„Für alle, die einmal ein Buch schreiben wollen…“
Eine Zusammenstellung von Prof. Dr. Jörg Knoblauch

1. **Verlagsauswahl**
   Es gibt in Deutschland 5.000 Verlage, die jährlich 83.000 Titel produzieren.
   50 Verlage sind in einer typischen Buchhandlung präsentiert. Es geht also darum in einen der Top-Verlage (bestsellerfähig) zu kommen. Rasant steigend ist Books on Demand (BoD). Beispiel: E-Books, BoD, Amazon, ePubli
   Buchtipp: Manfred Plinke – Mini-Verlag: Selbst ist der Verlag

2. **Unterscheidung treffen (Fachbuch, Ratgeber und Sachbuch)**
   Der Verlag will kein fertiges Manuskript. Er will ein Inhaltsverzeichnis, Probekapitel, Exposé.

3. **Im Manuskript alle 5-10 Seiten einen Trojaner (Download) einbauen**
   Passend zur Textstelle dem Leser weiterführendes Material wie Formulare, Checklisten, Literaturübersichten, Ausarbeitungen usw. anbieten. Der Leser schreibt entweder ein E-Mail oder geht auf eine speziell dafür eingerichtete Website (Download-Center). Das Ziel ist E-Mail Adressen zu sammeln, die man später mit Newslettern und Werbung beliefern kann. (Um Zugang zum Download-Center zu haben, muss der Leser seine E-Mail Adresse angeben.) Ab ca. 1.000 E-Mail Adressen kann es schon Sinn machen einen eigenen Newsletter zu schreiben.

4. **Website zum Buch erstellen**
   Eine speziell auf das Buch ausgerichtete Website (mit Verlagslogo usw.) im Buchlayout soll dem Leser weiterführende Materialien und Infos zur Verfügung stellen. Dort findet der Leser das Download-Center (Trojaner im Buch) mit Checklisten, Formulare usw. Informationen zum Autor und weiterführenden Angeboten sowie die Möglichkeit Kontakt aufzunehmen. Dort wird auch das Buch inhaltlich kurz vorgestellt und angeteasert. (Die billigste Variante ist, wenn man es selber macht. Oder einen Programmierer/Grafikdesigner beauftragen für 600-1.000 Euro)

5. **Werbung für das Buch**
   Das Wort Bestseller beinhaltet das Wort „to sell“. Wenn der Autor das Manuskript abgibt, ist er nicht am Ende eines Prozesses (wie er in der Regel denkt), sondern erst am Anfang.

6. **Spiegel-Bestseller**
   Um auf die Spiegel-Bestsellerliste zu kommen braucht es 4.000 verkaufte Bücher in einer Woche.

7. **PR-Büro**
   Die höchste Form des PR (Public Relations) ist ein Büro damit zu beauftragen regelmäßig Zeitungsartikel, Fachbeiträge usw. zu produzieren und Redaktionen anzubieten. So eine Leistung kostet ca. 2.500 Euro pro Monat und kann 5 Veröffentlichungen pro Monat erwarten.

8. **E-Mail Werbung**
   Da E-Mail Werbung nichts kostet, sollte sie umfassend für die Buchwerbung nichts kostet.

   a) Persönliche E-Mail/Brief „Ich habe eine Buch geschrieben …“
   b) Werbe-Mail an Menschen der Zielgruppe
   c) Werbe-Mail mit Landingpage (Trichterseiten)
   Diese funktionieren nach dem Motto: Ein kurzer Text verkauft wenig. Ein langer Text verkauft viel. Wer wirklich Interesse hat, liest sehr gründlich alle Argumente durch und trifft dann seine Entscheidung. („The more you tell, the more you sell“) Die Landingpage besteht aus Inhalten des Buches, Testimonials, Videos und Bestellformular.

9. **Amazon-Rankings**
   Amazon hat ca. 2 Mio. verschiedene Titel. Sehr viel zuverlässiger als Hitlisten bei Fachmagazinen sind die Amazon-Rankings, weil sie an ein Warenwirtschaftssystem angeschlossen sind. Das Ranking findet man in den Informationen zum Buch und wird je nach Ranking täglich bzw. stündlich überarbeitet.

10. **Amazon-Rezensionen**
    Jeder kann eine Rezension kostenfrei einstellen. Man muss sich nur anmelden und kann dann Bücher bewerten. Am einfachsten ist es einige Freunde zu bitten, die eine entsprechende Rezension einstellen. Wichtig ist, dass ein Buch Rezensionen mit möglichst 5 Sternen hat (Maximum), weil dies die Kaufentscheidung deutlich beeinflusst. (Habe in meinem Xing-Netzwerk 20 Bücher gratis angeboten, gegen Abgabe einer Rezension. Die Bücher waren innerhalb 2 Stunden vergriffen.)

    Videorezension
    Neuerdings hat Amazon auch die Möglichkeit einer Videorezension. Leser können Videos selber erstellen und bei Amazon einstellen.

    Autorenvideo
    Der Autor kann selbst ein Video über den Verlag bei Amazon einstellen, in dem er sein Buch vorstellt und anpreist. (In unserem Haus haben wir ein kleines Studio mit Greenscreen-Leinwand.)