

# AMAZON KDP & AMAZON MARKETING

Passives Einkommen mit Self-Publishing auf Amazon

Die Schritt-für-Schritt-Anleitung,  
um Geld im Internet zu verdienen



MAX MITTELSTAEDT



Scientific Economics

# AMAZON KDP UND AMAZON MARKETING

PASSIVES EINKOMMEN AUFBAUEN MIT SELF  
PUBLISHING AUF AMAZON -

DIE SCHRITT FÜR SCHRITT ANLEITUNG UM  
GELD IM INTERNET ZU VERDIENEN

MAX MITTELSTAEDT



Scientific Economics

## **VORWORT**

### **AMAZON KINDLE DIRECT PUBLISHING (KDP) SCHNELLSTART**

#### **DAS DASHBOARD**

[BUCHDETAILS AUSFÜLLEN](#)

[BUCHINHALTE AUSFÜLLEN](#)

[DAS COVER CREATE TOOL](#)

[PREISE UND RECHTE EINSTELLEN](#)

[Die Berechnung der Druckkosten](#)

[KDP SELECT](#)

[RECHTLICHES UND STEUERN](#)

#### **DAS BUCHLISTING**

##### **DER TITEL UND DER UNTERTITEL**

##### **DAS COVER**

##### **WIRTSCHAFTSPSYCHOLOGIE**

[DIE EMOTIONALEN REIZE](#)

[DIE PHYSISCHEN REIZE](#)

[Der Kontrast](#)

[Die Farbe](#)

[Die Helligkeit und die Sättigung](#)

[Die Schrift](#)

[Die Überschrift](#)

[Die Werbetexte](#)

[Die Platzierung und das Blickverhalten](#)

[Die Bilder](#)

##### **BUCHBESCHREIBUNG**

##### **DER PREIS**

##### **DIE KATEGORIEN**

[Die Verkaufsränge](#)

##### **DIE BEWERTUNGEN**

##### **WEITERE FAKTOREN**

#### **DER BUCHVERÖFFENTLICHUNGSPROZESS**

##### **No Content, Low Content und High Content Bücher**

##### **NISCHEN FINDEN**

[1. MÖGLICHKEIT: VERKAUFSRÄNGE EINSEHEN](#)

[2. MÖGLICHKEIT: AMAZON SUCHERGEBNISSE FILTERN](#)

[3. MÖGLICHKEIT: GOOGLE NUTZEN](#)

[4. MÖGLICHKEIT: HELIUM 10 MAGNET<sup>2</sup>](#)

[5. MÖGLICHKEIT: HELIUM 10 BLACK BOX](#)

[6. MÖGLICHKEIT: HELIUM 10 CEREBRO](#)

[7. MÖGLICHKEITEN: NEUGIERIG SEIN](#)

[WELCHE NISCHEN MAN NICHT AUSWÄHLEN SOLLTE](#)

[WEITERE TIPPS ZUR BUCHVERÖFFENTLICHUNG](#)

## [AMAZON SEO](#)

[DIE RELEVANZ](#)

[DIE PERFORMANCE](#)

[UNTERSCHIED ORGANISCHES VS. BEZAHLTES RANKING](#)

## [AMAZON MARKETING](#)

[WARUM MAN WERBUNG SCHALTEN SOLLTE](#)  
[WERBEMÖGLICHKEITEN FÜR AMAZON KDP](#)

[DIE ANZEIGENERSTELLUNG](#)

[DIE KAMPAGNENSTRUKTUR](#)

[KAMPAGNENGEBOTSSTRATEGIE](#)

[ANZEIGENGRUPPE ERSTELLEN](#)

[Manuelle vs. automatische Kampagne](#)

[Gebote festlegen](#)

[KEYWORDS FÜR AMAZON-WERBUNG FINDEN](#)

[EXTERNER MARKETING](#)

[AMAZON ADVERTISING CONTROLLING](#)

[DAS BERICHTSSYSTEM](#)

[DIE KENNZAHLEN IN DER ÜBERSICHT](#)

[WARUM DER ACoS IRRELEVANT IST](#)

[WIE KANN MAN DEN ACoS SENKEN ODER ERHÖHEN?](#)

[DIE CONVERSION RATE](#)

[HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN FÜR AMAZON ADS](#)

[Wissenschaftliches Vorgehen](#)

[UNPROFITABLE ANZEIGEN](#)

[SKALIERUNGSMÖGLICHKEITEN](#)

[ANHANG](#)

[NACHWORT](#)

## [LITERATURVERZEICHNIS](#)

[IMPRESSUM](#)

[MEIN COACHING](#)

## Vorwort

Zu Beginn möchte ich Ihnen gleich eines sagen. Dies ist kein Ratgeber, um schnell reich zu werden. Es gibt im Internet so einige Experten, die behaupten, dass man mit dem Buchverkauf auf Amazon das schnelle Geld machen kann. Ich möchte das zwar nicht verneinen, aber vor allem die Menschen mit diesem Buch ansprechen, die den langfristigen Erfolg suchen.

Amazon KDP (Kindle Direct Publishing) und Amazon Marketing bedeutet vor allem viel ausprobieren, scheitern und weitermachen. Man muss Geduld mitbringen und die Fähigkeit besitzen, viele Dinge auszuprobieren. Eine gewisse Portion an Neugier kann also nicht schaden. Vor allem bei Amazon Marketing ist die Erfahrung Gold wert.

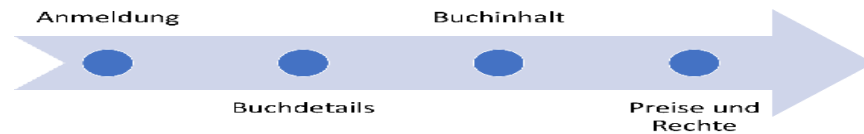
Viele Zusammenhänge kann man wissenschaftlich nicht erklären. Man muss vielmehr versuchen, ein Gefühl für die Vorgänge und Statistiken auf Amazon zu entwickeln. Diese Erfahrung, die ich sammeln durfte, sei es mit eigenen Buchprojekten oder mit den Büchern meiner Kunden, möchte ich mit diesem ausführlichen Ratgeber weitergeben. Das Buch soll Ihnen helfen, am Anfang Ihrer KDP und Amazon Marketingtätigkeit Geld zu sparen, indem Sie von Anfang an wissen, wie man erfolgreich ein Buch veröffentlicht.

Es gibt immer mehr Kunden auf Amazon. Auch die Zahl der Amazon Primemitglieder wächst stetig. Amazon hat nun mehr als 80 Millionen Primemitglieder (Fries & Bruns, 2019, S. 32). Davon profitiert auch Amazon KDP. Indem man Bücher veröffentlicht, hat man die Möglichkeit, wirklichen Mehrwert zu schaffen und Kunden glücklich zu machen.

Jeder kann Bücher auf Amazon hochladen. Egal, ob man sein eigenes Branding ausbauen, einfach etwas Geld im Internet verdienen oder bei der Bewerbung mit einem eigenen Buch glänzen möchte. Mit Amazon KDP hat jeder die Möglichkeit, seine persönlichen Ziele zu erreichen.

Alle im Buch genannten Namen oder Positionen sind selbstverständlich auf alle Geschlechter bezogen.

# Amazon Kindle Direct Publishing (KDP) Schnellstart



*Abbildung 1: Schritt für Schritt Anleitung.*

## Die Anmeldung bei KDP

Zuallererst muss man ein Konto bei KDP erstellen. Der Anmeldeprozess ist aber nicht schwierig und sollte nur ein paar Minuten dauern. Für die Anmeldung bei KDP benötigt man: Name, Adresse, Telefonnummer, Bankdaten und Steueridentifikationsnummer.

### 1) Anmelden

Eine Anmeldung kann man auf <https://kdp.amazon.com> durchführen. Es gibt die Möglichkeit, sich mit einem bestehenden Amazon-Konto anzumelden oder ein neues Amazon-Konto zu erstellen. Man kann also das gleiche Konto für Amazon KDP benutzen wie für die Käufe auf Amazon.

### 2) Persönliche Daten eingeben

Unter „Mein Konto“ muss man Informationen zum Autor/Verlag angeben. Hier kann man nicht wie bei Büchern Pseudonyme angeben, denn anhand dieser Daten findet die Abrechnung statt. Man sollte also wahrheitsgemäß die Felder ausfüllen.

### 3) Eingabe von Zahlungsinformationen

Auf der Seite „Mein Konto“ kann man zur Bezahlung wechseln. Hier gibt es die Möglichkeit, das Geschäfts- oder Privatkonto anzugeben, über das die Tantiemenabrechnung (Bezahlung von Amazon) erfolgt. Dank des EZV (elektronischen Zahlungsverkehrs) erhält man die Auszahlung immer in der Landeswährung des Standorts. Wenn man beispielsweise Gewinn auf dem amerikanischen Marktplatz (amazon.com) erzielt, wird der Gewinn automatisch umgerechnet und in Euro ausgezahlt.

#### 4) Steuerfragebogen ausfüllen

Hier muss man seine Steuerdaten wahrheitsgemäß angeben. Den gesamten Anmeldeprozess schließt man dann über das Speichern ab.



## Das Dashboard

Die Benutzeroberfläche von Amazon KDP ist sehr nutzerfreundlich. Im „Bücherregal“ kann man alle Informationen zu seinen Büchern ändern und neue Bücher veröffentlichen. Unter den „Berichten“ findet man eine Auswertung seiner Verkäufe. Die Verkäufe werden dabei getrennt nach Taschenbuch und E-Book angezeigt.

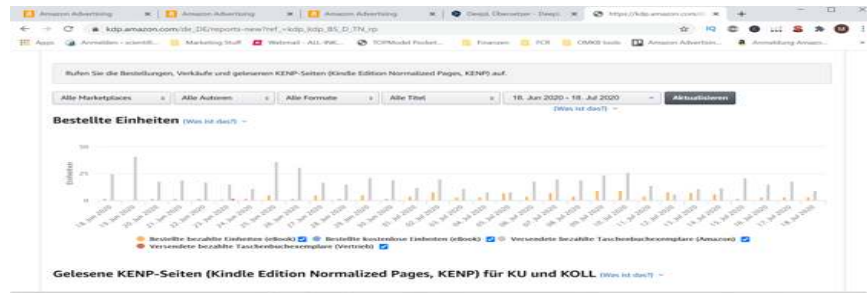


Abbildung 2: Übersicht bestellte Einheiten.

Man kann jederzeit nach Marktplatz, Autoren, Format oder Titel filtern. Unter den „verkauften Einheiten“ werden die gelesenen Seiten aus dem KDP Select Programm aufgeführt. Um die Anzahl der verkauften Exemplare pro Monat zu sehen, kann man auf den Reiter „Älter“ klicken. Dort sind die verkauften Exemplare als Summe aufgeführt.

Im unteren Bereich der Berichte befinden sich die verdienten Tantiemen. Dort kann man einen Bericht erstellen lassen. Einige zusätzliche Informationen gibt es im heruntergeladenen Bericht, z. B. wie viele Einheiten eines Buchs zurückgesendet wurden. Ansonsten kann man über „Hilfe“ oben rechts auf der Seite jederzeit den Support kontaktieren.

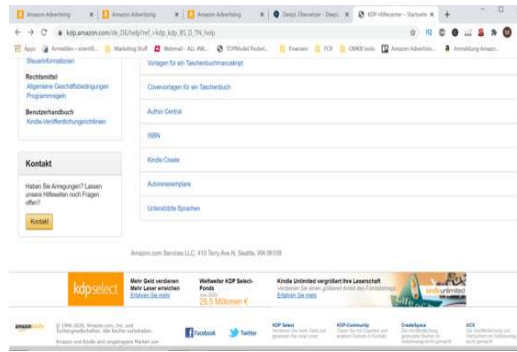


Abbildung 3: KDP Support.

## Buchdetails ausfüllen

Bevor man die Buchdetails erstellt, muss man einen neuen Titel anlegen. Es bietet sich an, sowohl ein E-Book als auch ein Taschenbuch über Amazon KDP zu veröffentlichen. Die Eingabedetails sind dabei für beide Formate identisch.

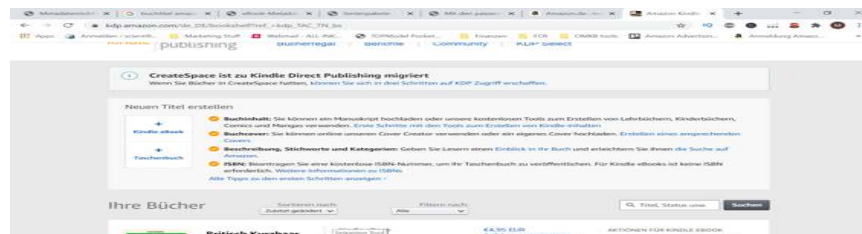


Abbildung 4: Neuen Titel erstellen.

Die ausgewählte **Sprache** sollte der Sprache des gewünschten Amazon Marktplatzes entsprechen. Die ausgewählte Sprache des Titels ist auf allen Marktplätzen neben dem Titel und bei den Produktinformationen ersichtlich.



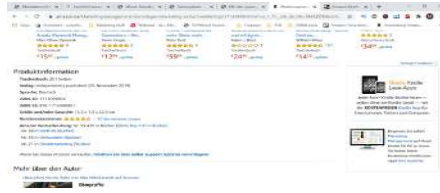


Abbildung 5: Die Sprache des Buches ist im Titel und bei den Produktinformationen gekennzeichnet.

Der **Buchtitel** sollte mit dem Titel auf dem Cover übereinstimmen. Der Titel ist eines der wichtigsten Buchdetails und ein häufig verwendetes Suchattribut. Kunden auf Amazon achten natürlich besonders auf den Titel, da er eines der wenigen Kriterien ist, die man direkt in den Suchergebnissen einsehen kann. Es ist daher wichtig, dass der Titel keine beschädigten Sonderzeichen, überflüssigen Wörter oder fehlerhaften Formatierungen beinhaltet. Es gibt auch einige Inhalte im Titel, die gegen die Amazon-Richtlinien verstoßen:

- Verweis auf andere Autoren/Titel
- Verweis auf Marken
- Verweis auf Bestseller von Amazon
- Verweis auf Werbung oder Sonderaktionen

Bei einem Buch mit mehreren Geschichten kann man das Buch mit „Bücherset“, „Serienpaket“, „Zusammenstellung“ oder „Serie“ kennzeichnen. Wenn man ein Buch veröffentlicht, das auf einem anderen Buch aufbaut oder beispielsweise als Unterstützung dient, sollte man es am Anfang des Titels mit „Zusammenfassung“, „Arbeitshilfe“ oder „Analyse“ kennzeichnen.

Der Titel plus Untertitel darf laut Aussagen von Amazon maximal 200 Zeichen lang sein. Im Eigentest kommt man auf eine Zeichenlänge von ca. 255 Zeichen. Auf jeden Fall erfolgt ein Warnhinweis, sollte man die maximale Länge von Titel und Untertitel zusammen überschreiten.

Der Untertitel enthält meistens zusätzliche Informationen zum Produkt. Er ist optional und muss nicht angegeben werden. Es empfiehlt sich dennoch, mit Untertiteln zu arbeiten, um das SEO zu verbessern (mehr dazu in späteren Kapiteln).

Die **Serieninformationen** bieten sich vor allem bei Romanen an. Gibt es von dem Buch mehrere zusammenhängende Teile, so kann es als Serie angelegt werden. Die Kundensuche nach anderen Büchern dieser Serie wird dann erleichtert. Der Seriename sollte dabei nur den Namen ohne Zahl enthalten, da die Zahl im zweiten Feld eingetragen wird. Die Seriennummer sollte nur eine einzelne Zahl sein (nicht „2 von 3“ oder „Buch 4“).

Bei Ratgebern empfiehlt es sich meistens nicht, eine Serie zu schreiben. Die Bücher müssten thematisch sehr gut zueinander passen. Weitere Informationen zum Serientitel und wie man ein Serienpaket erstellt, findet man auf:

[https://kdp.amazon.com/de\\_DE/help/topic/G201757800](https://kdp.amazon.com/de_DE/help/topic/G201757800)

Die Erstellung ist anscheinend zur Zeit (2020) nur auf Amazon.com möglich: „Sollte es um das Erstellen einer Serienseite gehen, können wir Ihnen leider nicht weiterhelfen. Leider ist es uns nicht mehr möglich, Serienseiten für Amazon.de zu erstellen oder zu ändern.“ – E-Mail von KDP Support im Juli 2020.

Die **Auflage** beschreibt die Version des Buchs. Wenn es zum ersten Mal veröffentlicht wird, kann man das Feld frei lassen. Bei überarbeiteten Versionen kann man dann eine Zahl entsprechend der Version eintragen. Eine neue Auflage enthält wesentliche Verbesserungen im Inhalt. Eine neue Auflage muss dann auch als neues Buch veröffentlicht werden.

Für den **Autorennamen** kann man hier, anders als bei den Kontoinformationen, ein Pseudonym eintragen. Man kann auch generische bzw. allgemeine Autorennamen verwenden.

Im Feld **Mitwirkende** ist es möglich, weitere Personen, wie z. B. Editor, Verfasser des Vorworts, Erzähler, Übersetzer oder Co-Autor hinzuzufügen.

Die **Buchbeschreibung** ist eines der wichtigsten Buchdetails. Die Buchbeschreibung ist wichtig, weil sie der erste Berührungspunkt eines Lesers mit dem Inhalt des Buchs ist. Sie sollte Interesse wecken und den Kunden überzeugen, das Produkt zu kaufen. Wie eine Buchbeschreibung im Detail aussehen sollte, kann man in einem späteren Kapitel nachlesen.

Man kann dem Kunden helfen, das Buch zu finden, indem man die sieben **Keywordfelder** und die **Kategorien** ausfüllt. Kategorien sind weitläufige Themenbereiche auf der Amazon Webseite. Bücher können zu unterschiedlichen Genres hinzugefügt werden. Die Stichwörter sind hingegen viel genauer. Sie liefern eine spezifische Beschreibung des Buchs. Stichwörter sind meistens mit den konkreten Suchanfragen des Kunden verbunden. Man sollte sich bei seinen Überlegungen also stets in die Lage des Lesers versetzen. Zu diesem Thema ist vor allem das Kapitel „Amazon SEO“ passend.

### Buchinhalte ausfüllen

Wenn man ein Taschenbuch veröffentlichen möchte, muss man eine **ISBN**-Nummer beantragen. Als Service kann man eine ISBN auch über Amazon beantragen. Wenn man eine ISBN von Amazon beantragt, kann man das Buch nur auf Amazon vertreiben. Man darf die ISBN nicht benutzen, um

das Buch auf anderen Plattformen zu verkaufen. Eine ISBN kann im Nachhinein nicht mehr geändert werden. Sie ist mit dem Titel und Autor des Buchs verknüpft. Deswegen kann man später auch den Titel des Buchs oder den Autorennamen nicht mehr so einfach ändern.

Bei den **Druckoptionen** hat man Einfluss auf das Design des Produkts. Das Buch kann in schwarz-weiß oder in Farbe gedruckt werden. Außerdem kann man den Schwarz-Weiß-Druck auf weißem oder cremefarbigem Papier durchführen lassen. Weißes Papier lässt visuelle Elemente besser aussehen. Cremefarbiges Papier ist für die meisten Menschen angenehmer zu lesen. Der farbige Druck ist teurer als der in schwarz-weiß und daher meistens nicht rentabel. Die Wahl des Papiertyps hat keinen Einfluss auf die Druckkosten. Mehr Informationen zur Berechnung des Buchpreises und zu den Druckkosten gibt es in einem späteren Kapitel.

Beim **Format** des Buchs steht eine breite Auswahl an Größen zur Verfügung. Amazon gibt an, dass das beliebteste Taschenbuchformat in den USA 6x9“ (15,24x22,86 cm) ist. Der **Beschnitt** sagt aus, ob die Bilder bis zum Rand gehen oder davor zugeschnitten werden sollen. Bei der Ausführung des Covers kann man zwischen glänzend und matt wählen. Matt wird meistens für Romane und Belletristik benutzt. Das glänzende Cover wird oft für Kinder- und Sachbücher verwendet.

Das Manuskript sollte professionell gestaltet sein. Das Lesen ist ein visuelles Erlebnis, und deswegen ist auch das Design besonders wichtig. Das Buchcover ist dabei der erste Eindruck. Die Gestaltung des Buchinnenteils ist für das langfristige Lesevergnügen wichtig. Es bietet sich deswegen an, diese Aufgaben an einen Freelancer oder eine Agentur abzugeben.

Manuskriptvorlagen von Amazon finden sich auf:

[https://kdp.amazon.com/de\\_DE/help/topic/G201834230](https://kdp.amazon.com/de_DE/help/topic/G201834230)

Covervorlagen für Amazon KDP finden sich auf:

[https://kdp.amazon.com/de\\_DE/cover-templates](https://kdp.amazon.com/de_DE/cover-templates)

Wenn man eine Kindle E-Book-Datei erstellen möchte, gibt es einige Punkte zu beachten. Natürlich wäre es besser, das Manuskript einem professionellen Designer zu senden, der dann eine E-Book-Datei erstellt. Um Geld zu sparen, kann man am Anfang aber auch selbst versuchen, eine E-Book-Datei zu erstellen. Hierzu folgen nun einige Tipps:

- Man sollte für die Überschriften, den Titel und Untertitel die Formatvorlagen benutzen. So kann man später auch automatisch ein Inhaltsverzeichnis erstellen lassen. Außerdem sind die Metadaten dann richtig in der Datei hinterlegt.

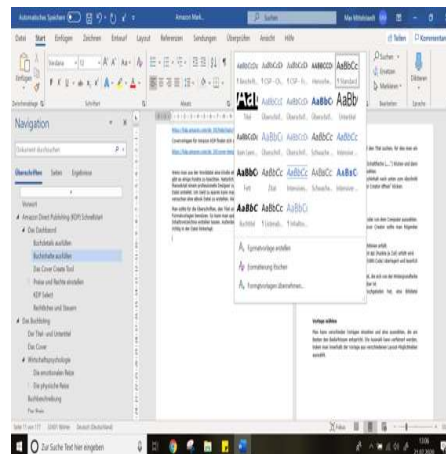


Abbildung 6: Die Formatvorlagen benutzen.

- Mit den Formatvorlagen kann man dann automatisch ein Inhaltsverzeichnis erstellen lassen.

Über Referenzen und Inhaltsverzeichnis kann man eine Erstellung vornehmen lassen. Dabei sollte man darauf achten, dass das Inhaltsverzeichnis mit Links erstellt wird. Bei einem Kindle E-Book-Reader sollte das Inhaltsverzeichnis klickbar sein. Es müssen also Links zu den Kapiteln hinterlegt werden.

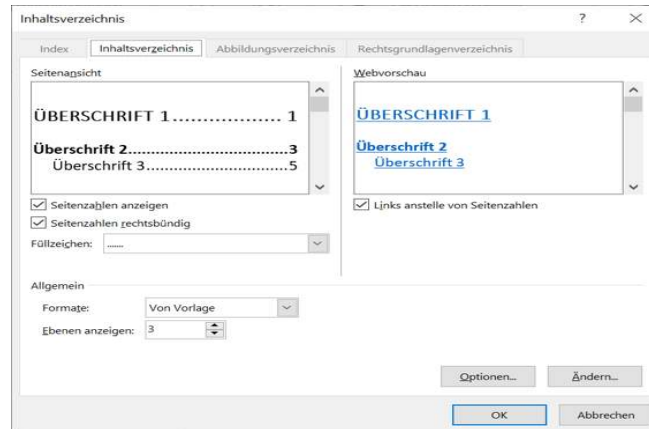


Abbildung 7: Ein klickbares Inhaltsverzeichnis erstellen.

- In jedem E-Book-Reader kann man andere Schriftgrößen, Schriftarten und Größen einstellen. Deswegen sollte man nicht eine neue Seite anfangen, indem man unzählige Male auf Enter drückt, sondern indem man mit STRG+Enter einen Seitenumbruch einfügt. Gedanken über Schriftart und -größe machen also auch keinen Sinn bei E-Books.
- Tabellen sollten als Bilder eingefügt werden, damit diese nicht abgeschnitten werden.
- Auch Links lassen sich sehr gut in Word einfügen. So kann man beispielsweise innerhalb des E-Books Links zu anderen Kapiteln einbauen. Man kann einfach auf „Einfügen > Links > Link > eigenes



Dokument“ gehen und den passenden Link zu einem Kapitel einfügen lassen.

- Seitenzahlen sind übrigens bei E-Books unnötig, da die Seitenzahl von den Einstellungen des Lesers abhängt.

Bei Amazon KDP kann man ganz normal die Worddatei als E-Book hochladen. Wenn man die Worddatei allerdings auch in ein E-Book-Format bringen möchte, kann man verschiedene Tools verwenden. Die drei wohl bekanntesten Tools sind Calibre, das Kindle Create Tool und der Kindle Previewer. Alle Tools sind kostenlos und können ganz einfach im Internet heruntergeladen werden.

## Das Cover Create Tool

### **Öffnen**

- Zum „Bücherregal“ navigieren und den Titel suchen, für den man ein Cover erstellen möchte.
- Im Menü „Buchaktionen“ auf die Schaltfläche („...“) klicken und dann „Taschenbuchinhalt ändern“ auswählen.
- Auf der Registerkarte „Taschenbuchinhalt“ nach unten zum Abschnitt „Buchcover“ scrollen und auf „Cover Creator öffnen“ klicken.

### **Bilder hinzufügen**

Man kann ein Bild aus der Bildergalerie oder vom Computer auswählen. Beim Hochladen eigener Bilder in Cover Creator sollte man Folgendes sicherstellen (Amazon, 2020):

- Dass man die Veröffentlichungsrichtlinien erfüllt.
- Dass die Auflösung von mindestens 300 dpi (Punkte je Zoll) gegeben ist.
- Dass das Bild keinen anderen Text (z. B. ISBN-Code) überlagert und leserlich ist.
- Dass man eine Textfarbe verwendet, die sich von der Hintergrundfarbe unterscheidet, damit der Text lesbar ist.
- Dass die Datei, die man hochgeladen hat, eine Bilddatei (.jpg/.jpeg,.tif/.tiff,.png) ist.

### **Vorlage wählen**

Man kann verschiedene Vorlagen einsehen und eine auswählen, die am besten den Bedürfnissen entspricht. Die Auswahl kann verfeinert werden, indem man innerhalb der Vorlage aus verschiedenen Layout-Möglichkeiten auswählt.



Abbildung 8: Weitere Layout-Möglichkeiten aufrufen.

## Texte einfügen

Auf das Textfeld klicken. Der vorgegebene Text wird automatisch gelöscht und ein Cursor erscheint an der Stelle, wo man einen neuen Text einfügen kann. Wenn man auf ein Textfeld klickt, ohne einen Text einzugeben, verschwindet der Text auch in der Druckdatei. Nur Titel, Untertitel und Autorenname sind Pflichtangaben. Man kann den Text nach Belieben über die Formatänderungen anpassen. Auch das Autorenbild ist eine freiwillige Eingabe und kann als gestalterisches Element dienen.

## Vorschau

In der Vorschau kann man die tatsächliche Druckdatei überprüfen und anschließend über „speichern und senden“ freigeben.

## Eine JPEG-Coverdatei hochladen

Eine Coverdatei, die nicht mit dem Cover Create Tool erstellt ist, muss als PDF eingereicht werden. Es gibt auch die Möglichkeit, über einen kleinen Umweg eine JPEG-Coverdatei mit dem Cover Create Tool einzureichen. Dazu

muss man folgendes Design auswählen und das Bildcover hochladen:

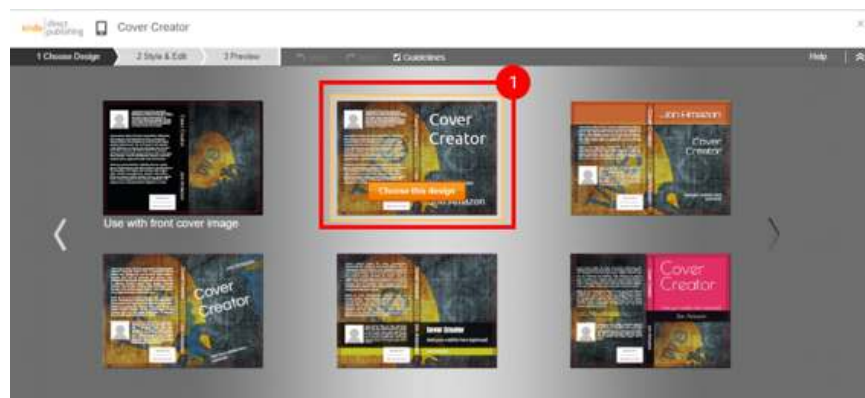


Abbildung 9: Bildcover hochladen. (Amazon.com, Inc., 2020)

Anschließend sollte man in alle vordefinierten Textfelder klicken, die dann automatisch entfernt werden. Beim Design mit dem Hinweis „Use with front cover image“ könnte man ein Taschenbuchcover aus einer E-Book-Covervorlage erstellen.

### Preise und Rechte einstellen

Bei der Länderwahl kann man einstellen, in welchen Ländern man das Vertriebsrecht besitzt. Wenn man das Buch selbst geschrieben hat, ist es sehr wahrscheinlich, dass man hier weltweit einstellen kann. Damit der Verkauf des Buchs ausschließlich auf einem bestimmten Marktplatz stattfindet, kann man auch nur einzelne Länder auswählen.

Amazon KDP bietet zwei Tantiemenoptionen für E-Books an: 35 % und 70 %. Gemeinfreie Bücher sind nicht für den 70 % Tantiemenplan vorgesehen. Für Bücher mit einer sehr hohen Dateigröße sollte man eventuell auch den 35 % Tantiemenplan benutzen. Für die Lagerung, Verarbeitung und Auslieferung wird eine Servicepauschale berechnet, die bei der 35 % Option entfällt. Bei der 70 % Option muss sich

der Verkaufspreis des E-Books zwischen 2,99 € und 9,99 € befinden. Es bietet sich eigentlich fast immer an, die 70 % Option zu wählen.

Man sollte beachten, dass der Unterschied zwischen Taschenbuchpreis und E-Bookpreis nicht zu groß wird. Ist man Experte auf einem Gebiet und möchte ein Taschenbuch für 34,99 € oder mehr veröffentlichen, ist der Unterschied zu einem 9,99 € E-Book schon sehr groß. Die meisten E-Books (in der Kategorie Sachbücher) werden aber tatsächlich in der Preisspanne von 2,99 € bis 9,99 € angeboten. Bei Romanen gibt es auch viele Bücher zwischen 0,99 € und 2,99 €.



Abbildung 10: Tantiemenplan wählen.

Die Festlegung des Listenpreises ist ähnlich intuitiv. Es gibt nur den Unterschied zwischen E-Book und Taschenbuch zu beachten. Beim E-Book ist im manuell eingegebenen Preis bereits die MwSt. inkludiert. Gibt man also beim E-Book einen Preis von 9,99 € ein, erscheint dieser Preis auch für den Käufer auf Amazon. Beim Taschenbuch muss auf den Listenpreis noch die MwSt. hinzugerechnet werden.

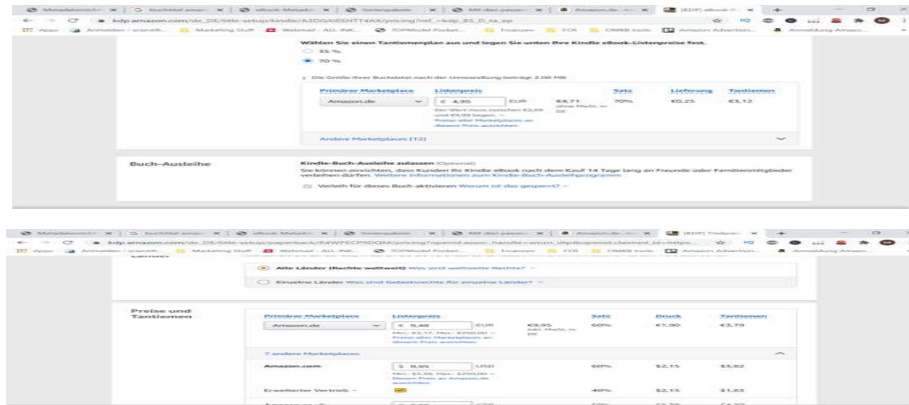


Abbildung 11: E-Book Preisfestsetzung oben und Taschenbuch Preisfestsetzung unten; zu beachten sind die Listenpreise mit und ohne MwSt.

Der primäre Marktplatz sollte entsprechend der Spracheinstellung gewählt werden. Ist das Buch also in Deutsch verfasst, sollte Amazon.de ausgewählt werden. Ist das Buch in Spanisch geschrieben, Amazon.es, und so weiter. Es bietet sich an, ein Buch auch in andere Sprachen übersetzen zu lassen. Man kann eine viel größere Zielgruppe erreichen. Man sollte für jede neue Übersetzung auch ein neues Buch anlegen mit neuem primärem Marktplatz und neuer Spracheinstellung. Vor allem bei englischen Büchern ist es wichtig, die Listenpreise auf allen Marktplätzen anzupassen. Amazon rechnet den Listenpreis vom primären Marktplatz zwar automatisch in die Landeswährung um, es entstehen trotzdem oftmals krumme Beträge.

Wenn man das Taschenbuch in Buchhandlungen, Online-Shops, Bibliotheken und akademischen Einrichtungen vertreiben möchte, aktiviert man den erweiterten Vertrieb.