



**Social  
Media**

**-**

**Zeit  
Spar  
Tools**

*Autorin: Martina Troyer*

**A**ufmerksamkeit zu erzeugen im Social Web – das kostet Zeit oder Geld. Zeit, wenn Sie es selbst machen, oder Geld, wenn Sie es anderen überlassen. Aber es geht auch anders. Nämlich einfacher. Es gibt viele Tools, die Ihnen Arbeit abnehmen können. Doch welche sind sinnvoll und wofür zu empfehlen, wenn Sie Social Media geschickt für sich nutzen möchten?

Hier finden Sie Tipps und Empfehlungen zu Strategie und passenden Social-Media-Helferlein – für Recherche, zeitversetztes Veröffentlichen und fürs Entspannen davor und danach.

„Wie soll ich denn das alles noch schaffen?“, werde ich oft von Autoren und Autorinnen gefragt, wenn es um das Thema Social-Media-Marketing geht. Ist ja auch nachvollziehbar. Sie haben sehr viel Zeit in die intensive Bearbeitung des eigenen Werkes gesteckt und nun soll diese Arbeit Früchte tragen. Hinaus in die Welt mit der Botschaft: „Das müsst ihr lesen!“

So leicht ist es mit den Botschaften meist nicht. Könnte es aber sein, denn die Vermarktung des eigenen Buches lässt sich strategisch planen und sinnvoll steuern, wenn Sie die richtigen Werkzeuge einsetzen. Das spart Zeit für Angenehmeres: Sie könnten zum Beispiel in der Hängematte entspannen und über den nächsten Bestseller sinnieren.

## Social Media – aber bitte mit Strategie!

Wenn Sie als AutorIn mit Social Media starten, fragen Sie sich vermutlich: „Was schreibe ich überhaupt jeden Tag für meine Fans und Follower?“ Damit sollten Sie sich frühzeitig genauer beschäftigen. Am besten, indem Sie von Anfang an eine Strategie entwickeln, wie Sie sich und das eigene Buch oder E-Book über Social-Media-Kanäle hinweg bekanntmachen wollen. Die Strategie liefert Antworten auf Ihre Kernfragen: Wer sind meine Leser? Wo und wie erreiche ich sie am besten? Welche Ziele verfolge ich dabei? Wie prüfe ich später, ob ich meine Vorgaben erreicht habe?

Fragen Sie sich: Wie und mit welchen Inhalten spreche ich meine Leser an? Was möchten diese von mir oder über mich wissen? Beteilige ich sie am Schreibprozess? Gebe ich Tipps und empfehle auch das, was andere sagen? Wie weit lasse ich meine Leser im Netz an meinem Leben teilhaben? Was zeige ich von mir privat, wie stelle ich mich dar? Ein Blick aus der Perspektive Ihrer Leser wird Ihnen helfen, passende Inhalte herauszufiltern, die Sie grob in drei Bereiche einteilen können: informierend, unterhaltend oder beratend.

## Strategie definiert – und jetzt?

Glückwunsch! Sie haben sich intensiv mit sich und Ihrer Leserschaft auseinandergesetzt, kennen deren Erwartungen und Ihre eigenen. Sie wissen, wo Sie Ihre Leser antreffen und welche Inhalte wo am besten funktionieren. Vor Ihnen liegt eine bunte Sammlung verschiedener Formate wie Videos, Live-Streamings, Podcasts, Fotos, Zeichnungen, Präsentationen, Textbeiträge aus Blogs, Online-Magazinen oder Websites, die Sie zur regelmäßigen Bestückung Ihrer Kanäle verwenden könnten. Was nun?

### Schritt 1: Zeit einplanen für Planung und Recherche

Inhalte zu recherchieren, zu planen und einzustellen, kostet Zeit. Planen Sie diese rechtzeitig ein. Je mehr Sie dabei auf Zeitspartools setzen, desto mehr Stunden bleiben Ihnen für andere Maßnahmen oder neue Projekte.

### Schritt 2: Themen- und Redaktionsplan erstellen

Welche Themen wollen Sie behandeln? Sammeln Sie sie in einem Themenplan, den Sie als Basis für Ihre Redaktionsplanung nutzen. Dort fixieren Sie, wann Sie sich mit welchen Themen beschäftigen wollen und über welche Social Networks Sie diese Inhalte streuen. Das kann in einer Excel-Tabelle geschehen, aber auch in einer einfachen Textliste oder über Kalendereinträge.

### Schritt 3: Eigene Inhalte formulieren

Erstellen Sie geeignete Inhalte, zum Beispiel Textbeiträge für Ihre Website oder Ihren Blog, welche Sie dann über Ihre Kanäle verbreiten. Oder wählen Sie Fotos, Videos und Livestreams, die Sie entweder vorproduzieren oder im jeweiligen Netzwerk live zur Verfügung stellen können (*Facebook Live, Instagram Videos, Vine, Periscope* und andere).

### Schritt 4: Fremde Inhalte recherchieren und empfehlen (Content Curation)

Genau hier setzt der erste Zeitspareffekt an. Wenn Sie neben eigenen Beiträgen auch die anderer empfehlen, bringt Ihnen das viele Vorteile. Zuerst nimmt es Ihnen den Druck, ständig neue eigene Inhalte für Social Media zu erstellen. Also heute kein Foto vom Frühstücksei und Brötchenkrümeln, die neben die Tastatur gefallen sind und Sie am Schreibprozess hindern! Es darf zur Abwechslung gerne etwas Gehaltvolles, Lustiges oder einfach ein Tipp aus Ihrem reich gefüllten Inhaltstopf, dem World Wide Web, sein.

Damit zeigen Sie einerseits, dass Sie ein Gespür für das Interesse Ihrer Leser haben, andererseits betonen Sie Ihre Eigenschaft als guter Netzwerker. Wer auch auf

Bücher anderer verweist, macht klar, dass er die Konkurrenz nicht fürchtet, und zeigt sich offen für Kontakte mit anderen Autoren. Warum auch nicht? Sie punktet dabei mit Ihrer eigenen Art und Persönlichkeit. Ein sehr wichtiger Aufmerksamkeits- und Sympathiefaktor im Social Web.

## Tools, Tools, Tools – Zeit sparen

### Schritt 1: Recherchieren

Prüfen Sie, welche Tools welchem Zweck dienen: Welche Blogger schreiben zu welchen Themen? Wo und wie erreiche ich Multiplikatoren? Woher beziehe ich einen Überblick zu einem Thema meiner Wahl? Auf der Plattform **list.ly** erstellen Nutzer thematisch sortierte Listen ihrer besten Netz-Fundstücke. Eine riesige Fundgrube für die Erst-Recherche nach passenden Tools zum weiteren Sondieren und Recherchieren. (Englisch als Hauptsprache)

Nutzen Sie *News-Aggregatoren*, um Nachrichtenströme zu filtern:

- **1000flies.de** zeigt die aktuell beliebtesten Nachrichten an, die Sie nach eigenen Interessen und Quellen filtern können. Für den schnellen Überblick über Themen, die aktuell bewegen und besonders häufig geteilt werden.
- **Rivva.de** listet die meistverlinkten und -diskutierten Themen aus Nachrichtenseiten auf.
- **Nuzzel.com** legt den Schwerpunkt auf Nachrichten, die von Freunden und *Influencern* (Experten, die hohes Vertrauen genießen) im eigenen Netzwerk geteilt werden.
- **Buzzfeed.com** stellt mit eigener Redaktion Inhalte aus dem Social Web neu zusammen und kreiert damit Ranking-Listen, Bildersammlungen und zum Teil abstrus-komische Neuigkeiten, die sich *viral* (von Mensch zu Mensch) weiterverbreiten.
- **Buzzsumo.com** hilft bei der Suche nach *Influencern*, zeigt Trends auf und verdeutlicht, welche Inhalte ausnehmend gut funktionieren und besondere Aufmerksamkeit erhalten.
- **Feed.ly** ermöglicht, eigene Feeds nach individuellen Interessen zusammenzustellen. Sie möchten Ihren liebsten Blogs folgen, die Neuigkeiten angesagter Online-Magazine frei Haus geliefert bekommen? Feed.ly stellt sie kompakt und übersichtlich für Sie zusammen.

### Schritt 2: Social-Media-Kanäle verwalten

Sie haben Autorenprofile oder -seiten auf *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, in der *Autorenwelt*, bei *LovelyBooks* und

*Amazon* und kommen nicht nach mit Kommentieren, dem Posten von Neuigkeiten und Formulieren von Antworten? Klingt nach einem Wunschtraum, der für viel Bekanntheit spricht. Klingt aber auch nach Stress und dauerhafter Betriebsamkeit.

Stellen Sie sich der Realität! Social-Media-Marketing ist gut investierte Zeit für den Aufbau Ihrer eigenen Autorenmarke, aber nur dann, wenn Ihnen genug Freiraum bleibt, sich aufs Wesentliche zu konzentrieren. Dabei unterstützen Sie folgende Tools:

- **Hootsuite.com** ist das sicher bekannteste Social-Media-Management-Tool, mit dem Sie bis zu drei Kanäle parallel und kostenlos verwalten können. Weitere hinzunehmen, ist kostenpflichtig möglich. Verknüpfen lassen sich nicht nur eigene Profile und Fanseiten, sondern auch Nachrichtenströme oder Neuigkeiten aus bevorzugten Gruppen. Nach festgelegtem Zeitplan oder individuell können Sie Beiträge vorplanen und zeitversetzt veröffentlichen.
- Über das Browser-Tool **Hootlet** können Sie Link-Fundstücke direkt aus dem Browser in die Anwendung laden und vorplanen, was sehr praktisch ist.
- **Buffer.com** bietet annähernd die gleichen Funktionen, wirkt insgesamt etwas aufgeräumter und klarer. Allerdings fehlen bei kostenfreiem Zugang der Überblick über den Nachrichtenstrom der eingebundenen Kanäle und die Gruppenfunktionen, die Hootsuite bietet. Ein Browser-Tool zum Schnell-Posting steht zur Verfügung.
- Bei den beiden letztgenannten Apps werden spezifische „Linkverkürzer“ eingesetzt, die man an **ow.ly** (Hootsuite) oder **buff.ly** (Buffer) erkennt. Damit lassen sich Zahlen über die Verbreitung von Nachrichten erheben und auswerten. Aber je spezifischer es wird, desto schneller kommen beide Apps an ihre Bezahlgrenzen. Insofern empfiehlt es sich, erst einmal mit einem kostenlosen Account zu starten, die Funktionen auszuprobieren und dann abzuwägen, ob man bereit ist, für die Zeitersparnis entsprechend zu bezahlen.
- Ähnliche Funktionen bieten auch **Kuku.io** oder **stacker**.

### Fazit:

Es gibt eine Fülle von Tools, die Ihnen Ihr Autorenleben erleichtern, wenn Sie Ihr Social-Media-Marketing in die eigenen Hände nehmen möchten. Welche dabei für Sie die sinnvollste Kombination ist, hängt von Ihrem eigenen Eindruck ab. Zeitsparen hilft auf jeden Fall, den Veröffentlichungsdruck (auch wenn es nur der eigene ist) zu minimieren. Alles planbarer und besser im Griff zu haben, gibt ein gutes Gefühl im Umgang mit den eigenen Social-Media-Aktivitäten.

## Zeit gespart – und was fange ich damit an?

Entscheiden Sie sich, ob Sie mit den Apps Ihre komplette Social-Media-Verwaltung vornehmen oder einfach nur zeitversetzt publizieren möchten. Da das Nutzen von Social Media letztlich immer Kommunikation mit echten Menschen bedeutet, wenn auch nicht ständig in Echtzeit, kann ich persönlich nicht auf die Nachrichtenströme aus den einzelnen Netzwerken verzichten. Dort finden manchmal spannende Diskussionen statt, die ich lieber direkt verfolge und in die ich mich selbst mit einbringe.

---

„Kreatives Arbeiten am Computer funktioniert am besten, wenn man sich nur wenig ablenken lässt.“

---

Disziplin in puncto Zeitmanagement halte ich für deutlich wichtiger – und vor allem genügend Spielraum für

Auszeiten. Machen Sie sich im ersten Schritt bewusst, wie lange Sie wirklich für einzelne Arbeiten brauchen. Dabei helfen Time-Tracker-Apps wie **Timelog-app.com**, mit denen sich Zeiten abspeichern lassen. Das verschafft Ihnen einen Überblick, wie viel Zeit Sie wirklich aufwenden.

Entspannen am Computer – auch dafür gibt es Apps:

- Mit **noisli.com** können Sie sich bei knisterndem Lagerfeuer, prasselndem Regen oder sanft plätschern den Regentropfen aufs Wesentliche konzentrieren, Blätter- oder Meeresrauschen als akustische Hängematte nutzen oder sich vom eintönigen Gleichklang eines Schienenwaggon einlullen lassen.
- Oder Sie probieren es mit Cat-Sound: Wer kein eigenes Tier hat, aber auf schnurrende Katzen nicht verzichten mag, für den ist **Mynoise.net** vielleicht das Passende. Beim Schnurrsound entspannt es sich ganz wunderbar und die nächsten Buchideen schleichen sich fast von selbst ins Unterbewusstsein. <http://my-noise.net/NoiseMachines/catPurrNoiseGenerator.php>

[www.netzgewandt.de](http://www.netzgewandt.de)

Anzeige

## Lektorat ist viel mehr als nur „Fehler rausmachen“.

Wir zeigen Ihnen, wie Sie

- das Beste aus Ihrer Romanidee herausholen
- Ihre Figuren authentisch und glaubwürdig handeln lassen
- das Handwerkszeug des Erzählens wirkungsvoll einsetzen.

Wir begleiten Sie, wenn Sie

- Ihre ganz eigene, unverwechselbare Erzählstimme entwickeln
- Ihr Talent optimal zur Entfaltung bringen
- ein Buch schreiben, das genau so ist, wie Sie es sich gewünscht haben – nur besser.

Und natürlich machen wir aus Ihrem Manuskript auch die Fehler raus.

## Schreiben Sie Ihr bestes Buch.



SUSANNE PAVLOVIC  
Judenstr. 12  
96049 Bamberg

© 0951-93723111  
[textehexe@googlemail.com](mailto:textehexe@googlemail.com)  
[www.textehexe.com](http://www.textehexe.com)



# Inhalt



6

## 6 Der Frankfurter-Buchmesse-Survival-Guide

Tipps und Tricks für den Messebesuch  
Autorin: Linda Schipp

## 12 E-Book-Distributoren stellen sich vor

Teil 1: BoD, Bookmundo, BookRix, epubli, Feiyr  
„Warum sollten AutorInnen sich für Ihr Unternehmen entscheiden?“

## 20 Das perfekte Autorenfoto

Ihre visuelle Visitenkarte. Was macht ein Foto zu einem Autorenfoto?  
Autorin: Birgit-Cathrin Duval

## 26 Social Media – Zeitspartools

Tipps und Empfehlungen zu Strategie und passenden Social-Media-Helferlein  
Autorin: Martina Troyer

## 34 Die Krux mit der ISBN

ISBN-Kontingent oder Einzel-ISBN? Gewerbeanmeldung ja oder nein? Die ISBN-Agentur macht Selfpublishern die Entscheidung nicht leicht.  
Autor: Frank Rösner

## 40 Erste Bestsellerliste für Print und Digital

Die Top 20 Bücher für Belletristik und Sachbuch – jede Woche neu bei Amazon

BookRix feiyr.com

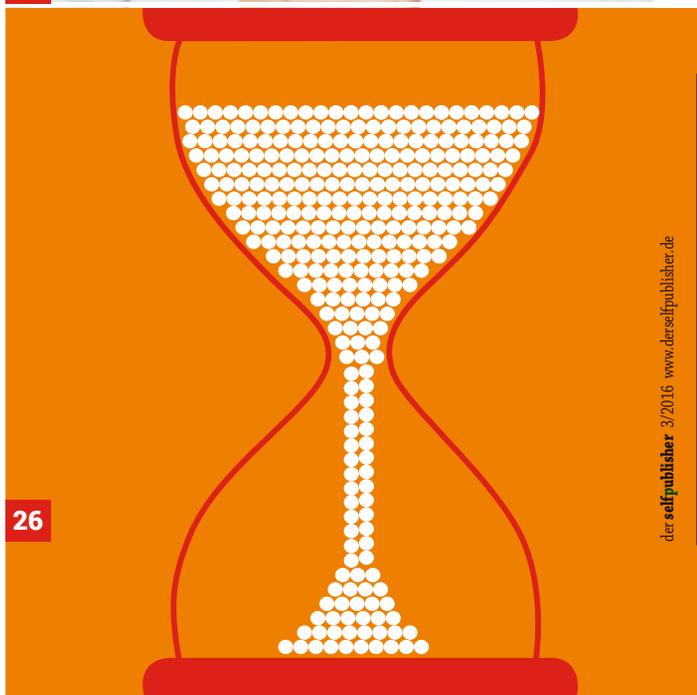
BoD™ bookmundo  
BOOKS on DEMAND

epubli

12



20



26

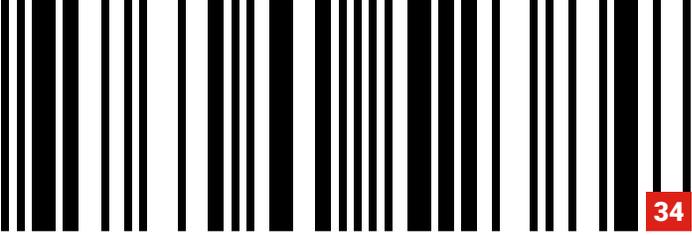
auspricht die Bemerkung  
 anderer die Wahrnehmung  
 jenseits der Wahrnehmung.  
 Rolle für uns andere  
 nicht (aus der Welt?)  
 - Vorkommen für die?  
 Was können wir sonst noch  
 an Bildern gewinnen  
 den Fotos vor?  
 - Video: Lektoren  
 sind viel zu teuer  
 Ökonomie: Applikation  
 von digitalen Ressourcen?  
 Ablauf von der Idee  
 bis zum Buch?  
 Was ist dann?

ein bisschen große Platten  
 Beschlagung wurde.

Einzelanfertigung - die  
 meisten Bücher sind  
 im April 2013

in Deutschland ist es  
 möglich das offene Raum  
 helle. Licht steht für Arbeit  
 und ist tiefen wie keine Raum  
 welche Aspekte. Einbindung  
 von Energie. Veranschaulichung.

**30**



**42**

**44**

**52**

Besuchen  
 Sie uns auf der  
**FRANKFURTER  
 BUCHMESSE!**  
 19.-23. Oktober 2016  
 Self-Publishing-Area  
 Halle 3.0 J 27

**30 Schreibhandwerk  
 Plotten wie die Profis**  
 Richtiges Plotten erhöht Ihre Effizienz.  
 Autor: Marcus Johanus

**42 Genre:  
 Lies oder stirb! Willkommen im Thriller**  
 Hauptsache Spannung  
 Autorin: Susanne Pavlovic

**44 Autorenportrait**  
 Interview mit Frank Rösner, Autor des etwas anderen  
 Reiseführers ZUM NACHREISEN

**48 sp-Newsticker**  
 Aktuelle Meldungen rund ums Selfpublishing

**50 Kooperationen von und mit Selfpublishern**  
 Alliance of Independent Authors (ALLI)  
 Autorin: Andrea Gunkler

**52 Schreibsoftware im Test: Scribus**  
 Das sympathische Satzprogramm  
 Autorin: Anke Lange

**58 Impressum**

**Textanzeigen** auf Seite 17, 36, 49 und 57

# sp der selfpublisher

www.derselfpublisher.de

3/2016 September 2016  
ISSN 2365-0389  
6,90 € [D] / 7,60 € [A]  
Uschtrin Verlag



ISBN-  
Profiwissen



Das perfekte  
Autorenfoto



Plotten mit  
System



E-Book-  
Distributoren

Besuchen  
Sie uns auf der  
**FRANKFURTER  
BUCHMESSE!**

19.-23. Oktober 2016  
Self-Publishing-Area  
Halle 3.0 J 27



**Survival-Guide  
Frankfurter Buchmesse**

