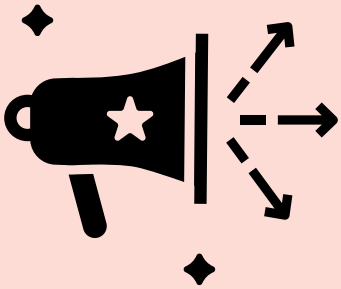


WORKBOOK

1:1 Beratung

@ Plucky Paper Crew

by Claudia Feldtenzer

Willkommen

Dieses Workbook gehört zu meiner ***1:1 Beratung*** - meinem 12 Wochen Programm - und soll dir als roter Faden und Nachschlagewerk dienen, Platz für deine Ideen geben, deinen Fortschritt zeigen sowie dir bei der Umsetzung deiner Pläne helfen.

In meinen 1:1 Programm lernst du,

- an dich und deinen Erfolg zu glauben,
- dich im Verlags- und Buchmarkts-Dschungel zurechtzufinden,
- dein Buchmarketing zeitsparend und erfolgreich zu gestalten –
- um (mehr) Geld mit deinem Schreiben zu verdienen

Das wird gut! 😉

HALLO, ICH BIN CLAUDIA!

DEINE EXPERTIN FÜR DEINE AUTOR:INNEN-MARKE

Ich bin Kommunikations-Spezialistin, Autorenberaterin, Verlags- und Presselady, Wahl-Münchnerin und Mama eines 4jährigen Wirbelwindes. Seit über 14 Jahren in der Buchbranche tätig, habe ich unzählige Autor:innen in die Presse vermittelt und bei ihren Buchprojekten inhaltlich wie strategisch begleitet.

Ich bin Inhaberin der Plucky Paper Crew GmbH (plucky = engl. für „mutig“) und ich helfe dir dabei, mehr Geld mit deinem Schreiben zu verdienen, indem ich dir zeige, wie du eine profitable Autor:innen-Marke aufbaust.

Erlaube dir, die Autor:in zu werden, die du schon immer sein wolltest!

deine Claudia

FAHRPLAN DER 1:1 BERATUNG

1 **Deine Zukunft** Seite 5

Erwartungshaltung, Bereitschaft für Veränderung, Blick in die Zukunft

2 **Überzeugungen** Seite 13

Selbstvertrauen, Mut, Motivation

3 **Hindernisse** Seite 17

erkennen & auflösen

4 **Dein Thema** Seite 33

klare Definition, dein Warum, Mission, Vision

5 **Der rote Teppich** Seite 56

PR- und Öffentlichkeitsarbeit, Webseite, Social-Media

6 **Money, Money, Money** Seite 92

Deine Einkommensmöglichkeiten

Deine Zukunft

Erwartungshaltung, Bereitschaft für Veränderung, Meilensteine, Blick in die Zukunft

1

DEIN ZIEL

WER SIND DEINE SCHREIB-VORBILDER? WELCHE AUTOR:IN WÄRST DU GERNE?

WAS WÄRE DEIN WUNSCH, WENN ALLES MACHBAR WÄRE?

MALE DIR DEIN ZIEL HIER EINMAL GANZ KONKRET AUS:

IN 100 JAHREN...

Visualisiere eine Krabbelkiste auf einem Bücherflohmarkt - oder eine digitale Welt-Bibliothek und stelle dir folgende Fragen:

WELCHE TEXTE WIRD ES VON DIR NOCH GEBEN?

WAS VERBINDEN ZUKÜNFTIGE LESER:INNEN MIT DIR?

WIE WIRD DIE LITERATURWISSENSCHAFT EUCH EINORDNEN?

WARUM WERDEN SICH AUCH NOCH LESER:INNEN IN 100 JAHREN FÜR DEIN SCHREIBEN INTERESSIEREN?

Schreib 50 Gründe auf

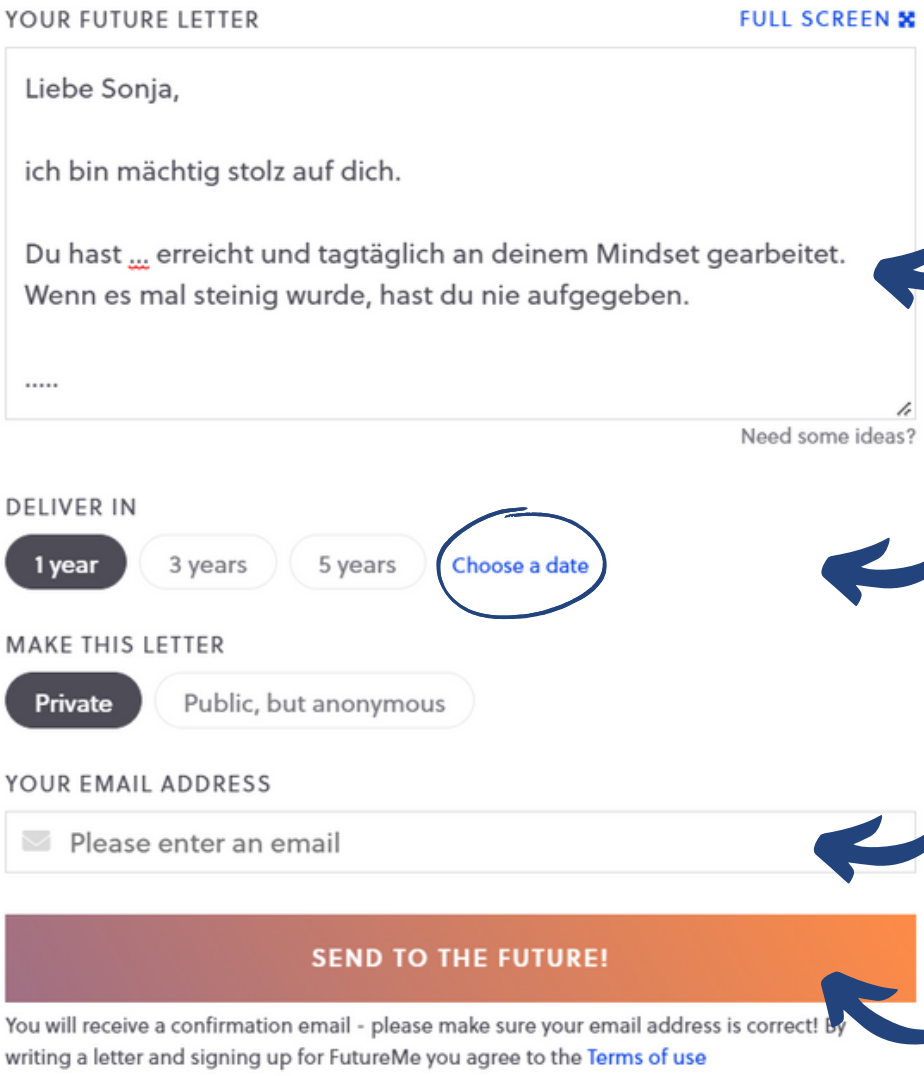
E-MAIL AUS DER ZUKUNFT

Lege dein persönliches Ziel für dieses Programm fest. Stell dir vor, du hast dein Ziel erreicht, wenn das Programm beendet ist.

Schreib dir aus dieser Perspektive eine E-Mail über FutureMe.org, die noch vor Programm-Ende bei dir eintrudelt, um dich zu diesem Erfolg zu beglückwünschen. Feiere dich für all das, was du in diesen 12 Wochen umgesetzt hast. (Anleitung - siehe nächste Seite)

MACH DIR GERNE VORAB HIER NOTIZEN:

ANLEITUNG FUTUREME.ORG



E-Mail-Text von deinem Zukunfts-Ich

Lege hier das konkrete Datum fest, wann du die Mail erhalten möchtest.

Gib hier deine E-Mail-Adresse an.

... und abschicken...

DU DARFST GESPANNT SEIN, WELCHE ERKENNTNISSE DIR DIESE E-MAIL BRINGEN WIRD.

PLATZ FÜR ZUSÄTZLICHE NOTIZEN & GEDANKEN

Überzeugungen

Selbstvertrauen, Mut, Motivation

2

DEINE ÜBERZEUGUNGEN

Affirmationen sind positive Überzeugungen, die durch Wiederholungen in dein Unterbewusstsein sickern sollen. Du schreibst sie nicht nur einmal auf, sondern du rufst sie dir Tag für Tag immer wieder ins Gedächtnis.

- Meine Arbeit ist wertvoll.
- Es ist okay, so wie ich bin.
- Ich bin gut genug.
- Ich bin wertvoll.
- Es gibt mehr als genug Leserinnen, die das wollen, was ich schreibe.
- Ich entwickle gute Ideen, die das Genre voranbringen.
- Das ist erst der Anfang.
- Ich kann lernen, wie ich meine Bücher verkaufe, ohne mich zu verbiegen.
- Ich werde im Verkaufen immer sicherer.
- Ich werde von Tag zu Tag sichtbarer.
- Mein Schreiben ist wichtig.
- Ich bin wichtig.
- Ich glaube fest an meine Ziele.
- Ich bin überzeugt, dass ich meine Ziele erreiche.
- Ich gebe jeden Tag mein Bestes.

- Ich halte es für möglich, dass sich ein paar Menschen für mich und mein Schreiben interessieren.
- Ich darf so viel Geld für mich und mein Schreiben verlangen, wie ich benötige
- Meine Ideen sind wichtig für anderen und wert, dass sie gehört werden.
- Ich kann mitgestalten, wie ich gesehen werden will.

IMPULS:

Limitierende Glaubenssätze auflösen und bestärkende Affirmationen sind eine Möglichkeit, an deinen Überzeugungen zu arbeiten. Der Bucherfolg stellt sich nicht magisch von allein ein, wenn du alle limitierenden Glaubenssätze auflöst. Du wirst dann auch nicht über Nacht berühmt oder ein Bestseller. Doch es wird sich leichter anfühlen. Das Buchmarketing und die Selbstvermarktung wird dir leichter fallen. Es wird dir helfen, wenn du denkst „Ich kann lernen, wie ich mich und mein Schreiben verkaufe“ oder "Ich lerne gerade, wie ich mich und mein Schreiben verkaufe" anstatt „Das kann ich eh nicht.“

PLATZ FÜR ZUSÄTZLICHE NOTIZEN & GEDANKEN

Hindernisse

erkennen & auflösen

3

DEINE GEDANKEN

WIE DENKST DU IM VERGLEICH ZU ANDEREN ÜBER DICH ALS AUTOR:IN?

WAS DENKST DU ÜBER DIE ANZAHL DEINER FANS UND FOLLOWER?

WARUM IST ES RICHTIG UND WICHTIG, DASS DU NOCH NICHT ERREICHT HAST, WAS DU DIR SO SEHR WÜNSCHT?

SELBSTCOACHING

Mindset-Arbeit ist wie Sport: Es macht Sinn, sich jeden Tag ein bisschen zu bewegen – anstatt nur alle paar Woche und sich dann völlig auszupowern.
Wenn wir miteinander in meiner 1:1 Beratung arbeiten, ist das wie beim Personal Training: Du triffst dich 1x die Woche mit deine:r Trainer:in und wirst herausgefordert, korrigiert und bekommst neue Trainings-Impulse. Den Rest der Woche trainierst du allein. Deshalb zeige ich hier, wie du dich selbst coachen kannst.

IM ERSTEN SCHRITT BEIM SELBSTCOACHING GEHT ES DARUM, BEWUSSTSEIN ZU SCHAFFEN. DU DARFST ERKENNEN LERNEN, WELCHE DEINER GEDANKEN DURCH DEINEN KOPF SPUKEN.

Mit diesen zwei Techniken schaffst du Bewusstsein dafür, was in deinem Kopf los ist – es sind zwei simple Techniken, um deine Gedanken und Überzeugungen zu erkennen:

1) Stell deinen Timer auf 10 Minuten und schreib alle Gedanken auf, die dir durch den Kopf spuken. Ohne sie zu bewerten, ohne jegliche Zensur. Schreib so lange, bis der Wecker klingelt. Wenn dir vor Ablauf der Zeit nichts mehr einfällt, frag dich: „Was denke ich noch?“

2) Nimm dir eine aktuelle Herausforderung oder ein Ziel vor: Deine Followerzahl auf Instagram oder ein strategisches Ziel wie dein nächster Verlagsvorschuss. Schreib auf ein DIN A4-Blatt all deine Gedanken dazu: Deine Hoffnungen, deine Sorgen, deinen Zweifel, deine Ängste, deine Vorfreude.

Drei Gründe, warum das Aufschreiben deiner Gedanken so wichtig und hilfreich ist:

- Du schaffst Distanz zwischen dir und deinen Gedanken.
- Du unterbrichst Gedankenschleifen.
- Du schaffst Platz für neue Gedanken in deinem Kopf.

Damit sich dein Selbstcoaching lohnt, ist es wichtig, dass du diese zwei Schritte gehst:
1) Du erkennst, welche Gedanken du hast. Dein Bewusstsein über das, was in deinem Kopf los ist, wird größer. Dadurch schaffst du Distanz zwischen dir und deinen Gedanken. Du lernst, sie zu beobachten.
2) Du untersuchst deine Gedanken. Du nimmst sie nicht als gegeben wahr, sondern forschst nach. Du hinterfragst sie.

UNSER GRÖSSTES PROBLEM IST, DASS WIR UNS SCHNELL MIT UNSEREN GEDANKEN IDENTIFIZIEREN UND SIE GLAUBEN, OHNE SIE VORHER ZU UNTERSUCHEN.

Wenn du dir deine Gedanken einzeln anschaust, wird das Ergebnis wahrscheinlich sein, dass die meisten deiner Gedanken Annahmen sind, Bewertungen, Hypothesen, Lügen oder Übertreibungen. Meistens sind sie nicht objektiv wahr und faktisch zu beweisen. Sie sind subjektiv.

Das ist auch völlig okay. Das ist nicht Schlechtes. Das ist zunächst einfach nur eine neutrale Situation. Du musst gar nicht gegen deine Gedanken ankämpfen – auch wenn sie "negativ" sind. Lerne, sie zu beobachten. Sie kommen und gehen. Gedanken sind nur Gedanken. Sie sind harmlos. Sie sind neutral. Es sind nur Sätze in deinem Kopf.
Du bist nicht deine Gedanken. Was du daraus machst, ist deine Sache.

BROOKE CASTILLO - THE MODEL

Ich möchte dir deshalb ein Selbstcoaching-Tool zeigen, dass ich fast täglich nutze: **The Model von Brooke Castillo.**

Ein Model besteht aus fünf Zeilen, die miteinander verbunden sind.

1 - Deine Situation / dein Umstand („C line“ von Circumstance)

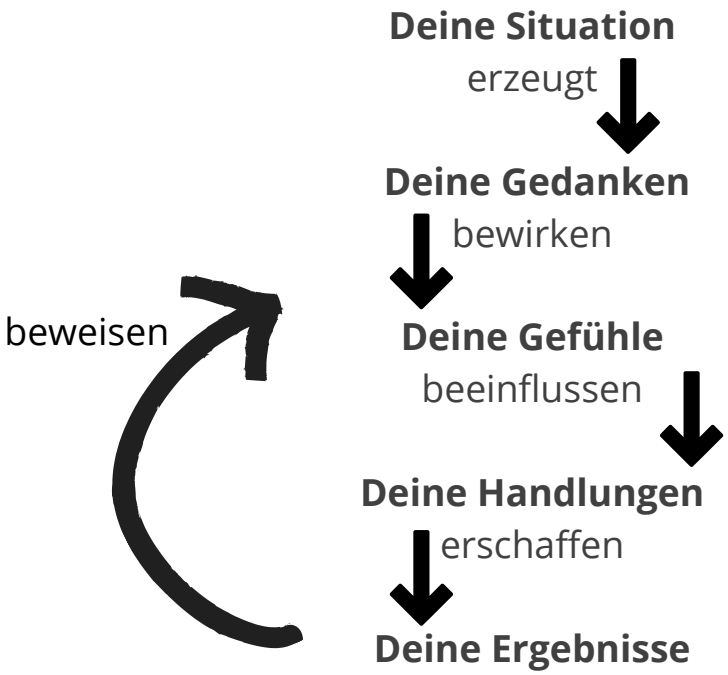
2 - Dein Gedanke („T line“ von Thought)

3 - Dein Gefühl („F line“ von Feeling)

4 - Deine Handlungen („A line“ von Actions)

5 - Dein Ergebnis („R line“ von Result)

Das Model hilft dir dabei, deine Reaktion auf Umstände und Situationen besser zu verstehen.



Ganz oben startest du mit den **Fakten** deiner Umstände, Gegebenheiten oder Situationen. In diese erste Zeile schreibst du nur die neutralen Fakten deiner Situation.

Du hast dann viele **Gedanken** über diese Situation und suchst dir einen Gedanken, den du im Model genauer untersuchen willst. Den schreibst du in die zweite Zeile, die T line.

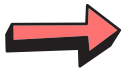
Dieser Gedanke bewirkt, dass ein bestimmtes **Gefühl** dazu entsteht. Das schreibst du in die dritte Reihe, in die F line.

Das Gefühl beeinflusst unsere **Handlungen** – alles, was wir in dieser speziellen Situation tun und was wir nicht tun. Die schreibst du in die A line.

Letztendlich ist es die Summe dieser Handlungen und von allem, was du nicht tust, was dein **Ergebnis** erschafft. Dieses Ergebnis kommt in die R line.

Was bringt dir die Arbeit mit The Model?

- Du gewinnst Bewusstsein über deine Gedanken.
- Du erkennst die Konsequenzen deiner Gedanken.
- Du verstehst, dass du nicht deine Umstände, sondern deine Gedanken ändern willst, um andere Ergebnisse zu erschaffen.


Bring deine Fragen dazu gerne in den nächsten Call mit!

Beispiel für ein Model

C: Verlag sagt: Das Manuskript wollen wir nicht haben. 0 Euro Umsatz

T: Niemand will meinen Text haben.

F: entmutigt

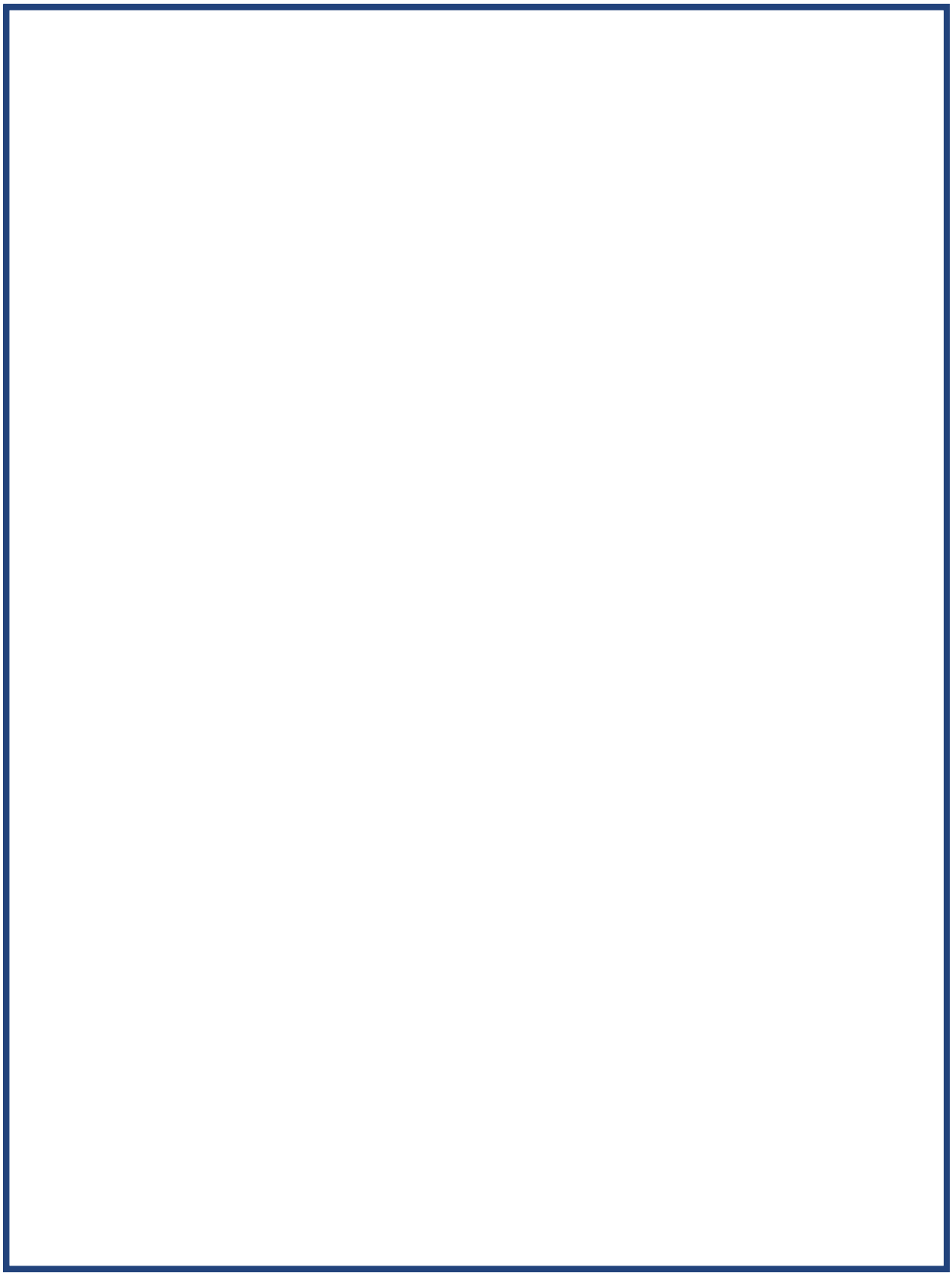
A: Spreche nicht mit dem Verlag über ihre Einwände, Gründe und Einschätzung. Zweifle an mir und meinem Schreiben. Mache kein weiteres Marketing. Spreche nicht mit weiteren Verlagen. Scrolle auf Instagram. Vergleiche mich mit anderen.

R: Niemand kauft mein Manuskript. 0 Euro Umsatz.

JETZT DU...

GEDANKENDOWNLOAD (10 MIN TIMER)

FRAG DICH: WAS DENKE ICH NOCH?



UNBEWUSSTES MODEL - WAS DU AKTUELL DENKST

C:

T:

F:

A:

R:

BEWUSSTES MODEL - WAS DU DENKEN WILLST

C:

T:

F:

A:

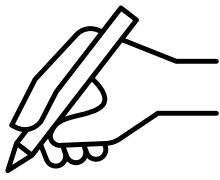
R:

DEINE - NICHT HILFREICHEN - ÜBERZEUGUNGEN ZU DEINEM BUCH

- Bucherfolg allein macht nicht glücklich.
- Für den Erfolg meines Buches muss ich mich verbiegen.
- Ich muss aus der Masse hervorstechen.
- Die immer gleichen Geschichten langweilen mich.
- Anderen Autor:innen haben einfach mehr Glück.
- Andere Autor:innen werden mehr gepusht.
- Andere Autor:innen haben die besseren Verbindungen in den Verlag und in die Presse.
- Um erfolgreich zu sein, muss ich meine Werte verraten.
- Wenn ich mal erfolgreich bin, muss ich immer das gleiche schreiben.
- Ich muss den Erwartungen genügen, um Erfolg zu haben.
- Andere Autor:innen bedienen halt die Erwartungen und sind deshalb erfolgreich.
- Wenn ich mal erfolgreich bin, kann ich mich nicht mehr ausprobieren.
- Wenn ich erfolgreich bin, bekomme ich viele Hater.
- Wenn ich sichtbar werde, werde ich kritisiert.
- Wenn ich mich zeige, riskiere ich einen Shitstorm.
- Es ist sicherer, unsichtbar zu sein.
- Es interessiert eh niemanden.
- Öffentlichkeitsarbeit ist sehr kompliziert.
- Ohne Kontakte kommt man nicht in die Presse.
- Das Verkaufen meiner Bücher soll jemand anders übernehmen.

- Schreiben ist ein nettes Hobby, aber leben kann ich davon nicht.
- Ich kann nur auf Kosten meiner Integrität Erfolg haben.
- Ein Verlagsvertrag ist die Messlatte meines Erfolgs.
- Ich brauche eine Agentur für die Öffentlichkeitsarbeit.
- Ich bin zufrieden mit dem, was ich habe.
- Mehr als ich habe, verdiene ich auch nicht.
- Wenn ich mehr Geld für einen Buchvertrag verlange, finde ich keinen Verlag.
- Ich kann einfach nicht gut verkaufen.
- Verkaufen macht mir keinen Spaß.
- Verkaufen langweilt micht.
- Ich habe einfach kein Glück.
- Ich habe keine Zeit für Marketing und Pressarbeit.
- Ich will eigentlich nur schreiben.
- Es geht mir eigentlich gut, ich brauche nicht viel.
- Es gibt Wichtigeres, als dass mein Buch sich verkauft.
- Nur wenn ich meinen individuellen Weg gehe, bleibe ich mir treu.
- Ich bin nicht gut genug, um einen Bestseller zu schreiben.
- Verlage stecken mich in Schubladen, in denen ich nicht sein will.
- Eigentlich schreibe ich ja nur als Hobby.
- Ich kann kein Selbstmarketing.
- Ich kann mich nicht darstellen.
- Wenn ich über mich sprechen soll, fällt mir nichts ein.
- Ich möchte mich nicht in Mittelpunkt stellen.
- Auf mich hat niemand gewartet.
- Leute, die sich so wichtig nehmen, haben keine Freunde.
- Ich bin nicht so wichtig.

- Verlage sind einfach sehr konservativ.
- Ich muss entdeckt werden, um Erfolg zu haben.
- Verlage wollen immer nur die gleichen Geschichten.
- Unterhaltungsbücher müssen ein konventionelles Rollenbild bedienen.
- Die Leser:innen wollen halt immer die gleichen Geschichten.
- Eltern kaufen halt immer die gleichen Klassiker.
- Meine Themen und ich sind zu visionär für Verlage.
- Kinder lesen heute einfach nicht mehr.
- Kinder hängen eh nur die ganzen Zeit vor ihrem Smartphone und interessieren sich nicht für Bücher.
- Ich bin zufrieden, wenn die Bücher einfach nur erscheinen.
- Ich bin zufrieden, wenn jemand meinen Text druckt.
- Mein Buch allein in den Händen zu halten ist schon ein Erfolg.
- Es muss erst alles perfekt sein, bevor ich mich äußere.
- Wenn ich etwas mache, dann richtig.
- Mir ist wichtig, alles perfekt zu machen.



FALLEN DIR NOCH MEHR EIN?! NOTIERE SIE...

BYRON KATIE - THE WORK

Eine weitere simple und wirksame Methode, Glaubenssätze aufzulösen, ist der Ansatz "The Work" von Byron Katie. Nutze dieses Arbeitsblatt, um mit "The Work" ein neues Bewusstsein für deine Überzeugungen zu gewinnen.
Trage in der ersten Zeile einen limitierenden Glaubenssatz über dich ("Es interessiert eh niemanden, was ich zu sagen habe.") oder dein Buch ("Wenn ich mehr Geld verlange, finde ich keinen Verlag") ein.
Untersuche diese Überzeugung anschließend mit folgenden Fragen und Umkehrungen und schreibe deine Erkenntnisse auf.

SCHREIBE HIER DEINEN GLAUBENSSATZ AUF:

Jetzt frage dich:
1) IST DAS WAHR?

JA

NEIN

2) KANNST DU MIT ABSOLUTER SICHERHEIT WISSEN, DASS DAS WAHR IST?

JA

NEIN

3) WIE REAGIERST DU AUF DIESEN GEDANKEN? WAS PASSIERT, WENN DU DIESEN GEDANKEN GLAUBST?

4) WER, WAS ODER WIE WÄRST DU OHNE DIESEN GEDANKEN?

5) KEHRE DIESEN GEDANKEN INS GEGENTEIL UM.
Nutze dazu auch Brückengedanken, wie "Ich halte es für möglich, dass..."

PLATZ FÜR ZUSÄTZLICHE NOTIZEN & GEDANKEN

Yes! Mega gut!

Du hast bereits ganz viel für dich erkannt und deinen Kopf entrümpelt.

Dein Thema

Wofür du stehst, dein Warum,
Definition, Botschaft, Vision

4

DEINE EINZIGARTIGKEIT

Visualisiere dich als 80jährige Person, die auf ihr Leben zurückblickt. Was war wichtig für dich in all den Jahren? Was hat dich bewegt? Womit hast du dich beschäftigt?

SCHREIBE HIER DEINE TOP 5 THEMEN, DIE DIR AM LEBENSENDE NOCH WICHTIG SIND:

1.	4.
2.	5.
3.	

SCHREIBE HIER DEINE TOP 5 THEMEN, DIE DIR IN 20 JAHREN WICHTIG SIND:

1.	4.
2.	5.
3.	

SCHREIBE HIER DEINE TOP 5 THEMEN, DIE DIR IN 10 JAHREN WICHTIG SIND:

1.

2.

3.

4.

5.

SCHREIBE HIER DEINE TOP 5 THEMEN, DIE DIR IN 5 JAHREN WICHTIG SIND:

1.

2.

3.

4.

5.

SCHREIBE HIER DEINE TOP 5 THEMEN, DIE DIR IM NÄCHSTEN JAHR WICHTIG SIND:

1.

2.

3.

4.

5.

WELCHE THEMEN SIND GLEICH GEBLIEBEN?

WAS HAT SICH VERÄNDERT?

WIE BLICKST DU AUF DIE WELT MIT 80? IN 20 JAHREN, IN 10, IN 5 UND NÄCHSTES JAHR?

PERSONALISIERUNG

Es gibt unendlich viele Bücher zu gleichen Themen. Schau dir einmal die Bücherregale in der Buchhandlung an. Dennoch sind alle Bücher unterschiedlich. Weil die Autor:innen unterschiedlich sind. Weil der einen Autor:in möglicherweise ein Fokus wichtig ist, den die meisten anderen vernachlässigen und umgekehrt. Jede Autor:in macht ein Buch zu einer einzigartigen Erfahren.
Es geht also nicht darum, die Themen neu zu erfinden, sondern sie anders und einzigartig besetzen. Deshalb ist der Schlüssel zu deiner Einzigartigkeit - zu deinem einzigartigen Thema: PERSONALISIERUNG

Gibt den Inhalten, für die du stehst, oder den Themen, die du voranbringen willst, deine ganz persönliche Note. Warum interessierst du dich gerade dafür? Gib deinem Anliegen ein Gesicht und eine Stimme.

Folgende Fragen helfen dich dabei:

WOFÜR BIST DU BEKANNT?

WIE WÜRDEN ANDERE DICH BESCHREIBEN?

WAS SIND DEINE ZIELE?

WARUM VERFOLGST DU SIE?

WELCHER ASPEKT INTERESSIERT DICH BESONDERS AN DEINEM THEMA?

WELCHE EIGENSCHAFT ZEICHNET DICH BESONDERS AUS?

GIBT ES ETWAS AN DIR, DAS EINZIGARTIG IST?

DEINE GRÜNDE

Schau dir jetzt noch mal dein Ziel und deine Vision von dir als Autor:in an. Warum willst du dieses Ziel erreichen?

SCHREIBE 3 GRÜNDE AUF.

UND DANN FRAG DICH NOCHMAL, WARUM WILLST DU DAS?

UND DANN FRAG DICH NOCHMAL, WARUM?

UND NOCH EINMAL, WARUM?

DEINE GESCHICHTE

Beim Marketing geht es nicht ums Follower-Zählen sondern ums Erzählen. Es geht darum, deine Geschichte zu erzählen, dein Warum und deine Themen zu vermitteln. So gelingt es dir, eine Verbindung herzustellen.

WELCHE GESCHICHTE ÜBER DICH MÖCHTEST DU ERZÄHLEN?

WAS FEHLT DIR, UM DIESE GESCHICHTE ERZÄHLEN ZU KÖNNEN?

WELCHE FÄHIGKEITEN WILLST DU ERLERNEN, UM SELBSTSICHER UND SELBSTBEWUSST DEIN MARKETING VORANZUTREIBEN?

WAS MUSS SICH AN DEINEN DERZEITIGEN GEDANKEN ÄNDERN, DAMIT DU MENTAL IN DER LAGE BIST, DEINE EINZIGARTIGKEIT DARZUSTELLEN?

WELCHE GEDANKEN HAST DU ÜBER DIESE VERÄNDERUNG?

WAS WIRST DU AB HEUTE IN DEINEM MARKETING ANDERS MACHEN? WAS KANNST DU DIREKT UMSETZEN?

WOFÜR STEHST DU?

Vertrau deiner Neugier. Vertrau deinen Gedanken, Visionen. Deinen Themen.

Jede Geschichte wurde schon einmal geschrieben.
Jede Weisheit wurde schon einmal ausgesprochen.
Alle menschlichen Erfahrungen sind bereits in unzähligen Büchern festgehalten worden.

Gleichzeitig:
Deine Gedanken hat noch nie jemand aufgeschrieben
Deine Geschichte hat noch niemand erzählt.

Wir sind alle Personenmarken – ob wir es wollen oder nicht!
Die Frage ist dabei nur, ob wir diese bewusst gestalten.

Es gibt eine ganze Reihe von guten Gründen, warum es wichtig ist, eine eigene Autor:innen-Marke aufzubauen. Aus meiner Perspektive sind die folgenden vier dabei die wichtigsten:

- Du bestimmst, was deine Themen sind.
- Du schaffst einen großen Wiedererkennungseffekt.
- Du hast unter Kontrolle, wie du wahrgenommen wirst und was andere über dich wissen.
- Du machst dich unabhängig von Publikationsplattformen, Verlagen und Agent:innen

Es geht vor allem um Souveränität, also darum, Dinge selbst, selbstbestimmt und selbstbestimmend in die Hand zu nehmen.

Lass dich von folgenden Fragen leiten:

- Wie sollen andere mich wahrnehmen?
- Wie finde ich zu den Themen, mit denen ich identifiziert werden möchte?

AUFGABE:

Zeichne zwei Kreise, die sich in der Mitte überlappen. In den linken Kreis schreibst du alle Begriffe und Themen, mit denen du dich selbst identifizierst (Selbstwahrnehmung). Für den zweiten Kreis bitte zwei bis drei Freund:innen oder Bekannte, Begriffe und Themen zu nennen, für die du ihrer Meinung nach stehst (Fremdwahrnehmung). Gibt es zwischen den von ihnen genannten Begriffen und deinen eigenen Übereinstimmungen?

WAS SIND DIE MOTIVE UND THEMEN, AUF DIE DU IN DEINEM SCHREIBEN IMMER WIEDER ZURÜCKKOMMST? WAS BESCHÄFTIGT DICH?

WAS LIEST, SCHAUST ODER HÖRST DU GERNE? WELCHE SIND DEINE LIEBLINGSBÜCHER, -FILME ODER -LIEDER? WAS HABEN SIE GEMEINSAM?

WAS MACHT DICH WÜTEND ODER TRAURIG, GLÜCKLICH ODER AUFGEREGT? WAS BEWEGT DICH? WOFÜR STEHST DU? WAS INTERESSIERT DICH LEIDENSCHAFTLICH?

WAS SIND DEINE NATÜRLICHEN BEGABUNGEN?

WELCHES FACHLICHE WISSEN ODER WELCHE FÄHIGKEITEN ZEICHNEN DICH AUS?

WAS WAR DIE BESTE ENTSCHEIDUNG DEINES LEBENS? WAS DIE BESONDERSTE? DIE ABSONDERLICHSTE? DIE GEWAGTESTE?

GEMEINSAMKEITEN IN MEINEN TEXTEN

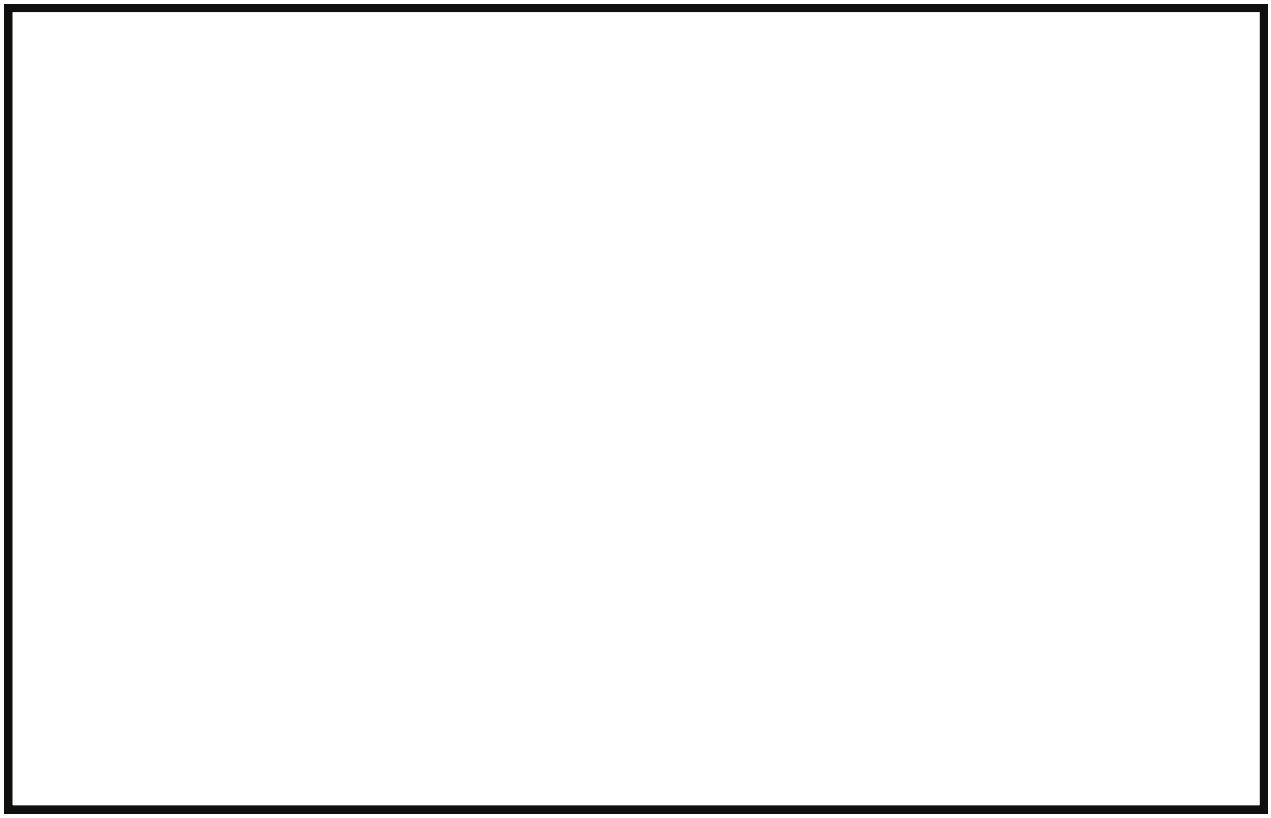
Schau dir deine Texte genau an und überprüfe sie anhand der unten genannten Punkten. Welche Gemeinsamkeiten entdeckst du?

MEINE LETZTEN DREI TEXTE HANDELTEN VON:

MEINE FIGUREN SIND IMMER:

ICH FINDE GEMEINSAMKEITEN BEI…

WORÜBER ICH EIGENTLICH SPRECHE, WENN ICH SCHREIBE?



THEMENLISTE

NOTIERE DIR HIER ALLE THEMEN, DIE DIR IN DEN ÜBUNGEN EINGEFALLEN SIND:

THEMEN, DIE MICH LÄNGER BESCHÄFTIGEN WERDEN UND MIT DENEN ICH MICH AUCH LÄNGER BESCHÄFTIGEN WILL.

THEMEN-CHECKLISTE

wähle aus:

Ist dein Thema entweder mit

- [ ] Deiner Haltung
- [ ] Deiner persönlichen besonderen Lebensgeschichte
- [ ] Deinem Expertenwissen
verknüpft?

Handelt es sich um ein

- [ ] breites Thema mit vielen Leser:innen
- [ ] ein spezielles Thema mit Nischen-Interessent:innen

- [ ] Ist es ein Thema, mit dem du dich eine ganze Weile beschäftigen möchtest?

- [ ] Ist es ein Thema, über das du sprechen möchtest? Mit dem du verknüpft sein möchtest?

IMPULS:

Du solltest wissen, was du willst und wofür du stehst. Beides geht Hand in Hand. Dabei muss es nicht immer ein Fachthema sein, für das du dich einsetzt – auch weichere übergeordnete Themen eignen sich. Das Entscheidende ist dein persönlicher, unverwechselbarer Blick auf die Dinge. Deine Haltung. Deine persönliche Geschichte.

Wenn du Erfolg haben willst, solltest du dich selbst um deine Sichtbarkeit kümmern. Du kannst dich selbst für Buchprojekte vorschlagen, dich selbst für Texte und Veröffentlichungen ins Spiel bringen. Dir die Bühne nehmen. Jeden Tag die Chance nutzen, sichtbar zu werden.

Und aus meiner Erfahrung geht das nur, indem du deine Themen immer wieder aktiv ins Gespräch bringst. Schließlich kannst du selbst am besten beschreiben, wofür du stehst.

PLATZ FÜR ZUSÄTZLICHE NOTIZEN & GEDANKEN

Wahnsinn!!!

That's it - Der Start für deine simple Erfolgs-Karriere.

Der rote Teppich

PR- und Öffentlichkeitsarbeit,
Webseite, Social-Media

5

BIST DU BEREIT?

Ich glaube an die Kraft der echten Verbindung, die entsteht, wenn wir unsere Gedanken und Gefühle mit anderen teilen, Impulse geben und Inspiration. Wenn wir Menschen begegnen und die gleichen Werte teilen. Ich glaube daran, dass Leser:innen genau aus diesem Grund zu dir kommen.
Gleichzeitig fällt es uns oft wahnsinnig schwer, darüber zu sprechen, was uns wichtig ist. Weil es sich sicherer anfühlt, unsichtbar zu sein. Weil es sich sicherer anfühlt, im Allgemeinen zu sprechen als konkret zu benennen, was uns wichtig ist und warum. Weil wir Angst haben, unsere Komfortzone zu verlassen. Weil uns unser Gehirn sagt, dass das viel zu anstrengend ist - und wir uns lieber nicht festlegen lassen wollen.

Was wir dabei vergessen: Wir gewinnen wahnsinnig viel, wenn wir sichtbar werden. Wir haben die Chance, Menschen auf eine Art zu berühren, zu bewegen und zu verändern - die weit über das der unmittelbaren Freundschaften und familiären Beziehungen hinaus geht. Deshalb frag dich, was bist du bereit, für deine Vision zu geben? - Die folgenden Fragestellungen helfen dir dabei, inhaltlich in die Umsetzung zu kommen und über dein Warum zu sprechen.

BEGIB DICH ZUNÄCHST AUF RECHERCHE. WELCHE ACCOUNTS BEHANDELN ÄHNLICHE THEMEN ODER BERÜHREN DICH AUF EINE ART UND WEISE, DIE DU BEMERKENSWERT FINDEST?

WAS KANNST DU VON DIESEN ACCOUNTS INHALTLICH ÜBERNEHMEN?

MIT WELCHEN INHALTEN DAVON FÜHLST DU DICH WOHL?

WELCHE ART DER INHALTLICHEN DARSTELLUNG IST DIR ZU VIEL? WAS MÖCHTEST DU AUF KEINEN FALL ÜBERNEHMEN?

WARUM?

STELL DIR DEINE KOMFORTZONE NUN WIE EINE LINIE ZWISCHEN DEN ZAHLEN 1-10 VOR, WO STEHST DU?

WAS BRAUCHST DU, UM EINEN SCHRITT WEITER RICHTUNG 10 (=SICHTBARKEIT) GEHEN ZU KÖNNEN?

AUF WELCHE VERÄNDERUNG LÄSST DU DICH EIN?

WAS PROBIERST DU AB HEUTE AUS, DAS NEU UND UNBEQUEM FÜR DICH IST?

WIE WEIT BIST DU BEREIT, FÜR DEINE VISION ZU GEHEN?

Besinn dich auf dein Warum. Darauf, warum du überhaupt gelesen werden willst. Warum du diese Art - dein Text - gewählt hast, mit Menschen in Verbindung zu kommen - und was deine Vision beim Schreiben ist.

DEINE GEDANKEN ÜBER DEINE LESER:INNEN

WAS DENKST DU ÜBER DIE ANZAHL DEINER FANS, FOLLOWER UND NEWSLETTER-ABONNENNT:INNEN? DIE ANZAHL DEINER LESER:INNEN?

WIE SOLLTEN SICH DEINE LESER:INNEN IDEALERWEISE VERHALTEN?

WAS GEHT IN DIR VOR, WENN DEINE LESER:INNEN NICHT DAS TUN, WAS DU DIR VON IHNEN WÜNSCHT?

WAS DENKST DU ÜBER DICH, WENN DU DIE ANZAHL DEINER FANS UND LESER:INNEN SIEHST? WELCHE BEDEUTUNG HAT DIESE ZAHL FÜR DICH?

DEINE WUNSCH-LESERIN

Stell dir nun unabhängig von deinen aktuellen Fans, Followern und Newsletter-Abonnent_innen deine ideale Leser:in vor, deine absolute Wunsch-Leser:in:

WÄHLE ZUNÄCHST, OB DEINE WUNSCHLESER:IN MÄNNLICH ODER WEIBLICH IST? GIB DER PERSON EINEN VORNAMEN. WIE ALT IST DIE PERSON? WAS MACHT SIE BERUFLICH? IN WELCHEM UMFELD BEWEGT SIE SICH?

WIE SIEHT IHR PRIVATES LEBEN AUS? LEBT SIE IN EINER BEZIEHUNG, WOHNGEMEINSCHAFT ODER ALLEIN? HAT SIE KINDER, TIERE, BESONDERE HOBBYS?

WO LEBT SIE? IN DER GROSSSTADT, IN DER KLEINSTADT, DÖRFLICH? IN EINEM HAUS, IN EINER WOHNUNG?

MIT WEM IST DIE PERSON BEFREUNDET? WELCHE MENSCHEN SIND IHR WICHTIG? WAS MACHT SIE IN IHRER FREIZEIT?

IN WELCHER FINANZIELLEN SITUATION LEBT SIE? WOFÜR GIBT SIE HAUPTSÄCHLICH GELD AUS?

WO INFORMIERT SICH DIE PERSON? IM INTERNET, AUF MESSEN, IN TAGESZEITUNGEN? BEI KOLLEGEN, FREUNDEN?

WEN FRAGT SIE BEI WICHTIGEN ENTSCHEIDUNGEN? BERUFLICH? PRIVAT?

DU UND DEINE WUNSCH-LESER:IN

Gehe jetzt in das Gespräch mit deiner Wunsch-Leser:in:

WAS GENAU INTERESSIERT SIE AN DEINEN BÜCHER?

WOVON MÖCHTE SIE MEHR LESEN? WAS IST IHR ZUVIEL?

WAS MÖCHTE SIE GERNE VON DIR ERFAHREN?

IN WELCHER FORM WÜNSCHT SIE SICH DEN KONTAKT MIT DIR?

WIE OFT MÖCHTE SIE VON DIR HÖREN?

FRAG SIE NACH 3 DINGEN, DIE SIE SICH VON DIR WÜNSCHT:

DEINE ZUKÜNFTIGEN LESER:INNEN

Schreib dir hier ein konkret messbares Ziel auf, auf das du dich diese Woche in Bezug auf deine zukünftigen Wunsch-Leser:in konzentrierst (zB. 100 Bücher verkaufen, 1 Zeitungs-Artikel über dich unterbringen, 1 Live mit einer großen Influencerin machen...)

Jetzt schreibe 10-15 Gedanken auf, die du denkst, wenn du dieses Ergebnis erreicht hast.

Welche zwei Einwände oder Zweifel hat dein Gehirn heute, die dagegen sprechen, dass du dein Ziel diese Woche erreichst?

1.
2.

Finde neue Antworten für diese Einwände und Zweifel

Schreibe einen kurzen, unterstützenden Pep-Talk an dein jetziges Selbst, von deinem zukünftigen Selbst aus:

Lege deinen nächsten Schritt fest: Was wirst du heute tun, um dein Ziel zu erreichen - mit deinen neuen Überzeugungen im Gepäck?

DEINE SICHTBARKEIT

Eine Marke aufzubauen ist eigentlich ziemlich simple. Es geht darum, sichtbar zu werden und einen Wiedererkennungswert zu erschaffen. Klingt easy peasy. Ist aber in Wirklichkeit ganz schön Arbeit.

Denn Sichtbarkeit macht etwas mit uns. Sie löst Ängste aus. Zweifel. Einwände. Sie stößt auf sehr tief sitzende Überzeugungen, wie z.B. “nicht gut genug zu sein”. Oder “nicht alles haben zu können, was wir wollen”.

Bei der Arbeit an deiner Sichtbarkeit geht es darum, dir Selbstzweifel und Ängste bewusst zu machen und diese bewusst in Kauf zu nehmen. Es geht darum, immer klarer und ehrlicher zu kommunizieren, was dir wirklich wichtig ist. Warum du schreibst. Und was du mit deinen Texten erreichen möchtest.

Dabei geht es nicht um Seelen-Striptease oder eine Ego-Show. Sondern es geht darum, die Zweifel loszulassen, dass dich jemand ablehnen oder ausstoßen könnte, nur weil du darüber sprichst, was dich wirklich bewegt. Und stattdessen die Sicherheit zu gewinnen, dass es okay ist, so wie du bist. Dass du genug bist.

Es geht darum, dass dir immer klarer wird, was du eigentlich mit deinem Schreiben erreichen willst und was du damit sagen wirst. Und je klarer du dir über dich selbst wirst, desto klarer kannst du mit deinen Leser:innen kommunizieren.

WARUM WILL ICH MEHR SICHTBARKEIT ERREICHEN?

WARUM IST JETZT GENAU DER RICHTIGE ZEITPUNKT FÜR MICH UND MEINE LESER:INNEN, SICHTBAR ZU WERDEN?

WAS HABE ICH HEUTE GETAN, UM MEINE SICHTBARKEIT ZU ERHÖHEN?

WENN ICH MIR DAS ZIEL ANSCHAUE, WAS SIND UNTERSTÜTZENDE GEDANKEN?

WAS SIND ZWEIFEL, EINWÄNDE, BLOCKIERENDE GEDANKEN?

WARUM IST ES AUCH EIN SERVICE FÜR MEINE LESER:INNEN NOCH KLARER ZU SEIN?

WO BIN ICH BEREIT, FEHLER ZU MACHEN, UM MEIN ZIEL ZU ERREICHEN?

WARUM IST ES WICHTIG UND RICHTIG, DASS ICH NOCH NICHT DIE ERGEBNISSE ERREICHE, DIE ICH MIR WÜNSCHE?

PLATZ FÜR ZUSÄTZLICHE NOTIZEN & GEDANKEN

WIE WIRST DU SICHTBAR?

Geh mit deinem Thema nach draußen: Biete Journalist:innen dein Thema an. Mach deinen Expertenstatus klar. Arbeite fokussiert an deinem Thema und an Möglichkeiten dieses zu Platzieren. Finde immer wieder neue Möglichkeiten, dein Thema medial zu platzieren und für die Öffentlichkeit herunterzubrechen. Sprich Gleichgesinnte und dein Netzwerk an.
Gestalte deine Online-Kanäle und -Präsentation so, dass du mit deinem Thema wahrgenommen wirst - und dass sofort klar ist, wofür du stehst. Schau dich nach Gelegenheiten um, wo du dich so präsentieren kannst, dass Verlage und Agenturen dich wahrnehmen.

SICHBARKEIT SETZT SICH AUS DREI PFEILERN ZUSAMMEN:

WEBSITE

Hier wird klar, wofür du stehst. Welche Themen dir wichtig sind. Umsetzen kannst du das mit einem Quote von dir oder über deine Bildsprache.

Deine Website muss nicht aufwändig sein. Denk sie dir eher wie eine Visitenkarte im Netz. Deshalb reicht hierfür schon eine einfache Seite mit Foto, wofür du stehst und wie man dich erreichen kann.

SOCIAL MEDIA KANAL

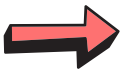
Konzentriere dich auf einen Kanal, maximal zwei.

- Erzähl deinen Leser:innen Geschichten.
- Berühre sie mit Themen.
- Setz dir das Ziel, dass du sie unterhalten und ihnen eine gute Zeit auf deinem Profil bescheren möchtest.
- Sei mit deinen Texten eine Inspiration.
- Stoße mit deinen Texten etwas an. Reg deine Leser:innen zum Nachdenken an.

Mache das hier NICHT:

- Poste ins digitale Nirgendwo.
- Poste ausschließlich dein Buchcover.
- Spreche ausschließlich darüber, dass Schreiben DEIN Lebenstraum ist.
- Verlinke vor allem andere Autor:innen und ihre Buchcover.
- Mach dir keine Gedanken, wen das interessieren könnte.

PR- UND ÖFFENTLICHKEITSARBEIT



Mache Journalist:innen Themenvorschläge, die zu deinem (übergeordneten) Thema passen. Mache KEINE Buchwerbung, sondern biete dich aktiv als Fallbeispiel für ein bestimmtes Thema an. Journalist:innen sind immer auf der Suche nach Fallbeispiele, die ihre redaktionellen Beiträge ergänzen und bereichern.
Pressearbeit ist ein kleinteiliger und langwieriger Prozess. Wenn du da jedoch dran bleibst, hast du die Chance deine Bekanntheit und Sichtbarkeit um ein Vielfaches zu steigern.

WIE FUNKTIONIERT PRESSE-ARBEIT

Ich unterscheide hier zwischen der Pressearbeit für deine Bücher und der Pressearbeit für dich als Person, als Autor:in:

1 Pressearbeit für deine Bücher

VERÖFFENTLICHST DU IM VERLAG?

- Ja: Das ist der Bereich der klassicher Weise vom Verlag übernommen und auch erfolgreich gestaltet wird. Hier gibt es eingespielte Abläufe zwischen Journalist:innen und Verlagen, z.B. über (elektronische) Vorschauen, Presse-Mailings, Vormerker und Rezensionsexemplar-Versand.
- Nein: Hier gibt es für dich wenige Möglichkeiten. Denn Bücher von Selfpublishern werden in Redaktionen eher nicht angeschaut.

2 Pressearbeit für dich als Autor:in

HIER SIND DREI KRITERIEN WICHTIG:

- Haltung
- Persönliche Geschichte
- Expertise

Wichtig: Denke immer daran, was die Journalist:in davon hat, mit dir zusammenarbeiten. Nicht welchen Vorteil dir das bringt! Mache dich mit den Arbeitsabläufen in den Redaktionen vertraut. Kenne Themenlisten und Ansprechpartner. Arbeite nicht nach dem Gießkannen-Prinzip, sondern frage dich immer, wen interessiert das? Wer arbeitet an diesem Thema? Wie könnte ich da etwas beitragen und der Journalist:in die Arbeit erleichtern.

Formuliere deinen Themenvorschlag kurz & knapp. In wenigen Zeilen per E-Mail. Mach dir bewusst: Journalist:innen bekommen am Tag mehrere hundert (!) E-Mails. Es muss auf einen Blick klar sein, was du vorschlägst. Formuliere dein Thema eindeutig. Verwende keine fantasievolle oder blumige Umschreibungen. Nimm dir genügend Zeit für die Betreffzeile. Wenn die keine Neugierde weckt, wird deine E-Mail erst gar nicht geöffnet.

Ebenso wichtig: Verschicke nie unaufgefordert Buchexemplare in die Redaktionen. Die wird sich niemand anschauen!

Bevor du deinen Themenvorschlag an die Journalist:in schickst, stelle dir folgende Fragen:

WELCHE THEMEN MÖCHTEST DU VORSCHLAGEN?

WELCHE MEDIEN BESCHÄFTIGEN SICH MIT DIESEN THEMEN?

RECHECHIERE DIE REDAKTIONSPLÄNE DER JEWEILIGEN MEDIEN: IN WELCHEM HEFT/ AUSGABE WIRD WELCHES THEMA BEHANDELT WERDEN?

WER IST DEIN ANSPRECHPARTNER IN DER REDAKTION? WER BESCHÄFTIGT SICH MIT DEINEN THEMEN?

Schreib dir so viele Journalist:innen wie möglich heraus, die sich mit deinen Themen beschäftigen. Die Liste kann nicht zu lang sein.

BETREFFZEILEN, DIE NEUGIERIG MACHEN:

MEINE THEMENVORSCHLÄGE:

Breche deine Themen in konkrete Themenvorschläge herunter. Lasse dich dabei von den drei Kategorien - Haltung, Expertise und persönliche Geschichte - leiten:

NOTIZEN DAZU:

SOCIAL MEDIA - ZEITSPAREND & ERFOLGREICH GESTALTEN

Mein simpler Plan:

1 Stunde pro Woche, maximal 2 Stunden:

Nimm dir eine Stunde, maximal 2 Stunden pro Woche, Zeit und schreibe drei bis vier Posts vor. Schreibe diese, ob du Lust dazu hast oder nicht. Verabschiede dich vom Perfektionismus. Suche dir Bilder dazu, kostenfrei gibt es sie z.B. via https://unsplash.com/ - und/ oder gestalte Bildbeiträge mit Canva (https://www.canva.com/)
Bleib bei deinem Thema. Überlege dir Themenwoche. Verwende Texte wieder und/oder schreibe sie um.

Am Tag selbst - max. 10 Minuten Zeitaufwand:

Gehe nur kurz in dein eigenes Profil. Schaue dir NICHT deinen Newsfeed oder die Beiträge anderer an. Konzentriere dich auf dich und fokussiere dich auf deinen Beitrag. Veröffentliche diesen. Nimm ggs. noch Story auf und weise dort auf deinen aktuellen Post hin. Alternativ kannst du die Beiträge auch vorplanen und automatisch veröffentlichen, z.B. mit der Meta Business Suite.

GESTALTE DEINEN SOCIAL MEDIA ACCOUNT ANHAND FOLGENDER FRAGEN:

MIT WELCHEM THEMA BESPIELST DU DEINEN SOCIAL MEDIA ACCOUNT?

WELCHEN MEHRWERT SCHAFFST DU MIT DEINEN THEMA?

WELCHE IMPULSE UND INHALTE BRINGEN DEINE LESER:INNEN WEITER?

WIE KANNST DU DEIN THEMA ALS THEMENWOCHE BESPIELEN?

WELCHE WEITERE MÖGLICHKEITEN, DEIN THEMA ZU BESPIELEN, FALLEN DIR NOCH EIN? (Z.B. VIDEOS, REELS, KOOPERATIONEN...)

DEINE PERSÖNLICHE MARKE ALS AUTOR:IN

Setzt sich zusammen aus diesen drei Komponenten:

SCHREIBSTIL

Dein einzigartiger Blick auf die Dinge, deine Art Dinge zu beschreiben. Deine Art und Weise, Leser:innen anzusprechen, anzuregen und gedanktlich weiterzubringen.

THEMA

Deine Vision. Deine Botschaft. Wofür du stehst und warum du schreibst.

KOMMUNIKATION

Deine Beziehung zu deinen Leser:innen, der Austausch untereinander. Das Kennenlernen der jeweiligen Bedürfnisse und Interessen. Dein Anteil im Alltag deiner Leser:innen.

WAS ZEICHNET DEINE MARKE AUS?

3 GRÜNDE, WARUM DEINE AUTOR:INNEN-MARKE SO WICHTIG FÜR DEINEN BUCHERFOLG IST

Kennenlernen

Verlage und Agent:innen sind IMMER auf der Suche nach dem neuen potentiellen Bestseller. Sie scannen dazu alles, was es in der Öffentlichkeit zu lesen gibt. Wenn du dich also zeigst, gibst du ihnen vorab die Gelegenheit, dich lesend kennenzulernen. Sei es über dein Instagram Profil oder eine andere Plattform. Das schafft Vertrauen und den Wunsch nach mehr.

Vertrauensvorschuss

Es geht beim Bücher verlegen immer um Verkäuflichkeit. Verlage sind Wirtschaftsunternehmen (KEINE KULTURFÖRDERUNG!) deshalb ist es wichtig, dass zukünftige Agent:innen und Lektor:innen Vertrauen in deine Fähigkeiten und dein Potential als Autor:in haben. Je mehr sie sehen, wie du mit anderen interagiert, deine Marke aufbaust und sichtbar wirst - desto höher schätzen sie deine Verkäuflichkeit ein.

Erfolgreich Verhandeln

Du wirst gute Vorschüsse verhandeln, wenn Lektor:innen und Programmleiter:innen auf dich zukommen. Wenn die Verlage vorab dein Potential und deine Verkäuflichkeit erkennen, wird das erfolgreiche Verhandeln zu einer Sache, an die du positiv anstatt mit Herzrasen denkst.

DEINE NÄCHSTEN SCHRITTE

Du kennst jetzt deine Stärken, dein Thema, dein Warum, dein Ziel. Komm nun ins Tun, in die Umsetzung. In die Sichtbarkeit für dein Schreiben. Hier sind deine nächsten Schritte:

1. **Löse dich von deinem Buch** - ja, ich weiß, das ist schwer. Doch glaube mir, nur so kommst du weiter. Konzentriere dich stattdessen auf dich als Autor:in. Auf dein Thema. Deine Vision. Deine Begeisterung. Warum bist du Autor:in und was möchtest du der Welt da draußen mit deinen Texten mitgeben?

2. **Finde Gleichgesinnte**: Wer arbeitet an denselben Themen? Welche Medien / Online-Plattformen widmen sich ebenfalls deinem Thema? Nimm Kontakt auf. Vernetze dich. Biete dich als Expert:in an.

3. **Überprüfe den Kreis deiner Leser:innen**. Wo könnten sich noch weitere Wunsch-Leser: innen aufhalten? Geh auf die Suche nach deinen Leser:innen und in die wertschätzende Kommunikation mit ihnen. Höre zu und beobachte. Notiere deine Erkenntnisse.

4. **Sprich über deine Vision**, dein Warum – deinen Traum. Zeig wie ernst es dir damit ist. Such dir deine Bühne, dein Podium. Nur so kannst du von anderen gesehen werden. Entscheide dich für einen Kanal und fokussiere dich darauf. Lass dich dabei von deinem Ziel leiten.

PLATZ FÜR ZUSÄTZLICHE NOTIZEN & GEDANKEN

>> Grandios <<

Du hast deine Gedanken aufgeräumt,
DEIN Thema festgelegt und zeigst dich.
BÄÄÄMM

Money, Money, Money

Deine Einkommensmöglichkeiten

6

WARUM SCHREIBST DU?

Für viele Menschen ist das Veröffentlichen eines Buches ein nebulöses Ziel, das irgendwie mit Geldsegen und einer Erwähnung in den Medien verbunden ist und, das sie gleichzeitig oft nicht klar genug spezifiziert haben. Wenn dann das Buch erschienen ist, sind viele Autor:innen enttäuscht, weil es nicht so läuft, wie sie sich das vorgestellt haben.

Deshalb ist jetzt noch mal der richtige Zeitpunkt, dich darauf zu besinnen, warum du das Ganze überhaupt machst. Nimm dir die Zeit und kläre deine Definition von Erfolg. Es wird dir helfen, die nächsten Schritte zu gehen, die zu deinem Ziel führen. Denn jeder Weg ist individuell. Und viele Wege führen zu deinem Ziel.

Und wer nicht weiß, wohin die Reise führen soll, sagt zu allem Ja. Dieses Verhalten führt in die Beliebigkeit. Deshalb stelle dir folgende Fragen:

WARUM SCHREIBST DU? WARUM WILLST DU, DASS GERADE DEIN BUCH VERÖFFENTLICHT UND IN DIE WELT HINAUSGETRAGEN WIRD, DAMIT ANDERE ES LESEN KÖNNEN?

WAS IST DEINE DEFINITION VON ERFOLG – FÜR DIESES SPEZIELLE BUCH SOWIE FÜR DEINE GESAMTE SCHREIB-KARRIERE?

WIE WIRST DU DIESEN ERFOLG MESSEN?

WAS WILLST DU MIT DIESEM ERFOLG MACHEN? WAS IST DER SINN DEINER KREATIVEN ARBEIT?

NEUE WEGE GEHEN

WAS WÜRDE EINE AUTOR:IN, DIE IHR ZIEL BEREITS ERREICHT HAT, ANDERS MACHEN?

WELCHE ENTSCHEIDUNGEN HAT SIE GETROFFEN?

WAS DENKT SIE ÜBER SICH? INWIEWEIT UNTERSCHEIDET SICH DAS ZU DEM, WAS DU AKTUELL ÜBER DICH DENKST?

WELCHE GEDANKEN WILLST DU AB HEUTE DENKEN, UM JEDEN TAG EIN STÜCK SICHTBARER ZU WERDEN?

WENN DIR DIE ERFOLGREICHE AUTOR:IN, DIE DU WERDEN WIRST, FÜR JETZT EINEN EINZIGEN RATSCHLAG GEBEN DÜRFTE, WELCHER WÄRE DAS?

WAS WIRST DU AB HEUTE TUN, UM DEIN ZIEL ZU ERREICHEN - MIT DEINEN NEUEN ÜBERZEUGUNGEN IM GEPÄCK? WAS DIREKT UMSETZEN?

SCHREIBE HIER DIE NÄCHSTEN 3 SCHRITTE AUF.

DEIN VORSCHUSS

Dein Vorschuss ist eine der größten Stellschrauben, die du für deine Autor:innen-Karriere vornehmen kannst.
Je höher dieser ausfällt, desto höher ist
1) dein finanzielles Polster und
2) die Chance, dass du einen der begehrten Schwerpunkt- bzw. Spiteltitel-Plätze im Verlagsprogramm bekommst.

Deshalb lohnt es sich hier, dir selbst treu zu bleiben. Nimm nicht das erstbeste Angebot an, wenn es sich nicht gut anfühlt. Glaube daran, dass deine Ideen, deine Gedanken es wert sind, gelesen zu werden. Glaube daran, dass deine Arbeit so viel wert ist, dass du davon leben kannst. Wie hoch dieser Betrag sein muss, entscheidest du. Kunst muss nicht kostenlos sein. Im Gegenteil: Denk mal an Picasso.

WAS WÄRE DEIN TRAUM-VORSCHUSS

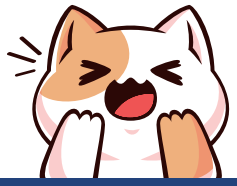
SCHREIBE UNTER PSEUDONYM

Gehörst du zu den Viel-Schreiber:innen, die Schublade um Schublade mit großartigen Schreibprojekten füllen? Dann verteile deine Kreativität auf mehrere Pseudonyme.

So kannst du viel mehr Bücher in einem Jahr veröffentlichen und damit auch mehr Geld verdienen. Darüber hinaus kannst du Verlagsprojekte mit Projekte im Self-Publishing kombinieren.

Zusätzlicher Bonus: Du kannst dich und verschiedene Genre ausprobieren. Du kannst ausprobieren, wie welche Geschichte bei welcher Leserschaft ankommt. Und wenn mal ein Pseudonym nicht funktioniert. No worries, überlegst du dir halt das nächste.

Mögliche Pseudonyme sind:



RICHTE EINE BEZAHL-MÖGLICHKEIT EIN

Es wird dich überraschen, aber viele Leser:innen wollen dich unterstützen. Ja, richtig gehört. Sie wollen dir und deiner (kostenfreien) Arbeit ihre Wertschätzung auch finanziell ausdrücken.

Deshalb liefere ihnen Gründe, warum sie das tun sollten. Gib ihnen wertvolle Inhalte und Impulse. Gib ihnen ein Thema, mit dem sie eine Beziehung mit dir eingehen können.

Und sorge dafür, dass sie auch irgendwo auf „Bezahlen“ klicken können. Sei es über ein Patreon- oder Steady-Abo, eine Kaffeekasse auf Paypal oder einen kostenpflichtigen Newsletter.

VERKAUFE DEINE BÜCHER ÜBER DEN AUTORENWELT-SHOP

Hast du dir schon einmal Gedanken über die unterschiedlichen Anteile am Buchverkauf gemacht? Autor:innen erhalten in der Regel von ihren Verlagen einen Anteil vom Verkaufspreis von 5-7%. Zu wenig?

Der Autorenwelt-Shop* zahlt beim Kauf von Büchern zusätzlich 7% an die Person, die es geschrieben hat. Du kannst dich dort einfach anmelden. Was jetzt erst mal wie Kleingeld aussieht, macht auf längere Sicht doch einen Unterschied.

Das ist natürlich nur eine Möglichkeit. Es gibt solche Modelle sicherlich noch mehr oder ähnlich. Nimm Konditionen nicht als gegeben hin, sondern prüfe stets Alternativen.

*unbezahlte und unbeauftragte Werbung

DENKE WIE EINE UNTERNEHMER:IN

- Definiere einen Betrag x, den du im Monat verdienen möchtest.

- Überlege, wie du Buchverkäufe, kostenpflichtige Inhalte etc. aufteilen kannst, damit sie diesen Betrag ergeben.

- Mache dich auf die Suche nach denjenigen, die deine Bücher kaufen wollen und die bereit sind, dich finanziell zu unterstützen. Sei bereit, dich auszuprobieren und zu verändern.

- Sei bereit, in dich und deinen Erfolg zu investieren. Niemand interessiert sich so sehr für dein Schreiben wie du, und niemand wird sich so sehr für deine Autor:innen-Karriere einsetzen wie du selbst. Erfolg erreichst du nicht mit Gedanken wie „Ich bin nicht gut genug“- sondern mit „Ich lerne, wie ich mit meinem Schreiben erfolgreich bin und entscheide mich, mein Ziel zu erreichen."

PLATZ FÜR ZUSÄTZLICHE NOTIZEN & GEDANKEN

DU HAST ES GESCHAFFT!
ICH BIN SO STOLZ AUF DICH

Du bist durch Höhen und Tiefen gegangen, hast dich deinen Ängsten und Herausforderungen gestellt und bist dennoch weiter gegangen. Denk daran, niemand kann dich aufhalten, außer du selbst!

Und jetzt?
Feier dich! Sei stolz auf dich.

Zieh noch einmal ein Resumee und trage alles zusammen, was du für dich erkannt und entschieden hast.

WAS LIEF GUT?

WAS LIEF NICHT GUT?

WAS WERDE ICH ANDERS MACHEN?

WELCHES EINE GROSSE PROJEKT TREIBE ICH VORAN?

WELCHEN LANGFRISTIG RELEVANTEN CONTENT ERSTELLE ICH?

WAS WAR EIN ERFOLG IN DIESER WOCHE/ IN DIESEN 12 WOCHEN?

WAS WAR EIN WERTVOLLER MISSERFOLG IN DIESER WOCHE/ IN DIESEN 12 WOCHEN? WAS HABE ICH GELERNT?

AUF EINER SKALA VON 1 BIS 10: WIE WERTVOLL WAR DIESE WOCHE/ DIESE 12 WOCHEN FÜR MEINE SCHREIB-KARRIERE?

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

HAST DU NOCH FRAGEN?

DANN SCHREIB MIR!

Du erreichst mich unter:

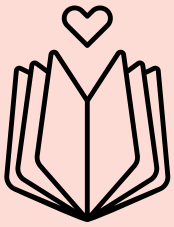
claudia@pluckypapercrew.com

deine Claudia

BE PLUCKY NOT LUCKY

IMPRESSUM
Plucky Paper Crew GmbH
Claude-Lorrain-Str. 7
81543 München
Gesellschafterin und Geschäftsführerin: Claudia Feldtenzer
Inhaltlich Verantwortlich: Claudia Feldtenzer
E-Mail: post@pluckypapercrew.com
Website: www.pluckypapercrew.com

Urheberrechtshinweis
© Copyright Plucky Paper Crew GmbH 2022 – Das Werk einschließlich aller Inhalte, insbesondere Texte, Fotografien und Grafiken, sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt, soweit nicht ausdrücklich anders gekennzeichnet, bei Claudia Feldtenzer. Alle Rechte, einschließlich der Vervielfältigung, Veröffentlichung, Bearbeitung und Übersetzung, bleiben vorbehalten. Die Verwendung dieses Werkes oder auszugsweise seiner Inhalte kann ausschließlich nach ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung erfolgen.

Haftungshinweis
Die Inhalte dieses Dokuments wurden mit größtmöglicher Sorgfalt und nach bestem Gewissen erstellt. Dennoch übernehmen die Autoren keine Gewähr für die Aktualität, Vollständigkeit und Richtigkeit der Inhalte. Für Schäden, die direkt oder indirekt durch das Anwenden der Inhalte entstanden sind, kann keine juristische Verantwortung sowie Haftung in irgendeiner Form übernommen werden. Für die Inhalte von genannten Internetseiten sind ausschließlich die Betreiber der jeweiligen Internetseiten verantwortlich.

@ Plucky Paper Crew
by Claudia Feldtenzer