

# Brauchen Speaker „dringend“ ein Buch?

Zwei Experten warnen vor dem Trend zum „Instant-Buch“

Die PR-Expertin **Monika B. Paitl** von **communications9** und der Buch-Experte **Jörg Achim Zoll** lieben es, Bücher auf den Weg zu bringen und bekannt zu machen. Beide Experten nehmen eine Tendenz wahr, die sie beunruhigt. Die Tendenz zum „Instant-Buch“. W+K wollte wissen, was sie darunter verstehen und hat die beiden zum Interview getroffen.

**Wissen+Karriere:** Nun sind wir wirklich neugierig. Frau Paitl, was verstehen Sie unter „Instant-Buch“?

**Monika Paitl:** In meiner Agentur bemerke ich sich häufende Anfragen von Experten: „Ich brauche ein Buch, noch bis Ende des Jahres, am besten schon gestern. Wie gehe ich da vor? Wie können Sie da helfen?“ Ich kann da prinzipiell schon helfen. Wenn es rasant gehen muss, bin ich oft nicht so begeistert. Nicht, weil wir das tempomäßig nicht schaffen, aber weil ich weiß, es bringt auf lange Sicht für die Positionierung und Gesamt-reputation nichts, ein Buchprojekt nur als Mittel zum Zweck durchzuziehen. Unter Instant-Büchern verstehen wir die schnell hingepfeitschten, rein aus marketingtechnischen Gründen zusammengeschusterten Bücher. Wir haben das Wort Instant-Buch kreiert, als Wortspiel vom Englischen „instantly“, also sofort, unbedingt und gleich, und der Instant-Suppe, die schnell angerührt wird, oft Aromenverstärker braucht und dann doch nicht schmeckt. Solche Bücher haben keine Nachhaltigkeit und sind als strategisches Mittel zum Aufbau einer erfolgreichen Sprecherkarriere ungeeignet.

**W+K:** Herr Zoll, können Sie diese Tendenz bestätigen?

**Jörg Achim Zoll:** Absolut. Dazu ein Beispiel. Vor



*Instant-Bücher haben keine Nachhaltigkeit und sind als strategisches Mittel ungeeignet.*

kurzem erreichte mich die Anfrage eines Business-Experten. Er brauche ein Buch, weil er Top-Speaker werden wolle. Sein so genanntes Buch-Exposé brachte mir dann seine bisherige Vita, seinen Lifestyle und seine Marketingziele nahe. Er forderte auch sehr deutlich, dass nur ein Top-Verlag in Frage käme. Außerdem war bereits eine halbe Armada von PR-Experten in Stellung, um sein Buch zu pushen. Dass es noch geschrieben werden musste, schien für ihn eine Nebensache zu sein. Und was war die Buch-Idee? Nun, es gab keine! Bloß ein paar dünne Stichworte. Irgendwas mit „Erfolg“ und „Motivation“. Der Autor wusste alles über Buchvermarktung, hatte sich aber über den Inhalt, die Botschaft, die Substanz seines Buchs so gut wie keine Gedanken gemacht. Das ist keine Basis für eine Veröffentlichung.

**W+K:** Frau Paitl: Woher kommt die Überzeugung

der Sprecherszene, sofort und um jeden Preis ein Buch zu benötigen?

**MP:** Ich beobachte da gewisse Tendenzen: Sprecher, die es schon geschafft haben, reden ihren Kollegen, die sich weg vom Trainer neu als Sprecher etablieren wollen, gerne ein, das erste, was sie brauchen, sei ein Buch. Das sind aber teilweise Experten, die sich gerade erst auf diesen Weg machen, noch beim Entwickeln des Webauftritts sind, vielleicht die Positionierung als Sprecher noch nicht mal ganz abgeschlossen haben. Die gerade erst Flyer vorbereiten. Die noch keinen einzigen Fachartikel veröffentlicht haben. Die also – auch für die Verlage – gar nicht sichtbar sind. Und diesen Experten wird dann suggeriert: Schreib sofort ein Buch! Dann wirst du berühmt. Dann kommst du sogar ins Fernsehen. Das ist ein Mythos, mit dem ich aufräumen will. Verstehen Sie mich nicht falsch: Bücher sind für eine

Karriere als Keynote-Speaker sehr, sehr wichtig. Aber eben das richtige Buch zur richtigen Zeit. Mit den richtigen Inhalten und als professionelle und profunde Basis für alle weiteren Karriereschritte.

**W+K:** Wer Ihnen beiden zuhört, könnte meinen, dass nur inhaltlich anspruchsvolle Bücher Erfolg versprechen. Findet sich nicht gerade auf den Bestsellerlisten auch manches Seichte?

**JAZ:** Ja, klar. Der springende Punkt ist aber, dass wir hier von Business-Experten sprechen, nicht von hauptberuflichen Autoren. Glückstreffer nützen nichts, wenn es darum geht, sich eine wirkliche Reputation als Businessautor aufzubauen. Da gilt es, Themen zu besetzen, Trends zu benennen und an Entwicklungen über mehrere Bücher dranzubleiben. Instantbücher enttäuschen hier nicht nur die Leser. Ich war selbst einmal Verlagslektor und weiß, wie sehr das Verlage frustriert, wenn Autoren heiße Luft produzieren. Die größte Enttäuschung erleben die Autoren selbst. Der Traum, mit einem Buch über Nacht zum Businessguru zu avancieren, ist einfach naiv.

**MP:** Ich sehe noch ein weiteres Problem. Heute fällt durch die Möglichkeit des Eigenverlages, auch im E-Publishing, die Qualitätskontrolle durch die Lektorate der Verlage immer mehr weg. Viele Autoren entschließen sich, diesen langen, schwierigen Weg via Verlag, inklusive einem durchdachten Exposé und längeren Wartezeiten auf das Buch, nicht mehr zu gehen und publizieren selbst. Nur, um rasch ein Buch an der Hand zu haben, um sich „Autor“ nennen zu können. So verlieren im Endeffekt alle: Der Autor, weil er oft kein richtig strukturiertes und positioniertes Buch hat, der Leser, weil er Geschmacksverstärker-Bücher liest und die Verlage, weil Massen von Büchern auf den Markt kommen, die langfristig die generelle Reputation des Buchmarktes beschädigen können.

**W+K:** Zu welcher Vorgehensweise raten Sie Experten, die gerne ein Buch schreiben möchten?

**JAZ:** Ich wünsche mir, dass Businessexperten sich auf ihre Inhalte fokussieren, diese strategisch entwickeln und Themen reifen lassen. Aus eigener Erfahrung weiß ich, dass Autoren mit einem Schnellschuss viel falsch machen können. So landete einmal ein Autor einen provokanten Bestseller bei einem großen Verlag. Schön und gut. Danach scheiterten aber alle seine Versuche, ein weiteres Buch zu publizieren. Er war als Autor zu diesem Thema abgestempelt. So etwas möchte ich anderen ersparen.

**MP:** Aus PR-Sicht rate ich zu strategischem, zielorientiertem Vorgehen. Für Panik wie „schrecklich, ich habe noch kein Buch“ gibt es keinen Grund. Als Erstautor ist es sinnvoll, seine Sichtbarkeit schon im Vorfeld aufzubauen, zu seinem Thema gezielt Fachartikel zu platzieren, Blogbeiträge zu schreiben, seine Expertise und das Know-how breitflächig aufzuzeigen. Ein Buch ist nur ein weiterer Baustein eines Expertenstatus. Hier denke ich ganzheitlich für meine Kunden, sehe das große Bild: Wo wollen wir in einigen Jahren sein? Nicht das rasche Buch, das dann dem Vergessen anheim fällt oder in ein paar Jahren nicht mehr zur Strategie passt. Personality-PR, wie ich sie ausübe, stellt die Persönlichkeit und nicht ein bestimmtes Medium in den Mittelpunkt der Strategie.

**JAZ:** „Das richtige Buch zur richtigen Zeit“, hat Monika so schön formuliert, und genau das bringt es auch für mich auf den Punkt. Wer sich beim Schreiben genug Zeit lässt, nutzt zudem noch die Chance, seine Themen tiefer zu durchdenken und einen eigenen Entwicklungsschritt zu machen.

**MP:** Ein Trainer oder Redner, der schreibt, wird neue Aspekte finden, die eben nur beim Schreiben entstehen. Viele unserer Kunden bestätigen uns, wie viel ihnen die sicher anstrengende Zeit der „Geburt“ eines Buches, inklusive der Vermarktungs- und PR-Strategie, im Nachhinein gesehen gebracht hat. Wie froh sie sind, den langen Weg zum richtigen und passenden Buch gegangen zu sein. ■



**Monika Paitl, Jörg Achim Zoll**

ZUR PERSON ZUR PERSON

*communications9 ist eine inhabergeführte strategische Agentur für Management und PR für deutsche und internationale Keynote Speaker, Trainer und Coaches. communications9 verbindet gemäß dem Motto „linking the speaking world.“ die Welt der Sprecher, Trainer und Coaches mit der der Medien und Unternehmen. Monika B. Paitl gründete nach Jahren internationaler Karriere in der Automobil- und Elektronikindustrie communications9 und bringt ihre Erfahrungen in den Bereichen Management, PR, Social Media, Event und Weiterbildung in ihre Agentur ein.*

*Weitere Infos unter: [www.communications9.com](http://www.communications9.com)*

*Jörg Achim Zoll, geboren 1969 in der Nähe von Dortmund, ist Publikations-Experte. Er berät und unterstützt zahlreiche bekannte Businessautoren bei der Planung, Durchführung und Vermarktung ihrer Publikationen. Der ehemalige Produktmanager für Wirtschaftsbücher ist selbst mehrfacher Buchautor (unter Pseudonym), erreichte die Wirtschafts-Bestsellerliste und ist seit 2003 als Berater selbstständig. Er begann seine Karriere in einem Wirtschafts- und IT-Verlag. Anschließend war er mehrere Jahre lang Partner einer auf Wirtschaftsthemen spezialisierten Literaturagentur. Nebenbei übersetzte er Bücher aus dem Englischen.*

*Weitere Infos unter: [www.joergachimzoll.com](http://www.joergachimzoll.com)*