

Tom Oberbichler

# MISSION BESTSELLER

IN 6 SCHRITTEN MIT DEINEM  
SACHBUCH ERFOLGREICH

Eine kurze Anleitung  
zum Schreiben,  
Veröffentlichen  
und Vermarkten  
von Ratgebern  
und Sachbüchern



ISBN: 978-3-902969-45-3

*be wonderful! Verlag*

*Hernalser Hauptstraße 45/22*

*1170 Wien*

*www.mission-bestseller.com*

©2020 *be wonderful! e.U. Thomas Oberbichler*

©Coverfoto: *Sabine Starmayr*

*Der Buchmarkt entwickelt sich so dynamisch und schnell wie noch nie. Um auf dem Laufenden zu bleiben und aktuelle Informationen, Tipps und Angebote für dich und deine Bücher zu bekommen, trage dich in den Mission-Bestseller-Newsletter ein: [www.mission-bestseller.com](http://www.mission-bestseller.com).*

# Inhaltsverzeichnis

<b>Ist es heute wirklich so einfach, als Autor:in erfolgreich zu werden?</b>	<b>5</b>
<b>Wann schreibst DU dein Sachbuch?</b>	<b>7</b>
<b>Meine Einladung an dich</b>	<b>11</b>
<b>Schritt 1: Warum willst du ein Buch schreiben und für wen?</b>	<b>19</b>
<b>Schritt 2: Wie du dein Buch planst und strukturierst</b>	<b>33</b>
<b>Schritt 3: Wie du dein Buch schreibst</b>	<b>39</b>
<b>Schritt 4: Das richtige Mindset für deinen Erfolg</b>	<b>47</b>
<b>Schritt 5: Wie du dein Buch veröffentlichst</b>	<b>55</b>
<b>Schritt 6: Wie du dein Buch vermarktest</b>	<b>65</b>
<b>Du bist an der Reihe, jetzt geht's los!</b>	<b>79</b>
<b>Mission Bestseller – Buchmarketing</b>	<b>81</b>
<b>Mission Bestseller Institut</b>	<b>83</b>



## ***Ist es heute wirklich so einfach, als Autor oder Autorin erfolgreich zu werden?***

Ist es wirklich so einfach, mit einem Sachbuch erfolgreich zu werden, dass eine kurze Anleitung in 6 Schritten ausreicht, um zum Erfolg zu kommen?

Ja und nein.

Ja, weil heute alle objektiven Voraussetzungen erfüllt sind, damit du dein Buch nicht nur schreiben, sondern auch veröffentlichen und verkaufen kannst.

Nein, weil du subjektiv Voraussetzungen erfüllen musst, die mit Arbeit und Erfahrung gefüllt sind.

Ja, weil ich die Struktur, die ich dir in »Mission Bestseller – In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich« vorstelle, oft in der Praxis erprobt habe.

Nein, weil du diese Struktur nicht blind kopieren kannst, sondern sie für dich und auf deine Bedürfnisse anpassen und ihr Leben einhauchen darfst.

Diese Arbeit kann und will ich dir nicht ersparen. Den einen oder anderen Umweg wirst auch du sicher machen. Und: Mit dieser kurzen Anleitung wirst du dir so manche Sackgasse ersparen und schneller und freudvoller an dein Ziel kommen.

Ohne dein Umsetzen, ohne dein Tun ist die Strategie, die ich für dich zusammengestellt habe,

nichts. Sie bekommt ihren Wert erst in der Praxis, wenn sie sich aufs Neue beweist – dann schon auf deine Art.

Ich wünsche dir nicht nur viel Erfolg mit deinen Buchprojekten, sondern auch viel Spaß auf dem Weg dorthin.

Ran an die Tasten!

Tom Oberbichler

# ***Wann schreibst DU dein Sachbuch?***

- Hast du schon einmal daran gedacht, ein Sachbuch, einen Ratgeber zu schreiben?
- Hast du schon einmal überlegt, was du davon hast, ein Autor, eine Autorin zu sein?
- Hast du schon einmal überlegt, was ein Buch für dich und dein Business tun kann?

Bei einem bin ich mir ganz sicher: Du hast zumindest schon mit dem Gedanken an ein eigenes Buch gespielt – deshalb hast du dir dieses eBook geholt, deshalb liest du es.

Ich habe eine Einladung an und ein Angebot für dich: Ich bin mit Büchern und eBooks erfolgreich geworden – und ich zeige dir, WIE ich das geschafft habe.

Ich kann dir nicht versprechen, dass mein Weg auch für dich der richtige ist. Was ich dir aus ganzem Herzen verspreche, ist: Ich biete dir eine Struktur, um als Unternehmer, als Unternehmerin mit Büchern und eBooks im Selfpublishing erfolgreicher zu werden, die bei mir und vielen anderen funktioniert hat und funktioniert.

Ich habe selbst mehr als 120 Bücher (mit) auf die Welt gebracht und zum Erfolg begleitet. Die Erfahrungen, die ich dabei gemacht habe, findest du kurz zusammengefasst in »Mission Bestseller – In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich«.

Was du daraus machst, ist deine Entscheidung. Mir geht es nicht darum, dass du mir etwas glaubst oder gar etwas nachmachst. Nimm dir, was für dich passt, teste es in deiner Praxis, und du findest heraus, was dein Weg zum Erfolg ist und ob bzw. wie dir dein eigenes Buch dabei hilft.

Du wirst sehen, dass du mit dem Schreiben, Veröffentlichen und Vermarkten deines eBooks und Taschenbuchs viele Fliegen mit einer Klappe fangen kannst.

Ja, es warten Einzelheiten auf das Entdecktwerden, und mit professioneller Unterstützung kommst du auch beim Schreiben, Veröffentlichen und vor allem Vermarkten von Büchern schneller ans Ziel.

Ja, du bringst alle Ressourcen, die du brauchst, bereits mit.

## ***Für wen ich dieses Buch nicht geschrieben habe***

Mein Spezialgebiet sind Ratgeber, Sachbücher, persönliche Erfolgsgeschichten – immer im Zusammenhang mit einem Business, einem Unternehmen. Während viele der Strategien und Taktiken, die ich vorstelle, auch für Romane und andere Belletristik funktionieren, herrschen in diesem Segment des Buchmarkts zum Teil andere Gesetze, mit denen ich nur als Beobachter Erfahrung habe. Gerade das Planen und Schreiben von Romanen liegt dabei außerhalb meines Fokus. Falls du also eine Anleitung zum Schreiben von Belletristik suchst, wirst du sie in diesem Buch nicht finden.

Wenn es um das Vermarkten der Bücher geht, wirst du viel von der Struktur, die ich dir vorstelle, auch für Romane verwenden können.

Bei den Veröffentlichungswegen habe ich eine klare Vorliebe für das Selfpublishing, weil ich als Unternehmer und Rebell die (Entscheidungs-)Freiheit dabei liebe – so sehr ich es respektiere, dass manche (angehende) Autorinnen und Autoren von einem Vertrag mit einem bekannten Verlag träumen – in diesem Buch schreibe ich nicht über den Weg dorthin. Ich bin kein Agent, mein Interesse, mein Wissen und mein Netzwerk sind klar auf Selfpublishing fokussiert. Für das Schreiben von Exposés oder das Finden von Verlagen biete ich keine Unterstützung.

Vieles von den Inhalten und Strukturen können auch Verlagsautorinnen und -autoren nutzen – immer vorbehaltlich der Vorgaben, die von den Verlagen kommen. Gerade beim Marketing liegt ganz viel Entscheidungsgewalt beim Verlag.

## ***Meine Einladung an dich***

Wenn du offen bist für die Möglichkeiten, die der Buchmarkt dir mit der digitalen Revolution bietet, dann bist du hier genau richtig!

Ich habe aus meinen eigenen Erfahrungen als Ratgeberautor und Buchmentor (<https://mission-bestseller.com/buchmentor>) und meinem Wissen eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zum Erfolg mit Ratgebern, Sachbüchern und persönlichen Erfolgsgeschichten entwickelt und stelle sie in »Mission Bestseller – In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich« für dich bereit.

In diesem eBook begleite ich dich durch 6 Schritte, an deren Ende dein eigenes Buch stehen kann. Du bekommst alle Fragen, die du dir zu stellen hast, alle Informationen, die du brauchst, um direkt ins Handeln zu kommen, und eine Fülle an Tipps, die dir den Weg ans Ziel erleichtern. Du bekommst einen Bauplan für deinen Erfolg. Dazu bekommst du in der Folge zusätzlichen Input per E-Mail für deinen Erfolg als Autor, als Autorin, damit dir das praktische Umsetzen leichtfällt.

*Der Buchmarkt entwickelt sich so dynamisch und schnell wie noch nie. Um auf dem Laufenden zu bleiben und aktuelle Informationen, Tipps und Angebote für dich und deine Bücher zu bekommen, trage dich in den Mission-Bestseller-Newsletter ein: [www.mission-bestseller.com](http://www.mission-bestseller.com).*



## **»Mission Bestseller – In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich«**

Es gibt immer viele Wege, um zum Ziel zu kommen. Ich selbst habe auf meinem Weg zum Erfolg viele Umwege und auch Sackgassen kennengelernt – genauso wie spektakuläre Bergpfade mit atemberaubenden Aussichten und Autobahnen, auf denen ich mit Höchstgeschwindigkeit unterwegs bin. Lernen tue ich auf all diesen Wegen, und ich freue mich, dir die Erfahrungen und das Wissen zu präsentieren, das ich in den Jahren, die ich selbst professioneller Autor bin, gesammelt habe und anderen mit meinen Buchmentoring-Programmen (<https://mission-bestseller.com/buchmentor>) und Schreib-Bootcamps (<https://mission-bestseller.com/bootcamp>) auf dem Weg zum Erfolg mitgebe.

In dieser praxisnahen Anleitung lernst du Schritt für Schritt, dein Buch zu planen, zu schreiben, im Selfpublishing zu veröffentlichen und zu vermarkten. Sobald du für 6 Wochen eine Stunde pro Tag für dein Buch investierst, kannst du mit dieser Schatzkarte am Ende sogar ein fertiges Manuskript für einen kurzen und knackigen Ratgeber in der Hand halten.

Was du als Voraussetzung mitbringen darfst, sind deine Begeisterung für das, was du tust, deine

Kompetenz, eine gute Dosis Neugier, die Sehnsucht nach Erfolg und die Bereitschaft, entschlossen loszulegen und dranzubleiben.

Indem du dir im 1. Schritt beantwortest: »Warum und für wen will ich ein Buch schreiben?«, legst du die wichtigste Grundlage für den Erfolg deines Buchs. So bist du motiviert, begeistert und bringst dich als ganze Person in dein Buch ein. Natürlich liegt dieses Warum ganz nahe an dem, worum es dir in deinem Business und Leben überhaupt geht.

Auf dieser Grundlage zeige ich dir praxisnah, wie du ein Thema für dein Buch wählst, das deinen Absichten optimal entspricht. Immer im Abgleich mit den Bedürfnissen deiner Zielgruppe und dem Markt.

Im 2. Schritt lernst du Methoden und Strategien kennen, um dein Buch zu planen, ihm eine Struktur zu geben, die dir das Schreiben und deinen Lesern und Leserinnen das Lesen und Anwenden erleichtert.

Dann richtest du im 3. Schritt deinen Fokus ganz auf das Schreiben deines Buchs und lernst, wie du dein ganzes Potenzial in dein Buch einbringst. Du bekommst erprobte und bewährte Strategien zu Zeitmanagement und deiner Arbeitsorganisation beim Schreiben.

Du schaffst dir Bedingungen, um optimal zu schreiben, und erhältst praktische Schreibeipps.

Der 4. Schritt begleitet dich durch den ganzen Prozess. Hier geht es um das richtige Mindset für

deinen Erfolg (nicht nur) als Autorin, als Autor.

Im 5. Schritt bekommst du einen Leitfaden, um dein Buch zu veröffentlichen – mit dem Schwerpunkt auf Selfpublishing und Kooperationen.

Und sobald du deinen Ratgeber geschrieben und veröffentlicht hast, kommt als 6. Schritt das Buchmarketing. Ich beobachte den Buchmarkt seit mehr als 9 Jahren intensiv und habe viele effektive Wege – und auch solche, die nicht geklappt haben – gefunden. Hier zeige ich dir, wie du schon den Book-Launch zum Erfolg machen kannst, Amazon als Kooperationspartner effektiv nutzt und möglichst viele Menschen mit deinem Buch erreichst. Du lernst unterschiedliche Marketingstrategien für deinen Ratgeber und die einzelnen Elemente Titel, Cover, Buchbeschreibung kennen und für dich nutzen.

Damit hast du alles in der Hand, um loszulegen und dein Buch in die Welt zu bringen.

Wenn du zügig vorankommen willst, nimmst du dir mindestens je eine Woche für jeden der 6 Schritte. Du bestimmst dein Tempo. Vielleicht magst du dir »Mission Bestseller – In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich« einmal komplett durchlesen, damit du dann in der Umsetzung den für dich optimalen Rhythmus findest. So kommst du leicht und nachhaltig zu deinem Buch.

Wie weit du selbst in 6 Wochen kommst, hängt von deiner Ausgangssituation, deinen Zielen und Prioritäten und vom Umfang deines Buchs ab. Auf jeden Fall hast du nach diesen 6 Wochen eine klare

Vorstellung von deinem Buchprojekt, von den Herausforderungen, vor denen du stehst, und von den Ressourcen, die dich unterstützen.

Vielleicht willst du dir als Unterstützung zu diesem Buch den Video-Kurs »In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich« ansehen, in dem ich die Inhalte vertiefe und auch aus anderen Perspektiven beleuchte. <https://mission-bestseller.com/schnellstart-zum-bestseller-special/>

Die Zeit ist beim Buchschreiben eine notwendige Ressource, aber nicht der entscheidende Faktor. In meinen 1:1 Buchmentoring-Programmen begleite ich Menschen oft zwischen 6 und 12 Monaten zu ihrem Buch, in einigen Ausnahmefällen reichen auch 3 Monate. Wichtig ist, dass du die einzelnen Schritte ehrlich und konsequent umsetzt, dann ist dein Erfolg nur eine Frage der Zeit.

Manchmal werde ich gefragt, warum ich all diesen Content mit anderen teile. Die Antwort ist einfach:

Ich selbst bin diesen Weg schon gegangen, ich habe aktuell 16 Bücher veröffentlicht, freue mich über meinen Expertenstatus, mein Branding, die Zehntausende von Menschen, die ich mit meinen Büchern, Blogs und Podcasts erreicht habe und erreiche, die wunderbaren Kontakte, die sich daraus ergeben, und die regelmäßigen Überweisungen, die ich jeden Monat aus meinen Buchverkäufen bekomme. Ich bin begeistert von den unbegrenzten Möglichkeiten, die uns die digitale Revolution in der Buchbranche im 21. Jahrhundert geschenkt hat!

Ich freue mich, auch dir diesen Weg zu öffnen.  
Wir leben in einem wunderbaren Zeitalter voller  
Gelegenheiten! Ich betrachte das Leben als ständi-  
gen Wechsel von Geben und Nehmen – heute bist du  
dran mit dem Nehmen.

Ich wünsche dir deinen Erfolg!

Und du? Wann holst du dir deinen Erfolg und  
legst los? Wann schreibst du dein Buch?

Viel Erfolg bei allem, was du tust, und:

Ran an die Tasten!

Tom Oberbichler, Buchmentor

[www.mission-bestseller.com/buchmentor](http://www.mission-bestseller.com/buchmentor)



# ***Schritt 1: Warum willst du ein Buch schreiben und für wen?***

## **Am Anfang jedes erfolgreichen Projekts steht immer das Warum**

Was steht für dich im Mittelpunkt, sobald du an dein Buch denkst? Was willst du mit deinem Buch erreichen und bewirken? Worum geht es dir in deinem Business? Was ist dir in deinem Leben wichtig?

Es ist eine gute Entscheidung, dass du dir jetzt die Zeit nimmst, dich selbst zu prüfen und dir ehrliche Antworten auf diese Fragen zu geben. Diese Antworten sind das Fundament, auf dem du das Haus deines Buchs baust.

- Willst du dein Branding als Experte, als Expertin, deine Marke stärken?
- Willst du deine Erfahrungen, deine Fähigkeiten mit anderen Menschen teilen?
- Willst du dir mit Büchern und eBooks neue Einkommensquellen erschließen?
- Willst du dein Buch nutzen, um neue Kontakte zu knüpfen, Leads zu generieren, deine E-Mail-Liste wachsen zu lassen?
- Willst du dein Buch nutzen, um andere Produkte und Dienstleistungen zu verkaufen?

- Willst du anderen Menschen mit deinem Wissen helfen?
- Willst du andere Menschen über etwas aufklären?
- Welchen deiner Werte entspricht dein Wunsch, einen Ratgeber zu schreiben?

Das sind alles gute Ziele, und ich vermute, dass du, so wie ich selbst, eine Kombination von mehreren Wünschen mit deinem Buch verbindest. Zu Beginn, als 1. Schritt, hast du die Gelegenheit, deinen persönlichen Mix zu finden und dein Buchprojekt entsprechend zu entwickeln.

Nimm dir für dein Warum Zeit und schreibe dir deine Antworten auf. So kannst du im Laufe deines Buchprojekts immer wieder dazu zurückkehren und dir Motivation holen.

Ich vermute, du hast dir diese Fragen auch für dein ganzes Unternehmen, dein Business schon oft beantwortet – dein Buchprojekt bietet dir die Gelegenheit, dein Warum, den Sinn hinter dem, was du tust, die große Richtung, in die du gehst, zu finden, dich daran zu erinnern und zu prüfen, wie sich das für dich in einem ganz konkreten Zusammenhang – deinem Buch – anfühlt.

Dir stehen in den folgenden 5 Schritten viele Möglichkeiten offen, du hast oft die Wahl. Je genauer du jetzt beim Festlegen deines Warum bist, desto bessere Entscheidungen triffst du im weiteren Verlauf des Prozesses.

Es ist eine gute Idee, deiner Kreativität dabei freien Lauf zu lassen, hier gilt alles, was dir wirklich entspricht und von Herzen kommt.

## **Am Anfang steht das Jetzt – Eine Momentaufnahme**

Du hast schon in dieser Einleitung erste Antworten auf die Frage, warum du ein Sachbuch schreiben willst, gefunden. Bei dem Blick auf deine Beweggründe ist dir auch deine aktuelle Situation, dein Istzustand, begegnet. Wie bist du schon in dem Bereich, dem Thema, über den oder das du schreiben willst, aktiv? Arbeitest du schon professionell (= du wirst bezahlt dafür, dass du es tust) darin, ist es eine nebenberufliche Tätigkeit für dich oder ein Hobby, eine Freizeitbeschäftigung? Wie viele Menschen wissen von deiner Tätigkeit, wie viele Menschen erreichst du schon mit deinem Tun?

Es gibt viele Wege zum Erfolg als Autor, als Autorin, die an ganz unterschiedlichen Ausgangspunkten beginnen und verschiedene Strecken mit anderem Wechselspiel von Auf und Ab verfolgen.

Wenn du schon als Gesundheitscoach arbeitest, einen großen Stamm von Kunden und Kundinnen hast, liegt ein anderer Pfad vor dir, als wenn du dich gerade nebenberuflich in einen neuen Bereich vorwagst, der bisher nur ein Hobby war.

Das Jetzt anzunehmen, ist der 1. Schritt zum erfolgreichen Autor, zur erfolgreichen Autorin.

Je genauer du dabei bist, desto wirksamer und erfolgreicher wird das Buch, das du schreibst.

Welche Beweggründe wirken für dich persönlich am stärksten?

*Bei mir selbst war das zu Beginn ganz eindeutig: Ich wollte mehr Menschen für ein Newsletter-Abo gewinnen. Punkt. Das war es. Aus meinen Blogbeiträgen ein gratis eBook zu machen, war für mich die logische Konsequenz.*

*Erst in dem Prozess, bei meinem neugierigen Forschen nach Möglichkeiten, das Buch besser zu machen, stellte ich viele Fragen und entdeckte die unbegrenzten Möglichkeiten, die der Buchmarkt unabhängigen Autorinnen und Autoren heute bietet – Amazon hatte damals (2011) gerade sein Selfpublishing-Programm KDP (Kindle Direct Publishing) im deutschsprachigen Raum gestartet ... Und in meinem Hirn begann es zu klicken. Die Visionen wurden groß, und ich begann mir erst vorsichtig und dann immer unbändiger vorzustellen, als Autor wirtschaftlich erfolgreich zu sein. Das hätte ich früher nicht einmal zu träumen gewagt. Und Schritt für Schritt fing ich an zu planen, zu testen und umzusetzen.*

*Aus dem gratis eBook entwickelte ich in der Folge meinen Erstling, das erste richtige Buch »be wonderful! Emotional erfolgreich mit angewandtem NLP!«, das ich als eBook und Taschenbuch im Selfpublishing über Amazon veröffentlichte, und meine Schwerpunkte verschoben sich. Ich lasse mein Kontaktnetzwerk immer noch mit meinen Büchern wachsen UND ich*

*verdiene Geld mit ihnen UND ich habe mir einen Status als Experte aufgebaut. Und ich habe tierischen Spaß dabei, weil ich tue, was ich liebe.*

Das ist meine Entwicklung – ganz kurz zusammengefasst – und je mehr Zeit und Energie du dir jetzt zu Beginn deiner Karriere als Autor oder Autorin nimmst, desto schneller und weiter kommst du in deiner Entwicklung.

## **Warum willst du also dein Buch schreiben?**

Ich bin mir sicher, dass du mehr als einen guten Grund hast, um ein Buch zu schreiben.

Sobald du heute erkannt hast, dass du etwas zu sagen hast, Experte oder Expertin in einem oder mehreren Gebieten bist und dich für etwas begeisterst, hast du auch alle objektiven Möglichkeiten, um ein Buch zu schreiben, zu veröffentlichen und auch mit Erfolg zu verkaufen.

Du darfst dein Fachwissen, deine Begeisterung für dein Thema und die Bereitschaft und Entschlossenheit zum Dranbleiben mitbringen. Den Rest lernst du auf dem Weg. In »Mission Bestseller – In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich« zeige ich dir Wege, WIE du dich erfolgreich machst.

Jetzt ist der perfekte Moment, um dein Schreibziel schriftlich festzuhalten.

Ich lade die Menschen, mit denen ich persönlich arbeite, immer ein, einen weiten Schritt in die Zu-

kunft zu machen: Du in 2 Jahren, 5 Jahren. Was hast du mit deinem Buch erreicht? Wie sieht dein Alltag aus? Wie viele Bücher hast du veröffentlicht? Was tun deine Bücher für dich?

Dein 1. Buch ist so betrachtet der 1. Schritt auf einer langen Leiter zum Erfolg als Autorin oder Autor.

Nimm dir Zeit, schreibe dir deine Motivation und deine Ziele für dein Buch auf, und lasse sie ein paar Tage auf dich und in dir wirken. Vielleicht willst du sie auch noch anpassen und präzisieren.

So gehst du sicher, dass es das für dich richtige und optimale Ziel ist.

*Halt! Lies erst weiter, sobald du deine Ziele schriftlich festgehalten hast!*

## **Für wen schreibst du dein Buch?**

Du darfst ehrlich mit dir sein: Schreibst du dein Buch nur für dich?

Oder willst du mit deinem Buch andere Menschen erreichen und ihnen etwas mitteilen, sie zu etwas bewegen, ihnen etwas geben?

Vielleicht kommen dir diese Fragen noch seltsam vor. Lass sie einfach eine Weile im Raum stehen, während du dir überlegst, welches Thema du für dein Buch wählst.

Schau dir dabei immer wieder deine schriftlichen Motivationen und Ziele an. Möglicherweise ist jetzt

der Moment, um sie entweder anzupassen oder du machst direkt mit vollem Elan weiter.

## **Wie wählst du das Thema für dein Buch?**

Ich bin mir völlig bewusst, wie wichtig es ist, dass du an dich selbst und deinen Erfolg glaubst, und zeige dir in »Mission Bestseller – In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich« viele Wege, Strategien und Techniken, die dir helfen, dein Buch zu einem Erfolg zu machen. Eines ist dabei klar: Deine fachliche Kompetenz ist ein wesentlicher Bestandteil eines guten Ratgebers.

Wähle ein Thema, in dem du Experte, Expertin bist, und lerne noch mehr dazu, indem du dein Buch machst. Das ist die Devise!

Indem du weißt, wovon du schreibst, hast du dir schon einen entscheidenden Vorteil verschafft. Vielleicht lachst du jetzt oder bist erstaunt. Lasse dir sagen, dass viele Sachbücher und Ratgeber auf dem Markt sind, die mit einem Minimum an Wissen, nach flüchtiger Recherche (manchmal nur in Wikipedia) geschrieben werden. Kein Weg zum anhaltenden Erfolg und langfristig gesehen ein Killer für das Branding. Ich biete dir hier eine andere, qualitätsorientierte und nachhaltige Strategie, mit der du dein Buch zu einem wesentlichen Bestandteil deiner Erfolgsgeschichte machst.

## **Die großen 3: Liebe und Partnerschaft, Gesundheit und Fitness, Erfolg und finanzieller Reichtum**

Ein Blick in die Bestsellerlisten genügt und du findest diese Aussage bestätigt: Der Markt für die großen 3 ist riesig. Das bedeutet, dass ganz viele Menschen Fragen und Probleme in diesen 3 Bereichen des Lebens haben und nach Lösungen und Antworten suchen.

Du hast also bei Themen in diesen Bereichen eine riesige Schar von potenziellen Lesern und Leserinnen.

Was du auch hast, sind viele Mitbewerber und Mitbewerberinnen – das Angebot in diesen Gebieten ist ebenfalls gewaltig.

Für deine Themenwahl darfst du als Erstes herausfinden, ob und wenn ja zu welchem der großen 3 dein Thema, dein Buch passt.

Als Zweites wählst du für dich eine ganz spezifische, abgrenzbare und abgegrenzte Nische aus.

Im Idealfall hast du das mit deinem Business schon getan. Du weißt, woran und womit du arbeitest und wer deine Zielgruppe ist. So hast du einen großen Vorsprung und kannst dein Buch von Anfang an auf genau diese Zielgruppe maßschneidern.

Was ich gelernt habe, ist: Dein Buch bietet dir in jedem Fall eine tolle Möglichkeit, dein Angebot

zu spezifizieren und deine Positionierung weiter zu verfeinern. Es gibt eine ganz eigene Nische von Trainings und Büchern, die sich mit diesem Thema beschäftigen.

EKS – Engpasskonzentrierte Strategie ist eines der häufig verwendeten Zauberworte. Auf gut Deutsch bedeutet das:

1. Du definierst genau und konkret, wer deine Zielgruppe ist.

2. Du findest heraus, auf welche Fragen, die sich deine Zielgruppe tatsächlich stellt, du Antworten hast, für welche Probleme deiner Zielgruppe, die diesen Menschen auch tatsächlich bewusst sind und die sie lösen wollen, du welche wirksame – möglichst einzigartige – Antwort oder Lösung hast.

Es geht also bei deinem Buch und bei deinem Erfolg damit um die Menschen, für die du schreibst, und nicht (in erster Linie) um dich selbst.

Ich weiß, dass viele angehende Autorinnen und Autoren das 1. Buch für sich selbst schreiben. Das ist in meiner Welt auch durchaus legitim. Der Verkaufserfolg stellt sich bei so einem Herangehen allerdings nur als Zufallsprodukt ein.

Ich spreche da auch aus eigener Erfahrung. Ich habe selbst so begonnen und inzwischen viel dazu gelernt.

*Bei meinem Erstling ging es mir vor allem darum, meine Sicht der Welt, all die tollen Erkenntnisse, die ich gefunden habe, die Klasse NLP-Techniken und*

*-Strategien, die für mich so gut funktionieren, mit der Welt zu teilen. Ich war davon beseelt, mich mit meinem Buch auszudrücken. Und ich war mir sicher, dass das andere auch toll finden. Ich fand es schlicht wundervoll, ein Autor zu sein, und war schon in dem Moment, wo ich bei Amazon auf »veröffentlichen« geklickt habe, der glücklichste Mensch auf der Welt. Ich bin durch meine Wohnung getanzt!*

*Erst danach begann ich zu überlegen, wie ich Menschen dazu bringe, mein Buch zu kaufen und zu lesen. :)*

*Das war eine tolle Erfahrung, und mittlerweile nutze ich sie mit dem Feedback, das ich von meinen Lesern und Leserinnen bekomme, um schon bei der Planung eines neuen Buchs ganz genau zu überlegen, für wen ich schreibe, was er oder sie braucht und was ich ihm oder ihr geben kann. Jetzt stelle ich mir zum Beispiel eine konkrete Person vor, die eine Geschichte zu erzählen weiß, die Informationen hat, auf die die Welt wartet, die Lösungen zu ganz bestimmten Problemen bietet – und nicht weiß, wie sie damit an die Öffentlichkeit kommt, wie sie damit finanziell erfolgreich ist, wie sie bekannt werden kann. Und an diese Person denke ich, während ich gerade schreibe. Ich denke an dich.*

**Dazu passt sehr gut die Podcastfolge »Für wen schreibst du dein Buch?«: [www.mission-bestseller.com/fuer-wen-schreibst-du-dein-buch-dbt-03](http://www.mission-bestseller.com/fuer-wen-schreibst-du-dein-buch-dbt-03). Hör sie dir an.**

Ich bin fest von der Lernfähigkeit der Menschen überzeugt und freue mich, dass du dich entschlossen

hast, von den Erfahrungen, die ich selbst mit meinen Büchern und in der Arbeit mit Autoren und Autorinnen gemacht habe, zu profitieren.

Natürlich bist du als Autor, als Autorin das Lebensherz deines Buchs, und sobald du viele andere Menschen mit deinen Texten erreichen willst, darfst du das Buch für deine Leser und Leserinnen planen.

Das beginnt hier mit der Themenauswahl, setzt sich fort beim Aufbau und der Struktur deines Ratgebers und gilt genauso für Titel und Cover.

## **Eine abgegrenzte, spezifische Nische?**

Was bedeutet das?

Lass uns einen der großen 3 nehmen – Gesundheit und Fitness.

Das ist ein ganz großes Dach, da findest du Ernährung, Heilung, Sport, Bewegung und viel mehr Gebiete drin, die sich jeweils wieder in viele Stränge aufteilen. Und das ist ein dynamischer Prozess, der sich ständig verändert und weiterentwickelt!

Fitness- und Krafttraining war einmal eine abgegrenzte, spezifische Nische. Heute ist dieser Markt so groß geworden, dass du viel stärker fokussieren darfst. Körpergewichtstraining für Frauen nach der Schwangerschaft ist zum Beispiel so eine Nische – eine spezifische Trainingsform mit einer spezifischen Personengruppe verbunden, das ist schon

sehr genau gezielt. Und der Markt dafür ist immer noch riesengroß.

*Ich erzähle das nicht nur so dahin – ich habe mein Business auch so aufgebaut. Ich unterstütze Unternehmerinnen und Unternehmer dabei, sich und ihr Business mit einem eigenen Sachbuch auf die nächste Stufe zu heben und noch erfolgreicher zu sein. Die meisten von ihnen sind Speaker\*innen, Trainer\*innen, Berater\*innen.*

## **Es geht nicht darum, es allen recht zu machen**

Du hast es vermutlich schon oft gehört: Du darfst dich und dein Business, also auch dein Buch, fokussieren. Das bedeutet auch, dass einige Menschen dein Buch nicht mögen werden – und das ist gut so. Denn je genauer du dich ausrichtest, desto intensiver ist die Freude bei den Menschen, denen du wirklich bei der Lösung eines dringenden und wichtigen Problems hilfst. Und das sind dann genau (ziemlich viele »auch« in diesem Absatz) die Menschen, die erst dein Buch lesen und in der Folge auch andere Produkte und/oder Dienstleistungen von dir in Anspruch nehmen.

Dein Business, deine Geschäftsidee und die Werkzeuge und Strategien, mit denen du arbeitest, geben natürlich ebenfalls die Richtung vor, in die du dein Buch schreibst.

Dazu ist es hilfreich, dass du dich schon jetzt, also in der Vorbereitungsphase, am Markt orientierst und herausfindest, welche Bücher sich in deiner Nische

gut verkaufen, wie diese Bücher präsentiert werden und wie oft sie sich verkaufen.

Im 5. Schritt, bei dem es um das Veröffentlichen deines Buchs geht, stelle ich dir die verschiedenen Vertriebswege vor, die auf dich warten. Eines nehme ich gerne vorweg: Die meisten eBooks werden über Amazon verkauft – und genau dort findest du in den Bestsellerlisten wichtige Informationen für dich und dein Buch.

*Ich nutze für diese Recherche das Analysetool KDSpy: [www.mission-bestseller.com/kdspy](http://www.mission-bestseller.com/kdspy) (Partnerlink).*

Im Mittelpunkt darf für dich immer wieder die Frage stehen: Wer ist mein idealer Leser, meine ideale Leserin? Da darfst du auch ganz konkret und spezifisch sein.

## **Dein Warum und dein Thema**

Wie genau du dich bei der Themenauswahl entscheidest, hängt stark davon ab, wie du die Fragen nach deinem Warum beantwortet hast.

Stehen für dich das Branding, dein Status als Experte oder Expertin im Mittelpunkt, dann darfst du zentral über das Kernthema deines Business oder wesentliche Aspekte davon schreiben.

Geht es dir vor allem um die Leadgenerierung, also das Sammeln von Kontakten, gilt Ähnliches, wobei es da durchaus sinnvoll sein kann, auf angrenzende Gebiete auszuweichen, um so auch neue Schichten anzusprechen.

Sind die Einnahmen, die du mit deinem Buch erzielst, für dich die Hauptantriebskraft, dann darfst du das Thema ganz stark vom Markt bestimmen lassen – insofern es sich mit deiner fachlichen Kompetenz deckt.

Du weißt also, warum du dein Buch schreibst, was du mit ihm erreichen willst, und auch für wen du es schreibst und kennst dein Thema.

Jetzt machst du den nächsten Schritt und planst und strukturierst dein Buch.

## ***Schritt 2: Wie du dein Buch planst und strukturierst***

- Du weißt, warum du dein Buch schreibst und was du mit deinem Buch erreichen willst.
- Du weißt, für wen du dein Buch schreibst, wen du erreichen und bewegen willst.
- Du kennst das Thema deines Buchs und bist auch kompetent, darüber zu schreiben.

Der nächste, der 3. Schritt ist jetzt, deinem Buch eine Struktur zu geben und es zu planen.

Wie engmaschig du diese Struktur webst, das liegt ganz bei dir. Ich weiß aus Erfahrung, dass es Menschen gibt, die ihre Kreativität optimal entfalten, indem sie sich einen genauen Schritt-für-Schritt-Plan entwerfen und an ihm entlang arbeiten. Andere lieben es, nur grobe Punkte festzuhalten und sich frei dazwischen zu bewegen und zu springen. Beides kann super Ergebnisse liefern. Und ich bin mir sicher, du weißt schon genau, welcher Weg dir optimal entspricht.

### **Warum du auf jeden Fall eine Grundstruktur für dein Buch willst!**

Deine Zielgruppe, die Gruppe deiner idealen Leser und Leserinnen, hat nicht nur ganz spezifische

Fragen und Probleme, sie ist auch in ganz konkreten (Gefühls-)Zuständen – und du darfst sie dort abholen, wo sie sind, damit sie dir folgen.

Indem du diese Fragen, Probleme und (Gefühls-)Zustände erkennst, findest du die Ausgangssituation und auch den Beginn deines Buchs.

Als Nächstes – du ahnst es schon – interessiert dich der Zielzustand. Wohin willst du deine Leser und Leserinnen führen, begleiten und anleiten? Welche Fragen haben sie sich nach dem Lesen deines Buchs beantwortet, welche Probleme gelöst und in welchem (Gefühls-)Zustand sind sie?

Sobald du diese Antworten, Lösungen und (Gefühls-)Zustände erkannt und definiert hast, kennst du die Zielsituation und auch das Ende deines Buchs.

Mit diesen beiden Situationen als Klammer darfst du als Nächstes überlegen, welche Zwischenschritte du – für dein Publikum – brauchst, um von der Ausgangssituation zur Zielsituation zu kommen. Du baust dir und deinen Lesern und Leserinnen eine Leiter, an der sie vorwärts- oder hochkommen.

Eine wichtige Erkenntnis, die ich in meiner Arbeit in der Persönlichkeitsentwicklung als Kommunikationstrainer gewonnen habe, ist: Um von A nach B zu kommen, brauchen Menschen Zwischenschritte.

Zwischen Wut und Gelassenheit liegen abgestufte Etappen.

**Vielleicht hast du Lust, dir an dieser Stelle die Podcastfolge »Wie du dein Buch planst« zur Ver-**

**tiefung anzuhören: [www.mission-bestseller.com/wie-du-dein-buch-planst-aufbau-struktur](http://www.mission-bestseller.com/wie-du-dein-buch-planst-aufbau-struktur).**

## **Kreativitätstechniken**

Nach der ersten groben Planung machst du dich an die Details. Dabei sind Kreativitätstechniken sehr hilfreich.

Du kannst dabei mit Listen, Mindmaps oder Clustern arbeiten – am Computer oder auch mit der Hand – teste dich durch und finde heraus, was für dich am flüssigsten ist. Du kennst dich und weißt, wie du gut und produktiv arbeitest.

*Ich selbst liebe es, mit Mindmaps zu beginnen – früher habe ich sie mit der Hand auf einem Zettel geschrieben und danach To-do-Listen entwickelt. Mittlerweile nutze ich XMind dafür – ein Computerprogramm. Ich mag, dass ich die einzelnen Themen verschieben und umgruppieren kann.*

*Ich nehme mir dafür auch regelmäßig Zeit und mache zu Ideen, die mir kommen, die ich weiterverfolgen will, eine Mindmap. Dann lasse ich sie oft ruhen, tage-, manchmal wochen- oder monatelang, bevor ich an die Umsetzung gehe. Das habe ich gelernt, weil ich jeden Tag so viele gute!!! Ideen habe, dass ich zu gar nichts käme, wenn ich versuchen würde, jeder einzelnen nachzulaufen. Ich weiß das, ich habe es getestet :)! Mein Freund und Kollege Thomas Mangold nennt diesen Prozess treffend »Ideenquarantäne«.*

*Daher notiere ich mir die wirklich guten Ideen zunächst kurz, und wenn sie mir dann immer noch ge-*

*fallen, bekommen sie 30 Minuten und ich mache eine Mindmap. So bleibe ich effektiv und bei meinen Prioritäten.*

## **Schreiben ist immer Geschichten erzählen**

Ein gutes Buch zu schreiben bedeutet nicht, einfach dein Wissen Punkt für Punkt niederzuschreiben. Du willst eine Form finden, dein Wissen, deine Erfahrungen, dein Anliegen so zu präsentieren, dass dir die Menschen gerne und begeistert folgen. Und der beste Weg, das zu erreichen, ist: Du erzählst Geschichten.

Menschen folgen Menschen. Du darfst deinen Inhalten Fleisch und Blut geben, dein Buch zu einem Erlebnis machen.

Vielleicht fragst du dich jetzt: Wie erzähle ich eine spannende Geschichte?

Nachdem Menschen schon lange Geschichten schreiben und noch viel länger Geschichten erzählen, gibt es einen wunderbaren Erfahrungsschatz, auf den du beim Schreiben zugreifen kannst.

Du darfst die verschiedenen Wahrnehmungskanäle (Hören, Sehen, Fühlen, Riechen, Schmecken) bedienen.

Du darfst die verschiedenen Wege, die Menschen haben, sich zu motivieren und entscheiden, einbeziehen und deine Inhalte aus verschiedenen Blickwinkeln und auf unterschiedliche Art betrachten

und präsentieren.

Das Wesentliche bei jeder guten Geschichte ist, dass die Leser und Leserinnen in bestimmte Zustände geführt, mitgenommen werden – von der Ausgangssituation zur Zielsituation.

Ein wichtiger Schlüssel dabei ist, dass du als Schreiber, als Autorin selbst beim Schreiben in diese Zustände gehst.

Gute Bücher, Artikel, Texte holen den Leser, die Leserin in einem oder mehreren Gefühlszuständen ab und begleiten sie dann weg von diesen Zuständen hin zu anderen.

Sobald du dir große Romane, Erzählungen, Gedichte und wirklich gute Sachbücher und Ratgeber ansiehst, findest du diese Struktur überall – bewusst oder unbewusst eingesetzt.

Zum Meistern gehört, wie in allen Lebensbereichen, die Übung = die praktische Anwendung. Sobald du beschlossen hast, ein gutes Buch zu schreiben, darfst du schreiben – und zwar oft, viel und regelmäßig.

Du bemerkst schon, wie viel Freiheit im Gestalten du dir geschenkt hast, indem du erkannt hast: Auch Schreiben ist Struktur.

Schreiben ist genauso ein dynamischer Prozess wie das Leben selbst. Das bedeutet, du schreibst entlang deiner Struktur, und die Struktur deines Buchs wächst mit dir. Sie ist wie die Stange, an der sich die Bohne nach oben schraubt, und nie wichtiger als die

Bohne selbst.

Du beginnst die Planung und passt sie dann während des Schreibprozesses ständig an.

Und jetzt machst du den nächsten Schritt.

## ***Schritt 3: Wie du dein Buch schreibst***

Warum du dein Buch schreibst, ist dir klar, du kennst deine Zielgruppe, deinen idealen Leser und deine ideale Leserin, hast den (Spannungs-)Bogen deines Buchs gespannt und dem Buch Struktur gegeben. Jetzt gehst du im 3. Schritt daran, dein Buch zu schreiben.

Natürlich ist es eine gute Idee, dir als Erstes anzusehen, was du schon geschrieben hast und inwieweit du diese Texte für dein Buch verwenden kannst.

Wie kommst du leicht ins Schreiben?

### **Dein ideales Schreibsetting**

Unter einem idealen Schreibsetting verstehe ich die ganzen äußeren Rahmenbedingungen, die du dir für dein Schreiben schaffst und aussuchst.

Der Ort: Wo fällt dir das Schreiben am leichtesten? Ist es dein Schreibtisch oder ein anderer Platz in deiner Wohnung, deinem Büro? Oder schreibst du lieber in einem Café, in einer Bibliothek, im Garten, in einem Park?

### **Dein Schreibwerkzeug**

Womit bist du am produktivsten – am Laptop, mit einem iPad, brauchst du eine externe Tastatur (für mich zum Beispiel eines der wichtigsten Tools)? Schreibst du doch lieber mit der Hand? Oder ist Dik-

tieren für dich das optimale Mittel, um deine Inhalte zu produzieren?

*Ich selbst schreibe zum Beispiel schneller, als ich denke. Konkret gesagt, meine Finger tippen schneller, als ich sprechen oder (bewusst) denken kann. Eigentlich schreibt also mein Anders-als-Bewusstsein. Daher ist es für mich ganz klar: Will ich effektiv schreiben, setze ich mich an meinen Laptop, mit meiner coolen ergonomischen Tastatur, starte mein Schreibraumschiff und hebe ab. Für mich das perfekte Werkzeug.*

## **Deine Schreibrituale**

Vielleicht hilft es auch dir, persönliche Schreibrituale zu entwickeln. Das kann bestimmte Kleidung sein, die du trägst, bestimmte Handlungen, Musik, bestimmte Sätze, die du zu dir sagst ...

*Ich höre sehr gerne Musik beim Schreiben und stelle mir immer wieder neue Schreib-Playlists zusammen. Aktuell höre ich meinen Throwing-Thunderbolts-Mix – spanischer Rock, Metal, Arbeiterlieder, Reggaeton und lateinamerikanische Volksmusik bunt gemischt – während ich dieses Buch für dich überarbeite.*

*Bin ich alleine im Büro, gerne über die Lautsprecher (ich stehe auf meine Bose-Boxen mit der großen Power), wenn ich Gesellschaft habe, dann mit meinen Kopfhörern. Ja, ich mag laute Musik, da komme ich ganz leicht in den Flow.*

*Ein Glas Wasser habe ich auch immer neben meinem Laptop stehen. Dazu hole ich mir in den Pausen gerne einen Kaffee. Beide Getränke stehen griffbereit*

*auf einem goldenen Tablett auf meinem Schreibtisch, und der wohltuende Schluck zwischendurch schenkt mir immer wieder neue Ideen.*

## ***Deine Arbeitsorganisation und dein Zeitmanagement***

Ich vermute, du hast schon eine funktionierende Arbeitsorganisation – teste, ob du sie fürs Schreiben einfach übernehmen willst oder dir ein eigenes Setting dafür schaffst. Es kann zum Beispiel eine gute Idee sein, nicht an dem Ort zu schreiben, wo du sonst deine E-Mails checkst oder in den Social-Media-Kanälen unterwegs bist.

Ich selbst nehme mir gerne auch – gerade zum Kick-Off oder Fertigstellen eines Buchs – mal eine oder 2 Wochen, am liebsten an einem schönen Ort, in »sicherer« Entfernung zu meinem Alltag, um ganz fokussiert zu schreiben.

Ich bin mir sicher, auch du darfst Wege finden, um dein Schreiben in andere Aktivitäten einzubauen. Hier ist ein effektives Zeitmanagement Gold wert.

Ich habe 2 praktische Tipps für dich zusammengestellt, die für deine Produktivität ein enormer Booster sind:

### ***Das Eisenhower-Prinzip***

Du teilst alle Aufgaben, die du dir stellst und die auf dich zukommen, in 4 Bereiche ein, die du nach

Wichtigkeit und Dringlichkeit organisierst.

A) ist wichtig und dringend

B) ist dringend und nicht wichtig

C) ist wichtig und nicht dringend

D) ist nicht wichtig und nicht dringend.

Alles unter A), also die wichtigen Dinge, die dringend sind, erledigst du selbst und jetzt.

Alles unter B), also was dringend ist und nicht wichtig, delegierst du, soweit es geht.

Alles unter C), also die wichtigen Dinge, die nicht dringend sind, planst du dir längerfristig ein. Du reservierst dir einen konkreten Termin, an dem du die Sache erledigst – oder mehrere, falls der Umfang der Aufgabe entsprechend groß ist.

Und bei allem, was unter D) fällt, also nicht wichtig ist und auch nicht dringend, da beantwortest du dir ganz ehrlich die Frage, ob du es überhaupt tust. Wenn du es innerhalb von 2 Minuten erledigen kannst und es wirklich tun willst, dann tust du es JETZT. Wenn nein, dann wandert die Aufgabe sofort in den Mistkübel (wirklich oder virtuell). Indem du hier bei Punkt D) konsequent bist, schaffst du dir enorm viel Freiraum und setzt deine Energie dort ein, wo du wirklich produktiv bist.

## ***Deine Schreibzeiten***

Wie viel Zeit pro Tag hältst du dir für dein Schreiben frei – kurzfristig und langfristig? Wann ist

Schreiben für dich optimal – in der Früh, am Abend, in der Nacht, untertags?

Teile dir für jeden Tag fixe Schreibzeiten ein, in denen du konzentriert und konsequent an deinem Buch arbeitest – so garantierst du, dass du es zu Ende schreibst. Es bleibt dann nur die Frage nach dem »Wann bin ich fertig?« im Raum. Das funktioniert für viele Menschen sehr gut – andere kommen mit dieser Regelmäßigkeit nicht gut zurecht. Falls du zur 2. Gruppe gehörst, dann sind für dich konzentrierte Schwerpunkt-Schreibeinheiten vielleicht der passende Weg.

Wie erfolgreich du beim Schreiben bist, hängt nicht davon ab, dass du dir möglichst viel vornimmst, sondern nur davon, wie viel du tatsächlich umsetzt.

Wie viel Zeit bist du jetzt bereit, pro Tag für dein Buch zu investieren? 2 Minuten, 10 Minuten, 30 Minuten, eine Stunde oder 2? Sei ehrlich mit dir selbst, dann planst du effektiv und förderst deine Kreativität und Produktivität.

**Hol dir noch einen zusätzlichen Input in der Podcastfolge: »Schreiben und Zeit«: <https://mission-bestseller.com/schreiben-und-zeit-folge-07-dbt>.**

## **7 Schreibtipps für dich**

• *Ein Tipp, den ich von Ernest Hemingway übernommen habe und der super wirkt, ist der folgende: Ich beende jede Schreibsession mitten in einem Kapitel, Abschnitt, Absatz. Das macht das Weiterschreiben am nächsten Tag sehr einfach.*

- *Wenn ich beim Schreiben eine Idee habe, die gerade nicht zu dem passt, was ich schreibe – schreibe ich sie mir kurz auf und schreibe weiter. Der Idee folge ich später.*
- *Wenn mir der Anfang nicht sofort einfällt, beginne ich in der Mitte des Texts.*
- *Wenn ich schreibe, schreibe ich – das Be- und Überarbeiten des Texts ist ein eigener, getrennter Arbeitsschritt NACH dem Schreiben.*
- *Ich erzähle ausgewählten Personen, dass ich schreibe und was ich schreibe. Oft helfen mir ihre Fragen, wichtige Punkte zu ergänzen und dranzubleiben.*
- *Ich schließe alle anderen Programme an meinem Computer, wenn ich schreibe. Ich habe nur Word und den Timer laufen.*
- *Ich setze mir klare Schreibziele – Zeit, Wortzahl, ein Kapitel ... und höre erst zu schreiben auf, sobald ich sie erreicht habe.*

## ***Der Feinschliff***

Sobald du mit dem ersten Entwurf, dem Manuskript, fertig bist, empfehle ich dir, deinen Text mindestens ein bis 2 Tage liegen zu lassen, bevor du mit der Be- und Überarbeitung beginnst.

Einmal komplett durchlesen und dann Schritt für Schritt durcharbeiten, so erziele ich die besten Ergebnisse.

Hier kommst du auch zu einem Punkt auf dem Weg zu deinem Buch, wo ich dir dringend empfehle, dir auf jeden Fall Unterstützung von außen zu holen.

So vertraut dir dein Text auch sein mag – ich nehme an, du hast ihn jetzt mental und im Außen schon oft gesehen, gehört (in deinen Gedanken und im besten Fall auch beim lauten Vorlesen) und gelesen, dass für dich – du kennst dich ja auch aus in der Materie – alles Sinn macht und passt.

Jetzt brauchst du – mindestens – ein 2. Paar Augen, das dein Manuskript auf Inhalt, Struktur, Aufbau, Stil prüft – ein Lektorat – und abschließend dann Rechtschreibung, Grammatik, Satzzeichen – ein Korrektorat.

Die höchste Qualität bekommst du natürlich auch hier von Profis, und egal wie du es anstellst – du brauchst hier jemanden, der oder die dir hilft, dein Buch noch besser zu machen. Vielleicht zu Anfang auch über Gegengeschäfte oder Gefälligkeiten.



## ***Schritt 4: Das richtige Mindset für deinen Erfolg***

Zu Beginn dieses Buchs habe ich geschrieben, dass es heute keine objektiven Hindernisse gibt, die dich daran hindern könnten, ein Buch zu schreiben, veröffentlichen und vermarkten. Falls du also noch kein Buch geschrieben hast, liegen die Gründe dafür in dir. Das bestätigt sich in meiner Arbeit mit (angehenden) Autoren und Autorinnen immer wieder.

### **Einschränkende Glaubenssätze?**

Neben den Fehlinformationen und veralteten Denkweisen in Bezug auf Bücher überhaupt, die wir schon entlarvt haben, weiß ich, dass so manche Menschen Glaubenssätze über sich und ihre Arbeit haben, die sich als große, mächtige Hindernisse herausgestellt haben könnten. Du willst konkrete Beispiele? Bitte sehr:

- Ich habe doch nichts zu sagen.
- Wer interessiert sich schon für das, was ich schreibe?
- Es gibt schon so viele Bücher zu meinem Thema.
- Ich schreibe einfach nicht gut genug.
- Ich werde nie mit meinem Buch fertig.
- Das zahlt sich doch nicht aus.

Das sind einige einschränkende Glaubenssätze – und wenn jemand sich solche Sätze täglich vor-spricht (laut, leise oder innerlich), dann war das vielleicht schon genug, um zu verhindern, dass das eigene Buch Wirklichkeit wird.

Den 1. Schritt zur Lösung dieser Aufgabe hast du schon gemacht, indem du dich gefragt hast, welche einschränkenden Glaubenssätze du noch über dich selbst, deine Arbeit, dein Leben und dein Schreiben hast. Mach den nächsten und schreibe sie dir auf. Schau sie dir noch einmal an, bedanke dich und ver-abschiede dich von ihnen.

Auch wenn es oft unglaublich klingt: All diesen negativen Überzeugungen liegt eine positive Absicht zugrunde – oft waren sie sogar irgendwann einmal tatsächlich nützlich.

Danach überlegst du dir, welche fördernden Glaubenssätze dir gerade im Zusammenhang mit deinem Buch nutzen können.

- Ich bin kreativ.
- Ich habe viel erlebt und andere profitieren von meinen Erfahrungen.
- Was ich anfangs, das bringe ich zu Ende.
- Indem ich täglich schreibe, werde ich immer besser.
- Mein Buch ist ein Zeichen meines Erfolgs.

Teste das für dich, und erinnere dich oft an deine neue, fördernde Begleitung durch diese positiven

Glaubenssätze. So findest du heraus, was dir guttut und für dich am besten funktioniert.

Ich muss nicht erwähnen, dass diese Mentaltechniken unterstützend sind und die Praxis – gerade beim Schreiben – nicht ersetzen. Sie sind eine wunderbare Ergänzung

## **Aufschieberitis – Das mache ich morgen ...**

Der 2. große Träumekiller.

Ich kenne Leute, die schreiben jahrelang an ihrem 1. Buch. Ja, ich kenne sogar Leute, die reden seit Jahren davon, ein Buch zu schreiben – ohne je angefangen zu haben.

Gründe gibt's natürlich viele – und die interessieren dich im Moment gar nicht. Ein Buch ist immer ein Ergebnis. Natürlich ist der Weg dorthin ein Prozess, der mit dem Erscheinen des 1. Buchs nicht endet. Und um Ergebnisse zu erzielen, darfst du dich auf Ergebnisse fokussieren.

Unabhängig davon, was jede einzelne Person für Gründe angeben mag, warum sie ihr Buch nicht schreibt, eines bleibt immer gleich: Das positive Ergebnis, in diesem Fall das veröffentlichte Buch, ist bisher nicht attraktiv genug gewesen, um ins Handeln zu kommen. Darum war der 1. Schritt zu deinem Buch, wo du dir die Frage nach deinem Warum beantwortet hast, so wichtig. Damit du in die Gänge kommst und mit Volldampf loslegst, brauchst du

deine Motivation – und zwar nicht nur einmal, sondern regelmäßig. So bleibst du dran und stellst dein Buchprojekt auch fertig.

Es gibt viele wirksame Techniken und Strategien, um Aufschieberitis nachhaltig zu überwinden – und das wesentliche Element dabei ist deine Motivation, deine Sehnsucht nach dem positiven Ergebnis.

## **Ich habe keine Zeit**

Nein, ich sage dir jetzt nicht: »Zeit hast du nicht, Zeit nimmst du dir.«

Tatsache ist: Während du »Mission Bestseller – In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich« liest, bist du sehr wahrscheinlich (noch) nicht hauptberuflich Autor oder Autorin.

Das bedeutet, du darfst das Schreiben, Veröffentlichen und Vermarkten deines Buchs in dein Leben, deinen Job, deinen Alltag einbauen.

Der größte Schlüssel für deinen Erfolg liegt hier nicht in dem Ausmaß an Zeit, das du täglich und wöchentlich in dein Buch investierst. Es geht darum, dass du deinen Istzustand ehrlich analysierst und einschätzt, ihn deinem Zielzustand gegenüberstellst und dann deine persönliche Formel findest, die für dich nicht nur lebbar, sondern optimal ist.

Natürlich bestimmt das Ausmaß deiner zeitlichen Investition das Tempo deines Schreibens und das Erscheinungsdatum deines Buchs mit. Und wenn es auch dir um nachhaltigen Erfolg geht, dann geht es

darum, für dich eine Formel zu finden, die du über einen längeren Zeitraum mit Freude lebst. Für die eine wird das eine Stunde pro Tag sein, für den anderen 10 Minuten. Und beides ist gut.

*Aus meiner Erfahrung weiß ich, dass du mit einer Stunde für dein Buch pro Tag sehr weit kommst. Ich mache das meist so, wenn ich an einem Buch schreibe. So wächst mein Buchportfolio schnell, und Bücher sind für mich zu einer bedeutenden Einnahmequelle geworden.*

*An manchen Tagen sitze ich natürlich auch länger, weil ich gerade so viel zu schreiben = sagen habe – und einmal die Woche bin ich immer an der frischen Luft – egal ob ich gerade am Genfer See, auf Mallorca, in Shetland, in den Bergen südlich von Wien, in Wien selbst oder an anderen schönen Orten lebe und arbeite. Diese Zeit nütze ich auch zum Planen, vor allem zum Träumen. Diese eine Stunde kommt an anderen Tagen dazu. Als Profi ist das für mich ein guter Schnitt, der für mich wunderbar funktioniert.*

Du darfst deine Prioritäten klar haben. Vielleicht liegt dein Fokus gerade auf anderen Bereichen. Denn eines ist sicher: Auch mit 10 Minuten pro Tag bekommst du dein Buch fertig, weil du dranbleibst. Es dauert dann eben länger.

Wichtig ist vor allem, dass du ehrlich mit dir bist und deine Ziele klar vor Augen hast. Vergleichen tust du dich übrigens auch in diesem Zusammenhang nur mit dir selbst!

## **Die Schreibblockade, gibt es die wirklich?**

Eines ist sicher: Wenn du an sie glaubst und vielleicht gar, dass alle Autorinnen und Autoren irgendwann davon betroffen sind, dann gibt es sie für dich und vermutlich kommt sie dann auch mal zu Besuch.

Ich persönlich kenne sie nicht – und sie geht mir auch nicht ab.

Sobald du dich von dem Schreckgespenst »Schreibblockade« verabschiedet hast, bleibt die Tatsache über, dass es Tage gibt, an denen das Schreiben nur so aus dir herausfließt und andere, wo es sich ein wenig zäher anfühlt oder auch sehr.

Ich kenne viele Techniken und Strategien, um beim Schreiben in den Flow zu kommen, und habe sie getestet. Die vielleicht wirksamste ist, das Schreiben strikt vom Bearbeiten des eigenen Texts und der Recherche zu trennen.

Für mich war das eines der größten Geschenke, die ich mir je gemacht habe. Das fühlt sich an, als ob ich eine Handbremse gelöst und alle Stricke, die mich zurückgehalten hatten, durchtrennt habe.

Natürlich hilft dir hier das Im-positiven-Ergebnis-Sein enorm, sobald du gleichzeitig offen und flexibel dafür bist, wie du dorthin kommst.

Der eine Blogartikel, den du dir für heute vorgenommen hattest, will und will nicht fließen? Schreib doch einfach über etwas anderes, das dir

gerade einfällt. Nein, das gibt es nicht, dass dir gar nichts einfällt. Du denkst immer über etwas nach – und falls nicht, dann bist du am tiefen Meditieren und Entspannen und auch das ist gut. Dann schreibst du eben danach über deine Entspannungserfahrung.

## **Die produktive Lösung**

Bei deiner Themenwahl hast du dich für ein Buch entschieden, das zu dir und deinem Business passt. Das bedeutet auch: Jeder Moment, den du an deinem Buch arbeitest, bringt dich für dein ganzes Business weiter.

Du merkst auch, wie du immer fokussierter wirst, weil du deine Gedanken und Überlegungen schriftlich festhältst. Du verwendest Texte, die du schon produziert hast, für dein Buch und entwickelst so dein Business weiter.

So arbeitest du mit einem ganzheitlichen Blick und erzeugst laufend schriftliches Material, das du auf mehreren Ebenen einsetzen kannst.

Je früher du beginnst, dir ein Erfolgsmindset fürs Schreiben anzueignen, desto leichter fällt dir jeder der einzelnen Schritte auf dem Weg zu deinem Buch, zu deinem Erfolg.

**Hol dir noch zusätzliche Impulse und hör dir »Dein richtiges Mindset als Autor, als Autorin« an: <https://mission-bestseller.com/dein-richtiges-mindset-als-autor-und-autorin-folge-09-dbt>.**

## **Und jetzt du!**

*Wir haben nichts zu verlieren außer unseren Zweifeln und unsere Angst.*

Ran ans Finden, Entwickeln und Ausbauen deines optimalen Mindsets! Ich brauche nicht zu erwähnen, dass Investitionen in dich selbst immer Früchte tragen und sich lohnen.

Menschen, die sich wertschätzen und diese Chance ergreifen, merken schnell, wie nützlich ihnen diese Mindset-Tools in allen Bereichen des Lebens sind.

## ***Schritt 5: Wie du dein Buch veröffentlichst***

### ***Es ist so weit!***

Und dann ist es so weit! Du hast dein Buch fertig geschrieben, und dein Buchprojekt geht in die nächste Runde. Du darfst dich entscheiden, wie du dein Buch veröffentlichst.

Auch heute halten sich noch einige Fehlinformationen zum Thema Buch.

- Du bräuchtest eine Agentur und müsstest einen Verlag finden, um ein Buch erfolgreich zu veröffentlichen.
- Wenn du einen Verlag findest, würde der sich um das ganze Marketing kümmern.
- Du wärest auf die Zustimmung eines Verlags angewiesen, um dein Buch zu veröffentlichen.
- Ein Buch selbst zu verlegen sei eine Niederlage.

Hast du das so oder in ähnlicher Form schon gehört? Hattest du es geglaubt?

Vor ein paar Jahren mögen diese Aussagen vielleicht weitgehend gestimmt haben – inzwischen hat eine Revolution stattgefunden. Die digitale Revolution hat den Buchmarkt und das Verlagswesen von Grund auf verändert.

Heute sind Dinge für dich einfach und möglich, die noch vor 10 Jahren schwierig, wenn nicht un-

möglich waren. Es gibt ein neues Zauberwort, das um die Welt jagt: Selfpublishing.

*Für mich und viele andere ist ein Traum bereits wahr geworden: das 1. veröffentlichte Buch!*

*Natürlich freue ich mich über die Tantiemen und die Öffentlichkeitswirkung, die ich mit meinen Büchern erreicht habe. Aber da ist noch mehr dran. Für mich geht es in unserer Zeit auch darum, das Schreiben und Veröffentlichen von Büchern auf eine neue Ebene des Empowerments zu heben – als Teil des gesellschaftlichen Fortschritts. Das ist Teil meiner Mission.*

*Während es in unserer Welt an vielen Stellen an großen nachhaltigen Lösungen fehlt, haben viele Menschen in Teilbereichen tolle Wege gefunden, die funktionieren und die Welt zu einem besseren Platz machen.*

*Ich finde es toll, anderen Menschen zu helfen, sich auszudrücken und ihr Wissen, ihre Fähigkeiten und Erfahrungen mit der Welt zu teilen. Ich freue mich über jedes einzelne Buch, zu dem ich meinen Beitrag leisten darf.*

*Ich freue mich auch jetzt schon, weil ich mir vorstelle, wie du mir schreibst und erzählst, dass du es geschafft hast und dein Buch auf die Reise geschickt hast.*

## **Was ist eigentlich Self-publishing?**

Es war einmal ...

Es ist noch nicht lange her, da gab es 2 Wege, um ein Buch zu veröffentlichen: einen Verlagsvertrag oder Vanity Publishing.

Und der Vertrag mit einem Verlag stellte lange die einzige professionelle Möglichkeit dar, das eigene Buch auf die Welt zu bringen.

Das stand für einen engen Filter und eine willkürliche Auswahl durch etablierte Verlage, die bestimmten, welche Bücher veröffentlicht wurden und Erfolg hatten. Der einzige Weg für Autoren und Autorinnen mit ihren Büchern gutes Geld zu verdienen, war der millionenfache Verkauf von Büchern. Bei einem durchschnittlichen Tantiemensatz von 5 Prozent des Nettogewinns bei Verlagsbüchern ist das auch einleuchtend.

Kontrolle über das eigene Buch hattest und hast du bei diesem Modell nicht wirklich. Titel, Cover, Preisgestaltung, Klappentext und oft auch Inhalt und Stil wurden und werden dabei von den Verlagen fix vorgegeben.

Dem gegenüber stand das Vanity Publishing, wo Autoren und Autorinnen, die keinen Verlagsvertrag ergatterten, sich – gegen teures Geld – ein paar gedruckte Exemplare ihres Buchs – für sich und die Familie gönnten. Selbstverlag, so wurde das im deutschsprachigen Raum genannt – und es hatte einen schlechten Beigeschmack.

## **Und heute ...**

Heute, im 21. Jahrhundert, hat sich die Situation am Buchmarkt radikal verändert. Manche der klassischen Verlage gibt es noch, viele sind zu riesigen Medienkonzernen zusammengefasst worden, und sie arbeiten noch nach nahezu den gleichen, unveränderten Bedingungen wie im letzten Jahrhundert.

Daneben sind als Ergebnis der digitalen Revolution im Buchmarkt zahlreiche moderne, digitale Verlage und Dienstleistungsunternehmen entstanden, mit denen du zusammenarbeiten kannst. Das moderne Selfpublishing als neue Form, das eigene Buch als eBook und als Print-on-Demand-Taschenbuch (Druck auf Bestellung statt Auflagedruck) unabhängig gewinnbringend zu veröffentlichen, ist eine weitere Option für dich. Als Autor, als Autorin behältst du bei diesen Veröffentlichungswegen viel mehr Kontrolle über dein Produkt, dein Buch – und einen viel höheren Anteil an den Einnahmen, als die meisten Autoren und Autorinnen in der Vergangenheit sich nicht einmal im Traum vorstellen konnten. (Für Autorinnen und Autoren, die über Verlage veröffentlichen, gilt das heute noch!)

## **Kunst – Berufung – Beruf**

Ein Überbleibsel aus dem letzten Jahrhundert ist ein altmodischer Blick auf Kultur – Schreiben, Musik, Malen und darstellende Kunst.

Während in nahezu allen anderen Wirtschaftsbereichen das Selbstständigsein und -arbeiten in unse-

rer Gesellschaft als Ideal gepriesen wird, wird Künstlern und Künstlerinnen aller Bereiche genau dieses Selbstständigsein noch als Makel angehaftet. Beim Schreiben sollen es die Verlage sein, bei der Musik die Label und in der bildenden und darstellenden Kunst die Galerien, die bestimmen, was gut ist und verbreitet wird. Hier soll es plötzlich ein Qualitätsmerkmal sein, für jemand anderen zu arbeiten, ja sich ausbeuten zu lassen.

Wir sind im 21. Jahrhundert angekommen und heute ist, dank der digitalen Revolution am Buchmarkt, Selfpublishing eine tolle Möglichkeit, Bücher zu schreiben, zu veröffentlichen und vor allem zu verkaufen. Für manche Autoren und Autorinnen ist sie die ideale Form.

Heute sind alle Abstufungen, vom komplett unabhängigen Selfpublishing bis hin zur Zusammenarbeit mit einem Verlag, möglich und machbar – auch in vielfältigen Kombinationen. Du hast die Wahl.

## ***Die einzige Ausnahme***

Einen Weg solltest du dir auf jeden Fall sparen: Druckkostenzuschussverlage. Das sind Unternehmen, die nur vorgeben, ein Verlag zu sein. In Wirklichkeit sind sie überteuerte Dienstleister. Sie lassen sich von Autorinnen und Autoren teuer bezahlen und schütten keine oder nur geringste Tantiemen aus. Sie haben auch keinerlei Interesse an der Vermarktung der Bücher. Ihr Geschäftsmodell ist nicht der Verkauf von Büchern, sondern der Verkauf von Autor\*innenverträgen.

Wie du sie erkennst und vermeidest, kannst du hier nachhören: [www.mission-bestseller.com/folge-209-nein-zu-dkzv-druckkostenzuschussverlaege-nein-danke](http://www.mission-bestseller.com/folge-209-nein-zu-dkzv-druckkostenzuschussverlaege-nein-danke).

## **Selbst bestimmen heißt nicht alles selbst machen**

Du kannst heute als Autor, als Autorin die volle Kontrolle über dein Buch behalten. Das bedeutet allerdings nicht, dass du alles selbst machen musst oder sollst. Für Lektorat und Korrektorat brauchst du Unterstützung, um ein hochwertiges Buch zu bekommen. Du brauchst mindestens ein anderes Paar Augen, das über und in dein Buch schaut. Das Lektorat hilft dir, eine gute Struktur zu haben, flüssige und nachvollziehbare Zusammenhänge und Übergänge. Das Korrektorat sorgt dafür, dass du ein fehlerfreies Buch bekommst. Auch dein Cover solltest du von Profis gestalten lassen, es sei denn, du bist selbst Grafikerdesigner oder Grafikerdesignerin.

Während es wirklich einfach ist, ein eBook ansprechend zu gestalten, lohnt sich bei einem Printbuch meist ein professioneller Satz.

## **Dienstleistungsunternehmen fürs Selfpublishing**

Covergestaltung, eBook-Erstellung, Satz für die Printversion, Lektorat, Korrektorat, Buchcoaching, Schreibtraining, Distribution von eBooks an Online-Shops, Marketingunterstützung, Transkribie-

ren von Ton- und Videoaufnahmen, Videotrailer, Pressearbeit ... all das sind Beispiele für Dienstleistungen, die du dir für dein Buch von außen holen kannst, um die Qualität deines Produkts zu verbessern und effektiver zu arbeiten. Als einzelne Produkte oder im Set, bis hin zur Kooperation mit einem modernen, digitalen Verlag.

Ja, du kannst sogar das Schreiben selbst delegieren und dir ein Ghostwriting organisieren (da schreibt kein Geist, sondern ein anderer Mensch für dich).

Wie viele und welche Dienstleistungen du in Anspruch nimmst, hängt davon ab, ob für dich im Moment Zeit oder Geld in größerem Ausmaß vorhanden sind, wie leicht du dich am Computer und im Internet bewegst, welche Programme, Fertigkeiten und Fähigkeiten du selbst hast und natürlich was du mit Begeisterung tust, was dir Spaß macht.

## ***Alles ist möglich***

Im 21. Jahrhundert stimmt dieser Satz im Buchmarkt besonders. Es ist heute möglich, vom Schreiben zu leben – und immer mehr Autoren und Autorinnen tun es auch. Ob du Belletristik, Sachbücher oder Ratgeber schreibst, spielt dabei keine Rolle, der Erfolg ist in all diesen Bereichen planbar – vorausgesetzt, du schreibst gerne, gut und viel und bist bereit, dein Buch mit Liebe und Begeisterung zu vermarkten. Unabhängig davon, für welche deiner Optionen du dich entscheidest – die Grenzen zwischen ihnen sind fließend und offen.

## ***Hindernisse im Außen gibt es nicht mehr***

Ja, das stimmt: Es gibt heute keine äußeren Hindernisse mehr, die dich daran hindern, dein Buch zu schreiben. Sollte dich da noch etwas zurückgehalten haben, dann liegen diese Hindernisse in dir. Und das hat den Riesenvorteil, dass du es auch selbst aus dem Weg schaffen kannst – sobald du dazu bereit bist und entschlossen ins Handeln kommst. So wie du gelernt hast, mit Zweifeln und Ängsten umzugehen und sie zu überwinden.

Schau dir als Ergänzung diesen Blogartikel [www.mission-bestseller.com/ein-ebook-ja-klar-aber-wozu-ein-taschenbuch](http://www.mission-bestseller.com/ein-ebook-ja-klar-aber-wozu-ein-taschenbuch) an. Hier stelle ich dir vor, wie du mit Print on Demand Taschenbücher veröffentlichen kannst, ohne dich mit hohen Anfangsinvestitionen, Lager- und Versandkosten herumzuschlagen.

Für die eBook-Ausgabe kannst du dir entweder bei den einzelnen Online-Buchshops ein Konto anlegen, oder du nutzt einen der sogenannten Distributoren, die dein eBook für dich an die unterschiedlichen Plattformen ausliefern. Ein Beispiel ist feiyr.com, die ich in dieser Podcastfolge vorstelle: [www.mission-bestseller.com/Self-Publishing-mit-feiyr-ebooks-hoerbuecher-und-mehr-folge-77](http://www.mission-bestseller.com/Self-Publishing-mit-feiyr-ebooks-hoerbuecher-und-mehr-folge-77).

Wie die meisten unabhängigen Autorinnen und Autoren verkaufe ich selbst mit Abstand die meisten Bücher (Print wie eBook) über Amazon.

*Der Buchmarkt entwickelt sich gerade in dieser Hinsicht so dynamisch und schnell wie noch nie. Ständig tauchen neue Angebote auf – und alte verschwinden. Um auf dem Laufenden zu bleiben, trage dich in den Mission-Bestseller-Newsletter ein: [www.mission-bestseller.com](http://www.mission-bestseller.com).*



## ***Schritt 6: Wie du dein Buch vermarktest***

Ob du für einen Verlag arbeitest, Selfpublishing mit Amazon und den anderen Online-Bookshops betreibst oder dein Buch direkt über deine Internetseite vertreibst – das Schreiben und Veröffentlichen deines Buchs sind erst der Anfang deines Erfolgs als Autor, als Autorin. Ohne das Buchmarketing nützt dir das alles nichts. Du darfst dafür sorgen, dass deine Zielgruppe dein Buch findet, kauft, liest und anwendet.

Hier gebe ich dir einen kurzen Überblick auf dieses umfangreiche Thema. Sobald du bereit bist, dich zu vertiefen, empfehle ich dir »Mission Bestseller: Ratgeber und Sachbücher erfolgreich vermarkten und verkaufen. Eine Anleitung«. Darin entwickle ich mein Buchmarketingkonzept tiefgehend und ausführlich. Es ist als eBook und Taschenbuch auf Amazon erhältlich: [www.amzn.to/2n9Cvr0](http://www.amzn.to/2n9Cvr0).

Viele Autoren und Autorinnen sagen, dass das Schreiben eines Buchs etwa 20 Prozent der Arbeit ausmacht, der größte Teil der restlichen 80 Prozent geht im Marketing auf – und ich kann das aus meiner Erfahrung nur bestätigen. Du kennst das sicher auch schon von dir. Es ist nicht damit getan, eine Internetseite ins Netz zu stellen, egal wie schön und toll sie ist. Du willst, dass dich Menschen finden und deine Texte lesen! Und dann sollen die Richtigen deine Produkte und/oder Dienstleistungen kaufen.

Bevor ich dir einen Bauplan für dein erfolgreiches Buchmarketing gebe, räumen wir auch hier mit einigen noch weitverbreiteten Fehlinformationen auf.

- Mit Büchern könntest du nicht reich werden.
- Schreiben sei eine brotlose Kunst.
- Mehr als ein Euro pro Buch bleibe keinem Autor, keiner Autorin.

3-mal gelogen.

Natürlich ist Reichwerden ein sehr dehnbarer Begriff. Tatsache ist, dass die Top 10 von amazon.de regelmäßig von Selfpublishing-Autorinnen und auch -Autoren beherrscht werden. Die Nummer 1 im Kindle-Shop auf amazon.de verkauft pro Tag mehr als tausend eBooks. Bei einem Verkaufspreis von 2,99 Euro bleiben dir als Autor oder Autorin also pro Tag mindestens 1.700,00 Euro – das sind im Monat dann mehr als 50.000,00 Euro.

Klar, es gibt immer nur eine Nummer 1 und die Verkaufszahlen sinken auf den dahinterliegenden Plätzen exponentiell. Meist stehen auf diesem Platz Liebesromane und Krimis – es gibt aber auch Sachbücher und Ratgeber, die das schaffen. Als Zielvorstellung ist das für mich auf jeden Fall interessant. Was meinst du? Wie gut gefällt dir die Vorstellung?

Abgesehen von diesen Bestsellern ist es auch möglich, vor allem Ratgeber langfristig zu positionieren, sodass du monatlich zwischen 30 und 100 eBooks verkaufst. Auch so kannst du dir eine ergiebige Einnahmequelle erschließen, die dir Monat für

Monat Einnahmen von ein paar hundert oder tausend Euros bringt – überhaupt, sobald du ein schönes Portfolio hast.

## **Wie präsentierst du dein Buch?**

Oft höre ich, wie behauptet wird: Das Wichtigste für den Erfolg eines Buchs ist, dass es ein gutes Buch ist.

Die Qualität deines Buchs ist natürlich für den nachhaltigen Erfolg entscheidend – vor allem auch für dein Branding. Denn alles, was du veröffentlichst, wird mit dir, deinem Namen, deiner Marke verbunden.

Und: Wie gut dein Buch tatsächlich ist, wissen die Leute erst, nachdem sie es gelesen haben. Das bedeutet, dass dir die Qualität deines Buchs nur indirekt bei der Vermarktung hilft – über Rezensionen und Empfehlungen, die du erhältst.

Die meisten Menschen sehen von deinem Buch zunächst den Titel und das Cover und (nur) wenn diese attraktiv sind, die Buchbeschreibung und die ersten 10 Prozent deines Buchs, die du als Vorschau zur Verfügung stellst.

### **Das sind die großen 3 in der Präsentation:**

- Titel
- Cover
- Buchbeschreibung

Viele Autoren und Autorinnen machen noch den Fehler, diese Elemente als nebensächlich zu betrachten. Sie sind wesentliche Elemente deines Buchs und für deinen Verkaufserfolg entscheidend.

Der Titel darf zündend und einprägsam sein – den Untertitel nutzt du, um deine Keywords zu platzieren.

Das Cover darf dem Genre und der Zielgruppe deines Buchs angepasst sein.

Die Buchbeschreibung ist dein Verkaufstext, du darfst Aufmerksamkeit und Interesse erzeugen – die Sehnsucht zu wissen, was da drin steht – und die Menschen zum Handeln (= Buch kaufen) veranlassen. Auch hier ist Platz für deine wichtigsten Keywords.

Ich habe die wichtigsten Tipps für einen Klappentext, der verkauft, in diesem Blogartikel zusammengefasst:

[www.mission-bestseller.com/buchbeschreibung-verkauft](http://www.mission-bestseller.com/buchbeschreibung-verkauft).

## **Wie finden Menschen dein Buch?**

Du darfst über dein Buch sprechen. Und zwar schon, bevor du es veröffentlichst. Erzähle den Menschen über dich und dein Buch – schon während du es schreibst. Du darfst dein Buchmarketing parallel zum Planen und Schreiben deines Buchs entwickeln und in die Praxis umsetzen.

Dein Blog ist eine wunderbare Plattform, ein Podcast oder Videocast sind weitere Möglichkeiten und deine Social-Media-Kanäle ebenso. Gerade bei Sachbüchern und Ratgebern darfst du dich ohnehin mit deinen Themen auch neben dem Buch beschäftigen, um die notwendige Kompetenz zu erlangen. Dabei kannst du auch die Samen für deine Buchverkäufe säen.

## **Dein Netzwerk**

Du hast vermutlich schon oft von ihm gehört, diesem Zaubermittel: deinem Netzwerk. Wer ist dein Netzwerk? Online sind das die Menschen, die an dir, deinen Dienstleistungen und Produkten interessiert sind, mit denen du im Austausch stehst und die deinen Newsletter abonniert haben und/oder über die Social Media mit dir verbunden sind – Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Pinterest, Instagram und YouTube, um nur die wichtigsten zu nennen. Offline sind das deine Freunde, Kolleginnen, Businessnetzwerke, Vereine ...

Im Online-Marketing werden diese Menschen oft unter dem Namen »deine Liste« zusammengefasst, was für mich die aktive Kommunikation und Interaktion, die du mit diesen Personen aufbauen und pflegen willst, nur einschränkend darstellt.

Dein Netzwerk besteht aus Menschen, von denen du weißt, dass sie sich grundsätzlich für dich und deine Arbeit interessieren, und du darfst ihnen Informationen geben, die ihnen hilfreich und nützlich

sind – du lieferst ihnen wertvolle Informationen, Strategien und Erfahrungen, du tauschst dich mit ihnen aus. Natürlich erzählst du ihnen auch über dein Buch.

Das kannst du hervorragend mit der aktuell wirksamsten Maßnahme für deinen Book-Launch kombinieren: eine zeitlich befristete Preisaktion, wo du dein Buch auf Amazon für bis zu einer Woche um (zum Beispiel) 2,99 Euro statt 9,99 Euro anbietest und so für den Initialschub sorgst, den du brauchst, damit dein Buch auf Amazon sichtbar wird und Amazons eigene Marketingmaßnahmen zu laufen beginnen.

Die wesentliche Voraussetzung, dass dieser Prozess funktioniert, ist, dass du schon vor deinem Book-Launch mit den Menschen in Interaktion kommst und bleibst, indem du für sie relevante und nützliche Tools und Ressourcen mit ihnen teilst und auch ihr Feedback in deine Tätigkeit aufnimmst. Du darfst aktiv mit deinem Netzwerk kommunizieren.

Das Mittel der Wahl ist aktuell ein Launch-Team. Eine Gruppe von Menschen, die dich auf verschiedenen Ebenen und auf unterschiedliche Art und Weise beim Launch, der Veröffentlichung, deines Buchs unterstützen. Vorablesen und Rezensieren, Einladungen zu Gastartikeln und Interviews, E-Mail-Aussendungen, Social Media – und im Austausch lässt du dir etwas für sie einfallen. Gratisbücher, Goodies, Einblick in deinen Marketingplan ... und natürlich gegenseitige Unterstützung.

So baust du Vertrauen auf und legst die Basis für deinen nachhaltigen Erfolg.

In deinem Buch erzählst du Geschichten, und im Buchmarketing erzählst du die Geschichte deines Buchs.

*Eine Erfahrung, die ich selbst gemacht habe: Ja, diese Geschichte ist interessant und anregend für meine Zielgruppe. Eine wesentliche Eigenschaft meines idealen Lesers, meiner idealen Leserin ist: Sie interessieren sich für das, was ich tue.*

*So erlebe ich immer wieder: Die Menschen, die sich für Bücher interessieren und für mich und meine Art damit umzugehen und zu leben, die freuen sich, von mir zu hören, lesen. Ums Verkaufen geht es dabei gar nicht in erster Linie. Ich teile etwas mit ihnen, das ihnen nützt und oft Freude macht. Und das macht die Menschen neugierig und viele wollen dann mehr und kaufen sich ein Buch bei mir, machen einen Kurs oder ein Buchmentoring. Einfach, weil sie merken: »Das hat Hand und Fuß, was der Tom macht, das funktioniert, das nutzt mir – und ich will mehr davon.«*

*Mir macht das selbst viel Spaß, weil ich es genieße, mit Menschen zu tun zu haben, die positiv sind und sich für die gleichen oder ähnlichen Dinge interessieren, auf der Strukturebene oder von den Inhalten her.*

Für viele Menschen bedeutet das: Du darfst dich groß machen und viel mehr Wind um dich und dein Buch erzeugen, als du das früher vielleicht für angebracht gehalten hättest. So erzählst du die Geschichte deines Buchs am besten.

## Kooperationen

Die im Moment wahrscheinlich mächtigste und profitabelste Kooperation für Autoren und Autorinnen ist sicher die mit Amazon, gefolgt von den anderen Online-Bookshops wie iTunes, Thalia & Co.

Eine weitere Möglichkeit, dein Buch zu promoten, ist, dass du dir überlegst, welche Experten und Expertinnen, die Dienstleistungen und Produkte anbieten, die sich von deinen eigenen unterscheiden und dabei eine ähnliche Zielgruppe haben, vielleicht ein Interesse haben, dein Buch an ihre Liste zu empfehlen. Vielleicht finden sich auch Möglichkeiten, wo du eine Dienstleistung von ihnen empfiehlst?

Da liegt viel Potenzial drin, weil es kaum eine wirksamere Werbung gibt als die Empfehlung von einer Autorität.

Auch Blogs fallen in meiner Sicht der Welt unter Kooperationen.

Die meisten Blogger und Bloggerinnen, die Bücher vorstellen, verdienen über das Amazonpartnerprogramm an den Verkäufen über ihre Artikel und sind zudem interessiert, ihren Lesern und Leserinnen laufend neue, attraktive Bücher zu empfehlen.

Auch hier darfst du aktiv, direkt und persönlich auf die Menschen zugehen, zu deren Blog dein Buch gut passt.

Ich empfehle dir dazu die Podcastfolge »Kooperationen, die klappen«: [www.mission-bestseller.com/kooperationen-die-klappen-folge-42-dbt](http://www.mission-bestseller.com/kooperationen-die-klappen-folge-42-dbt).

## Events

Mit Events – offline und online – erreichst du auch viele Menschen.

Im Offline-Bereich bieten sich Lesungen an – vielleicht auch gemeinsam mit anderen Autorinnen und Autoren, deren Bücher zu dir passen. Dafür ist es natürlich genial, eine Taschenbuchausgabe zu haben.

Wenn du ohnehin schon Vorträge oder Workshops zu deinen Themen anbietest, dann ist das ein Heimspiel für dich. Ein Büchertisch und in der Pause die signierten Bücher verkaufen – da freuen sich alle Beteiligten.

Im Online-Bereich sind Facebook-Events und vor allem Live-Webinare und Live-Videos wirksame Methoden, um dein Buch – am besten im Rahmen von Preisaktionen, Gewinnspielen oder Sonderleistungen – vorzustellen. Feiere deine Launch-Party offline und/oder online.

Gerade für Belletristik-Bücher findest du mit Lovelybooks und Goodreads Plattformen, um direkt mit Lesern und Leserinnen in Kontakt zu kommen. Für Sachbücher lohnt sich das nur in den seltensten Fällen.

## Deine Verkaufsseite

Unabhängig davon, über welche Portale du deine Bücher verkaufst, ist es sehr zielführend, eine eigene Verkaufsseite für dein Buch anzulegen. Eine Lan-

ding Page, um sie beim Namen zu nennen, wo du nur dein Buch präsentierst. So können Menschen auch über Google zu deinem Buch kommen.

Ich persönlich empfehle auch hier in den meisten Fällen, die Leser und Leserinnen von deiner Landing Page für den Kauf zu Amazon zu leiten. So nutzt du das Vertrauen in die Marke bei vielen Menschen, brauchst dich um nichts zu kümmern und zusätzlich helfen Verkäufe, die du so selbst generierst, gleichzeitig dem Amazon-Ranking deines Buchs. Was dir wieder mehr Sichtbarkeit und in der Folge mehr Verkäufe bringt. Dazu kannst du das mit dem Amazon-Partnerprogramm kombinieren und so zusätzliche Einnahmen lukrieren.

Ich weiß, es kann auch potenzielle Kunden und Kundinnen geben, die explizit nicht dort kaufen wollen – wenn sie in deiner Zielgruppe sind und du dich nicht exklusiv an Amazon gebunden hast (jeweils für 90 Tage), dann ist es hier sinnvoll, auch alternative Shop-Links einzubinden oder das Buch über die eigene Internetseite anzubieten – etwa mit Digistore24.

## **Welche Nachteile haben die Online-Bookshops?**

In meiner Welt nur einen wesentlichen: Du bekommst keine Daten von deinen Lesern und Leserinnen, konkret meine ich die E-Mail-Adressen. Die behalten die Portale für sich. Falls das einzige und vorrangige Ziel deines Buchs also das Sammeln von

E-Mail-Adressen ist und du keine direkten Einnahmen damit erzielen willst, dann bleibt das einfache PDF, das du über deine Internetseite und Social-Media-Kanäle im Austausch für ein Newsletter-Abo anbietest, die beste Option.

Natürlich kannst du auch Bücher, die du über Amazon und andere Portale vertreibst, zur Leadgenerierung, zum Sammeln von Adressen nutzen – du bietest im eBook Bonusmaterial zum Download an, du lädst deine Leser und Leserinnen in eine Facebook-Gruppe, zu einer Facebook-Seite ein, um dir einige Beispiele zu geben.

Dieses Bonusmaterial und die darüber entstehende weitergehende Kommunikation mit deinen Leserinnen und Lesern wird zu einem immer zentraleren Element des Buchmarketings – oft führen Verkäufe von Onlinekursen, Seminaren und 1:1 Sessions, die so entstehen, zu wesentlich höheren Einnahmen als die Tantiemen aus den Buchverkäufen selbst.

Du nutzt dein Buch als Filter: Die einen lesen es und wollen danach keinen weiteren Kontakt, weil es ihnen nicht gefallen hat oder sie die Lösung für ihr Problem schon in deinem Buch gefunden haben. Die anderen sind auf den Geschmack gekommen und wollen mehr von dir. Mehr Informationen, direkten Kontakt, vielleicht auch eine Zusammenarbeit.

## **eBook-Werbeseiten**

Während es im englischsprachigen Markt zahlreiche Plattformen gibt, auf denen Selfpublis-

hing-eBooks vorgestellt werden können, ist das Angebot im deutschsprachigen Markt noch recht dünn gesät.

Die gute Nachricht ist: Es gibt eine wachsende Anzahl von Blogs, Facebook-Seiten, Facebook-Gruppen und Twitter-Accounts, die eBooks empfehlen, die gerade in Preisaktionen vergünstigt angeboten werden. Die Reichweite, die sie erzielen, ist sehr unterschiedlich. Die meisten dieser Seiten finanzieren sich über Werbeeinnahmen und Affiliatemarketing und nehmen eBooks, die zu ihrem Programm passen, kostenfrei an.

Andere bieten auch bezahlte Werbekampagnen an. Diese Investition lohnt sich im Belletristik-Bereich immer wieder. Für Ratgeber und Sachbücher empfehle ich das nur, wenn die eigene Zielgruppe mit dem Publikum der jeweiligen Seite starke Überschneidungen hat.

## **Facebook-Ads und Amazon-Werbung**

Wenn dein ganzes Marketingkonzept wirklich stimmig ist, dann – und nur dann – lohnt sich auch die Investition in bezahlte Werbeanzeigen für dein Buch auf Facebook und Amazon. Hüte dich davor zu glauben, ein paar Euro in solche Anzeigen investiert – auch ohne klare Strategie – könnten doch nicht schaden. – Such dir lieber eine wohltätige Organisation und spende an sie.

Bezahlte Werbung ist etwas für Profis. Setzt du

Facebook-Ads schon mit gutem Erfolg für dein Business ein, dann nutze sie auch für deine Bücher.

## **Write, Publish, Repeat**

Schreiben, veröffentlichen, wiederholen. Das nächste Buch schreiben ist langfristig die wirksamste Marketingmaßnahme für dein Buch. Deine Bücher werben gegenseitig für sich, du baust dein Branding immer weiter aus und steigerst deine Einnahmen stetig.

Ein sehr Erfolg versprechendes Modell sind dabei Serien. Auch ganz unterschiedliche Bücher – die eine ähnliche oder die gleiche Zielgruppe ansprechen – funktionieren gut. Ich habe das selbst getestet und genieße die Früchte meiner Arbeit.

Ich habe für dich als Ergänzung den Link zur Aufzeichnung eines Q&A-Webinars zu Buchmarketing, das ich auf YouTube veröffentlicht habe:

[www.youtube.be/-H\\_evVxgq9Q](http://www.youtube.be/-H_evVxgq9Q).

Denk daran: Sobald du dich in das Vermarkten deiner Sachbücher vertiefen willst, lege ich dir mein Buch »Mission Bestseller – Ratgeber und Sachbücher erfolgreich vermarkten und verkaufen. Eine Anleitung« ans Herz ([www.amzn.to/2n9Cvr0](http://www.amzn.to/2n9Cvr0)).



## ***Du bist an der Reihe, jetzt geht's los!***

Jetzt bist du an der Reihe! Du kennst die 6 Schritte zu deinem Sachbuch.

Was tust du jetzt mit dieser Information?

Bist du eine oder einer von denen, die dieses Wissen einfach durch sich oder gar an sich vorbei streifen lassen und so weitermachen wie zuvor?

Oder hast du schon die Einstellung einer Siegerin, eines Siegers und setzt das um, was du gelernt hast? Und zwar auf deine Art!

Ich wünsche dir, dass du entschlossen loslegst, dir deinen Erfolg holst und dein Buch schreibst, veröffentlichst und vermarktest! – Ich freue mich auf deine Erfolgsmeldungen!

Du hast Lust, deine Reise zum erfolgreichen Autor, zur erfolgreichen Autorin nicht alleine zu machen? Dann stöbere in meinen Angeboten im Anhang – vielleicht lernen wir uns persönlich kennen.

Viel Spaß, viel Erfolg bei allem, was du tust, frohes Schreiben und:

Ran an die Tasten!

Dein Buchmentor,

Tom

[www.mission-bestseller.com](http://www.mission-bestseller.com)

*Der Buchmarkt entwickelt sich so dynamisch und schnell wie noch nie. Um auf dem Laufenden zu bleiben und aktuelle Informationen, Tipps und Angebote für dich und deine Bücher zu bekommen, trage dich in den Mission-Bestseller-Newsletter ein:*

*[www.mission-bestseller.com](http://www.mission-bestseller.com).*

***Mission Bestseller –  
Ratgeber und Sachbücher  
erfolgreich vermarkten  
und verkaufen.  
Eine Anleitung***

Ich habe dir meinen Buchmarketing-Ratgeber schon im Text empfohlen, hier kannst du ihn näher kennenlernen:

**Willst du dein Sachbuch,  
deinen Ratgeber zum  
Bestseller machen?**

**Du ahnst, was ein Buch für  
dich und dein Business tun  
kann:**

- Du positionierst dich als Experte, als Expertin.
- Du gewinnst neue, hochwertige Kontakte.
- Du erschaffst dir ein zusätzliches, regelmäßiges Einkommen.
- Du wirst besser in dem, was du tust, indem du dein Wissen für andere leicht verständlich schriftlich weitergibst.
- Du stärkst dein Branding.

Es genügt nicht, dass du ein gutes Buch schreibst, damit dir all das gelingt. Du musst es auch erfolgreich vermarkten und verkaufen.

In der »Mission Bestseller« zeige ich dir als Bestsellerautor und Buchmentor, wie du rund um deinen Ratgeber, dein Sachbuch eine Marketing-Strategie aufbaust, die dir sowohl hilft dein Buch erfolgreich zu verkaufen und viele Menschen zu erreichen als auch dein ganzes Business voranzubringen.

Produkt, Placement, Preis, People, Promotion – entlang der 5 P des Marketings teile ich meine in mehr als 30 Büchern erprobte Strategie mit dir und lade dich ein, sie für dich anzupassen und umzusetzen.

Beziehungsaufbau und -förderung sind der rote Faden, der sich durch die »Mission Bestseller« zieht. Deine Ziele, deine Zielgruppe stehen am Anfang, Social Media, E-Mail-Marketing und der Ausbau deiner Onlineplattform, Covergestaltung, Titel, Klappentext, die Auswahl der passenden Veröffentlichungswege führen zur optimalen Launch- oder Veröffentlichungsstrategie – und dein Erfolgsmindset ist entscheidend für deinen Erfolg.

Nutze die unbegrenzten Möglichkeiten, die der Buchmarkt im 21. Jahrhundert bietet, mit deinem Buch und werde zur Erfolgsautorin, zum Erfolgsautor.

Du findest »Mission Bestseller – Ratgeber und Sachbücher erfolgreich vermarkten und verkaufen. Eine Anleitung« als eBook und Taschenbuch auf Amazon: [www.amzn.to/2n9Cvr0](http://www.amzn.to/2n9Cvr0)

# ***Mission Bestseller Institut***

Du willst dich als (angehende) Autorin oder Autor mit Online-Kursen weiterbilden?

Du willst mit anderen Autorinnen und Autoren zusammen schreiben und deine Bücher vermarkten?

Dann besuch mich im Mission Bestseller Institut!

**[www.mission-bestseller-institut.com](http://www.mission-bestseller-institut.com)**

Ich habe ein wachsendes Portfolio an Selbstlern-Kursen, (online) Schreib-Bootcamps und Online-Workshops für dich vorbereitet. Dabei arbeite ich auch mit anderen Experten und Expertinnen zusammen:

»In 6 Schritten mit deinem Sachbuch erfolgreich« – der Videokurs zu diesem Buch

»Dein Buch – die Entscheidung« – finde heraus, welches Buch wann und wie zu dir und deinem Business passt

»Bring dein Buch in die Buchhandlungen – Schnellstart« – ein Online-Kurs gemeinsam mit Christina Bodendieck

»Bring dein Buch in die Buchhandlungen – Startpaket« – ein Online-Workshop gemeinsam mit Christina Bodendieck

»Von der Idee zum fertigen Produktkonzept« – ein Online-Kurs gemeinsam mit Thomas Mangold

»Technik für Online-Kurse – Videos« – ein Online-Kurs gemeinsam mit Thomas Mangold

»Mission-Bestseller-Club« – die Erfolgscommunity für Selfpublishing Autorinnen und Autoren

**[www.mission-bestseller-institut.com](http://www.mission-bestseller-institut.com)**

*Der Buchmarkt entwickelt sich so dynamisch und schnell wie noch nie. Um auf dem Laufenden zu bleiben und aktuelle Informationen, Tipps und Angebote für dich und deine Bücher zu bekommen, trage dich in den Mission-Bestseller-Newsletter ein:*

*[www.mission-bestseller.com](http://www.mission-bestseller.com).*



# **Copyright und Haftungsausschluss**

Copyright © 2020 be wonderful! e. U. Thomas Oberbichler

*Copyright: Alle Rechte sind vorbehalten. Kein Teil dieser Publikation darf ohne die schriftliche Zustimmung von be wonderful! e. U. – Thomas Oberbichler in irgendeiner Form oder mit irgendwelchen Mitteln, elektronisch oder mechanisch, vervielfältigt oder übertragen werden. Das beinhaltet Fotokopieren, Aufnahmen und jede Form der Informationsablage, die bekannt ist oder erfunden wird. Ausgenommen sind nur Rezensent\*innen, die kurze Ausschnitte im Zusammenhang mit einer Rezension in einer Zeitung, einem Magazin, Video, einer Sendung oder im Internet zitieren.*

*Haftungsausschluss: Dieses Buch ist konzipiert, Informationen in Bezug auf den behandelnden Gegenstand zur Verfügung zu stellen. Es wird unter der Voraussetzung verkauft, dass weder der Autor noch der Herausgeber eine psychologische Beratung durchführen und dass die Prozesse in diesem Buch weder diagnostisch noch psychologisch sind. Falls eine psychologische Unterstützung oder Unterstützung durch andere Expert\*innen benötigt wird, sollten die Dienste einer entsprechenden Fachkraft in Anspruch genommen werden. Es ist der Zweck dieses Buchs, zu bilden und zu unterhalten. Weder der Verlag be wonderful! e. U., Thomas Oberbichler, noch irgendein\*e Händler\*in*

*oder Importeur\*in haftet gegenüber der Käuferin oder dem Käufer oder irgendeiner anderen Person oder Gesellschaft in Bezug auf irgendeine Haftung, Verluste oder Schäden, die direkt oder indirekt von diesem Buch verursacht oder angeblich verursacht wurden.*