

# Selfpublisher- Umfrage 2024

## Teil 2 - Best Practice



# Inhalt

<a href="#">Die Umfrage</a>	1
<a href="#">Die Datengrundlage</a>	2
<a href="#">Allgemeines</a>	3
<a href="#">Werke der Teilnehmenden</a>	5
<a href="#">Finanzen</a>	8
<a href="#">Veröffentlichungen</a>	10
<a href="#">Zeitmanagement</a>	16
<a href="#">Marketing</a>	21
<a href="#">Dienstleister und Netzwerke</a>	25
<a href="#">Demografische Daten</a>	27

# Die Umfrage

Anfang des Jahres 2024 rief der Selfpublisher-Verband e. V. zu einer großen Umfrage unter verlagsunabhängigen Autorinnen und Autoren auf. Nicht nur Mitglieder des Verbands haben dabei mitgemacht, sondern auch Autor\*innen anderer Netzwerke oder völlig freie Schreibende.

In den vergangenen Jahren wurde diese Art der Umfrage unter selbstverlegten Autorinnen und Autoren von der Selfpublisher Bibel durchgeführt (bis 2020, [hier geht's zur Auswertung](#)). Die aktuelle Umfrage 2024 hat sich mit den Fragen an denen der Self-Publisher Bibel orientiert, teilweise aber auch neue Fragen hinzugefügt.

Insgesamt haben **1.209 Personen teilgenommen, davon waren 1.060 Personen bereits im Selfpublishing tätig.**

In dieser „**Best Practice**“ **Auswertung** wird näher auf die Teilnehmenden eingegangen, die mit ihren Büchern einen durchschnittlichen monatlichen Umsatz von 2.000 € oder mehr erzielen.

Aber: Beim Lesen dieses Beitrags sollte immer der Unterschied zwischen Korrelation und Kausalität beachtet werden! Korrelation zeigt Zusammenhänge zwischen Variablen, während Kausalität einen Ursache-Wirkungs-Zusammenhang beschreibt. Korrelation bedeutet nicht automatisch Kausalität.

Hier zwei Beispiele:

Korrelation > Wir analysieren Daten über den Verkauf von Sonnenbrillen und die Anzahl der Eisverkäufe im Sommer. Wir könnten feststellen, dass es eine positive Korrelation gibt: An sonnigen Tagen werden mehr Sonnenbrillen verkauft, und gleichzeitig steigt auch der Eisverkauf. Dies bedeutet jedoch nicht, dass der Kauf von Sonnenbrillen den Eisverkauf direkt beeinflusst. Vielmehr sind beide durch die Außentemperatur beeinflusst. Es besteht also keine direkte Ursache-Wirkungs-Beziehung zwischen diesen beiden Variablen.

Kausalität > Angenommen, wir führen eine Studie durch, um den Einfluss von regelmäßigem Sport auf die Herzgesundheit zu untersuchen. Wir könnten feststellen, dass Menschen, die regelmäßig Sport treiben, ein gesünderes Herz-Kreislauf-System haben. Hier haben wir eine kausale Beziehung: Der Sport verursacht tatsächlich die Verbesserung der Herzgesundheit.

Also nur, weil die Antworten hier in eine vermeintliche Richtung für den Erfolg zeigen, muss das nicht automatisch bedeuten, dass eine Nachahmung ebenfalls zum eigenen Erfolg führt. Dennoch können die Auswertungen Hinweise und Ideen geben, wie der Traum „vom Schreiben leben“ gelingen könnte.

## Die Datengrundlage

Insgesamt 74 der Teilnehmerinnen und Teilnehmer der Umfrage gaben an, dass sie einen durchschnittlichen monatlichen Umsatz von 2.000 € oder mehr erzielen.

Der Einfachheit halber wird diese Personengruppe im Folgenden als „Profis“ bezeichnet, was natürlich nicht bedeuten soll, dass Autorinnen und Autoren mit einem geringeren Monatsumsatz nicht auch professionell arbeiten.

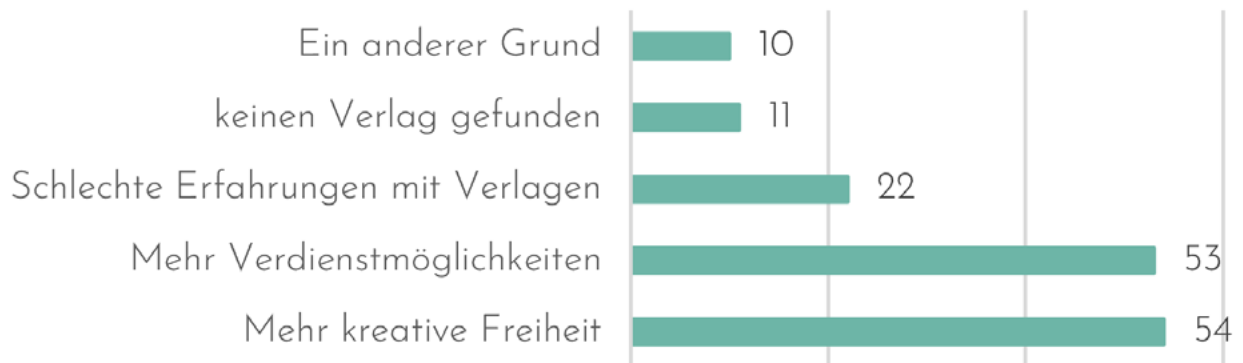
Der Begriff „Profis“ soll hier nur die umständliche Beschreibung „Autor\*innen mit einem durchschnittlichen Monatsumsatz von 2.000 € oder mehr“ ersetzen. Auch wurden nicht alle Fragen ausgewertet.

# Allgemeines

## Gründe für Selfpublishing?

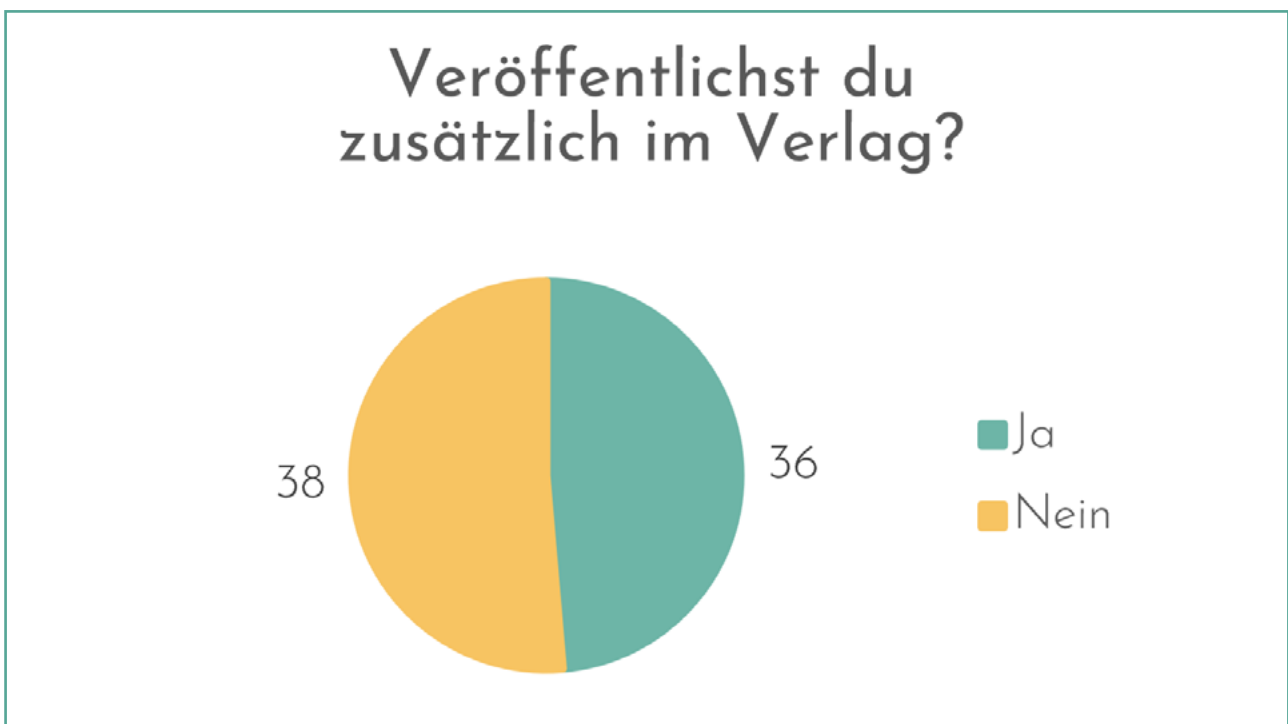
Bei den Gründen für das Selfpublishing stehen „mehr kreative Freiheit“ und „mehr Verdienstmöglichkeit“ ganz klar an erster Stelle bei den Profis. Die Antwort „keinen Verlag gefunden“ wurde bei diese Multiple-Choice-Frage lediglich von 14 % der Teilnehmenden gewählt.

### Warum hast du dich für das Selfpublishing entschieden?



## Zusätzliche Verlagsveröffentlichung

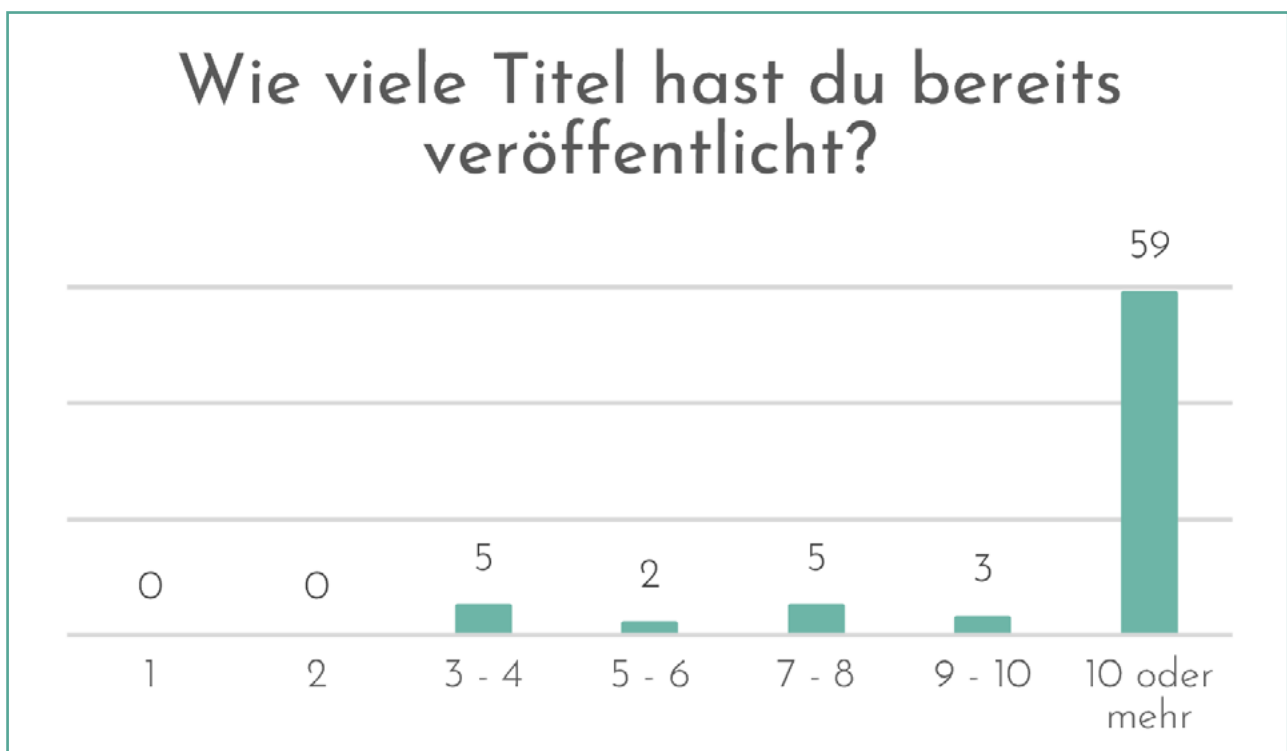
Bei der Frage nach der zusätzlichen Verlagsveröffentlichung zeigt sich ein deutlicher Unterschied: Fast die Hälfte der Antworten fielen hier auf „Ja“, was den Trend zum Dasein als Hybrid-Autor\*in bei den hauptberuflich Schreibenden bestätigt.



# Werke der Teilnehmenden

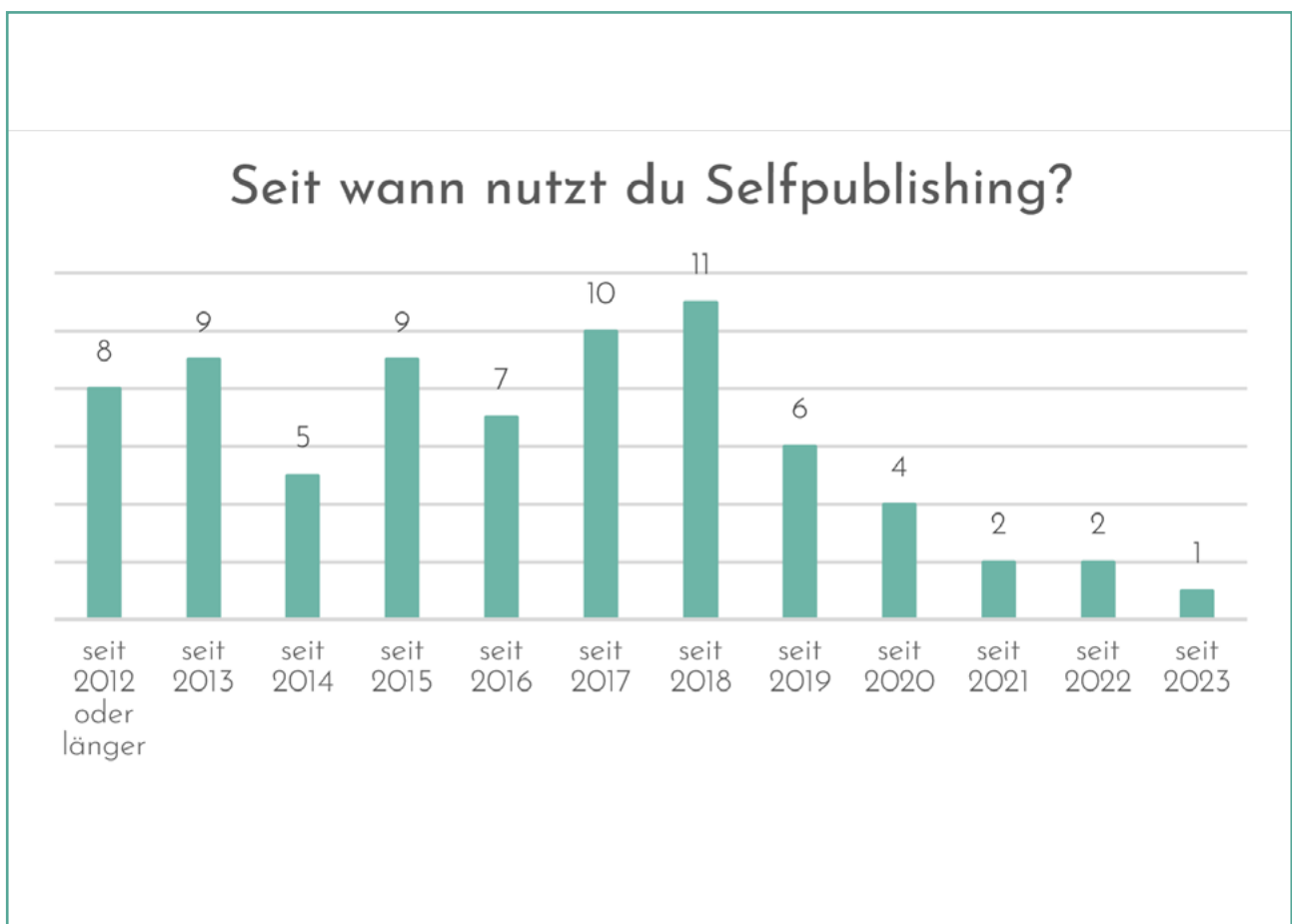
## Anzahl der veröffentlichten Titel

Bei der Anzahl der bisher veröffentlichten Titel zeigt sich deutlich, dass die meisten Profis eine große Backlist haben. Dies kann ein Hinweis darauf sein, dass das geflügelte Wort „Das beste Marketing ist das nächste Buch“ der Wahrheit entspricht. Zumindest verdeutlicht es, dass Erfolg im Selfpublishing oder allgemein Erfolg als Autor\*in ein Marathon und kein Sprint ist.



## Start des Selfpublishings

Diese Marathon-Hypothese bestätigt sich bei der Frage nach dem Start der Selfpublishing-Karriere. Fast 65 % der Profis sind seit sieben Jahren oder länger selbstverlegende Autor\*innen, was bei der hohen Anzahl an veröffentlichten Büchern nicht verwunderlich ist (die zu schreiben dauert immerhin seine Zeit).





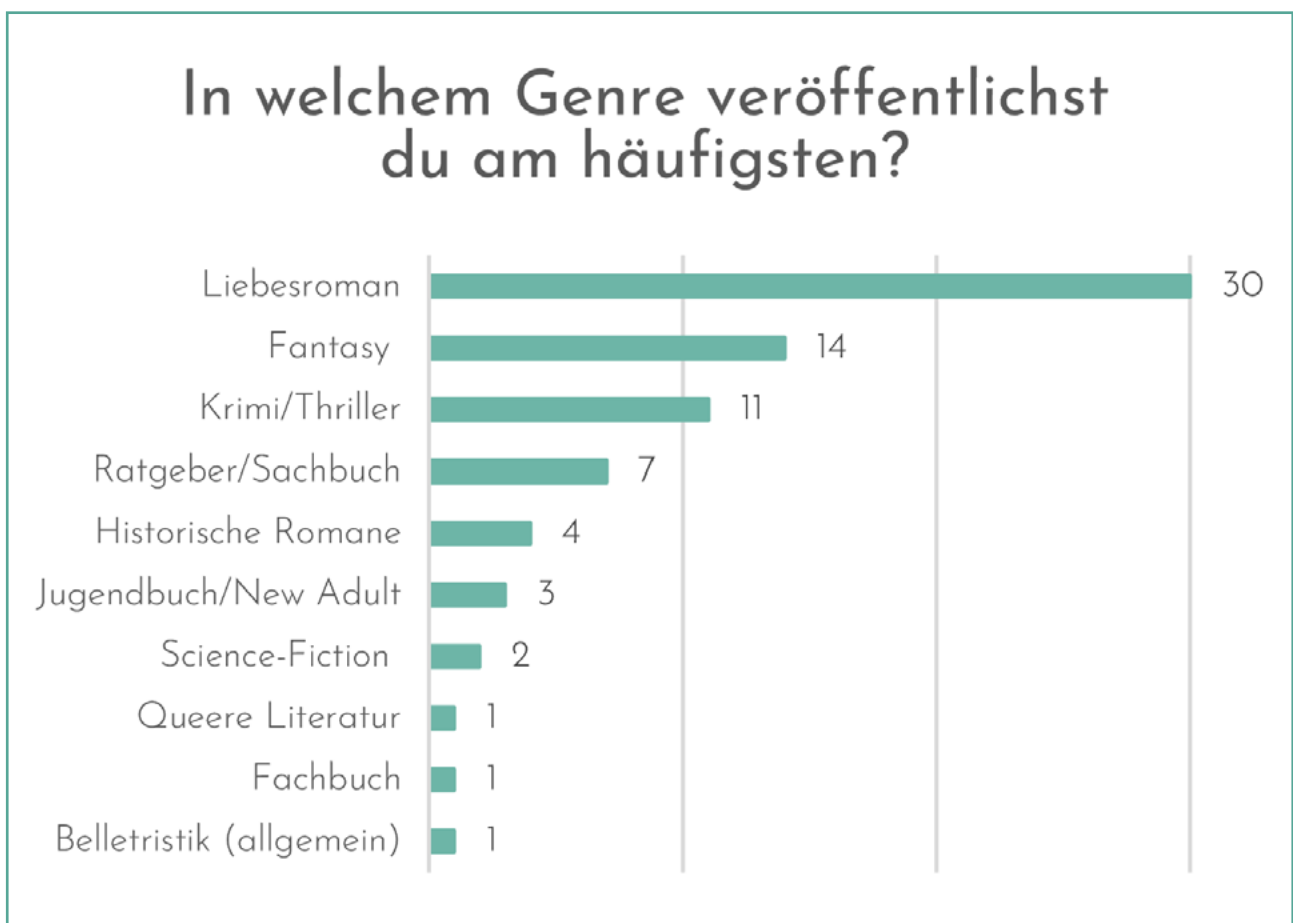
## Hauptgenre

„Im Geld und in der Liebe ist alles erlaubt“.

So oder so ähnlich könnte man diese Grafik interpretieren. Mit 40 % steht das Genre Liebesromane auf Platz eins bei den Profis, gefolgt von Fantasy (18 %) und Krimi/Thriller (14 %).

Dies untermauert die allgemeine Angabe, dass die sogenannte Genre-Literatur gleichzeitig die umsatzstärkste ist. Allerdings ist hier die Konkurrenz auch sehr groß.

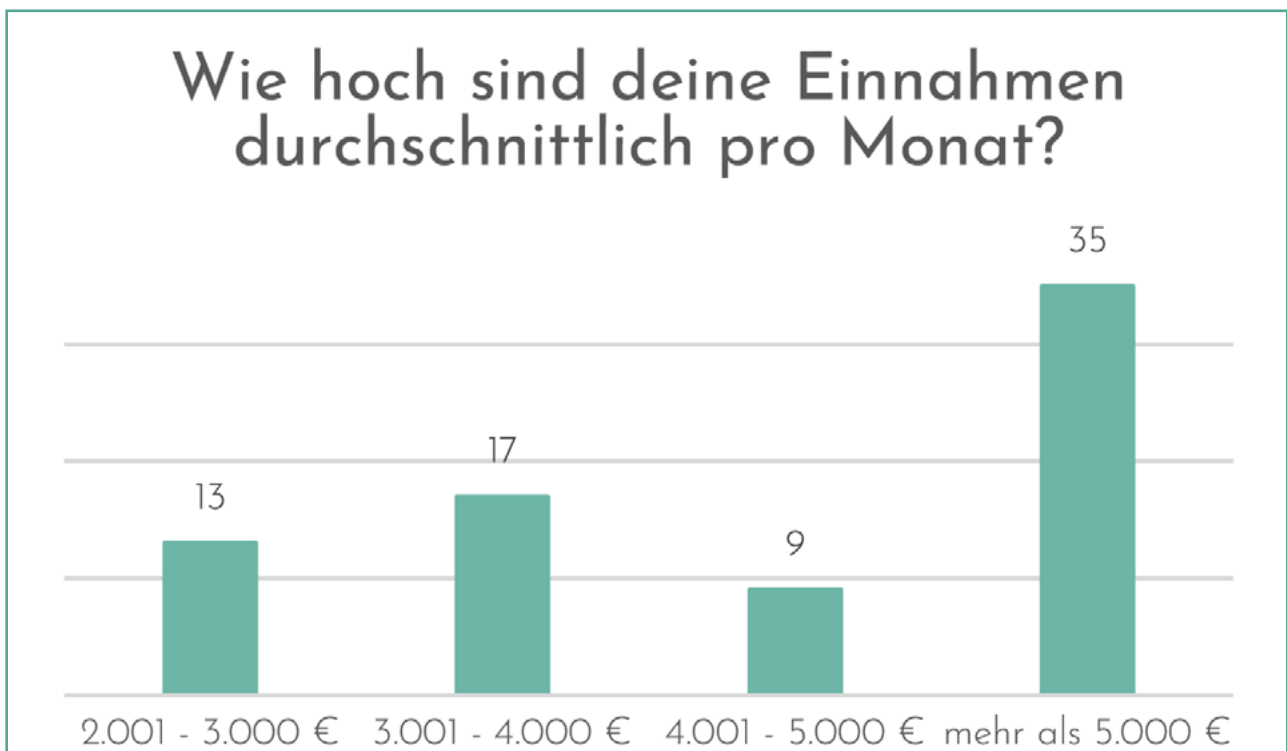
Zudem zeigt sich eine deutliche Verschiebung der Hauptgenres im Vergleich zur Auswertung der Gesamtantworten der Umfrage: Fantasy belegte hier Platz 1, gefolgt von Belletristik (allgemein) und erst auf Platz 3 kamen die Liebesromane. Krimi und Thriller landeten in der Allgemein-Auswertung auf dem fünften Platz.



# Finanzen

## Wie hoch sind deine Einnahmen durchschnittlich pro Monat?

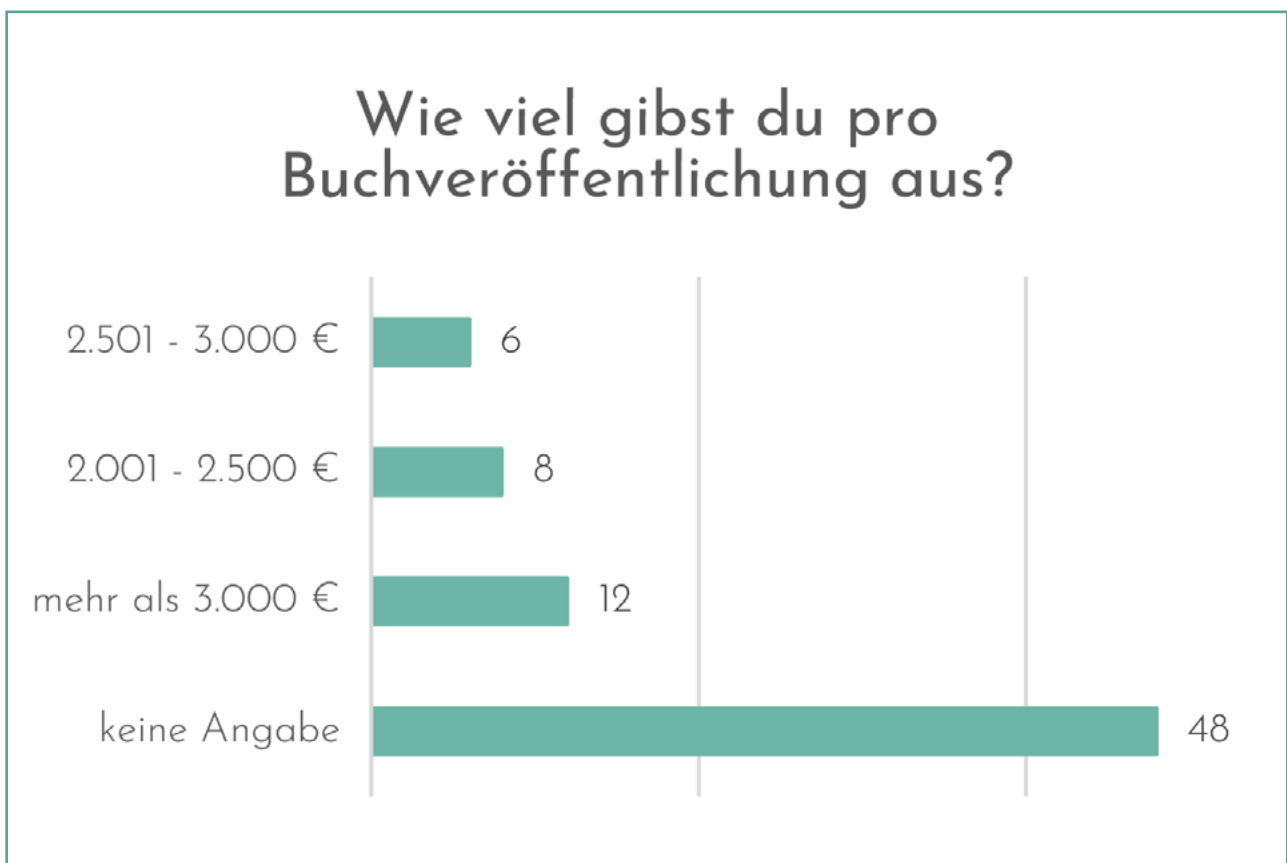
47 % der hier ausgewerteten Autorinnen und Autoren verdienen durchschnittlich im Monat mehr als 5.000 €. Das ist durchaus beachtlich. Interessant ist dieses Diagramm, wenn wir die Antworten aus der Frage „Veröffentlichst du auch in einem Verlag“ hinzuziehen: Von den 35 Top-Verdiener\*innen der Umfrage veröffentlichen 20 zusätzlich über den klassischen Verlagsweg und 15 sind reine Selfpublisher.



## Ausgaben pro Veröffentlichung bei Einnahmen von 2.000€ oder mehr

Die gegebenen Antworten bei der Frage nach den Ausgaben pro Buchveröffentlichung unterscheiden sich wieder deutlich von der Auswertung aller Teilnehmenden. Keiner der Profis scheint weniger als 2.500 € pro Buch auszugeben.

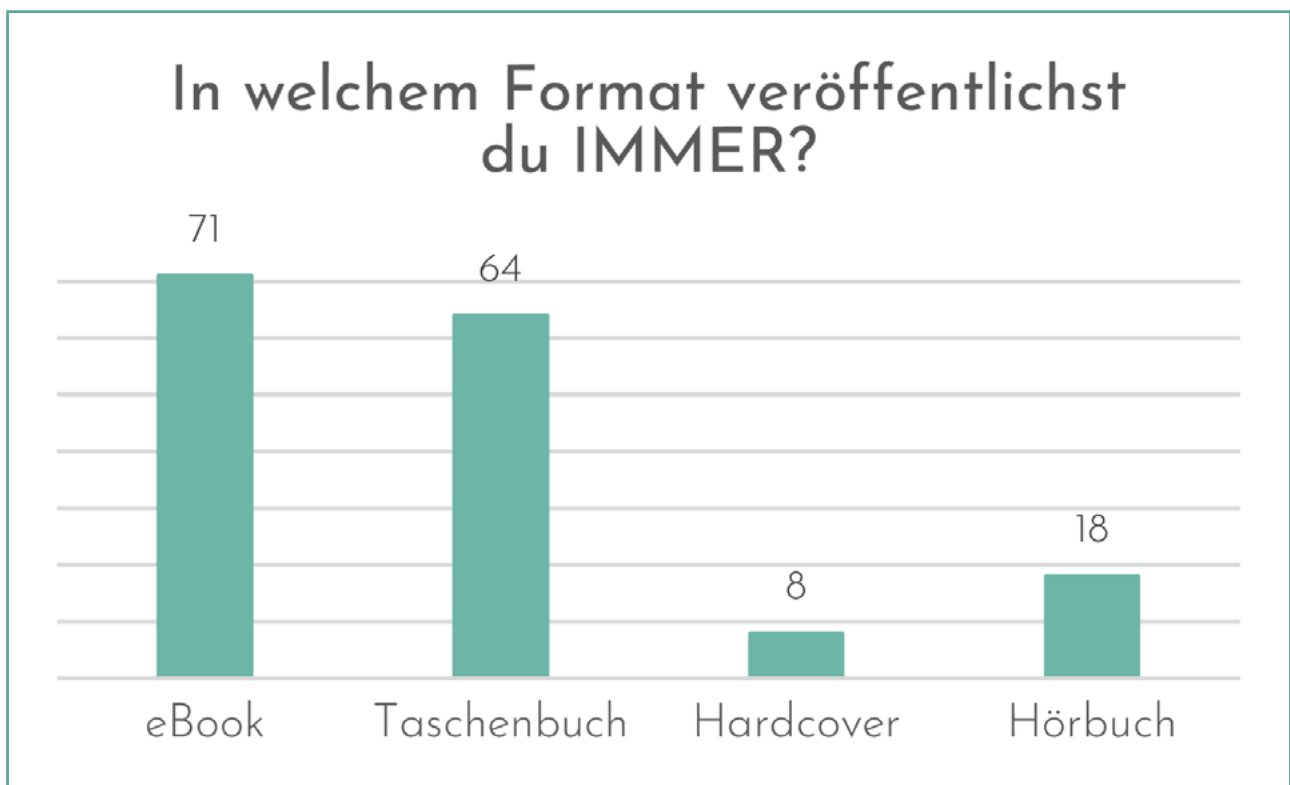
Jedoch zeigt die Grafik deutlich, dass diese Frage von mehr als der Hälfte übersprungen wurde, weswegen sich die Datenlage in Wahrheit anders gestalten könnte.



# Veröffentlichungen

## In welchem Format veröffentlichst du IMMER?

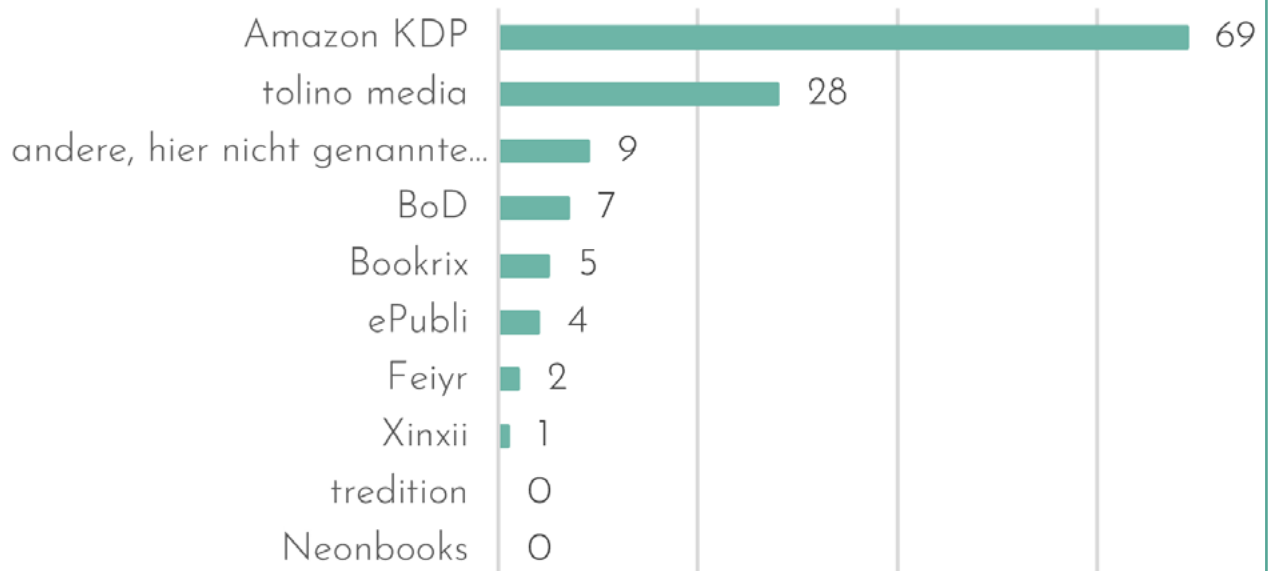
Mit mehr als 95 % gaben die Profis an, ihre Bücher immer als eBooks zu veröffentlichen. Dies scheint die landläufige Aussage zu bestätigen, dass der höchste Umsatz beim Selfpublishing mit dem rein digitalen Produkt erzielt wird. Jedoch folgt dem eBook direkt danach das Taschenbuch als Medium der Wahl. Weiter abgeschlagen ist das Hörbuch und auf dem letzten Platz das Hardcover.



## eBook-Dienstleister

Der beliebteste Dienstleister bei den eBooks ist mit 93 % Amazon KDP, gefolgt von tolino media und Anbietern, die in der Auswahl nicht aufgelistet waren. Da bei der Frage eine Mehrfachauswahl möglich war, veröffentlichen die meisten der Teilnehmenden mit mehreren eBook-Dienstleistern. Lediglich BoD schließt diese Praxis per Vertrag aus.

### Wo veröffentlichst du deine eBooks?

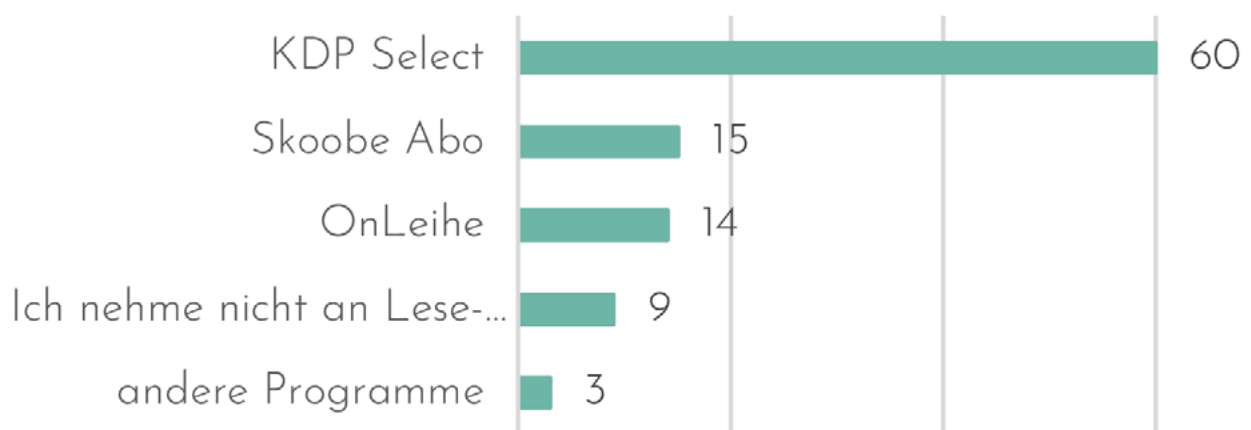


## An welcher Lese-Flatrate nimmst du mit deinen eBooks teil?

Die Antwort nach der Leseflatrate bestätigt die Beliebtheit von Amazon KDP bei den Autor\*innen mit einem monatlichen Umsatz von 2.000 € und mehr. Das bedeutet im Umkehrschluss, dass die bei KDP Select angemeldeten eBooks bei keinem anderen Dienstleister angeboten werden dürfen (Vertragsklauseln von Amazon KDP).

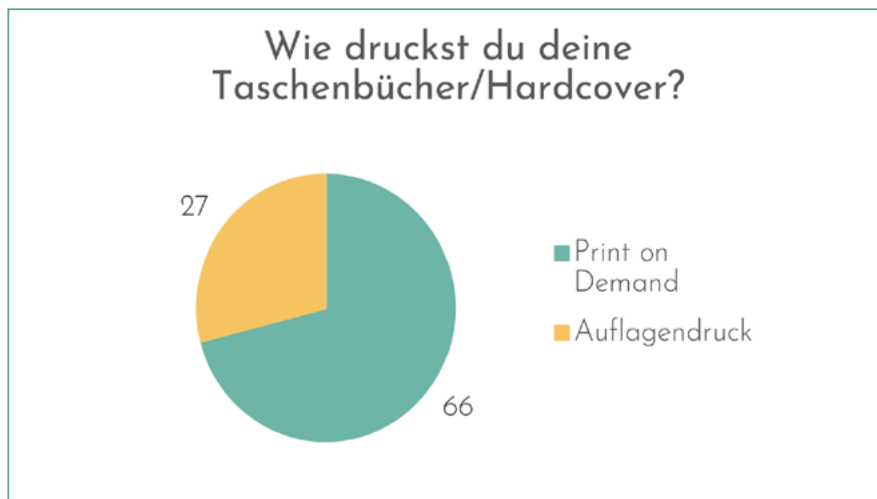
20 % der Antworten entfielen auf das Skoobe Abo und nur 12 % nehmen an keiner Lese-Flatrate teil.

### An welcher Lese-Flatrate nimmst du mit deinen eBooks teil?



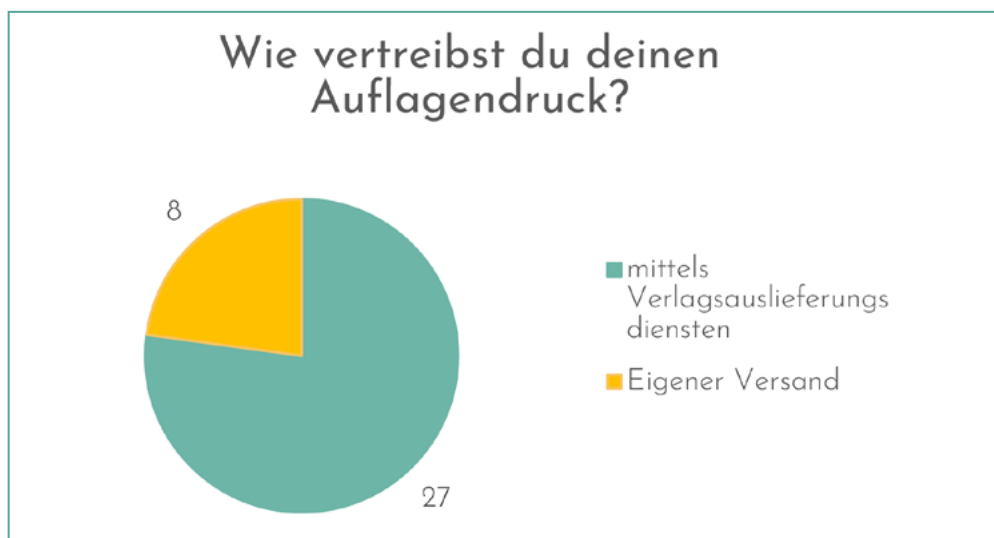
## Wie druckst du deine Taschenbücher/Hardcover?

Bei der Frage, wie die Profis ihre Print-Titel drucken, waren Mehrfachauswahlen möglich. Die beliebteste Druckvariante war hier jedoch „Print on Demand“. Lediglich eine Person hatte angegeben, dass sie ihre Titel nicht drucken lässt.



## Vertriebsform Auflagendruck

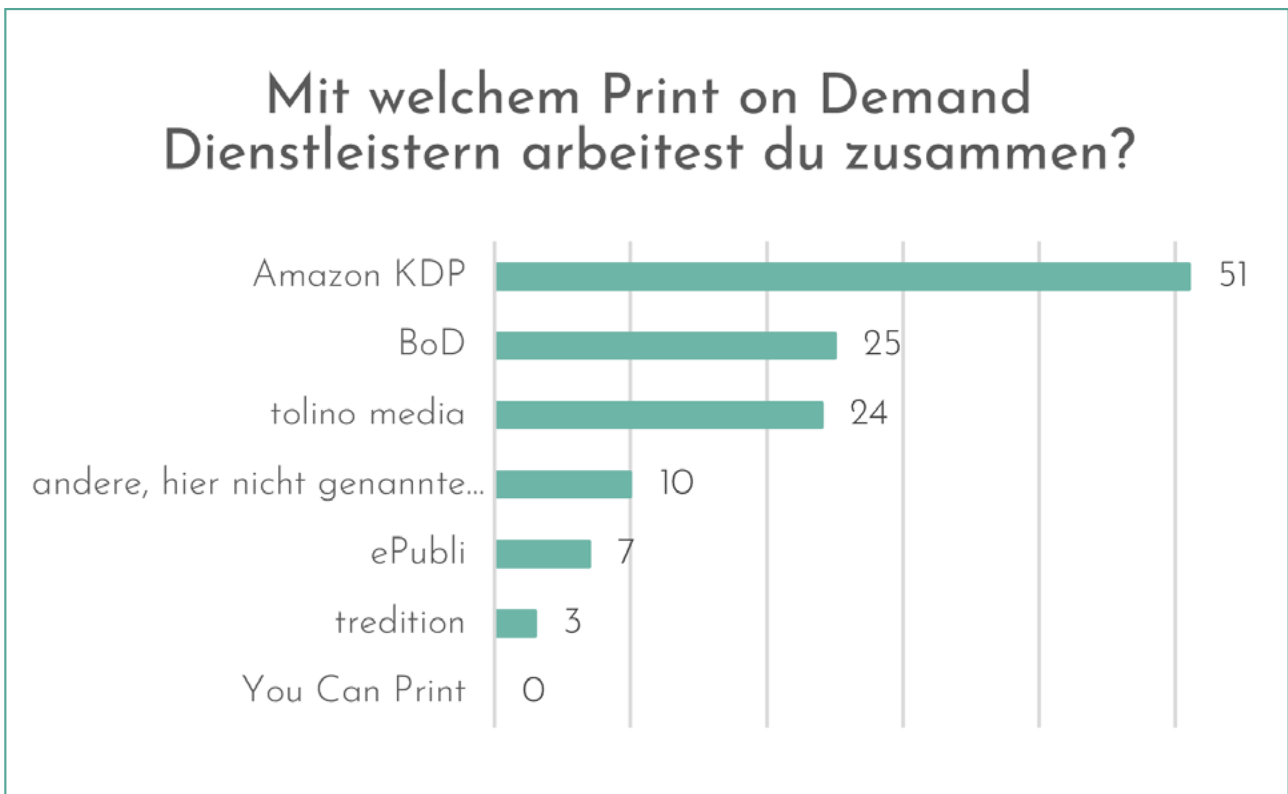
Von den Autorinnen und Autoren, die ihre Print-Titel mittels Auflagendruck herstellen, arbeitet der Großteil für den Vertrieb mit einem Verlagsauslieferungsdienst zusammen. Das verursacht zwar Kosten, bedeutet aber eine massive Arbeitserleichterung. 8 der Profis mit Auflagendruck machen sich diese Arbeit selbst, indem sie die Bücher selbst lagern und versenden.



## Mit welchem Print-on-Demand Dienstleistern arbeitest du zusammen?

Es waren zwar wieder Mehrfachauswahlen möglich, jedoch schließt hier auch wieder BoD die Zusammenarbeit mit anderen Dienstleistern pro Buchprojekt vertraglich aus.

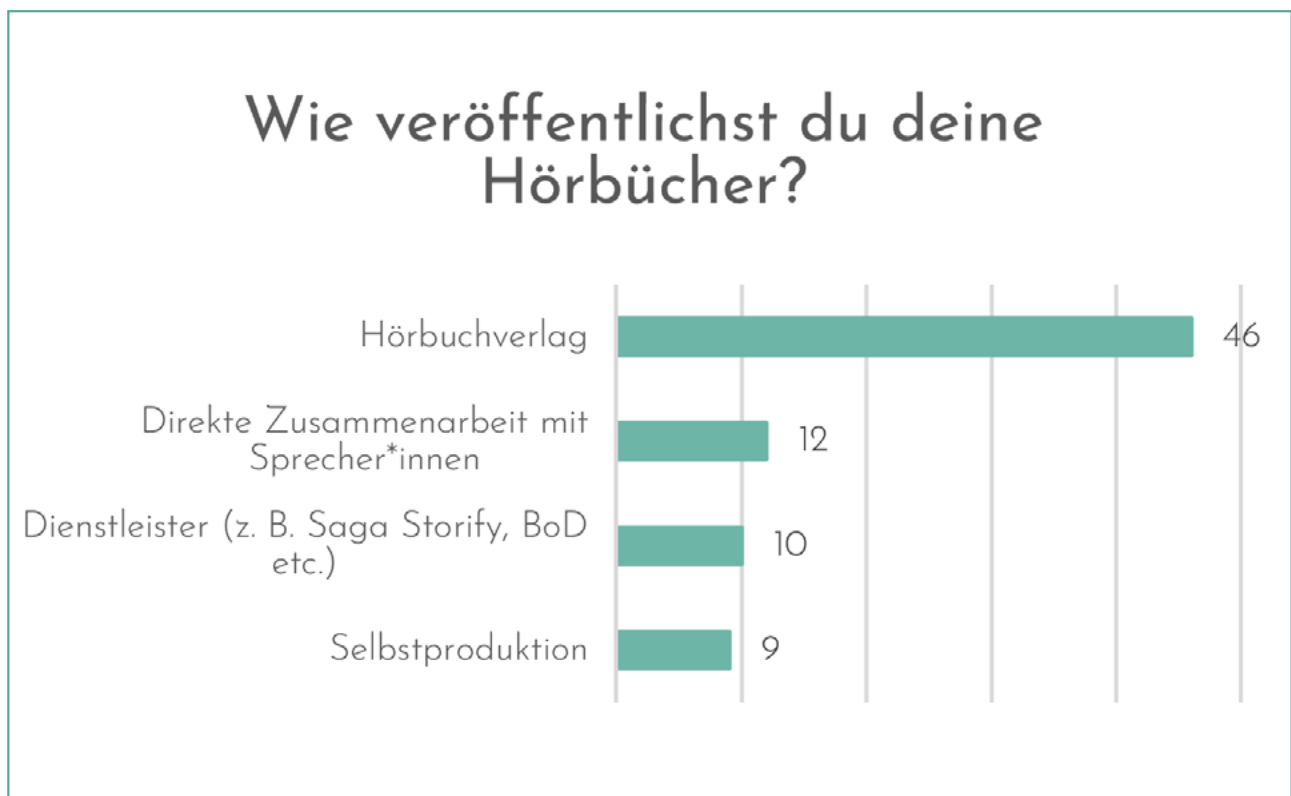
Auch bei den „Print on Demand“-Anbietern hat Amazon KDP die Nase vorn. Knapp 69 % der Profis drucken hier ihre Bücher. Platz zwei belegt BoD und knapp dahinter ist tolino media.





## Wie veröffentlichst du deine Hörbücher?

Bei den Hörbüchern ist die beliebteste Veröffentlichungsform die Zusammenarbeit mit einem Hörbuchverlag. Weiter abgeschlagen ist die direkte Zusammenarbeit mit Sprecher\*innen und auf Platz drei Dienstleister wie etwa Saga Storify oder BoD.

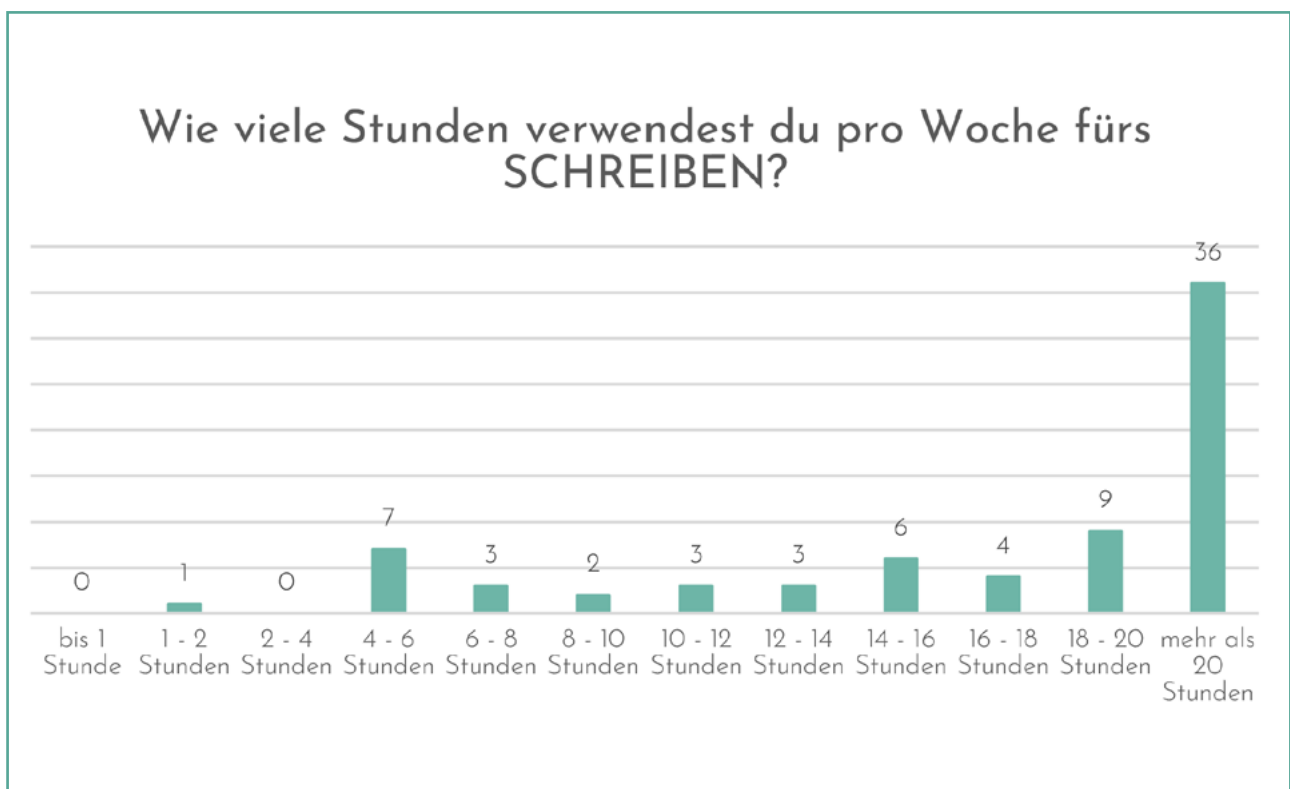


# Zeitmanagement

## Wie viele Stunden verwendest du pro Woche fürs SCHREIBEN?

Bei der Schreibzeit pro Woche zeigt sich ein deutlicher Unterschied zu der allgemeinen Auswertung der Umfrage.

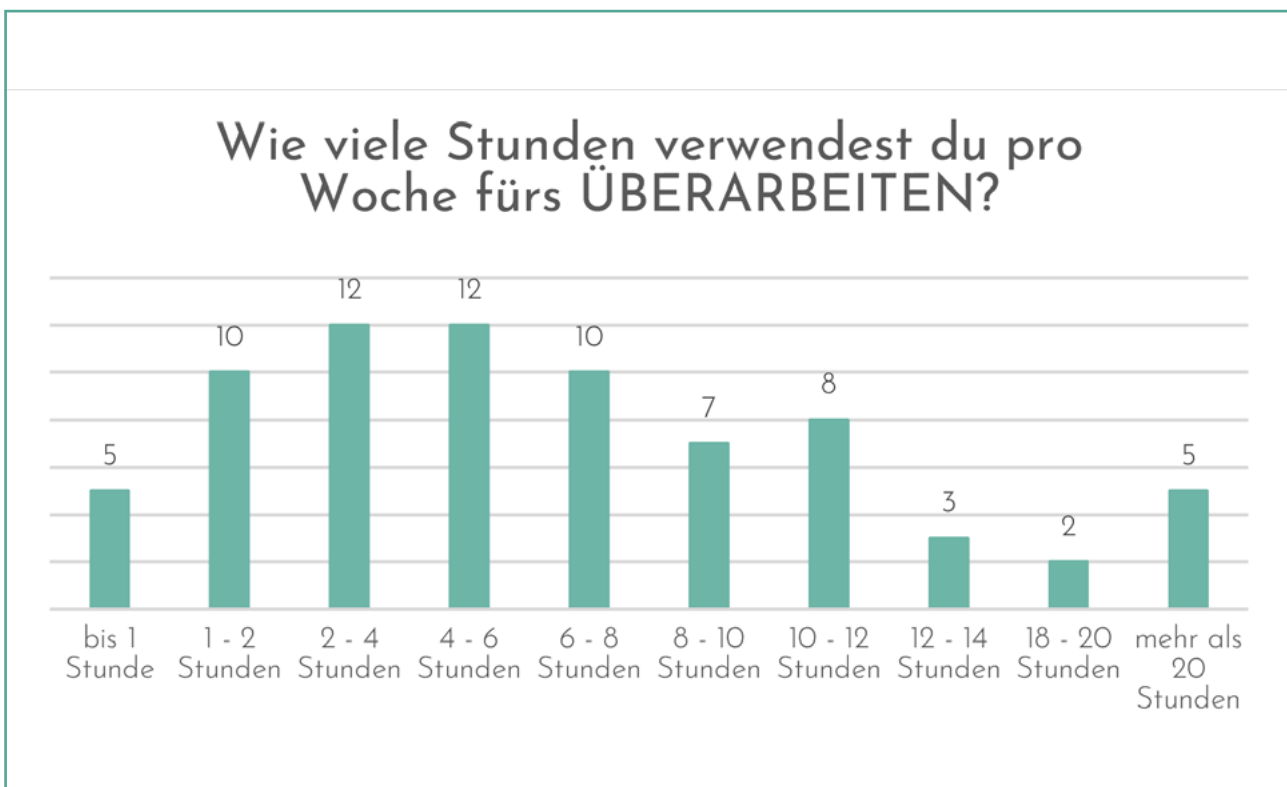
Fast die Hälfte der Profis widmet dem Schreiben mehr als 20 Stunden pro Woche. Zweithäufigste Antwort waren „18 - 20 Stunden“. Interessant ist, dass es eine teilnehmende Person gab, die sogar nur „1 - 2 Stunden“ durchschnittlich pro Woche schreibt.



## Wie viele Stunden verwendest du pro Woche fürs ÜBERARBEITEN?

Das deckt sich in etwa mit der häufigsten Antwort aus der allgemeinen Auswertung: Hier waren es mit 25 % „2 - 4 Stunden“ Überarbeitung pro Woche.

Bei der durchschnittlichen Überarbeitungszeit pro Woche verteilen sich die Antworten gleichmäßiger. Der Großteil der Profis widmet dieser Tätigkeit zwischen 1 - 8 Stunden.



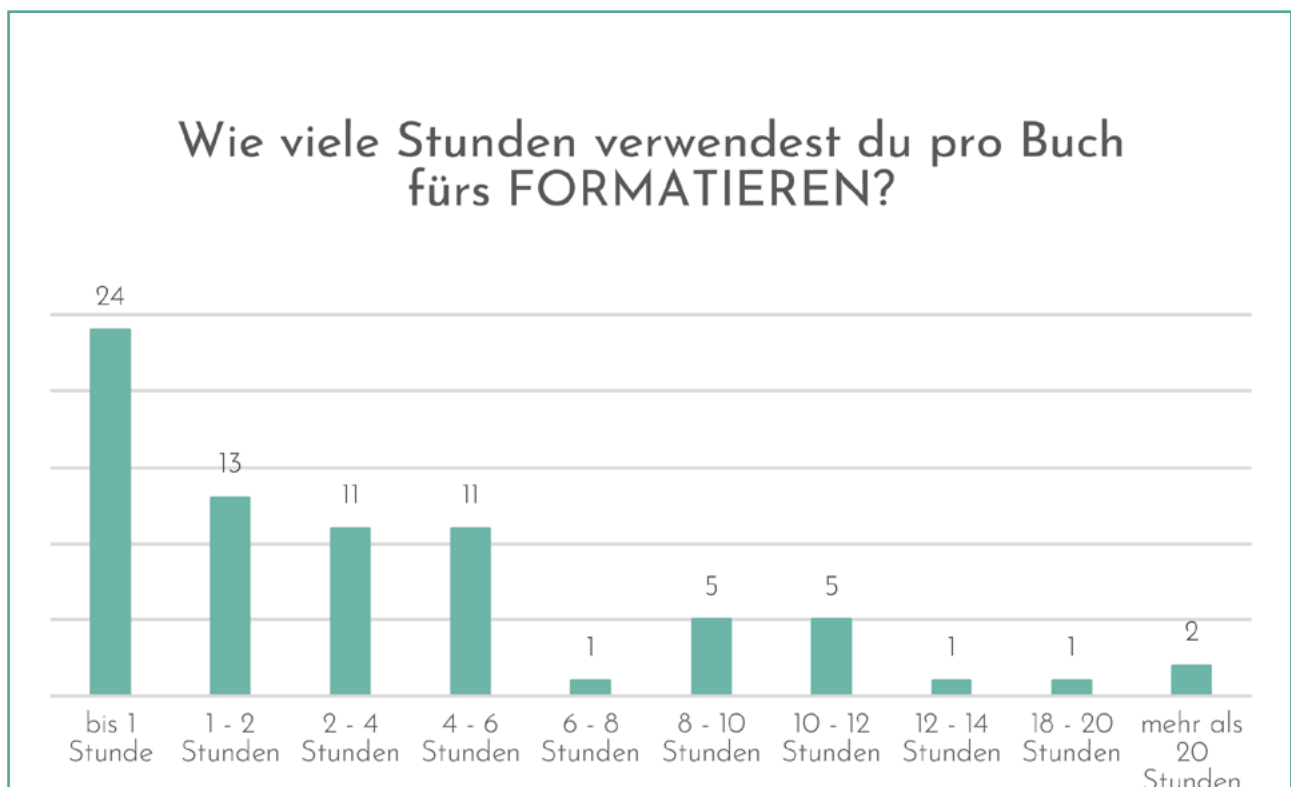
## Wie viele Stunden verwendest du pro Woche fürs FORMATIEREN?

32 % der Profis sitzen unter einer Stunde pro Buchprojekt an der Formatierung - also am Buchsatz für eBook und/oder Print-Titel.

Spannend wird diese Auswertung, wenn man sie mit der Frage nach den an Dienstleistern ausgelagerten Tätigkeiten kombiniert:

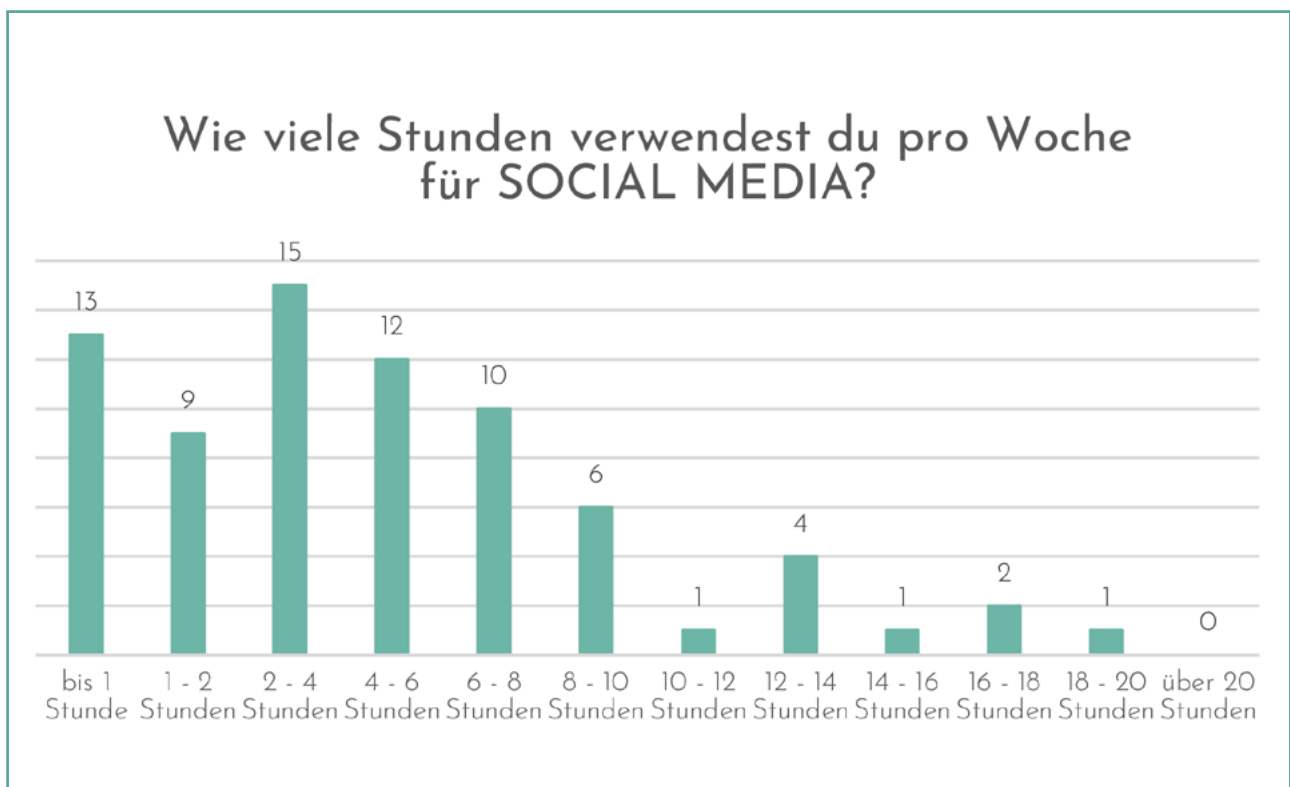
Von denjenigen, die „bis 1 Stunde“ ihre Bücher formatieren, lagern 15 diese Tätigkeit beim eBook nicht an einen Dienstleister aus.

Allerdings arbeiten 12 Teilnehmende auch nicht für den Taschenbuchsatz mit einem Dienstleister zusammen - was die Vermutung nahelegt, dass diese Taschenbücher keinen „ordentlichen“ Buchsatz erfahren (selbst mit einem Satzprogramm braucht man in der Regel mehr als 1 Stunde, um ein Taschenbuch von ca. 350 Seiten zu setzen).



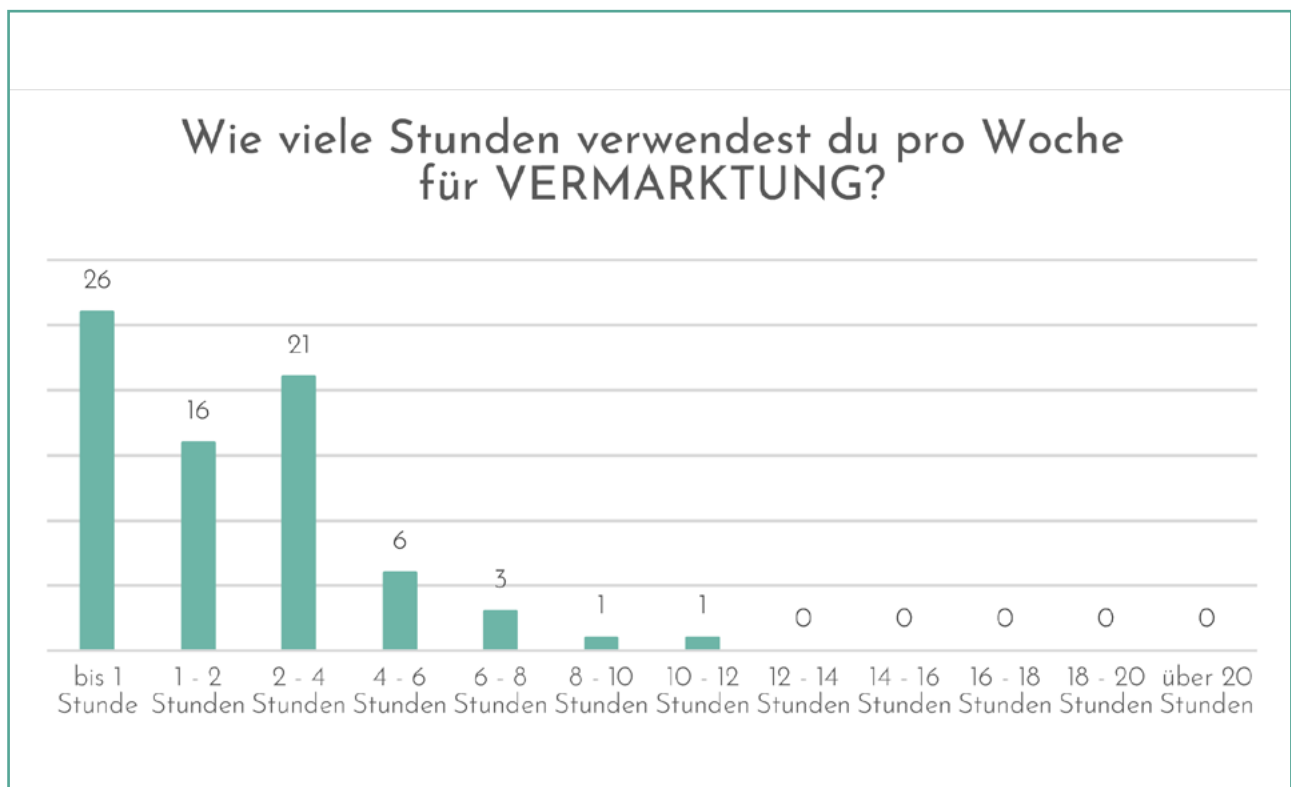
## Wie viele Stunden verwendest du pro Woche für SOCIAL MEDIA?

20 % der Profis verbringen pro Woche 2 - 4 Stunden auf Social Media. Die zweithäufigste Antwort lautete „unter 1 Stunde“. Damit sind hier die Ergebnisse zur allgemeinen Auswertung genau umgekehrt.



## Wie viele Stunden verwendest du pro Woche für VERMARKTUNG?

Unter Vermarktung waren die Beispiele „Werbung buchen“ oder „eigenen Newsletter schreiben“ genannt. Die meisten Antworten der Autor\*innen mit hohen Monatsumsätzen verwenden auf dieses Thema weniger als 1 Stunde pro Woche.

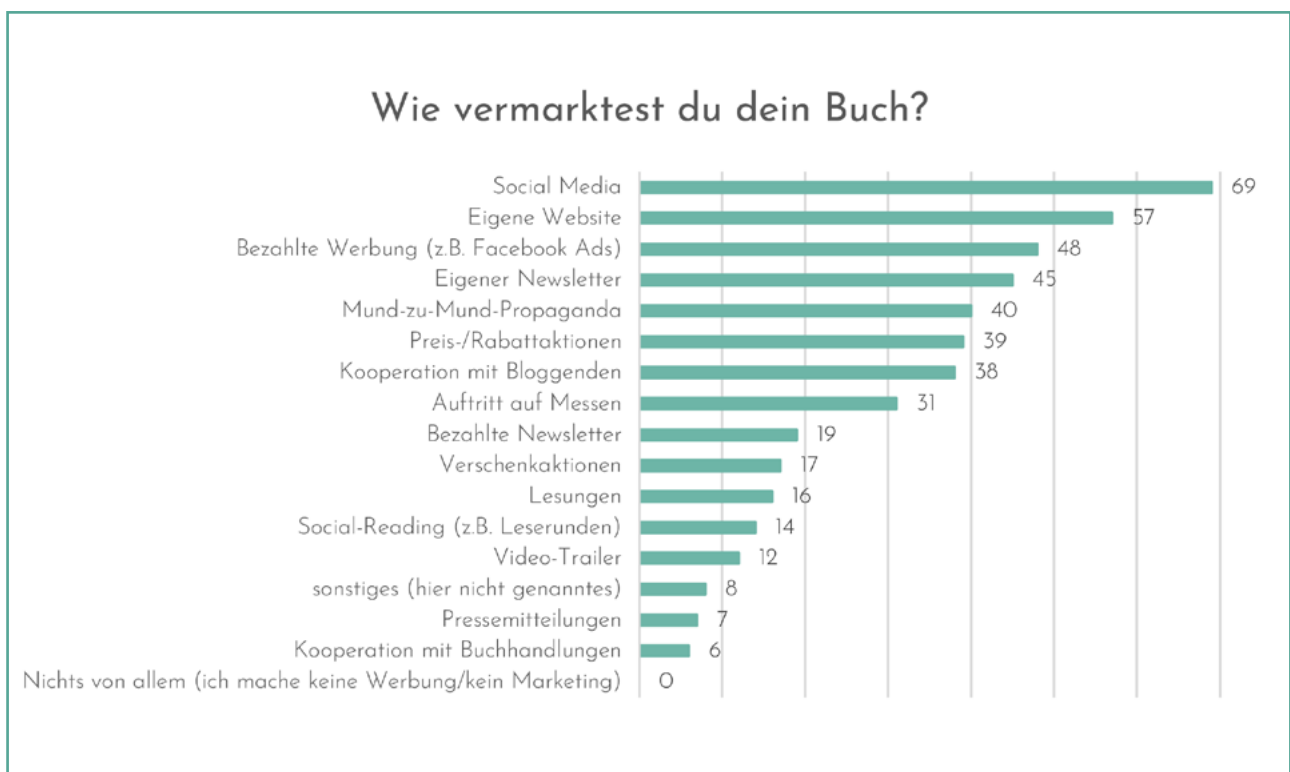


# Marketing

## Wie vermarktest du dein Buch?

Beliebtestes Marketing-Instrument bei den Profis ist Social Media. Zudem haben 77 % der Teilnehmenden eine eigene Website. Damit decken sich diese Antworten in ihrer Reihenfolge in etwa denen der allgemeinen Umfrage.

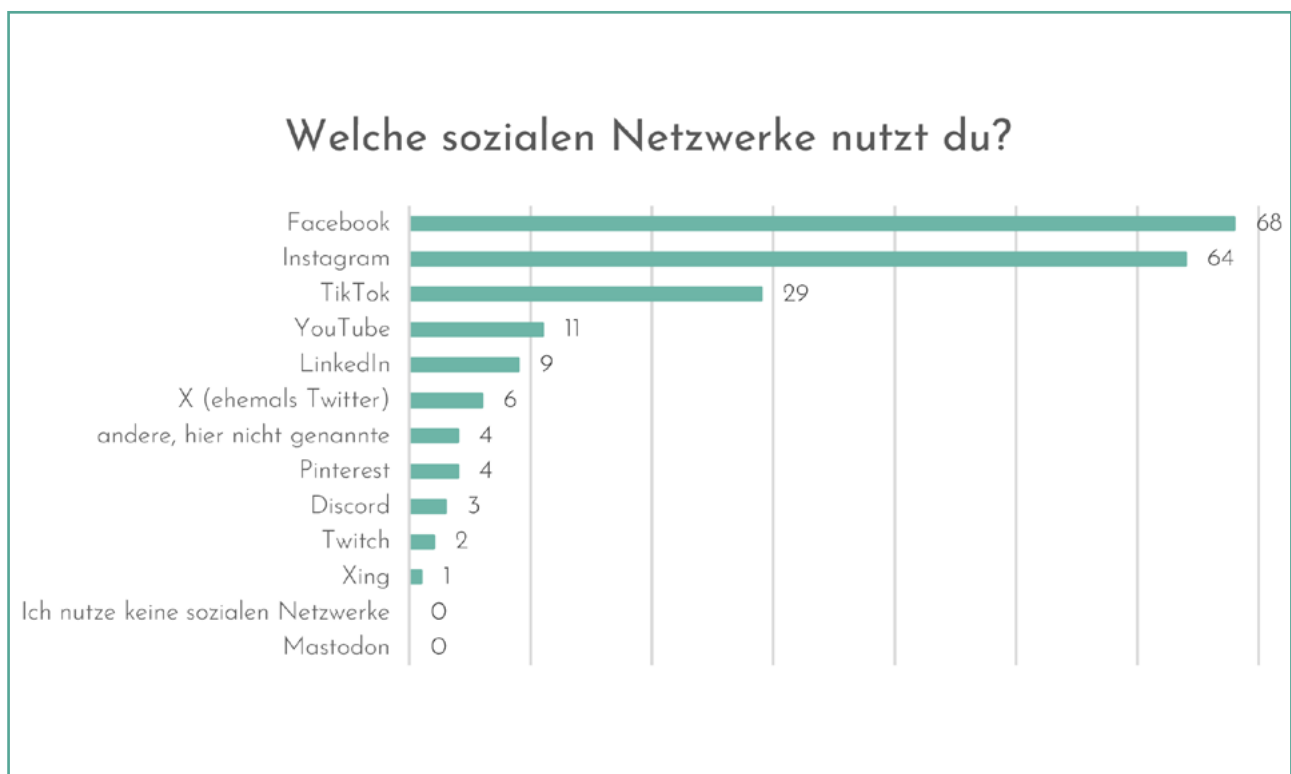
Wohl wichtigster Wert ist jedoch die Anzahl derer, die die Antwort „Nichts von allem“ angegeben haben: Die lag bei Null. Erfolg (scheint) vorauszusetzen, dass Marketing-Maßnahmen unternommen werden.



## Welche sozialen Netzwerke nutzt du?

Nummer 1 der Sozialen Netzwerke ist Facebook, dicht gefolgt von Instagram. Da beide Dienste jedoch zum Meta-Konzern gehören und ein Facebook-Account für einen Business-Instagram-Account nötig ist, kann das die Beliebtheit von Facebook verzerren.

Platz drei belegt TikTok.

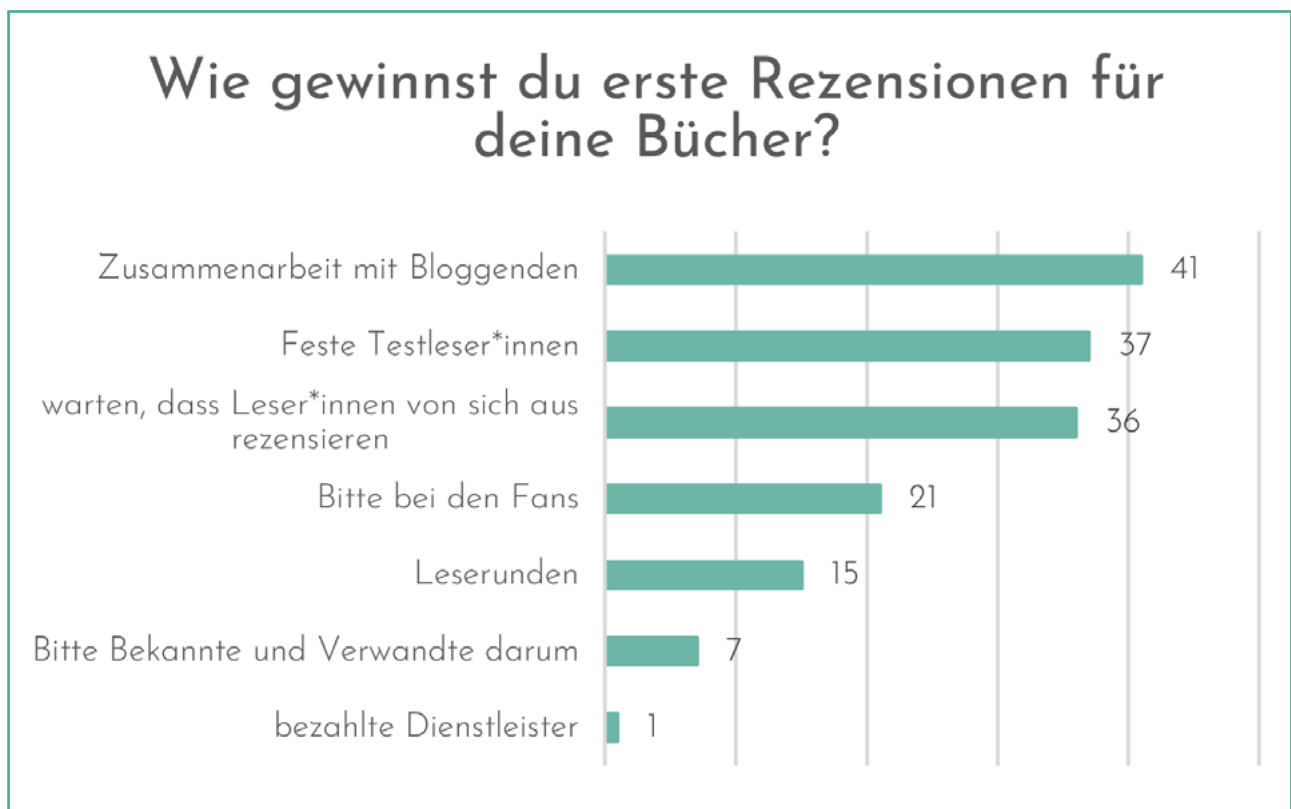




## Wie gewinnst du erste Rezensionen für deine Bücher?

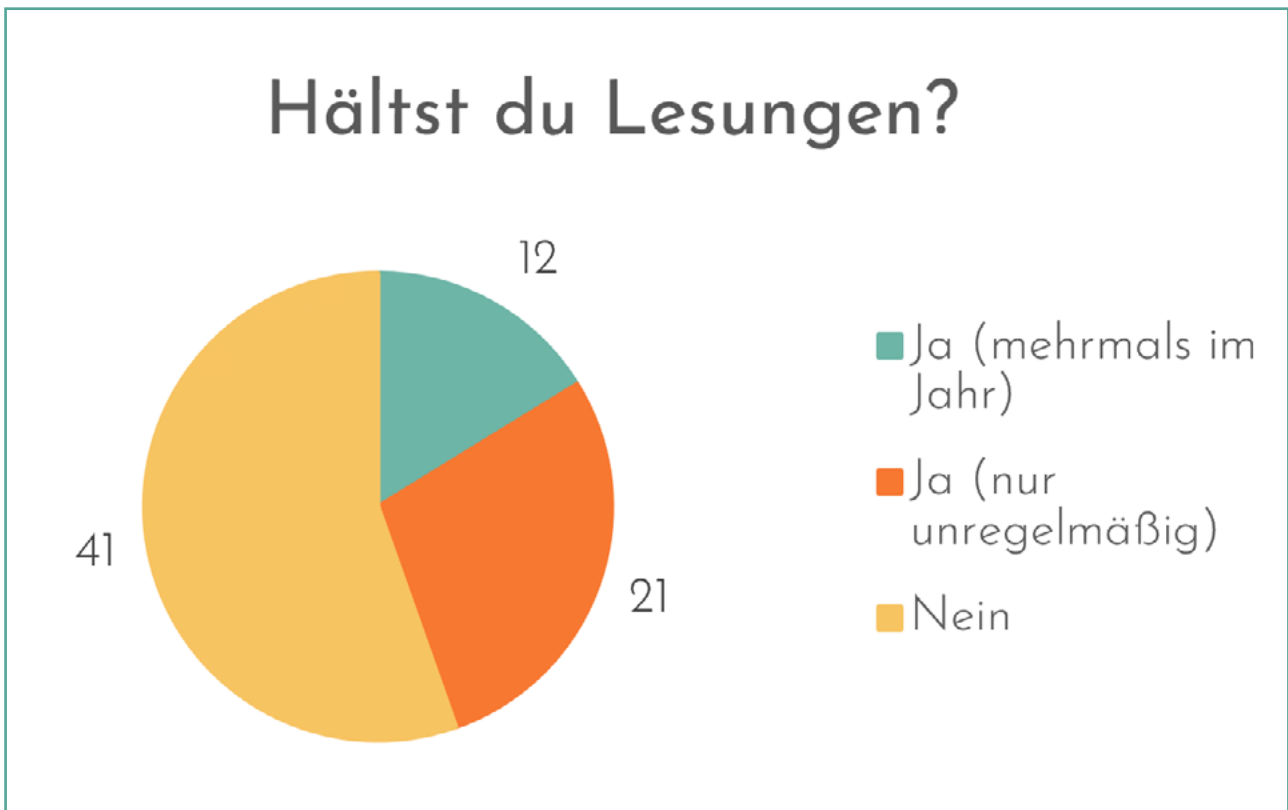
Um an die ersten Rezensionen zu kommen, arbeiten 55 % der Profis mit Bloggenden zusammen. Fast genauso beliebt ist die Zusammenarbeit mit festen Testleser\*innen.

Da diese Frage Mehrfachantworten erlaubte, ist nicht ersichtlich, ob diejenigen, die auf Rezensionen ihrer Leserschaft warten, auch noch andere Aktivitäten unternehmen, um an die ersten Rezensionen zu kommen.



## Hältst du Lesungen?

Nur etwas weniger als die Hälfte der Profis hält Lesungen. Der Großteil (55 %) hat diese Frage mit „Nein“ beantwortet.



# Dienstleister und Netzwerke

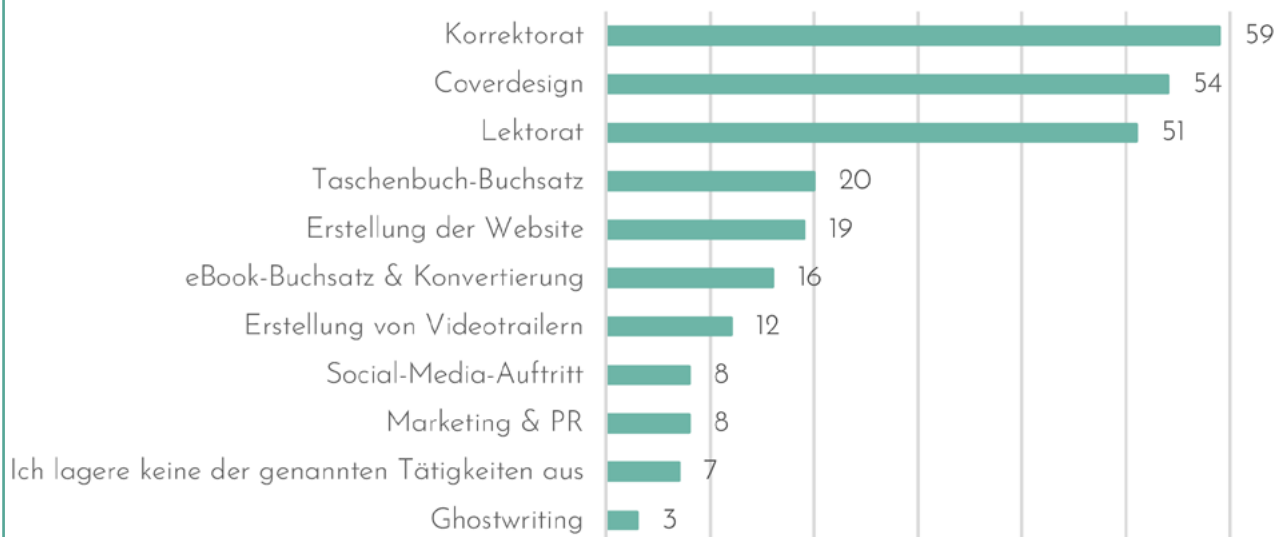
## Auslagerung von Tätigkeiten

Die drei am häufigsten an Dienstleister ausgelagerten Tätigkeiten sind Korrekto-  
rat (79,7 %), Coverdesign (72,9 %) und Lektorat (68,9 %).

Interessant: 7 der insgesamt 74 Autor\*innen in dieser Auswertung lagern keinerlei  
Tätigkeiten an Dienstleister aus. Was hier natürlich niemanden ermutigen sollte,  
Lektorat und/oder Coverdesign komplett in die eigene Hand zu nehmen.

Wer sich erinnert: Fünf Teilnehmende der Gesamtumfrage gaben an, Ghostwriter  
zu beschäftigen. Drei dieser Teilnehmenden gehören offenbar zu den „gutverdie-  
nenden“ Autorinnen und Autoren.

### Welche dieser Arbeiten lässt du von Dritten ausführen?

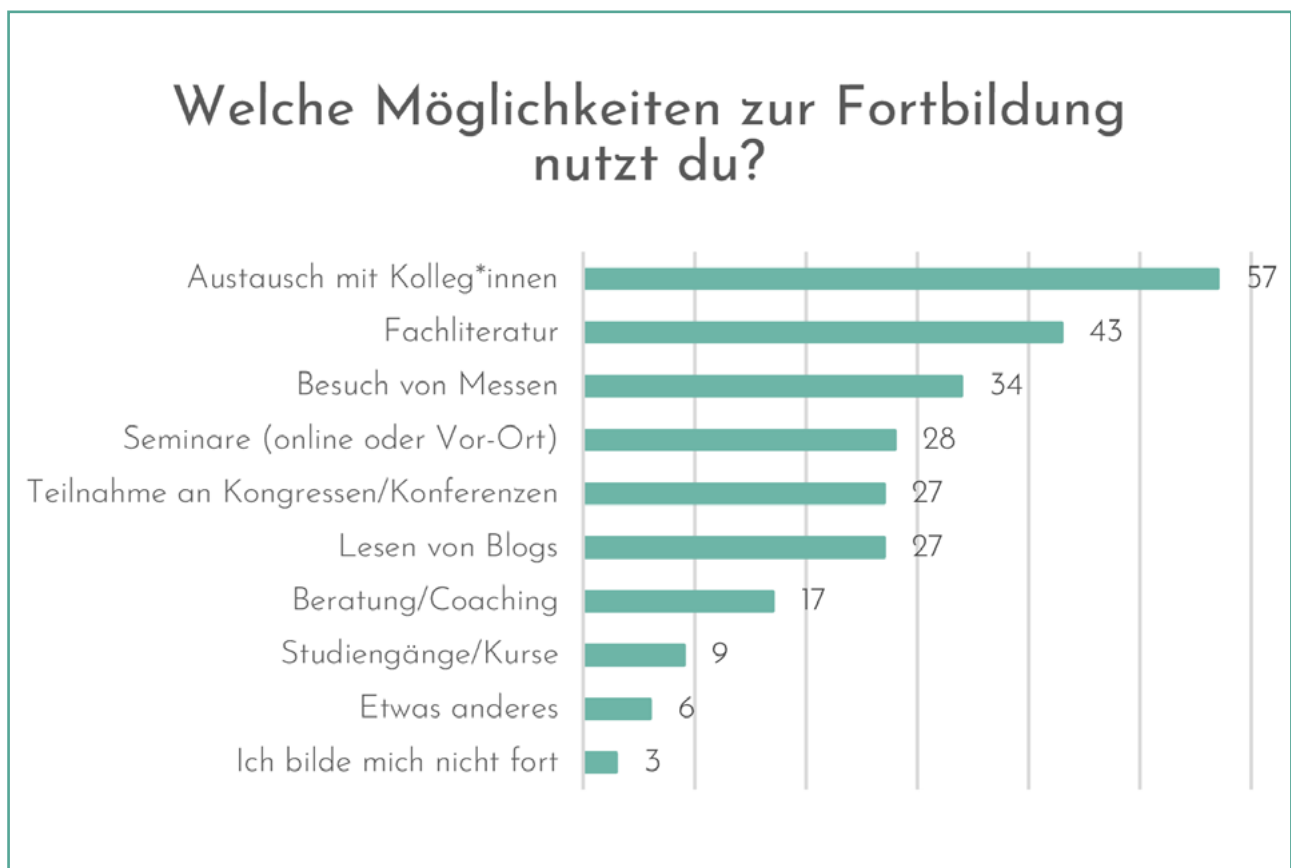


## Welche Möglichkeiten zur Fortbildung nutzt du?

Der Austausch mit Kolleg\*innen liegt bei den Fortbildungen mit 77 % auf Platz 1. Fachliteratur und der Besuch von Messen folgen danach.

Damit ähneln die Antworten der Profis denen der allgemeinen Auswertung - lediglich das Lesen von Blogs war bei der großen Auswertung beliebter als der Besuch von Messen.

Drei der Profis bilden sich nicht fort.

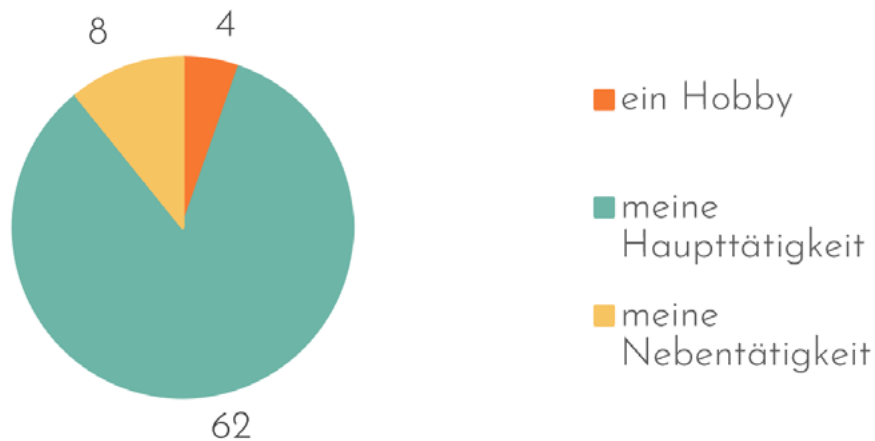


# Demografische Daten

## Meine Autor:innen-tätigkeit ist...

Recht eindeutig wurde die Frage beantwortet, welche Tätigkeitsform das Schreiben für die Profis einnimmt: 83,7 % gaben an, dass es die Haupttätigkeit ist. Acht betreiben es als Nebentätigkeit und sogar vier „nur“ als Hobby. Allerdings ein sehr einträgliches Hobby.

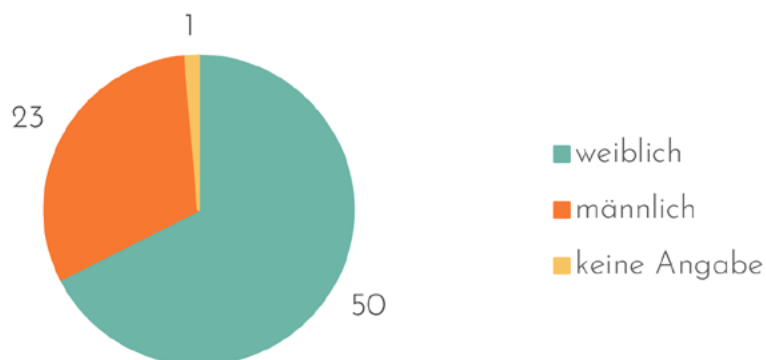
### Meine Autor\*innen-Tätigkeit ist...



## Welchem Geschlecht fühlst du dich zugehörig?

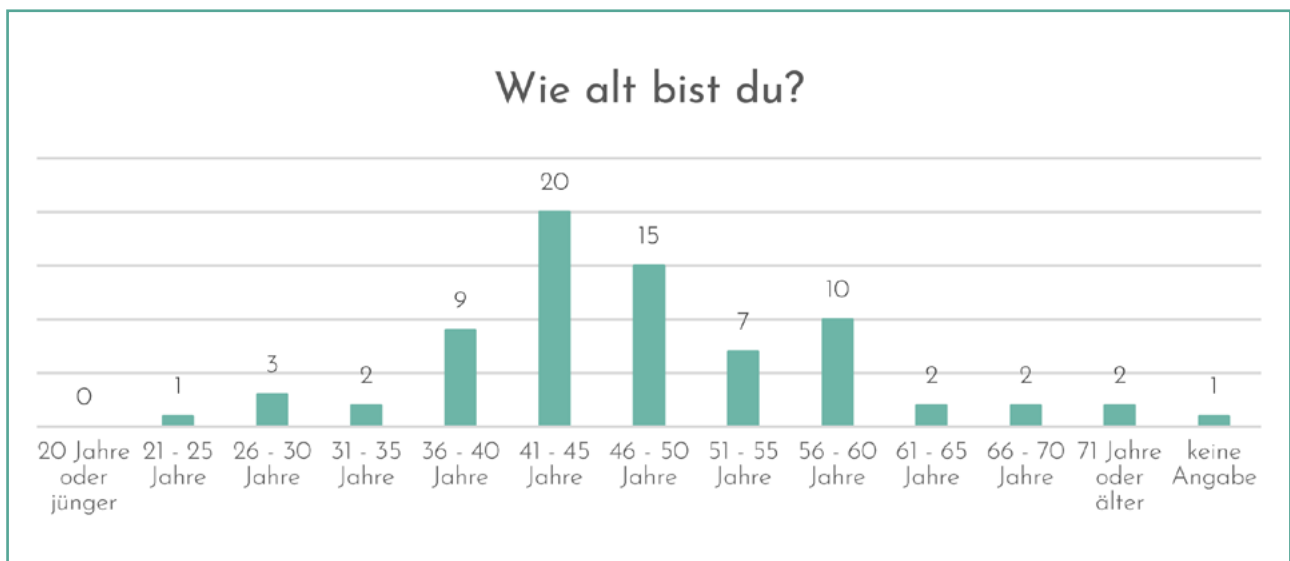
Erfolgreiches Selfpublishing ist vornehmlich weiblich - so könnte diese Grafik gewertet werden. 67,5 % der Schreibenden mit einem monatlichen Durchschnittseinkommen von 2.000 € oder mehr sind Frauen.

### Welchem Geschlecht fühlst du dich zugehörig?



## Wie alt bist du?

Die Altersverteilung verschiebt sich bei dieser Gruppe Autor\*innen deutlich nach hinten. Die meisten Profis sind 41 - 45 Jahre alt (27 %). Die Jahrgänge davor sind mit insgesamt 20 % deutlich geringer vertreten als die Jahrgänge älter als 45 Jahre (52 %).



# Fazit

## Was lernen wir nun daraus?

Nun, platt könnte man die Daten mit folgender „Formel für Erfolg“ interpretieren:

- Schreibe regelmäßig & viel (eine große Backlist hilft)
- Habe Geduld (Erfolg braucht in der Regel einige Jahre)
- Wähle ein beliebtes Genre (Liebesroman, Fantasy, Krimi/Thriller)
- Investiere in deine Bücher (Lektorat und Coverdesign)
- eBooks sind ein beliebtes Format (hier werden tendenziell die höchsten Umsätze generiert)
- „verramsche“ deine eBooks nicht (die meisten Profis verlangen regulär zwischen 2,99 € - 4,99 €)
- Auch mit „Print on Demand“-Titeln ist Erfolg möglich
- Sei auf Social-Media aktiv (da, wo sich auch deine Zielgruppe tummelt)
- Eine eigene Website und ein eigener Newsletter sind ratsam (Unabhängigkeit von Social Media)
- Bilde dich regelmäßig fort (Austausch mit Schreibenden, Besuch von Messen, Fachliteratur)

Aber wie wir in der Einleitung schon gelernt haben: Nur, weil man Aktion A ausführt, muss nicht automatisch Ergebnis B herauskommen (Unterschied zwischen Korrelation und Kausalität).

Denn: Leider ist nicht garantiert, dass selbst wenn man vermeintlich alles „richtig“ macht, sich auch der finanzielle Erfolg einstellt. Denn wie immer im Leben gehört eine kleine Portion Glück und gutes Timing dazu.

So gaben knapp 24 % der Autor\*innen mit einem Umsatz unter 100 € pro Monat an, dass sie 2.000 € oder mehr pro Veröffentlichung ausgeben oder bereits mehr als 10 Titel veröffentlicht haben (10 %). Auch 20 % der Schreibenden mit einem Umsatz unter 100 € sind seit 7 Jahren oder länger im Selbstverlag - eine Angabe, die bei den „Gutverdiener\*innen“ noch ein Erfolgsfaktor zu sein schien.