

SELF PUBLISHING

**DEIN E-BOOK ERFOLGREICH MIT AMAZON
KDP VERÖFFENTLICHEN**

ANNIE WAYE

Hi, ich bin Annie!

Seit 2021 wurden mehr als 10 meiner Romane bei Verlagen und von mir im Selfpublishing veröffentlicht. Meine Steckpferde: Fantasy und Romance.

Ich habe einen Masterabschluss in Marketing und Management von der Universität Regensburg.

Mit meinem Service-Angebot BookBOOST unterstütze ich dich bei deiner Autorenkarriere.

In diesem Leitfaden gehen wir das Thema Selfpublishing mit Amazon KDP an.

Bist du bereit?



BookBOOST

by Annie Waye

© 2022 Annie Waye

Alle Rechte vorbehalten

Herstellung und Verlag:

BoD – Books on Demand, Norderstedt

ISBN 978-3-7568-8640-1



VORWORT

Ein Buch veröffentlichen ist kein Hexenwerk!

Auch wenn viele es nicht wahrhaben wollen: Bei Amazon handelt es sich um eine der **wichtigsten Anlaufstellen** auf dem deutschen Buchmarkt. Und wo sich viele Leser aufhalten, dorthin folgen ihnen auch zwangsläufig viele Schreibende.

Dass viele von uns ihre E-Books bei Amazon veröffentlichen, ist ein offenes Geheimnis. Viel schwieriger wird es dann auch schon, wenn man es **anderen nachmachen** möchte. Denn so simpel die Veröffentlichung via KDP auch ist, so viele Dinge sollte man beachten, wenn man aus der Masse an KDP-Autoren **hervorstechen** und sein E-Book zum Erfolg führen möchte.

Nach mehreren Büchern im Selfpublishing, unter anderem via KDP, und zahlreichen Gesprächen mit anderen Autorinnen, möchte ich mein angesammeltes Wissen mit dir teilen.

Dieser Leitfaden soll als **Schritt-für-Schritt-Anleitung** und praktisches Nachschlagewerk für **alle Schreibenden** dienen, die ein E-Book via KDP bei Amazon veröffentlichen wollen, insbesondere:

- Romanautoren und -autorinnen aller Genres
- Sachbuchautoren und -autorinnen
- Fachbuchautoren und -autorinnen.

Du brauchst keine Vorkenntnisse und kannst sofort losstarten!

Disclaimer:

Dieses Buch erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Erfolgsgarantie bei Umsetzung der hier aufgelisteten Vorgehensweisen und Empfehlungen. Es gibt schlichtweg zu viele (bekannte und unbekannte) Faktoren, die in Sachen KDP und Amazon nach wie vor eine Rolle spielen.

Ich habe mich bemüht, dieses Buch mit zeitlosen Informationen zu füllen, kann aber nicht garantieren, dass das eine oder andere Detail mit der Zeit an Aktualität einbüßt.

An einzelnen Stellen des Buchs finden sich Verweise auf meine anderen Veröffentlichungen oder Angebote (Werbung).

Aus Gründen der Lesbarkeit habe ich auf sonderzeichenbasiertes Gendern verzichtet (Lesbarkeit). Es sind immer alle Geschlechter gemeint, soweit keine Spezifikation via Adjektiv ("männlich", "weiblich", "divers") vorliegt.

INHALT**1 DER AUSGANGSPUNKT: DEIN BUCH****2 KDP KENNENLERNEN****3 DIE VERÖFFENTLICHUNG VORBEREITEN****4 BONUSPUNKTE FÜR DIE VERÖFFENTLICHUNG SAMMELN****5 VERKAUFE DEIN BUCH****6 DEN VERKAUFSERFOLG MESSEN****7 UND DAS TASCHENBUCH?****8 TIPPS ZUM SCHLUSS**

INHALT (AUSFÜHRLICH)

1 DER AUSGANGSPUNKT: DEIN BUCH	7
• Das Cover	8
• Der Titel	10
• Der Klappentext	12
• Die Erscheinungsform	14
2 KDP KENNENLERNEN	17
• Warum KDP?	18
• Technische Voraussetzungen	19
• Funktionen von KDP	19
3 DIE VERÖFFENTLICHUNG VORBEREITEN	22
• Details deines E-Books	23
• Inhalt deines E-Books	29
• Preis deines E-Books	32
4 BONUSPUNKTE FÜR DIE VERÖFFENTLICHUNG SAMMELN	37
• Passende Kategorien auswählen	38
• Suchmaschinenoptimierung mit Stichwörtern (Keywords)	40
• KDP Select und Kindle Unlimited	44
5 VERKAUFE DEIN BUCH	52
• Die Ankündigung	53
• Amazon Author Central	54
• E-Book-Promotion	56
• Anzeigen auf Facebook & Co.	56
• Anzeigen auf Amazon schalten	58
6 VERKAUFSERFOLG MESSEN	66
• Verkäufe	66
• Rankings	76
• Rezensionen	73
• Exkurs: Vorbestellungen – ja oder nein?	75

7 UND DAS TASCHENBUCH?	80
• Begrifflichkeiten	81
• Taschenbuch über KDP veröffentlichen	82
• Taschenbuch über einen Selfpublishing-Dienstleister veröffentlichen	84
• Taschenbuch über einen Distributor veröffentlichen	84
8 TIPPS ZUM SCHLUSS	87
ANLAGEN	90
ÜBERSICHT	96

1 DER AUSGANGSPUNKT: DEIN BUCH

Kein noch so gutes Marketing kann ein durch und durch schlechtes Buch langfristig zum Erfolg führen. Deshalb sollte bei **jeder** deiner Veröffentlichungen vor allem dein Produkt im Mittelpunkt stehen: **Also dein Buch.**

Dieses nehmen wir in diesem Kapitel genau unter die Lupe und befassen uns mit:

- dem **Cover**
- dem **Titel** und
- dem **Klappentext**

Außerdem werfen wir einen Blick auf **Buchformate.**



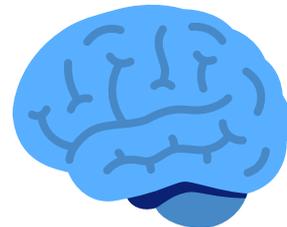
DAS COVER

Warum wird das Cover in dieser Aufzählung vor allem anderen genannt? Weil es in den meisten Fällen das Erste von deinem Buch ist, was dein potenzieller Leser wahrnimmt. Ein Cover hat folgende Funktionen:

- **Informationsfunktion:** Ein Buchcover kann bereits auf den ersten Blick wichtige Informationen zu deinem Buch vermitteln, z. B. das Genre, die Zielgruppe oder die Stimmung. Umso wichtiger ist es, genau diese Informationen aktiv ins Cover einfließen zu lassen.
- **Suggestionsfunktion:** Schon mal vom Begriff „Cover-Käufer“ gehört? Es gibt viele Menschen, die von einem Cover so gefesselt sind, dass sie nicht einmal den Klappentext lesen, sondern sofort auf Kaufen klicken. Das ist der Suggestionsfunktion zu verdanken: Die Fähigkeit eines Buchcovers, dem Leser genau das zu vermitteln, was er möchte.
- **Imagefunktion:** Ein Buchcover hat auch einen direkten Einfluss darauf, wie die Qualität eines Buchs wahrgenommen wird.
- **Erinnerungsfunktion:** Genau wie jede andere Art von Kommunikationsmittel wird dein Cover mit jedem Mal, das deine Zielgruppe damit konfrontiert wird, präsenter in ihren Gedächtnissen.

Die Erinnerungsfunktion kann wiederum für zwei Effekte sorgen:

- **Recognition:** Je öfter deine Zielgruppe dein Buchcover sieht, desto bekannter und vertrauter wird es ihnen vorkommen. Das kann dazu führen, dass sie nach und nach geneigter dazu sind, zuzuschlagen.
- **Recall:** Deine Zielgruppe wird sich nachhaltig an das Cover erinnern. Wenn sie es nicht gekauft haben, wird es trotzdem in ihren Gedächtnissen abgespeichert – und vielleicht machen sie sich ja irgendwann auf die Suche nach diesem Buch mit diesem tollen Cover, das sie mal gesehen haben.



Tipps für eine erfolgreiche Covergestaltung

- 1) Mache dein Cover nie selbst**, es sei denn, du bist ein geübter Grafikdesigner. Auch wenn du glaubst, dass du es gut kannst, wirst du als Laie selten an die Qualität von Dienstleistern herankommen, die tagtäglich nichts anderes machen.
- 2) Behalte deine Konkurrenz im Auge:** Deren Cover können dir wertvolle Inspiration zur Gestaltung deines eigenen Covers liefern.
- 3) Erstelle ein sauberes Cover-Briefing**, das keine Fragen offen lässt: Eine Vorlage dazu findest du am Ende dieses Buchs.
- 4) Vertraue deinem Coverdesigner:** Wenn dieser nicht erst seit gestern als solcher arbeitet, hat er oder sie bereits einige Zeit in der Buchbranche gearbeitet und somit ein Auge für Trends und Geschmäcker.
- 5) Hol dir Zweitmeinungen ein:** Cover-Entwürfe sind nicht dazu da, nur von dir gesehen zu werden. Trau dich und hole Meinungen von Testlesern, Freunden, Bekannten ein.
- 6) Finde den richtigen Grat:** Einerseits willst du dich mit deinem Cover von anderen Büchern abheben, andererseits ist es in deinem Interesse, mit dem Cover zu signalisieren, dass dein Buch einem bestimmten Genre angehört und für eine gewisse Zielgruppe geschrieben wurde (Stichwort Informationsfunktion). Daher solltest du dir selbst in Sachen Individualität und Abhebung klare Grenzen setzen.



DER TITEL

In der logischsten Reihenfolge, in der deine Zielgruppe mit deinem Buch konfrontiert wird, steht der Titel an erster oder zweiter Stelle. Genau wie das Cover bringt dieser einige wichtige Funktionen mit sich.

- **Informationsfunktion:** Auch der Buchtitel kann schon interessante Informationen für Leser enthalten. „Flugangst 7A“ klingt doch sicher schon nach einem ganz anderen Genre als „Thron aus Sturm und Sternen“ oder „Im Schatten schimmert das Licht“, oder?
- **Suggestionsfunktion:** Zugegeben, von Titel-Käufern hört man eher weniger. Aber vor allem gesetzt des Falles, dass deine Zielgruppe als Allererstes den Titel deines Buchs wahrnimmt, kann dessen Klang schon entscheidend darüber sein, ob sie sich weiter mit dem Buch beschäftigt.
- **Erinnerungsfunktion:** Ein schöner, prägnanter und verständlicher Titel kann dazu beitragen, dass sich deine Zielgruppe an dein Buch erinnert, auch wenn sie es nicht gekauft hat. Da es deutlich einfacher ist, ein Buch anhand seines Titels wiederzufinden, ist es umso wichtiger, auf einen einprägsamen Titel zu setzen.



Dementsprechend habe ich auch für deinen Buchtitel ein paar allgemeine Tipps parat.

Tipps für eine erfolgreiche Titelfindung



1) **Nimm dir Zeit**

2) **Ästhetik beachten**

3) **Länge**

1) Nimm dir Zeit, um den perfekten Titel für dein Buch zu finden. Es muss nicht gleich die erstbeste Idee sein(, kann es aber selbstverständlich), und manchmal macht es in den Augenblicken „klick“, in denen man sich gar nicht mehr mit der Suche beschäftigt hat.

2) Ästhetik beachten: Die Suggestions- und Erinnerungsfunktionen des Buchtitels zeigen uns, dass es nicht ratsam ist, einen plumpen Titel auf unser Buch zu klatschen, einfach nur, um einen zu haben.

3) Länge: KDP ist ziemlich großzügig mit Zeichenbegrenzungen, aber man sollte es mit der Länge nicht übertreiben. Probleme könnten die Beeinträchtigung der Erinnerungsfunktion, aber auch die Tatsache sein, dass längere Titel nicht mehr vollständig in der Produktvorschau (z. B. in den Suchergebnissen) angezeigt werden.

► Wie genau der Titel bei KDP eingetragen wird, sehen wir uns in Kapitel 3 an.

DER KLAPPENTEXT

Wenn es das Cover nicht geschafft hat, ist meistens der Klappentext der Knackpunkt, an dem sich ein Leser für oder gegen den Buchkauf entscheidet. Selbstverständlich hat auch der Klappentext einige Funktionen:

- **Informationsfunktion:** Eigentlich selbsterklärend – der Klappentext versprachlicht alles, was die Zielgruppe über dein Buch wissen muss. Anhand dessen kann sie beurteilen, ob es in ihr Beuteschema passt oder nicht.
- **Suggestionsfunktion:** Klappentexte sollten Lust darauf machen, mehr zu erfahren, das Buch zu lesen, die Geschichte der Protagonisten zu verfolgen – zumindest, wenn sie gut geschrieben sind.



Obwohl der Klappentext deutlich weniger Funktionen hat, sind diese in ihrer Intensität viel ausgeprägter als beispielsweise beim Cover. Deshalb gibt es auch hier einige Dinge zu beachten:

Angebot

Gerne unterstütze ich dich beim Schreiben, Überarbeiten oder Finalisieren deines Klappentexts. Schau einfach auf bookboost.de vorbei!



BookBOOST

by Louise Winge

Tipps für eine treffende Klappentexte

1) Inhalt: Der Klappentext sollte den Inhalt des Buchs kurz umreißen, selbstverständlich ohne das Ende zu verraten. Wenn du auf der Suche nach Inspiration bist, hilft es, die Klappentexte von Konkurrenztiteln zu lesen. Wichtige Inhalte sind die Identität des Protagonisten, dessen Umstände und natürlich der Hauptkonflikt, den dieser zu bewältigen hat.

2) Attraktivität: Deine Zielgruppe muss Lust darauf haben, dein Buch zu lesen – und dafür muss der Klappentext sorgen. Einerseits kannst du das erreichen, indem du Aspekte der Geschichte hervorhebst, die allgemein beliebt in deinem Genre sind, beispielsweise wenn du einen Fantasy-Liebesroman mit einer Dreiecksbeziehung geschrieben hast. Wenn dein Fokus darauf zu stark ist, läufst du allerdings Gefahr, dass dein Buch austauschbar klingt. Deshalb solltest du auch Besonderheiten deines Buchs hervorheben – und die gibt es sicher, denn ansonsten hättest du es nicht geschrieben.

3) Schreibstil: Ein holpriger oder fehlerhafter Klappentext kann die Aufmerksamkeit deiner Zielgruppe töten. Deshalb solltest du dir die Zeit nehmen, auch an den kleinsten Formulierungen zu feilen, und den Text von Testlesern absegnen lassen.

4) Länge: Auch hier ist KDP sehr großzügig, was das Platzangebot für Klappentexte betrifft. Beachte aber, dass die Aufmerksamkeitsspanne der Menschen immer geringer wird und halte dich an die Faustregel: So kurz wie möglich, so lang wie nötig. Ein grober (!) Richtwert für Klappentexte sind ein- bis zweihundert Wörter.

► Wie du den Klappentext bei KDP einträgst, erfährst du in Kapitel 3.



DIE ERSCHEINUNGSFORM

Dein Buchformat, um bei KDP erfolgreich zu sein, ist das **E-Book**. Das ist der erste Gedanke, mit dem du dich **unbedingt** anfreunden musst, bevor du weiterliest. Wer möglichst viele Bücher verkaufen und eine große Reichweite bekommen will, schafft das im Selfpublishing (zumindest anfangs) nur über das E-Book. Eine **Printausgabe** kann gerne noch dazu kommen, aber sie ist im Grund genommen nur ein "good-to-have" und kein "must-do".

Zahlreiche Printverkäufe sind **extrem schwer zu erreichen**. Nicht einmal Autoren bei den größten Verlagen verkaufen mit hundertprozentiger Garantie viele Taschenbücher. Elementar hierfür ist nämlich die Präsenz im **stationären Buchhandel**, die auch bei Verlagsautoren sehr unterschiedlich ausfällt.

Auch wenn Selfpublisher einen besseren Ruf haben als vor ein paar Jahren und sich Qualität letzten Endes immer durchsetzt, setzt sie sich im **E-Book-Bereich deutlich schneller** durch.

Aus diesem Grund befassen sich die nächsten Kapitel hauptsächlich mit der **Veröffentlichung und dem Verkauf deines E-Books**. Aber mach dir keine Sorgen: Wenn dein E-Book beliebt wird, werden sich auch Käufer für die Printausgabe finden.



ZUSAMMEN FASSUNG

Das solltest du aus diesem Kapitel mitgenommen haben:

- Am Anfang eines jeden Bucherfolgs steht immer eines: **Das Buch.**
- Neben dem qualitativen **Inhalt** deines Buchs sind dein **Cover, Titel und Klappentext** ausschlaggebend. Diese nehmen viele unterschiedliche Funktionen wahr, die dich beim Verkaufen unterstützen können.
- Gib dein Cover unbedingt in **professionelle Hände**, wenn du selbst kein Designexperte bist.
- **Nimm dir Zeit**, am Titel (wie auch an allen anderen Teilen deines Buchs) so lange zu feilen, bis du glaubst, das bestmögliche Ergebnis bekommen zu haben.
- Ein **guter Klappentext** gibt den Inhalt deines Buchs auf attraktive Weise wieder, ist gut lesbar und flüssig geschrieben und hat (grob) eine Länge von einhundert bis zweihundert Wörtern.
- Beim Selfpublishing mit KDP sollte dein Augenmerk auf dem **Verkauf von E-Books** liegen.

HÄUFIGE FEHLER

Häufige Fehler, die in diesem Bereich gemacht werden,
sind zum Beispiel:

- **Auf Sparflamme veröffentlichen** und auf professionelle (kostenpflichtige) Unterstützung in Sachen Cover & Co. verzichten.
- **Zeit vor Qualität setzen** und sich mit mittelmäßig ausgereiften Klappentexten, Covern und Titeln an die Veröffentlichung wagen.
- **Sich zu wenig mit der Zielgruppe und den Konkurrentiteln auseinandersetzen** und sein Buch nicht auf diese abstimmen: Niemand wird dein Buch kaufen, wenn er nicht das Gefühl bekommt, es haben zu wollen. Logisch, oder?
- **Den falschen Fokus haben** und seine Bemühungen auf Taschenbuchverkäufe richten: Zeit und Geld sind deutlich besser in den Verkauf von E-Books investiert.