

Die Spur zu Leserin & Zuhörer

Mit konkreten Vorstellungen das Zielpublikum finden

Wen möchten Sie mit Ihren Gedichten erreichen?

Ist es das Publikum bei einer Lesung? Sind es die Leute, die Ihr Buch kaufen sollen? Sind es Besucherinnen auf Ihrem Blog? Sind es Profis im Verlag oder wollen Sie die Jury bei einem Wettbewerb überzeugen?

Behalten Sie die Situation im Auge, in der Sie Ihre Texte publik machen. So kommen Sie schon einen Schritt weiter, die *anonyme Gruppe „Menschen“* zu *konkretisieren*, die Sie mit Ihren Texten „berühren“.

1.

Welche Texte schreiben Sie?

Naturgedichte? Liebeslyrik? Gesellschaftskritische oder politische Verse? Bereits hier können Sie Ihre Adressaten differenzieren. Denn nicht jedes Publikum mag jedes Thema. Und Ihre Texte geben über Ihre „Zielgruppe“ durchaus noch mehr Informationen frei:

- Schreiben Sie im alten Stil, in klassischer Form, mit Reim? Oder unkonventionell, auf Experiment aus? Sind Sprachspiele Ihr Trumpf? Sind Ihnen humorvolle Verse wichtig oder ist Ironie Ihre Stärke?
- Setzen Sie sich in Ihren Texten mit anderen Dichter/innen auseinander, bauen Sie Zitate ein und brauchen deshalb ein Publikum, das belesen ist und Ihre Anspielungen erkennt?
- Geben Sie in Ihren Texten Erfahrungen, Beobachtungen weiter? Für wen sind diese interessant?

Je genauer Sie Ihre Themen und Schwerpunkte kennen, um so klarer können Sie sich auf zu Ihnen passende Leser/innen ausrichten.

Auch die Suche nach Verlag, nach dem richtigen Wettbewerb oder Magazin bekommt auf dieser Basis klare Kontur.

2.

Wer sind Ihre Leser/innen?

Allgemeine demographische Angaben, Interessen und Verhalten - mit diesen drei Aspekten können Sie Ihr Publikum näher bestimmen. Der Literaturbetrieb ist nicht frei von Marketing :-)

Vielleicht haben Sie bereits Erfahrungen mit Ihrer Leserschaft, dann sammeln Sie noch genauere Informationen. Wenn Sie Ihre Suche erst starten, gilt diese Frage genauso: *Wen stelle ich mir als begeisterte Leserin oder idealen Zuhörer vor?*

Überlegen Sie, welches Publikum Sie wirklich wollen und „definieren“ Sie zunächst zwei bis drei *ideale Leser/innen*. Der folgende Fragenkatalog hilft Ihnen, konkrete Vorstellungen zu entwickeln.

- Frauen, Männer, Jugendliche - demographisch erhalten Sie erste Auskunft: Welches Geschlecht und welches Alter? Welche Ausbildung und welcher Beruf? In der Stadt oder auf dem Land zuhause? Sind Ihre Leser bereit, Geld auszugeben - für Bücher, für Veranstaltungen?
- Weiter zu den Interessen: Spezielle Gruppe? Gesellschaftlich engagiert? Gesellig oder lieber für sich? Welche Werte sind Ihrem Publikum wichtig? Kulturelles, auch kulinarisches Ambiente, lockere Atmosphäre? Was schätzen Ihre Leser/innen? Welche Tageszeitung, welche Magazine zählen zur Lektüre? Welche Bücher, welche Musik und Kunst sind wichtig? Gehören Autor/innen zum Publikum?
- An welchen Orten hält sich Ihr Leserkreis auf? Hier etwa: Literaturcafé, Frauentreff, Stadtbibliothek, Schule, Kindergarten, Kunstkreis, Galerie, Schreibgruppe. Vor Ort, auswärts, im Internet: Forum, Blog, soziales Netzwerk?
- Was lehnt Ihr Publikum ab? Wie zeigt es seine Begeisterung? Gibt es eine Möglichkeit für direkten Kontakt, regelmäßigen Austausch (Blog, Mail, Treffen)?

3.