



**Hans Peter Roentgen**

**Klappentext, Pitch**

**und anderes Getier**

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über [www.dnb.de](http://www.dnb.de) abrufbar.

**Impressum**

Copyright (C) 2018 Hans Peter Roentgen

[www.hanspeterroentgen.de](http://www.hanspeterroentgen.de)

Herstellung und Verlag:

BoD – Books on Demand, Norderstedt

Umschlaggestaltung: Isabell Schmitt-Egner

ISBN 9783744851060

# Inhalt

[Einleitung](#)

[Der Klappentext](#)

[Der erste Satz](#)

[Die Mitte](#)

[Der Schlusssatz](#)

[Zitat aus einer Rezension](#)

[Der Klappentext in Theorie und Praxis](#)

[Der Pitch, dein Freund und Helfer](#)

[Pitchen ist Kurzstrecken-Texten](#)

[Der Fahrstuhlpitch](#)

[Keine Scheu vor kurzen Sätzen](#)

[Gefühle wecken](#)

[Sprache und Stil](#)

[Den Pitch entwickeln](#)

[Pitch ist Selbstkontrolle](#)

[Und wie finden Sie Ihren Pitch?](#)

[Beispielpitches](#)

[Den Film starten](#)

[Pitchtypen](#)

[Der Gegensatz](#)

[Der Dreiertyp](#)

[Der Anfang](#)

Der Konflikt

Verschiedenes verbinden

Zitate

Archetypen

Pitchen in der Politik

Trigger-Worte

Eine Nacht für Juli

Eine Nacht für Juli

Lektorat

Der Stil

Namen nennen

Der Satzsatz

Neue Fassung

Wo beginnt die Geschichte?

Miras Welt

Was setzt die Geschichte in Gang?

Wildes Kraut aus dem Weltall

Lektorat

Die Einzelteile

Die Lösung

Konflikt - Lösung - größerer Konflikt

Der Schluss

Ein weiteres Lektorat

Zitate aus dem Buch

Böses mit Bösem vergelten

Lektorat

Überflüssiges streichen

Erst die Handlung, dann der Kommentar

Katastrophen und Konflikte

Mit bloßen Händen

Lektorat

Drei Katastrophen sind zwei zu viel

Unlösbare Konflikte

Die Mitte

Noras Welten

Lektorat

Der Konflikt im Alltag

Perspektiv- und Distanzwechsel

Der Schluss

Zur Hölle mit der Kohle

Lektorat

Atmosphäre

Die Hollywood-Formel

Erzählstimme

Königin auf der Flucht

Lektorat

Satire oder Abenteuer?

Die Abenteuer-Alternative

Die witzige Alternative

Informationen verteilen

Die Sphinx von Marrakesch

Lektorat

Der offene Schluss

Alleinstellungsmerkmal – Unique Selling Point

Der Höhlenparasit

Lektorat

Details

Show, don't tell

Albtraum Traumgewicht, Version 1

Lektorat

Die Dreier-Regel

Konkrete Details

Was wollen Sie erzählen

Weniger ist mehr

Lektorat

Details

Verschiedene Fassungen

Nattermühle – Ki und das Tal des Schweigens

Lektorat

Der Titel gehört zum Klappentext

Aufzählung

Stil

Eine verbesserte Fassung

Klassische Version

Lektorat

[Weniger ist mehr](#)

[Verloren in Dubai](#)

[Alternativer Klappentext](#)

[Die Dreier-Lösung](#)

[Den Klappentext austesten](#)

[Lektorat](#)

[Nicht alles passt zu jedem](#)

[Marketing](#)

[Die Zielgruppe](#)

[Persona Formular](#)

[U2, U3, U4 - spezielle Formate des Klappentextes](#)

[Vita und Foto](#)

[Und wann nützt die Vita?](#)

[Das Autorenfoto](#)

[U3 für Vita und Foto](#)

[Rezensionen](#)

[Checkliste Klappentext](#)

[Pitch](#)

[Informationen](#)

[Aufbau](#)

[Stil](#)

[Atmosphäre](#)

[Rechtschreibung und Grammatik](#)

[Klappentext zum Nachschlagen](#)

[Interviews](#)

[Nika Lubitsch](#)

[Patrizia Prudenzi](#)

[Madeleine Puljic](#)

[Isabell Schmitt-Egner](#)

[Klaus Seibel](#)

[Anne Weiss](#)

[Marah Woolf](#)

[Bettina Wörgötter](#)

[Nachwort](#)

[Anhang](#)

[Literatur & Links](#)

[Danksagung](#)

[Über den Autor](#)

[Lektorate & Kurse](#)

[Vier Seiten für ein Halleluja](#)

[Drei Seiten für ein Exposé](#)

[Schreiben ist nichts für Feiglinge](#)

[Spannung - der Unterleib der Literatur](#)

# Einleitung

Klappentexte gehören zum Marketing, sie sollen die Bücher verkaufen. Kaum etwas stürzt Selfpublisher so in Verzweiflung, wie die Erstellung dieses Texts.

Ich verrate Ihnen was. Klappentexte sind nicht nur Marketing. Sie sind auch ein erster Test Ihres Buches, der dem Leser einen Einblick, ein Gefühl vermittelt über das Besondere Ihrer Geschichte. Warum sie das Buch dringend lesen müssen. Solange Sie das nicht vermitteln können, steht es schlecht um die Chancen Ihres Projekts.

Nika Lubitsch sagte zu mir im Interview: »Ein Film, den du nicht in einem Satz zusammenfassen kannst, wird ein Flop«. Das gilt auch für Bücher. Deshalb benötigen Sie einen Pitch, einen Satz, der Ihren Roman zusammenfasst.

Bevor Sie sich jetzt die Kugel geben, hier die gute Nachricht. Das kann man lernen. Ich helfe Ihnen gerne dabei, treffende Pitches und ausdrucksstarke Klappentexte zu verfassen.

Wie in allen meinen Schreibratgebern diskutiere ich das Thema an Beispielen, weil die Erfahrung zeigt, dass das am effektivsten ist. Learning by Doing. Ich habe Klappentexte von erfolgreichen Selfpublishern wie auch von Newcomern dafür ausgewählt.

Außerdem habe ich Selfpublisher interviewt und Verlagslektorinnen, die viele Jahre Erfahrung im Design von Klappentexten vorweisen können.

Übung macht den Meister. Fangen wir an!

# Der Klappentext

Bei jedem Werbetext sind zwei Sätze wichtig: der erste und der letzte. Der Erste ködert den Leser, den Text zu lesen. Der Letzte soll zum Kauf führen.

Schauen wir uns kurz den Aufbau eines Klappentextes für einen Roman an.

## Der erste Satz

Der erste Satz ist der **Pitch**, der Untertitel Ihres Buches. Sie können auch einen Satz, **ein** treffendes **Zitat** aus Ihrem Buch nehmen.

## Die Mitte

Nach dem Pitch folgen ein, zwei Absätze, jeder zwei bis drei Sätze lang, die anschaulich ausführen, wo die Geschichte beginnt, die die Atmosphäre des Buches vermitteln und den Konflikt vorstellen.

## Der Schlusssatz

Der Schlusssatz benennt Genre und Thema des Romans.

## Zitat aus einer Rezension

Wenn vorhanden, folgt danach ein Satz aus einer Zeitungsrezension oder von einem bekanntem Autor.

## Die Kurzvita

Optional kann ein Satz über den Autor folgen. Warum er sich mit dem Thema auskennt und was ihn daran fasziniert.

## **Der Klappentext in Theorie und Praxis**

Nicht nur im Buch, erst recht im Klappentext gilt: Show, don't tell (Zeigen, nicht behaupten). Behaupten Sie nicht, wie toll das Buch ist, sondern lassen Sie es den Leser erleben. Stellen Sie ihn mitten in die Szene.

Der **Konflikt** ist die **Frage**, die das Buch stellt. Wird Frodo den Ring vernichten können? Wird der Kommissar den Mörder stoppen? Wie kriegen sich die beiden Liebenden?

Trockenschwimmkurse nützen niemandem. Wer schwimmen lernen will, muss schwimmen. Deshalb finden Sie hier abwechselnd Grundlagen zum Aufbau von Klappentexten und Beispiele, wie Sie sie überarbeiten können.

Einen Stein der Weisen gibt es so wenig dafür wie eine Bestsellerformel. Nicht alles gefällt jedem. Sie können unterschiedliche Klappentexte für den gleichen Text entwerfen.

Fragen Sie sich bei jedem Beispiel: Würde mich dieser Klappentext reizen, das Buch aufzuschlagen? Warum?

Beginnen wir mit dem Pitch.

# Der Pitch, dein Freund und Helfer

## Pitchen ist Kurzstrecken-Texten

Wenn ein Freund Sie fragt: Worum geht es in deinem Buch, müssen Sie ihm das in einem Satz erklären können.

*»Ja, also da geht es um das Entscheiden und um die Liebe, meine Heldin verliebt sich in zwei Männer, aber auch um das Muttersein, denn sie bekommt ein Kind und eigentlich ist sie ein Hippie und ...«*

Spätestens hier schaltet Ihr Zuhörer ab und interessiert sich nicht weiter für Ihr Projekt. Sie brauchen einen **Pitch**, der das Buch vorstellt.

Denn wenn nicht einmal der Autor weiß, was und worüber er erzählen will, warum soll es dann jemand lesen? Was besonders traurig wäre, wenn es sich bei dem Gesprächspartner um einen Journalisten handeln würde.

## Der Fahrstuhlpitch

Der Begriff Pitch kommt wie vieles aus Amerika und wurde unter dem Namen »**Fahrstuhlpitch**« bekannt. Sie treffen zufällig einen Verleger oder Journalisten im Fahrstuhl und wollen ihn für Ihr Buch begeistern. Bevor er aussteigt, müssen Sie ihn überzeugt haben.

Das ist die Theorie. Ich kenne viele Autoren, aber keinen, der seinen Verleger im Fahrstuhl getroffen hat. Das ist die

Praxis. Dennoch ist das ein gutes Bild, um den Sinn des Pitches zu verstehen.

## **Keine Scheu vor kurzen Sätzen**

Ich habe auf der Frankfurter Buchmesse als Experte für Exposé und Klappentext etliche Autorinnen und Autoren im **Speed-Dating** betreut. Die allerwenigsten konnten mir auf Anhieb sagen, worum es in Ihrem Buch ging. In Deutschland gelten Bücher als platt, deren Konflikt man in einem Satz darstellen kann. Jeder soll sich schämen, der seine Gedanken so einfach ausdrücken kann, so vorherrschende Meinung vieler in Deutschland.

Das Gegenteil ist richtig. Um ein Buch in einem Satz vorzustellen, erfordert es Können und Verständnis. Sie müssen den Kern des Buches erfassen und ihn so darstellen, dass es den Leser mitreißt, ihn neugierig macht.

## **Gefühle wecken**

Natürlich kauft niemand ein Buch aufgrund des genialen Pitches. Aber er reizt den Leser in der Buchhandlung, das Buch aufzuschlagen, in Online-Plattformen die Leseprobe anzuklicken.

Dazu muss Ihr Pitch Emotionen, Assoziationen wecken. Zum Lesen verführen. Ein bekanntes Beispiel:

*Sie brachte eine kleine Stadt auf die Beine und zwang ein großes Unternehmen in die Knie.*

Das ist »Erin Brockovich« mit Julia Roberts.

Ich kann es vor mir sehen, dieses Bild. Sie auch? Eine einzelne Frau mobilisiert eine kleine Stadt und zwingt einem großen Konzern ihren Willen auf.

Das lässt einen Film im Kopf ablaufen. Hier wird mit Gegensätzen gearbeitet. Und mit Archetypen. David und Goliath. Mit wenigen Worten erfahren wir den Konflikt.

## **Sprache und Stil**

Auch sprachlich hebt sich der Satz von den gängigen Werbeklischees ab. Zwei bekannte Sprichwörter werden hier geschickt miteinander verwoben: »Auf die Beine kommen« und »in die Knie zwingen«.

Wie bezwingt die Frau das Unternehmen, fragt sich der Leser und schlägt das Buch auf ...

Wie würden Sie die folgende Variante beurteilen?

*Das ist die Geschichte einer Frau, die es mit mächtigen Firmen aufnimmt und sie besiegt.*

Würde sie funktionieren? Ich glaube nicht.

## **Den Pitch entwickeln**

Was halten Sie von folgendem Pitch?

*Das ist die berührende Liebesgeschichte von Julia, die ihre große Liebe findet, sie aber auf tragische Weise verliert. Eine Geschichte voller Emotionen, Tragik und Liebe!*

Wenn ich das lese, denke ich, dass die Geschichte nicht berührt, keine Emotionen hat, denke ich, dass die Geschichte nicht berührt, keine Emotionen hat und die Tragik behauptet wird. Warum? Weil sich nirgendwo etwas findet, das diese Behauptungen belegt. Auch ein Pitch muss anschaulich sein.

*Julia verliebt sich in Romeo, doch ihre Familien sind Todfeinde und schrecken vor Mord nicht zurück, um die beiden zu trennen.*

Zwei verlieben sich ineinander, aber ihre Familien akzeptieren das nicht und wenn die beiden nicht auf ihre Liebe verzichten, riskieren sie ihr Leben. Sehr viel konkreter als die marktschreierische Behauptung davor, die auf jeden Liebesroman zutrifft.

## **Pitch ist Selbstkontrolle**

Der Pitch zeigt der Kern der Geschichte, den Konflikt möglichst anschaulich. Dass der Stil toll ist, die Verwicklungen spannend, solche allgemeinen Behauptungen überzeugen niemanden.

Der Pitch ist eine gute Selbstkontrolle, um zu prüfen, ob der Grundkonflikt der Geschichte trägt.

## **Und wie finden Sie Ihren Pitch?**

Jede Geschichte hat zwei wichtige Punkte am Anfang. Der erste ist der Punkt, der den Alltag beendet. Das ist der **Auslöser der Geschichte**.

Der zweite ist der »**Point of No Return**«. Die Stelle in der Geschichte, an der es kein Zurück mehr in den Alltag gibt. Oft fallen beide zusammen.

Diese Punkte können Ihnen einen Pitch liefern.

## **Beispielpitchs**

*Der Hundertjährige, der aus dem Fenster stieg*, da ist der Titel gleichzeitig der Pitch. Der Alltag im Seniorenheim führt zu einer Geburtstagsfeier, die der Hundertjährige nicht mitfeiern will. Er steigt aus dem Fenster. Die Geschichte beginnt.

Frodo lebt gemütlich und zufrieden sein Hobbitleben. Da kreuzen die Nazgul über dem friedlichen Dorf auf und Frodo muss fliehen.

Damit beginnt der Herr der Ringe.

## **Den Film starten**

Ein Pitch, ein Klappentext soll im Leser oder Zuhörer einen **Film starten**. Genau wie ein Buch. Und dieser Film soll so interessant sein, dass der Leser wissen will, wie er ausgeht.

Viele Anfänger glauben, dass es ihre Aufgabe als Autor sei, diesen Film zu erzählen. In aller Ausführlichkeit, um sicherzustellen, dass genau der geplante Film im Gegenüber abläuft.

Nichts ist falscher. Sie sollen nicht den Film erzählen, sondern etwas, das im Gegenüber den Film startet. Also **Assoziationen wecken**.

## **Pitchtypen**

Hier stelle ich Ihnen einige **Pitch-Typen** vor, mit denen Sie arbeiten können.

### **Der Gegensatz**

Gegensätze sind immer gut im Pitch. Die kleine Stadt und das große Unternehmen.

### **Der Dreiertyp**

Der **Dreiertyp** fasst drei Elemente kurz und knapp zusammen.