



Selfpublisher- Umfrage

2026

ERGEBNISSE TEIL 1

Zahlen, Fakten und Statistiken zum Selfpublishing
im deutschsprachigen Raum

Inhalt

01 Die Umfrage

02 Allgemeines

03 Werke der Teilnehmenden

04 Finanzen

05 Veröffentlichungen

06 Schreiben

07 Zeitmanagement

08 Marketing

09 Buchmessen

10 Künstliche Intelligenz

11 Dienstleister & Netzwerken

12 Demografische Daten

13 Fazit & Ausblick

Die Umfrage

Schon zum dritten Mal hat der Selfpublisher-Verband e.V. eine große Umfrage unter verlagsunabhängigen Autorinnen und Autoren durchgeführt. Die Ergebnisse dieser Umfrage werden, wie in den beiden Vorjahren, in zwei Blogbeiträgen veröffentlicht. Ein Artikel fasst die Ergebnisse aller Teilnehmenden zusammen, ein weiterer „Best-Practice“-Artikel stellt Selfpublisher vor, die besonders hohe monatliche Umsätze generieren.

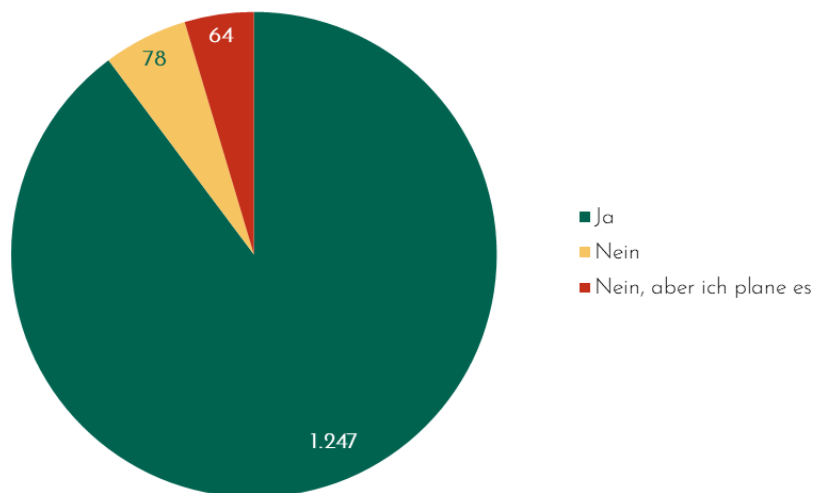
Die Umfrage

Die Grundstruktur und der Großteil der aktuellen Umfrage orientierten sich an den vorigen Befragungen aus 2024 und 2025. Dieses Jahr kamen neue Fragen zu Übersetzungen, Newslettern und der allgemeinen Werbetätigkeiten und dem damit verbundenen Erfolg der Autor*innen hinzu.

Insgesamt haben **1.389 Personen** teilgenommen, davon waren **1.247 Personen** bereits im Selfpublishing tätig. Das sind 334 Selfpublisher weniger als noch 2025, aber ähnlich viele wie 2024.

Nachfolgend erscheinen somit nur die Antworten der Teilnehmenden, die diese Frage mit „Ja“ beantwortet haben.

Nutzt du aktuell Selfpublishing?



Allgemeines

Seit wann nutzt du Selfpublishing?

Dieses Jahr hat sich die Frage nach der Dauer des Selfpublishings geändert.

Die meisten Selfpublisher sind in den letzten Jahren ins verlagsunabhängige Veröffentlichen eingestiegen: Über die Hälfte hat zwischen 2015 und 2023 begonnen und ist damit weder ganz neu noch „Urgestein“, sondern eine erfahrene Mitte.

Rund ein Drittel der Befragten hat erst 2024/2025 gestartet - Selfpublishing bleibt also attraktiv und zieht kontinuierlich neue Autorinnen und Autoren an.

Etwa 14 % sind schon seit 2015 oder länger dabei und gehören damit zu denjenigen, die den Markt von den frühen eBook- und Print-on-Demand-Zeiten bis heute miterlebt und mitgeprägt haben.

Seit wann nutzt du Selfpublishing?



Warum hast du dich für Selfpublishing entschieden?

Die meisten Autor*innen entscheiden sich wegen der kreativen Kontrolle für das Selfpublishing: Ganze 69 %. Somit landet dieser Grund auch wie im Vorjahr auf Platz eins.

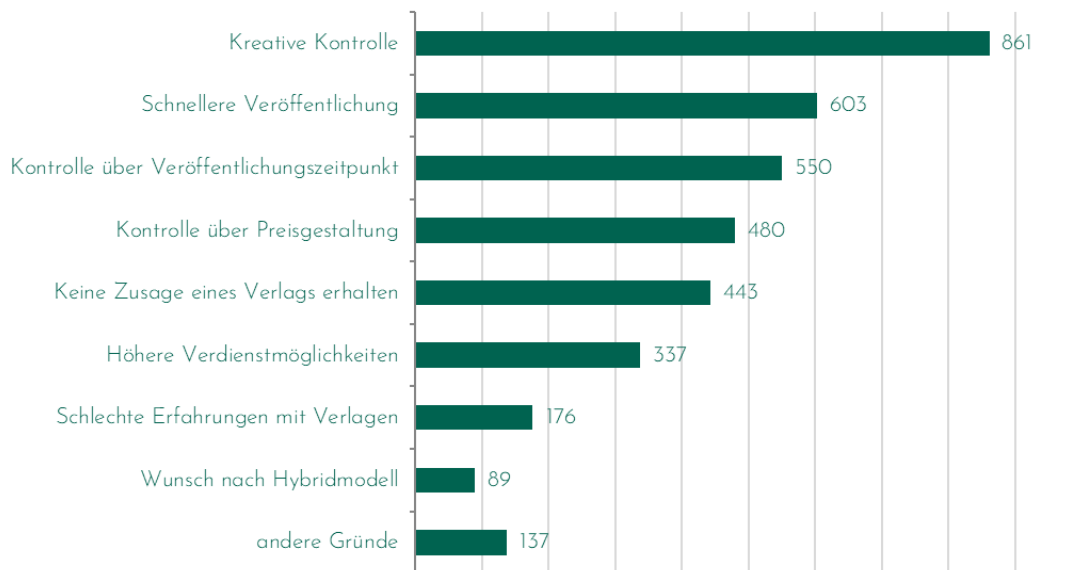
Ebenso wichtig sind die Schnelligkeit (48 %) und die Flexibilität (44 %) im Hinblick auf den Veröffentlichungsprozess. Viele Teilnehmende möchten nicht jahrelang auf Programmplätze oder Entscheidungen von Verlagen warten.

Auch die unternehmerische Seite spielt eine große Rolle: 38 % möchten den Preis selbst festlegen, 27 % sehen höhere Verdienstmöglichkeiten im Selfpublishing.

Anders als im Vorjahr landet die Antwort „Keinen Verlag gefunden“ nur auf dem fünften Platz (2025: Platz 2). Dies zeigt deutlich, dass das Selfpublishing mehr und mehr anerkannt wird und nicht mehr „der letzte Ausweg“ ist, wie das leider häufig noch vom Feuilleton belächelt wird.

Da die Frage Mehrfachauswahlen zuließ, können auch mehrere Faktoren für die Wahl des Selbstverlags bei den Teilnehmenden entscheidend gewesen sein.

Warum hast du dich für Selfpublishing entschieden?

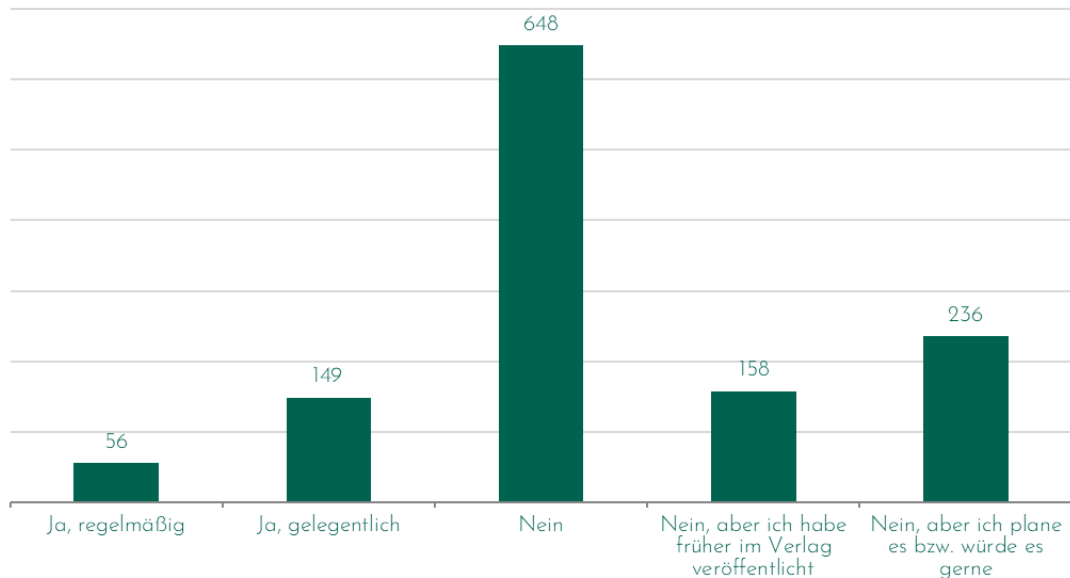


Veröffentlichst du zusätzlich im Verlag?

Die meisten Teilnehmenden (52 %) veröffentlichen nicht zusätzlich in einem Verlag. Diejenigen, die sowohl im Selfpublishing als auch im Verlag veröffentlichen, sind prozentual im Vergleich zu den Vorjahren wieder weniger geworden: 2024 waren es noch 20 %, 2025 dann 18 % und jetzt in 2026 sind es nur noch 16 %. Hier zeichnet sich ein langsamer Abwärtstrend ab.

Der Wunsch nach einem Hybrid-Modell haben knapp 19 % der Autorinnen und Autoren.

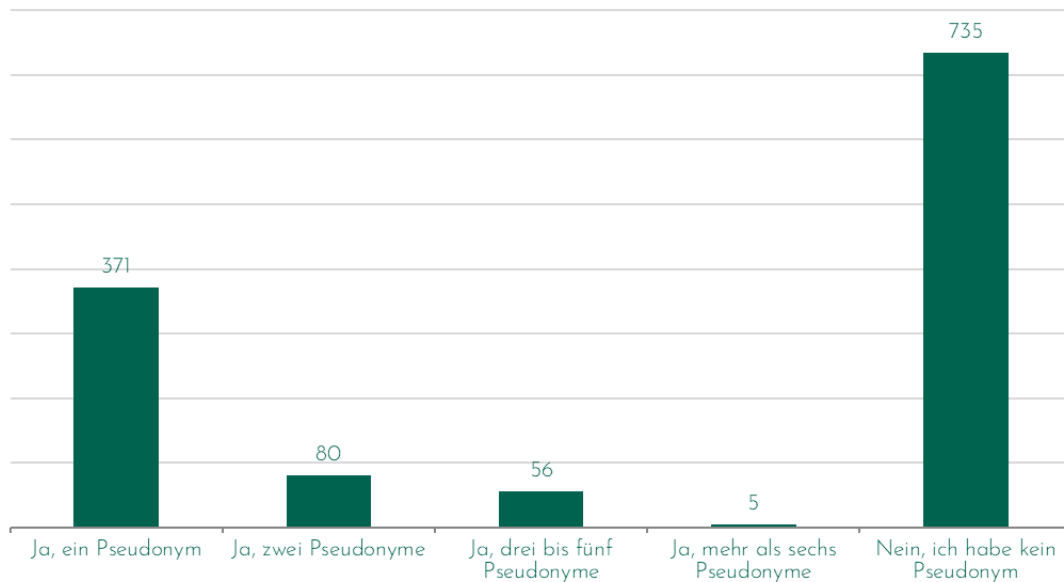
Veröffentlichst du zusätzlich über einen Verlag?



Hast du ein Pseudonym?

Die Mehrheit der Befragten (knapp 59 %) veröffentlicht ihre Bücher ohne Pseudonym (2025: 61 %). Von denjenigen, die nicht ihren Klarnamen verwenden, benutzen die meisten ein Pseudonym, insgesamt 5 Autor*innen sogar mehr als sechs.

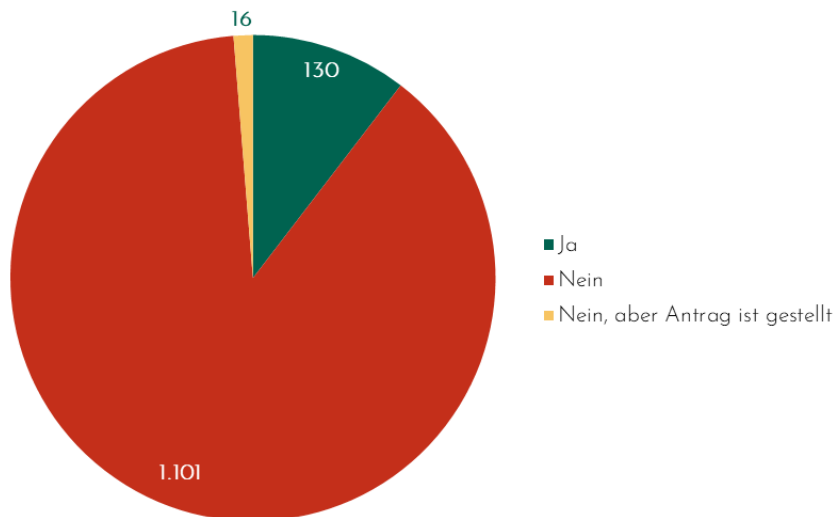
Hast du ein Pseudonym und wenn ja, wie viele?



Beziehst du Zuwendungen der Künstlersozialkasse (KSK)?

Als neue Frage kam 2026 die nach den Bezügen von der KSK (Künstlersozialkasse) hinzu. Die KSK übernimmt u.a. für Kunstschaffende den Arbeitgeberanteil für die Krankenkasse. Da das jedoch an bestimmte Voraussetzungen geknüpft ist (z.B. Einnahmeregrenzen bei nicht-künstlerischer Arbeit), fällt die Zahl der Teilnehmenden, die Bezüge erhalten, mit 10 % sehr gering aus. Ein deutlicher Hinweis darauf, dass die meisten Selfpublisher nicht ihren Haupterwerb mit den Büchern erzielen.

Beziehst du Zuwendungen der Künstlersozialkasse (KSK)?



Werke der Teilnehmenden

Wie viele Titel hast du bereits veröffentlicht?

Wie auch in den beiden Vorjahren hat sich die Anzahl der veröffentlichten Titel nur geringfügig verändert.

Die Hälfte der Teilnehmenden steht noch relativ am Anfang der Selfpublishing-Laufbahn und haben bisher nur 1 bis 3 Titel veröffentlicht.

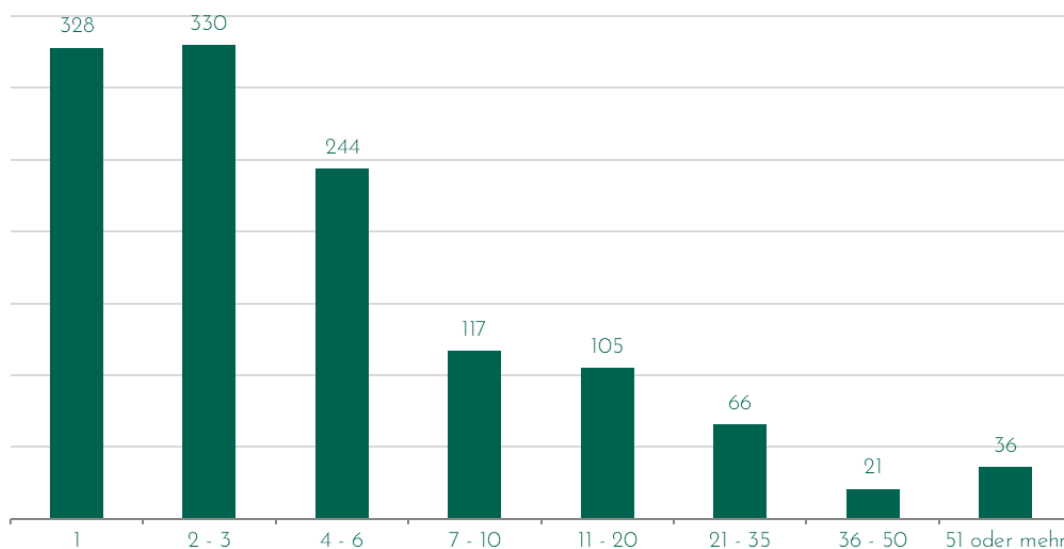
Etwa 20 % haben bereits 4 bis 6 Bücher veröffentlicht und gehören damit zu den Autor*innen, die das Selfpublishing schon deutlich intensiver nutzen.

Weitere rund 18 % haben 7 bis 35 Titel veröffentlicht. Das ist eine Gruppe, die sehr aktiv publiziert und oft schon ein breites Portfolio aufgebaut hat.

Besonders auffällig ist eine kleine, aber sehr produktive Spitze: etwa 4-5 % haben 36 oder mehr Titel, darunter 2,9 % mit 51 oder mehr Veröffentlichungen, also echte Vielschreiber*innen und Serienprofis.

Die Selfpublishing-Szene besteht somit überwiegend aus Autor*innen mit wenigen bis mittleren Titelzahlen, ergänzt durch eine kleine, sehr produktive Gruppe, die umfangreiche Backlists aufgebaut hat.

Wie viele Titel hast du bisher im Selfpublishing veröffentlicht?



In welchem Genre veröffentlichst du am häufigsten?

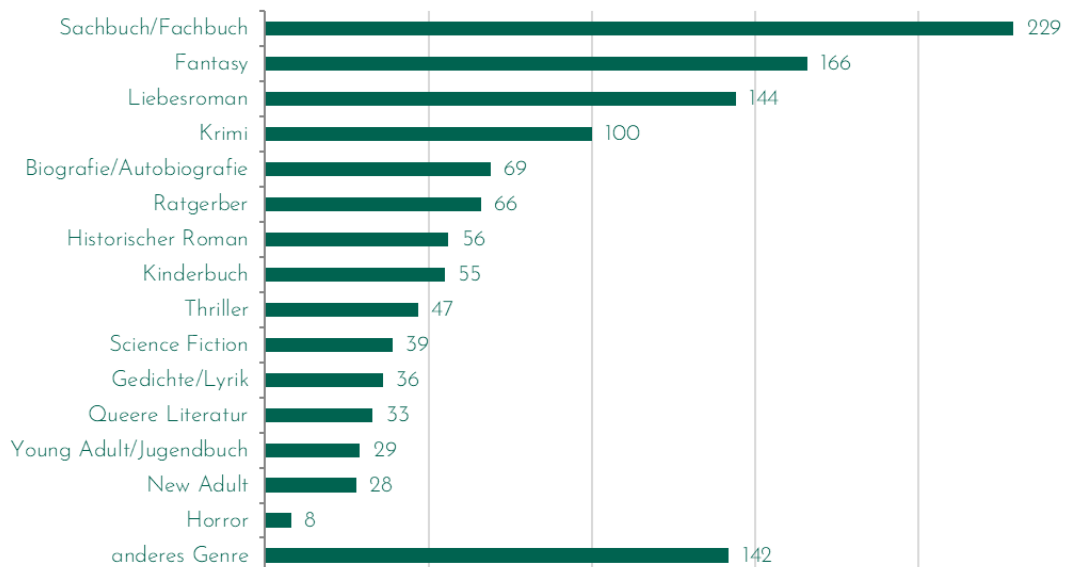
Für die Umfrage 2026 entfiel das Genre „Belletristik (allgemein)“, um die Teilnehmenden zu einer konkreteren Aussage zu ihrem jeweiligen Hauptgenre zu bewegen.

So ergibt sich die neue Top 3 wie folgt: Sach-/Fachbuch (18 %), Fantasy (13 %) und Liebesroman (11 %). Ein ähnliches Ergebnis wie im Vorjahr.

Ebenfalls stark vertreten sind Krimis (8 %) sowie Biografien/Autobiografien (5,5 %) und Ratgeber (5,3 %). Klassische Belletristik- und Nischen-Genres wie Historischer Roman, Kinderbuch, Thriller, Science Fiction, Lyrik, queere Literatur, Young Adult und New Adult liegen jeweils im unteren einstelligen Prozentbereich, sind aber zusammengenommen ein bedeutender Teil der Veröffentlichungen.

Die Antwort „anderes Genre“ (11 %) wurde 2026 doppelt so oft gewählt wie noch 2025 (5 %). Wieder stellt sich hier die Frage, welches Hauptgenre vermisst wurde.

In welchem Genre veröffentlichst du am häufigsten?



Exkurs zum Thema „Welches Genre ist mein Buch?“

Diese Frage können (oder wollen) vor allem Autorinnen und Autoren am Anfang ihrer Schreibkarriere nicht beantworten. Oft hört man „Es passt in kein Genre“ oder „Es ist ein Genre-Mix“. Das mag zwar im ersten Moment besonders kreativ klingen, ist aber eigentlich ein Zeichen dafür, dass die betreffende Person die Buchbranche nicht versteht.

Ein Buch hat immer ein Hauptgenre, selbst wenn es ein Genre-Mix ist. Das Hauptgenre bestimmt dann das Marketing und über welche Kanäle die Leserschaft gefunden wird. Beim Genre-Mix muss die Autorin oder der Autor dann abwägen, welche Fanbase mit „fremden Inhalten“ besser klarkommt. Ist es ein Liebesroman mit Sci-Fi-Elementen oder ein Sci-Fi-Roman mit ein bisschen Herzklopfen?

Unter diesen Gesichtspunkten schmerzt mich, die ich hier die Auswertung mache, der Anstieg der „anderes Genre“-Antworten doch sehr, weil es die Gefahr birgt, dass die Teilnehmenden hier Probleme haben werden, ihre Leserschaft zu erreichen und damit ihr komplettes Marketing falsch zu positionieren.

In welchem Genre veröffentlichst du zusätzlich?

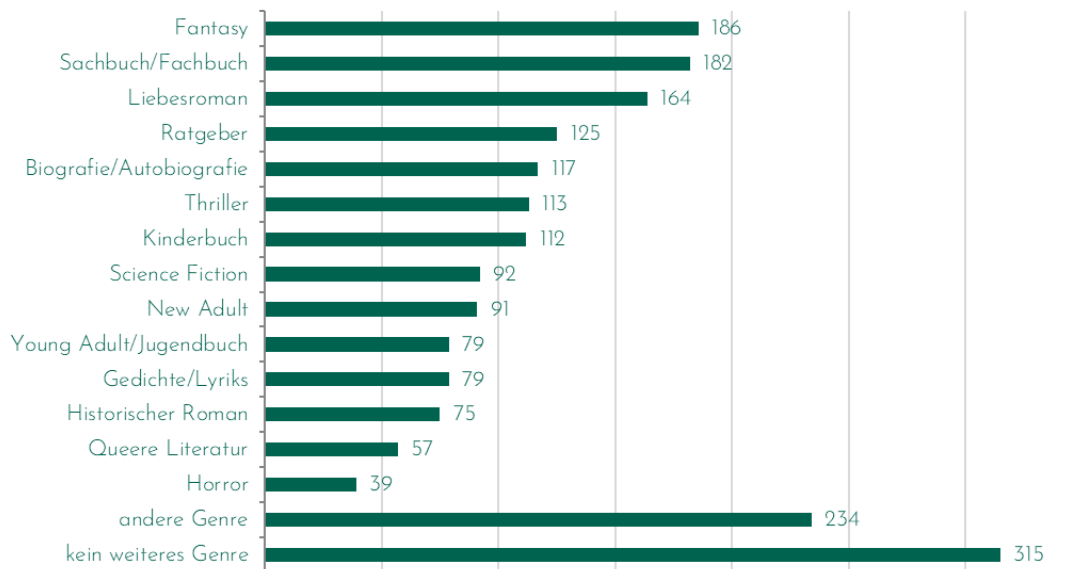
War bei der Frage nach dem Hauptgenre nur eine Antwort möglich, konnten bei den zusätzlichen Genres mehrere angegeben werden. Dadurch zeigt sich, wie stark sich die Teilnehmenden genreübergreifend aufstellen: 75 % sind Crossover- oder Mehr-Genre-Autor*innen.

Besonders häufig werden als zusätzliche Genres Fantasy (knapp 15 %), Sach- und Fachbuch (14 %) und Liebesroman (13 %) genannt, was im Grunde die Top 3 aus der Haupt-Genre-Frage widerspiegelt.

Auch Ratgeber (10 %) und Biografien/Autobiografien (9 %) werden relativ häufig zusätzlich bespielt und ergänzen damit das Profil vieler Autor*innen um stärker sach- oder lebensnahe Inhalte.

Genres wie Thriller, Kinderbuch, Science Fiction, New Adult, Young Adult/Jugendbuch, Lyrik und Historischer Roman liegen jeweils im mittleren einstelligen Prozentbereich, was auf eine breite, aber eher fein verzweigte Neben-Genre-Landschaft schließen lässt.

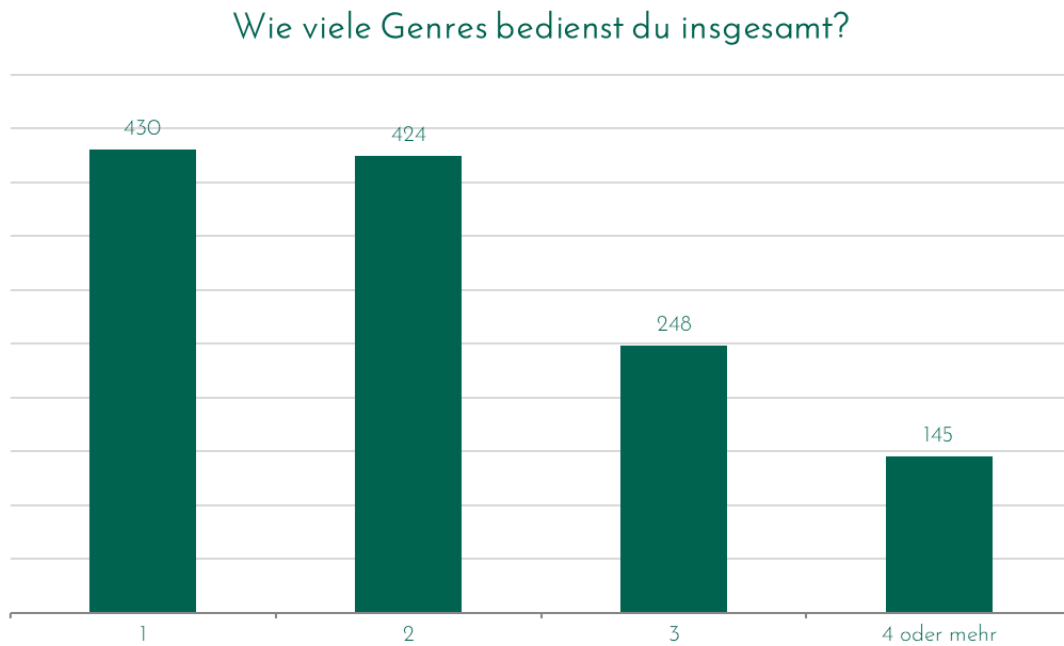
In welchen weiteren Genres veröffentlichst du?



Wie viele Genres bedienst du insgesamt?

Eine neue Frage 2026 zeigt, dass gut zwei Drittel der Selfpublisher in maximal zwei Genres und damit es als klar positionierte Genre-Autor*innen oder mit einem ergänzenden Zweitgenre veröffentlichen.

Knapp 20 % bedienen drei Genres und bewegen sich damit bereits deutlich breiter, und 11 % der Teilnehmenden veröffentlichen in vier oder mehr Genres und gehören damit zu den besonders vielseitig aufgestellten Autor*innen, die stark genreübergreifend arbeiten.



Hast du im letzten Jahr überwiegend Einzeltitel oder Reihen/Serien veröffentlicht?

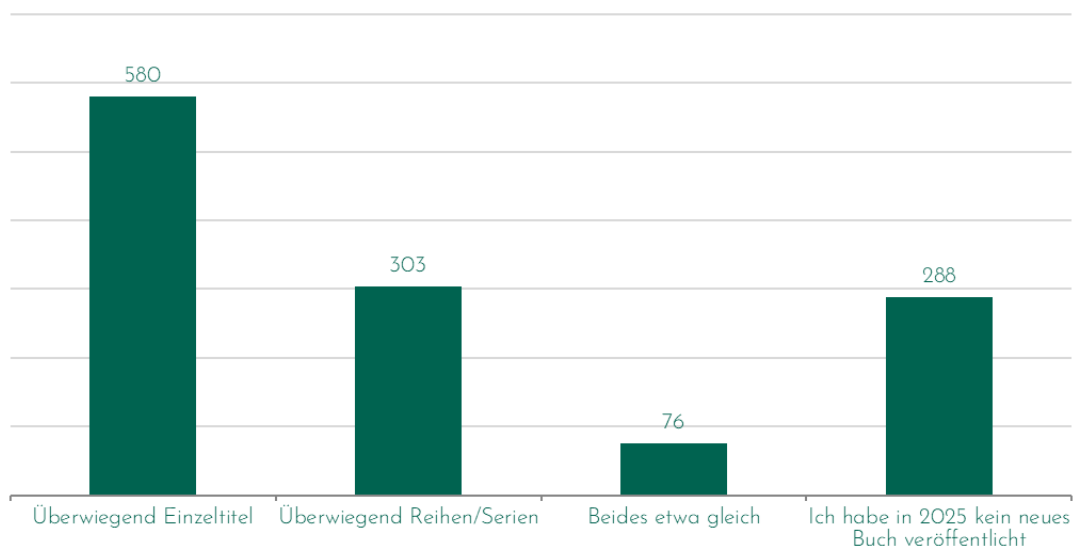
Die Ergebnisse zeigen, dass Einzeltitel weiterhin eine wichtige Rolle spielen: 46,5 % der Teilnehmenden haben im letzten Jahr überwiegend Einzeltitel veröffentlicht.

Reihen und Serien landen auf dem zweiten Platz (24 %), was auf eine breite Nutzung von fortlaufenden Geschichten oder verbundenen Buchprojekten hinweist.

6,1 % der Teilnehmenden halten beides in etwa die Waage und veröffentlichen sowohl Einzeltitel als auch Reihen in ähnlichem Umfang. Gleichzeitig hat eine beachtliche Gruppe von 23 % im Jahr 2025 kein neues Buch veröffentlicht.

Insgesamt entsteht ein Bild, in dem Einzeltitel leicht dominieren, Reihen und Serien aber einen stabilen, großen Anteil haben, während fast ein Viertel der Teilnehmenden im vergangenen Jahr eine Veröffentlichungs-Pause eingelegt hat.

Hast du im letzten Jahr überwiegend Einzeltitel oder Reihen/Serien veröffentlicht?



Finanzen

Wie hoch war dein durchschnittlicher Umsatz 2025 (brutto)?

Auch die Umfrage 2026 liefert hier wieder ernüchternde Ergebnisse.

Selfpublishing ist für die Mehrheit der Teilnehmenden finanziell eher im Nebenverdienst-Bereich geblieben. 61 % liegen bei einem durchschnittlichen Monatsumsatz von unter 50 € brutto, weitere knapp 17 % zwischen 50 und 199 €.

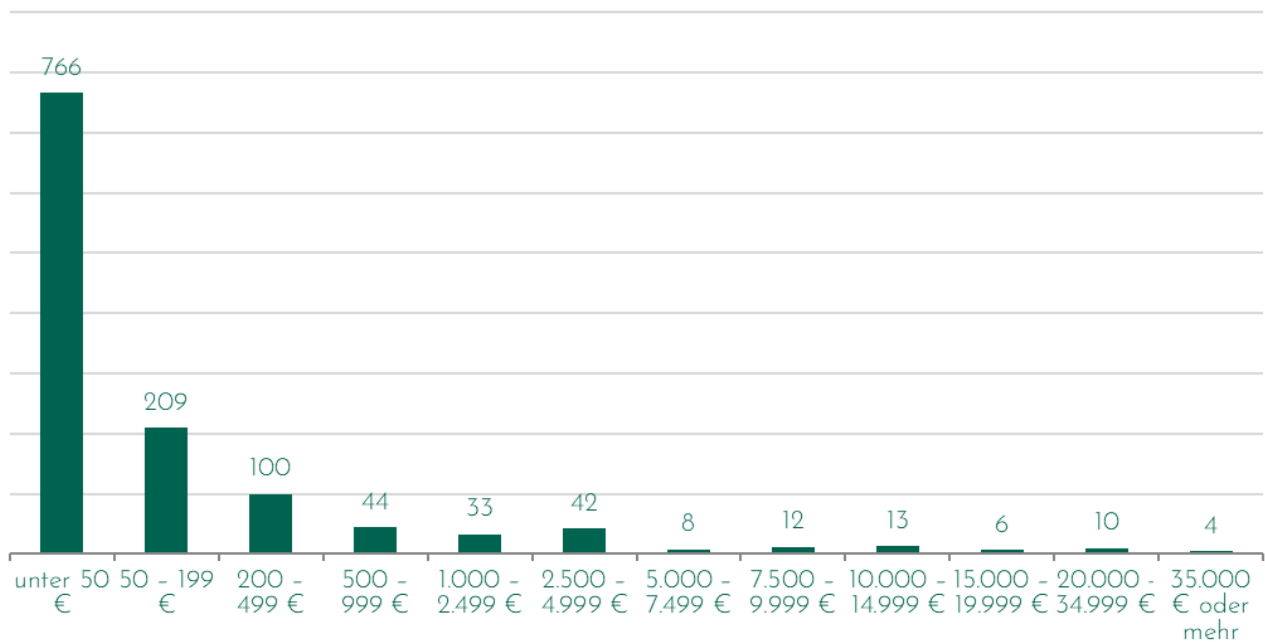
Zusammengenommen erzielen damit knapp 78 % der verlagsunabhängigen Autorinnen und Autoren weniger als 200 € Umsatz pro Monat.

Ein mittleres Segment von 11 % liegt zwischen 200 und 999 € monatlich und bewegt sich damit in einem Bereich, der einen spürbaren Nebenverdienst darstellt, aber in der Regel noch nicht für den alleinigen Lebensunterhalt ausreicht - ganz abgesehen davon, dass es sich hierbei um Umsätze handelt und nicht um Gewinne handelt.

Etwa 7-8 % der Teilnehmenden erreichen vierstellige Monatsumsätze (ab 1.000 €), wobei ein kleiner Teil mit 2.500 € bis über 35.000 € pro Monat in klaren Vollzeit- bzw. unternehmerischen Bereich vordringt.

Besonders bitter: Im Vergleich zum Vorjahr hat sich die finanzielle Situation für viele Selfpublisher eher verschlechtert. Der Anteil derjenigen, die im Schnitt weniger als 50 € Umsatz pro Monat erzielen, ist von 61 % auf 67 % gestiegen - also deutlich mehr Teilnehmende bewegen sich nun im sehr niedrigen Umsatzbereich. Gleichzeitig ist die Gruppe, die von ihren Selfpublishing-Einnahmen potenziell leben kann, merklich geschrumpft. Nur noch knapp 4 % erzielen 2.000 € oder mehr monatlichen Umsatz, während es 2025 noch 7 % waren.

Wie hoch war dein durchschnittlicher monatlicher Umsatz 2025 (brutto)?



Wie viel gibst du pro Buchveröffentlichung aus?

Im Vergleich zum Befragungszeitraum 2025 hat sich am grundsätzlichen Bild wenig geändert: Noch immer geben 56 % der Teilnehmenden unter 500 € pro Buch aus - also in einem Bereich, in dem ein vollumfängliches professionelles Lektorat (und Korrektorat) in der Regel nicht finanzierbar ist.

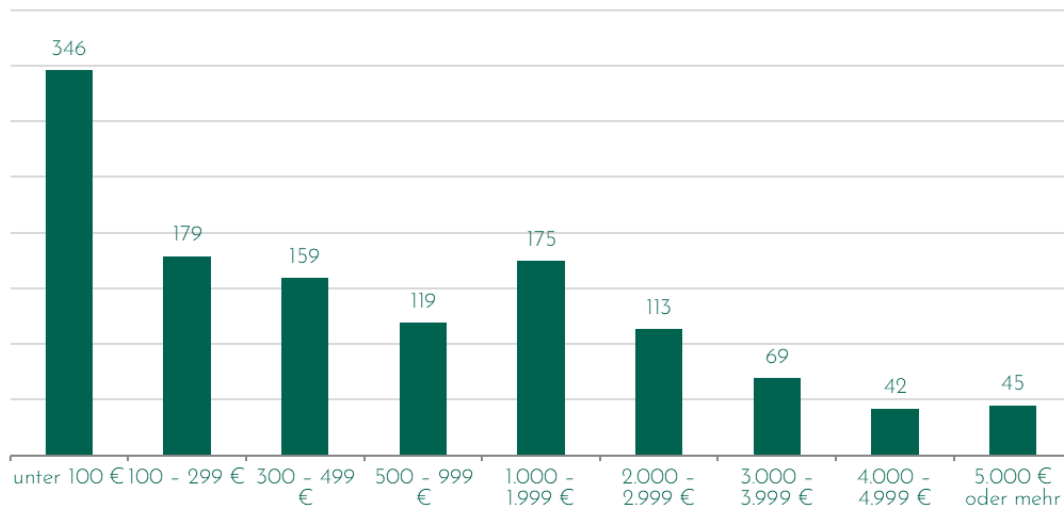
Dennoch ist ein positiver Trend erkennbar: Der Anteil derjenigen, die 1.000 € oder mehr pro Buch investieren ist von 41 % (2024) auf 46 % (2025) gestiegen. In diesem Kostenbereich ist ein Lektorat realistischweise enthalten. Damit wächst die Gruppe derjenigen, die eher professionelle Produktionsstandards anstreben.

Parallel bleibt aber auch die Anzahl Selfpublisher gleich, die sehr niedrig budgetiert veröffentlichen. Die Kluft zwischen „Low Budget“ und „professionell investieren“ bleibt damit weiterhin bestehen.

In der Tendenz lässt sich sagen: Es gibt mehr Selfpublisher, die bereit sind, in Qualität zu investieren, aber immer noch sehr viele, die mit Budgets arbeiten, die kaum ein vollständiges Lektorat zulassen.

Insgesamt bestätigt die Entwicklung - wie schon 2025 - leider weiterhin das Vorurteil, dass im Selfpublishing signifikant viele Titel ohne professionelles Lektorat erscheinen, auch wenn der Anteil der qualitativ höher investierenden Teilnehmenden leicht zunimmt.

Wie viel gibst du pro Buchveröffentlichung aus? (Gesamtkosten inkl. Lektorat, Cover, Buchsatz, aber OHNE Werbung und Marketing)



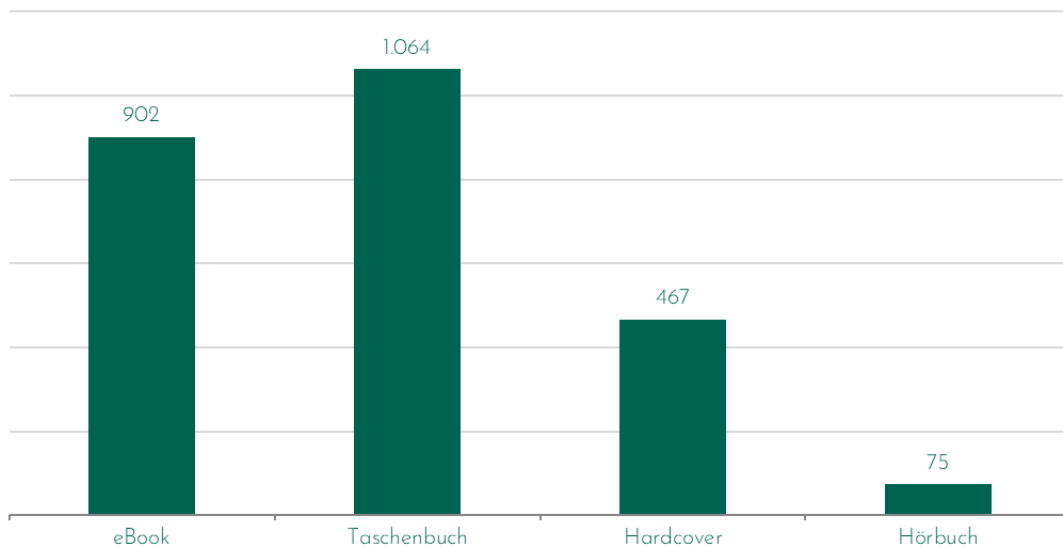
Veröffentlichungen

In welchem Format veröffentlichst du IMMER?

Wie auch im Vorjahr veröffentlichen die meisten Selfpublisher ihre Bücher im Taschenbuchformat, selbst die Quote mit 85 % ist gleichgeblieben. eBooks liegen mit 72 % ebenfalls sehr hoch und bilden zusammen mit dem Taschenbuch für die meisten ein Standard-Duo aus Print- und Digitalformat.

Hardcover (37 %) und Hörbücher (6 %) ergänzen das Standard-Portfolio der Autorinnen und Autoren im Selbstverlag.

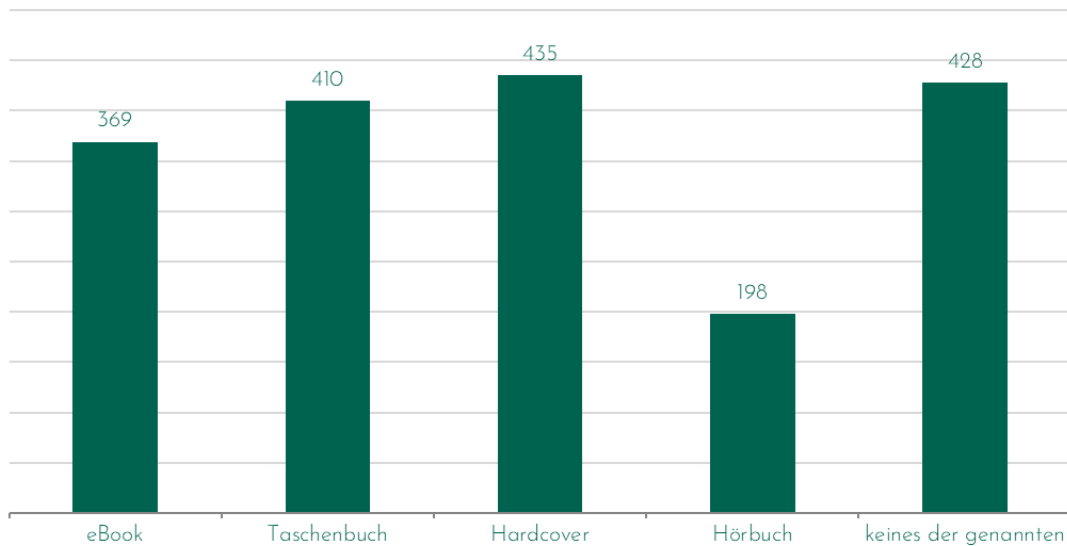
In welchen Formaten veröffentlichst du IMMER im Selfpublishing?



In welchem Format veröffentlichst du MANCHMAL?

Das Ranking bei der Angabe der Formate, in denen manchmal veröffentlicht wird, hat sich im Vergleich zum Vorjahr kaum geändert: Die häufigste Antwort war „keines der genannten“, gefolgt von Hardcover, Taschenbuch (2025: Platz 4), eBook (2025: Platz 3) und Hörbuch (2025: ebenfalls Platz 5).

In welchen Formaten veröffentlichst du MANCHMAL im SP? (Mehrfachauswahl möglich) (eBook)



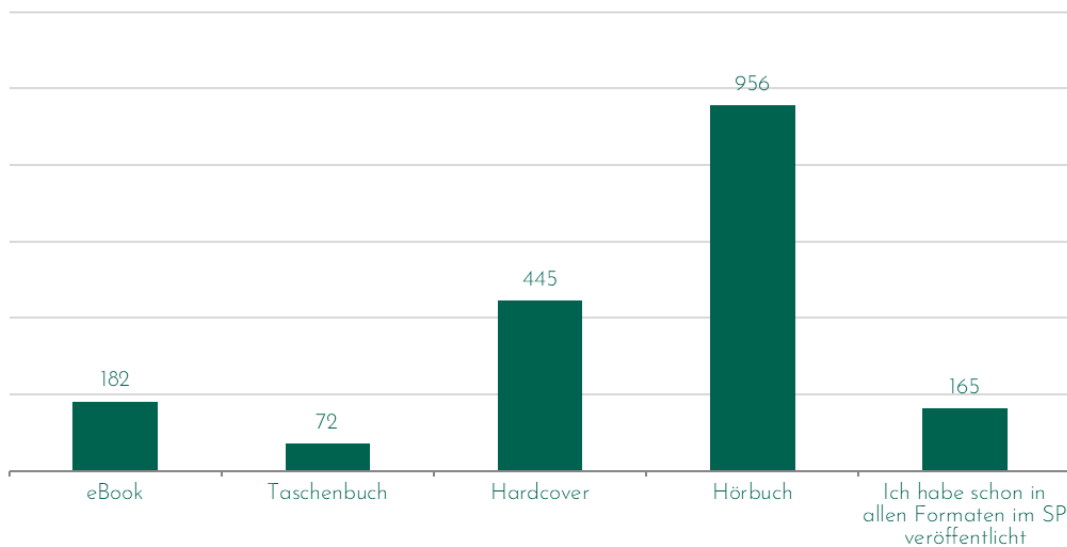
In welchem Format hast du bisher NOCH NIE im Selfpublishing veröffentlicht?

Unverändert sind Hörbücher (knapp 77 %) für die meisten Selfpublisher ein Format, das sie nicht bedienen. Auch Hardcover sind für viele noch kein Standard: 36 % haben dieses Format bisher nie genutzt und bleiben damit vor allem bei eBook und Taschenbuch.

eBooks und Taschenbücher sind dagegen fast flächendeckend etabliert. Nur knapp 15 % haben noch nie ein eBook und lediglich etwa 6 % noch nie ein Taschenbuch veröffentlicht.

13 % der Teilnehmenden gehören zur besonders aktiven Gruppe, die bereits in allen Formaten (eBook, Taschenbuch, Hardcover, Hörbuch) im Selfpublishing veröffentlicht hat.

In welchen Formaten hast du bisher NOCH NIE im SP veröffentlicht?

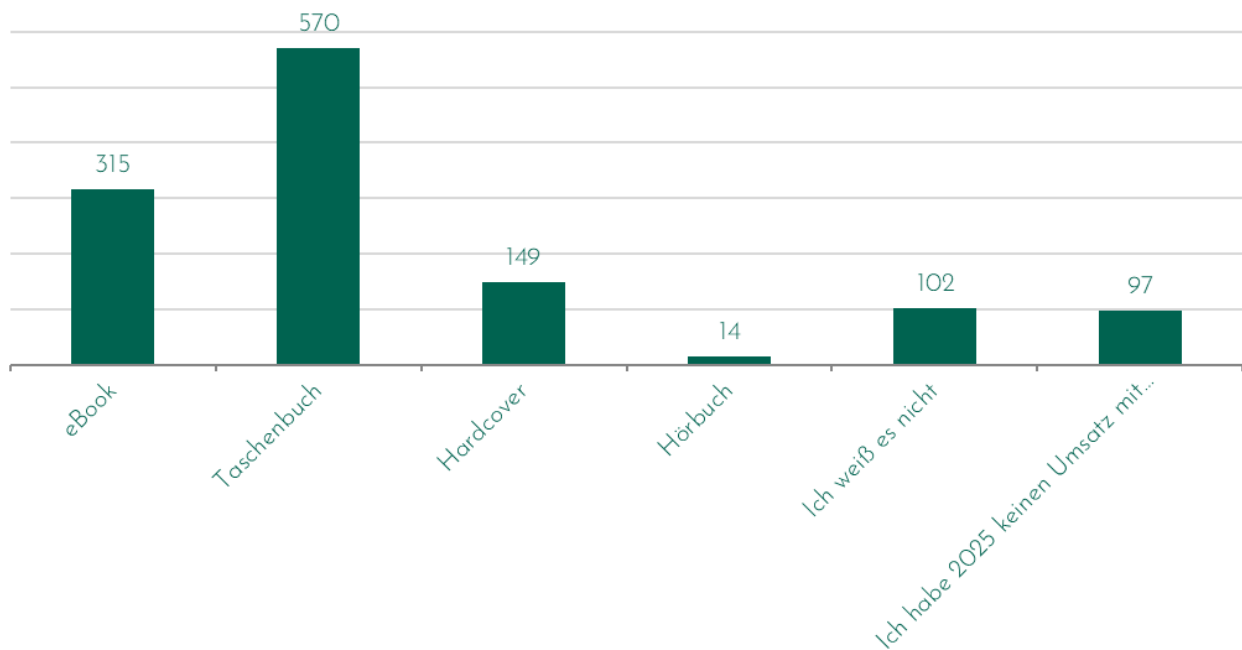


Mit welchem Format hast du 2025 durchschnittlich den höchsten Umsatz (brutto) erzielt?

Taschenbücher waren 2025 für den größten Teil der Teilnehmenden das umsatzstärkste Format. Knapp die Hälfte (46 %) geben an, mit Taschenbüchern den höchsten Umsatz erzielt zu haben. Auf Platz zwei kommen die eBooks (25 %), gefolgt von den Hardcovern (12 %). Das Schlusslicht bilden Hörbücher mit deutlichem Abstand. Aber merke: Es wurde nach dem Umsatz gefragt, nicht nach dem Gewinn!

Zusätzlich geben 8 % an, nicht sicher zu wissen, welches Format 2025 den höchsten Umsatz brachte, und fast ebenso viele hatten überhaupt keinen Umsatz aus der Autor*innen-Tätigkeit - ein Hinweis darauf, dass für einen Teil der Teilnehmenden entweder die Transparenz fehlt oder noch keine nennenswerten Verkäufe stattgefunden haben.

Mit welchem Format hast du 2025 den höchsten Umsatz (brutto) erzielt?

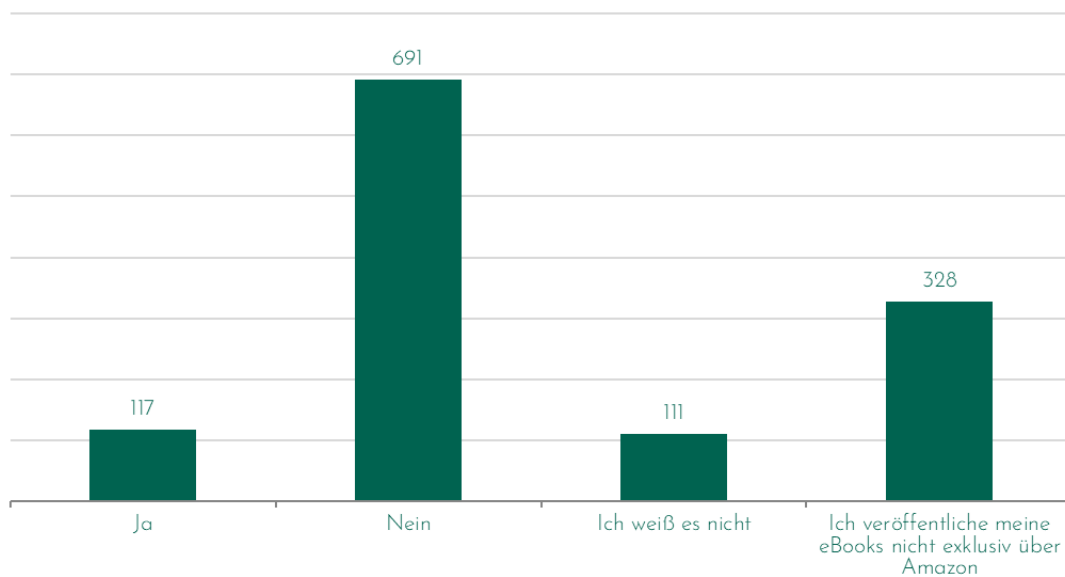


Hast du in 2025 Amazon-Boni (z.B. KU-Bonus) erhalten?

Eine neue Frage befasste sich mit dem Thema Amazon-Author-Bonus (für exklusive KDP-Titel). Nur gut 9 % der Selfpublisher haben tatsächlich einen solchen Bonus erhalten und profitieren damit von diesen Zusatzprogrammen.

Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (55 %) hat 2025 keinen Amazon-Bonus erhalten. Für die Mehrheit spielen diese Zusatzvergütungen damit keine direkte Rolle im Einnahmemix - entweder, weil sie die Voraussetzungen nicht erfüllen oder die nötigen Reichweiten/Zahlen nicht erreichen. Rund ein Viertel (26 %) veröffentlicht seine eBooks nicht exklusiv über Amazon und ist damit grundsätzlich von KU-Boni ausgeschlossen.

Hast du in 2025 Amazon-Boni (z. B. KU-Bonus) erhalten?



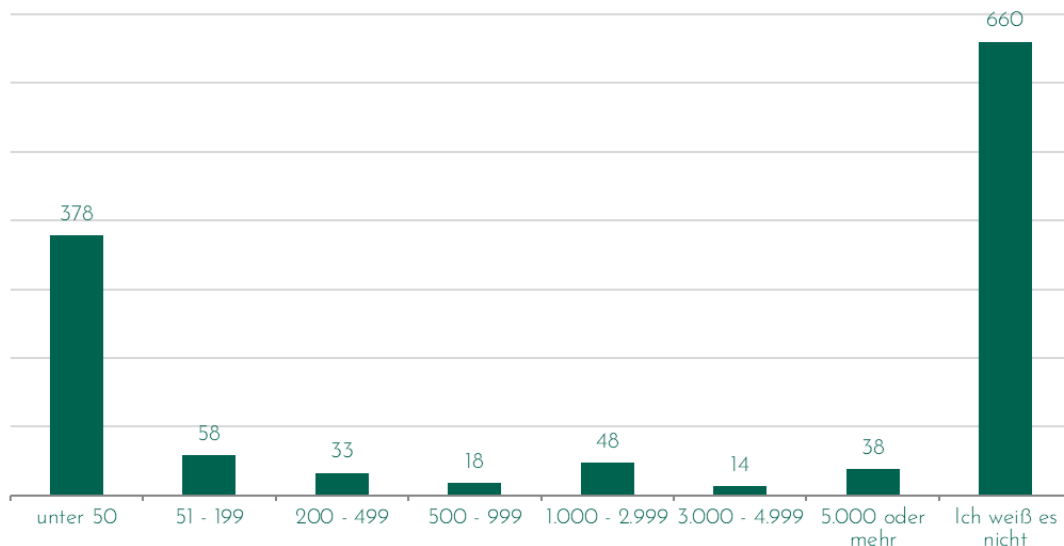
Wie viele Amazon-Follower hast du insgesamt (alle Pseudonyme)

Mehr als die Hälfte der Selfpublisher weiß nicht, wie viele Amazon-Follower sie haben. Für diese Autorinnen und Autoren spielt die Follower-Zahl entweder keine aktive Rolle in der Strategie oder die entsprechende Kennzahl wird schlicht nicht regelmäßig kontrolliert.

Unter denen, die ihre Follower-Zahl kennen, liegt die Mehrheit im unteren Bereich: 30 % haben weniger als 50 Follower, weitere kleinere Gruppen bewegen sich in Stufen von 51 bis knapp 3.000 Followern, wobei jeweils nur wenige Prozent auf die einzelnen Bereiche entfallen.

Eine vergleichsweise kleine, aber klar erkennbare Gruppe von 3 % kommt auf 5.000 oder mehr Follower und verfügt damit über eine deutlich höhere Reichweite auf Amazon und nutzt damit auch den kostenlosen „Bald neu von“-Newsletter, den Amazon an diese Follower aussendet.

Wie viele Amazon-Follower hast du insgesamt (alle Pseudonyme)?



Veröffentlichungen

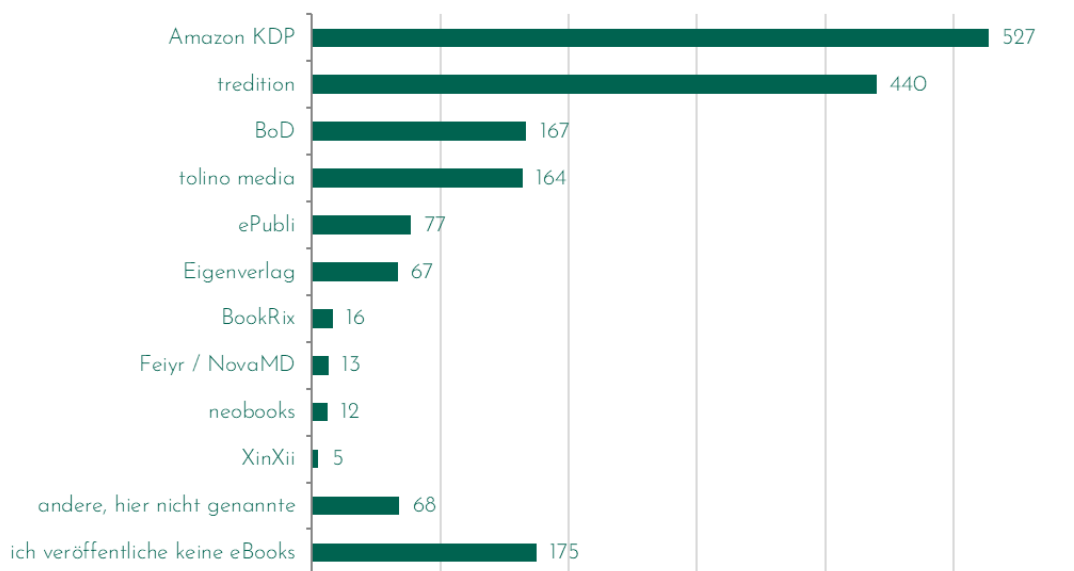
Mit welchem Anbieter veröffentlichst du deine eBooks?

Ungeschlagener Dienstleister-Liebling bei der Distribution von eBooks bleibt Amazon KDP (42 %), hier ändert sich zu den Vorjahren nichts. Der Anbieter tredition (35 %) ist auch wieder auf Platz 2 mit deutlichem Abstand zu BoD (13,4 %) auf Platz 3 - jedoch ist der Unterschied zu tolino media (13,2 %) sehr gering.

Da auch 2025 wieder Mehrfachnennungen möglich waren, ist weiterhin davon auszugehen, dass viele Autor*innen ihre eBooks parallel auf mehreren Plattformen anbieten - überall dort, wo es vertraglich zulässig ist (z.B. außerhalb von Kindle Select oder bei Dienstleistern, die Parallelveröffentlichungen erlauben).

Die Anzahl derjenigen, die ganz auf eBooks verzichten, ist im Vergleich zu 2025 praktisch unverändert.

Mit welchem Anbieter veröffentlichst du deine eBooks?

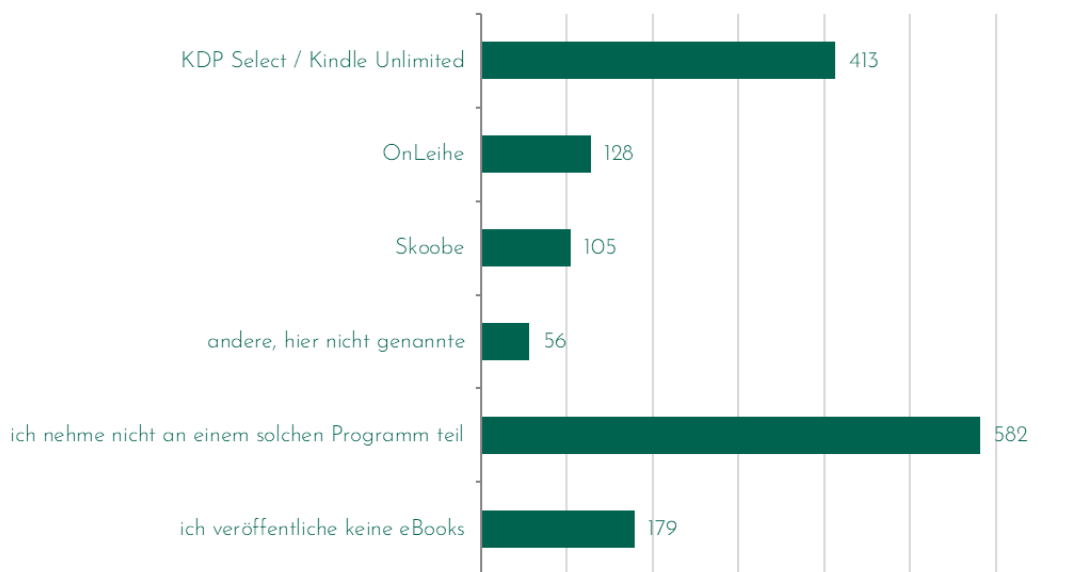


An welchen Lese-Flatrates nimmst du teil?

Fast die Hälfte der Teilnehmenden (47 %) nimmt an keiner Lese-Flatrate teil. Hinzu kommen 14 %, die gar keine eBooks veröffentlichen. Für einen großen Teil der Selfpublisher spielen Flatrate-Modelle damit weiterhin keine Rolle im Veröffentlichungs- oder Einnahmемix.

Unter den genutzten Programmen liegt KDP Select deutlich vorne: Ein Drittel nimmt an dem Amazon-Programm teil und setzt damit auf Reichweite und Seitenvergütung im Rahmen eines exklusiven Modells. Dahinter folgen Onleihe (10 %) und Skoobe (8 %), die vor allem als Bibliotheks- bzw. Abo-Modelle eine kleinere, aber spürbare Rolle spielen. Weitere, nicht näher genannte Programme werden von rund 5 % genutzt und bleiben damit klar in der Nische.

An welchen Lese-Flatrates nimmst du teil?



Wo veröffentlichst du deine eBooks?

Wie auch in 2024 ist bei eBooks der Anbieter Amazon KDP auf Platz 1. 43 % der Teilnehmenden veröffentlichen hier ihre eBooks. Auf Platz 2 befindet sich tredition (im Vorjahr noch Platz 5), gefolgt von BoD (Vorjahr Platz 2). Da hier Mehrfachauswahlen möglich waren, ist es denkbar, dass Autorinnen ihre eBooks auch parallel auf verschiedenen Plattformen anbieten - wo es vertraglich nicht ausgeschlossen ist (z.B. bei BoD oder bei Amazon, wenn „Kindle Select“ genutzt wird).

173 Teilnehmende geben an, dass sie keine eBooks veröffentlichen.

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

63 % der Teilnehmenden nehmen mit ihren eBooks an keiner Leseflatrate teil - das ist ein deutlicher Rückschritt im Vergleich zu 2024: Da waren es nur 44 %, die an keiner Leseflatrate teilnahmen.

Mit Abstand am beliebtesten ist das Flatrate-Modell von Amazon - wobei sich hier die Autor*innen mit ihrem eBook exklusiv an Amazon binden.

Zu welchem Preis verkaufst du deine eBooks? (ohne Preisaktionen)

Die meisten Selfpublisher verkaufen ihre eBooks zu Preisen im mittleren Segment.

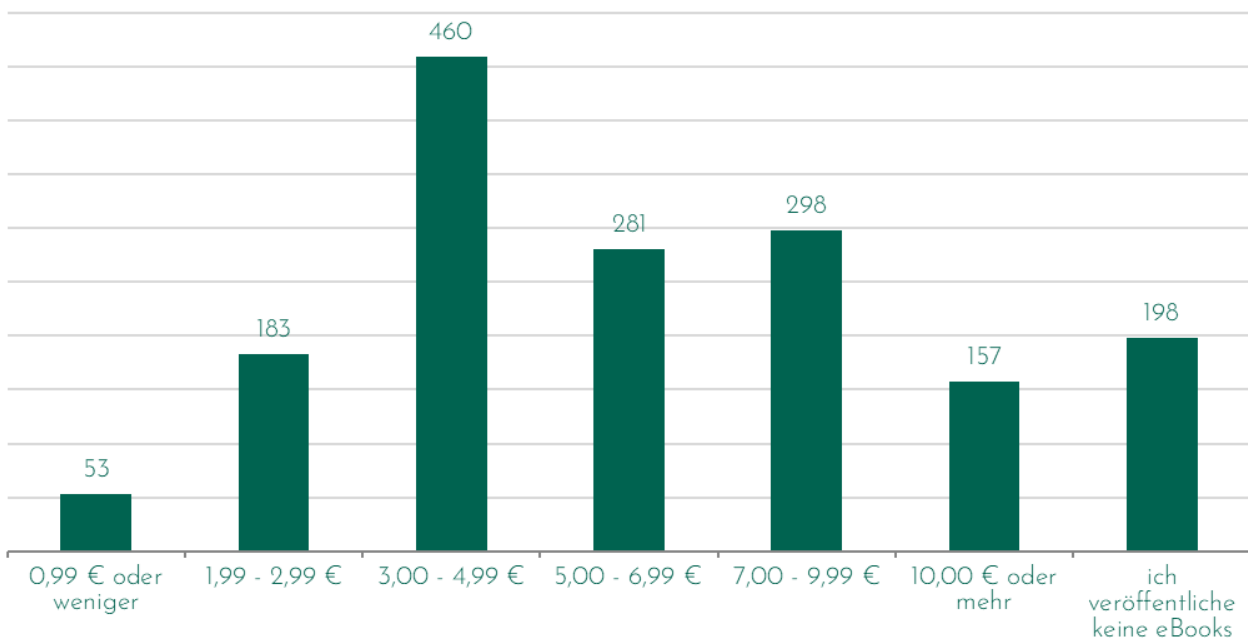
Am häufigsten genannt wird der Bereich von 3,00-4,99 € (37 %), dicht gefolgt von 7,00-9,99 € (24 %) und 5,00-6,99 € (23 %). Zusammen ergibt das rund 84 %, die ihre eBooks zwischen 3,00 und 9,99 € anbieten.

Nur eine kleine Minderheit (4 %) setzt auf sehr niedrige Preise und bietet ihre eBooks dauerhaft für 0,99 € oder weniger an.

Am oberen Ende verlangen 13 % der Teilnehmenden 10,00 € oder mehr pro eBook, was auf höherpreisige Positionierung (z.B. umfangreiche Titel, Spezial- oder Nischenthemen) hindeutet.

Damit setzt sich der Trend der Vorjahre fort: Die eBook-Preise entwickeln sich weiter zu einer breiten Preisspanne im mittleren Segment. Die Tendenz zu realistischeren, marktnäheren Preisen setzt sich damit fort, wenn auch nicht mehr so stark steigend wie im Sprung, der bereits für 2025 zu beobachten war.

Zu welchem Preis verkaufst du deine eBooks (ohne Preisaktionen)?

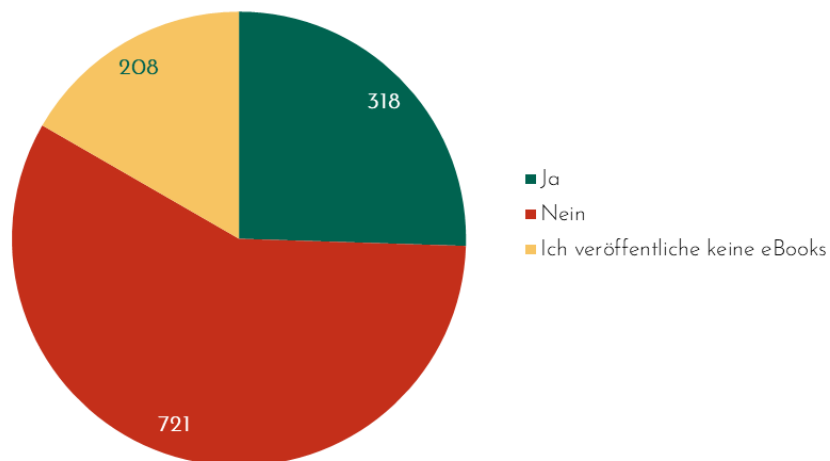


Hast du unterschiedliche eBook-Preise für unterschiedliche Genres?

Neu gefragt wurde, ob Selfpublisher Preisunterschiede für ihre eBooks in verschiedenen Genres machen.

Hier antworteten 26 % der Teilnehmenden mit „ja“. Die Mehrheit nutzt jedoch keine unterschiedlichen eBook-Preise je nach Genre.

Hast du unterschiedliche eBook-Preise für unterschiedliche Genres?

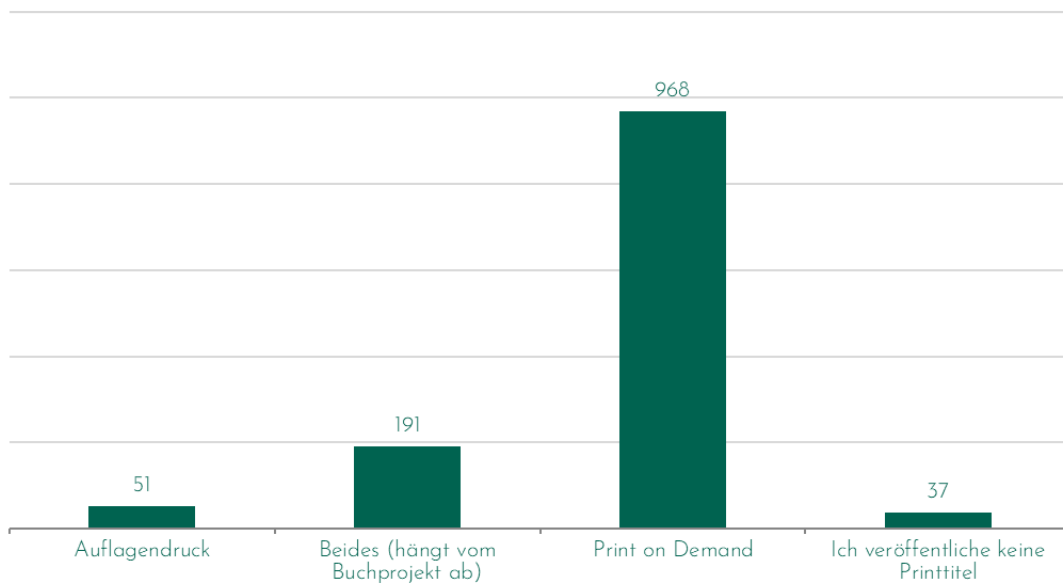


Wie druckst du deine Printttitel?

Abermals nutzt die Mehrheit der Selfpublisher (78 %) für ihre Printttitel das Print-on-Demand verfahren, jedoch ist ein deutlicher Abwärtstrend zu 2025 zu erkennen: Hier waren es noch 93 %.

Rund 15 % kombinieren Print-on-Demand und Auflagedruck, je nach Projekt, und wählen damit situativ zwischen Flexibilität und besseren Stückkosten bei größeren Mengen. Nur 4 % arbeiten ausschließlich mit klassischem Auflagedruck, während 3 % aktuell keine Printttitel veröffentlichen und damit vom Thema Druckstrategie gar nicht betroffen sind.

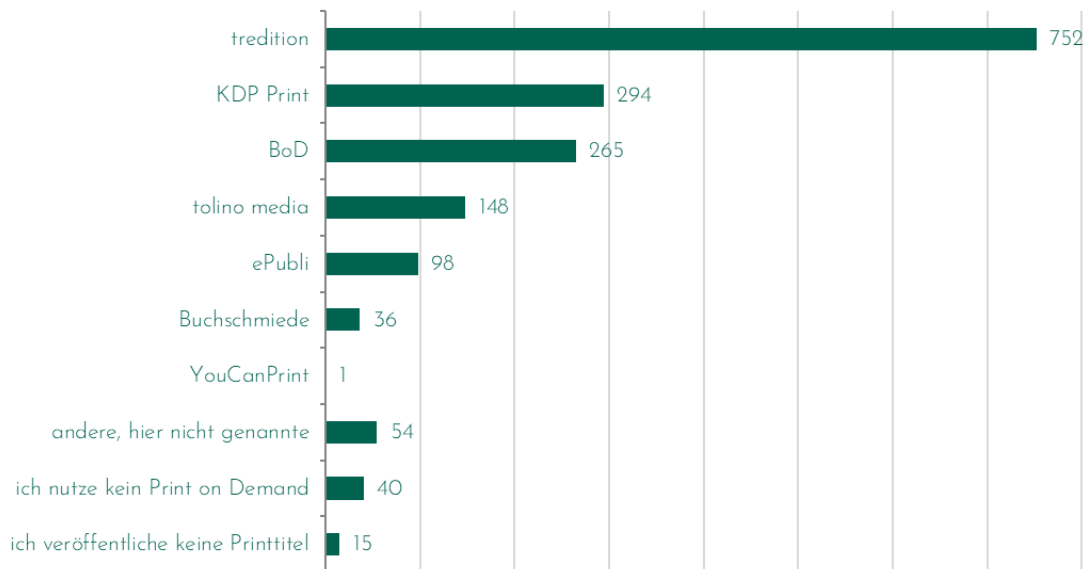
Wie druckst du deine Printttitel?



Mit welchen Print-on-Demand Dienstleistern arbeitest du zusammen?

Unter den Anbietern für Print-on-Demand-Titel liegt tredition mit großem Abstand vorn: 60 % arbeiten mit diesem Dienstleister (2025: Platz 1 mit 51 %). Dahinter folgen KDP Print (24 %) und BoD (21 %), die ebenfalls eine wichtige Rolle spielen und damit ebenfalls ihre Plätze aus dem Vorjahr beibehielten. tolino media (12 %) und epubli (8 %) bilden das Mittelfeld. Da Mehrfachantworten möglich waren, ist eine parallele Nutzung von verschiedenen Anbietern denkbar, wo es nicht vertraglich ausgeschlossen ist.

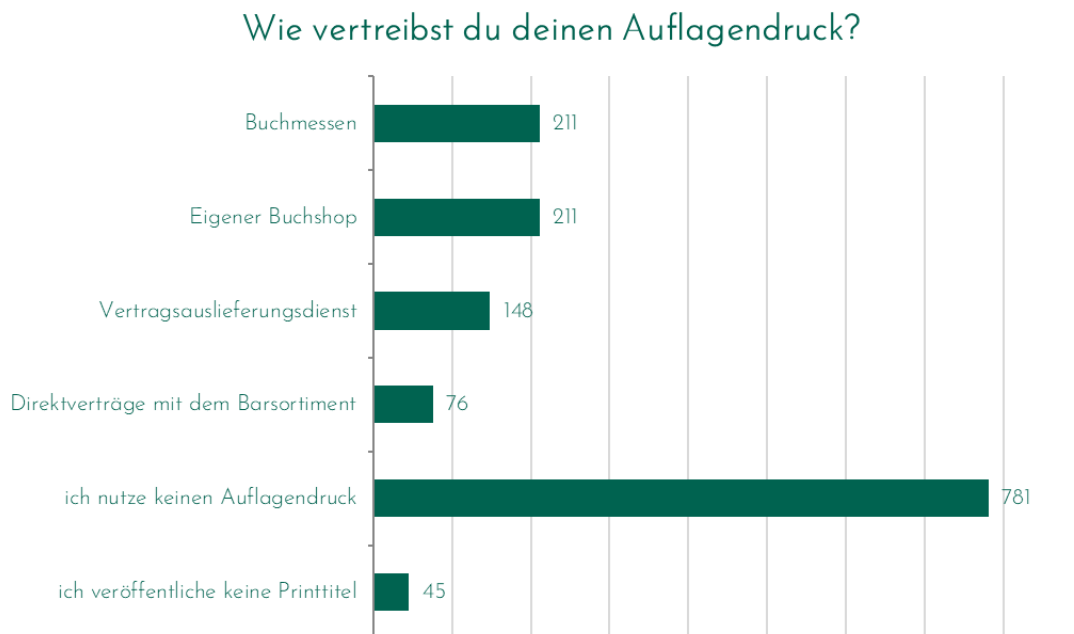
Mit welchen Print-on-Demand-Dienstleistern arbeitest du?



Wie vertriebst du deinen Auflagendruck?

Für diese Frage wurden die Antwortmöglichkeiten für diese Umfrage erweitert.

Für diejenigen, die mit Auflagendruck arbeiten, zeigt sich ein breites Vertriebsbild: Jeweils 17 % setzen auf einen eigenen Buchshop und auf Buchmessen als direkte Verkaufskanäle und nutzen damit persönliche oder direkte Vertriebswege. 12 % arbeiten mit einem Vertragsauslieferungsdienst, während 6 % über Direktverträge mit dem Barsortiment in den klassischen Buchhandel gehen.

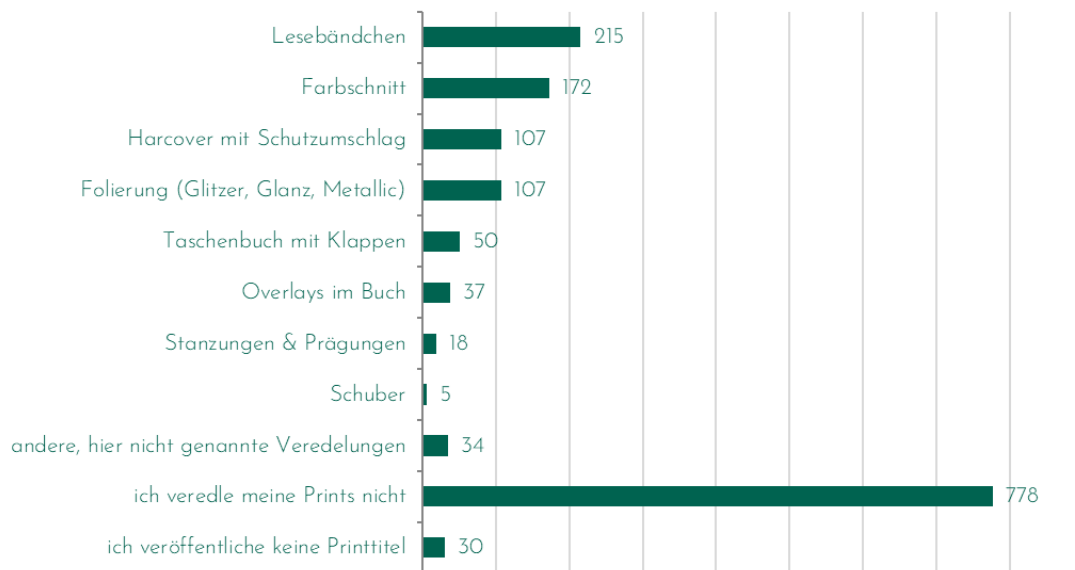


Welche Veredelungen für Prints hast du bereits genutzt?

Wie auch in 2025 ist die beliebteste Veredelungsform das Lesebändchen (17 %), dicht gefolgt vom Farbschnitt (14 %). Jeweils 9 % nutzen Folierungen (Glitzer, Glanz, Metallic) oder Hardcover mit Schutzumschlag.

Die meisten Teilnehmenden (62 %; 2025: 69 %) veredeln ihre Prints nicht, was aber auch daran liegen könnte, dass die meisten Selfpublisher auf Print-on-Demand setzen und Veredelungen hier (kaum) möglich sind. bleiben Veredelungen ein abweichendes Zusatzfeature, das vor allem von einer engagierten Minderheit eingesetzt wird.

Welche Veredelungen für Prints hast du bereits genutzt?

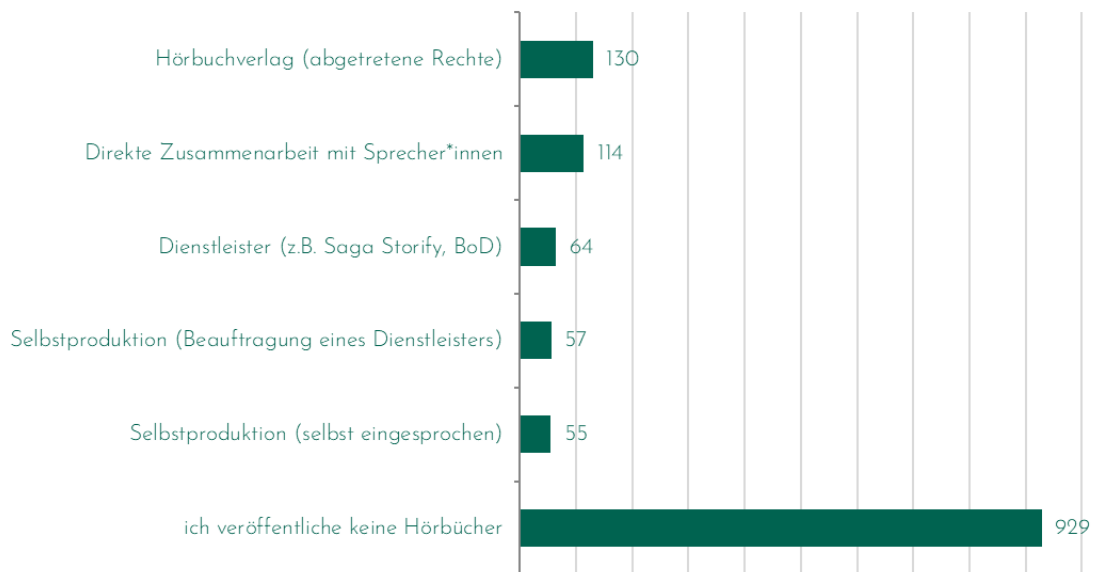


Wie veröffentlichst du deine Hörbücher?

Wenn Selfpublisher ihre Werke vertonen lassen, dann am liebsten über einen Hörbuchverlag (10 %). Auch am Ranking der anderen Produktionswege hat sich im Vergleich zu den Vorjahren nichts geändert: 9 % setzen auf die direkte Zusammenarbeit mit Sprecher*innen. Jeweils 5 % nutzen externe Dienstleister oder geben die Produktion an Dienstleister in Auftrag, während 4 % ihre Hörbücher sogar selbst einsprechen.

Weiterhin scheut der Großteil der Teilnehmenden den Aufwand und produziert keine Hörbücher (74 %).

Wie veröffentlichst du deine Hörbücher?

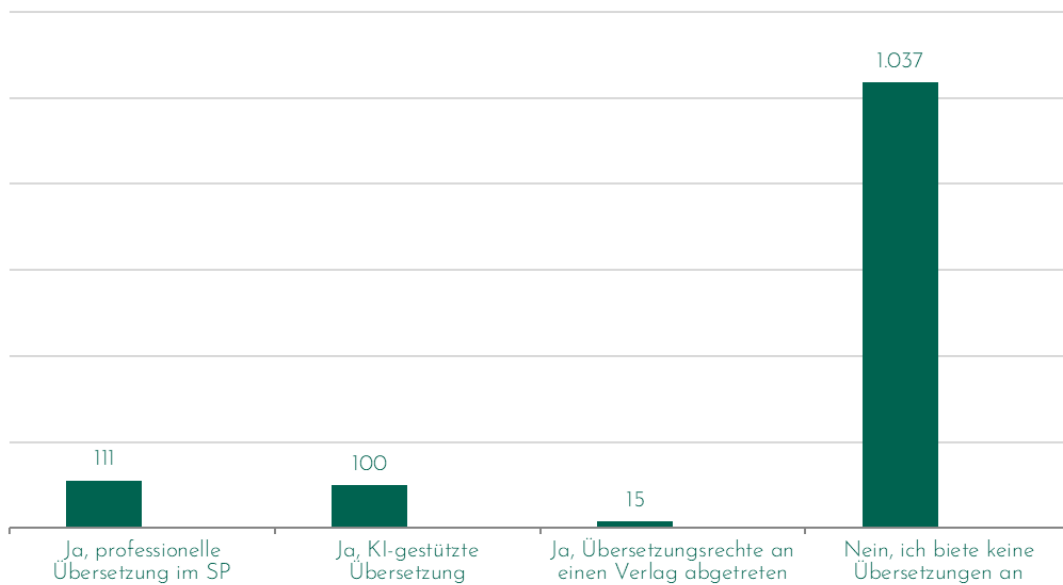


Bietest du Übersetzungen deiner Bücher an?

Eine neue Frage war die nach dem Angebot von Übersetzungen.

27 % der Selfpublisher lassen ihre Werke in eine oder mehrere Sprachen übersetzen. Hier halten sich professionelle und KI-gestützte Übersetzung fast die Waage: 9 % arbeiten mit professionellen Übersetzer*innen, 8 % setzen auf KI-gestützte Übersetzungen, was auf ein wachsendes Interesse an kostengünstigeren, technikbasierten Lösungen hinweist. Nur 1 % hat die Übersetzungsrechte an einen Verlag abgetreten und ist damit den Schritt in eine klassische Verlagzusammenarbeit im Ausland gegangen.

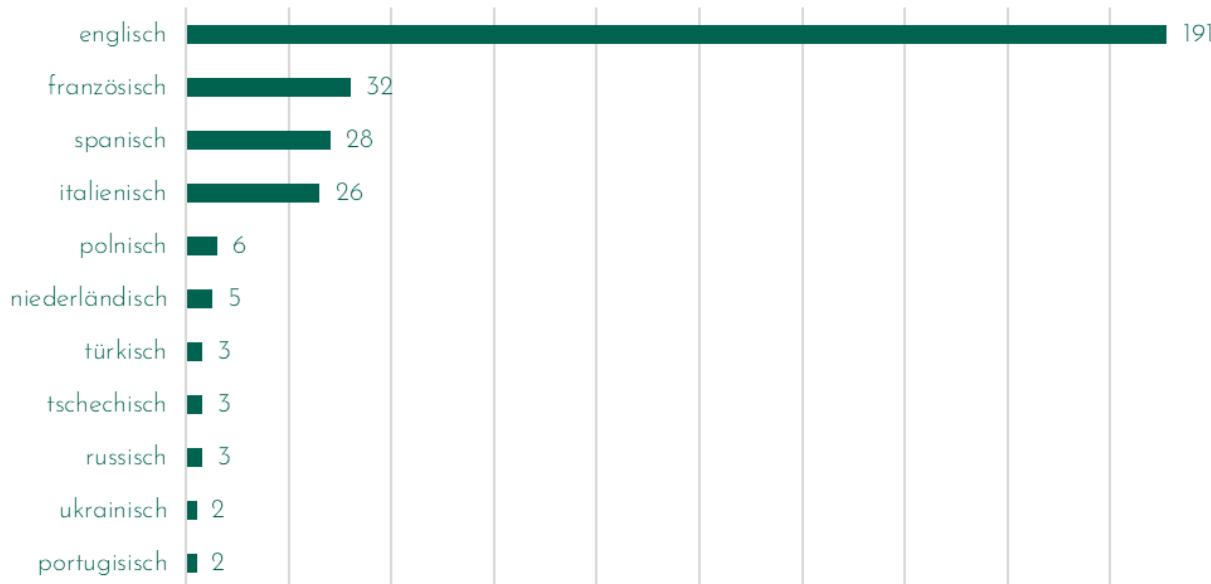
Bietest du Übersetzungen deiner Bücher an?



In welche Sprache lässt du deine Bücher übersetzen?

Wer dieses Freitextfeld beantwortet hatte, gab am häufigsten die englische Sprache an (61,8 %). Mit deutlichem Abstand danach kommen Französisch (10,4 %), Spanisch (9,1 %) und Italienisch (8,4 %).

In welche Sprache lässt du deine Bücher übersetzen?



Schreiben

Ebenfalls neue Fragen wurden 2025 im Bereich Schreibdauer und Umfang der Rohversion gestellt.

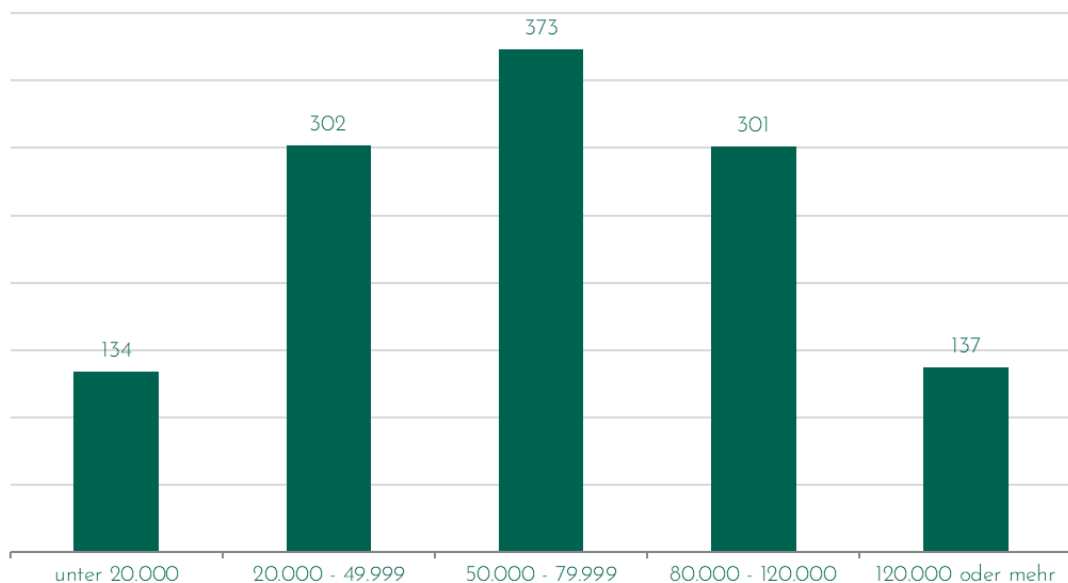
Wie viele Wörter umfassen deine Bücher im Durchschnitt?

Der Großteil der befragten Selfpublisher (30 %) veröffentlicht Bücher im klassischen Romanumfang mit 50.000 - 79.999 Wörtern. Das ist exakt derselbe Wert wie auch schon bei der Umfrage 2025. Bei einem Quercheck mit den häufigsten Hauptgenres bei dieser Romanlänge sind die Top-3 Liebesromane, Sach- und Fachbuch und Krimis.

Den zweiten Platz teilen sich mit jeweils 24 % die Romane zwischen 80.000 und 120.000 Wörtern sowie 20.000 - 49.999 Wörter. Am Rand der Verteilung stehen sehr kurze Texte mit unter 20.000 Wörtern sowie sehr umfangreiche Werke ab 120.000 Wörtern (jeweils mit 11 %).

Insgesamt zeigt sich eine klare Mitte hin zu vollwertigen Romanlängen, flankiert von kleineren Gruppen, die bewusst auf Kurzformate oder besonders epische bzw. umfangreiche Bücher setzen.

Wie viele Wörter umfassen deine Bücher im Durchschnitt?

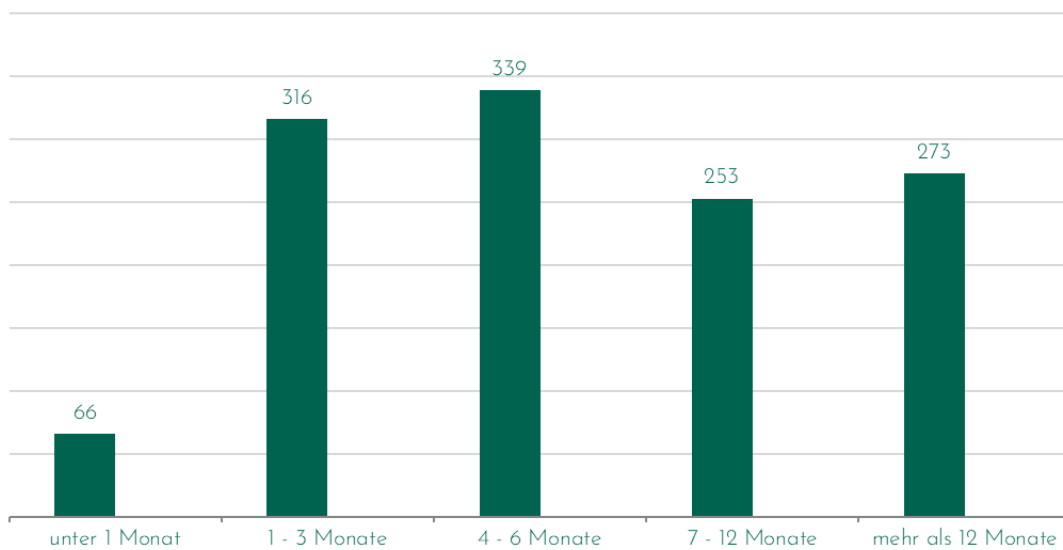


Wie lange benötigst du im Durchschnitt für die erste Rohversion deines Buchs?

Etwas mehr als die Hälfte der Selfpublisher (52 %) benötigt 4 Monate oder länger für die erste Rohversion eines Buches. Für diesen großen Teil ist Schreiben klar ein mittel- bis langfristiger Prozess, der sich über viele Monate oder sogar mehr als ein Jahr erstreckt.

Ein Viertel kommt im Bereich von 1 bis 3 Monaten auf einen Entwurf und bewegt sich damit in einem eher zügigen, aber noch realistisch planbaren Tempo. Nur gut 5 % schaffen die Rohversion in unter einem Monat und gehören damit zu einer kleinen, besonders schnellen Minderheit.

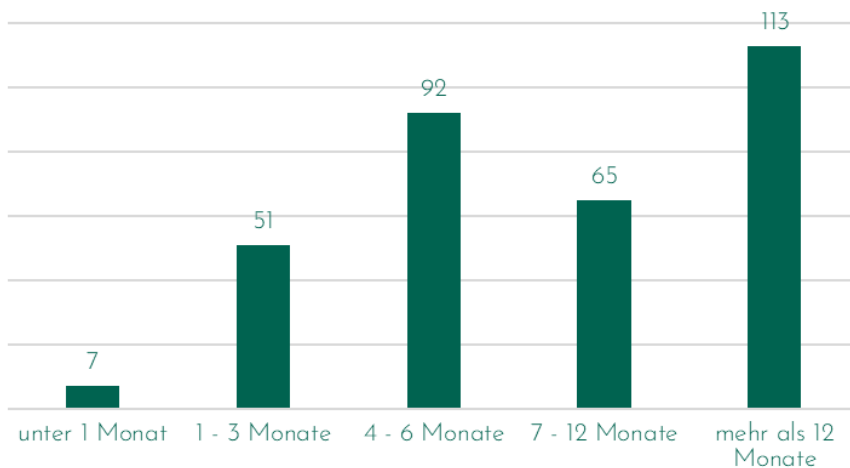
Wie lange benötigst du für die erste Rohversion eines Buches?



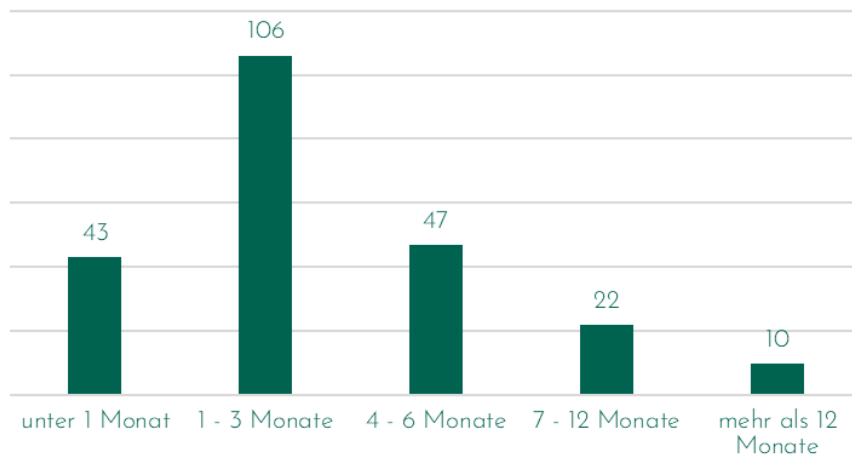
Wie auch im Vorjahr zeigt sich, dass Übung den Meister oder die Meisterin macht.

Bei einer Veröffentlichung brauchten die meisten Teilnehmenden zumeist mehr als 12 Monate für die erste Rohversion, bei den erfahreneren Selfpublishern ist die erste Version eines Manuskripts im Durchschnitt schon nach 1 - 3 Monaten fertig.

Schreibdauer bei einer Veröffentlichung

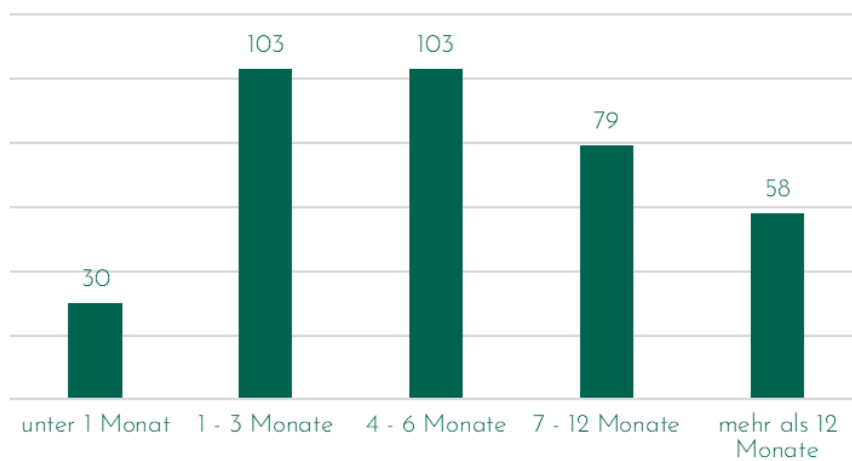


Schreibdauer ab zehn Veröffentlichungen



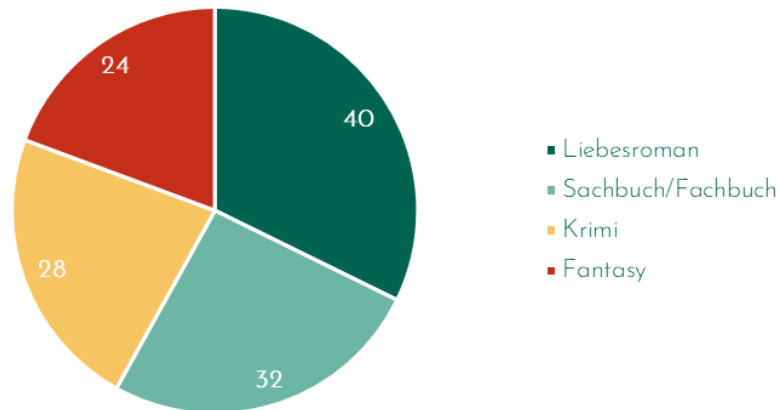
Gehen wir zurück zur beliebtesten Romanlänge, dann zeigt die Grafik, dass die Teilnehmenden am häufigsten sowohl 1 - 3 Monate benötigen, wie 4 - 6 Monate.

Schreibdauer bei 50.000 - 79.999 Wörtern



Bei der Kombination von Schreibdauer (1 - 6 Monate) und Wordcount (50.000 - 79.999) und den Genres, ergibt sich folgende Top 4: Liebesroman, Sachbuch/Fachbuch, Krimi und Fantasy.

Top 4 Genre: 1 - 6 Monate Schreibdauer für 50.000 - 79.999 Wörtern



Zeitmanagement

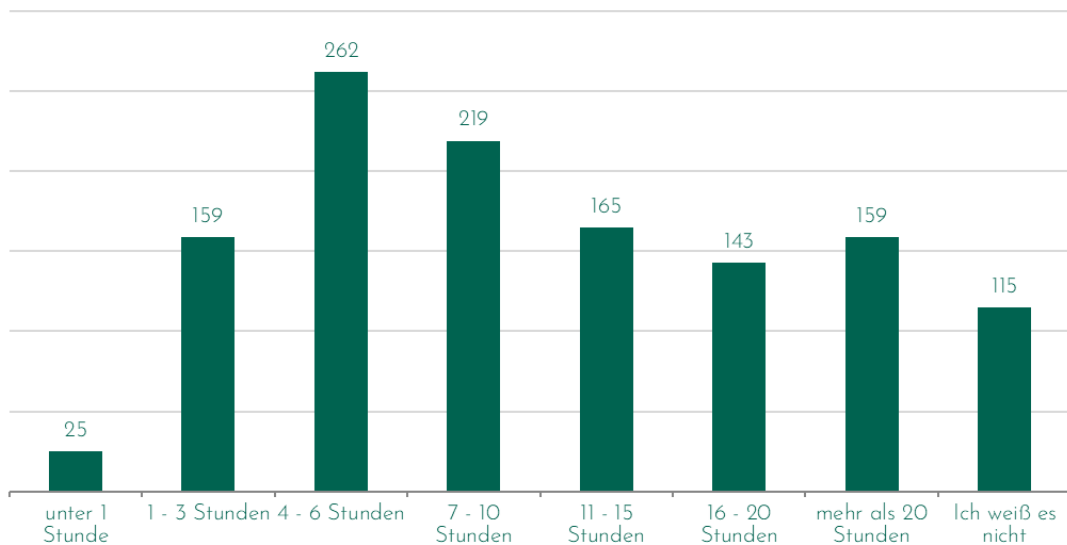
Wie viele Stunden verwendest du durchschnittlich pro Woche fürs SCHREIBEN? (Wenn du gerade im Schreibprozess bist)

Die häufigste Antwort bei der Frage nach der wöchentlichen Schreibzeit lautete „4 - 6 Stunden“ (21 %). Hier gab es einen leichten Abstieg zu 2025 (26 % mit „3 - 5 Stunden“).

Insgesamt zwei Drittel der Selfpublisher investieren bis zu 10 Stunden in ihr Schreiben. Damit ist es ein regelmäßig gepflegtes, aber zeitlich begrenztes Engagement. Etwa ein gutes Drittel schreibt 11 Stunden oder mehr pro Woche, darunter 13 %, die über 20 Stunden wöchentlich am Manuskript arbeiten und sich damit einem stark semi- bis vollprofessionellen Pensum annähern.

Nur 2 % kommen auf unter 1 Stunde pro Woche und behandeln das Schreiben eher als gelegentliche Nebenaktivität, was jedoch einen Rückgang zu 2025 darstellt (8 %).

Wie viele Stunden pro Woche verwendest du für das SCHREIBEN? (wenn du gerade im Schreibprozess bist)



Wie viele Stunden pro Buchprojekt verwendest du für das ÜBERARBEITEN? (z.B. Einarbeiten vom Lektorat)

Hier wurde die Fragestellung angepasst und nicht mehr nach der wöchentlichen Überarbeitungszeit gefragt, sondern nach der pro Buchprojekt. Darunter fällt z. B. die Zeit für die Einarbeitung eines Lektorats.

Prozentual die meisten Antworten entfielen auf „mehr als 20 Stunden“ pro Buchprojekt. Für viele Selfpublisher ist die Überarbeitung damit ein sehr zeitintensiver Schritt, der klar als zentraler Bestandteil der Qualitätssicherung verstanden wird. Die mittleren Kategorien zwischen 4 und 20 Stunden (zusammen rund 37 %) bilden eine breite Gruppe, die pro Buch signifikante, aber noch überschaubare Überarbeitungszeiten einplant. Nur eine kleine Minderheit kommt mit unter 3 Stunden aus und betrachtet Überarbeitung offenbar eher pragmatisch oder minimalistisch.

Wie viele Stunden pro Buchprojekt verwendest du für das ÜBERARBEITEN? (z. B. Einarbeiten vom Lektorat)

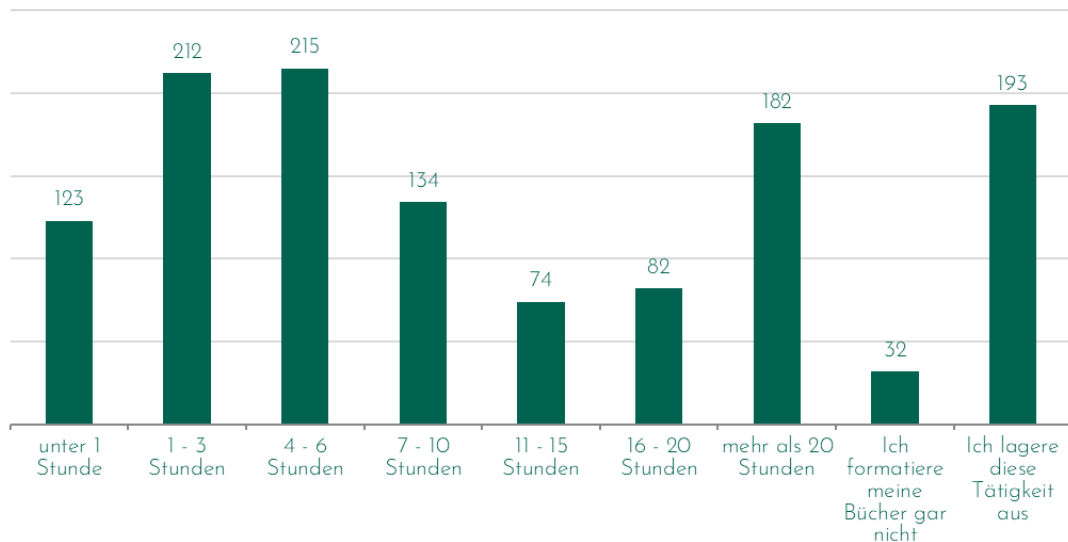


Wie viele Stunden verwendest du pro Buchprojekt fürs **FORMATIERUNG / BUCHSATZ?**

Rund die Hälfte der Teilnehmenden (etwa 55 %) investiert bis zu 10 Stunden pro Buchprojekt in Formatierung bzw. Buchsatz. Für viele Selfpublisher ist dieser Schritt damit ein überschaubarer, aber fester Arbeitsblock, der häufig in Eigenregie erledigt wird - teils mit Standard-Tools oder Templates. Etwa ein Viertel (rund 28 %) gibt an, 11 Stunden oder mehr in den Buchsatz zu stecken, darunter 15 %, die über 20 Stunden aufwenden - ein Hinweis auf aufwendigere Layouts, mehrere Formate (Print/eBook) oder hohen Qualitätsanspruch.

Dieses Jahr wurde hier die Antwortmöglichkeit aufgenommen, dass diese Tätigkeit von den Autor*innen ausgelagert wird. 15 % der Teilnehmenden haben diese Aussage getroffen. 3 % kümmern sich gar nicht um Formatierung.

Wie viele Stunden pro Buchprojekt verwendest du für **FORMATIERUNG/BUCHSATZ?**



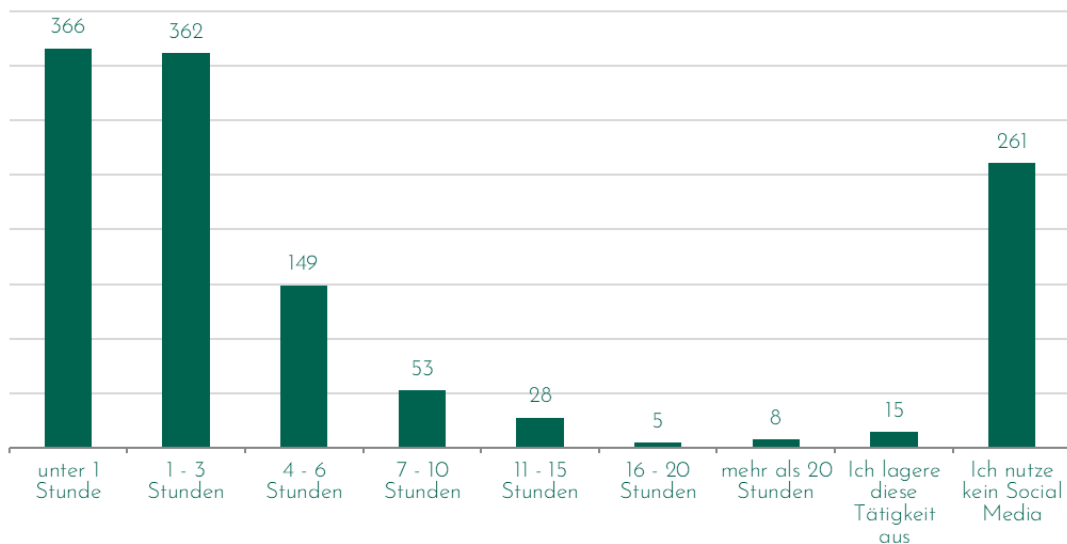
Wie viele Stunden verwendest du pro Woche durchschnittlich für SOCIAL MEDIA (Interaktion, Community)?

Dieses Jahr wurde die Social-Media-Zeit pro Woche nach der Interaktion mit der Community und der Content-Erstellung getrennt.

Die Grafik zeigt deutliche Ausschläge bei der Community-Pflege bei den Antworten „bis zu 3 Stunden“ (in Summe 58 %) und bei „Ich nutze kein Social Media“ (21 %). Lediglich 2 % verwenden mehr als 15 Stunden pro Woche auf Instagram und Co oder lagern die Tätigkeit sogar ganz aus.

Da es im vergangenen Jahr die Antwort „Ich nutze kein Social Media“ nicht gab, lässt sich bei denjenigen, die weniger als eine Stunde pro Woche für die Content-Erstellung investieren, leider kein Trend abzeichnen (2025: 23 %; 2024: 44%), da hier in 2025 ebenfalls diejenigen gelandet sein könnten, die kein Instagram & Co. benutzen.

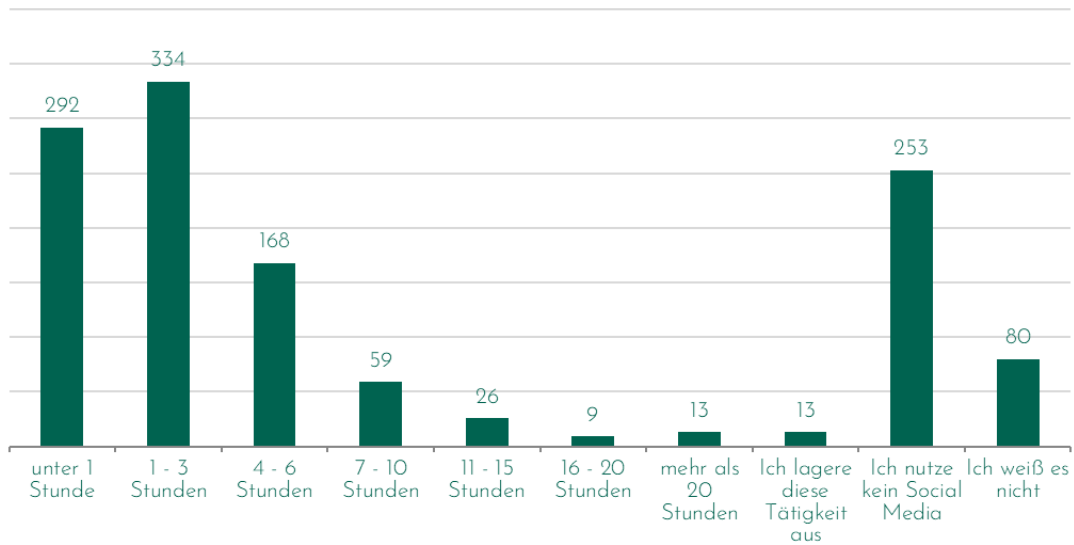
Wie viele Stunden pro Woche verwendest du für SOCIAL MEDIA (Interaktion, Community)?



Wie viele Stunden verwendest du pro Woche durchschnittlich für SOCIAL MEDIA (Content-Erstellung)?

50 % der Selfpublisher verwendet für die Erstellung der Inhalte für Social meist bis 3 Stunden pro Woche. Eine kleinere, engagierte Gruppe investiert deutlich mehr Zeit oder arbeitet mit Dienstleister*innen, während rund ein Fünftel komplett ohne Social Media arbeitet und damit auf andere Marketing- oder Reichweitenkanäle setzt (oder gar keine).

Wie viele Stunden pro Woche verwendest du für SOCIAL MEDIA (Content-Erstellung)?



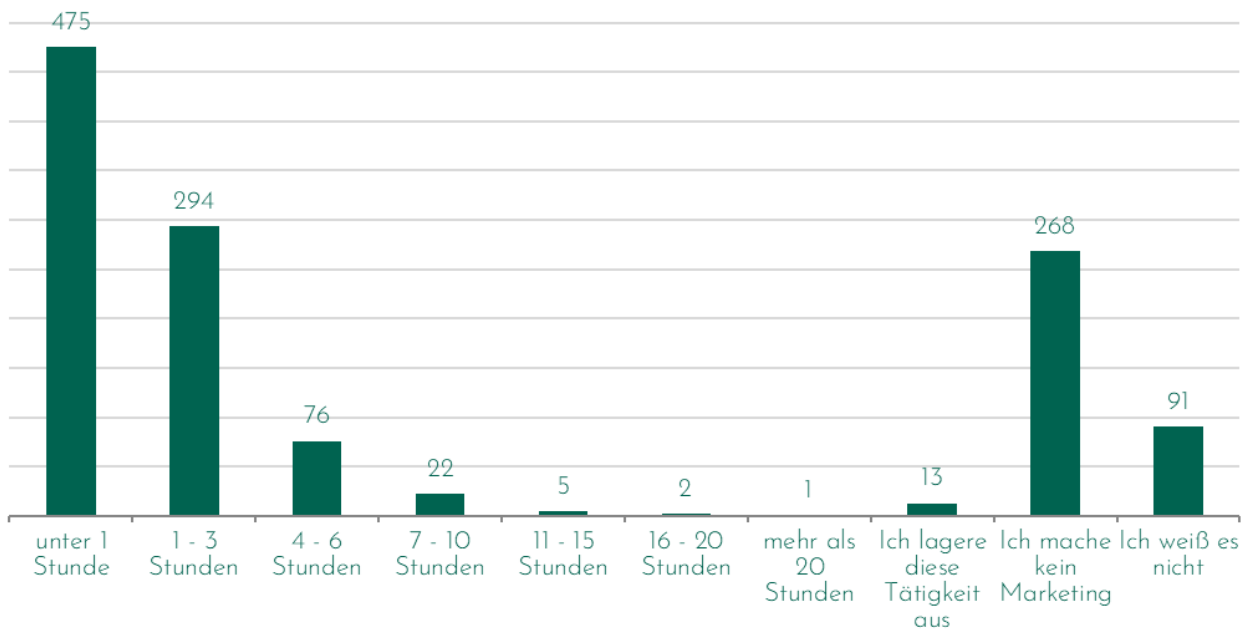
Wie viele Stunden verwendest du durchschnittlich pro Woche für VERMARKTUNG? (z.B. Newsletter, Ads, Kooperationen)

Für die Vermarktung der Bücher verwenden die meisten Selfpublisher (62 %) bis zu drei Stunden pro Woche. Dies deckt sich mit den Zahlen aus 2025.

Nur eine relativ kleine Minderheit (9 %) gibt an, 4 Stunden oder mehr pro Woche in Vermarktung zu investieren, und nur ein sehr geringer Anteil arbeitet mit einem quasi professionellen Zeitumfang von über 10 Stunden.

Insgesamt zeigt sich: Intensive Marketingarbeit ist eher die Ausnahme - der typische Selfpublisher betreibt Marketing mit begrenztem Zeitbudget oder gar nicht (21 %).

Wie viele Stunden pro Woche verwendest du für VERMARKTUNG (z. B. Newsletter, Ads, Kooperationen)?



Marketing

Wie bewirbst du deine Bücher?

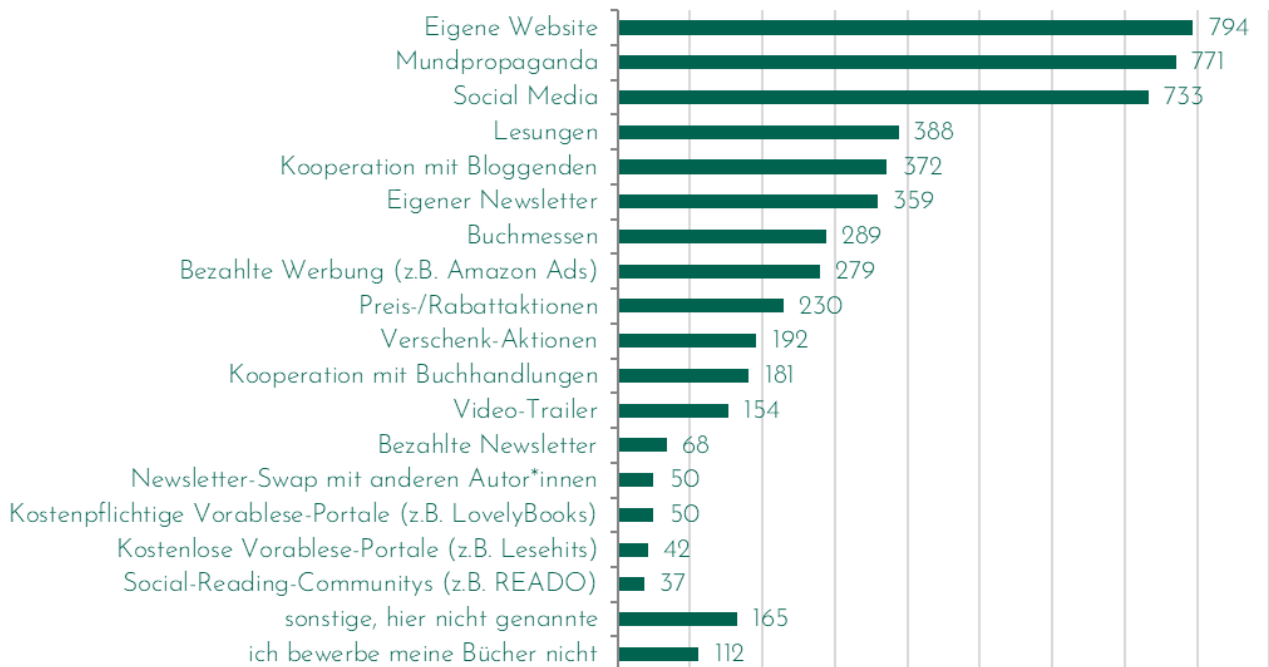
Eine eigene Website (64 %), Mundpropaganda (62 %) und Social Media (59 %) bilden das zentrale Fundament der Marketingaktivitäten der befragten Selfpublisher - genau wie in der Befragung aus dem Vorjahr.

Ergänzt wird dies häufig durch Lesungen (31 %), Kooperationen mit Bloggenden (30 %) und einen eigenen Newsletter (29 %) - alles Maßnahmen, die auf direkten oder persönlichen Kontakt zur Leserschaft zielen. Kostenpflichtige, klar performance-orientierte Instrumente wie bezahlte Werbung (22 %), Preis- und Rabattaktionen (18 %) und bezahlte Newsletter (5 %) werden deutlich seltener genutzt und scheinen eher von einer aktiveren, strategisch orientierten Minderheit eingesetzt zu werden.

Klassische Brancheninstrumente wie Buchmessen (23 %), Kooperationen mit Buchhandlungen (15 %) und Lesungen (31 %) spielen ebenfalls eine spürbare Rolle, erfordern aber meist mehr Organisation und Präsenz.

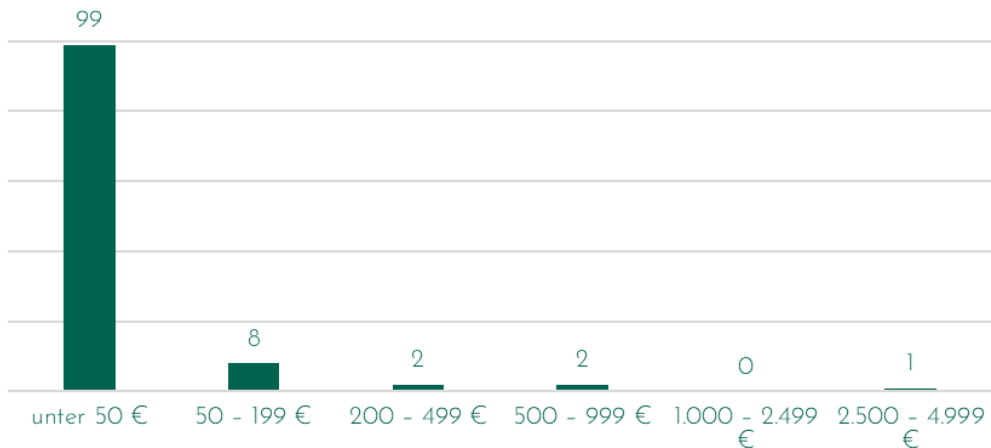
Auffällig ist zugleich, dass immerhin 9 % angeben, ihre Bücher gar nicht zu bewerben (2025: 8 %).

Wie bewirbst du deine Bücher?



99 der 766 Teilnehmenden, die weniger als 50 € im Monat umsetzen, machten keinerlei Werbung für ihre Bücher (13 %). Was aber auch bedeutet, dass die meisten Selfpublisher auf irgendeine Art und Weise ihre Bücher bewerben - und dennoch zumeist geringe Umsätze erzielen. Gleichzeitig machen alle Selfpublisher mit mehr als 5.000 € monatlichem Umsatz Werbung bzw. Marketing für ihre Bücher.

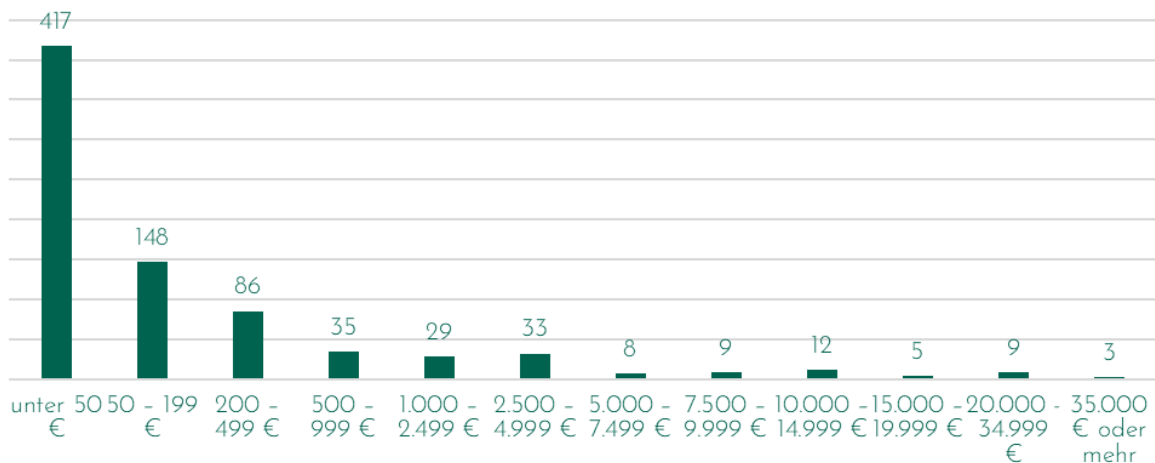
Ich mache keine Werbung/kein Marketing



Wie auch im Vorjahr der Gegencheck:

Bei der nach wie vor beliebtesten Marketing-Maßnahme „Eigene Website“ hat diese 54 % der Selfpublisher dennoch nicht mehr Umsätze als unter 50 € pro Monat beschert. Immerhin sind das prozentual weniger als noch 2025: Da hatten noch 60 % der Teilnehmenden eine Website und dennoch sehr niedrige Umsätze.

Ich habe eine eigene Website



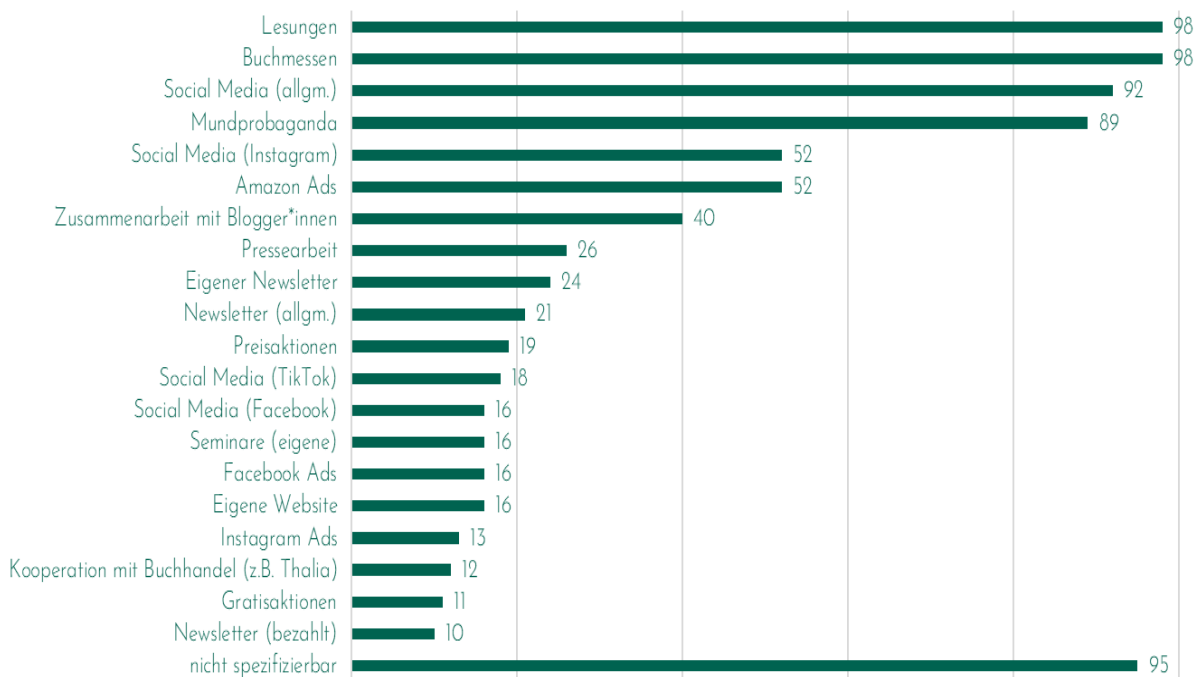
Welche Marketing-/ Werbemaßnahme war für dich 2025 am erfolgreichsten?

Für die diesjährige Umfrage wurde diese neue Frage mit der Möglichkeit einer Freitext-Antwort aufgenommen.

Auch bei den von den Befragten als erfolgreich empfundenen Maßnahmen dominieren klar persönliche und beziehungsorientierte Formate: Buchmessen und Lesungen werden mit jeweils rund 12 % am häufigsten als wichtigste Erfolgsquelle genannt, dicht gefolgt von allgemeinem Social Media und Mundpropaganda, die jeweils etwa 11 % der Nennungen auf sich vereinen. Diese Instrumente leben von direkter Präsenz, Austausch und Empfehlung und bilden damit das Rückgrat der wirksamsten Marketingaktivitäten.

Rund 12 % der Nennungen entfallen auf „nicht spezifizierbar“, was zeigt, dass viele Selfpublisher den konkreten Erfolg einzelner Maßnahmen entweder nicht genau messen oder nur schwer eindeutig zuordnen können. Plattform- und kanalbasierte Mittel wie Amazon Ads und Instagram (jeweils gut 6 %) sowie die Zusammenarbeit mit Bloggerinnen (knapp 5 %) werden von einer engagierten Gruppe gezielt genutzt und liefern für diese Autorinnen messbare Erfolge, spielen im Gesamtbild aber eine deutlich kleinere Rolle als persönliche Auftritte, Social Media insgesamt und Empfehlungen.

Welche Marketing-/Werbemaßnahme war für dich 2025 am erfolgreichsten?

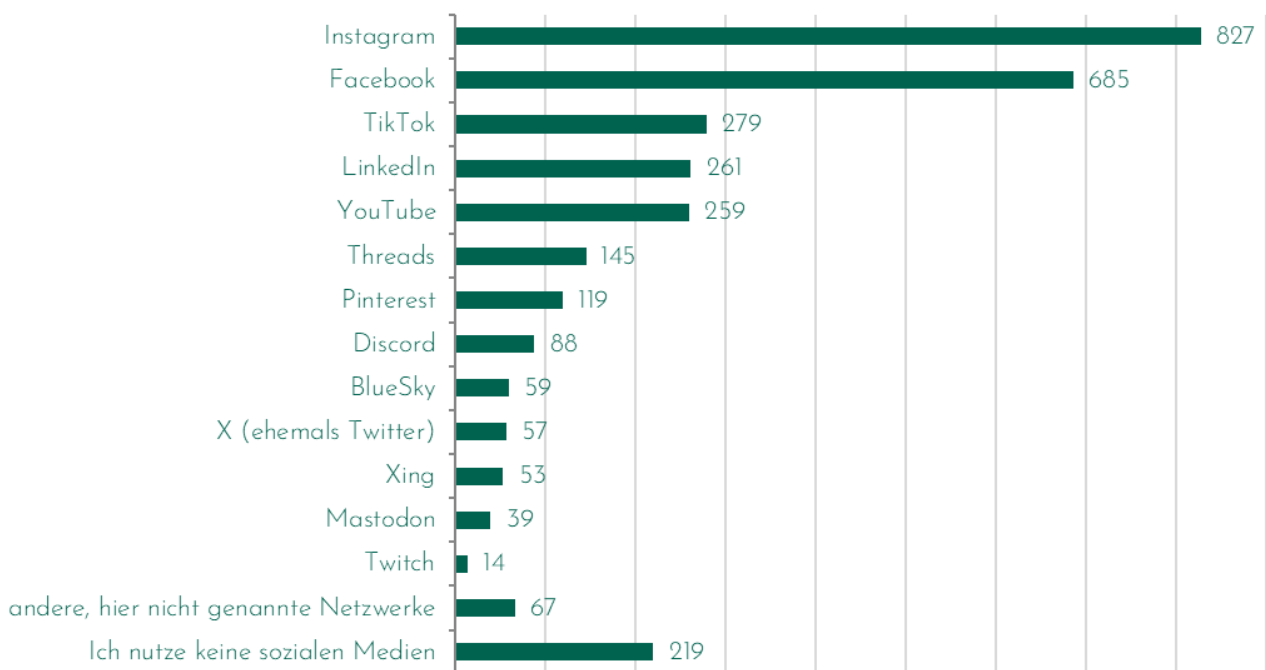


Welche sozialen Netzwerke nutzt du?

Bei der Nutzung sozialer Netzwerke zeigt sich ein klares Schwergewicht auf den großen Mainstream-Plattformen: Instagram (66 %) und Facebook (55 %) werden von der Mehrheit der Selfpublisher genutzt und bilden damit die zentralen Kanäle für Sichtbarkeit, Community-Aufbau und Buchmarketing. Direkt dahinter folgen TikTok (22 %), LinkedIn (21 %) und YouTube (21 %). Damit blieben die Top 5 gleich zum Vorjahr, mit geringfügigen Wechseln auf den Plätzen 3 bis 5.

Rund ein Fünftel der Befragten (18 %) nutzt überhaupt keine sozialen Medien und setzt damit auf andere Kontakt- und Marketingwege - oder verzichtet weitgehend auf laufende Online-Kommunikation.

Welche sozialen Netzwerke nutzt du?

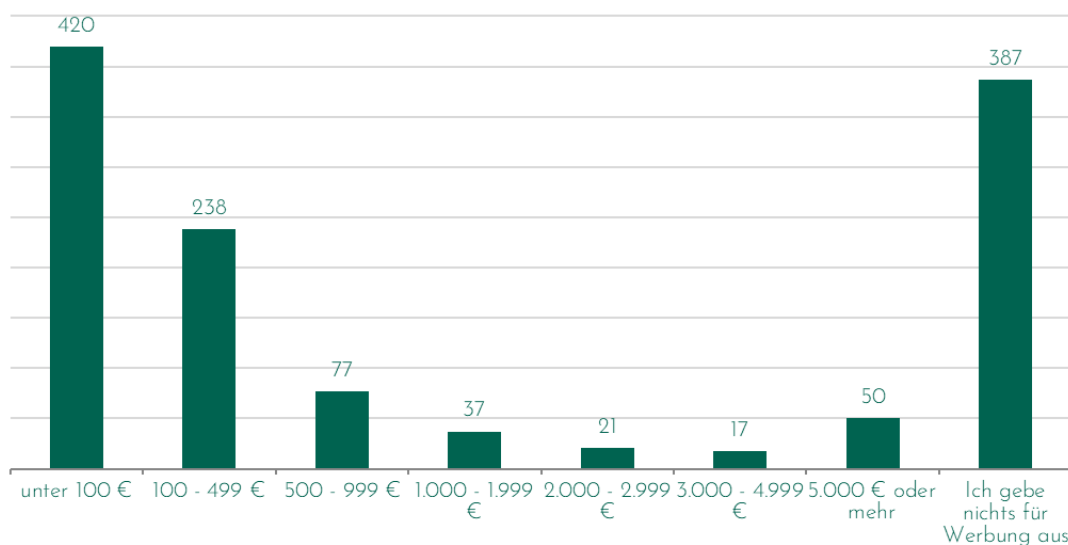


Wie hoch waren 2025 deine Ausgaben für Werbung (z.B. bezahlte Ads)?

Rund ein Drittel (34 %) der Autor*innen investierten 2025 unter 100 € in Werbung, während weitere 19 % zwischen 100 und 499 € ausgeben. Zusammen mit denen, die gar nichts investieren (31 %), arbeitet damit eine klare Mehrheit mit maximal ein paar hundert Euro pro Jahr oder verzichtet komplett auf bezahlte Werbung.

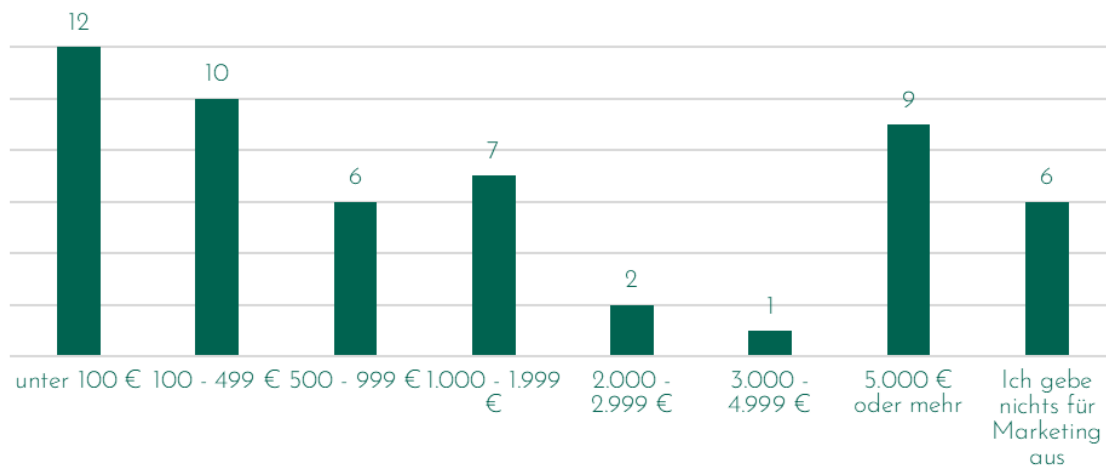
Nur eine vergleichsweise kleine Gruppe geht darüber hinaus: 16 % insgesamt geben mehr als 500 € aus, eine besonders engagierte Minderheit von 4 % investiert 5.000 € oder mehr pro Jahr in Werbung und bewegt sich damit in einem klar professionellen oder stark wachstumsorientierten Bereich.

Wie hoch waren 2025 deine Ausgaben für Werbung (z. B. bezahlte Ads)?



Eine Vorschau auf die „Profi“-Auswertung (Autor*innen mit einem monatlichen Umsatz von 5.000 € und mehr) zeigt jedoch, dass mehr nicht immer mehr hilft: 34 % dieser Selfpublisher gaben im vergangenen Jahr unter 100 € für Werbemaßnahmen aus oder sogar gar nichts.

Marketingausgaben der "Gutverdienenden" (ab 5.000 € Umsatz)



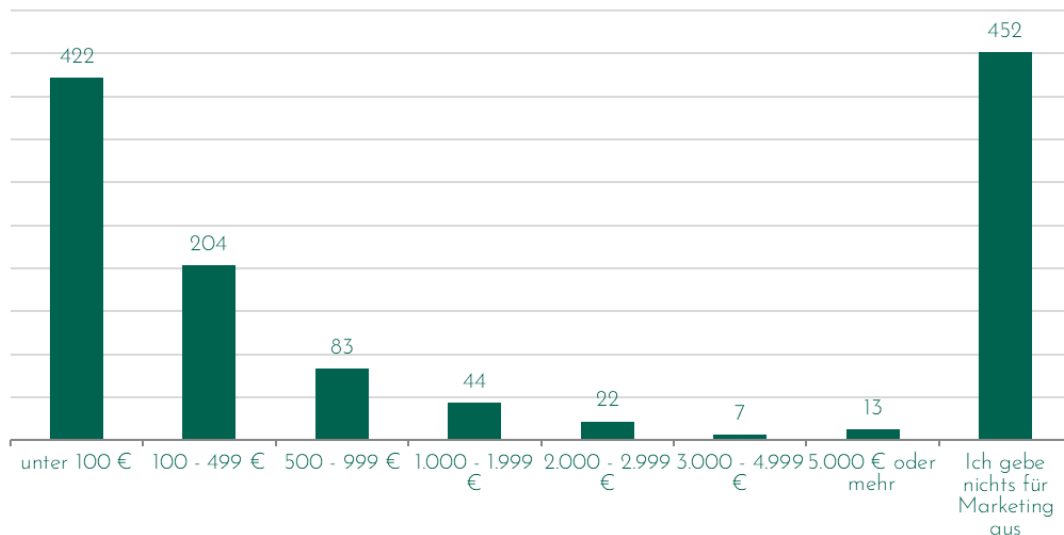
Wie hoch waren 2025 deine Ausgaben für sonstiges Marketing (z.B. Stände auf Messen, Werbematerial)?

Abgesehen von der klassischen, bezahlten Werbung, haben die meisten Teilnehmenden (34 %) an, im vergangenen Jahr unter 100 € für eigene Messestände oder Werbematerial ausgegeben zu haben.

Weitere 16 % liegen im Bereich von 100 bis 499 €. Zusammen mit denjenigen, die gar nichts investieren (36 %), arbeitet damit eine deutliche Mehrheit mit sehr niedrigen bis überschaubaren Budgets oder verzichtet vollständig auf diesen Kostenblock.

Etwas höhere Ausgaben zwischen 500 und 1.999 € kommen bei etwa 11 % der Befragten vor, während nur eine kleine Minderheit von rund 4 % 2.000 € oder mehr pro Jahr in sonstiges Marketing investiert.

Wie hoch waren deine Ausgaben 2025 für sonstiges Marketing (z. B. Stände auf Messen, Werbematerial)?

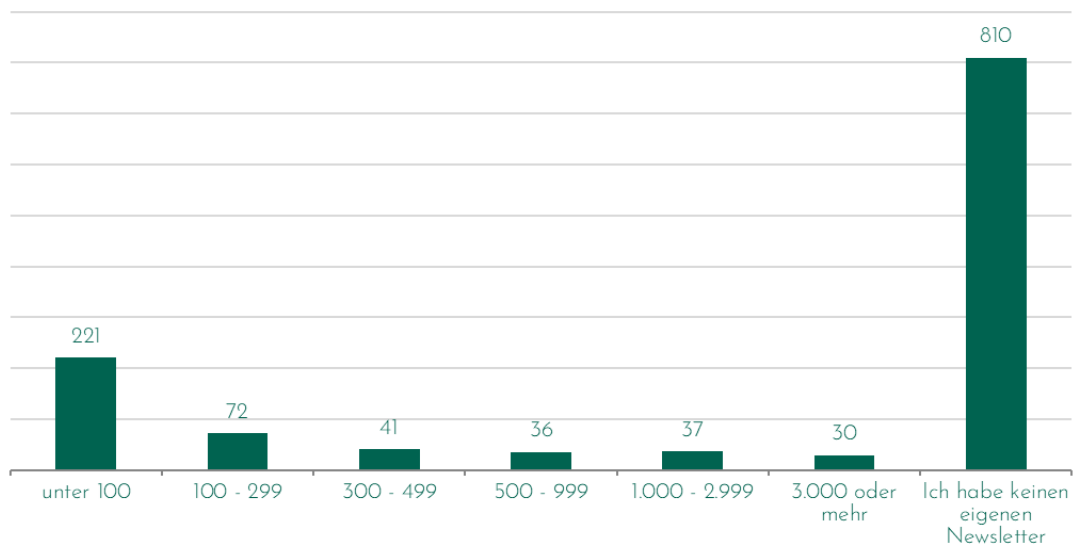


Wie viele Newsletter-Abonent*innen hast du für deinen eigenen Newsletter?

Die Mehrheit der Selfpublisher (65 %) haben keinen eigenen Newsletter.

Unter denjenigen, die einen Newsletter nutzen, dominiert eine eher kleine bis wachsende Liste: Etwa 18 % der Gesamtstichprobe liegen bei unter 100 Abonent*innen, weitere Gruppen bewegen sich meist im Bereich von 100 bis knapp 1.000 Kontakten. Nur eine sehr kleine Minderheit erreicht Reichweiten im Bereich von 1.000 bis 2.999 oder sogar 3.000 oder mehr Abonent*innen und betreibt damit ein vergleichsweise stark ausgebautes, eigenes Direktmarketing.

Wie viele Newsletter-Abonent*innen hast du für deinen eigenen Newsletter?

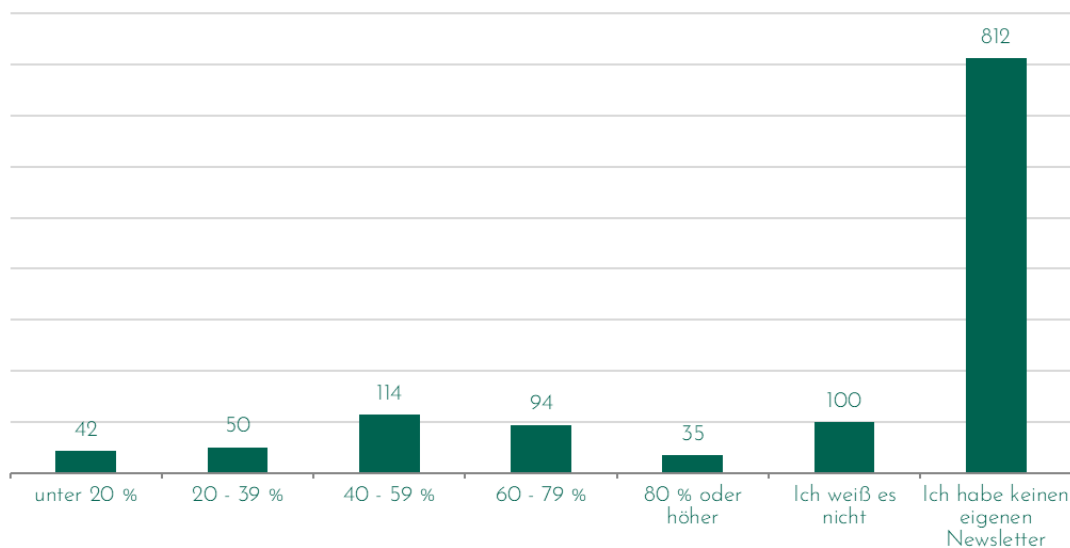


Wie hoch ist deine durchschnittliche Newsletter-Öffnungsrate?

Diejenigen Selfpublisher mit einem Newsletter, gaben mit knapper Mehrheit (9 %) eine durchschnittliche Öffnungsrate von 40-59 % an, weitere 8 % bewegen sich bei 60-79 % Öffnungsrate. Die restliche Verteilung der Angaben ist recht ausgeglichen.

Dennoch: Dort, wo Newsletter aktiv eingesetzt und gemessen werden, funktionieren sie oft gut - aber sie sind nach wie vor ein Instrument einer vergleichsweise kleinen Teilgruppe der Selfpublisher.

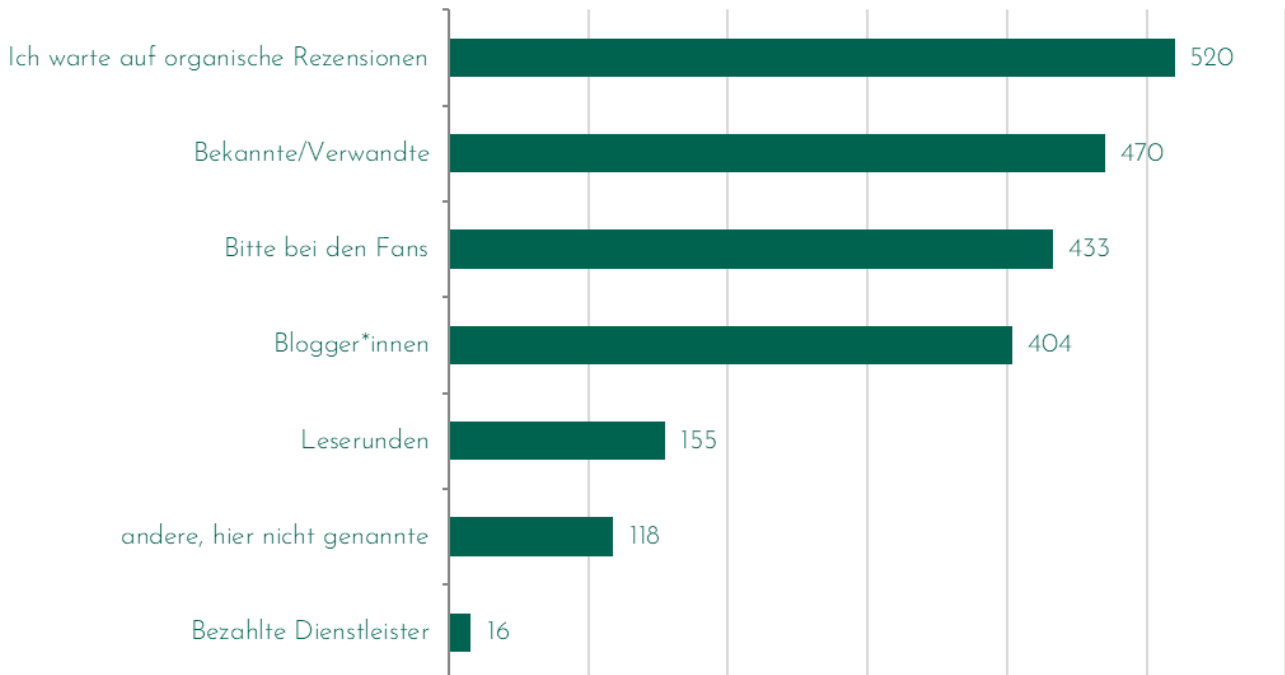
Wie hoch ist deine durchschnittliche Newsletter-Öffnungsrate?



Wie gewinnst du erste Rezensionen für deine Bücher?

Bei der Frage danach, wie die Teilnehmenden die ersten Rezensionen für ihre Bücher gewinnen, war eine Mehrfachauswahl möglich. Die häufigste Antwort (42 %) war, wie auch im Vorjahr, das Warten auf organische Rezensionen, gefolgt von der Bitte bei Bekannten und den Fans.

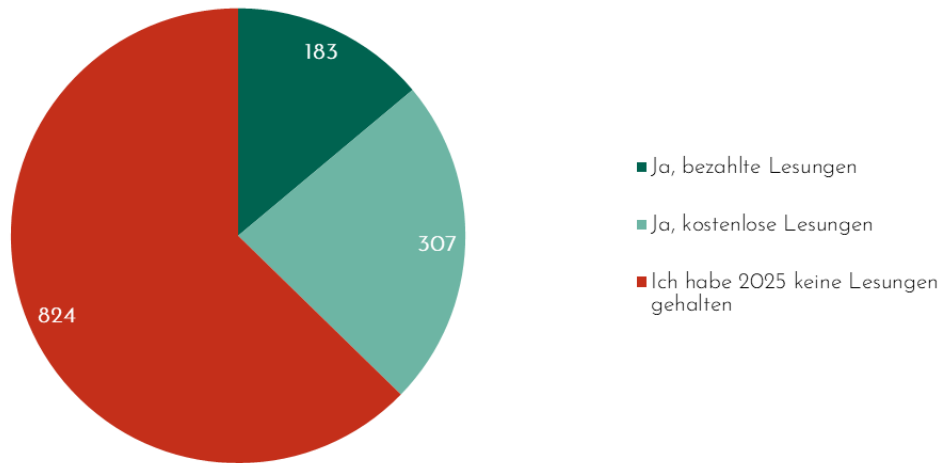
Wie gewinnst du erste Rezensionen?



Hast du 2025 Lesungen gehalten? (Mehrfachauswahl möglich)

Die meisten Teilnehmenden haben 2025 keine Lesungen gehalten. Kostenlose Lesungen sind mit 25 % deutlich häufiger vertreten als bezahlte Formate, die nur 15 % der Befragten durchgeführt haben. Damit zeigt sich ein klares Bild: Honorierte Lesungen bleiben die Ausnahme, während ein großer Teil der Autor*innen entweder gar nicht liest oder vor allem unentgeltlich auftritt.

Hast du 2025 Lesungen gehalten? (Mehrfachauswahl möglich) (Ja, bezahlte Lesungen)

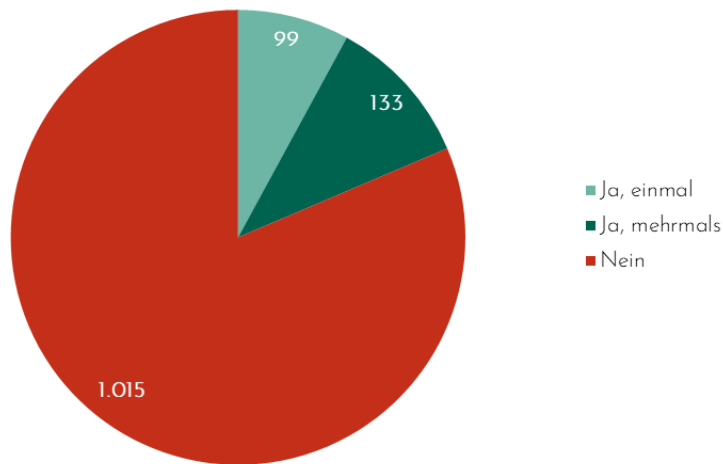


Buchmessen

Hast du 2025 mit eigenem Stand an Messen teilgenommen?

Rund ein Fünftel der Befragten war 2025 mit einem eigenen Stand auf Messen vertreten. 8 % entschieden sich für einen einzelnen Messeauftritt, während 11 % mehrmals präsent waren und damit besonders aktiv auf Sichtbarkeit setzten. Dem gegenüber steht jedoch eine deutliche Mehrheit von 81 %, die keine Messebeteiligung mit eigenem Stand hatte.

Hast du in 2025 mit eigenem Stand an Messen teilgenommen?



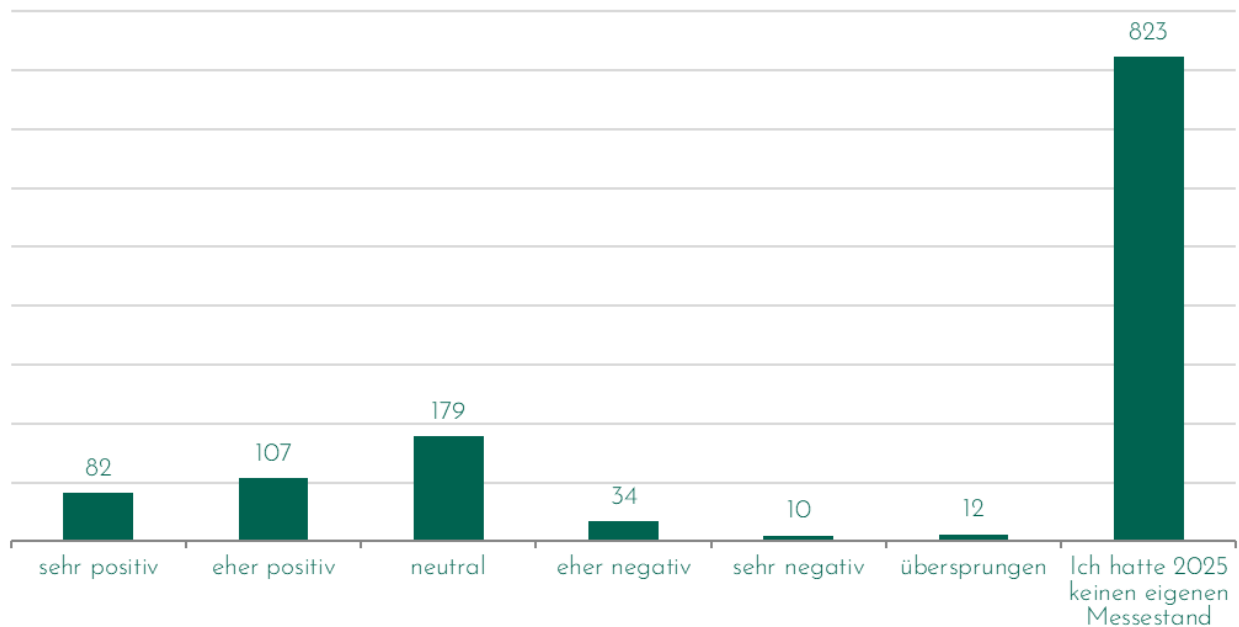
Wie waren deine bisherigen Erfahrungen mit einem eigenen Stand auf Buchmessen?

Rund ein Drittel derjenigen, die 2025 mit einem eigenen Stand auf einer Buchmesse vertreten waren, blickt positiv auf diese Erfahrung zurück: 7 % bewerten sie als sehr positiv, weitere 9 % als eher positiv.

Die größte Gruppe innerhalb der aktiven Aussteller*innen ordnet ihre Erlebnisse jedoch im neutralen Bereich ein (14 %). Nur wenige berichten von negativen Erfahrungen: 3 % eher negativ, 1 % sehr negativ.

In 2025 blickten noch 55 % der Befragten positiv bis sehr positiv auf ihre Messeerlebnisse zurück.

Wie waren deine bisherigen Erfahrungen mit einem eigenen Stand auf Buchmessen?



Künstliche Intelligenz

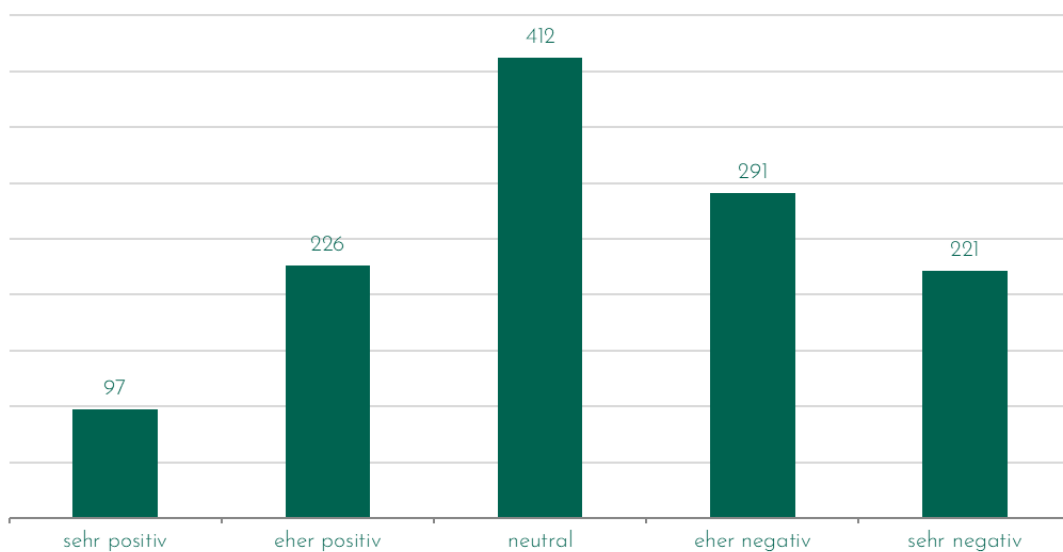
Wie schätzt du den Einfluss von KI auf die kreative Arbeit von Autor:innen ein?

Mehr als die Hälfte der Befragten sieht den Einfluss von KI auf kreative Arbeit nicht eindeutig positiv oder negativ: 33 % schätzen ihn als neutral ein. Diese große Mitte zeigt, dass viele Autor*innen zwar Veränderungen wahrnehmen, aber noch keine klare Richtung erkennen.

Gleichzeitig polarisiert das Thema deutlich.

Auf der positiven Seite stehen zusammen 26 %, die KI als Chance betrachten. Dem gegenüber stehen 41 %, die den Einfluss kritisch sehen. Dieser Wert hat sich im Vergleich zum Vorjahr kaum verändert (2025: 40 %).

Wie schätzt du den Einfluss von künstliche Intelligenz (KI) auf kreative Arbeit ein?



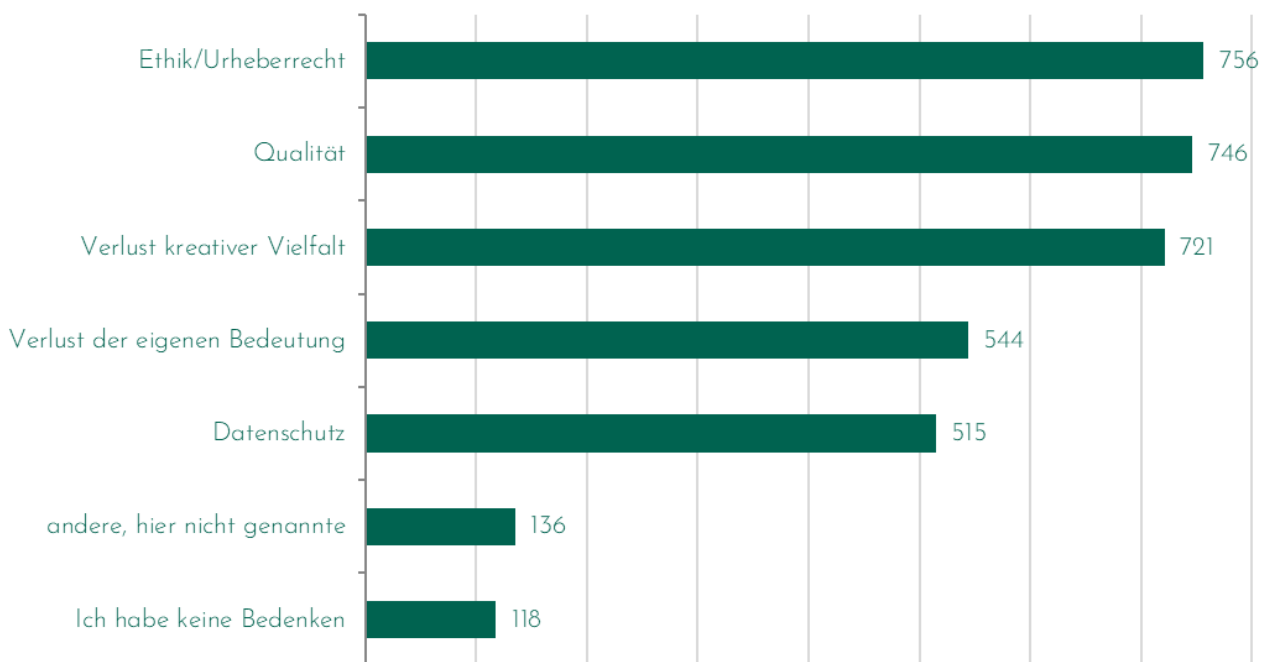
Welche Bedenken hast du bezüglich der Nutzung von KI?

Die größten Sorgen der Teilnehmenden richten sich klar auf die Qualität (60 %), die ethischen Fragen (61 %) und den Verlust kreativer Vielfalt (58 %).

Ebenso ausgeprägt ist die Angst vor dem Verlust der eigenen Bedeutung (44 %). Datenschutz spielt für 41 % ebenfalls eine wichtige Rolle und zeigt, dass technische und rechtliche Rahmenbedingungen weiterhin Unsicherheit erzeugen.

Nur 9 % geben an, keine Bedenken zu haben.

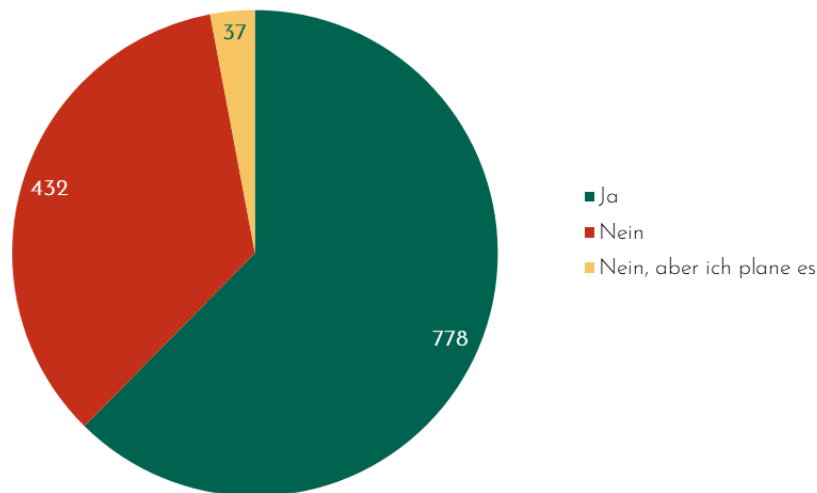
Welche Bedenken hast du bezüglich KI?



Hast du bereits KI-Tools zur Unterstützung deines Schreibprozesses verwendet?

Trotz der mannigfaltigen Bedenken, nutzen 61 % der Selfpublisher bereits KI-Tools. Hier zeigt sich eine deutliche Entwicklung im Vergleich zum Vorjahr, wo noch 58 % der Befragten den Einsatz von KI abgelehnt haben.

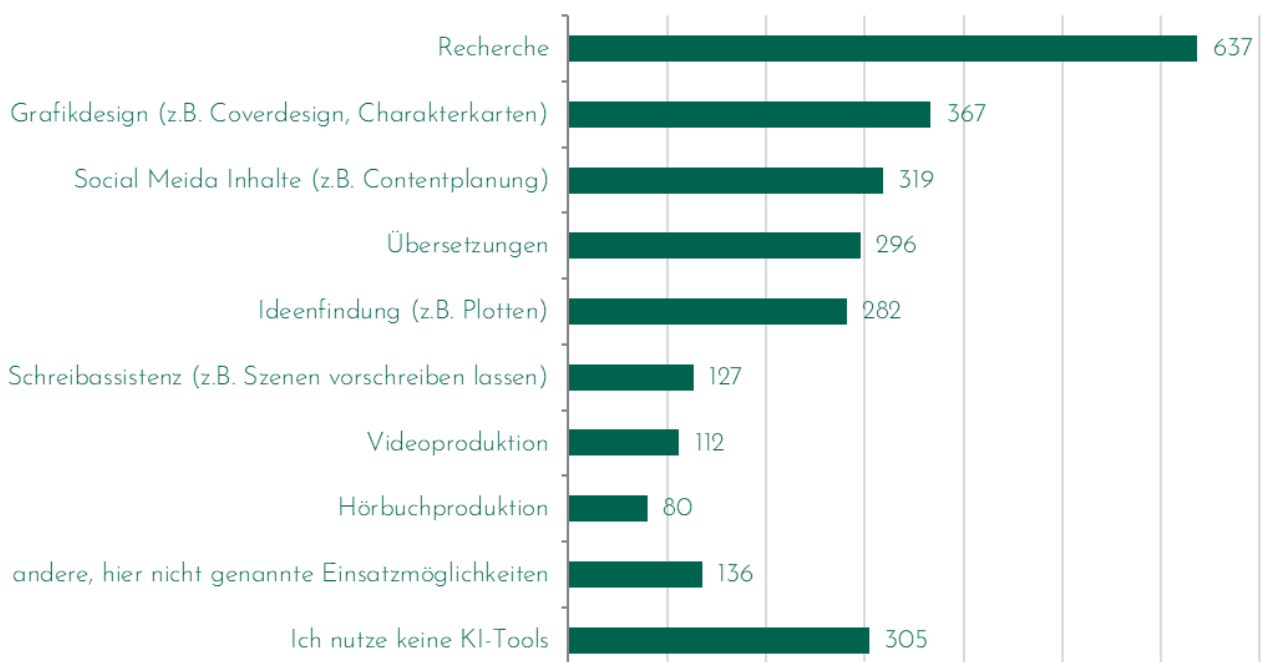
Hast du bereits KI-Tools genutzt?



Welche KI-Tools nutzt du oder würdest du nutzen wollen?

Für diejenigen, die KI im Autor*innen-Alltag nutzen, sind die häufigsten Einsatzfelder Recherche, Grafikdesign, die Erstellung von Social-Media-Inhalten und Übersetzungen. Die Nutzung als Schreibassistent, die in der Vorjahresumfrage noch auf Platz 2 war, ist nun auf den sechsten Platz gerutscht.

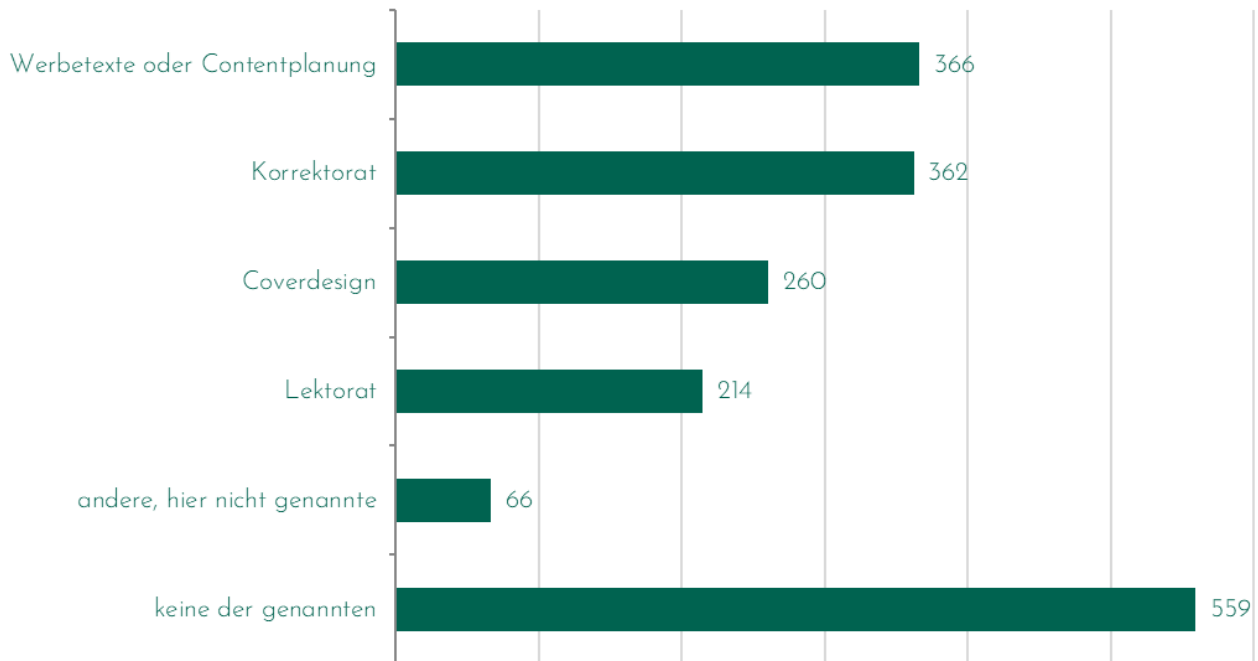
Welche KI-Tools nutzt du oder würdest du nutzen wollen?



Welche Dienstleistungen würdest du durch KI ersetzen?

Die meisten Selfpublisher würden keine der genannten Dienstleistungen durch KI ersetzen. Unter denjenigen, die offen für KI-Ersatz sind, liegen Werbetexte bzw. Contentplanung und das Korrektorat mit jeweils 29 % vorn. Coverdesign folgt mit 21 %, während das Lektorat mit 17 % etwas seltener genannt wird.

Welche Dienstleistungen würdest du durch KI ersetzen?



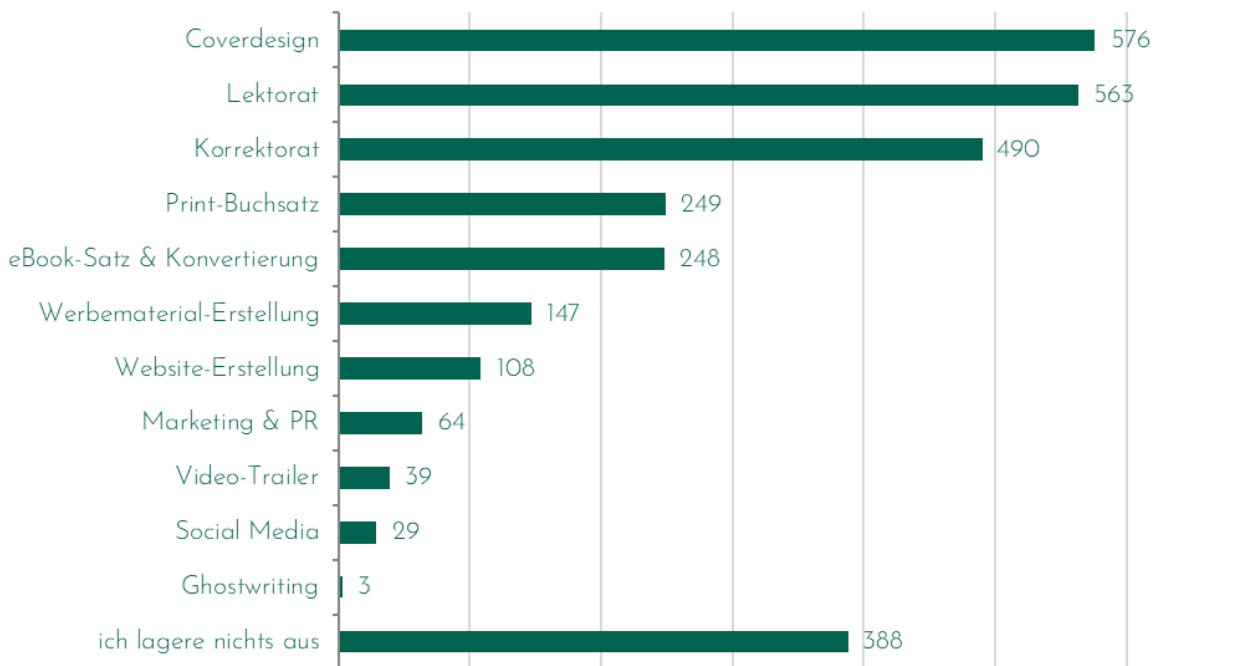
Dienstleister & Netzwerken

Welche dieser Arbeiten lagerst du an Dienstleister aus?

Ein Blick auf die ausgelagerten Arbeiten zeigt, dass viele Selfpublisher klar priorisieren, welche Aufgaben sie extern vergeben. Coverdesign liegt mit 46 % an der Spitze und bildet damit den am häufigsten ausgelagerten Bereich. Direkt dahinter folgen Lektorat (45 %) und Korrektorat (39 %). Diese Ergebnisse wurden schon in der Umfrage 2025 erzielt.

Dem gegenüber stehen 31 %, die gar nichts auslagern und demnach alle anfallenden Arbeiten selbst erledigen.

Welche Arbeiten lagerst du an Dienstleister aus?



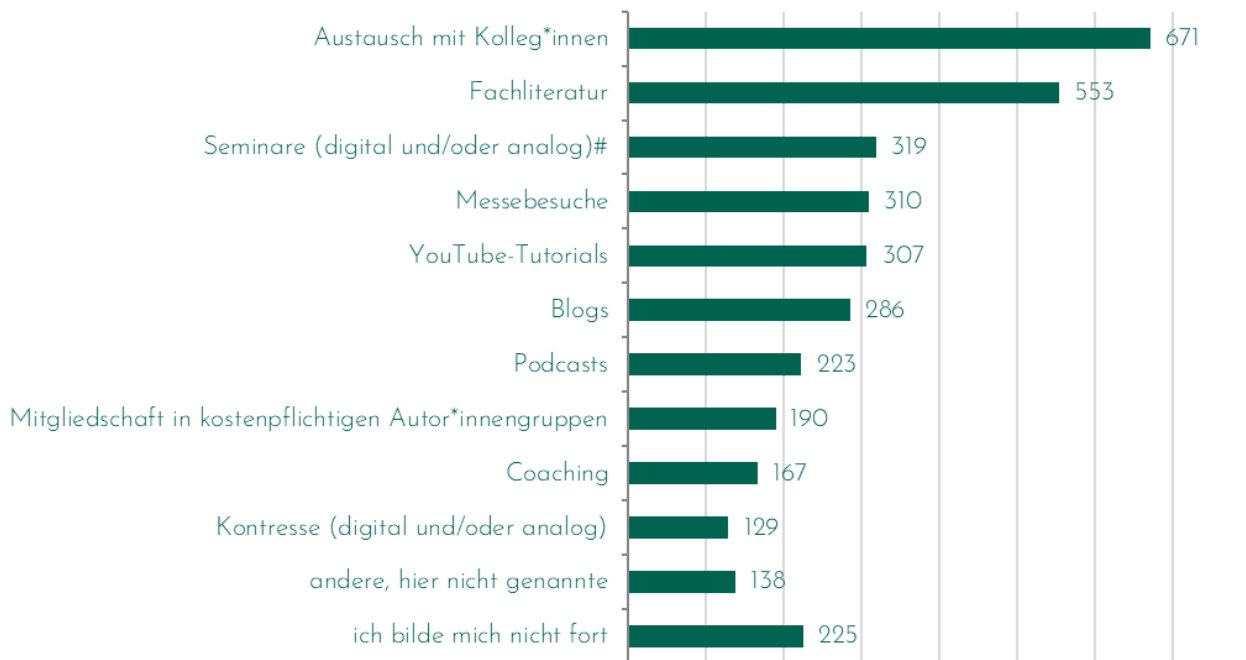
Welche Möglichkeiten zur Fortbildung nutzt du?

Die beliebteste Fortbildungsmaßnahme der Selfpublisher ist, wie in den Vorjahren auch, der Austausch untereinander: 54 % nutzen diesen direkten Wissenstransfer aktiv. Auch Fachliteratur spielt mit 44 % eine zentrale Rolle und zeigt, wie wichtig fundiertes, vertiefendes Wissen für viele Autor*innen bleibt.

Ebenfalls stark vertreten sind Seminare (26 %) sowie Messebesuche und YouTube-Tutorials (je 25 %). Diese Formate bieten entweder strukturierte Lernumgebungen oder leicht zugängliche, praxisnahe Inhalte.

18 % hingegen bilden sich gar nicht fort. Das ist abermals ein Anstieg im Vergleich zu den vorigen Umfragen (2024: 10 %; 2025: 11 %). Eine beunruhigende Entwicklung, vor allem, weil Fortbildung und Wissensaneignung für Selfpublisher noch nie so einfach waren wie in dieser Zeit.

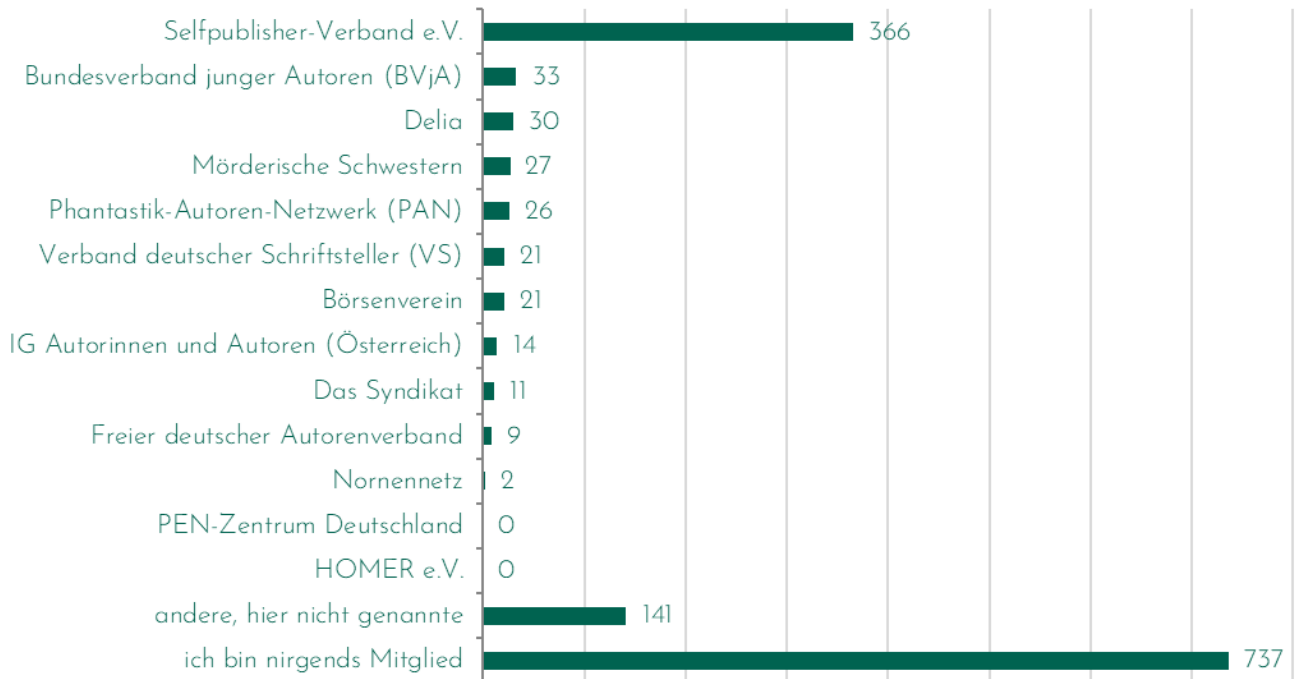
Welche Fortbildungsangebote nutzt du?



In welchen Verbänden/Netzwerken bist du Mitglied?

Obwohl die Umfrage vom Selfpublisher-Verband e.V. initiiert wurde, ist die häufigste Antwort bei der Frage nach der Verbandsmitgliedschaft jedoch auf „keine“ gefallen. Fast sechzig Prozent der Teilnehmenden sind nirgends Mitglied - ein leichter Rückgang zum Vorjahr (2025: 65 %). Neben dem Selfpublisher-Verband (29 %) sind weitere Verbände wie der BVjA (3 %) vertreten, genauso wie Delia, Mörderische Schwestern oder PAN (jeweils rund 2 %).

In welchen Verbänden/Netzwerken bist du Mitglied?

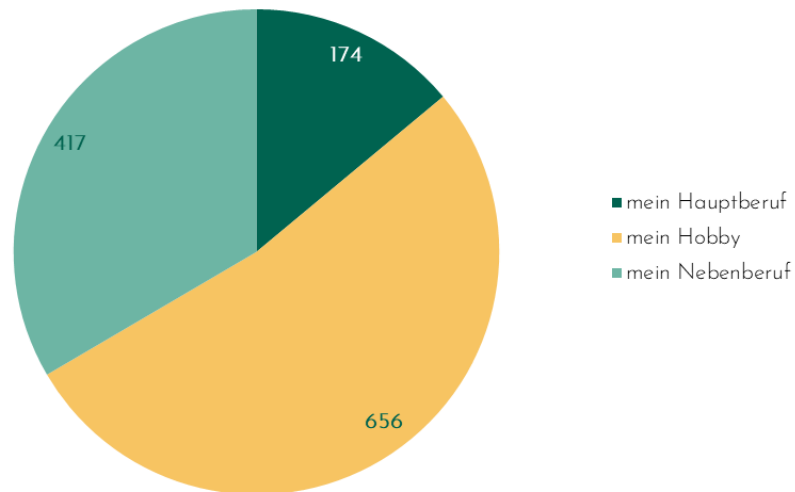


Demografische Daten

Meine Autor*innen-Tätigkeit ist...

„Schreiben ist mein Hobby“, diese Antwort gaben die meisten Befragten an. Ein Drittel (33 %) bezeichnet das Schreiben als Nebenberuf, was zeigt, dass viele zwar professionell arbeiten, aber nicht hauptberuflich davon leben. Nur 14 % bezeichnen das Schreiben als ihren Hauptberuf (2024: 19 %, 2025: 13 %).

Meine Autor*innen-Tätigkeit ist ...

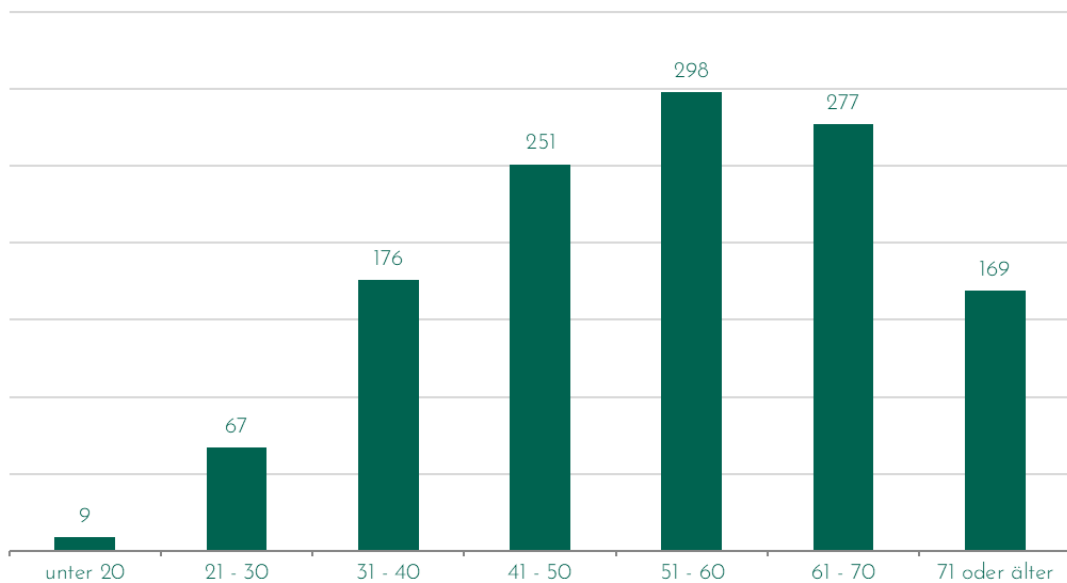


Wie alt bist du?

Die Altersverteilung der Teilnehmenden zeigt ein breites Spektrum, das sich jedoch klar in der Lebensmitte konzentriert. Die größten Gruppen liegen zwischen 51 und 60 Jahren (24 %) sowie 61 und 70 Jahren (22 %). Auch die Altersbereiche 41 bis 50 und 31 bis 40 sind mit 20 % bzw. 14 % stark vertreten und bilden gemeinsam das zentrale Autor*innen-Segment.

Jüngere Schreibende unter 30 Jahren machen dagegen nur einen sehr kleinen Anteil aus (insgesamt 6 %), während die Gruppe der 71-plus-Autorinnen* mit 14 % wieder deutlich sichtbar wird.

Wie alt bist du?

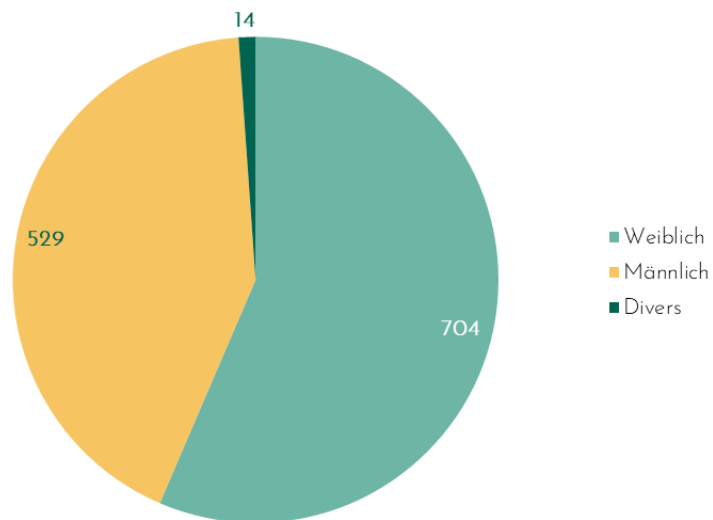


Welchem Geschlecht fühlst du dich zugehörig?

Die Aussage „Selfpublishing ist weiblich“ trifft noch immer zu.

Mehr als die Hälfte der Teilnehmenden (56 %) identifiziert sich als weiblich, die männlichen Selfpublisher kommen auf 42 %.

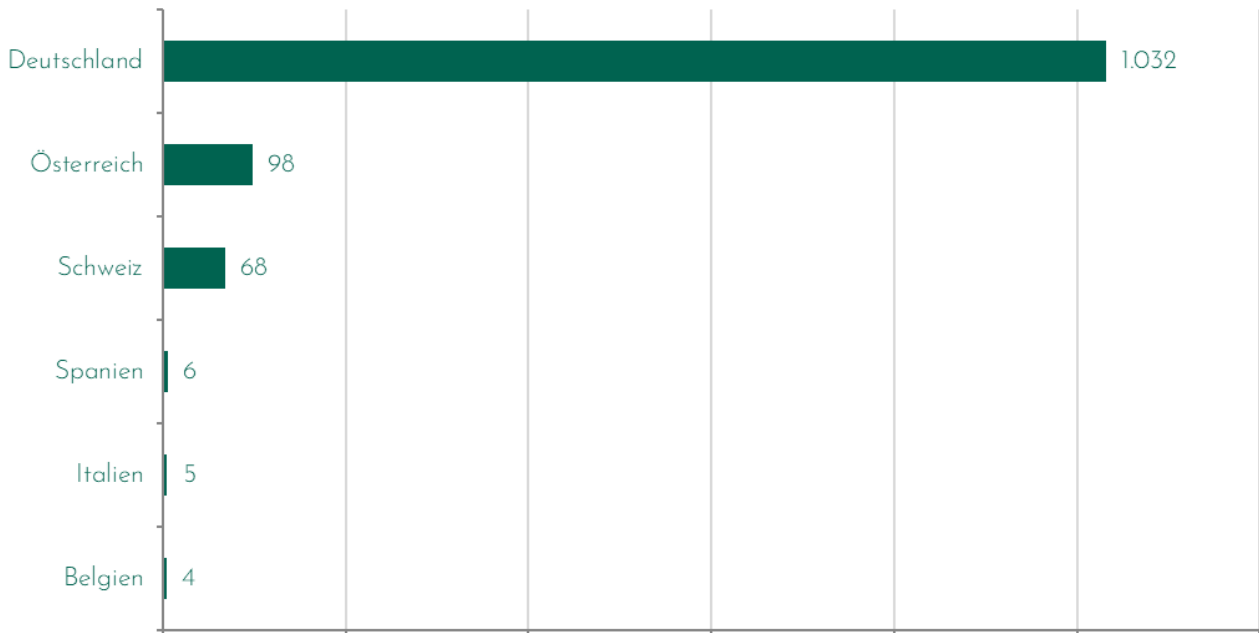
Welchem Geschlecht fühlst du dich zugehörig?



In welchem Land lebst du?

96 % der Teilnehmenden kommen aus dem DACH-Verband: Deutschland, Österreich und die Schweiz. Wie auch im Vorjahr wurde das Diagramm wegen der besseren Übersichtlichkeit auf die „Top-6“-Länder begrenzt. Die Antworten belegen jedoch, dass deutschsprachige Selfpublishing Autorinnen und Autoren überall auf der Welt leben: 22 Länder insgesamt (u.a. Frankreich, Thailand oder USA) und insgesamt 3 Teilnehmende bezeichnen sich selbst gar als digitale Nomaden.

In welchem Land lebst du?



Fazit & Ausblick

Was sagt uns nun die Auswertung der Selfpublisher-Umfrage 2026?

Wie auch in den vorigen Jahren zeigt sie eine Selfpublishing-Landschaft, die von einer „erfahrenen Mitte“ geprägt ist, während gleichzeitig viele neue Autor*innen nachrücken. Trotz wachsender Professionalität - etwa bei Investitionen in Lektorat oder Buchproduktion - bleibt die finanzielle Realität für die Mehrheit der verlagsunabhängig Schreibenden ernüchternd, denn der Großteil erzielt weniger als 200 € Umsatz pro Monat.

Inhaltlich dominieren klar positionierte Genres wie Liebesromane, Fantasy und auch Sach-/Fachbücher. Marketing wird breit genutzt, aber mit geringem Zeitbudget, und selbst zentrale Maßnahmen wie Websites oder Social Media führen für viele nicht zu höheren Umsätzen.

Insgesamt entsteht das Bild einer engagierten, wachsenden, aber wirtschaftlich stark herausgeforderten Community, die zwischen Hobby, Nebenberuf und professionellem Anspruch balanciert.

AUSBLICK: Im nächsten Beitrag der Reihe werfen wir einen genaueren Blick auf die wirtschaftlich erfolgreichen Selfpublisher und schauen, ob wir aus ihren Antworten Strategien für die eigenen Bucherfolge ziehen können.