

Hinweise zum Verfassen guter Klappentexte

Als "Klappentext" bezeichnet man den Text, der bei Büchern mit Umschlag auf den Einschlagklappen des Schutzumschlags oder auf der Buchrückseite steht. Es handelt sich um eine kurze, werbende Zusammenfassung des Buchinhalts, welche die Kernbotschaften des Werks vermittelt, und eine Autoren-/Herausgebernotiz. Der Leser soll neugierig gemacht und angesprochen werden, er soll motiviert werden, einen Blick in das Buch zu werfen. Neben dem Titel, der Bekanntheit eines Autors und der grafischen Gestaltung der Titelseite ist der Klappentext das Aushängeschild einer Publikation und das wichtigste Instrument, um einen potenziellen Leser bzw. Käufer anzusprechen.

DGUF-Büro
An der Lay 4
D - 54578 Kerpen-Loogh
Tel.: 06593 - 98 96 42
Fax: 06593 - 98 96 43
Email: buero@dguf.de
Web: www.dguf.de

Wie schreibt man einen guten Klappentext?

Sie sollten den Aufwand, einen guten Klappentext zu formulieren, nicht unterschätzen! Ihn "mal eben" wenige Stunden vor der Abgabefrist zusammenzuschreiben, ist keine gute Idee. Bitte nehmen Sie sich dafür Zeit! Die Anstrengung für einen guten Klappentext lohnt sich unbedingt, weil dieser Text eine Schlüsselfunktion für die weitere Wahrnehmung Ihres Werkes hat: Interessierte sollen hier Anreize finden, die in ihnen den Wunsch entstehen lassen, in dem Buch zu blättern, es zu lesen und zu kaufen. Auch Entscheider über Buchkäufe in Uni-Bibliotheken oder Fachinstituten zehren meist nur von den Informationsebenen Autor, Titel und Klappentext für die Frage Kaufen oder Nicht-Kaufen. Für Sie als Autor liegt die Kunst darin, nach Monaten oder gar Jahren der Vertiefung in wissenschaftliche Details die Essenz Ihres Werkes herauszufiltern und die wichtigsten Ergebnisse von allgemeinerer Bedeutung einem breiten Leserkreis zu vermitteln. "Warum ist es wichtig, das Buch zu lesen? Was habe ich davon?" – das will der Leser erfahren. Wenn Sie nicht die oder der Einzige sind, der über Ihr Thema publiziert, hat der Leser zudem die Wahl: neben Ihrem Buch gibt es weitere, welche um die Gunst des Lesers buhlen. Also: Warum soll er Ihr Buch kaufen bzw. lesen?

- Erinnern Sie sich bitte zuallererst an Ihr eigenes Verhalten als Vielleicht-Leser bzw. Buchkäufer, und das im Hinblick auf Bücher, die nicht (genau) Ihrem Fachgebiet entsprechen. Eine Situation kann das Stöbern im Museumsshop oder im Messebereich während einer Tagung sein oder das Blättern auf dem Neueingänge-Tisch in der Institutsbibliothek. Denken Sie daran, nach welchen Kriterien Sie auswählen. Wie viel Zeit nehmen Sie sich für die Entscheidung, ob Sie das Buch lesen oder jemandem schenken möchten? Warum entscheiden Sie sich gegen ein Buch?

- Für Sie als Autor kann es hilfreich sein, bei zu großer Nähe zum Werk dessen Essenz im Gespräch mit jemandem zu klären, der Ihrer erwünschten Leserschaft entspricht, der den Entstehungsprozess Ihres Werkes aber nicht intensiv mitbekommen hat. 15 Minuten Telefonat (nicht mehr) mit einem solchen Gegenüber können Wunder wirken und die Gedanken in Ihrem Kopf klären.

- Fassen Sie im Klappentext den Inhalt kurz zusammen. Achten Sie darauf, alle wesentlichen Informationen zur generellen Einordnung der Publikation zu geben, z. B. Wissensgebiet, Methoden, Fundort, geographische Zuordnung, Datierung bzw. Epoche ...

- Präzisieren Sie gleichzeitig den Inhalt des Buches über das im Titel Gesagte hinaus mit weiteren Angaben, etwa zur Fundgattung und zur Befundart. Ideal ist es, die Schlagwörter, die Sie dem Buch gegeben haben, einfließen zu lassen, aber Wörter und Wendungen aus dem Titel zu vermeiden.

- Beschränken Sie sich auf 150 bis 200 Wörter, denn mehr Platz bzw. Aufmerksamkeit des Lesers haben Sie nicht. Sollten Sie nun befürchten, ganz oberflächlich sein zu müssen, legen wir Ihnen genau das Gegenteil ans Herz: Arbeiten Sie – wie bereits oben empfohlen – den Kern Ihrer Arbeit heraus. Konzentrieren Sie sich dazu auf die zentrale Aussage und lassen Sie – auch wenn es schwerfällt – weniger Wichtiges weg. Vergeuden Sie Ihren kostbaren Platz nicht mit Wiederholungen und Floskeln.

- Schreiben Sie in der 3. Person und im Präsens, das erzeugt Neutralität und Aktualität.

- Wägen Sie genau ab, welche Fachbegriffe Ihrem Publikum bereits vertraut sind und welche nicht. Muss Ihr potenzieller Leser ein Wort mutmaßlich nachschlagen, verzichten Sie im Klappentext bitte darauf und wählen einen alternativen Begriff. Falls Ihr Buch auch Leser aus verwandten Wissensgebieten, interessierte Bürger oder Journalisten ansprechen will, legen Sie im Klappentext Wert auf allgemein verständliche Ausdrücke.

- Es gibt mehrere Ansätze, Interesse zu wecken und Spannung aufzubauen: Zu Beginn geht es darum, die Relevanz des Themas und den neuartigen Ansatz seiner Behandlung zu zeigen; zuletzt können Sie spannende Fragen aufwerfen, die im Buch beantwortet werden, und wesentliche Ergebnisse skizzieren.

- Widerstehen Sie unbedingt jeder Versuchung, im Klappentext zu übertreiben, sei es in der Wortwahl (Superlative etc.) oder indem Sie etwas in Aussicht stellen, das Ihr Buch nicht einlöst, etwa die Beantwortung einer schwierigen Frage. Nichts beschädigt das Renommee Ihres Buchs (und von Ihnen) so sehr wie eine Übertreibung.

- Natürlich dürfen Sie durchaus wertende Adjektive verwenden, um die herausragenden Qualitäten der Arbeit und die Neuheit Ihrer Ergebnisse zu beschreiben.

- Geben Sie den Entwurf zum Klappentext vor der Abgabe an den Verlag a) jemandem zum Lesen, der Ihr Buch kennt und beurteilen kann, ob der Text die Arbeit gut trifft, und b) jemandem, der Ihr Buch noch nicht kennt, aber grundsätzlich darauf neugierig ist: Fühlt er/sie sich angesprochen? Ist alles verständlich?

Wenn schon vorhanden, können Sie separat vom Klappentext auch kurze Zitate aus positiven Rezensionen (Buchbesprechungen) oder Testimonials (empfehlende schriftliche Äußerungen relevanter Personen/Quellen) im Wortlaut mit kurzer Quellenangabe einbringen. Das unterstützt die positive Wahrnehmung des Werkes.

Die Webredaktion der DGUF, die auf Ihr Buch in den Social-Media-Kanälen der DGUF, im DGUF-Newsletter sowie auf DGUF.de hinweist (inkl. Kauf-Informationen), freut sich, wenn Sie zusätzlich für DGUF.de eine bis zu 400 Wörter lange, inhaltsreichere Variante des Klappentextes einreichen, sowie insbesondere auch zwei bis drei treffende, neugierig machende Bilder. Bitte beachten Sie, dass die Webredaktion die Texte entsprechend der Bedürfnisse des Mediums Internet und nach ihren Bedürfnissen redigieren kann. Die Bilder auf DGUF.de werden am Ende auf etwa 400 x 300 Pixel Größe gerechnet, d. h. die Bilder sollten nicht zu detailreich sein.



DGUF-Büro
An der Lay 4
D - 54578 Kerpen-Loogh
Tel.: 06593 - 98 96 42
Fax: 06593 - 98 96 43
Email: buero@dguf.de
Web: www.dguf.de





Deutsche Gesellschaft für
Ur- und Frühgeschichte e.V.

DGUF-Büro
An der Lay 4
D - 54578 Kerpen-Loogh
Tel.: 06593 - 98 96 42
Fax: 06593 - 98 96 43
Email: buero@dguf.de
Web: www.dguf.de

Warum eine Autoren-/Herausgebernotiz?

In der Autoren-/Herausgebernotiz wird die Autorin/der Autor oder der Herausgeber/die Herausgeberin den potenziellen Lesern und Käufern kurz in Text und Bild vorgestellt. Genauso wichtig wie die Thematik eines Buches ist für den Leser die Person, die es geschrieben hat. Ihr beruflicher Werdegang und Ihre Beziehung zum Thema, aber auch ein ansprechendes Porträtfoto (s. u.) sind wichtige Informationen, die zur Attraktivität eines Bandes entscheidend beitragen.

Was sollte bei der Autoren-/Herausgebernotiz beachtet werden?

Die Autoren-/Herausgebernotiz ist mit ca. 50-60 Wörtern deutlich kürzer als der Klappentext. Das lässt Raum für zwei bis drei ausformulierte Sätze, die wie der Klappentext in der 3. Person geschrieben werden. Machen Sie keine stichwortartigen Aufzählungen. Aus dem beruflichen Lebenslauf sollten Sie das herausgreifen, was in direktem Zusammenhang zur Thematik des Buches steht. Handelt es sich um zwei oder mehr Autoren, achten Sie bitte darauf, dass die Autorennotizen annähernd gleich lang und im selben Stil abgefasst sind.

Worauf kommt es beim Autoren-/Herausgeberfoto an?

Hier lohnt es sich, einen auf ausdrucksstarke Porträts spezialisierten Fotografen eine Serie anfertigen zu lassen. Als wissenschaftlicher Autor der Archäologischen Berichte bzw. Archäologischen Quellen möchten Sie sympathisch und seriös, aber nicht zu formal wirken. Es geht um den ersten (optischen) Eindruck, um die Wahrnehmung von Glaubwürdigkeit durch eine breitere Öffentlichkeit. Fotos "aus dem Automaten" erwecken schnell den – meist unbewussten – Eindruck beim Leser, dass Sie sich auch mit dem Inhalt des Buchs wenig Mühe gegeben haben. Bei mehreren Autoren ist darauf zu achten, dass die Bilder von ähnlicher Qualität und ähnlichem Bildstil und einheitlich entweder farbig oder schwarz-weiß sind.

Wo steht der Klappentext?

Bei Büchern ohne eigenen Schutzumschlag (wie z. B. den "Archäologischen Berichten") wird der Klappentext auf der Rückseite des Umschlags platziert. Zusätzlich werden Klappentext und Autoren-/Herausgebernotiz als Kurzinformationen im Verzeichnis lieferbarer Bücher (VLB) und im Online-Archiv der DGUF-Publikationen bei der UB Heidelberg verwendet; die Website der DGUF hingegen stellt die Bücher gerne auch mit von diesen Klappentexten abgeleiteten, aber etwas längeren und inhaltsreicheren Texten (und Bildern) vor.

Mengenvorgaben

Für die Klappentexte auf der Buchrückseite und bei der UB Heidelberg steht nur ein begrenzter Platz zur Verfügung. Die Klappentexte sind ca. 150 – 200 Wörter bzw. 1.000 – 1.250 Zeichen lang, die Texte zu den Autoren etwa 50 – 60 Wörter resp. 400 – 800 Zeichen. Die Texte für DGUF.de sind bis zu 400 Wörter lang.

(November 2017)