

Social-Media-Leitfaden

Ein wichtiges Instrument deiner Marketingaktivitäten als Autorin bzw. Autor sind die sozialen Netzwerke. In diesem Leitfaden findest du Antwort auf die Fragen, warum „Social Networking“ für dich als Autorin bzw. Autor wichtig ist, was es dabei zu beachten gilt und in welchen sozialen Netzwerken du deine Zielgruppe am besten ansprichst. Neben einem Überblick über wichtige Literatur-Communities und interessante Foren stellt dir dieser Leitfaden nützliche Social-Media-Apps vor.

Inhalt

Social-Media-Marketing und seine Relevanz	2
Marketingstrategien in sozialen Netzwerken	2
Netzwerke mit hoher Nutzerzahl: Facebook und Twitter	4
Netzwerke mit Schwerpunkt Bild: Pinterest und Instagram	6
Booksharing-Plattformen	10
Social-Media-Apps	11
Die Qual der Wahl: das richtige Netzwerk	12
Mögliche Inhalte für deine Social-Media-Kanäle	13
Checkliste Social-Media-Präsenz	14
Quellenverzeichnis	15

Social-Media-Marketing und seine Relevanz

Social-Media-Präsenz

Dank Self-Publishing hat heutzutage jeder die Möglichkeit, sein eigenes Buch auf den Markt zu bringen und die Popularität von alternativen Veröffentlichungswegen hat immer mehr zugenommen.

Als Autorin bzw. Autor hast du so die komplette Entscheidungsfreiheit, wann dein Buch erscheinen und wie die gesamte Gestaltung aussehen soll. Beim Self-Publishing hast du alle Fäden ganz alleine in der Hand und entscheidest, wann welche Projekte zu welchem Zeitpunkt vermarktet werden sollen. Es gibt viele unterschiedliche soziale Netzwerke, die du für dein Marketing nutzen kannst. Wir geben dir eine grobe Übersicht über die verschiedenen Plattformen und zeigen dir, wie du diese, passend zu deiner Zielgruppe, nutzen kannst.

Warum Social-Media für dich als Autorin bzw. Autor wichtig ist

„Soziale Netzwerken“ ist nicht nur für große Unternehmen von Relevanz, sondern auch du selbst als Autorin bzw. Autor kannst durch Aktivitäten in sozialen Netzwerken deine Lesendenbasis erhöhen. Im Vordergrund steht dabei die Interaktion mit den Nutzerinnen und Nutzern der jeweiligen Plattformen, bei denen du mit interessanten Inhalten auch einen Mehrwert für andere liefern kannst.

Mit Social-Media-Marketing kannst du:

- Deinen Bekanntheitsgrad erhöhen und auf deine Bücher aufmerksam machen.
- Deine Reichweite bei Leserinnen und Lesern erhöhen – auch international.
- Rezensionen erhalten.
- Offene Meinungsumfragen an deine Leserinnen und Leser richten und direktes Feedback erhalten.
- Einen direkten Zugang zu deinen Leserinnen und Lesern schaffen.
- Mit anderen Branchenteilnehmern in Kontakt treten.
- Deine Leserinnen und Leser dauerhaft binden.

Um das Potenzial des Social-Media-Marketings auszuschöpfen, solltest du deinen Auftritt in sozialen Netzwerken sorgfältig planen und umsetzen.

Marketingstrategien in sozialen Netzwerken

Mit Social-Media-Aktivitäten erarbeitest du dir etwas, was du dir mittels keiner Marketingausgabe dieser Welt kaufen kannst: Vertrauen und Sympathie. Sei dabei geduldig und erwarte keine allzu schnellen Erfolge. Social-Media-Marketing ist ein langfristiger Prozess. Erst, wenn du einige Inhalte veröffentlicht und das Interesse deiner Leserinnen und Leser geweckt hast, können auf längere Sicht Erfolge erzielt werden. Im Folgenden findest du fünf Tipps, wie du erfolgreich in sozialen Netzwerken startest.

Zuerst die Zielgruppe definieren

Eine Zielgruppenanalyse ist ratsam, um eine sinnvolle Ansprache mit den passenden Inhalten zu gewährleisten. Stelle dir daher die Frage, wer deine Leserinnen und Leser sind. In welcher Altersgruppe finden sie sich, was sind ihre Interessen? Besuchen deine Leserinnen und Leser bestimmte soziale Netzwerke? Wird bereits in Netzwerken über dich gesprochen? Welche Inhalte interessieren deine Leserinnen und Leser am meisten? In welchen Netzwerken ist deine Konkurrenz aktiv und wie kommuniziert sie dort?

Geh auf Nummer sicher

Die richtigen Inhalte auf den jeweiligen Plattformen zu veröffentlichen, ist oft nicht leicht. Nimm dir dafür Zeit und veröffentliche keine unüberlegten oder einseitigen Beiträge, sondern sei thematisch abwechslungsreich. Wirb nicht ausschließlich für deine Bücher, sondern versuche, einen Mehrwert für deine Leserinnen und Leser zu schaffen, indem du beispielsweise interessante Links zu bestehenden Themen aus den Medien oder über deine Bücher veröffentlichst oder Bilder und Videos mit deinen Nutzenden teilst. Stelle dir immer die Frage, was du selbst gern über deine Lieblingsautorin oder deinen Lieblingsautor erfahren würdest. Wichtig dabei ist, regelmäßig zu veröffentlichen und deine Leserinnen und Leser an Diskussionen teilhaben zu lassen, indem du sie nach ihrer Meinung fragst.

Der Ton macht die Musik

Um die Attraktivität und Reichweite deiner Beiträge zu steigern, sollten deine Inhalte möglichst schnell und einfach zu verstehen sein. Formuliere daher kurz und knackig. Überlege dir, welche Art von Inhalten gut zu deinen Werken und deiner Zielgruppe passt: Humor, Fakten und/oder Unterhaltung? Viele Nutzerinnen und Nutzer lesen auch gern etwas über dich als Autorin bzw. Autor. Verfasse hin und wieder kurze und authentische Beiträge zu deiner Person. Romanautorinnen und -autoren dürfen dabei emotionaler werden, während Sachbuchautorinnen und -autoren faktisch schreiben sollten. Bleib dir selbst und deinem Sprachstil treu.

Tipp:

Manchmal wirst du in deinen Unterhaltungen auch Kommentare sehen, die nicht zur Sache passen. Wieder andere Kommentare sind so formuliert, dass es einfach unpassend wäre, darauf zu antworten. Bewahre hier Ruhe und kommentiere nur das, was du gern diskutierst. Alles andere kann ignoriert werden. Dabei gilt das ungeschriebene Gesetz, dass Kommentare von Nutzerinnen und Nutzern nicht gelöscht werden - es sei denn, sie widersprechen den Richtlinien des jeweiligen sozialen Netzwerks oder verunglimpfen andere Personen.

Zum richtigen Zeitpunkt veröffentlichen

Für erfolgreiches Social-Media-Marketing ist beim Veröffentlichen deiner Inhalte der richtige Zeitpunkt ein wesentlicher Erfolgsfaktor. Entscheidend sind die Tageszeit und der Wochentag. Generell sollte der Veröffentlichungszeitpunkt von deiner Zielgruppe abhängig gemacht werden. Wann deine Nutzerinnen und Nutzer online sind, erkennst du am besten, wenn du einige Inhalte veröffentlichst und die Reaktionen darauf beobachtest. Manche Plattformen gewähren dir auch Einblick in sogenannte Insights, bei denen du das Verhalten und die Reichweite einsehen kannst.

Bleib am Ball

Hab keine Angst vor der mittlerweile enormen Zahl der sozialen Netzwerke. Wichtiger als die Vielzahl der Social-Media-Kanäle ist, dass du regelmäßig mit deinen Leserinnen und Lesern kommunizierst. Es reicht nicht aus, ein Profil zu erstellen und ab und zu einen Blick darauf zu werfen. Soziale Netzwerke sind extrem schnelllebig und sollten stets einen aktuellen Bezug haben. Konzentriere dich am Anfang auf ein bis zwei Profile, die du intensiv pflegst.

Netzwerke mit hoher Nutzerzahl: Facebook und Twitter

Facebook

- Nutzerzahl: 3 Milliarden aktive Nutzerinnen und Nutzer. Insgesamt 23 Millionen Nutzerinnen und Nutzer besuchen in Deutschland täglich Facebook, 2,9 Millionen in Österreich und 3 Millionen in der Schweiz.
- Zielgruppe: Über 90 Prozent der Nutzerinnen und Nutzer sind mit Tablets und Smartphones in Facebook unterwegs. Die größte Altersgruppe bilden Personen zwischen 30 und 39 Jahren, wobei die Geschlechterverteilung nahezu ausgeglichen ist.
- Vorteile: Möglichkeit zur Erstellung einer Autorinnen- bzw. Autoren-„Fanpage“, auf der du dich und deine Bücher vorstellen kannst. Im Gegensatz zur privaten Profilsseite ist eine solche Fanpage immer öffentlich und kann auch von Nutzerinnen und Nutzern eingesehen werden, die selbst nicht angemeldet sind. Unter „Informationen“ kannst du dort auch alle relevanten Kontaktdaten angeben.

Anmeldung: Ruf mit deinem Internet-Browser die Startseite von Facebook (www.facebook.de) auf. Unter dem Stichwort „Registrieren“ findest du Eingabefelder für Namen, E-Mail-Adresse und Passwort. Bei Facebook ist es ratsam, deinen richtigen Namen und Autorinnen- bzw. Autorennamen anzugeben, da du sonst von anderen Nutzerinnen und Nutzern nicht gefunden werden kannst.

Ein gutes Beispiel ist die Fanseite der Autorin Jessica Winter. Sie zeigt als Profilbild ein authentisches Foto von sich selbst und als Titelbild das Cover ihres neuesten Buches:



Quelle: <https://www.facebook.com/AutorinJessicaWinter/>

Mit der Unterstützung einiger einfacher Anwendungen wie <https://www.facebook.com/twitter/> (Twitter) oder in der Instagram-App (Instagram) kannst du beispielsweise die beiden Anwendungen usw. bei Facebook einbinden.

BoD-Tipps

- Mit Fotos, Videos und Gewinnspielen hast du tolle Interaktionstools und schaffst durch interessante Artikel einen Mehrwert für deine Facebook-Community.
- Reg deine Fans dazu an, aktiv in den Dialog zu treten, und kommentiere anschließend die Beiträge.
- Versuche auch auf anderen Social Media-Plattformen den Link zu deiner Fanpage zu teilen.
- Sorge für regelmäßige Abwechslung in deinen Inhalten.
- Achte auf die Formulierung: lieber kurze und knackige Texte, die leicht verständlich sind.

- Denk an die allgemeine Impressumspflicht – diese gilt auch für Seiten wie Facebook.
- Du kannst deine Beiträge im Nachhinein jederzeit editieren.

X/Twitter

- Nutzerzahl: 354 Millionen aktive Nutzer.
- Zielgruppe: Die größte Altersgruppe bilden Menschen zwischen 16 und 24 Jahren
- Vorteile: Basiert auf dem Prinzip des „Mikro-Bloggings“ – Es können Kurznachrichten mit maximal 280 Zeichen verbreitet werden. Kann auch von Nutzerinnen und Nutzern eingesehen werden, die nicht angemeldet sind.

Anmeldung: Sowohl für ein privates als auch für ein Autorinnen- bzw. Autorenprofil meldest du dich direkt auf der Twitter-Seite (<https://twitter.com/>) an. Dort findest du eine übersichtliche Anmeldebox, in die du deinen gewünschten Namen, deine E-Mail-Adresse und ein Passwort einträgst. Nach dem Absenden der Anmeldung kannst du deinen Nutzernamen (z. B. deinen Autorinnen- bzw. Autorennamen) festlegen.

Besonderheit: Halte deinen Namen möglichst kurz, da beim Versenden eines Tweets an andere Nutzende dein Name bereits zu den 140 verfügbaren Zeichen gezählt wird.

BoD-Tipps

- Zahlreiche Designoptionen ermöglichen dir eine individuelle Gestaltung deines Accounts: Mit hochwertigem, individuellen Profil-/ und Titelbild kannst du so auf dich aufmerksam machen. Achte darauf, dass dein Bild nicht größer als 2MB sein darf, da du sonst Schwierigkeiten beim Upload der Datei bekommst.
- Nutze unbedingt das Informationsfeld „Bio“. Dort hast du 160 Zeichen zur Verfügung, um wichtige Informationen rund um deine Person und deine Bücher einzugeben. Sofern du auch eine Autorinnen- bzw. Autorenwebsite hast, kannst du diese hier verlinken und auch auf andere Social Media-Plattformen verweisen, auf denen du aktiv bist.

Relevante Begriffe für Twitter

Tweet

- Kurze Nachricht, bei der du den Leserinnen und Lesern „Kurznachrichten“ schicken kannst, bspw. Informationen darüber, woran du gerade arbeitest, was du selbst gerade liest, was dich aktuell interessiert.
- Die Nachricht kann auch aus Bildern und Videos bestehen.
- Du kannst anderen Nutzerinnen und Nutzern ganz einfach „folgen“ unter „Folge ich“ und so auf dem Laufenden bleiben, was andere gerade so tun.

Hashtag (#)

- Mit diesem Zeichen markierst du Begriffe als Schlagworte. Du machst deinen Followerinnen und Followern dadurch klar, worum es bei dem verlinkten Inhalt oder Tweet geht, und demonstrierst somit die Wichtigkeit der Begriffe.
- Nutze nicht mehr als 3 Hashtags pro Beitrag, um die Leserfreundlichkeit zu gewährleisten.

@-Zeichen

- Dieses kennzeichnet eine direkte Antwort an andere Twitter-Nutzerinnen und -Nutzer und wird von Twitter wie ein Link zu dessen Profil behandelt.
- Die zugehörige Nachricht ist nicht privat und auch von anderen einsehbar.

ReTweet

- Dabei handelt es sich um eine Weiterverbreitung eines gesendeten und bereits veröffentlichten Tweets, vergleichbar mit der „Teilen“-Funktion bei Facebook.
- Dies ist ein tolles Instrument, um zu zeigen, dass deine Inhalte gelesen und von anderen Nutzerinnen und Nutzern als interessant empfunden werden.
- Tippfehler sollten vermieden werden, da man einen veröffentlichten Tweet im Nachhinein nicht bearbeiten kann, sondern nur die Möglichkeit besteht, ihn zu löschen und erneut zu verfassen.
- Ein Bild sagt manchmal mehr als tausend Worte: Teile ab und zu ein nettes, lustiges Bild und bleib aber dennoch seriös.

Die Autorin Jasmin Zipperling twittert richtig. Mit dem Hashtag #Autorensontag verknüpft sie ihren Inhalt mit den Inhalten anderer Twitter-Nutzerinnen und -Nutzer, die diesen Hashtag verwendet haben, verlinkt auf ihren eigenen Twitter-Account, bietet ihren Followern die Möglichkeit, eine Antwort zu schreiben, und erhöht durch ihren Bild-Post die Chance, dass ihr Beitrag retweeted wird.



Jasmin Zipperling 🐾
@JZipperling

Auf Instagram gibt's eine Aktion, die nennt sich [#Autorensontag](#).

Jeden Samstag wird dazu das Thema festgelegt und am Sonntag kann man unter dem Hashtag dazu posten.

Heute geht's darum, wie man einen Verlag findet. Oder wie man herausfindet, welcher Verlag NICHT zu einem passt.

10:22 vorm. · 2. Feb. 2020 · [Twitter for iPhone](#)

Quelle: <https://twitter.com/JZipperling/status/1223899531378614272>

Netzwerke mit Schwerpunkt Bild: Pinterest und Instagram

Pinterest

Pinterest ist ein stark wachsendes Netzwerk, das im März 2010 ans Netz ging. Der Name des Unternehmens ist eine Wortschöpfung, die sich aus „pin“ (etwas anheften) und „interest“ (Interesse) zusammensetzt. Pinterest soll eine digitale Pinnwand für alles sein, was Nutzerinnen und Nutzer interessant finden und anderen zeigen möchten.

- Rund 463 Millionen Menschen nutzen Pinterest aktiv, davon 16 Millionen in Deutschland. Davon nutzen mit knapp 60 Prozent etwas mehr Frauen als Männer die Web-Sharing-Plattform. Bei Pinterest sind die meisten Nutzerinnen und Nutzer im Alter zwischen 25 und 34 Jahren.

Eine virtuelle Pinwand erstellen – völlig kostenlos

Dafür meldest du dich unter www.pinterest.com an. Wir empfehlen dir außerdem, eine Unternehmensseite anzulegen, da diese die Marketinglösung von Pinterest darstellt. Das Design deines Auftritts kommt bei Pinterest insbesondere durch das Hochladen deiner Bilder zustande.

Best Practice: visuell kommunizieren

Der Dreh- und Angelpunkt: das Pinnen und Repinnen

Als Pin bezeichnet man eine Bilddatei, die von dir auf deine Pinwand hochgeladen wird. Dabei kannst du eine unbegrenzte Zahl verschiedener Pinwände erstellen, die entweder privat (nur für dich sichtbar) oder öffentlich sind. Pinwände sind dazu da, deine Pins in verschiedenen Kategorien zu speichern. Pinterest-Nutzerinnen und -Nutzer müssen nicht immer deinem ganzen Profil folgen, sondern können auch einzelne Pinwände oder Pins repinnen oder einzelne Bilder liken. Ein Repin bedeutet folglich, dass du deiner eigenen Pinwand Pins anderer Nutzerinnen und Nutzer hinzufügst. Entscheidend bei Pinterest ist nicht die Zahl deiner Followerinnen und Follower, sondern wie viele Repins du erzielst. So kannst du für deine Inhalte eine Art Schneeballeffekt erzeugen.

Der Blickfang: Deine Pinwand

Versuche möglichst unterschiedliche, nach Themen geordnete Pinwände anzufertigen:

- Zeige Bilder von Orten, die in deinen Büchern vorkommen.
- Stelle charakteristische Bilder von deinen Protagonisten ein.
- Lade Covervorschläge hoch und frage die Followerinnen und Follower nach ihrer Meinung.
- Zeige deine liebsten Plätze zum Schreiben.
- Verrate etwas über deine Hobbys, deine Lieblingsbücher usw.
- Lasse deine Leserinnen und Leser am Entstehungsprozess deines Werks teilhaben.

Falls du Fachbücher verfasst, sind Pinwände rund um dein Expertenthema geeignet. Mögliche Inhalte sind hier beispielsweise Pins von deinen Lesungen und Veranstaltungen oder deinem Arbeitsplatz. Gute Anregungen liefert die Seite von Buecher.de, wo du unterschiedliche Pinwände wie „Die Welt der Bücher“, „Autorenwelt“ sowie „Lieblingsplätze zum Lesen“ findest. Somit erschafft Buecher.de eine Bildwelt rund um das Thema Buch:



Quelle: <https://www.pinterest.de/buecherde/>

Die Coverbilder: bunt, lustig und individuell

Das erste Element, welches zukünftige Followerinnen und Follower auf deiner Pinnwand sehen, ist das Coverbild der einzelnen Pinnwände. Um die Nutzerinnen und Nutzer anzusprechen, solltest du einen aussagekräftigen „Hingucker“ für das Pinterest-Coverbild wählen. Lass deiner Kreativität freien Lauf.

Benutze Hashtags

Der besondere Vorteil auf Pinterest ist, dass deine Fotos, Bilder und Infografiken nicht nach Aktualität sortiert werden und somit auch nach längerer Zeit noch leicht zu finden sind. Um die maximale Sichtbarkeit und Reichweite deiner visuellen Inhalte in dem Netzwerk zu garantieren, nutze Hashtags (gleiches Prinzip wie bei Twitter) bei der Bildbeschreibung. Somit gelangen Nutzerinnen und Nutzer über die Pinterest-Suchfunktion auf deine Seite. Gib auch den Link zu deiner Website bei der Bildbeschreibung an, damit interessierte Betrachtende sofort zusätzliche Informationen zu deinen Inhalten finden können.

BoD-Tipps

- Integriere passende Pins von anderen Pinterest-Nutzerinnen und -Nutzern in deine Pinnwände und mach so auf dich sowie deine visuellen Inhalte aufmerksam.
- Deine Community möchte stets mit Neuigkeiten über deine Aktivitäten als Autorin bzw. Autor versorgt werden. Veröffentliche deshalb regelmäßig und weitreichend. Halte deine Pinnwände stets aktuell.
- Informiere nicht ausschließlich über deine Bücher. Bei Pinterest steht vielmehr die Unterhaltung im Vordergrund. Stelle sicher, dass die von dir erstellten Pinnwände einen entsprechenden Mehrwert für deine Besucherinnen und Besucher bieten. Finde ein gesundes Mittelmaß zwischen Unterhaltung und Werbung.

Instagram

Instagram hat sich wie Pinterest auf die Darstellung von visuellen Inhalten spezialisiert und gehört seit 2012 zu Facebook. Bisher wurden über 50 Milliarden Bilder und Videos hochgeladen.

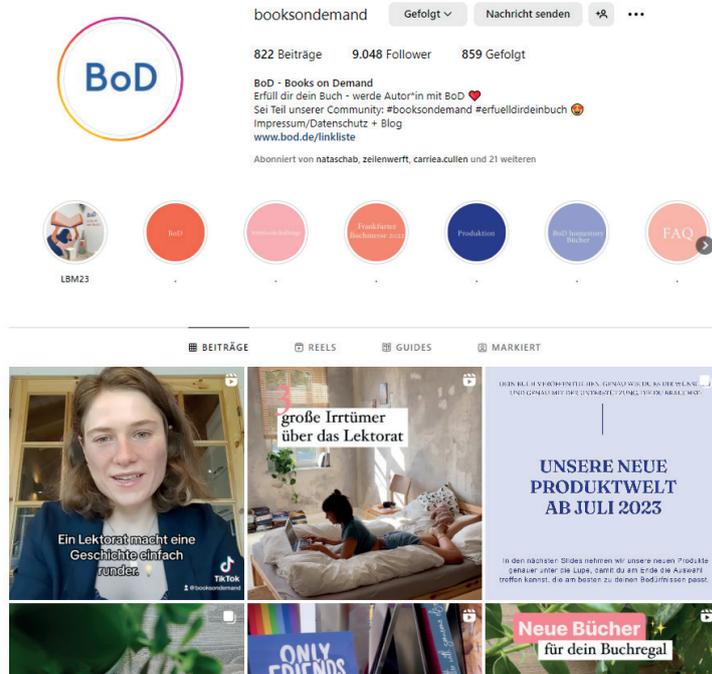
- Nutzerzahl: Insgesamt verzeichnet das Netzwerk über 4,5 Milliarde aktive Nutzerinnen und Nutzer, davon 27 Millionen in Deutschland.
- Zielgruppe: Die Mehrheit ist zwischen 25 und 34 Jahre alt und die Geschlechterverteilung ausgeglichen.
- Vorteile: Durch Inhalte in Form von Bildern, Videos oder Gifs eine visuell spezialisierte Plattform, die in erster Linie über das eigene Smartphone funktioniert.

Anmeldung: Diese App kannst du entweder im App Store oder bei Google Play herunterladen. Nach erfolgreicher Installation legst du deinen Namen fest, vergibst ein Passwort und kannst eine Kurzbeschreibung über dich verfassen.

Best Practice: ein Blick hinter die Kulissen

Mit besonders ansprechenden und außergewöhnlichen Fotos kannst du schnell die Aufmerksamkeit auf dich lenken. Dafür stehen dir bei Instagram unterschiedliche Filter (dadurch können bestimmte Effekte erzeugt werden) und Rahmen zur Verfügung. Gib deinem Bild einen Titel und teile es wahlweise auch in anderen Netzwerken. Zusätzlich kannst du bei Instagram relevante Schlagworte mit Hashtags und Geo-Tags - dem Ort der Aufnahme - versehen. Je nach Filter lässt sich die Wirkung eines Bildes erstaunlich ver-

ändern; Man kann zwischen warmen Filtern mit sanftem Leuchten und kühlen Filtern mit starken Kontrasten wählen. Andere Filter ahmen alte Dia- oder Schwarzweißfilme nach. Wahlweise kannst du deine Bilder auch mit einem Rahmen umranden.



Quelle: <https://www.instagram.com/booksondemand>

BoD-Tipps

- Mit besonders ansprechenden und außergewöhnlichen Fotos kannst du schnell die Aufmerksamkeit auf dich lenken.
- Nutze Bildbearbeitungs-Tools (wie z. B. VSCO, Afterlight, etc.), um deine Bilder schnell und einfach direkt auf deinem Smartphone zu bearbeiten oder verwende die vorgefertigten Filter der App selbst: Dort gibt es unterschiedliche Auswahlmöglichkeiten, die dein Bild kühler/wärmer/kontrastreicher etc. erscheinen lassen können.
- Zusätzlich zu Hashtags kannst du auf Instagram auch sogenannte Geo-Tags benutzen: Damit verbindest du deine Posts mit dem Ort der Aufnahme.
- Erstelle persönliche Beiträge, die auch einen „Blick hinter die Kulissen“ erlauben.
- Nutze die Plattform für Gewinnspiele und direkte Interaktionen mit deinen Fans.
- Teile deinen Alltag über die sogenannte Story-Funktion, in der du Fotos und 15 Sekunden Videos mit Nutzenden teilen kannst und diese für 24 Stunden abrufbar sind, bevor sie in deinem Profil archiviert werden.
- Kündige bspw. auch kurzfristige Live-Chats über diese Story an und trete mit dieser Funktion so in einen direkten Dialog mit deinen Followerinnen und Followern.
- Nutze IGTV für längere Videos, die auch im Nachhinein von deinen Followern angeschaut werden können.

Booksharing-Plattformen

Neben deinem Auftritt in sozialen Netzwerken empfehlen wir dir, als Autorin bzw. Autor auch in diversen Literaturforen und auf sogenannten Booksharing-Plattformen aktiv zu sein. Du kannst dort auf deine Bücher aufmerksam machen, dich über die Aktivitäten deiner Mitbewerberinnen und Mitbewerber informieren und erhältst wertvolle Tipps rund um das Thema Schreiben. Im Folgenden findest du eine Auswahl unterschiedlicher Plattformen:

Goodreads

Goodreads ist ein virtueller Leseclub und mit über 140 Millionen Mitgliedern die weltweit größte Plattform, auf denen sich Menschen über Bücher austauschen. Allerdings verfügt Goodreads auch über eine deutsche Schnittstelle, sodass die Plattform immer mehr Zugriffe aus Deutschland verzeichnet. Mit Goodreads kannst du mit deinen Leserinnen und Lesern persönlich in Kontakt treten, Diskussionen zu deinen Buchinhalten starten sowie eigene Blogeinträge, Videos, Rätsel u.v.m. zu deinen Inhalten erstellen. Durch Goodreads kannst du in virtuellen Bücherregalen einen schönen Überblick behalten, welche Bücher du schon gelesen hast, welche du aktuell liest und welche Bücher du noch lesen möchtest. Besonders beliebt ist die „Reading Challenge“, bei der alle Nutzerinnen und Nutzer zu Jahresbeginn ein Ziel festlegen, wie viele Bücher sie lesen möchten. Die Challenge zählt automatisch mit, wenn man ein neues Buch beendet hat.

Leselupe

Das 1998 gegründete Literaturforum gehört mit über 150.000 Leserinnen und Lesern im Monat zu den größten in Deutschland. Als Autorin bzw. Autor kannst du nach kostenloser Registrierung in verschiedenen Genres deine Geschichten als E-Book oder Hörbuch online veröffentlichen. Daneben findest du auf www.leselupe.de Angebote wie Verlagsverzeichnisse, Schreibwerkstätten, praktische Tipps, Schreibaufgaben und eine Vielzahl von Buchempfehlungen.

Literaturcafé

Hier findest du Informationen über Verlage und Buchmarketing und kannst mit anderen Branchenteilnehmern in Kontakt treten. Autorinnen und Autoren können unter der Rubrik „Prosa und Lyrik“ ihre eigenen Texte hochladen und, falls gewünscht, rezensieren lassen.

Litnity

Seit 2016 feilen die Gründer am Konzept von Litnity. Ihr Ziel: das Literaturportal zu werden. 2017 gewannen sie eine Wildcard der Frankfurter Buchmesse und durften kostenlos ihren Stand präsentieren. Auf der Seite können Rezensionen geschrieben werden, in Gruppen wird diskutiert und einen eigenen Blog findet man dort auch.

Lovelybooks

Lovelybooks ging im Dezember 2006 online und zählt mit über 1,9 Millionen monatlichen Nutzerinnen und Nutzern zu den größten Literatur-Communitys in Deutschland. Hier können Buchtipps, Rezensionen und Buchbewertungen zu Lieblingsbüchern abgegeben und ein virtuelles Bücherregal angelegt werden. Für dich als Autorin bzw. Autor ist es daher besonders sinnvoll, ein kostenloses Autorinnen- bzw. Autorenprofil zu erstellen, das automatisch mit deinen Büchern und deinen baldigen Leserinnen und Lesern verknüpft ist. Auch an Marketingaktionen, wie Leserunden, Buchverlosungen und Fragerunden kannst du teilnehmen. Außerdem bietet dir Lovelybooks die Möglichkeit, in den direkten Kontakt mit deinen Leserinnen und

Lesern zu treten, Feedback zu deinen neuesten Projekten einzuholen und über die Community Literaturbloggerinnen und -bloggern sowie Multiplikatoren zu erreichen.

Vorablesen

Immer montags präsentiert Vorablesen auf vorablesen.de die neuen Bücher vor Erscheinungsdatum, die in der Folgewoche an 100 Leserinnen und Leser verlost werden, die ihre Meinung zu der Lese- oder Hörprobe gegeben haben. Durch die Teilnahme an Verlosungen und Rezensieren der gewonnenen Bücher, sammeln die Leserinnen und Leser Punkte, die sie in ein Wunschbuch einlösen können, das sie dadurch garantiert gewinnen.

Wattpad

Auf Wattpad kannst du als Autorin bzw. Autor dein Manuskript, vollständig oder nicht, veröffentlichen und mit über 70 Millionen Leserinnen und Lesern weltweit teilen. Hierfür legst du ein kostenloses Autorinnen- bzw. Autorenprofil an und lädst deine Texte unter dem Menüpunkt „Erstellen“ hoch. Viele Autorinnen und Autoren laden nur einzelne Kapitel hoch, sodass die Leserinnen und Leser voll Vorfreude auf das nächste Kapitel warten und ihnen dauerhaft folgen. Die hochgeladenen Geschichten können mit anderen sozialen Netzwerken geteilt werden und an jede Stelle eines jeden Kapitels kann ein Kommentar geschrieben werden.

Social-Media-Apps

Unum

Unum ist eine App für IOS und Android, mit deren Hilfe du deinen Instagram-Feed planen kannst. Einzelne Bilder können angeordnet werden, um zu sehen, wie sie zusammen wirken. In der App können Fotos bearbeitet, Filter angewendet und die Unterschriften sowie Hashtags hinzugefügt werden.

Canva

Canva ist eine allumfassende Anwendung, mit der du Grafiken jeglicher Art erstellen kannst. Von Instagram-Posts bis Facebook-Titelbilder sind zahlreiche Formate dabei. Für die Designs stehen Millionen Bilder zur Verfügung und eigene Bilder können hochgeladen werden. Filter und Funktionen der Fotobearbeitung, Symbole, Formen und Elemente sowie Hunderte von Schriftarten stehen zur freien Verfügung. Nach einem Probemonat kostet die Anwendung knapp 12 € im Monat, kann aber auch in einer Free Version mit eingeschränkten Funktionen kostenlos weiterverwendet werden.

Later

Mit Later kannst du Beiträge für Instagram, Facebook, Twitter und Pinterest planen und die Posts terminieren, sodass sie automatisch hochgeladen werden. Auch Instagram Stories können mit diesem Tool vorgeplant werden. Zusätzlich können Texte zu den Beiträgen gespeichert werden und für Bilder gibt es eine eigene Galerie.

Ninjalitics

Auch auf Ninjalitics findest du kostenlos viele Auswertungen zu Instagram- und TikTok-Profilen.

Socialblade

Socialblade ist ein gutes kostenloses Tool, um Social-Media-Accounts zu analysieren. Profile auf den Plattformen Instagram, YouTube, Twitter, Twitch, Daily Motion und Mixer kannst du hier finden. In übersichtlichen Statistiken wird die Entwicklung der Followerzahl, die Interaktionsrate und vieles mehr dargestellt.

Die Qual der Wahl: das richtige Netzwerk

Generell gibt es nicht „das eine Netzwerk“ für einen bestimmten Autorinnen- bzw. Autorentypen. Vielmehr verfolgen die verschiedenen Netzwerke diverse Ziele und arbeiten mit unterschiedlichen Inhalten und Medien. Versuche daher, in den Netzwerken mit hoher Nutzerzahl wie Facebook oder Twitter aktiv zu sein und mit deiner Community dort so wirkungsvoll wie möglich zu kommunizieren. Achte auf Aktualität und stoße immer wieder selbst Diskussionen an, die nicht nur auf deiner Website stattfinden.

Die richtigen Inhalte in den sozialen Netzwerken

Für Belletristik-Autorinnen und -Autoren: Poste Inhalte zu deinen Büchern, worüber du gerade schreibst, wer deine Protagonistinnen oder Protagonisten sind, verlinke auf Leseproben, kündige eigene Veranstaltungen an, zeige, wo und wie du arbeitest, und erzähle, was dich als Autorin oder Autor ausmacht.

Für Fachbuchautorinnen und -Autoren: Informiere die Nutzerinnen und Nutzer über deine Expertise, veröffentliche Links und andere Beiträge über dein Fachthema, verwende passende Hashtags und mach generell auf eigene Buchrezensionen aufmerksam.

BoD-Tipps

- Egal, zu welchem Genre du schreibst, lege immer eine Autorinnen- bzw. Autoren-Fanseite auf den unterschiedlichen sozialen Netzwerken an. Dadurch erreichst du die meisten Nutzerinnen und Nutzer. Dabei kannst du sowohl eine Fan-Page für deine Buchtitel als auch eine Fan-Page zu dir als Autorin bzw. Autor erstellen.
- Sei auf Facebook und Twitter aktiv. Dort erreichst du die meisten Nutzerinnen und Nutzer jeglicher Altersgruppe und Geschlechts. Pinterest und Instagram kannst du vor allem nutzen, um deinen Leserinnen und Lesern ein authentisches Bild von deiner Arbeit und deiner Person zu vermitteln. In den unterschiedlichen Literaturforen kannst du dich mit anderen Branchenteilnehmern austauschen und dich über Themen rund ums Buch informieren.
- Registriere dich bei den größten Literatur-Communitys Goodreads und Lovelybooks. Dort kannst du optimal auf dein Buch aufmerksam machen, Rezensionen von deinen Leserinnen und Lesern erhalten und in direkten Kontakt zu ihnen treten.
- Nutze sogenannte Business-Communitys wie Xing oder LinkedIn und lege dir dort ein Autorinnen- bzw. Autorenprofil an. Wie du dabei am besten vorgehst, erfährst du in unserem Blog unter www.bod.de/fingerprint/allgemein/ihr-autorenprofil-bei-xing.
- Ein weiteres wichtiges Marketinginstrument kann deine Autorinnen bzw. Autorenhomepage auf Amazon sein, die du unter authorcentral.amazon.de verwalten kannst. Was es hierbei zu beachten gilt, findest du ebenfalls in unserem Blog.

Möglich Inhalte für deine Social-Media-Kanäle

Schreibprozess

Du sitzt an deinem Manuskript und möchtest dich gerne mit anderen austauschen? Dann lass deine Leserinnen und Leser daran teilhaben. Zeig ihnen Bilder von deinem Schreiballtag: z. B. Welches Kapitel schreibst du gerade? Arbeitest du gerade einen Charakter aus?

Ein Blick hinter die Kulissen

Was macht dich als Autorin bzw. Autor noch besonders, außer dass du an einer Geschichte schreibst? Gibt es Hobbys, denen du gerne nachgehst? Wie gestaltest du sonst noch deine Freizeit? Es gibt immer Dinge, die dich einzigartig machen und die andere an dir interessant finden. Wenn du z. B. Bilder von deinem Haustier teilst, werden Menschen auf dich aufmerksam, die dich vielleicht im ersten Schritt nicht entdeckt hätten.

Buchzitate

Buchzitate eignen sich sehr, um deinen Leserinnen und Lesern deine Geschichte schmackhaft zu machen. So kannst du ihnen einen Einblick in deine Geschichte gewähren, ohne zu viel zu verraten. Es gibt mittlerweile auch unzählige Apps, mit denen du Zitate toll gestalten kannst. Empfehlen können wir dir hierfür z. B. die Apps Unfold, Canva oder WordSwag. Mit ein paar einfachen Klicks kannst du dein persönliches Layout erstellen und Grafiken sowie Schriften einfügen.

Abstimmungen

Du weißt noch nicht genau, wie deine Protagonistin oder dein Protagonist heißen soll? Du stehst zwischen der großen Entscheidung zwischen zwei Covervorschlägen? Dann lass deine potenziellen Leserinnen und Leser darüber abstimmen, was ihnen gefällt – oder lass dir z. B. Namen vorschlagen, die zu deinen Charakteren passen könnten. Solche Abstimmungen sind perfekt, um zu interagieren und deiner Community das Gefühl zu geben, dass sie aktiv an der Gestaltung deines Buches mitwirken.

Coverenthüllungen

Du möchtest, dass möglichst viele neugierig auf dein Buch werden? Dann sind Coverenthüllungen perfekt! Du könntest über mehrere Wochen hinweg immer mal wieder ein bisschen mehr von deinem Buchcover zeigen, bevor du es komplett präsentierst.

Charaktervorstellung

Wie sehen deine Charaktere aus? Welche Eigenheiten haben sie? All das kannst du auf deinen Social-Media-Kanälen teilen.

Events

Egal ob Lesungen, Messebesuche, Signierrunden oder Schreibworkshops: Lass deine Leserinnen und Leser wissen, auf welchen Veranstaltungen du anzutreffen bist.

Verlosungen und Gewinnspiele

Gewinnspiele und Verlosungen sind die perfekte Möglichkeit, um auf dein Buch aufmerksam zu machen – gerade auch bei Menschen, die dein Buch noch nicht kennen.

Checkliste Social Media-Präsenz

Social Media-Plattform auswählen

- Passend zur Zielgruppe?
- Anmeldung erfolgreich?

Inhalte planen

- Welche Inhalte könnten regelmäßig geteilt werden?
- Der Zielgruppe entsprechende Inhalte veröffentlichen

Fotos erstellen

- Profil- und Titelbild
- Regelmäßige Bilderstellung für Plattformen wie Instagram

Autorinnen- bzw. Autoren-Vorstellung der jeweiligen Plattform

- Welche Informationen sollen öffentlich sein?
- „Über mich“ Text erfassen
- Informationen über aktuelle oder vergangene Buchprojekte
- Evtl. andere Social-Media-Plattformen verlinken

Zusatz-Tools

- Bildbearbeitungs-App installieren
- Analyse-Tools vergleichen
- Tracking-App installieren

Rechtliches und Auswertungen

- Impressum und Datenschutz überprüfen und auf allen Kanälen verlinken

Quellenverzeichnis

Facebook

<https://www.facebook.com/>

https://allfacebook.de/zahlen_fakten/offiziell-facebook-nutzerzahlen-deutschland

Twitter

<https://twitter.com/>

<https://www.futurebiz.de/artikel/twitter-statistiken-nutzerzahlen/>

Pinterest

<http://pinterest.de/>

<https://www.futurebiz.de/artikel/pinterest-statistiken/>

Instagram

<http://instagram.com/>

<https://www.futurebiz.de/artikel/instagram-statistiken-nutzerzahlen/>

<https://www.crowdmedia.de/instagram-nutzerzahlen-deutschland/>

Goodreads

<https://www.goodreads.com/>

www.goodreads.com/about/us

Leselupe

www.leselupe.de/literaturforum.php

Literaturcafe

<https://www.literaturcafe.de/>

Litnity

<https://www.litnity.com/>

Lovelybooks

<https://www.lovelybooks.de/>

Vorablesen

<https://www.vorablesen.de/>

Wattpad

www.wattpad.com/about