

Marketing für Berater

Ein E-Book oder ein gedrucktes Buch publizieren?

Viele Trainer, Berater und Coaches haben die Hoffnung: „Wenn ich ein Buch in einem Sach- oder Fachbuchverlag publiziere, dann finde und gewinne ich leichter Kunden.“ Das ist meist eine Illusion. Der Aufwand und die Kosten, die es zunächst zu investieren gilt, führen nicht zwangsläufig zum gewünschten Ergebnis. Um die eigene Bekanntheit zu steigern, hat sich eine wesentlich günstigere und leichter zu realisierende Alternative bewährt.

Bernhard Kuntz

Marketing- und PR-Berater bzw. Agenturen wie wir erhalten von Trainern, Beratern und Coaches oft Anfragen wie diese: „Ich möchte gerne ein Buch veröffentlichen, um meine Bekanntheit im Markt zu steigern. Können Sie mich dabei unterstützen?“

Im Regelfall raten wir unseren Kunden gleich welcher Couleur von diesem Vorhaben ab - unter anderem aus folgenden Gründen:

- Das Schreiben und Publizieren eines (gedruckten) Buches, das in einem einigermaßen renommierten (Fach-)Verlag erscheint, ist ein Megaprojekt, bei dem die meisten fast immer die erforderliche Investition an Zeit und Geld völlig unterschätzen.
- Solch ein Projekt dauert in der Regel von der Konzepterstellung über die Verlagssuche und das eigentliche Schreiben bis zum Erscheinen des Buches eineinhalb bis zwei Jahre - sofern der Berater am Ball bleibt.

- * Die Verlage unternehmen für das Vermarkten von Fach- und Sachbüchern relativ unbekannter Autoren fast keine Anstrengungen - und in den Buchhandlungen finden sich deren Bücher daher in der Regel auch nicht. Deshalb stoßen potenzielle Leser faktisch nur dann auf das Buch, wenn der Berater es selbst aktiv vermarktet - mit Mailings, Pressemitteilungen usw. Ansonsten wird es aus Beratersicht meist ein Flop.

E-Books sind für Berater besser geeignet

Deshalb empfehlen wir Beratern, die uns mit Buchanfragen kontaktieren, zumeist: „Schreiben Sie doch erst mal Fachartikel zu Ihrem Thema oder publizieren Sie ein E-Book, bevor Sie sich an ein solches Megaprojekt wagen.“ Denn E-Books haben, wenn sie richtig gemacht sind, gegenüber gedruckten Büchern eine Reihe von Vorzügen. Diese sind unter anderem:

- Sie sind recht schnell verfasst, da ein E-Book auch eine Broschüre von nur 30 oder 40 Seiten sein kann.

Schon gewusst?

E-Books: Steigende Verkaufszahlen - sinkende Umsätze

Die Digitalisierung schreitet voran - auch im Buchbereich: Im Jahr 2017 gingen in Deutschland mehr E-Books über die digitale Ladentheke als je zuvor. Fast 8,3 elektronische Bücher kaufte jeder Deutsche durchschnittlich (12,6% mehr als im Vorjahr) und zahlte dafür eine Summe von 53,13 Euro. Trotz des Anstiegs bei den Verkaufszahlen sank der Umsatz um 1,4 Prozent. Der Grund: Käufer bevorzugen günstige Titel. Der Anteil von E-Books am Gesamtbuchmarkt blieb allerdings mit 4,1 Prozent auf Vorjahresniveau. Insgesamt wurden deutschlandweit 29,1 Millionen E-Books verkauft. „Das E-Book gewinnt bei seinen Nutzern weiter an Bedeutung. Sie intensivieren ihre Käufe und Ausgaben weiter. Allerdings macht der Wettbewerb um Zeit und Aufmerksamkeit der Menschen auch vor dieser Editionsform nicht Halt“, so Heinrich Riethmüller, Vorsteher des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels.

Quelle: Börsenverein des Deutschen Buchhandels (2018): Das E-Book 2017. Online abrufbar unter: https://www.boersenverein.de/de/portal/Presse/158382?presse_id=1433995.

- Sie sind nach dem Schreiben und Layouten im Handumdrehen publiziert, zum Beispiel bei Amazon, was insbesondere dann wichtig ist, wenn ein Berater sich bezüglich eines gerade gehypten Themas — wie zurzeit zum Beispiel „Agile Transformation“ und „Agilität“ - positionieren möchte.
- Potenzielle Leser, die sich für das Thema interessieren, finden das E-Book bei Amazon sehr schnell, sofern der Buchtitel richtig gewählt und das E-Book beim Hochladen passend verschlagwortet wurde.
- Das E-Book kann zu einem geringen Preis wie 1,99 Euro oder 3,49 Euro angeboten werden, was für potenzielle Käufer eine sehr niedrige Hemmschwelle bedeutet. Dies ist gerade für Berater wichtig, bei deren Zielkunden es sich um Privatpersonen handelt, denn diese scheuen sich oft, auf Verdacht 19,90 Euro, 24,90 Euro oder gar 49,90 Euro für ein Fachbuch auszugeben.

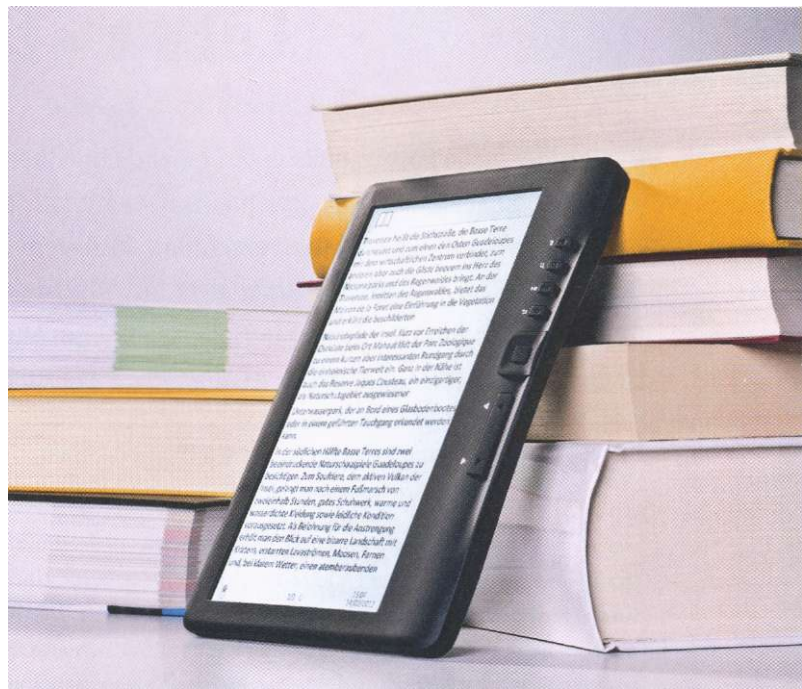
Aus den genannten Gründen lässt sich mit E-Books oft eine viel größere Reichweite bzw. Verbreitung als mit gedruckten Fachbüchern erzielen, was ja das Ziel vieler Berater ist. Deshalb empfehlen wir ihnen oft, zunächst erst einmal ein E-Book zu publizieren — und wenn sie hiermit Erfahrungen gesammelt haben, können sie immer noch versuchen, ein Buch in einem renommierten Fach- oder Sachbuchverlag zu veröffentlichen.

E-Books rechnen sich meist viel schneller

Dieser Empfehlung folgen die meisten Berater — insbesondere wenn sie hören, wie gering das Honorar von Buchautoren ist: In der Regel erhalten sie vom Verlag circa 10 Prozent vom Händlerpreis. Der beträgt etwa 50 Prozent vom Nettoladenpreis (also Buchpreis ohne Mehrwertsteuer). Das sind bei einem Buch, das 24,90 Euro im Laden kostet, gerade mal ungefähr 1,10 Euro pro verkauftes Buch. Dem stehen nicht selten 20.000 bis 50.000 Euro Kosten gegenüber, wenn sich der Berater bei der Verlagssuche und beim Schreiben des Buches von einem Profi unterstützen lässt.

Eine solche Investition lohnt sich in der Regel nur, wenn der Berater danach aufgrund der Publikation einige größere Aufträge an Land zieht. Bevor sich dies beispielsweise bei einem Coach, dessen Klienten primär Privatpersonen sind, überhaupt lohnt, ist dieser wahrscheinlich schon in Ehren ergraut.

Anders sieht es jedoch bei einem E-Book aus. Zum Beispiel haben wir vor Kurzem ein E-Book mit dem Titel *Beratung, Training und Coaching verkaufen: Ein Praxis-Ratgeber für Newcomer und „alte Hasen“ im Beratungs-, Trainings- und Coachingmarkt* bei Amazon publiziert. Dieses Büchlein war recht schnell produziert, und wir erhalten bei einem Verkaufspreis von 3,49 Euro pro verkauftes Exemplar zudem immerhin 1,03 Euro. Damit



werden wir zwar auch nicht reich, doch dies ist auch nicht unser Ziel. Vielmehr sehen wir das E-Book als eigenes Lernprojekt, um weitere Erfahrung mit dem Publizieren und Vermarkten von E-Books zu sammeln.

Vorhandene Whitepaper zu E-Books ausbauen

Vielleicht befindet sich auf Ihrer Webseite sogar schon ein sogenanntes Whitepaper, das Sie Besuchern Ihrer Webseite bisher kostenlos zum Download oder Bestellen anbieten. Wenn ja, könnten Sie dieses zu einem E-Book ausbauen.

So sind wir übrigens auch bei unserem E-Book vorgegangen. Jahrelang haben wir es auf unserer Webseite für umsonst angeboten; nun kostet es bei Amazon mit leichten textlichen Überarbeitungen und einem neuen Layout 3,49 Euro. In Ihrem eigenen E-Book könnten Sie natürlich ein Foto von sich selbst in einer Beratungs- oder Coaching-Situation auf dem Cover publizieren. Dann hätten dessen Leser auch eine visuelle Vorstellung von Ihnen und Ihrer Arbeit, was ein weiterer Vorzug eines E-Books wäre. Probieren Sie es doch selbst einfach mal aus!

Bernhard Kuntz

Inhaber der PProfilBerater GmbH, Darmstadt, die Bildungs- und Beratungsanbieter beim (Online-)Marketing unterstützt. Er ist Autor u. a. der Bücher *Die Katze im Sack verkaufen*, *Fette Beute für Trainer* und *Berater* und *Warum kennt den jeder?*
Internet: www.die-profilberater.de.

