Bestseller *Report*

Wie Unternehmer ihr Sachbuch mit Plan auf die SPIEGEL-Bestsellerliste bringen



Bestseller-Autor werden, Kunden gewinnen

- ✓ **Die Anti-Manipulationsfilter**
  Wie du deinen Launch regelkonform gestaltest
- ✓ **Reale Fallstudien & exakte Zahlen**
  Was erfolgreiche Launches kosten und bringen
- ✓ **Monetarisierung des Bestseller-Status**
  Wie aus Sichtbarkeit Premium-Kunden werden

25 BESTSELLER BEI SPIEGEL & MANAGER MAGAZIN



Remote Verlag

Inhalt

01 Für wen ist dieser Report? 03
Zwei teure Probleme rund um die Liste

02 Warum ein SPIEGEL-Bestseller für Unternehmer relevant ist 05
Qualitätsmerkmal, Türöffner und die Monetarisierung des Status

03 Wie man SPIEGEL-Bestseller-Autor wird 08
Offizielle Kriterien und die Anti-Manipulationsfilter

04 Fallstudien & exakte Zahlen 14
Vier Launches mit Budget, Verkäufen und Platzierung

05 Über den Remote Verlag 18
Wer hinter 25 Bestsellern steht

06 Häufig gestellte Fragen 21
Garantie, Chancen und Budget

1 - Für wen ist dieser Report?

Vielleicht steht dein Buch schon seit Jahren auf deiner To-do-Liste. Vielleicht arbeitest du bereits am Manuskript. Oder du hast schon ein Buch veröffentlicht und fragst dich, wie du eine Platzierung auf der SPIEGEL-Bestsellerliste erzielen kannst.

In unseren Beratungsgesprächen begegnen uns dabei immer wieder dieselben zwei Probleme. Beide kosten Unternehmer viel Geld, und beide lassen sich vermeiden, wenn man sie kennt.

01

Du weißt nicht genau, wie die Liste entsteht

Die meisten haben eine ungefähre Vorstellung: genug Bücher verkaufen. Wer die Verkäufe zählt, wann sie gezählt werden und welche Verkäufe aus der Wertung fallen, weiß kaum jemand.

Die Folge ist eine falsche Veröffentlichungsstrategie. Viele stecken Monate an Arbeit und viel Geld in ein Buch, das die Voraussetzungen für eine Platzierung nicht einmal erfüllt.

02

Du weißt nicht, was du mit dem Status anfangen sollst

Selbst wenn die Platzierung gelingt, bleibt sie oft wirkungslos. Ein Siegel auf dem Cover bringt allein keinen einzigen neuen Kunden.

Wer nicht vorher weiß, wie er den Status in Anfragen, Preise und Sichtbarkeit übersetzt, hat am Ende im schlimmsten Fall ein teures Ego-Projekt im Regal stehen.

Was dir dieser Report erspart

Dieser Report enthält zum ersten Mal die Learnings aus unseren Fehlversuchen, also aus Launches, die genug Exemplare verkauft hatten und trotzdem nicht auf der Liste gelandet sind. **Sie können dir einen fünfstelligen Betrag ersparen**, weil du es von Anfang an richtig machst, statt teures Lehrgeld zu zahlen.

Und weil wir unsere Autoren auch nach der Platzierung begleiten, wissen wir, was ein SPIEGEL-Bestseller für ein Unternehmen tatsächlich bringen kann, wenn er richtig eingesetzt wird.

Was du in diesem Report erfährst

- **Insider-Wissen & Praxisstrategien:** wie Unternehmer ihr Sachbuch mit Plan auf die SPIEGEL-Bestsellerliste bringen.
- **Die Anti-Manipulationsfilter:** welche internen Prüfmechanismen zur Betrugsprävention im Hintergrund greifen und wie du deinen Buchlaunch regelkonform gestaltest.
- **Reale Fallstudien & exakte Zahlen:** was vier erfolgreiche Launches gekostet, verkauft und gebracht haben.
- **Monetarisierung des Bestseller-Status:** wie du den Status als unfairen Wettbewerbsvorteil nutzt und die Sichtbarkeit in Premium-Kunden verwandelst.



Eine Auswahl der SPIEGEL-Bestseller, die im Remote Verlag entstanden sind

Für wen dieser Report nicht gedacht ist

Wenn du ein Buch nur für dich, deine Familie oder als Erinnerung schreiben möchtest, findest du hier keine hilfreichen Informationen. Dieser Report richtet sich an Unternehmer, für die ihr Buch ein Instrument ist: für Vertrauen, Sichtbarkeit und neue Kunden.

2 - Warum ein SPIEGEL-Bestseller für Unternehmer relevant ist

Ein Qualitätsmerkmal in Zeiten von KI

Noch nie war es so einfach, Inhalte zu produzieren. Mit KI entstehen heute in Minuten Texte, Videos und ganze Bücher. Das gesamte Internet füllt sich mit Marketing-Müll.

Und deine potenziellen Kunden merken das. Sie vertrauen Werbebotschaften immer weniger und erledigen gleichzeitig mit KI vieles selbst, wofür sie früher einen Experten beauftragt hätten.

Für dich als Unternehmer heißt das: Es reicht nicht mehr, gut zu sein und es zu sagen. **Der Markt braucht einen Nachweis, den du nicht selbst ausstellen kannst.**

Genau das ist eine Platzierung auf der SPIEGEL-Bestsellerliste. Sie beruht auf echten Verkäufen im Handel und wird von einer unabhängigen Redaktion veröffentlicht. Du kannst sie nicht kaufen. Und genau deshalb hat die Platzierung auch in Zeiten der KI weiterhin Gewicht.

Der Status wirkt nur, wenn du ihn nutzt

Hier liegt ein häufiger Denkfehler. Viele Autoren erreichen die Platzierung, freuen sich über das Siegel und warten dann darauf, dass etwas passiert.

Es passiert nichts. Ein SPIEGEL-Bestseller ist ein Qualitätsmerkmal, das erst dann Wirkung entfaltet, wenn du es aktiv einsetzt. Sonst bleibt es ein schöner Beitrag in den sozialen Medien und ein Satz in deiner Biografie.

Relevant wird der Status erst durch die Möglichkeiten, die er dir eröffnet.

So verwandelst du Sichtbarkeit in Premium-Kunden

Aus der Begleitung unserer Autoren kennen wir fünf Hebel, über die ein SPIEGEL-Bestseller zu neuem Geschäft wird. Keiner davon passiert von allein, jeder lässt sich planen.

HEBEL 1

Türöffner für Medien und Podcasts

Redaktionen, Podcast-Hosts und Veranstalter suchen Gäste, deren Expertise schon geprüft ist. Ein SPIEGEL-Bestseller nimmt ihnen diese Vorauswahl ab.

Annette Müller stieg mit „Heilung und Gesundheit beginnen im Kopf“ im Mai 2026 auf Platz 5 der SPIEGEL-Bestsellerliste Sachbuch/Taschenbuch ein. Rund fünf Monate später war sie fast drei Stunden zu Gast bei {ungeskriptet}, dem Podcast von Ben Berndt mit 1,34 Millionen Abonnenten auf YouTube. Die Folge hat inzwischen über 600.000 Aufrufe. Auch bei Corinna Weber folgten nach der Platzierung Interviews und Gastbeiträge (Fallstudie 3, S. 16).

HEBEL 2

Vertrauensvorschuss im Verkaufsgespräch

Interessenten kommen vorinformiert und mit Respekt ins Gespräch. Du musst deine Kompetenz nicht mehr beweisen, sondern nur noch zeigen, wie du helfen kannst. Corinna Weber beschreibt das so: „Sie kommen also quasi mit einem Vertrauensvorschuss schon bei mir an.“

HEBEL 3

Lukrativere Angebote und höhere Preise

Ein Bestseller-Autor wird anders verglichen als ein Anbieter unter vielen. Das schafft Spielraum für Preise, Honorare und neue Angebote. Wladislaw Jachtchenko rechnete 2019 als Trainer in Unternehmen noch Tagessätze ab, heute bietet er eine eigene Führungskräfte-Ausbildung an (Fallstudie 1, S. 14). Corinna Weber berichtet von mehr Umsatz seit ihrem Launch (Fallstudie 3, S. 16).

HEBEL 4

Käufer werden zu Kontakten

Wer im Buchhandel kauft, bleibt für dich anonym. Bestellungen über unseren Verlagsshop zählen ebenfalls für die Liste, und Käufer, die einer Kontaktaufnahme zustimmen, kannst du danach selbst erreichen. Bei Corinna Weber waren es bis zum Ende der Launchwoche rund 500 Exemplare über den Verlagsshop (Fallstudie 3, S. 16). Aus Lesern werden Leads, mit denen du weiterarbeiten kannst.

HEBEL 5

Sichtbarkeit an jedem Kontaktpunkt

Der Status gehört überall dorthin, wo Menschen dich zum ersten Mal sehen. Je früher er im Entscheidungsprozess auftaucht, desto stärker wirkt er. Jens Heuchemer stellt sich schon in seiner E-Mail-Signatur als SPIEGEL-Bestseller-Autor vor. Ilja Grzeskowitz zeigt den Status auf seiner Website und sogar auf dem Cover eines früheren Buchs (Fallstudie 4, S. 17).

Dein unfairer Wettbewerbsvorteil

Stell dir zwei Berater vor, gleiche Erfahrung, identisches Angebot. Der eine schickt seinem Interessenten ein Angebot. Der andere schickt dasselbe Angebot und dazu sein Buch, ausgezeichnet als SPIEGEL-Bestseller.

BERATER A

Schickt ein Angebot

- → wird mit anderen Angeboten verglichen
- → muss seine Kompetenz erst beweisen
- → verhandelt am Ende über den Preis

BERATER B

Schickt ein Angebot und sein Buch

- ✓ ist als SPIEGEL-Bestseller-Autor ausgewiesen
- ✓ startet mit einem Vertrauensvorschuss
- ✓ spricht über Ergebnisse statt über den Preis

Wer bekommt den Auftrag? Und wer muss über den Preis verhandeln?

Das ist kein fairer Vergleich. Und genau darum geht es.

CHECKLISTE

Wo du den Status einsetzen solltest

- ✓ Startseite und Über-mich-Seite deiner Website
- ✓ Profile auf LinkedIn, Instagram und Co.
- ✓ E-Mail-Signatur deines ganzen Teams
- ✓ Angebote, Präsentationen und Pitches
- ✓ Das Buch als Geschenk im Verkaufsgespräch
- ✓ Speaker-Profil und Pressemappe
- ✓ Anzeigen und Landingpages
- ✓ Das Siegel auf dem Cover deines Buches

3 - Wie man SPIEGEL-Bestseller-Autor wird

Wichtig vorab: keine Anleitung, keine Garantie

Dieser Report ist keine Anleitung, und niemand kann eine Platzierung auf der SPIEGEL-Bestsellerliste garantieren. Auch wir nicht. Selbst wenn alle Kriterien erfüllt sind, entscheidet am Ende eine unabhängige Redaktion. Es ist mehrfach vorgekommen, dass alle Bedingungen erfüllt waren und ein Titel trotzdem nicht gelistet wurde. Dieses Restrisiko bleibt immer.

Was du aber beeinflussen kannst, ist, ob dein Buch überhaupt eine Chance hat. Dafür musst du verstehen, wer an der Liste beteiligt ist und nach welchen Regeln gezählt wird.

Wer über deine Platzierung entscheidet

DIE MESSUNG

media control

Sammelt die Verkaufsdaten aus rund 6.500 Verkaufsstellen, bereinigt sie und erstellt daraus die Listen. Gewertet werden nur gedruckte Bücher.

DIE REDAKTION

BuchMarkt

Prüft die Listen, entscheidet am Ende nach eigenem Ermessen und vergibt die Lizenz für das SPIEGEL-Bestseller-Siegel.

DIE KANÄLE

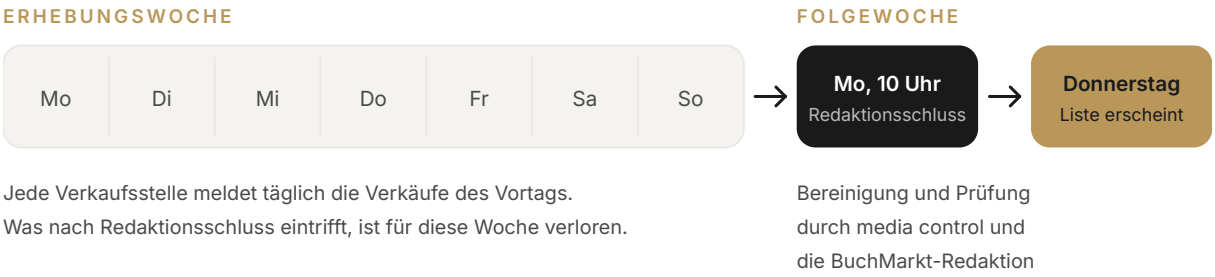
Der Handel

Gezählt wird über mehrere Kanalkategorien, vom Online-Handel über die Buchhandlung bis zum Verlagsshop.

Die offiziellen Spielregeln

Ob ein Verkauf zählt, hängt nicht nur davon ab, dass er stattfindet. Es kommt darauf an, wann er gemeldet wird. Die Woche läuft immer nach demselben Takt.

So läuft eine Erhebungswoche



Jede Verkaufsstelle meldet täglich die Verkäufe des Vortags. Was nach Redaktionsschluss eintrifft, ist für diese Woche verloren.

Bereinigung und Prüfung durch media control und die BuchMarkt-Redaktion

Einen Anspruch auf Nachmeldung gibt es nicht. Dieser Takt gilt für die Wochenlisten wie Sachbuch/Taschenbuch. Ratgeber-Listen wie Leben & Gesundheit erscheinen dagegen monatlich und zählen die Verkäufe aus einem Erhebungszeitraum von mehreren Wochen.

Die Anti-Manipulationsfilter

Die offiziellen Regeln sind nur die halbe Wahrheit. Weil eine Platzierung so wertvoll ist, gibt es immer wieder Versuche, die Liste mit gekauften Exemplaren zu beeinflussen. Dagegen halten media control und BuchMarkt mit Prüfmechanismen, die nicht öffentlich dokumentiert sind.

Einige davon kennen wir aus dem direkten Austausch mit den Beteiligten, andere aus unseren eigenen Launches. **Wer sie nicht kennt, kann viel verkaufen und trotzdem leer ausgehen.**

01 Breite über mehrere Verkaufskanäle

Unterschieden werden Kanalkategorien wie der Online-Handel, der stationäre Sortimentsbuchhandel, das Verlagsdirektgeschäft, Kauf- und Warenhäuser oder der Bahnhofsbuchhandel. Erwartet wird eine ausreichende Breite über mehrere davon.

02 Die Konzentrationsgrenze

Entfällt ein zu großer Anteil der Verkäufe auf einen einzigen Kanal, riskierst du, dass dieser Kanal komplett aus der Wertung fällt. Als Faustregel gilt eine Verteilung von höchstens 70 zu 30.

Dieselben 1.000 Exemplare, zwei Ergebnisse

VERKÄUFE ÜBERWIEGEND IN EINEM KANAL



Risiko: Der Kanal fällt aus der Wertung, die Woche zählt nicht.

VERKÄUFE BREIT VERTEILT



Vereinfachte Darstellung. Die genaue Gewichtung der Kanäle legt media control nicht offen.

03 Mustererkennung bei den Bestellungen

Die Verkaufsstellen melden zu jedem Verkauf nur wenige Angaben. Schon daraus lassen sich Muster ablesen. Häufungen, die nach Eigenkäufen oder abgesprochenen Bestellungen aussehen, können als zusammengehörig erkannt und aus der Wertung genommen werden.

04 Nur echte, bezahlte Käufe

Gewertet werden nur vollständig bezahlte Exemplare, die über eine offizielle Verkaufsstelle laufen. Bücher, die du selbst mit Autorenrabatt kaufst und verschenkst, zählen nicht. Rezensionsexemplare ebenso wenig.

05 Nur deutsche Lieferadressen

Für die Liste zählen Verkäufe an Lieferadressen in Deutschland. Werbung, die Käufer in Österreich oder der Schweiz erreicht, bringt dich der Platzierung nicht näher und kostet trotzdem Geld.

06 Ein bewegliches Ziel

Ihre Kriterien legen media control und BuchMarkt bewusst nicht vollständig offen, denn eine transparente Formel wäre manipulierbar. Was heute gilt, kann morgen schon anders sein.

Regelkonform statt riskant

Die gute Nachricht: Wer echte Leser erreicht und die Verteilung über die Kanäle im Blick behält, muss diese Filter nicht fürchten. Sie richten sich gegen Manipulation, nicht gegen gutes Marketing und echte Leser.

Regelkonform heißt: **echte Leser, die ihr Exemplar selbst bezahlen und an ihre eigene Adresse liefern lassen oder im stationären Handel einkaufen.** Erreicht werden die Menschen über das eigene Netzwerk und Performance-Marketing. Nach diesen Grundsätzen sind die Launches aufgebaut, die du in den Fallstudien findest.

> ⚠ **Finger weg von Eigenkäufen**
>
> Wer versucht, die Liste mit eigenen Exemplaren zu beeinflussen, riskiert nicht nur, dass die Woche nicht zählt. Für einen Unternehmer, der mit seiner Glaubwürdigkeit wirbt, wäre ein aufgeflogener Versuch ein schwerer Schaden.
>
> Im Remote Verlag sind wir deshalb sehr strikt: Sobald wir einen Betrugsversuch mitbekommen, gibt es keinen weiteren Support mehr von uns.

Warum der Verlag über deine Chancen mitentscheidet

Bevor die erste Anzeige läuft, entscheidet die Struktur hinter deinem Buch, ob eine Platzierung überhaupt möglich ist. Fehlt hier etwas, kann dein Marketing noch so gut sein. Die Verkäufe kommen dann zwar zustande, aber sie zählen nicht.

- **Lieferkette:** Dein Buch ist an allen relevanten Verkaufsstellen verfügbar und in der Launchwoche mit kurzer Lieferzeit bestellbar.
- **Formale Zulassung:** richtiges Format, technisch korrekt und als wertbarer Titel eingeordnet.
- **Metadaten und Warengruppe:** so hinterlegt, dass dein Titel auf der passenden Teilliste geführt wird, in der Regel Sachbuch/Taschenbuch. Auswählen kann die Liste niemand: Sie ergibt sich aus Warengruppe und Ausstattung, also etwa Taschenbuch oder Hardcover, und in seltenen Fällen ordnet die Redaktion einen Titel einer anderen Liste zu.
- **Meldewege:** Vorbestellungen und Verkäufe aus dem Verlagsshop werden korrekt und fristgerecht an media control gemeldet.

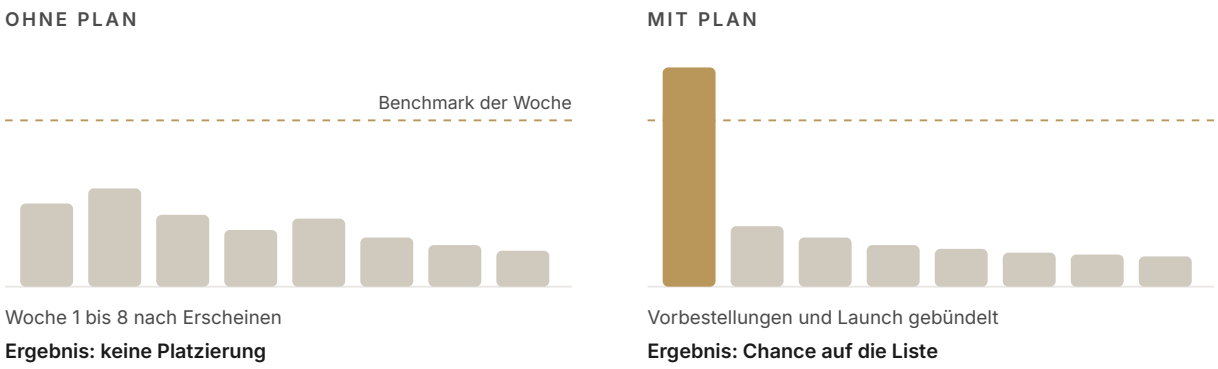
Ein Punkt wird dabei besonders oft übersehen: die klassischen Free-plus-Shipping-Funnels, bei denen das Buch ohne Verlag erscheint und der Käufer nur den Versand bezahlt. Solche Funnels sind nicht an media control angebunden, und gewertet werden außerdem nur vollständig bezahlte Exemplare. Ihre Verkäufe zählen deshalb nicht für die Liste. **Du kannst auf diesem Weg Tausende Exemplare verkaufen, ohne dass ein einziges davon zählt.**

Nötig sind solche Funnels ohnehin nicht. Unser Verlagsshop ist an media control angebunden: Bestellungen dort werden gemeldet und zählen nach denselben Regeln wie jeder andere Kanal. Zugleich bekommst du die Kontaktdaten der Käufer, die einer Kontaktaufnahme zustimmen. Und eine eigene Landingpage für dein Buch lässt sich genauso bauen wie bei einem Free-plus-Shipping-Funnel.

Alles muss in einer Woche zusammenkommen

Gezählt wird nicht insgesamt, sondern pro Erhebungswoche. Dieselbe Menge an Verkäufen kann für eine Platzierung reichen, wenn sie in einer Woche zusammenfällt, und bringt gar nichts, wenn sie sich über acht Wochen verteilt.

Dieselben Verkäufe, anders verteilt



Wie viele Exemplare nötig sind, lässt sich nicht fest beziffern, denn es hängt stark von der Saison ab. Außerhalb der Hochsaison planen wir mit rund 800 Exemplaren oder mehr. In der Hochsaison zwischen Mitte November und Anfang Februar sind es eher 1.200 und mehr.

Deshalb bündeln wir alle Marketing-Aktionen auf die Vorverkaufsphase und die erste Woche nach dem Erscheinen. Drei Quellen greifen dabei ineinander:

Vorbestellungen aus deinem Netzwerk

Vorbestellungen über unseren Verlagsshop zählen mit. Sie werden erst mit dem Erscheinen gemeldet und laufen deshalb gesammelt in der ersten Woche auf.

Performance-Marketing zum Launch

Getestete Anzeigen bringen in der Launchwoche Leser über dein Netzwerk hinaus, gebündelt auf die Tage, die zählen.

Rezensionen ab Tag eins

Ein Buch ohne Bewertungen wirkt wie ein Restaurant ohne Gäste. Stehen am ersten Tag schon Rezensionen, kaufen Besucher aus den Anzeigen eher.

ZUSAMMENGEFASST

Deine Launch-Checkliste

- Liste und Erhebungszeitraum kennen: Woche oder Monat
- Verlag mit Lieferkette, Metadaten und Meldewegen
- Verkäufe breit über mehrere Kanäle verteilen
- Kein Kanal trägt den Großteil allein
- Nur echte, bezahlte Käufe an deutsche Adressen
- Vorbestellungen aus dem Netzwerk sammeln
- Anzeigen vorher testen, dann bündeln
- Rezensionen ab dem ersten Tag

Dein Netzwerk ist pures Gold

Je mehr Vorbestellungen dein Netzwerk liefert, desto weniger Werbebudget ist nötig, und manchmal braucht es fast keins. Wie das bei dir aussieht und welche Launch-Strategie zu deiner Ausgangslage passt, rechnen wir im Beratungsgespräch mit deinen Zahlen durch.

4 - Fallstudien & exakte Zahlen

Vier Unternehmer, vier Launches: Budget, verkaufte Exemplare, Platzierung und was seitdem passiert ist. Es sind ausgewählte Launches unserer erfolgreichsten Autoren. Sie zeigen, was möglich ist, nicht, was typisch ist.

Werbebudgets stammen aus den Werbekonten und unseren Abrechnungsdaten. Die gemeldeten Exemplare im Erhebungszeitraum stammen von media control, die Verkäufe insgesamt aus unseren Abrechnungsdaten, Stand November 2026. Weil nicht jeder Kanal vollständig an uns meldet, sind diese Gesamtzahlen Mindestwerte. Aussagen der Autoren über ihr eigenes Geschäft kennzeichnen wir als solche.

FALLSTUDIE 1



Wladislaw Jachtchenko

Argumentorik Akademie · Rhetorik- und Kommunikationstrainer

„Redest du noch, oder überzeugst du schon?“

Erschienen im Mai 2022 im Remote Verlag

SPIEGEL-Bestseller Ratgeber Leben & Gesundheit · Juli 2022

01 · BUDGET

rund 20.000 €

im Erhebungszeitraum (anteilig berechnet)

02 · GEMELDETE EXEMPLARE

rund 2.100

verkaufte Exemplare vom 23. Mai bis 19. Juni 2022

03 · PLATZIERUNG

Platz 7

der SPIEGEL-Bestsellerliste Ratgeber Leben & Gesundheit, Juli 2022

04 · INSGESAMT

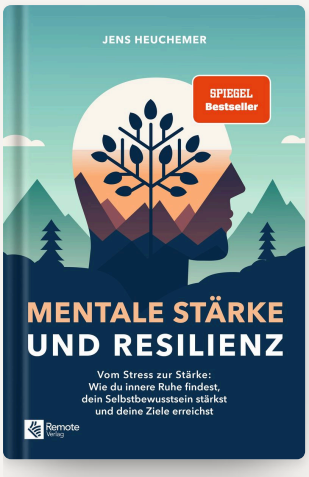
19.685

verkaufte Exemplare seit Veröffentlichung

SEITDEM ERREICHT

- ✓ Zwei weitere Bestseller: „Die Kraft der Positiven Psychologie“ (SPIEGEL) und „Die 5 Rollen einer Führungskraft“ (Manager Magazin).
- ✓ Acht Bücher im Remote Verlag mit zusammen 198.431 verkauften Exemplaren.
- ✓ Seine Ausbildung zu den „5 Rollen“ gibt es heute auch bei Greator.

FALLSTUDIE 2



Jens Heuchemer

Creators Academy · Keynote-Speaker und Coach für mentale Stärke

„Mentale Stärke und Resilienz“

Erschienen im August 2024 im Remote Verlag

SPIEGEL-Bestseller | Sachbuch/Taschenbuch · Nr. 36/2025

01 · BUDGET

rund 15.000 €

in 3 Tagen

02 · GEMELDETE EXEMPLARE

585

verkaufte Exemplare vom 18. bis 24. August 2025

03 · PLATZIERUNG

Platz 19

der SPIEGEL-Bestsellerliste Sachbuch/Taschenbuch, Nr. 36/2025

04 · INSGESAMT

23.549

verkaufte Exemplare seit Veröffentlichung

SEITDEM ERREICHT

- ✓ Englische Ausgabe seit April 2026.
- ✓ Auch sein erstes Buch „Your Answer.“ darf das Siegel „SPIEGEL-Bestseller-Autor“ tragen.

FALLSTUDIE 3



Corinna Weber

CW Starke Kids · Kinder- und Familiencoach

„Starke Verbindung statt starker Druck in der Erziehung“

Erschienen im September 2025 im Remote Verlag

SPIEGEL-Bestseller | Sachbuch/Taschenbuch · Nr. 38/2025

01 · BUDGET

rund 31.100 €

für Vorverkauf und Erhebungswoche

02 · GEMELDETE EXEMPLARE

rund 880

verkaufte Exemplare vom 1. bis 7. September 2025, davon rund 500 im Verlagsshop

03 · PLATZIERUNG

Platz 18

der SPIEGEL-Bestsellerliste Sachbuch/Taschenbuch, Nr. 38/2025

04 · INSGESAMT

2.366

verkaufte Exemplare seit Veröffentlichung

SEITDEM ERREICHT

- Nach eigener Aussage 30 Prozent mehr Umsatz seit dem Launch.
- Nach ihren Worten kaufte die Hälfte der Leads weitere Angebote.
- Interviews und Gastbeiträge, etwa im Podcast „Oldest Soul“ und bei „Stadt Land Mama“.

FALLSTUDIE 4



Ilja Grzeskowitz

Keynote-Speaker zum Thema Veränderung

„Im Kopf beginnt die Freiheit“

Erschienen im September 2025 im Remote Verlag

SPIEGEL-Bestseller Sachbuch/Taschenbuch · Nr. 38/2025

01 · BUDGET

19.000 €

in 10 Tagen

02 · GEMELDETE EXEMPLARE

rund 950

verkaufte Exemplare vom 1. bis 7. September 2025

03 · PLATZIERUNG

Platz 14

der SPIEGEL-Bestsellerliste Sachbuch/Taschenbuch, Nr. 38/2025

04 · INSGESAMT

2.640

verkaufte Exemplare seit Veröffentlichung

SEITDEM ERREICHT

- Seine Website führt den Titel heute als „Der SPIEGEL-Bestseller“.
- Auch sein erstes Buch im Remote Verlag, „Die Mindset Revolution“, trägt jetzt den Hinweis „SPIEGEL-Bestseller-Autor“.
- Hörbuch seit Dezember 2025.

5 - Über den Remote Verlag

Seit 2019 entwickeln wir strategische Buchfunnel für Unternehmer, Experten und Marktführer, die ihr Buch gezielt für Positionierung, Kundengewinnung und Unternehmenswachstum einsetzen möchten. In dieser Zeit haben wir mehr als 500 Unternehmer strategisch begleitet und über 200 Buchprojekte umgesetzt. Insgesamt wurden mehr als 700.000 Bücher verkauft.

Unsere Erkenntnisse basieren auf realen Projekten und Erfahrungen aus mehr als fünf Millionen Euro eingesetztem Werbebudget. Dabei sind bereits 23 SPIEGEL-Bestseller und zwei Bestseller des Manager Magazins entstanden, die nicht nur hohe Verkaufszahlen erzielt, sondern auch die Sichtbarkeit, Reputation und Marktposition unserer Kunden nachhaltig gestärkt haben.

500+	200+	700.000+	5 Mio. €	25
entwickelte Strategien	Buchprojekte	verkaufte Bücher	Werbebudget	Bestseller bei SPIEGEL & Manager Magazin

Wir begleiten Unternehmer über den gesamten Prozess hinweg: von der Analyse des Unternehmens, des Angebots und der Zielgruppe über die Positionierung, Titelentwicklung und Inhaltsstruktur bis hin zur vollständigen Erstellung des Manuskripts. Anschließend übernehmen wir auf Wunsch auch Lektorat, Korrektorat, Covergestaltung, Buchsatz, Veröffentlichung und Vermarktung.

Du erhältst damit nicht verschiedene Dienstleister, die unabhängig voneinander an einzelnen Aufgaben arbeiten, sondern ein eingespieltes System, bei dem Strategie, Inhalt, Gestaltung und Marketing von Anfang an aufeinander abgestimmt sind.

Für einen konstant hohen Qualitätsstandard sorgt unser festangestelltes Team aus erfahrenen Spezialisten. Ergänzt wird es durch handverlesene Marketingprofis, die wissen, wie ein Buch nicht nur hochwertig produziert, sondern auch gezielt an die richtigen Leser verkauft wird.

So läuft die Zusammenarbeit mit uns ab

01

Buchstrategie

Wir schauen uns deine Zielgruppe, dein Unternehmen, dein Angebot, deine Expertise und deine Zielsetzung im Detail an und entwickeln eine individuelle Strategie für dein Buch. So weißt du direkt zu Beginn, wie dein Buch aufgebaut und vermarktet werden muss, damit du deine Ziele erreichst.

02

Datenbasierte Titel- und Coverentwicklung

Wir entwickeln unterschiedliche Titel- und Covervarianten, die wir in A/B-Tests bei deiner Zielgruppe testen, um die Conversionrate für dein Buch zu maximieren.

03

Schreibprozess

Bei Bedarf übernehmen wir den Schreibprozess vollständig. Damit es trotzdem authentisch bleibt, führen wir ein paar Interviews mit dir. So entsteht ein Manuskript, das sich zu 100 Prozent nach dir anhört, und du sparst dir Hunderte Stunden Arbeit.

04

Lektorat, Korrektorat und Buchsatz

Wir perfektionieren Sprache, Stil und Wirkung für ein professionelles Leseerlebnis auf Bestseller-Niveau.

05

Marketing-Betreuung

Wir setzen unsere Strategien für dich um, kümmern uns fortlaufend um die Kampagnen und sorgen für nachhaltige Sichtbarkeit, die dein Buch langfristig am Markt etabliert und deinen Expertenstatus stärkt.

Unser Anspruch ist nicht, einfach nur Bücher zu veröffentlichen. Wir entwickeln ein Marketinginstrument, das deine Expertise sichtbar macht, deine Reputation stärkt und kontinuierlich qualifizierte Anfragen für dein Unternehmen bringt.

DEIN NÄCHSTER SCHRITT

Kostenloses Beratungsgespräch vereinbaren

Du weißt jetzt, wie die SPIEGEL-Bestsellerliste entsteht und worauf es ankommt. Die entscheidende Frage ist, was das für dein Buch bedeutet.

Genau das klären wir im Beratungsgespräch. Wir schauen uns deine Ausgangslage an: dein Thema, dein Unternehmen, deine Reichweite und deinen Zeitplan. Danach weißt du, ob eine Platzierung für dich realistisch ist, welche Launch-Strategie zu dir passt und wie dein Buch für dein Geschäft arbeiten kann.

- **Ehrliche Einschätzung** deiner Chancen auf eine Platzierung
- **Die passende Strategie** für deine Reichweite und dein Budget
- **Ein klarer Plan**, wie dein Buch Anfragen für dein Unternehmen bringt

Kostenloses Beratungsgespräch vereinbaren →

Nach ein paar kurzen Fragen wählst du direkt deinen Wunschtermin.
Klicken, Code scannen oder eintippen: autoren.remote-verlag.de/bewerbung

Code scannen

6 - Häufig gestellte Fragen

Gibt es eine Garantie oder einen Anspruch auf eine Platzierung?

Nein. Die Redaktion kann sich auch dann gegen eine Aufnahme entscheiden, wenn alle Kriterien objektiv erfüllt sind. Sie entscheidet nach eigenem redaktionellem Ermessen, einen Anspruch auf einen Listenplatz gibt es nicht. Wer dir eine Platzierung garantiert, verspricht etwas, das er nicht halten kann.

Was wir zusichern können, ist unsere Leistung: die Umsetzung des Konzepts und die Vermarktung mit unseren Strategien.

Wie lassen sich die Chancen maximal erhöhen?

Mit einem Verlag, der die Kriterien kennt, die Misserfolge bereits hinter sich hat und weiß, worauf geachtet werden muss. Unser gesamter Prozess ist darauf ausgelegt, das Risiko eines Misserfolgs so weit wie möglich zu senken: von der Lieferkette über die Metadaten bis zur Bündelung der Verkäufe in der Launchwoche.

Was muss ich an Budget mitbringen?

Das ist sehr unterschiedlich. Je weniger Reichweite du hast, desto mehr Werbebudget ist nötig. Wenn du bereits viel Reichweite hast, braucht es manchmal sogar gar kein Budget für das Marketing, sondern lediglich die Investition in die Erstellung deines Buches.

Welche Größenordnung in deinem Fall realistisch ist, rechnen wir im Beratungsgespräch mit deinen Zahlen durch.

Zählen Vorbestellungen mit?

Ja. Vorbestellungen über unseren Verlagsshop zählen. Sie werden erst mit dem Erscheinen gemeldet und laufen deshalb in der ersten Veröffentlichungswoche gesammelt auf. Genau das nutzen wir, um Nachfrage in die entscheidende Erhebungswoche zu bündeln.

Zählen Bücher, die ich selbst mit Autorenrabatt kaufe und verschenke?

Nein. Käufe über den Autorenrabatt und Rezensionsexemplare zählen nicht. Und wer selbst Exemplare kauft, um die Liste zu beeinflussen, tut genau das, wogegen sich die Prüfmechanismen richten: Auffällige Häufungen können als zusammengehörig erkannt und aus der Wertung genommen werden. Für die Liste zählen echte Leser, die dein Buch selbst kaufen.

Brauche ich schon eine große Community?

Nein, aber jede Vorbestellung aus deinem Netzwerk senkt das nötige Werbebudget. Fehlt die Reichweite, kann es sinnvoller sein, das Buch zuerst zu veröffentlichen, echte Verkaufsdaten zu sammeln und den Anlauf auf die Liste danach kontrolliert zu planen. Welcher Weg zu dir passt, klären wir gemeinsam.

Muss ich mein Buch selbst schreiben?

Nein. Bei Bedarf übernehmen wir den Schreibprozess vollständig. In ein paar Interviews erfassen wir deine Inhalte und deine Ausdrucksweise, daraus entsteht ein Manuskript, das sich nach dir anhört. Wenn du selbst schreiben möchtest, wie Corinna Weber, begleiten wir dich dabei. Beide Wege führen zum selben Ziel.

Mein Buch ist schon erschienen. Geht es trotzdem noch?

Grundsätzlich ja. Jens Heuchemer stand ein Jahr nach Erscheinen seines Buches auf der Liste. Entscheidend ist nicht das Erscheinungsdatum, sondern eine Woche, in der genug Verkäufe über die richtigen Kanäle zusammenkommen. Ob das bei deinem Buch realistisch ist, schauen wir uns im Beratungsgespräch an.

Noch eine Frage offen?

Stell sie uns direkt im kostenlosen Beratungsgespräch: **autoren.remote-verlag.de/bewerbung**

Remote Verlag

Verwandle deine Expertise in ein Buch,
das dir Sichtbarkeit und Anfragen bringt.

Kostenloses Beratungsgespräch vereinbaren →

Remote Verlag · ein Imprint der Remote Life LLC · autoren.remote-verlag.de
Stand: November 2026. SPIEGEL-Bestseller ist eine Auszeichnung der SPIEGEL-Bestsellerliste, erhoben von media control, herausgegeben von der BuchMarkt-Redaktion. Der Remote Verlag ist von DER SPIEGEL, Manager Magazin, media control und BuchMarkt unabhängig; dieser Report gibt unsere eigenen Erfahrungen wieder und ist mit keinem der Genannten abgestimmt. Alle Angaben ohne Gewähr. Eine Platzierung kann nicht garantiert werden.