

Checkliste: Deine Zielgruppe finden und erreichen

Nutze diese Checkliste, um deine Zielgruppe klar zu definieren, passende Leser:innen anzusprechen und dein Buchmarketing strategisch auszurichten. Kreuze an, woran du bereits gedacht hast und finde heraus, wie du dein Publikum noch besser erreichen kannst.

1. Grundlagen deiner Zielgruppe

Frage	Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Ich weiß, für welche Leser:innen mein Buch geschrieben ist.		
Ich kenne die Altersgruppe meiner Zielgruppe.		
Ich weiß, welche Genres, Tropes oder Themen meine Zielgruppe besonders interessieren.		
Ich kann erklären, warum genau diese Menschen mein Buch lesen würden.		
Ich kenne typische Wünsche, Probleme oder Bedürfnisse meiner Zielgruppe.		

2. Demografische & psychografische Merkmale

Frage	Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Ich habe mich mit Lebensrealität, Interessen und Werten meiner Zielgruppe beschäftigt.		
Ich weiß, welche Gefühle mein Buch bei Leser:innen auslösen soll.		
Ich kenne vergleichbare Bücher oder Autor:innen, die meine Zielgruppe ebenfalls liest.		
Ich verstehe, welche Erwartungen Leser:innen an mein Genre haben.		
Ich weiß, welche Themen oder Inhalte meiner Zielgruppe besonders wichtig sind.		

3. Personas & Zielgruppenprofile

Frage	Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Ich habe mindestens ein konkretes Zielgruppenprofil bzw. eine Persona erstellt.		
Ich kann meine ideale Leserperson möglichst konkret beschreiben.		
Ich weiß, wie diese Person Bücher entdeckt und konsumiert.		
Ich habe verschiedene Zielgruppen oder Untergruppen bewusst voneinander abgegrenzt.		
Ich überprüfe meine Zielgruppenprofile regelmäßig anhand von Feedback oder Rezensionen.		

4. Plattformen & Sichtbarkeit

Frage	Ja <input type="checkbox"/>	Nein <input type="checkbox"/>
Ich weiß, auf welchen Plattformen meine Zielgruppe aktiv ist.		
Ich habe passende Kanäle für mein Buch ausgewählt (z. B. BookTok,		

🌐 Website: <https://www.grin.com/selfpublishing>

✉ Kontakt: info@grin.com

📍 Verlagssitz: München



Bookstagram, Goodreads oder Newsletter).		
Ich weiß, welche Inhalte auf meinen Plattformen gut funktionieren könnten.		
Ich denke bei meinem Marketing nicht nur an Werbung, sondern auch an Mehrwert und Unterhaltung.		
Ich nutze Plattformen und Inhalte, die wirklich zu meinem Buch und meiner Persönlichkeit passen.		

5. Storytelling & emotionale Leserbindung

Frage	Ja []	Nein []
Ich weiß, welche Stimmung oder Emotion mein Buch transportieren soll.		
Ich nutze Storytelling, um Leser:innen emotional anzusprechen.		
Ich kann erklären, was mein Buch besonders macht.		
Meine Kommunikation wirkt authentisch und nicht rein werblich.		
Ich zeige Persönlichkeit und gebe Einblicke in meine Autor:innenarbeit.		

6. Buchmarketing & Auffindbarkeit

Frage	Ja []	Nein []
Ich habe passende Keywords für mein Buch recherchiert.		
Ich achte auf eine klare Positionierung bei Titel, Untertitel und Beschreibung.		
Ich kenne vergleichbare Titel und deren Marktpositionierung.		
Ich denke bereits früh über Rezensionen, Blogger:innen oder Rezensionsexemplare nach.		
Ich berücksichtige Sichtbarkeit auf Plattformen wie Amazon oder Online-Shops.		

7. Content & langfristige Strategie

Frage	Ja []	Nein []
Ich habe Ideen für wiederkehrende Inhalte oder Formate.		
Ich plane Inhalte mit klarer Zielgruppe und konkretem Mehrwert.		
Ich denke langfristig und nicht nur bis zur Veröffentlichung.		
Ich habe eine grobe Strategie für Social Media, Website oder Newsletter.		
Ich weiß, welche Handlung meine Leser:innen nach einem Beitrag ausführen sollen.		

Auswertung

- **Viele Ja in den meisten Bereichen** → Du kennst deine Zielgruppe bereits sehr gut und hast eine starke Grundlage für erfolgreiches Buchmarketing geschaffen.
- **Viele Ja bei Zielgruppe und Personas, aber weniger bei Sichtbarkeit oder Marketing** → Deine Grundlagen stehen, aber du solltest dich stärker mit Plattformen, Content und Reichweite beschäftigen.



• **Viele Nein in mehreren Bereichen** → Deine Zielgruppe ist aktuell noch nicht klar genug definiert. Nimm dir Zeit, Leser:innen, Emotionen und Kommunikationswege gezielt auszuarbeiten.

Abschlussgedanken

Erfolgreiches Buchmarketing beginnt nicht bei Werbung – sondern beim Verständnis deiner Leser:innen. Je besser du weißt, für wen du schreibst und welche Gefühle dein Buch auslösen soll, desto gezielter kannst du sichtbar werden und echte Leserbindung aufbauen.

Vertiefende Tipps findest du im passenden **Magazinartikel**:

[Leserbindung & Storytelling: Selfpublishing-Marketing mit Herz](#)

Für weitere nützliche Tools und Hilfestellungen findest du hier unseren **Newsletter**:

<https://www.grin.com/newsletter/>

