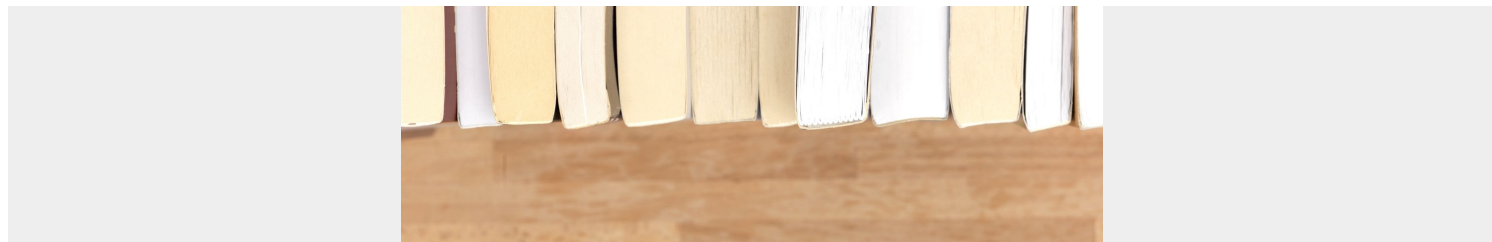


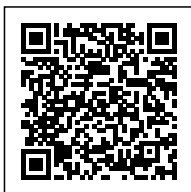
# 7 WEGE, WIE DEIN FACHBUCH DEINE WUNSCHKUNDEN ANZIEHT

*Posted on 31. Januar 2021 by Yvonne*



Category: [Work](#)

Tags: [Work](#), [Write](#)



## In diesem Artikel lernst du ...

- [warum es für dich als Coach / Berater\\*in / Selbstständige\\*r sinnvoll ist, ein Fachbuch bzw. einen Ratgeber zu schreiben](#)
- [wie ein Ratgeber dir dabei hilft, die richtigen Kund\\*innen für dein Angebot anzuziehen](#)
- [mit welchem Aufwand du rechnen musst, wenn du dich ans Projekt Ratgeber machst](#)

**Hast du schon mal dran gedacht, dein eigenes Fachbuch zu schreiben? Wenn du selbstständig oder auf deinem Gebiet Expert\*in bist, kann eine solche Veröffentlichung dir dabei helfen, sichtbarer zu werden und neue Menschen auf deine Angebote aufmerksam zu machen. Du bist noch nicht überzeugt, dass ein Buch dafür die richtige Wahl ist? Dann lies am besten gleich weiter!**

## Warum es auch für dich sinnvoll ist, ein Fachbuch zu schreiben

Viele Menschen schreiben ein Buch, um ein Buch zu schreiben.

Logisch, oder?

Man schreibt ein Buch, veröffentlicht es, verdient jede Menge Geld damit und kann den ganzen anderen Quatsch endlich sein lassen.

Das hört sich erst mal super an. Und ja, man kann mit einem Buch auch Geld verdienen. Wie viel das am Ende ist, hängt allerdings von jeder Menge Faktoren ab. Viel Arbeit, Timing und auch ein bisschen Glück gehören auf jeden Fall dazu. Also: Kreditkarte noch ein paar Momente stecken lassen und stattdessen die Perspektive ändern.

Denn:

Ein Buch kann viel mehr für dich tun, als "nur" direkte Einnahmen zu erzielen. Es kann für dich genau die Kund\*innen anziehen, die du suchst.

Die Bücher, die ich geschrieben habe, bringen regelmäßig Menschen auf meine Website, in meine Coachings und in meine Kurse. Und zwar die Menschen, mit denen ich gerne zusammenarbeite und für die ich genau richtig bin. Ein Buch hat die besten Voraussetzungen dafür, dich mit Kund\*innen zusammenzubringen, die perfekt zu dir passen.

Und zwar auf gleich 7 verschiedene Wege.

## **Weg 1: Ein Fachbuch zeigt deine Kompetenz.**

Ein Buch zu schreiben, ist für viele Menschen der ultimative Beweis von Kompetenz. Wie eine Doktorarbeit, nur ohne Titel. Eine externe Validierung für dein Wissen.

(Und klar, wir wissen beide, dass solche Validierungen nicht immer sinnvoll sind. Aber, hey, sie funktionieren.)

Eine Anekdote dazu: Wenn ich Menschen aus meinem alten Job treffe, die ich ein paar Jahre lang nicht gesehen habe, fragen die natürlich, was ich jetzt mache. Ich erzähle dann von meinen beiden Websites, von Coaching und E-Learning. Und so gut wie immer kommt dann relativ schnell von meinem Gegenüber: "Ja, und ich habe gesehen, du bist jetzt auch Autorin!"

Dass ich Bücher geschrieben und veröffentlicht habe, ist für die meisten das Spannendste, was ich tue. Denn es macht mich in ihren Augen zur Expert\*in in dem Thema - auch wenn ich es vielleicht vorher schon war und an anderer Stelle genauso gut zeige.

Für Leute, die dich noch gar nicht kennen, ist es schwierig zu beurteilen, was du mitbringst. Du kannst ihnen viel erzählen und auch andere über dich sprechen lassen, um zu überzeugen. Aber nichts ruft so laut "kompetent!" wie dein Name auf einem Buchdeckel.

### **Profi-Tipp:**

Menschen müssen dein Buch nicht mal kaufen, damit dieser WOW-Effekt eintritt. Wenn du auf deiner Website zeigst, dass du ein Buch zum Thema geschrieben hast, nehmen die Leute das wahr und schätzen deine Expertise gleich höher ein.

## **Weg 2: Dein Buch schafft Vertrauen.**

Wenn du selbstständig bist, hast du wahrscheinlich nicht nur ein einziges Produkt, auf das du alles setzt. Du hast ein Portfolio - vielleicht auch eins, das viele kostenlose Elemente wie Artikel oder Freebies enthält.

Jedes einzelne Puzzle-Stück, das du anbietest, hat einen Zweck: Menschen kommen mit dir in Kontakt, lernen dich kennen, bauen Vertrauen auf, erfahren, wie eine Zusammenarbeit mit dir aussehen könnte.

Dein Ratgeber ist besonders stark darin, Vertrauen aufzubauen. Du beherrschst eben nicht nur die einzelnen Bausteine, die du in deinen Blog-Artikeln zeigst. Nein, du hast auch den Überblick, kannst die Teile zu einem großen Ganzen verbinden und Menschen Schritt für Schritt weiterentwickeln.

Und das beweist du mit deinem Buch.

Richtig gute Bücher machen Leser\*innen zu Fans. Die im Internet nach dir suchen, deine Website finden und dich anschreiben werden.

Passiert mir ständig.

## Profi-Tipp:

Dein Blog ist wahrscheinlich voller Wissen. Und Menschen kommen zu dir, weil sie dort die Dinge finden, die sie suchen. Wenn es ihnen bei dir gefällt, bleiben sie, stöbern und erfahren so noch mehr von dir. Im Buch bestimmst du aber zusätzlich die Reihenfolge, in der sie deine Texte lesen - und so von dir lernen. Du kannst ihnen also nicht nur zeigen, was du alles weißt. Sie merken auch ziemlich schnell, dass du dein Wissen super weitergeben kannst.

## Weg 3: Du erreichst auch Menschen außerhalb von Facebook und Google.

Gerade wenn du ein Online-Business hast oder dein Unternehmen im Internet präsentierst, konzentrierst du dich wahrscheinlich auf zwei Dinge:

- Suchmaschinenoptimierung für Google & Co
- Social-Media-Marketing

Beides sind richtig gute und wichtige Wege, Besucher\*innen auf deine Seite zu bringen. Es sind zu Recht die Klassiker.

Aber sie sind auch nicht alles.

Denn: Beide Wege richten sich an Menschen, die für alles Google befragen oder die auf Facebook, Instagram oder Twitter aktiv sind.

Vielleicht verbringst du genau wie ich viel Zeit im Internet. Da vergisst man schon mal, dass ganz viele andere das nicht tun. Dass sie sich mit einer Google-Suche schwertun und um Facebook einen großen Bogen machen. Wenn schon Internet, dann Seiten, die man kennt. Oder was zum Bestellen. Zalando vielleicht. Oder Amazon.

Und bei Amazon - genau - wartet schon dein Ratgeber und holt diese Leute ab.

Um zu verstehen, wie hilfreich das für dich ist, brauchen wir auch eine andere Perspektive auf Amazon. Denn Amazon ist nicht einfach ein Online-Shop. Klar, das auch. "Innen drin" funktioniert Amazon aber genau wie eine Suchmaschine. Also wie Google für Kaufbares. Jedes Produkt, jedes Buch bekommt eine eigene Landingpage (manchmal sogar mehr als eine) - und das auf der Website, die am vierthäufigsten in Deutschland besucht wird (Quelle: [Wikipedia](#)).

Um dort mitzuspielen, kannst du dein eigenes Fachbuch schreiben, veröffentlichen und deine persönliche Amazon-Buchseite optimieren. Ein zusätzliches Plus für dich ist: Diese Seiten ranken auch auf Google. Die Amazon-Seite für mein Buch [Bloggen für Einsteiger](#) rankt bei Google für alle möglichen Suchbegriffe rund ums Thema Bloggen. Du bekommst also auch von dort noch mal einen zusätzlichen Schub.

## Profi-Tipp:

Natürlich können auch andere Online-Buchhandlungen und der stationäre Buchhandel dir und deinem Thema Reichweite verschaffen. Als Leserin gibt es für mich auch nichts Besseres, als eine meiner drei Lieblingsbuchhandlungen (zwei in Köln, eine in Berlin) zu besuchen. Für dein Thema und dein Buch ist Amazon aber die wichtigste Anlaufstelle. Das Verhältnis von Aufwand zu Nutzen ist für dich nämlich nirgends so gut wie bei Amazon.

## Weg 4: Du bist präsent. Und zwar da, wo die Menschen sich Zeit für dich nehmen.

Mal ehrlich: An wie vielen Facebook Ads scrollst du täglich vorbei? Wie viele Newsletter lässt du wochenlang in deinem Posteingang verstauben - oder löschst sie gleich ungelesen?

Ja, aber Blog-Artikel werden aufmerksam gelesen, oder?

Sorry. Da muss ich dich enttäuschen. Schau mal hier:

<https://www.nngroup.com/articles/f-shaped-pattern-reading-web-content/> In dem Link geht's um Eyetracking-Studien, in denen beobachtet wird, wie sich die Augen beim Lesen über Websites bewegen. Daraus erkennt man, wie Menschen Texte im Internet lesen. Und das Ergebnis sieht aus wie ein F: Die Einleitung und vielleicht noch der erste Absatz werden aufmerksam gelesen, anschließend geht's mit Schwung durch die Zwischenüberschriften.

Die Aufmerksamkeit deiner Kund\*innen ist wahnsinnig kostbar. Weil sie begrenzt ist. Denn Zeit kann man nicht einfach mal verdoppeln. Und im Internet teilst du sie dir immer mit anderen. Vielleicht kennst du das ja auch: Pling - eine Mail, ach, ich wollte noch mal kurz in die Nachrichten schauen, oh, und ein Geschenk für meine Freundin brauch ich auch noch - wo war ich gerade?

Du kannst also sogar froh sein, wenn deine Leser\*innen die ersten Absätze lesen und den Rest überfliegen.

(Du machst das hier ja nicht so, oder? Oder?)

Und auch das ist ein guter Grund, dein Fachbuch zu schreiben: Denn wenn sich jemand dafür entscheidet, ein Buch von dir zu kaufen, sich am Schreibtisch oder auf dem Sofa mit diesem Buch hinzusetzen und es durchzulesen (bzw. durchzuarbeiten), kannst du dir fast sicher sein, dass

daneben nicht noch zehn andere Bücher liegen, die ständig die Aufmerksamkeit auf sich ziehen. Bücher liest man einfach mit einer anderen Dringlichkeit und Ernsthaftigkeit als Websites.

Du hast also eine viel größere Chance, mit deinem einzigartigen Wissen und deiner Persönlichkeit zu den Leuten durchzudringen. Sie davon zu überzeugen, dass du wirklich Expert\*in bist in deinem Gebiet - und dass es sich ziemlich lohnt, mit dir zusammenzuarbeiten.

## **Profi-Tipp:**

Mit einem Buch bist du übrigens auch dann präsent, wenn deine Kund\*innen nicht ganz so aufmerksam sind - zumindest, wenn du dein Buch in gedruckter Form veröffentlichst. Du stehst dann nämlich im Büro oder im Wohnzimmer, liegst auf dem Schreibtisch oder auf dem Nachttisch. (Okay, dein Buch liegt da.) Für deine Kund\*innen aber bist du immer ein bisschen da. Sie nehmen dich so auch unbewusst in ihrem Alltag wahr - und zwar als Expertin für dein Thema.

## **Weg 5: Du verdienst Geld und bekommst dafür Sichtbarkeit.**

Social Media und Suchmaschinen hatten wir ja schon. Wenn du dort sichtbar werden willst, musst du entweder

- einen langen Atem haben oder
- Geld ausgeben.

Und am besten beides.

Lautet dein Weg "Fachbuch schreiben", sieht das Ganze ein bisschen anders aus.

Also klar, du steckst auch ganz schön viel Arbeit in dein Buch (dazu erzähle ich dir weiter unten noch mehr).

Aber: Wenn es einmal fertig ist, erhältst du für jeden Einzelnen, der dein Buch kauft, Geld. Zumindest ein bisschen.

Ich bin ganz ehrlich mit dir. Die meisten Autor\*innen werden nicht reich vom Schreiben. Ich habe mit meinem erfolgreichsten Buch allein über die Verkäufe bisher rund 16.000 Euro eingenommen. Und nein, nicht im Monat.

Das reicht natürlich nicht fürs Traumhaus oder die Frührente.

Dieses Geld hat mir aber an der ein oder anderen Stelle Möglichkeiten eröffnet: Mich um neue Projekte zu kümmern, von denen ich nicht wusste, ob sie funktionieren würden. Anzeigen zu schalten, ohne mir Gedanken zu machen. Einfach mal ein paar Tage nicht zu arbeiten.

(Okay, das Letzte stimmt nicht wirklich. Aber es wäre möglich gewesen!)

Die Kombination aus Kund\*innen akquirieren und dabei Einnahmen erzielen ist wirklich selten. Und du musst dafür nicht mal eine eigene Plattform ins Leben rufen, sondern kannst auf eine bestehende, extrem erfolgreiche zurückgreifen.

## **Weg 6: Deine Kund\*innen wissen schon, dass du etwas anbietest.**

Vielleicht kennst du das ja: Du veröffentlichst auf deiner Website tolle Artikel mit ganz vielen Informationen. Du bietest die Möglichkeit an, einen Newsletter zu abonnieren und dadurch noch mehr kostenloses Wissen zu bekommen. Und wenn du dann in einer E-Mail erwähnst, dass man bei dir auch Dinge kaufen kann, sind - zack - 10 Leute von der Liste verschwunden. Konnte ja niemand ahnen, dass du deine Seite professionell betreibst.

Das hat einen guten Grund: Wenn du dich ein bisschen mit Suchmaschinenoptimierung beschäftigst, begegnet dir schnell der Begriff Suchintention. Menschen haben unterschiedliche Gründe, auf Google nach Begriffen zu recherchieren. Wenn Menschen über Blog-Posts auf deine Website kommen, wollen sie meistens Informationen haben. Sie haben gar nicht vor, etwas zu kaufen. Und wenn du ihnen dann etwas anbietest, sind sie überrascht. Sie gehen vielleicht davon aus, dass du deine Seite nur zum Spaß betreibst. Oder dass es sich um eine kostenlose News-Page handelt. Im Internet ist so vieles kostenlos, dass der Sprung von online lesen zu online kaufen für viele ein großer ist.

Wenn Menschen dich aber über dein Fachbuch kennen, wissen sie schon, dass du in dem Feld professionell unterwegs bist und nicht nur im Hobby Blog-Posts schreibst. Sie haben ja schon was von dir gekauft - dein Buch.

(Und eine gute Erfahrung damit gemacht - mega wichtig! Es ist viel leichter, Menschen dazu zu bringen, *noch mal* etwas zu kaufen, als ihnen zum ersten Mal ein Produkt anzubieten.)

Noch wichtiger aber: Du kannst in deinem Buch gezielt auf deine Angebote hinweisen.

Und nein, du sollst keinen Coupon Code auf der letzten Seite einfügen oder ständig im Buch die Werbetrommel rühren.

Es gibt tolle Möglichkeiten, wie du so über deine Angebote schreibst, dass deine Kund\*innen einen Nutzen davon haben. Du kannst:

- auf Dienstleistungen hinweisen, die mit den Inhalten deines Buchs zu tun haben und die deine Leser\*innen weiterbringen,
- auf der Website Zusatzmaterial zum Download zur Verfügung stellen, zum Beispiel Vorlagen oder Software,
- Beispiele aus deinem Berufsalltag bringen und Erfolge deiner Kund\*innen teilen (natürlich nur nach Rückfrage oder anonymisiert).

Das ist nicht verkäuferisch, sondern informativ. Und damit sogar ein Service, den du anbietest: Wer noch mehr möchte, als das Buch leisten kann, weiß gleich, dass man sich auch direkt an dich wenden darf.

## **Weg 7: Du aktivierst die Menschen, zu dir zu kommen.**

Gerade am Anfang fühlt sich Social-Media-Marketing für manche ein bisschen so an wie in der Fußgängerzone zu stehen und vor Publikum Gemüse zu schneiden. Für eher schüchterne Menschen ist das eine ziemliche Qual.

(Glaub mir, ich weiß, wovon ich spreche.)

Menschen auf das eigene Angebot aufmerksam zu machen, kann sich aufdringlich anfühlen, nervig, penetrant. Laut. Und gerade wir Frauen sind oft so erzogen worden, dass wir doch bitte leise sein sollen.

Ein Buch zu schreiben und zu veröffentlichen, fühlt sich überhaupt nicht laut an. Du kannst nämlich in aller Ruhe dein Fachbuch schreiben und das Marketing indirekter aufziehen - zum Beispiel vieles auch der Keyword-Optimierung auf der Plattform überlassen. Und dich darauf konzentrieren, mit deinem Buch zu überzeugen, Wege der Zusammenarbeit zu zeigen und bereit zu sein, wenn sie zu dir kommen.

Das wird wahrscheinlich auf Dauer nicht reichen, um sich gegen den Wettbewerb durchzusetzen. Aber es ist ein guter Anfang. Einer, der relativ risikoarm ist und bei dem du erst mal mit dem großen Zeh die Wassertemperatur prüfen kannst, bevor du komplett reinspringst.

## **Du willst deinen Ratgeber oder dein Fachbuch schreiben?**

Du hast Lust bekommen, mit deinem eigenen Buch loszulegen? Aber keine Ahnung, wie das gehen soll? Kein Problem! Ich habe für dich einen kostenlosen Mini-Kurs zusammengestellt, in dem du alles erfährst, was du für deinen Fachbuch-Erfolg brauchst. Hol dir jetzt meine 7 Tipps in 7 Tagen!

## **Aber Yvonne, ist das nicht viel zu aufwendig?**

Klar, ein Buch schüttelst du dir nicht mal eben so aus dem Ärmel.

Tu ich auch nicht.

Das trifft allerdings auf alles zu, was du selbst erschaffst und in die Welt bringst. Ich sag's mal so: Ich schreibe Blogs und ich schreibe Bücher. Blogs sind mehr Arbeit. Denn ein Buch ist irgendwann fertig.

Ich frage mich wirklich oft, warum nicht mehr Menschen ein Fachbuch schreiben. Wer als Coach arbeitet, hat das Wissen sowieso. Wer sich online zeigt, weiß auch, wie man schreibt.



Und jetzt mach ich was, was ich sehr gerne tu: Ich rechne kurz was durch. Damit du dir ein Bild davon machen kannst, wie aufwendig es wirklich ist, dein Buch zu schreiben.

Dieser Artikel hier hat ca. 3.000 Wörter. Viel, ich weiß. Meine Artikel sind auch etwas länger als der Durchschnitt. Aber damit hast du ein Gefühl, wie lang ein Text von 3.000 Wörtern ist.

Gehen wir also davon aus, du bloggst selbst. Und du schreibst regelmäßig Artikel mit einer Länge von 1.000 Wörtern. Und vielleicht jede Woche einen. Dann schreibst du pro Jahr 52.000 Wörter - allein in deinen Blog-Artikeln.

(Wie viel du wirklich pro Jahr schreibst, kannst du ja schnell selbst überschlagen. Ich warte hier so lange.)

Okay, weiter geht's.

Ein normaler Ratgeber hat im Schnitt 150 Seiten und je Seite 200 Wörter. Beides kann höher oder niedriger liegen, aber es sind gute Anhaltspunkte. Das sind 30.000 Wörter.

Huch?

Das sind ja weniger!

Klar. Vielleicht schreibst du seltener. Und kürzer. Und dein Ratgeber wird länger als ich hier vorgerechnet habe. Aber: Es ist absolut machbar, ein Buch zu schreiben. Liegt voll im Rahmen. Zehn Artikel wie dieser hier, und das Buch ist voll.

Und von dem Zeitpunkt an kann dich das Buch bei deiner Arbeit stützen. Kund\*innen anziehen, deine Expertise unterstreichen, deine Positionierung hervorheben.

## Was für ein Buch soll ich schreiben?

Du hast die Word-Datei schon geöffnet und willst loslegen, bist aber ein bisschen verwirrt, weil ich von Ratgebern und Fachbüchern spreche, aber das Wort "Sachbuch" gerade zum ersten Mal fallen lasse?

Stimmt. Das kann verwirrend sein.

Daher eine kurze Erklärung:

Sachbücher vermitteln Informationen. Wenn man fertig ist, *weiß* man was Neues. Ein Lexikon ist ein Sachbuch. Ein Buch über die Französische Revolution auch.

Fachbücher und Ratgeber vermitteln Fertigkeiten. Wenn man damit durch ist, *kann* man was Neues. Die beiden unterscheiden sich dann nur noch in der Zielgruppe. Fachbücher sind eher an professionelle Leser\*innen gerichtet und Ratgeber an Laien. Ein Buch über vegane Ernährung kann also sowohl Sachbuch, Fachbuch als auch Ratgeber sein.

- Ein Sachbuch könnte untersuchen, warum immer mehr Menschen vegan leben und wie sich das von Land zu Land unterscheidet.
- Wenn du Ernährungsberater\*innen mit deinem Buch ausbilden willst, ist das ein Fachbuch.
- Tipps, wie man seine Ernährung auf vegan oder veganer umstellt, finden sich dann im Ratgeber.

Wenn du deine Wunschkund\*innen anziehen willst, solltest du einen Ratgeber oder ein Fachbuch schreiben. Denn dort steht das Lernen im Vordergrund, und du kannst auch mehr Persönlichkeit zeigen. Sachbücher dienen oft eher als Nachschlagewerke. Du als Autor\*in stehst hinter der Information zurück.

## Fazit

So, ich hoffe, du bist überzeugt: Dein Buch kann dir auf viele verschiedene Arten dabei helfen, sichtbar zu werden, dich besser zu positionieren und so deine Wunschkund\*innen anzuziehen.

Und ganz unter uns: Es macht auch ziemlich viel Freude, so ein eigenes Buch in den Händen zu halten.

## **Du willst deinen Ratgeber oder dein Fachbuch schreiben?**

Du hast Lust bekommen, mit deinem eigenen Buch loszulegen? Aber keine Ahnung, wie das gehen soll? Kein Problem! Ich habe für dich einen kostenlosen Mini-Kurs zusammengestellt, in dem du alles erfährst, was du für deinen Fachbuch-Erfolg brauchst. Hol dir jetzt meine 7 Tipps in 7 Tagen!

## Comments

**Yvonne** – 2021-02-10 18:59:01

Was für eine tolle Idee! Und bis Weihnachten schaffst du das auf jeden Fall!

**Sabine** – 2021-02-10 15:04:52

Wow, ein toller Beitrag. Ich habe ihn gradezu verschlungen und ja, ich will. Habe mich für direkt angemeldet und freue mich darauf Weihnachten nicht nachdenken zu müssen, was ich verschenken soll. Dieses Jahr ist das klar - mein Buch.

**Gunda** – 2021-02-05 21:17:50

Danke für den tollen und ausführlichen Artikel! Auf die Idee ein Buch zu schreiben wäre ich noch nicht gekommen, aber wenn man schon Blogartikel schreibt, ist der Weg zum Buch auch nicht mehr so weit :-)