

Reflexionsbogen: Finde deine passenden Marketingkanäle

Du weißt bereits, wen du mit deinem Buch erreichen möchtest – jetzt geht es darum, **wo und wie du diese Leser:innen am besten erreichst**. Dieser Reflexionsbogen hilft dir dabei, passende Marketingkanäle auszuwählen, Prioritäten zu setzen und deine Zeit gezielt einzusetzen.

Du kennst deine Zielgruppe noch nicht genau? Dann nutze zuerst unsere Checkliste [„Deine Zielgruppe finden und erreichen“](#).

1. Wo erreichst du deine Leser:innen?

Finde die Orte zu finden, an denen deine Zielgruppe Bücher entdeckt, Empfehlungen sucht und sich über passende Themen oder Genres austauscht.

Wo entdeckt und empfiehlt deine Zielgruppe Bücher?

Wo tauscht sie sich über dein Genre oder Thema aus?

Welche Plattformen oder Communities kommen für dich infrage?

- ☐ Facebook-Gruppen
- ☐ Goodreads
- ☐ Reddit
- ☐ Fachforen oder Fachportale
- ☐ Thematische Communities
- ☐ Andere: _____

Meine wichtigsten Anlaufstellen sind:



2. Foren & Communities: Passt Community-Marketing zu dir?

Foren und Communities helfen dir, in deiner Nische sichtbar zu werden und Vertrauen aufzubauen. Dabei steht nicht die Werbung für dein Buch im Mittelpunkt, sondern der Austausch und dein Mehrwert für die Community.

Dein Community-Check

- ☐ Ich kenne Communities, die zu meinem Buch passen.
- ☐ Meine Zielgruppe ist dort tatsächlich aktiv.
- ☐ Ich weiß, welche Themen und Fragen die Mitglieder beschäftigen.
- ☐ Ich bin bereit, mich an Diskussionen zu beteiligen.
- ☐ Ich kann hilfreiche Inhalte, Erfahrungen oder Wissen beitragen.
- ☐ Ich kann z. B. Tipps, Checklisten, Mini-Cases oder Ressourcen teilen.
- ☐ Ich bin bereit, Mehrwert zu bieten, statt direkt mein Buch zu bewerben.
- ☐ Ich prüfe die Regeln der Community, bevor ich aktiv werde.
- ☐ Ich erwähne mein Buch nur, wenn es thematisch zum Gespräch passt.
- ☐ Wenn ich mein Buch erwähne, trete ich transparent als Autor:in auf.

Diese Community möchte ich ausprobieren:

Diese drei Themen oder Inhalte könnte ich dort einbringen:

1.

2.

3.

So kann mein Buch sinnvoll daran anknüpfen:



Mein Community-Ziel:

- ☐ Austausch
- ☐ Feedback
- ☐ Sichtbarkeit in meiner Nische
- ☐ Vertrauen aufbauen
- ☐ Leser:innen erreichen

3. Welche eigenen Marketingkanäle passen zu dir?

Website, Blog und Newsletter gehören zu deinen **eigenen Marketingkanälen**. Du kannst sie unabhängig von Plattform-Algorithmen steuern und langfristig für dein Buchmarketing aufbauen. Aber nicht jeder Kanal muss zu dir passen.

Eine Website passt zu mir, wenn ...

- ☐ ich Informationen zu meinem Buch zentral bündeln möchte.
- ☐ ich eine eigene Buchseite oder Landingpage einrichten kann.
- ☐ ich Verkaufslink, Klappentext und wichtige Verkaufsargumente bereitstellen möchte.
- ☐ ich eine Leseprobe, ein Freebie oder einen Reader Magnet anbieten kann.
- ☐ ich Kontaktmöglichkeiten für Leser:innen, Presse oder Kooperationen bereitstellen möchte.

Das soll meine Website für mein Buch leisten:

Ein Blog passt zu mir, wenn ...

- ☐ ich regelmäßig Themen habe, über die ich schreiben kann.
- ☐ ich realistisch etwa einen Beitrag pro Monat veröffentlichen kann.
- ☐ ich Einblicke in Schreibprozess oder Recherche geben möchte.
- ☐ ich Bonuscontent oder Hintergrundwissen anbieten kann.
- ☐ ich wiederkehrende Formate entwickeln kann.
- ☐ ich meine Beiträge mit meiner Buchseite verbinden kann.

Drei Themen, über die ich bloggen könnte:

1.

2.

3.



Ein Newsletter passt zu mir, wenn ...

- ☐ ich meine Leser:innen regelmäßig direkt erreichen möchte.
- ☐ ich Neuigkeiten zu Projekten, Cover oder Launches teilen kann.
- ☐ ich Bonuscontent oder Hintergrundmaterial anbieten möchte.
- ☐ ich Leseproben, Reader Magnets oder Freebies teilen kann.
- ☐ ich persönliche Einblicke geben möchte.
- ☐ ich einen realistischen Versandrhythmus einhalten kann.

Drei Inhalte für meinen Newsletter:

1. _____
2. _____
3. _____

4. Welcher Marketingkanal passt am besten zu dir?

Jetzt vergleichst du deine Möglichkeiten. Entscheidend ist nicht, möglichst viele Häkchen zu sammeln. Frage dich stattdessen: **Wo erreichst du deine Zielgruppe, wo hast du passende Inhalte und welchen Kanal kannst du langfristig pflegen?**

Marketingkanal	Zielgruppe dort?	Passende Inhalte?	Langfristig machbar?	Priorität
Foren & Communities	☐	☐	☐	☐ hoch ☐ mittel ☐ niedrig
Website	☐	☐	☐	☐ hoch ☐ mittel ☐ niedrig
Blog	☐	☐	☐	☐ hoch ☐ mittel ☐ niedrig
Newsletter	☐	☐	☐	☐ hoch ☐ mittel ☐ niedrig

Deine Entscheidung

Mein wichtigster Marketingkanal:



Warum passt er zu meinem Buch und meiner Zielgruppe?

Diesen Kanal möchte ich ergänzend nutzen:

Diesen Kanal brauche ich aktuell nicht:

Warum?

5. Dein persönlicher Marketingplan

Jetzt geht es vom Nachdenken ins Umsetzen. Nimm dir nicht zu viel auf einmal vor, sondern lege deine nächsten konkreten Schritte fest.

Mein Fokus:

Mein erster konkreter Schritt:

Danach möchte ich:

Diese Inhalte muss ich dafür vorbereiten:

So integriere ich den Kanal langfristig in mein Buchmarketing:

Mein Ergebnis

Für mein Buchmarketing konzentriere ich mich zunächst auf

weil



6. Abschließender Gedanke

Gutes Buchmarketing bedeutet nicht, überall präsent zu sein. Entscheidend ist, die Kanäle zu finden, die zu deinem Buch, deiner Zielgruppe und zu dir passen. Konzentriere dich auf die Maßnahmen, die du langfristig umsetzen kannst, biete deinen Leser:innen echten Mehrwert und bleib im Austausch.

Vertiefende Tipps findest du in den passenden Magazinartikeln:

📄 <https://www.grin.com/magazin/selfpublishing/buchmarketing-so-nutzt-du-foren-und-communities/>

<https://www.grin.com/magazin/selfpublishing/webseite-blog-newsletter-fuer-dein-buchmarketing-nutzen/>

Du möchtest über nützliche Tools und Hilfestellungen rund ums Autor-sein, Neuerscheinungen, Insider-Content und exklusive Aktionen informiert werden? Dann findest du hier unseren **Newsletter**:

📧 <https://www.grin.com/newsletter/>

