

Grundsätzlich gehören vor dem Kommunikationsprozess Überlegungen zu dem Werdegang des Autors dazu. Ist man ein Neuer oder ein Self-Publisher, geht es auch mal darum Bekanntheit zu erarbeiten. Man muss also genau überlegen, mit welchem Thema man in der Öffentlichkeit identifiziert werden will. Man denkt also nicht nur an den Abverkauf, man denkt auch daran am Image zu arbeiten, ein Experte zu werden.

Konzeptionelle Überlegungen beginnen mit dem Beachten und Befolgen der Nachrichtenfaktoren. Sie bestimmen, ob es überhaupt eine Absatzmöglichkeit für das Buchprojekt gibt. Dann bestimmen Vorüberlegungen die Wahl des Verlags, oder ob man als Self-Publisher besser beraten ist. Geht man den Weg als Self-Publisher, dann lohnt sich auch die Überlegung, ob man vielleicht aus Qualitäts- oder Zeitgründen nicht einen externen PR-Dienstleister einspannen soll. Konzeptionelle Überlegungen geben dem Buchprojekt eine Stellung am Markt. Überlegungen zum USP, der Positionierung und der Zielgruppe geben greifbare Hebel um Massnahmen zu konkretisieren. Gesammelte Fakten müssen analysiert, Stärken und Schwächen herausgearbeitet und hernach kommunikative Botschaften schriftlich festgelegt werden, die dann zu den kommunikativen Zielen führen.

Schliesslich geht es darum, durch die Analyse der Rechercheergebnisse rund um die Positionierung des Buches, Kommunikationskanäle festzulegen. Nicht zu vergessen, dass man dadurch auch Ton und Niveau der Teilöffentlichkeit trifft. Vorüberlegungen führen schliesslich dazu, dass man einen Zeit- und Kostenplan aufstellt. Darin werden kurz- mittel- und langfristige Ziele schriftlich festgelegt. Dann beinhalten Vorüberlegungen auch, dass man die geeigneten taktischen Massnahmen festlegt, um bei der Zielgruppe anzukommen. Zuletzt geht es in den Vorüberlegungen darum, festzulegen, wie und ab welchem Zeitpunkt man eine Erfolgskontrolle durchführen muss. Hat man sich entschieden, geht die Kontrolle über drei Schritte. Darin ist es wichtig, das Zusammenspiel der Massnahmen zu prüfen, zu sichten welche Ziele man schon erreicht hat und welche nicht, und man nimmt bei Bedarf Korrekturen am Zeit- und Kostenplan vor.

Christian Gauer