

EINFACH EIN BUCH VERÖFFENTLICHEN

**WIE SIE OPTIMAL IN DEN BUCHMARKT
STARTEN**

DR. BIRGIT CONSTANT

INHALT

| | |
|--|-----|
| <i>Vorwort</i> | vii |
| TEIL I | |
| SCHREIBTECHNIK | |
| Einleitung | 3 |
| 1. Kreativer schreiben: Optimierung des Schreiballtags | 5 |
| Schreiben Sie regelmäßig! | 9 |
| Nutzen Sie jede Gelegenheit zum Schreiben! | 11 |
| Starten – Vor dem Schreiben | 15 |
| Wiederaufnehmen – Zwischen einzelnen Schreibphasen | 19 |
| Vorwärtskommen – Während des Schreibens | 21 |
| Abschließen – Nach dem Schreiben | 23 |
| 2. Besser schreiben: Weiterbildung für Autoren | 26 |
| Selbstlernen | 29 |
| Lernen mit Anleitung bzw. Rückmeldung | 37 |
| 3. Effizienter schreiben: Tools und Software | 43 |
| Schreibprogramme | 45 |
| Lexika, Nachschlagewerke und Recherche | 47 |
| Abschlussaufgabe | 49 |
| TEIL II | |
| MARKETING | |
| Einleitung | 53 |
| 1. Autorenmarketing | 55 |
| Ihre Autorenmarke | 57 |

| | |
|---|-----|
| Vernetzung | 61 |
| 2. Buchmarketing | 71 |
| Wo können Sie Ihr Buch bekanntmachen? | 75 |
| Wie können Sie Ihr Buch bekanntmachen? | 79 |
| Abschlussaufgabe | 93 |
| 3. Autoren-Website | 94 |
| Brauche ich überhaupt eine Website? | 95 |
| Was sollte eine Autoren-Website bieten? | 97 |
| Einrichten Ihrer Website | 99 |
| Newsletter und E-Mail-Marketing | 113 |
| Blog – ja oder nein? | 121 |
| Online-Shop | 127 |
| Abschlussaufgabe | 131 |

TEIL III

VERÖFFENTLICHEN

| | |
|---|-----|
| Einleitung | 135 |
| 1. Überarbeitungszyklen und Testleser | 137 |
| 2. Das Exposé – Ihr Roman im Kurzformat | 147 |
| 3. Der Pitch – Ihr Roman in einem Satz | 150 |
| 4. Der Klappentext – Ihr Roman-Teaser | 155 |
| 5. Verlag oder Self-Publishing – Wie soll ich veröffentlichen? | 157 |
| Verlagssuche und Literaturagenturen | 163 |
| Selfpublishing und Independent Author (Indie-Autor) | 169 |
| Exklusiv oder breit? | 177 |
| Das Impressum | 183 |
| Die ISBN | 187 |
| Erstellen und Hochladen Ihres Buches | 191 |
| Abschlussaufgabe | 197 |

TEIL IV

RECHTLICHES UND VERWALTUNG

| | |
|--|-----|
| Einleitung | 201 |
| Meldung der freiberuflichen Tätigkeit/des Verlags | 203 |
| Gewerbeanmeldung | 205 |
| Überlegungen zur Umsatzsteuer | 207 |
| Krankenversicherung | 209 |
| Wahrnehmungsvertrag | 213 |
| Pflichtexemplare | 215 |
| Titelmeldung | 217 |
| Einkommen versteuern | 219 |
| Verpackungslizenz | 223 |
| Abgabepflicht für freiberufliche Dienstleistungen | 225 |
| Abschlussaufgabe | 227 |
| <i>4-Punkte-Checkliste für Ihre Website</i> | 229 |
| <i>Schluss</i> | 231 |
| <i>Danksagung</i> | 233 |
| <i>Über den Autor</i> | 235 |
| <i>Bücher von Dr. Birgit Constant</i> | 237 |

VORWORT

Dieser Ratgeber richtet sich an Sie, wenn Sie Ihre erste Buchveröffentlichung planen oder gerade hinter sich haben und mit dem Schreiben Geld verdienen wollen. Hier erhalten Sie einen grundlegenden Leitfaden für Ihre Schreibkarriere und erfahren, was Sie alles tun können, sollten und müssen, um Erfolg am Buchmarkt zu haben. Dazu tauchen Sie in folgende vier Bereiche ein:

1. Schreibtechnik
2. Marketing
3. Veröffentlichen
4. Rechtliches und Verwaltung

Anhand vieler Aufgaben setzen Sie das Gelernte direkt und auf Sie und Ihr Buch zugeschnitten um, so dass Sie zum Schluss wissen:

- wie Sie effizienter schreiben und Ihr Manuskript für eine Veröffentlichung optimal vorbereiten,
- wie Sie aus Weiterbildungsangeboten, Tools für Autoren sowie Veröffentlichungs- und Marketing-Möglichkeiten das Passende für sich auswählen,
- wie Sie Ihre Autorenplattform einfach, DSGVO-konform und sicher einrichten, ohne die Kontrolle über Inhalte an Fremdkonzerne abzugeben,
- welche rechtlichen, versicherungs- und steuertechnischen Formalitäten Sie dabei beachten müssen und wie Sie das tun (keine Rechtsberatung).

Wahrscheinlich fallen Ihnen beim Lesen und Durcharbeiten weitere Fragen ein, die im Text nicht oder nicht ausreichend geklärt werden. Um mich nicht in Einzelheiten zu verlieren oder das Rad neu zu erfinden, verweise ich an solchen Stellen auf weiterführendes Material, mit dem Sie gezielt das Wissen in einzelnen Bereichen vertiefen können, etwa durch detailliertere Schreibanleitungen für Buchbegleittexte, das Entwerfen ausgeklügelter Buchmarketingstrategien oder Suchmaschinenoptimierung für Websites. Eine Liste aller in diesem Arbeitsbuch angesprochenen Links sowie weiteren Informationen finden Sie im Ressourcenbereich meiner Website fuerautoren.de.

Dieses Buch ist Ihre Startbahn ins Autorenleben.
Werfen Sie die Motoren an und fliegen Sie los!

Tipp: Um eine optimale Wirkung zu erzielen, sollten Sie die obigen Themenfelder, insbesondere Marketing und Veröffentlichen, in der vorgegebenen Reihenfolge durcharbeiten. Ein Buch, dessen Autor man bereits kennt oder über das man bereits an verschiedenen Stellen gehört bzw. gelesen hat, verkauft sich besser, als eines, das still und leise veröffentlicht wird.

TEIL I

SCHREIBTECHNIK

EINLEITUNG

In diesem Bereich geht es darum, wie Sie Ihren Schreiballtag durch gewisse Kniffe und Hilfsmittel (Software) produktiver und effizienter gestalten. Neben dem Ausnutzen möglicher Leerlaufzeiten lässt sich der Autorenalltag zusätzlich in folgenden vier Schreibsituationen optimieren: Starten, Wiederaufnehmen, Vorwärtsschreiten, Abschließen. Des Weiteren stelle ich Ihnen verschiedene Möglichkeiten der Weiterbildung (Bücher, Podcasts, Kurse) vor und wie Sie das Richtige für sich finden.

KREATIVER SCHREIBEN: OPTIMIERUNG DES SCHREIBALLTAGS

Dieser Abschnitt gilt insbesondere für alle, die gerade noch an ihrem Debüt schreiben. Wenn Sie Ihr Buch bereits veröffentlicht haben, springen Sie zu Abschnitt **Besser schreiben: Weiterbildung für Autoren** weiter unten.

Bevor wir uns mit dem eigentlichen Schreibprozess befassen, der Sie von der Idee zum fertigen Text bringt, möchte ich einige Tipps geben, die Ihnen das Schreiben insgesamt erleichtern sollen.

Das wahrscheinlich größte Problem für nebenberufliches Schreiben ist immer: Wie finde ich Zeit zum Schreiben? Job, Haushalt, Familie, Zeit für Sport und Entspannung, zwischendurch noch Essen und Schlafen – wie soll da noch ein Roman quasi nebenher entstehen?

Laotse sagt: Auch eine Reise von 1000 Meilen beginnt mit dem ersten Schritt. Also: Denken Sie in ganz kleinen Schritten!

So ein Schreibprojekt kann einschüchtern. Schreib- und Marketing-Coach Annika Bühnemann hat einen guten Vorschlag, wie man größere Schreibberge leichtfüßig und unbeschwert erklimmen kann, und zwar folgendermaßen:

Nehmen wir an, ein durchschnittlicher Roman hat 300 Seiten, die etwa 75.000 Wörtern entsprechen. Natürlich variiert die Seitenzahl von Genre zu Genre, aber bleiben wir zur Illustration bei diesem Wert. Passen Sie die Rechnung einfach an Ihr ausgewähltes Genre an.

Falsch: „Oh mein Gott! 300 Seiten! Das schaffe ich nie! Da sitze ich ja Jahre dran, wenn ich jeden Tag nur eine Stunde schreiben kann.“

Richtig: „75.000 Wörter? Wenn ich mir jeden Tag eine Stunde nehme und 500 Wörter, also nicht einmal zwei Seiten, schreibe, dann habe ich in 150 Tagen den kompletten Roman geschrieben. Das sind gerade mal fünf Monate!“

Natürlich haben Sie danach noch kein veröffentlichungsreifes Manuskript vorliegen, aber Sie sehen, wie wenig Zeit man braucht, um zumindest einen ersten

Entwurf aufs virtuelle Papier zu bekommen. Wenn Sie etwas weniger Wörter in der Stunde schaffen, brauchen Sie natürlich ein wenig länger, aber auch das wird sich im überschaubaren Rahmen halten. Jetzt überlegen Sie nur, wie schnell Sie fertig sein können, wenn Sie ab und zu oder sogar regelmäßig eine Stunde mehr schreiben können oder pro Stunde mehr Wörter schaffen!



Aufgabe: Vielleicht wissen Sie aus vorigen Texten (Kurzgeschichten, Blogbeiträge oder Ähnliches), wie viele Wörter Sie pro Stunde schreiben. Ansonsten setzen Sie sich bei Ihrem aktuellen Projekt eine Zeit und zählen anschließend, wie viele Wörter Sie in dieser Zeit geschafft haben. Schauen Sie sich dann die ungefähre Gesamtwortzahl des Projekts an. Legen Sie einen Zeitraum fest, in der Sie den ersten Entwurf fertig haben wollen, und berechnen Sie dann, wie viel Sie täglich oder wöchentlich schreiben müssen, um Ihr Ziel zu erreichen. Setzen Sie sich dann ein Schreibziel: Jeden Tag X Wörter/Seiten schreiben.

SCHREIBEN SIE REGELMÄSSIG!

Wahrscheinlich kommt Ihnen dieser Tipp schon aus den Ohren raus, weil Sie ihn überall hören, aber es führt kein Weg daran vorbei. Nur durch regelmäßiges Schreiben kommen Sie kontinuierlich vorwärts. Fantastisch tanzen oder Klarinette spielen gelingt ja auch nicht von allein, sondern nur dadurch, dass Sie regelmäßig üben.

Je regelmäßiger Sie schreiben, umso weniger Ausreden werden Sie haben, um NICHT zu schreiben, weil es für Sie genauso zur Gewohnheit werden wird wie Zähneputzen. Wahrscheinlich wird Ihnen schnell etwas fehlen, wenn Sie Ihr tägliches Schreibsoll nicht erfüllt haben.

Außerdem hilft Ihnen die Regelmäßigkeit, Ihre Kreativität und Ihr Können zu verbessern. Sie werden bald sehen, dass Ihnen das Schreiben leichter fällt und

dass Sie schneller in Ihren Text zurückfinden, wenn Sie sich erneut zum Schreiben hinsetzen.

Noch eine Bemerkung zu festen Schreibzeiten und -orten: Die einen Autoren schreiben am liebsten direkt nach dem Aufstehen, andere bevorzugen abends, manche sitzen zuhause am Schreibtisch, einige im Café. Egal wann und wo, probieren Sie einfach aus, was am besten zu Ihnen, Ihrem Lebensstil und Ihrem Text passt. Wichtig ist, dass Sie Ihr gesetztes Wortziel erreichen, egal ob um 5 Uhr morgens am Schreibtisch oder um 22 Uhr abends mit dem Tablet auf dem Sofa.

Aufgabe: Legen Sie fest, wann Sie schreiben wollen, und tragen Sie sich Ihre Schreibzeit, gerne mit einer genauen Uhrzeit, in den Kalender ein, so wie Sie auch Meetings, Treffen mit Freunden, Konzertabende oder Ihren Sportkurs eintragen. Was in Ihrem Kalender steht, ist so wichtig, dass Sie weniger Gefahr laufen, es in Ihrem Alltag untergehen zu lassen.

BESSER SCHREIBEN: WEITERBILDUNG FÜR AUTOREN

Auch für Autoren gilt: Höre nie auf zu lernen! Da gerade am Anfang der Schreibkarriere die Lernkurve steil ist und man sich schnell in den unzähligen Angeboten verloren fühlen kann, möchte ich einen kurzen Leitfaden zur Orientierung geben.

Starten Sie zunächst mit Ratgebern und Materialien zum Romanschreiben allgemein, beispielsweise zum Aufbau eines Romans, wie man glaubhafte und interessante Figuren entwirft, welche Erzählperspektive man wählt, wie Sie Orte und Personen beschreiben und wie Dialoge aufgebaut sind.

Sie werden sehen, dass im Laufe des Schreibens automatisch weitere Fragen auftauchen, zu denen Sie gezielte, weiterführende Antworten brauchen, beispielsweise wie man Spannung aufbaut oder Personen durch Dialoge charakterisiert.

Achtung: So schön das Suchen nach Antworten in

Büchern und im Internet sein mag, vergessen Sie nicht, dass Sie in erster Linie schreiben müssen, um zu lernen! Nur durch Übung bekommen Sie die Erfahrung, wie Sie gewisse Vorgaben umsetzen.

Tip: Es gibt viele Schreibtips und Lernmaterialien, aber am besten kommen Sie immer noch vorwärts, wenn Sie a) viel schreiben und b) viel lesen – und zwar keine Ratgeber, sondern Romane. Lesen Sie mit dem Auge eines Autors und schauen Sie sich die Kniffe und Tricks von den Profis ab. Auch aus schlecht geschriebenen Büchern, die in Rezensionen und Buchbesprechungen nicht so gut wegkommen, können Sie dabei lernen – nämlich wie man es NICHT machen sollte.

Doch zurück zur Theorie, dem Lernen durch Weiterbildung: Hier stehen Sie zunächst vor der Frage, ob Sie in Eigenregie lernen (Selbstlernen) oder ob Sie eine Anleitung bzw. Rückmeldung brauchen. Schauen wir uns die beiden Bereiche einmal an!

SELBSTLERNEN

Egal, ob man Text, Audio oder Video bevorzugt, es ist für jeden etwas dabei:

1. Schreibratgeber, gedruckt oder als E-Book
2. Websites
3. Podcasts
4. YouTube-Kanäle
5. Online-Kurse

Es gibt Klassiker unter den Schreibratgebern, die man überall, wo es ums Schreiben geht, empfohlen bekommt – James N. Frey: *Wie man einen verdammt guten Roman schreibt*, Sol Stein: *Über das Schreiben* oder manchmal auch Stephen Kings Autobiographie: *Das Leben und das Schreiben*. Das sollte Sie aber nicht daran hindern, andere Materialien stattdessen oder zusätzlich zur Hand zu nehmen. Vor allem sollten Sie sich aus

dem Angebot das herausuchen, was am besten zu Ihrem eigenen Lebensstil passt.

Als abendliche Bettlektüre bevorzuge ich beispielsweise Schreibratgeber in Buchform. Beim Bügeln oder Joggen leisten mir Podcasts Gesellschaft. Für gezielte Problemlösungen besuche ich Websites oder Online-Schreibkurse. Und wenn mir in meinem einsamen Autorenstübchen die Decke auf den Kopf fällt, halte ich nach Gruppenschreibkursen offline Ausschau. So kann ich jede Woche ein mäßiges, aber regelmäßiges Pensum an Weiterbildung einplanen.

Vorteile des Selbstlernens

- **Flexibilität:** Man kann zu jeder beliebigen Zeit, an jedem beliebigen Ort und in seinem eigenen Tempo die Inhalte konsumieren.
- **Vielfalt:** Den Themen sind keine Grenzen gesetzt: Allgemeines zum Plotten oder Figurenentwurf, gezielte Hilfe beim Dialogeschreiben oder beim Herausputzen des Romananfangs, Schritt-für-Schritt-Anleitungen zum Veröffentlichen – egal, was einen gerade interessiert, man findet sowohl offline als auch online eine Menge Informationen, mit denen man sich schnell ein breites Wissen aneignen, aber auch speziellere Fragen klären kann.
- **Kosten:** Viele Inhalte, insbesondere Websites, Podcasts und YouTube-Kanäle,

LERNEN MIT ANLEITUNG BZW. RÜCKMELDUNG

Wer unsicher ist, wie er ans professionelle Schreiben eines Buches herangehen soll, gerne in der Gruppe schreibt oder unmittelbare Rückmeldung zu seinen Gedanken und Texten braucht, der sollte einen Blick auf meist kostenpflichtige Weiterbildungen werfen:

1. 1-zu-1-Kurse für Autoren
2. Workshops und Seminare in der Gruppe
3. (Schnupper-)Lektorate bzw. Textcoaching

Wer es interaktiv mag, der ist in Kursen und Seminaren, entweder als Präsenzveranstaltung oder als Fernlernkurs, gut aufgehoben. Einseitiger, aber nicht notwendigerweise minder effektiv, verläuft das (Schnupper-)Lektorat durch professionelle Autoren oder Lektoren. Diese können Ihnen nicht nur Verbesserungsvorschläge zum Manuskript, sondern auch für das

Exposé geben – mehr dazu im Abschnitt **Veröffentlichen**. Ein solches Exposé-Lektorat ist besonders hilfreich, wenn Sie mit Ihrem Text noch am Anfang stehen, denn dann können Sie die Vorschläge umsetzen, ohne Ihr Manuskript komplett umschreiben zu müssen.

Das Arbeitskonzept für meinen ersten historischen Roman entstand beispielsweise im Intensivkurs bei Autor und Schreiblehrer Rainer Wekwerth, nach dem ich über 30 Seiten Material zum Starten hatte. Für andere Texte habe ich mir professionelle Lektorate für Exposé bzw. Romananfang geleistet.

Vorteile des Lernens mit Anderen

- **Struktur:** Wer unter Anleitung lernt, erhält meist einen Plan, anhand dessen man gemeinsam auf ein festgelegtes Ziel zusteuert. Gerade am Anfang profitiert man von der leitenden Hand eines erfahrenen Autors oder Lektors ungemein, um typische Anfängerfehler zu vermeiden und sein Ziel schneller und effizienter als im Alleingang zu erreichen.
- **Resultate:** Gerade individuelle Schreibkurse zielen auf ein bestimmtes Endresultat hin. Im Gegensatz zum Selbstlernen stehen hier nicht der reine Konsum, sondern das Anwenden und die Umsetzung im Vordergrund.

EFFIZIENTER SCHREIBEN: TOOLS UND SOFTWARE

Natürlich können Sie nur mit Bleistift und Notizblock bewaffnet Ihre Geschichte aufschreiben – manche tun dies in der Tat mit dem gesamten ersten Entwurf. Wenn Sie allerdings (noch) nicht so selbstbewusst, routiniert, mit entsprechend vielen Stiften und Blöcken ausgestattet sind oder ganz einfach anders Ihren Text produzieren, dann lassen Sie sich von der Technik ein wenig unter die Arme greifen. Mittlerweile gibt es zahlreiche Tools, die das Schreiben einfacher, bequemer und effizienter machen.

Achtung: Auf den zunehmenden Einfluss von Künstlicher Intelligenz bei der Textproduktion gehe ich in diesem Ratgeber nicht ein. Solange die ethischen und rechtlichen Fragen beim Einsatz von KI noch ungeklärt sind, müssen Schreibende selbst entscheiden, inwieweit und in welchen Bereichen sie diese Techno-

logie einsetzen möchten. Ich rate dazu, sich damit zu beschäftigen, warne aber vor einer warne aber vor einer blinden, unreflektierten und allzu euphorischen Nutzung von KI, nicht nur beim Erstellen von Texten.

SCHREIBPROGRAMME

Es gibt tatsächlich Autoren, die in Word ihre Romane verfassen und gerne damit arbeiten. Wenn Ihnen aber das ständige Vor- und Zurückblättern im Dokument sowie die fehlenden Möglichkeiten zur komfortablen Verwaltung von Kapiteln, Szenen, Handlungssträngen, Zeitleiste, Figuren und Recherchematerial in ein und derselben Datei genauso auf die Nerven gehen wie mir und vielen anderen Kollegen, dann sollten Sie über eine spezielle Schreib-Software nachdenken.

In Deutschland sind die beiden große Konkurrenten zu Word die Programme Scrivener und Papyrus Autor. Letzteres wurde von einer deutschen Firma zusammen mit Autor Andreas Eschbach entwickelt, während Scrivener aus dem amerikanischen Markt stammt.

Wie finden Sie die richtige Software?

Testen Sie! Nur weil Scrivener und Papyrus Autor die Platzhirsche sind, heißt das nicht, dass auch Sie sie benutzen müssen. Vielleicht sind Ihnen die Programme zu aufgebläht mit ihren vielen Funktionen. Vielleicht benötigen Sie nur eine übersichtlichere Textverarbeitung. Vielleicht sind Ihnen die Programme zu teuer, und Sie möchten lieber (erst einmal) eine kostenlose Software.

Die Websites der beiden Programme liefern Ihnen einen guten Überblick über Funktionen, Benutzeroberfläche und Preis. Soweit ich weiß, können Sie beide vor dem Kauf kostenlos testen. Sollten Sie ein weniger umfangreiches und/oder kostenloses Tool wünschen, suchen Sie im Internet nach „Software für Autoren“ oder nur „Schreibsoftware“ bzw. „Schreibprogramm“ für Alternativen zu MS Word.

Als ich vor einigen Jahren vor der Entscheidung für ein Schreibprogramm stand, habe ich nur Papyrus Autor und Scrivener getestet, da ich gerne ein Rundumpaket haben wollte, mit dem ich nicht nur ablenkungsfrei schreiben, sondern vor allem leicht zwischen einzelnen Szenen hin und her springen sowie eine anständige Figuren- und Recherchedatenbank anlegen konnte. Warum ich Scrivener gewählt habe, erfahren Sie auf www.fuerautoren.de/scrivener.

LEXIKA, NACHSCHLAGEWERKE UND RECHERCHE

Irgendwann kommt der Punkt, an dem Sie eine Schreibweise nachschlagen müssen, ein Synonym suchen oder etwas recherchieren müssen. Ich benutze vor allem den Duden Online (duden.de) und das Digitale Wörterbuch der deutschen Sprache (dwds.de) für Rechtschreibung, Synonyme und Etymologie sowie zur Recherche das Internet Archive (archive.org), wo Sie alles finden, was es jemals an Webseiten, Texten, Filmen, Audio, Software oder Bildern im Internet gegeben hat. Auch alte Bücher gibt es dort in digitalen Versionen mit einer hervorragenden internen Suche im Buch.

Eine detaillierte Liste mit Online-Tools speziell zu Rechtschreibung, Grammatik und Lesbarkeitsanalyse sowie verschiedenste Online-Helfer für Autoren hat Autor-Blogger Sven Lennartz zusammengestellt auf

conterest.de/rechtschreibung-online bzw. conterest.de/autoren-hilfe-tools.

Tipp: Die Kosten für Weiterbildung, Fachliteratur, Schreib-Software (und -Hardware!) können Sie von der Steuer absetzen. Heben Sie also Ihre Belege und Rechnungen gut auf! Mehr dazu im Abschnitt **Rechtliches und Verwaltung**.



Aufgabe: Betrachten Sie Ihr Romankonzept und überlegen Sie, ob Ihnen eine Schreib-Software bei der Ausgestaltung des Konzepts helfen könnte, etwa durch eine Übersicht über Figuren und deren Konstellationen, über die verschiedenen Handlungsstränge und/oder durch Zeitleisten oder einfach durch ein vereinfachtes Hin- und Herbewegen im Dokument! Probieren Sie dann einige Programme aus!

ABSCHLUSSAUFGABE

Schreiben Sie Ihr Manuskript!

TEIL II

MARKETING

EINLEITUNG

Ihr Roman wächst oder ist fast fertig? Höchste Zeit, sich zu überlegen, wo Sie ihn veröffentlichen? Nicht so schnell! Natürlich ist diese Frage wichtig, aber es gibt etwas, das Sie bereits während der Entstehung Ihres Textes machen können, um sozusagen den Boden für die Aussaat vorzubereiten. Was meinen Sie, welches Buch verkauft sich besser: eines, das irgendwo veröffentlicht wird, oder eines, das bereits vor seiner Veröffentlichung für Aufmerksamkeit gesorgt hat? Richtig, man kann nie früh genug damit beginnen, für Sichtbarkeit im Markt zu sorgen. Das heißt konkret, dass Sie sich als Autor positionieren, mit passenden Leuten vernetzen, wissen, wie und wo Sie Ihr Buch bekanntmachen, und sich eine unabhängige Unternehmensplattform aufbauen.

AUTORENMARKETING

Wenn Sie noch kein Buch veröffentlicht haben, heißt das keinesfalls, dass Sie noch nichts für Ihren zukünftigen Erfolg im Buchmarkt tun können. Ganz im Gegenteil: Je früher Sie ansetzen, umso eher haben Sie alles vorbereitet, das Ihnen einen erfolgreichen Start Ihres Buches erleichtern wird. Fangen wir also gleich an!

IHRE AUTORENMARKE

Wahrscheinlich haben Sie zu diesem Zeitpunkt noch keine feste Vorstellung von Ihrer Autorenmarke, aber Sie sollten sich trotzdem schon jetzt ein paar grundlegende Gedanken darüber machen. Je eher Sie nämlich wissen, was Sie und Ihre Bücher auszeichnet und unverwechselbar macht, umso einfacher wird es für Sie sein, Leute mit ähnlichen Interessen auf Sie aufmerksam zu machen und Kontakte zu knüpfen. Außerdem erleichtert es Ihnen die zukünftige Arbeit an einer konsistenten Gestaltung Ihres Auftritts online (Website, Social-Media-Profile und -Aktivitäten, etc.) und bei Veranstaltungen (Buchmessen, Lesungen, etc.).

Wie kann der Aufbau einer eigenen Marke (Englisch: Brand; denken Sie auch an die sogenannte Corporate Identity bekannter Unternehmen) Ihnen im Autorenleben helfen? Nun, schneller schreiben tun Sie dadurch leider nicht, und er bringt auch keine Bestsel-

ler-Garantie, aber letztendlich wollen Sie sich mittel- bis langfristig im Buchmarkt etablieren, und das schaffen Sie nur, wenn man Sie und Ihre Bücher wahrnimmt, Stichwort: **Sichtbarkeit** (mehr dazu im Abschnitt **Buchmarketing** weiter unten). Diese Bekanntheit schaffen Sie umso schneller, je größer Ihr Wiedererkennungswert ist. Wenn Sie einen neuen Beitrag posten, einen Kommentar hinterlassen, sich an einer Diskussion zu Buchthemen beteiligen oder an einem Stand auf einer Buchmesse zu finden sind, weiß idealerweise jeder, der schon einmal etwas von Ihnen gesehen oder gelesen hat, wer Sie sind und ob er mehr über Sie erfahren möchte. Ihr Netzwerk entsteht!

Falls Sie (noch) nicht auf Anhieb sagen können, was Sie besonders macht, machen Sie ein Brainstorming oder fragen Sie Freunde und Bekannte! Eventuell fällt Ihnen auch etwas Neues ein, das Sie ab jetzt zu Ihrem unverwechselbaren **Markenzeichen** machen können. Das können bestimmte Farben (pastell, blutrot, quietschbunt) oder Stilelemente (romantische Verschnörkelungen, düstere Landschaften, verspielte Dekoration) sein, ein spezielles Accessoire – beliebt sind beispielsweise Hüte oder Schuhe verschiedenster Art und Farben – oder spezielle Kleidung – denken Sie nur an historische Gewandung –, mit denen Sie sich und Ihre Bücher online und offline präsentieren. Dazu gehören aber auch Dinge wie der Inhalt von Beiträgen, die Sie in den Sozialen Medien posten – Rebecca Gablé verbreitet in ihren Posts beispielsweise geschichtliche Fakten und Hintergrundwissen dazu –, die Art, wie Sie

schreiben, oder eine bestimmte Eigenschaft/Eigenheit Ihrerseits – etwa ein außergewöhnliches Hobby oder Interesse. Mich faszinieren zum Beispiel Sprachen, deshalb kommt man um die bei meinen Büchern und meinen Autorenaktivitäten nicht drumherum.

Machen Sie sich keine Sorgen, wenn Ihnen noch nichts Zündendes einfällt, und verbiegen Sie sich nicht, um irgendetwas zu sein, das gerade im Trend liegt. Zeigen Sie sich einfach so, wie Sie auch in Ihrem Leben abseits vom Schreibtisch sind. Im Zeitalter der sprichwörtlichen „Fake News“ haben die Menschen wieder gelernt, Authentizität zu schätzen. Früher oder später wird Ihnen etwas auffallen, das Sie und Ihre Autorenmarke unverwechselbar macht.

Tipp: Suchen Sie im Internet nach „Branding für Autoren“ um mehr und detaillierte Informationen zum Thema zu erhalten.



Aufgabe: Überlegen Sie sich, was Ihr besonderes Kennzeichen ist und wie Sie es umsetzen und für alle sichtbar in Ihr Autorenleben integrieren können!

BUCHMARKETING

Spätestens wenn Sie den Verlagsvertrag unterschreiben bzw. für Selfpublisher einige Monate, bevor das Buch online erscheint – also normalerweise, wenn Sie gerade noch dabei sind, es zu schreiben! –, sollten Sie sich Gedanken machen, wo und wie Sie Ihr Buch bekanntmachen wollen, und Ihre Marketing-Maschine anwerfen. Denn außer bei den großen Namen verkauft sich kein Buch auf Autopilot.

Nutzen Sie die Zeit, in der Sie auf Antwort von Agenturen, Verlagen oder Testlesern und Lektoren warten, um sich passend zu Ihrem Buch und Ihrer Zielgruppe Werbemaßnahmen zu überlegen und zu planen. Als Selfpublisher haben Sie dabei freie Hand, was Sie ausprobieren. Haben Sie einen Verlagsvertrag, sollten Sie prüfen, ob Ihnen darin von Verlagsseite Unterstützung beim Marketing zugesichert wird oder ob Sie in Zusammenarbeit mit dem zuständigen Lektor

oder der PR-/Werbeabteilung auf Rückhalt bauen können. Das kann die Zusendung von Rezensionsexemplaren an Blogger oder Journalisten umfassen, die Versorgung mit Werbematerialien wie Flyer oder Poster, die Organisation von Lesungen oder anderes. Schlagen Sie ruhig auch zusätzliche oder außergewöhnliche Marketing-Aktionen vor.

Im folgenden Abschnitt werden Sie eine ganze Reihe an Marketingvorschlägen kennenlernen. Wie sollen Sie da eine Wahl treffen, wenn niemand Ihnen sagt, welches die besten Maßnahmen sind? Einfach alles machen und Stück für Stück durch die Liste arbeiten? Auf gar keinen Fall, denn damit Sie mit Ihrem Marketing gezielt und erfolgreich ansetzen und Streuverluste vermeiden können, müssen Sie einiges berücksichtigen:

- den Umstand, ob Sie im Verlag oder selbst veröffentlichen
- wer Ihre Zielgruppe ist
- die Vorlaufzeit für die Werbemaßnahme
- Ihre eigenen Vorlieben

Trotzdem ist nicht alles in Stein gemeißelt. Auf TikTok oder einem der Bildernetzwerke audiovisuelle Eindrücke von Ihrem Roman einzustellen, nutzt tendenziell eher, wenn Sie jüngere Kundschaft haben; der Bericht im Feuilleton der Zeitung eignet sich dagegen mehr für eine Leserschaft im Seniorenalter. Das soll allerdings nicht heißen, dass Sie das jeweilige

Medium ganz ausschließen sollten, wenn Sie dort aktiv sind und sich wohlfühlen. Vielleicht empfiehlt der TikTok-Fan Ihr Video an seine Mutter weiter, weil diese begeistert Romane aus Ihrem Genre liest, oder der Enkel des Zeitungsabonnenten sieht durch Zufall das Bild Ihres Jugendromans in der Zeitung.

WO KÖNNEN SIE IHR BUCH BEKANNTMACHEN?

Online

Eigene Website sowie Newsletter/E-Mail-Marketing

Nirgendwo anders können Sie so dauerhaft, günstig und selbstbestimmt für Ihr Buch werben wie auf Ihrer eigenen Online-Präsenz und dem zugehörigen Newsletter. Nutzen Sie das!

Wie Sie Ihre Website und den Newsletter aufbauen, lesen Sie weiter unten im Abschnitt **Autoren-Website**.

Social Media

Um mit Ihren Büchern erfolgreich zu sein, brauchen Sie, wie im Abschnitt **Vernetzung** im vorigen Kapitel beschrieben, ein solides Netzwerk von Kontakten, auf das Sie bei Bedarf zurückgreifen können. Erst

hat die Ankündigung eines neuen Buches wirklich den vollen Effekt, um für Aufmerksamkeit und Verkäufe zu sorgen. Achten Sie allerdings darauf, etwaige Community-Regeln zu beachten, denn Eigenwerbung ist nicht überall erlaubt.

Lesenetzwerke

Eine Neuerscheinung ist die ideale Gelegenheit für eine Leserunde oder – wenn Ihnen die Betreuung einer solchen zu aufwändig ist – einer Buchverlosung auf den entsprechenden Bücherplattformen. Orientieren Sie sich an anderen Ausschreibungen, wie viele Bücher bzw. welche Formate verlost werden und wie solch ein Aufruf inhaltlich gestaltet und strukturiert ist. E-Books zu verlosen, ist gerade für Selfpublisher günstiger, aber generell denke ich, dass Sie mit gedruckten Ausgaben mehr Interessenten anlocken.

Achtung: Vorsicht vor Buchabgreifern! Bei Lovely-Books können Sie mittlerweile einsehen, ob jemand zuverlässig rezensiert oder nur Bücher abstaubt und nie wieder von sich hören lässt. Schauen Sie sich vor der Zusage die Profile, Bewertungen und Rezensionen der möglichen Gewinner an.

Offline

Lokale Medien

Recherchieren Sie Zeitungen, Zeitschriften, Radio-