Entstehung des Buches, die Geschichte von der Geschichte oder vom Verfasser. Beginnen wir mit jener Information über Ihr Buch, die uns in der Regel als eine der ersten begegnet: dem Titel.