

ANDREA WILK



CROWD FUNDING FÜR BÜCHER

108 ERFOLGSTIPPS FÜR AUTOR:INNEN

asw

ANDREA WILK



CROWD FUNDING FÜR BÜCHER

108 ERFOLGSTIPPS FÜR AUTOR:INNEN

asw

CROWDFUNDING FÜR BÜCHER.

108 ERFOLGSTIPPS FÜR AUTOR:INNEN

SEI BESTSELLER-AUTOR:IN

BUCH 4

ANDREA WILK

INHALT

[Einführung](#)

[Über mich](#)

[Einführung](#)

[Glossar](#)

[Vorbereitung](#)

[Konzept & Planung](#)

1. [Definiere deine einzigartige Botschaft](#)
2. [Zeig dich und deine Verbindung](#)
3. [Drück dich selbst durch deine Kampagne aus](#)
4. [Warum verdient dein Buch diese Bühne?](#)
5. [Analysiere erfolgreiche Kickstarter-Kampagnen in deinem Genre](#)
6. [Plane dreimal so viel Zeit ein](#)
7. [Definiere Erfolgskennzahlen](#)
8. [Setze dein Finanzierungsziel niedrig an](#)
9. [Halte deine Ausgaben im Blick](#)
10. [Berechne Versandkosten für physische Belohnungen, nicht für Add-ons](#)
11. [Identifiziere potenzielle Risiken und entwickle Strategien, um diese zu minimieren](#)
12. [Richte dein Konto vor Kampagnenstart fertig ein](#)
13. [Exklusivität ist eigentlich alles](#)
14. [Biete frühzeitigen Zugang auch nach der Kampagne an](#)
15. [Überlege dir, welches Bundle du vor allem verkaufen möchtest](#)
16. [Lege Preise fest, die zu dir passen](#)
17. [Biete Early Bird Boni an, um frühe Unterstützer zu belohnen](#)
18. [Stelle sicher, dass Early Bird Boni nicht nach dem Prinzip "Wer zuerst kommt, mahlt zuerst" vergeben werden](#)
19. [Weise zu Beginn der Story auf deine Early Bird Boni hin](#)
20. [Setze realistische Stretch Goals](#)
21. [Biete deine Backlist-Titel als Add-ons an](#)
22. [Biete digitale Inhalte als Add-ons an](#)
23. [Erstelle Checklisten und halte sie aktuell](#)
24. [Unterstütze gemeinnützige Projekte mit deiner Kampagne](#)

[Content-Erstellung](#)

25. Erstelle hochwertige Grafiken für deine Kampagnenseite und Werbematerialien
26. Samples statt Mockups
27. Erstelle Bilder für jeden einzelnen Bestandteil deiner Belohnungen
28. Bereite Hörproben und Leseproben (z.B. aus der Druckfahne) vor
29. Produziere ein ansprechendes Kampagnenvideo
30. Verfasse einen Text, der erklärt, warum du dich für Crowdfunding entschieden hast
31. Bitte zufriedene Leser oder Experten um Testimonials, die du auf deiner Kampagnenseite einbinden kannst
32. Gib klare Calls to Action
33. Erstelle eine FAQ-Seite, um häufige Fragen zu beantworten
34. Verwende KI, um deine Texte abzuwandeln und auf Social Media Plattformen zu nutzen
35. Plane Making-Of Videos, um deine Unterstützer hinter die Kulissen blicken zu lassen

Marketing & Community

36. Unterstütze andere Kampagnen und vernetze dich mit anderen Kreativen
37. Richte ein Weiterleitungsziel ein, um den Traffic auf deine Kampagnenseite zu lenken
38. Erstelle eine Prelaunch-Page mindestens einen Monat vor dem Start und bewerbe sie aktiv
39. Richte eine Infoseite für dein Projekt ein
40. Teile eine Vorschau deines Projekts mit Experten, um Feedback zu erhalten
41. Setze einen Marketingplaner ein
42. Nutze deinen Newsletter als wichtigstes Marketingtool
43. Plane und erstelle Posts für verschiedene Social-Media-Plattformen
44. Baue ein Streetteam auf, um deine Kampagne zu promoten
45. Beziehe Blogger mit ARCs (Advanced Reader Copies) ein
46. Organisiere Newsletter-Swaps mit anderen Autoren
47. Starte eine Facebookgruppe
48. Erstelle Pläne für verschiedene Szenarien
49. Drucke Karten mit QR-Code und Cover, die du auch nach der Kampagne als Werbemittel nutzen kannst
50. Erstelle interaktive Inhalte
51. Achte auf Barrierefreiheit
52. Biete alternative Kaufmöglichkeiten für Leute an, die nicht über Kickstarter kaufen möchten

Durchführung

Kampagnenstart & Management

53. Feiere den Launch deiner Kampagne mit einem Live-Event für deine Community
54. Zeige Begeisterung für dein Projekt und teile Einblicke in den Entstehungsprozess
55. Erkläre Crowdfunding auf allen Kanälen
56. Teile Hintergrundinformationen zu deinem Buch
57. Teile regelmäßig Updates über den Fortschritt deiner Kampagne
58. Biete Live-Events an, in denen du über dein Buch sprichst und Fragen beantwortest
59. Binde deine bisherigen Unterstützer ein
60. Weise auf die Stretch Goals hin
61. Sei realistisch mit den Fulfillment-Zeiten und plane lieber etwas mehr Zeit als zu wenig ein
62. Beantworte Kommentare und Fragen zeitnah und bedanke dich bei deinen Unterstützern
63. Ändere das Kampagnenbanner täglich
64. Biete personalisierte Belohnungen an
65. Kommuniziere offen über Herausforderungen und Verzögerungen

Marketing & Reichweite

66. Veranstalte Gewinnspiele unter deinen Unterstützern
67. Gehe auf anderen Kanälen live, z.B. in Interviews oder Podcasts
68. Nutze relevante Hashtags, um deine Sichtbarkeit zu erhöhen
69. Versuche, in relevanten Medien und Blogs vorgestellt zu werden
70. Erstelle ein Pressekit mit Informationen über dich, dein Buch und die Kampagne
71. Erstelle ein Referral-Programm, bei dem Unterstützer belohnt werden, wenn sie neue Unterstützer werben
72. Anerkenne besonders engagierte Unterstützer
73. Belohne wiederkehrende Unterstützerinnen mit Specials
74. Kommuniziere Änderungen klar
75. Late Pledges

Fulfillment

Fulfillment & Versand

76. Berücksichtige Feiertage & Co
77. Bestelle erst die Belohnungen, wenn alle Gelder eingegangen sind

78. Erstelle einen Fulfillment Plan
79. Nutze Notion oder Excel
80. Bereite so viel wie möglich im Voraus vor, z.B. Kartensets oder persönliche Notizen
81. Lege jeder Bestellung eine handgeschriebene Dankeskarte bei
82. Sei gefasst darauf, dass Leute abspringen
83. Verwende umweltfreundliche Verpackungsmaterialien
84. Weise deine Unterstützer darauf hin, Verpackungen wiederzuverwenden
85. Kaufe frühzeitig ausreichend Verpackungsmaterial
86. Nutze Umschläge für Kartensets
87. Verpacke die Belohnungen sorgfältig
88. Versende keine zerbrechlichen Materialien
89. Versende nicht per Warenpost, sondern versichert
90. Biete an, dass der Versanddienstleister selbst gewählt werden kann
91. Lasse viele Pakete abholen
92. Nutze den CSV Upload der Dienstleister
93. Lies die Bedingungen von Sparcodes und Co. richtig
94. Berechne unterschiedlichen Versand für verschiedene Länder
95. Biete an, dass Unterstützer ihre Belohnungen abholen können, um Versandkosten zu sparen
96. Nimm Videos auf, wenn die Drucksachen ankommen
97. Bitte die Unterstützer, deinen Newsletter zu abonnieren
98. Bleibe mit deinen Unterstützern in Kontakt

Reflektion

99. Dokumentiere deine Erkenntnisse
100. Werte deine Erfolgskennzahlen aus
101. Erstelle ein Feedback-Formular
102. Veröffentliche einen Abschlussbericht
103. Teile deine Learnings mit anderen Autoren

Nach der Kampagne

104. Nutze die Texte, Videos und Bloggerkontakte für spätere Launches
105. Plane den Launch deines Buches auf dem regulären Markt mit einem angemessenen Abstand zur Kickstarter-Kampagne
106. Ändere den Link auf der Kampagnenseite
107. Biete exklusive Folgeinhalte an
108. Denke langfristig
109. Feiere dich

Schlussworte

Dein kostenloses Willkommensgeschenk

Hat dir dieses Buch geholfen?

Folge mir

Auch von ANDREA WiLK

Mehr von mir

Über mich

EINFÜHRUNG

Inhalt

Ein paar Worte über mich.

Einleitung.

Glossar

VORBEREITUNG

In diesem Bereich befassen wir uns mit den Dingen, die du vor dem Launch deiner Kampagne tun kannst. Dazu gehören sowohl die Planung als auch erste Marketing-Maßnahmen.

DURCHFÜHRUNG

Die Durchführung deiner Kampagne hat einen hohen Fokus auf das Marketing und die Kommunikation mit deinen Unterstützerinnen und denen, die es werden können. In diesem Abschnitt findest du deshalb einige Tipps, um Menschen zu animieren, deine Kampagne zu unterstützen.

ABSCHLUSS

Eine Crowdfunding-Kampagne endet nicht mit dem letzten Tag, an dem sie live ist. Eigentlich fängt sie danach erst richtig an. Denn erst das Fulfillment entscheidet darüber, ob du eines der wichtigsten Ziele überhaupt

erreichst: Die Menschen zu belohnen, die dir dein Vertrauen geschenkt haben. Nicht umsonst erhalten sie eine Belohnung für ihre Unterstützung. In diesem Abschnitt teile ich einige Learnings mit dir und animiere dich, bewusst an die Erfüllung deiner Versprechen zu gehen.

Schlussworte.

Hinweise.

Meine Bücher.

Impressum.

//GENDERN

Ein Wort zum Gendern. Es ist mühsam, über Autor:innen und Leser:innen zu lesen. Deshalb werde ich stattdessen von Lesern und Leserinnen, von Autoren und Autorinnen schreiben, von Schreibenden oder Lesenden. Du darfst dich trotzdem immer angesprochen fühlen, egal, ob du als Mann oder Frau geboren bist, dich noch immer einem dieser Geschlechter zuordnen kannst oder einfach nur Mensch sein willst.

EINFÜHRUNG

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, als Selfpublisherin vom Schreiben zu leben. Ich habe mich in den ersten Jahren meiner Autorinnen-Laufbahn vor allem auf Amazon und den Verkauf von Taschenbüchern durch Auflagendruck konzentriert. Bis zu jenem Punkt, wo mich die vielen gedruckten Bücher überfordert haben und die Verkäufe bei Amazon zurückgingen.

In diesem Moment wurde mir klar, dass ich meinen Lebensraum nicht in Abhängigkeit von anderen aufbauen will. Und dass Freiheit für mich über allem steht, ich selbst entscheiden möchte, wann ich sie einschränke, und das auch nur aus gutem Grund tun möchte.

Deshalb orientiere ich mich seit 2023 um. Mein Weg führt mich immer weiter zu direkten Verkäufen, denn hier habe ich die Kontrolle. Ich kenne meine Kundinnen und kann selbst Angebote schnüren. Die Marge ist deutlich höher und sollte eine der Plattformen, die ich nutze, entscheiden, dass sie keine Bücher mehr verkaufen, habe ich die Möglichkeit, dies weiterhin selbst zu tun.

Crowdfunding ist in gewisser Weise ein Zwischenschritt. Auch hier nutze ich eine Plattform, die mir hilft, Leserinnen

zu meinen Büchern zu führen. Anders als auf Amazon und Co. weiß ich hier aber, wer meine Bücher kauft.

Das wirklich Attraktive ist für mich jedoch, dass ich hochkreativ Bundles zusammenstellen und meine Bücher auf einer ganz besonderen Bühne, in einem ganz besonderen Format veröffentlichen kann.

Wenn du dieses Buch liest, hast du dich vermutlich bereits entschieden, dies zu tun. Deshalb verzichte ich auf weitere Lobgesänge. Wir wollen in diesem Buch schließlich in meine erfolgreichen Kampagnen eintauchen. Ich will mein Wissen und meine Erfahrungen mit dir teilen, weil andere mich auf die gleiche Weise unterstützt haben.

Bisher habe ich zwei erfolgreiche Kampagnen über Kickstarter finanziert. Vielleicht erscheinen dir zwei wenig. Doch die Tatsache, dass beide Kampagnen ihr Finanzierungsziel um ein Vielfaches übertroffen haben, darf dir zeigen, dass du von mir lernen kannst.

Denn es gibt eine Sache, die du über mich wissen darfst: Ich bin Perfektionistin. In einem guten Sinn. Inzwischen. Wenn ich etwas Neues beginne, gebe ich mir sehr viel Mühe, es so gut wie möglich zu machen. Ich arbeite mich in die Thematik ein, sauge alles auf, was ich an Wissen finden kann, setze es dann mit meinen eigenen Werkzeugen um und reflektiere im Anschluss, was gut funktioniert hat und was nicht. Die Kampagnen, die du von mir sehen kannst, zeigen dir, was mein Bestes zum jeweiligen Zeitpunkt bedeutet hat.

Du kannst also auf jeden Fall etwas von mir lernen. Das sage ich so selbstbewusst, weil ich mich mit einigen

anderen Autorinnen über meine Kampagnen unterhalten habe und sie sich viele Notizen gemacht haben.

Okay, genug Lob für mich! Machen wir dich zu einer Expertin, damit du dein Wissen genauso teilen kannst. Vorher noch zwei Hinweise:

Ich nutze Kickstarter für meine Kampagnen. Du kannst die meisten der folgenden Tipps aber für jede andere Crowdfunding-Plattform verwenden. Es gibt Unterschiede zwischen den einzelnen Anbietern, doch im Grunde sind sie alle gleich. Und da sich die meisten meiner Tipps nicht auf technische Aspekte von Kickstarter beziehen, kannst du das Wissen auf die anderen Plattformen übertragen.

Tipps? Genau. Ich finde, dass es ausreichend Tutorials gibt, die dir zeigen, wie du eine Kampagne von Grund auf aufbaust. Und diese Dinge ändern sich ohnehin ständig. Ich wollte ein Buch schaffen, das dich tiefer eintauchen lässt. Kein Handbuch, das dir vorschreibt, wie du dein Projekt aufbauen sollst.

Nein, dieses Buch ist ein Einblick in meine Vorgehensweise. Du nimmst dir daraus mit, was für dich passt. Und die Punkte, die dich nicht ansprechen, ignorierst du. Denn es gibt kein Richtig oder Falsch. Besonders Crowdfunding bietet uns Autorinnen die Möglichkeit, unseren individuellen Ideen zu folgen und uns auszuprobieren. Nutze diese Chance. Denn du wirst viel für deine anderen Marketing- und Veröffentlichungswege lernen können, wenn du Kickstarter und Co. als Laboratorium betrachtest, in dem du experimentieren und spielen kannst.

Solltest du Hilfe bei deinem Projekt benötigen, sieh dir
gern meine Coaching-Angebote unter
coaching.zwischendenworten.de an.

Und nun starten wir, nein, nicht mit dem ersten Tipp,
sondern mit ein paar Begriffen, die dir begegnen werden,
wenn du mit dem Crowdfunding beginnst.

GLOSSAR

Add-ons: Bestandteile, die deine Unterstützerinnen zusätzlich zu ihrer Belohnung kaufen können.

Alles-oder-Nichts-Prinzip: Ein Modell, bei dem du nur dann die Beiträge erhältst, wenn das Finanzierungsziel innerhalb der Kampagnenlaufzeit erreicht wird.

Backer (Unterstützerin): Jede Person, die deine Kampagne unterstützt, egal, ob sie eine Belohnung dafür erhält oder nicht.

Belohnungen (Rewards): Belohnungen sind die Produkte und Bundles, die deine Unterstützerinnen über die Kampagne erwerben.

Crowdfunding: Eine Finanzierungsmethode, bei der viele Personen kleine Geldbeträge beisteuern, um dein Projekt zu unterstützen.

Deadzone: Dies ist die Zeit zwischen dem Beginn und dem Ende der Kampagne. In dieser Phase stagnieren die Bestellungen häufig.

Early Bird: Ein spezielles Belohnungsangebot für deine ersten Unterstützer, oft mit einem Rabatt, exklusiven Vorteilen oder Gewinnspielteilnahme.

Finanzierungszeitraum (Funding Time): Die Zeit, in der deine Kampagne live ist. In der also Unterstützerinnen eine deiner Belohnungen kaufen können.

Finanzierungsziel (Funding Goal): Dies ist der Mindestbetrag, den du erzielen möchtest. Kommt dieser zustande, ist die Kampagne erfolgreich und wird erfüllt. Das heißt, du erhältst die Finanzierungssumme und deine Unterstützer erhalten ihre Belohnungen.

Fulfillment: Der Prozess der Lieferung der versprochenen Belohnungen an die Unterstützer nach einer erfolgreichen Kampagne. Dies umfasst die Produktion, den Versand und manchmal auch den Kundenservice nach dem Erhalt der Belohnungen.

Kampagne: Ein zeitlich begrenztes Crowdfunding-Projekt mit einem festgelegten Finanzierungsziel.

Kampagnen-Seite: Die Hauptseite einer Crowdfunding-Kampagne, die alle wichtigen Informationen zum Projekt enthält. Sie präsentiert die Projektbeschreibung, das Finanzierungsziel, die Belohnungen und oft auch ein Video oder Bilder, um potenzielle Unterstützer zu überzeugen.

Pledge: Ein Versprechen eines Unterstützers, einen bestimmten Geldbetrag zu einer Kampagne beizutragen. Der Betrag wird erst dann abgebucht, wenn die Kampagne ihr Finanzierungsziel erreicht hat und erfolgreich abgeschlossen wurde.

Softlaunch: Eine Strategie, bei der die Kampagne zunächst nur einem begrenzten Publikum zugänglich gemacht wird, bevor sie offiziell startet. Dies ermöglicht es, Feedback zu sammeln, die Kampagne zu optimieren und

eine erste Gruppe von Unterstützern aufzubauen, bevor die breite Öffentlichkeit erreicht wird.

Story: Deine Kampagnenbeschreibung, die Fotos, Text und Leseproben und Videos enthalten kann.

Stretch Goals: Erweiterte Finanzierungsziele, die über das ursprüngliche Finanzierungsziel hinausgehen. Hier kannst du zusätzliche Belohnungen oder Aufwertungen deiner Bücher anbieten.

Tipping Point: Der Moment in einer Kampagne, ab dem die Wahrscheinlichkeit, das Finanzierungsziel zu erreichen, stark ansteigt. Oft wird dies als der Punkt betrachtet, an dem etwa 20-30% des Ziels erreicht sind, was das Vertrauen in das Projekt steigert und mehr Unterstützer anzieht.

Updates: Regelmäßige Mitteilungen an deine Unterstützer über den Fortschritt deines Projekts, oft über die Crowdfunding-Plattform veröffentlicht.

VORBEREITUNG

KONZEPT & PLANUNG