



BERUF: REISEBLOGGER

Wie Du mit Deinem Blog Geld verdienst

PATRICK HUNDT

EBOOK READER

Möchtest Du diesen Guide auf einem eBook Reader lesen? Kein Problem. Es gibt sowohl eine Version für Kindle (mobi-Format) als auch eine Version für andere Lesegeräte (ePub-Format). Beide Dateien kannst Du hier herunterladen:

www.101places.de/download/Beruf-Reiseblogger-mobi-epub.zip

URHEBERRECHT

Alle Inhalte dieses eBooks sind urheberrechtlich geschützt. Das Urheberrecht liegt bei Patrick Hundt. Der Inhalt darf nicht ohne vorherige Zustimmung des Autors kopiert, weitergegeben oder weiterverkauft werden.

VORWORT

Mit diesem Guide möchte ich Dir zeigen, wie Du einen erfolgreichen Reiseblog aufbaust. *Erfolgreich* zu sein, bedeutet für mich nicht nur die Anerkennung meiner Freunde und anderer Reiseblogger, sondern echte Leser, Abonnenten und Fans. Und da wir von schönen Statistiken allein nicht leben können, geht es in diesem Guide auch darum, wie Du mit Deinem Reiseblog Geld verdienst – und zwar ohne Deine Seele zu verkaufen.

Ich zeige Dir, wie ich mit guten Inhalten und Authentizität innerhalb eines Jahres monatlich 38.000 Leser gewann und mehr als 2.000 Euro mit dem Blog verdiente. Nach nunmehr zwei Jahren besuchen jeden Monat etwa 75.000 Leser meinen Reiseblog. Mit meinen e-Books, Büchern und dem Blog nehme ich monatlich mehr als 5.000 Euro ein – folglich kann ich gut davon leben.

Ich möchte Dich mit auf eine Reise nehmen, in der es nicht nur um Besucherzahlen und Geld geht. Es geht auch darum, viel zu lernen, unternehmerisch tätig zu sein, Werte zu schaffen und Menschen zu helfen.

Die erste Auflage dieses Guides erschien im Januar 2014, nachdem ich meinen Blog ein Jahr lang ernsthaft betrieben hatte. Seitdem haben mehr als 160 Käufer dieses eBook erworben. Reiseblogger schießen demnach wie Pilze aus dem Boden und wünschen sich eine konkrete Anleitung, die ihnen dabei hilft, erfolgreich zu werden. Die aktualisierte zweite Auflage erschien im Januar 2015.

INHALT

1. Einleitung ... 6

- 1.1. Meine Geschichte ... 7
- 1.2. Über diesen Guide ... 9

2. Einen Blog aufsetzen ... 12

- 2.1. Ein Name für Deinen Blog ... 13
- 2.2. Webspace mieten ... 16
- 2.3. Die beste Blog-Software ... 18
- 2.4. Ein Template finden ... 19
- 2.5. Blog-Struktur ... 21
- 2.6. Wichtige Plugins ... 23
- 2.7. HTML-Grundkenntnisse ... 25
- 2.8. Tracking & Reporting ... 26
- 2.9. Impressum ... 30
- 2.10. Aufgaben ... 31

3. Inhalte erstellen ... 32

- 3.1. Schreibe in nur einer Sprache ... 33
- 3.2. Die richtigen Themen wählen ... 35
- 3.3. Schreibe nicht über [...] ... 42
- 3.4. Finde Deine Stimme ... 44
- 3.5. Der Prozess des Schreibens ... 47
- 3.6. Texte richtig aufbereiten ... 51
- 3.7. Besser schreiben ... 55
- 3.8. Aufgaben ... 57

4. Leser gewinnen ... 58

- 4.1. Kooperiere mit Bloggern ... 59
- 4.2. Verlinkungen von Websites ... 63
- 4.3. Round Up Posts ... 70
- 4.4. Soziale Netzwerke ... 76
- 4.5. SEO: Optimierung ... 81

- 4.6. SEO: Verlinkungen ... 95
- 4.7. Weitere Besucherquellen ... 101
- 4.8. Aufgaben ... 105

5. Leser binden ... 106

- 5.1. Eine Marke aufbauen ... 107
- 5.2. Neue Leser abholen ... 112
- 5.3. Maßnahmen zur Leserbindung ... 114
- 5.4. Newsletter ... 118
- 5.5. Aufgaben ... 124

6. Geld verdienen ... 125

- 6.1. Einleitung ... 126
- 6.2. Selbständigkeit ... 128
- 6.3. Gesponserte Artikel ... 131
- 6.4. Bücher und eBooks verkaufen ... 138
- 6.5. Amazon Partnerprogramm ... 153
- 6.6. Andere Partnerprogramme ... 156
- 6.7. Sponsoring ... 160
- 6.8. Pressereisen ... 167
- 6.9. Weitere Einnahmequellen ... 169
- 6.10. Aufgaben ... 173

7. Das Wichtigste zum Schluss ... 174

- 7.1. Sei mehr als ein Facharbeiter ... 175
- 7.2. Tipps für Selbständige ... 178
- 7.3. Sechs Erfolgskriterien ... 181
- 7.4. Arbeiten & Reisen ... 183
- 7.5. Ausblick ... 189

8. Ressourcen ... 192

- 8.1. Meine Tools ... 193
- 8.2. Nützliche Websites & Bücher ... 194
- 8.3. Regelmäßige Aufgaben ... 195



1

EINLEITUNG

1.1 MEINE GESCHICHTE

101 Places begann wie fast alle Reiseblogs: Bevor ich im Sommer 2012 auf eine kleine Weltreise ging, hatte ich einen Blog aufgesetzt, um meine Familie und Freunde von unterwegs auf dem Laufenden zu halten. Außerdem sollte er mir die Möglichkeit bieten, meine eigene Reise später immer wieder neu zu erleben.

Mein Umfeld war durch den Blog informiert, doch darüber hinaus hatte ich mich im ersten halben Jahr nicht bemüht, Leser zu gewinnen. Ich hatte nie beabsichtigt, für eine größere Zielgruppe zu schreiben, hatte nie irgendwo einen Link zu meinem Blog gesetzt, nicht auf Suchmaschinenoptimierung geachtet, und ich kannte auch keinen einzigen anderen Reiseblog. So hatte ich nach einem halben Jahr etwa 300 Besucher im Monat. Darunter Freunde und Bekannte sowie ein paar Besucher, die sich über Google in meinen Blog verirrt hatten.

Im Januar 2013 änderte sich meine Einstellung zu diesem Blog, und das sehe ich heute als den eigentlichen Start. Ich hatte plötzlich keine Lust mehr, nur so vor mich hin zu schreiben. Ich hatte die Lust verloren, am Abend meinen Laptop aufzuklappen und für ein paar Leute die oft gar nicht mal so spektakulären Erlebnisse des Tages aufzuschreiben. Ich wollte nun wertvollere Inhalte verfassen und mehr Menschen erreichen.

Geld verdienen wollte ich damit zunächst nicht. Ein paar Wochen später bemerkte ich allerdings, wie aufwendig es ist, einen guten Blog zu schreiben, und entschied mich erneut um: Nun wollte ich doch Geld verdienen. Der Aufwand sollte sich irgendwann auszahlen.

Nach etwa vier Monaten ernsthafter Arbeit schrieb ich einen Artikel über das **Reisebloggen als Geschäftsmodell**. Wie immer, wenn es um Bloggen und Geld geht, war die Aufmerksamkeit groß. In dem Artikel kündigte ich an, was ich in den nächsten zwei Jahren mit meinem Blog erreichen wollte. Zu dem Zeitpunkt spielte *101 Places* etwa 20 Euro ein. Im Monat. Ich hatte 5.000 Besucher. Das war aus meiner Sicht nicht viel, aber nach nur vier Monaten hatte ich immerhin schon mehr Besucher als die meisten anderen Reiseblogger.

Viele davon waren bereits seit Jahren dabei, hingen aber auf diesem Niveau fest. Es wäre leicht gewesen, zu glauben, dass 5.000 Besucher im Monat die natürliche Grenze für einen deutschen Reiseblog sei. Doch ich hatte meine Vorbilder, die mir zeigten, was möglich ist. An ihnen habe ich mich orientiert – allen voran PlanetBackpack.de.

Letztendlich erreichte ich meine Ziele viel früher. Im August 2013 waren alle Werte geknackt, die ich mir für den Dezember vorgenommen hatte, und im November hatte ich bereits die Ziele des nächsten Jahres erreicht. Also habe ich mir noch höhere Ziele gesteckt.

Nach einem Jahr besuchten monatlich 38.000 Leser meinen Reiseblog und generierten 136.000 Seitenaufrufe. Meine Facebook-Seite zählte 2.800 Fans und 700 Menschen hatten meinen Newsletter abonniert. Auch finanziell sah es gut aus. Ich nahm monatlich zwischen 2.000 und 2.400 Euro mit dem Blog und meinen eBooks ein.

Doch das war längst nicht das Ende der Fahnenstange. Obwohl ich den Arbeitsaufwand im zweiten Jahr deutlich reduzierte, stiegen die Besucherzahlen auf 75.000 Leser an und über 7.000 Fans haben meine Seite auf Facebook abonniert. Die Einnahmen betragen nun schon mehr als 5.000 Euro monatlich und erlauben mir ein gutes Leben.

Doch neben den reinen Zahlen war vor allem die Reise selbst ein spannendes Erlebnis. Mit meinen persönlichsten Artikeln erreichte ich mehrere Tausend Menschen. Einer wurde sogar 20.000 Mal gelesen! Aus einigen Themen sind später neue Projekte entstanden und ich habe mittlerweile eine ganze Palette an eBooks und gedruckten Büchern veröffentlicht. Meine Leser zahlen für die Informationen, die ich ihnen anbiete. Das ist ein gutes Gefühl

1.2 ÜBER DIESEN GUIDE

Warum es diesen Guide gibt

Vor einiger Zeit steckte ich in einer Sinnkrise. Mein Reiseblog lief gut, aber ich wusste nicht mehr, warum ich überhaupt blogge. Ich hatte noch andere Aufgaben und wusste auch nicht, warum ich an diesen arbeite. Ich fragte mich: Warum?

Zu meiner eigenen Freude fand ich darauf eine Antwort. Ich möchte Menschen helfen, ihr Potenzial zu entfalten und ihr Leben so zu leben, wie sie es möchten. Seitdem habe ich einige Aufgaben verworfen, die dieses *Warum* nicht erfüllen. Die Texte in meinen Blogs hingegen sind noch nützlicher geworden und seitdem wollte ich diesen Guide schreiben.

In der gleichen Zeit könnte ich auf anderen Wegen mehr Geld verdienen. Trotzdem schreibe ich diesen Guide. Ich habe kein schlechtes Leben. Ich reise um die Welt, schreibe darüber und kann allein davon leben. Davon träumen viele Menschen, also möchte ich ihnen dabei helfen, das zu erreichen.

Meine Aufgaben sollen sinnvoll sein. Das heißt jedoch nicht, dass ich von meiner Arbeit nicht leben möchte. Deswegen ist dieser Guide nicht kostenlos und auch nicht billig. Aber Du wirst einen Nutzen aus diesem Guide ziehen, der den Preis um ein Vielfaches übersteigt. Es ist viel Zeit in dieses Projekt geflossen und viel Know-How, das nur sehr wenige Blogger haben. Wenn du deinen Teil unserer unausgesprochenen Abmachung einhältst und zumindest *einige* Erkenntnisse in die Tat umsetzt, hast du mit dem Kauf eine gute Wahl getroffen.

Was dieser Guide bietet

In diesem Guide schreibe ich über meine Erfahrungen als Reiseblogger. Ich habe alles aufgeschrieben, was ich selbst gelernt habe. Alles, was für mich gut funktioniert, und auch, was nicht funktioniert. Ich habe Blogger befragt, was sie gern wissen möchten, und die

Antworten in diesem Guide verarbeitet. Mit diesem Guide gebe ich Dir sehr detaillierte Informationen an die Hand, aber auch einige Glaubenssätze, die sich in meiner Laufbahn als selbständiger Unternehmer geformt haben und die aus meiner Sicht mindestens so wichtig sind wie die Details zum Reisebloggen.

Was dieser Guide nicht bietet

Dies ist kein Grundlagen-Guide für alle Lebenslagen. Erfolgreiche Blogger sind in vielen Bereichen aktiv. Sie sind Unternehmer, Suchmaschinenoptimierer, Affiliate Marketer, Social-Media-Experten, sie versenden Newsletter oder veröffentlichen sogar Bücher und andere Produkte. Das alles gehört dazu. Nichts davon musst Du zu Beginn Deiner Laufbahn als Blogger können, aber genauso wenig kann ich hier alles im Detail erklären. Das sprengt das Format. Ich empfehle jedoch jeweils weiterführende Quellen, in denen Du die notwendigen Informationen findest. Aus diesen habe ich selbst gelernt. Ich bin schließlich auch nicht als Blogger auf die Welt gekommen.

Außerdem gibt es in diesem Guide keine Strategien rund ums Reisebloggen, die ich nicht selbst ausprobiert habe. Ich spekuliere nicht über all das, was sein könnte, sondern beschreibe den Weg, den ich gegangen bin. Es ist ein Weg, der funktioniert, aber mit Sicherheit nicht der einzige.

Dieser Guide ist für Dich, wenn ...

- Du mehrere Monate im Jahr reisen willst.
- Du vom Reisen leben möchtest.
- Du unternehmerisch denkst.
- Du ehrgeizig bist und Dich ständig verbessern willst.
- Du ausdauernd bist.
- Du anderen Menschen einen Wert bieten möchtest.

Dieser Guide ist nicht für Dich, wenn ...

- Du einen schnellen Euro verdienen möchtest.
- Du eigentlich keine Zeit zum Bloggen hast.

- Du keine Lust zum Schreiben hast.
- Du die spontane Idee hattest, Du könntest ja mal einen Reiseblog starten.
- Du nach dem einzig wahren Weg suchst, einen erfolgreichen Blog aufzubauen.
- Du überhaupt keine Vorstellung von Blogs, Marketing und Internet hast.

- **Ich erwarte von Dir, dass ...**

- Du in den nächsten Jahren viel Zeit mit Reisen verbringen willst. Anderenfalls hast Du keine Geschäftsgrundlage als Reiseblogger.
- Du Dich nicht auf diesem Guide ausruhest, sondern selbst mitdenkst und Dich weiterbildest.
- Du viel Arbeit in Deinen Blog investierst.
- Du Deinen Blog nicht nur als Mittel zum Geldverdienen siehst, sondern einen Wert schaffen willst.
- Du die Erkenntnisse aus diesem Guide auf Deine eigenen Werte und Deine eigene Art zu reisen überträgst.

Alles klar? Dann kann es ja losgehen.



2

EINEN BLOG AUFSETZEN

Dieses Kapitel beschäftigt sich mit der technischen Seite des Bloggens. Ich habe es bewusst kurz gehalten, da sich dieser Guide nicht an Online-Einsteiger richtet. Wer schon einmal einen Blog aufgesetzt hat, braucht dieses Kapitel nur überfliegen. Für wen das alles neu ist, der muss die Themen an anderer Stelle vertiefen und vor allem das Prinzip „Learning by doing“ anwenden. Es gibt ohnehin kein Besseres.

2.1 EIN NAME FÜR DEINEN BLOG

Bevor Du mit Deinem Blog startest, brauchst Du einen Namen. Diesen Namen wirst Du in den nächsten Jahren mit Dir herumtragen. Also solltest Du Dir für die Entscheidung Zeit nehmen und nicht gleich bei der erstbesten Idee hängen bleiben. Ich habe damals für einige Tage mehrmals über einen möglichen Namen für meinen Blog nachgedacht und Ideen notiert. Mit der Zeit haben sich einige Favoriten herauskristallisiert. Letztendlich bin ich bei *101 Places* hängen geblieben. Ich bin nicht vollständig zufrieden mit dem Namen, finde ihn aber gut genug, um ihn beizubehalten. Eine Namensänderung bringt Probleme mit sich, auf die ich gut verzichten kann.

Dein Name sollte aus meiner Sicht folgende Kriterien erfüllen:

1. Verfügbare Domain

Der Name muss als Domain verfügbar sein. Das ist das größte Problem, da viele gute Domains bereits vergeben sind. Nach Möglichkeit solltest Du Dich für eine .de-Domain entscheiden. Diese werden in der deutschen Google-Suche am besten gelistet. Außerdem werden Besucher, die den Namen gehört haben, aber die Domain nicht kennen, versuchen, die .de-Domain aufzurufen. Wenn es keine gute .de-Domain gibt, wäre .com meine zweite Wahl. Meine dritte Wahl ist .org. Mit etwas anderem würde ich mich nicht zufriedengeben. Andere Domain-Endungen führen zu einem schlechteren Ranking in Suchmaschinen und sind für Nutzer sehr ungewöhnlich. Ob eine Domain noch verfügbar ist, kannst Du z. B. unter united-domains.de abfragen.

2. Keine Bindestriche im Domain-Namen

Die Domain sollte in einem Wort durchgeschrieben werden können. Bindestriche machen keinen guten Eindruck, sondern wirken amateurhaft. Mein-kleiner-Weltreiseblog.de ist also keine gute Domain, planetbackpack.de hingegen schon. Bindestriche würde ich nur im Ausnahmefall verwenden, wenn der Name besonders gut ist und alle anderen Kriterien erfüllt.

3. Bezug zum Reisen

Der Name sollte einen Bezug zum Reisen haben, aber nicht zu konkret sein. Ich habe ein halbes Jahr gebraucht, bis ich herausgefunden habe, worüber ich am liebsten schreibe. Nicht jeder weiß das sofort. Der Name des Blogs sollte etwas Spielraum für Veränderungen lassen.

Für meine erste längere Reise hatte ich mir vorgenommen, 101 Orte zu besuchen, über die es zu schreiben lohnt. Nach etwa 60 Orten bin ich jedoch von dem Konzept abgewichen, da es nicht mehr zielführend war. Nun hängt mir diese Idee weiter an.

4. Zeit- und ortsunspezifisch

Der Name sollte zeitlos sein, also keine Jahreszahlen enthalten. Sofern Du Dich nicht auf eine bestimmte Region spezialisieren möchtest, sollte der Name keine Regionen enthalten. Also nicht Südostasien-Hero.de, wenn Du Dich nicht dauerhaft auf Südostasien festlegen möchtest.

Es kann dennoch sehr sinnvoll sein, Dich auf eine Region zu spezialisieren. Wenn Du beispielsweise im Ausland sesshaft bist und Dich dort gut auskennst, kannst Du zum Experten für diese Region werden. Gute Beispiele sind Phuketastic.com und Help-Tourists-in-Paris.com.

5. Markenfähigkeit

Der Name sollte „markenfähig“ sein, das heißt nicht zu generisch. „Meine Reise um die Welt“ ist sehr allgemein, „Planet Backpack“ oder „Travelicia“ taugen hingegen zur Marke. Ein ähnliches Kriterium ist Unterscheidbarkeit. Dein Name sollte sich von den 0815 Blogs abheben. Wenn Du später über Deinen Blog redest, solltest Du den Namen ganz selbstverständlich und unkompliziert in einen Satz einbauen können.

6. Ein kurzer Name

Wähle einen möglichst kurzen Namen, der sich gut merken lässt. Viele Leser kommen immer wieder, indem sie den Namen in die Browserzeile oder bei Google eingeben. Ich

wünschte die Leser würden Lesezeichen oder RSS Feeds verwenden, das tun sie aber nur selten.

7. Leichte Aussprache

Achte darauf, dass sich der Name gut aussprechen lässt. Du wirst oft gefragt werden, wie Dein Blog heißt. Dann wäre es gut, wenn Du den Namen ohne weitere Erklärungen nennen kannst. Aus diesem Grund bin ich mit *101 Places* nicht ganz zufrieden, weil ich beim Aussprechen ein deutsches Wort (Einhundertundeins) mit einem englischen Wort (Places) verbinden muss. Die Zahl 101 auf Englisch auszusprechen, klingt nur noch umständlicher.

8. Keine unnötigen Fremdwörter

Apropos Englisch: Dein Name sollte für die meisten Leser verständlich sein. Experimentiere also nicht unnötig mit Fremdwörtern, die niemand versteht.

9. Bonusinformation

In alphabetisch sortierten Listen (z. B. Blogrolls) steht *101 Places* oft ganz oben. Dadurch bekomme ich aus solchen Listen mehr Besucher als andere Blogs. Der Unterschied ist allerdings nicht so groß, dass Du nur Namen suchen solltest, die mit einer Zahl beginnen.

2.2 WEBSPACE MIETEN

Du solltest Deinen Blog in jedem Fall selbst auf einem Webserver speichern. Das heißt: Registriere eine eigene Domain und miete etwas Webspace, auf dem Du die Dateien Deiner Website speichern kannst.

Das Gegenteil davon wäre, Dich bei blogspot.com oder wordpress.com anzumelden und Deinen Blog unter deren Domain zu erstellen. Das sieht dann so aus: meineweltreise.blogspot.com oder meineweltreise.wordpress.com. Davon rate ich dringend ab, weil es unprofessionell wirkt und Du später in Deinen Möglichkeiten eingeschränkt wirst. Blogspot & Co. sind gute Dienste für Blogs, die sich nur an Freunde und Familie richten, aber nicht für Blogs, mit denen Du Geld verdienen willst.

Suche Dir einen Webspace-Anbieter, bei dem Du Deine Website speichern kannst. Die Auswahl ist überwältigend, wenn man keine Ahnung von der Materie hat. Daher empfehle ich Dir einfach All-Inkl.com. Meine Websites speichere ich dort seit vielen Jahren und bin mit dem Service sehr zufrieden.

Für den Einstieg genügt das Paket „All-Inkl Privat“. Bei diesem Paket erhältst Du drei Domains gratis dazu. Das ist für Dich die einfachste Lösung. Bevor Du Dein Hosting-Paket buchst, solltest Du also Deinen gewünschten Domain-Namen kennen. Möchtest Du Dein Portfolio später erweitern, kannst Du jederzeit zum nächstgrößeren Paket wechseln.

Nach der Registrierung bekommst Du Deinen Speicherplatz auf einem Server zugeteilt. Dort kannst Du später die Dateien Deines Blogs hochladen. Über die Domain greifst Du dann auf den Blog zu. Wenn Du noch nie einen Blog aufgesetzt hast, mag das alles zunächst sehr kompliziert klingen. Da musst Du durch. Vielleicht hast Du in Deinem Freundeskreis jemanden, der Dir damit helfen kann. Ich empfehle aber, Dir nicht einfach alles hinstellen zu lassen, sondern das meiste selbst zu machen. Du musst zumindest grob verstehen, was dort passiert, damit Du Dich später selbständig um Deine Website kümmern kannst.

Wenn Du an einer Stelle nicht weiterkommst, hilft Dir sicherlich der Support Deines Web-space-Anbieters. Die Mitarbeiter von All-Inkl beantworten E-Mails innerhalb weniger Stunden.

2.3 DIE BESTE BLOG-SOFTWARE

Um einen Blog zu erstellen, brauchst Du eine Weblog-Software, die Du auf Deinem neuen Server installieren kannst. Es gibt einige Angebote zur Auswahl, aber nur eines, das ich Dir empfehlen kann: WordPress. Vergiss alles andere. Du machst Dir das Leben nur unnötig schwer. Die meisten Blogger benutzen WordPress, und das nicht ohne Grund. Die Software funktioniert gut, ist bedienerfreundlich und die Suchmaschinen mögen sie auch. Außerdem gibt es eine riesige Auswahl an Templates und Erweiterungen – sogenannte Plugins. Diese werden später noch wichtig.

Die WordPress-Software ist kostenlos. [Du kannst sie hier herunterladen.](#)

Lies die Datei liesmich.html, nachdem Du das Paket heruntergeladen hast. Diese Anleitung wird Dich bei der Installation unterstützen. WordPress wirbt mit der „Fünf-Minuten-Installation“. Länger dauert es wirklich nicht. Es sei denn, Du machst es zum ersten Mal. Nimm Dir die Zeit, die Du brauchst. Auch hier finde ich es wichtig, dass Du verstehst, was Du tust.

2.4 EIN TEMPLATE FINDEN

Ein Template bestimmt das Erscheinungsbild Deines Blogs. Es gibt Tausende von Templates und mit jedem wirkt Dein Blog wie eine ganz andere Website. Die WordPress-Installation enthält vier Standard-Templates. Die sind ganz nett, allerdings solltest Du sie nicht nutzen, da Dein Blog sonst aussieht wie Millionen andere auch. Dein Blog soll unterscheidbar sein! Daher solltest Du Dich auf die Suche nach einem anderen Template machen. Das wird Dich sicherlich einige Stunden kosten, aber es ist die Mühe wert.

Kostenpflichtig oder kostenfrei?

Wenn Du bei Google nach „WordPress Templates“ oder „WordPress Themes“ suchst, wirst Du eine riesige Auswahl finden. Viele Templates kannst Du kostenlos herunterladen. Wenn das für Dich alles neu ist, kannst Du zunächst ein paar kostenlose Templates installieren und Dir die Unterschiede live in Deinem Blog anschauen. Vielleicht findest Du sogar ein Template, das Dir gefällt und Deine Anforderungen erfüllt.

Allerdings sind die meisten kostenlosen Templates nicht wirklich gut. Oft sind die Funktionen nur eingeschränkt, was Dir später auf die Füße fällt, wenn Du die Inhalte Deines Blogs ausbauen willst. Außerdem werden die besten kostenlosen Templates bereits von vielen Bloggern verwendet.

Ich verwende für meine Websites fast ausschließlich kostenpflichtige Templates. Für *101 Places* nutze ich ein Template namens **Modernize**. Es ist nicht das schönste Template, aber eines der flexibelsten, die ich kenne. Es hat mich 55 Dollar gekostet. Für meine anderen Blogs verwende ich das **Green Earth Template** und das **Minimum Pro Theme**.

Es gibt viele Websites, auf denen Du WordPress Themes kaufen kannst. Zwei der beliebtesten sind: themeforest.net und woothemes.com. Wenn Du dort nichts findest, solltest Du eventuell Deine Ansprüche überdenken. Themeforest bietet Templates für alle möglichen

Blogsysteme. Achte darauf, dass Du tatsächlich ein WordPress-Template kaufst und nicht versehentlich etwas anderes (das ist mir schon passiert).

Wichtiges bei der Wahl des Templates

Dein Template sollte einigermaßen *modern* und *professionell* aussehen. Darüber hinaus halte ich Design jedoch für überbewertet. Viele Blogger verwenden Stunden und Tage darauf, ihren Blog möglichst hübsch aufzubereiten. Dabei vergeuden sie viel Zeit für Kleinigkeiten. Die Wahrheit ist: Das Design macht einen Blog nicht erfolgreich. Es gibt Reiseblogs, die sehr schön anzuschauen sind. Doch sie haben kaum 3.000 Besucher im Monat. Vielleicht sollte da mehr Zeit in wichtigere Dinge investiert werden. *101 Places* ist bei Weitem nicht der schönste Reiseblog, aber trotzdem einer der erfolgreichsten.

Flexibilität ist wesentlich wichtiger als Optik. Es sollte möglich sein, für einzelne Unterseiten verschiedene Sidebars zu erstellen. Auf meiner Startseite verwende ich eine andere Sidebar als in meinen Artikeln. Und auf meinen Thailand-Infoseiten nutze ich eine Thailand-Sidebar.

Außerdem sollte es möglich sein, eine manuelle Navigation zu erstellen. Grundsätzlich basiert jede Navigation auf den Kategorien Deiner Artikel, das ist jedoch nur bedingt brauchbar. Ich stelle meine Navigation individuell zusammen. Sie besteht aus Kategorien, Unterkategorien, Artikeln und Seiten. Über die Sidebar und die Navigationsleisten steuerst Du maßgeblich das Klickverhalten Deiner Leser. Es ist wichtig, dass Du hier flexibel bist.

Viele Templates bieten außerdem nette zusätzliche Funktionen wie Foto-Slider, Galerien, Buttons und vieles mehr. Häufig können diese über sogenannte Shortcodes in den Blog eingebunden werden. Dabei handelt es sich um sehr kurze Codes (z. B. [Button]), mit denen Du nützliche Funktionen ohne jede Programmierkenntnisse in Deine Website einbinden kannst.

Mein Modernize-Theme verwendet zudem den sogenannten „Page Builder“, mit dem ich Landing Pages individuell aus Bausteinen zusammenstellen kann. Diese Flexibilität ist mir wichtiger als das schönste Design.

2.5 BLOG-STRUKTUR

Startseite

Ich sehe häufig Blogs, die auf der Startseite alles Mögliche einblenden, nur keine Artikel. Das verstehe ich nicht. Wiederkehrende Besucher geben oft die Adresse in die Browserzeile ein, gelangen so auf die Startseite und wollen die neuen Artikel lesen. Jeder unnötige Klick, den ich dem Leser aufzwingen, wird ihn frustrieren. Mit jedem Klick verliere ich Besucher. Das kannst Du Dir gleich merken: Biete dem Leser immer möglichst kurze Wege zu Deinen Inhalten.

Neben Deinen neuen Artikeln kannst Du auch eine Auswahl Deiner wichtigsten Texte verlinken. Mittlerweile habe ich auch Verlinkungen zu meinen eBooks und der Packliste auf der Startseite eingebunden, da diese wesentlich zu meinen Einnahmen beitragen. Wenn Dir ein Newsletter wichtig ist, sollten sich Deine Leser schon auf der Startseite dafür anmelden können.

Navigation

Über die Navigationsleiste steuerst Du Deine Leser. Hier liegt für Dich die beste Möglichkeit, um Deine Leser auf kürzestem Wege zu Deinen wichtigen Inhalten zu führen. Auf *101 Places* verwende ich sogar zwei Navigationsleisten. Am Anfang wird das überflüssig sein, doch je mehr Inhalte Du hast, desto mehr Möglichkeiten brauchst Du, um auf sie aufmerksam zu machen.

Ich habe die Inhalte meiner Navigationsleisten immer wieder verändert. Derzeit verlinke ich in der Hauptnavigation die verschiedenen Themengebiete meiner Artikel, die wichtige „Über mich“-Seite und meine eBooks, denn die möchte ich ja verkaufen.

In der etwas unauffälligen Navigation am oberen Rand der Website verlinke ich mein Mediakit (PR & Media), das einen normalen Leser nicht interessiert, aber für Kooperationspartner auffindbar sein muss. Außerdem habe ich eine „Neu hier?“-Seite erstellt – für Leser, die

sich einen ersten Überblick wünschen. Diese wäre noch besser in der Hauptnavigation aufgehoben, aber dort ist kein Platz mehr.

Sidebar

Die Sidebar ist sehr wichtig für die Steuerung Deiner Leser. Hier kannst Du zusätzliche Informationen einbinden. Ich verwende nicht auf jeder Unterseite die gleiche Sidebar, aber meistens sind folgende Elemente enthalten: Das E-Mail Formular, ein Foto von mir, ein Facebook-Widget, ein Hinweis auf mein Buch und die beliebtesten Artikel in meinem Blog. Über die Sidebar erhalten auch alte Artikel jeden Tag neue Leser.

Footer

Der Footer-Bereich ist völlig unwichtig. Kaum ein Leser scrollt so weit nach unten. Alles, was Du dort verlinkst, wird sehr wahrscheinlich nicht angeklickt. Ich mache mir daher um meinen Footer kaum Gedanken und verlinke dort lediglich das Impressum und die Datenschutzinformationen.

Egal wie Du Deinen Blog strukturierst: Es gibt keine endgültige Lösung. Was Du heute für das beste Ergebnis hältst, kann im nächsten Monat schon wieder überholt sein. Wenn Du neue Inhalte schreibst, ergeben sich ständig neue Konstellationen. Denke immer wieder darüber nach, ob Deine Navigation und Deine Sidebar den Nutzer dorthin führen, wo Du ihn haben willst.

2.6 WICHTIGE PLUGINS

Plugins sind Erweiterungen für Deinen Blog. Mit Plugins kannst Du zusätzliche Funktionen integrieren, die eine Standard-WordPress-Installation nicht hergibt.

Bevor ich einige Plugins vorstelle, möchte ich dazu aufrufen, Deinen Blog nicht mit unnötigen Plugins zu überfrachten. Jedes zusätzliche Plugin macht Deinen Blog langsamer und es gibt immer ein gewisses Risiko für Inkompatibilitäten und Sicherheitslücken. Es kann also sein, dass sich einige Plugins nicht miteinander vertragen und wichtige Funktionen Deiner Website lahmlegen. Setze Plugins also vorsichtig ein und nur dann, wenn sie notwendig sind.

Im Verlauf der zwei Jahre habe ich viele Plugins ausprobiert. Anfangs hielt ich meine Website bewusst schlank, doch mit der Zeit benötigte ich immer mehr Funktionen, die durch Plugins abgedeckt werden. Die folgenden Plugins verwende ich zurzeit:

- **Antispam Bee:** Dient der Abwehr von automatisiertem Kommentar-Spam.
- **Facebook Social Plugin Widgets:** Mit diesem Plugin integriere ich das Facebook-Widget in die Sidebar.
- **OptinSkin** (kostenpflichtig): Damit kann ich optisch ansprechende Newsletter-Formulare erstellen.
- **OptinMonster** (kostenpflichtig): Damit kann ich E-Mail Formulare als Layer auf der Seite einbinden. Zurzeit ist es nicht aktiviert.
- **Pretty Link Lite:** Dieses Plugin verschlüsselt Affiliate-Links. Es ist außerdem gut, um Links zu verwalten, die man immer wieder verwendet. Falls sich ein Link ändert, kann ich das zentral in diesem Plugin machen, anstatt in jedem einzelnen Artikel.
- **Q and A:** Damit integriere ich einen Fragen & Antworten-Bereich in meinem Blog. Hier veröffentliche ich Leserfragen (anonymisiert) und meine Antworten dazu.

- **Social Sharing Toolkit:** Hier erscheint eine kleine Leiste mit Social Media Buttons unter jedem Artikel (kann auch manuell an beliebiger Stelle integriert werden).
- **Subscribe to Double-Opt-In Comments:** Unter dem Kommentarformular erscheint ein Häkchen. Wenn Leser dieses aktivieren, bekommen sie E-Mail-Nachrichten, wenn jemand auf ihren Kommentar antwortet. Sehr wichtig, um Leser zurückzuholen und zu weiteren Kommentaren zu animieren.
- **UpdraftPlus:** Dieses Plugin erstellt regelmäßig ein Backup des Blogs.
- **WordPress SEO:** Mit diesem Plugin lassen sich ein paar SEO-Kniffe in die Website integrieren.
- **WP Hide Post:** Damit kann ich entscheiden, ob ein Artikel auf der Startseite oder im Feed erscheinen soll oder nicht. Das ist manchmal sinnvoll, um Werbeartikel etwas unter dem Radar zu halten.
- **WP LikeJS:** Dieses Plugin integriert die kleine blaue Plus-Box ans untere rechte Ende meiner Website. Wenn der Leser scrollt, öffnet sich das Facebook-Widget. Dadurch gewinnst Du weitere Facebook-Fans, die zudem an Deinen Inhalten interessiert sind, denn das Widget erscheint erst, wenn sie einen großen Teil des Artikels bereits gelesen haben.

Fast alle diese Plugins sind kostenlos – das ist einer der wesentlichen Gründe, weshalb Du Dich für WordPress als Blog-Software entscheiden solltest. Die Auswahl an Plugins ist riesig. Es gibt fast nichts, das nicht mit Plugins gelöst werden kann.

Die oben genannten Plugins kannst Du einfach im WordPress Backend suchen (unter Plugins —> Installieren) und installieren.

2.7 HTML-GRUNDKENNTNISSE

Mit einer Blog-Software wie WordPress kommst Du heute weitgehend ohne HTML-Kenntnisse aus. Die Software nimmt Dir (fast) jede Arbeit ab. Trotzdem erwische ich mich immer wieder dabei, wie ich meine Artikel mit HTML-Befehlen formatiere, weil ich mit der Standardformatierung von WordPress manchmal nicht zufrieden bin.

HTML ist kein *Muss*. Aber es ist nützlich, sich mit HTML ein bisschen vertraut zu machen. Ich finde es ohnehin wichtig, darüber Bescheid zu wissen, was Du eigentlich tust beziehungsweise was im Hintergrund geschieht.

Keine Angst: HTML hat nichts mit Programmieren zu tun. Es ist unkompliziert und Du kannst die wichtigsten Befehle in kurzer Zeit lernen. Ich habe mir HTML mithilfe von **SelfHTML** selbst beigebracht. Diese Website solltest Du Dir abspeichern, um im Zweifel einen Befehl nachzuschlagen. Manchmal mache ich das heute noch.

Ein paar Standardbefehle, die Du zur Formatierung Deiner Artikel verwenden kannst:

 	—> Leerzeile
 	—> Leerzeichen
<H1>	—> Überschrift erster Ebene
<H2>	—> Überschrift zweiter Ebene
	—> Fettdruck
	—> Kursivdruck
	—> Bild einbinden
	—> Link einbinden
<div>	—> neuer Abschnitt

Mit diesen Begriffen allein kannst Du noch nicht viel anfangen. Diese könntest Du allerdings mal bei SelfHTML nachschlagen, um einen Einstieg zu finden.

2.8 TRACKING & REPORTING

Wenn Du erste Besucher auf Deinem Blog hast, willst Du darüber sicherlich Bescheid wissen. Solltest Du auch! Du solltest wissen, woher Deine Leser kommen, was sie sich anschauen und wie lange sie bleiben.

Die WordPress-Software bietet diese Funktion leider nicht. Aber trotzdem ist es leicht, an diese Daten zu gelangen. Ich verwende dafür Google Analytics, und ich empfehle Dir, das Gleiche zu tun. Es gibt keinen besseren kostenlosen Dienst. Es ist ganz einfach: Du meldest dort Deine Website an und erhältst einen Tracking-Code. Den baust Du in Deinen Blog ein.

So integrierst Du Google Analytics: Theoretisch kannst Du den Tracking-Code einfach in den Quellcode Deiner Website schreiben. Doch wenn das nicht Deinen Kenntnissen entspricht, nutze besser ein Plugin wie „Google Analytics for WordPress“. Manche Templates enthalten sogar ein separates Eingabefeld, in das Du den Code eintragen kannst.

Diese Werte solltest Du im Blick behalten

Die folgenden Kennzahlen sind interessant, wenn Du Dich mit anderen Bloggern vergleichen willst. Außerdem sind potenzielle Kooperationspartner an diesen Zahlen interessiert.

- Besuche pro Monat (Visits)
- Eindeutige Besucher pro Monat (Unique Visitors)
- Seitenaufrufe (Page Impressions)
- Verweildauer
- Seitenaufrufe pro Besucher

Diese Werte findest Du sofort nach dem Login. Interessant werden diese Daten vor allem im Zeitverlauf. Wenn sich eine Kennzahl deutlich verändert, solltest Du der Sache auf den

Grund gehen und daraus lernen. Das sind aber alles nur Statistiken, die nett anzuschauen sind, Dich jedoch kaum weiterbringen. Für die Optimierung ist Folgendes wichtig:

Woher kommen Deine Leser?

Mit Google Analytics kannst Du leicht erkennen, über welche Websites Deine Leser zu Dir gelangen. Wurde Dein Blog auf einer anderen Website verlinkt? Wie viele Leser kommen über einen Gastartikel, den Du geschrieben hast? Was passiert, wenn Dich jemand bei Facebook verlinkt? Das sind alles interessante Informationen, um zu lernen, was funktioniert und was nicht. (Google Analytics —> Akquisition —> Alle Zugriffe —> Quelle/Medium)

Was machen die Leser auf Deinem Blog?

Wie lange bleiben sie? Welche Seiten schauen sie sich an und wie viel Zeit nehmen sie sich dafür? So wirst Du zum Beispiel merken, dass extrem viele Leser auf Deine „Über mich“-Seite klicken. Diese solltest Du also optimieren und nutzen, um die Leser dorthin zu schicken, wo Du sie haben willst. Das gilt für alle Seiten, die häufig aufgerufen werden. (Google Analytics —> Verhalten —> Website-Content —> Alle Seiten)

In dieser Auswertung lässt sich auch gut erkennen, wie lange Deine Besucher durchschnittlich auf einer Seite bleiben. Ist die Verweildauer auf einer Unterseite nur sehr kurz, versuche ich den Grund dafür herauszufinden. Handelt es sich um einen Artikel, so beantwortet er vielleicht nicht die Fragestellung eines Lesers.

Alle paar Monate schaue ich mir an, woher die Leser eines Artikels kommen. Oftmals erkenne ich daran, dass viele Leser über Google auf einen Artikel gelangen, obwohl ich gar nicht damit gerechnet habe. Eventuell kann ich die Keywords in dem Artikel optimieren, um noch mehr Besucher zu gewinnen.

Ich weiß immer, welche Seiten bei mir häufig aufgerufen werden. Mit der Zeit kommen neue Seiten hinzu und wenn sich eine Seite besser entwickelt, als ich dachte, schaue ich sie mir noch einmal an, um sie weiter zu optimieren. Zum Beispiel verlinke ich auf der Seite weitere interne Seiten, um den Leser in meinem Blog zu halten. Oder ich baue ein Banner für eines meiner eBooks ein, wenn es inhaltlich passt. Manchmal überarbeite ich auch die

Inhalte eines Artikels, wenn ich neue Kenntnisse zum Thema habe. Solche Optimierungen führen dazu, dass die Besucherzahlen weiter steigen. Google Analytics zeigt Dir lediglich auf, welche Seiten Potenzial haben.

Was sind gute Werte?

Das kann von Blog zu Blog sehr verschieden sein. Es hängt auch stark davon ab, woher Deine Besucher kommen. Generierst Du viele Besucher über Social Media, wird die Verweildauer gering sein und die Leser rufen nur wenige Seiten auf. Besucher von Google bleiben oft länger und besuchen mehr Seiten – solange Du nützliche Inhalte bietest.

Schau Dir die Mediakits anderer Reiseblogger an. Dort sind häufig konkrete Zahlen aufgeführt, an denen Du Dich orientieren kannst. Diese Kits sind häufig unter „Media“ oder „PR“ verlinkt.

Meine zwei wichtigsten Kennzahlen zum Nutzungsverhalten sind die Verweildauer (ca. 3:10 min) und die Seitenaufrufe pro Besuch (ca. 2,1). Im ersten Jahr waren diese Werte besser. Je größer eine Seite wird, desto mehr unqualifizierte Besucher kommen hinzu, die die Statistik nach unten ziehen.

Außerdem schaue ich mir regelmäßig an, woher meine Besucher kommen. Anfangs war der Anteil der Google-Besucher sehr gering, da es eine ganze Weile dauert, bis die Seiten gut bei Google gelistet werden. Mittlerweile verteilen sich die Besucherquellen in etwa so:

- Google: 75 %
- Direkteingaben: 15 %
- Verlinkungen: 5 %
- Social Media: 3 %
- Sonstiges: 2 %

Diese Zahlen solltest du nicht als die einzige Wahrheit verstehen. Bei anderen Bloggern kann das ganz anders aussehen. Wie Du später noch sehen wirst, lege ich in meiner Arbeit wenig Wert auf Social Media. Ich investiere beinahe keinen Aufwand in Facebook & Co. –

das spiegelt sich in der Statistik wider. Auch meinen Newsletter versende ich nur selten, daher taucht er hier gar nicht auf.

Grundsätzlich ist eine ausgeglichene Verteilung der Besucherquellen am nachhaltigsten. Meine Abhängigkeit von Google ist mittlerweile sehr groß geraten. Vor einem Jahr lag sie noch bei 63 Prozent. Das liegt daran, dass ich den Arbeitsaufwand im letzten Jahr stark zurückgefahren habe – der Besucherstrom von Google bleibt jedoch bzw. stieg sogar noch.

Ich rufe meine Analytics-Daten mehrmals in der Woche auf. Es macht mir Spaß, Zahlen auszuwerten, weil ich ein analytischer Typ bin. Daher habe ich immer im Blick, welche Seiten häufig aufgerufen werden, und kann diese weiter optimieren. Natürlich schaue ich mir nicht täglich jedes Detail an, aber das Wesentliche habe ich im Blick. Dafür nutze ich auch eine iPhone-App namens „Quicklytics“.

Diese strenge Beobachtung ist kein Muss, aber in diesem Guide geht es darum, was für mich gut funktioniert, daher lege ich besonderen Wert darauf, das Thema Reporting hier zu erwähnen. Ich finde es in jedem Unternehmen wichtig, die eigenen Kennzahlen zu kennen und zu verstehen.

Google Analytics ist ein sehr mächtiges Werkzeug, daher wirkt es anfangs etwas einschüchternd. Ich nutze jedoch kaum mehr als ein Prozent der Funktionen und an diesen solltest Du Dich zunächst auch orientieren. Ich habe lange überlegt, welche Informationen ich in diesem Kapitel noch aufnehmen kann. Doch mehr fällt mir nicht ein, da ich Google Analytics nur für die wenigen beschriebenen Funktionen nutze.

Wenn Du Dich mit Google Analytics zunächst schwertust, solltest Du mal in der [Analytics Hilfe](#) vorbeischauen. Auch [dieses eBook von Ben Garden \(englisch\)](#) ist für den Einstieg sicherlich nützlich.

2.9 IMPRESSUM

Deutsche Websites unterliegen der Impressumspflicht. Private Seiten sind davon zwar ausgenommen, doch jede Website, die einen geschäftlichen Zweck verfolgt, benötigt ein Impressum. Diese Regel wird sehr streng ausgelegt. Schon ein Werbebanner oder Affiliate-Link kann genügen, Deiner Website einen geschäftlichen Zweck anzudichten. Daher empfehle ich Dir, gleich zu Beginn ein Impressum einzurichten. Anderenfalls läufst Du Gefahr, von einem Wettbewerber abgemahnt zu werden – das könnte teuer werden.

Das Impressum einer Website muss für den Besucher leicht erkennbar und jederzeit erreichbar sein. Es genügt folglich nicht, nur eine Unterseite anzulegen. Sie muss auf Deiner Website auch gut verlinkt sein. Für gewöhnlich wird das Impressum in der Navigation, in der Sidebar oder im Footer verlinkt, denn diese Elemente sind auf jeder Unterseite der Website erreichbar. Bei mir ist es über den Footer zu erreichen.

Ein Impressum hat gewisse Informationen zu enthalten. Fehlt davon etwas, bist Du wiederum anfällig für Abmahnungen. Da ich keine Rechtsberatung durchführen kann und sich die Rechtslage hin und wieder ändert, verweise ich Dich an dieser Stelle auf die Website e-recht24.de. Dort findest Du einen Impressumsgenerator, mit dem Du ein individuelles Impressum für Deine Website erstellen kannst. Dieser Service ist kostenlos. Soweit ich weiß, bist Du damit auf der sicheren Seite. Ich habe mein Impressum auch dort generieren lassen.

Über das Impressum hinaus solltest Du auch eine Datenschutzerklärung auf Deiner Website veröffentlichen – am besten auf einer separaten Unterseite. Diese habe ich auch im Footer verlinkt. Eine solche Erklärung kannst Du ebenfalls auf e-recht24.de generieren lassen.

2.10 DEINE AUFGABEN

Die folgenden Aufgaben ergeben sich für Dich aus diesem Kapitel:

- Finde einen Namen für Deinen Blog.
- Miete Webspace und registriere eine Domain.
- Installiere WordPress auf Deinem Webspace.
- Finde und installiere ein Template für den Blog.
- Installiere die notwendigen Plugins.
- Lerne wichtige HTML-Befehle.
- Installiere Google Analytics.



3

INHALTE ERSTELLEN

Das Wichtigste in jedem Blog sind die Inhalte. Lass Dich nicht von Facebook, SEO, E-Mail Marketing & Co. täuschen: Wenn sich kein Leser von Deinen Texten angesprochen fühlt, ist alles andere wertlos. Ohne gute Inhalte: kein erfolgreicher Blog. Also lass uns lernen, wie man Texte schreibt, die gelesen werden.

3.1 SCHREIBE IN NUR EINER SPRACHE

Ich stoße immer wieder auf Reiseblogger, die ihren Blog in mehreren Sprachen starten wollen. Zumeist Deutsch und Englisch, manchmal auch noch Spanisch oder Französisch dazu. Der Grund ist immer der gleiche: Sie wollen eine größere Zielgruppe ansprechen. In diesem Fall gilt, was für das Schreiben an sich gilt: Wenn Du für alle schreibst, erreichst Du niemanden. Starte Deinen Blog deshalb in nur einer Sprache! Im Idealfall in Deiner Muttersprache. Du kannst nicht auf allen Hochzeiten gleichzeitig tanzen.

Warum bin ich so strikt gegen die Mehrsprachigkeit?

1. Übersetzungen sind Motivationskiller

Ein guter Artikel ist aufwendig. Du glaubst es jetzt vielleicht noch nicht, doch das Schreiben wird Dich viel Zeit kosten. Aus meiner Erfahrung wird es zunehmend mehr, da die Ansprüche an die eigenen Inhalte steigen. An manch einem Artikel habe ich zehn Stunden geschrieben! Und wenn Du das in einer Sprache geschafft hast, willst Du Deinen hart erarbeiteten Artikel noch in andere Sprachen übersetzen? Das kostet Dich wieder einige Stunden und es nervt enorm, denn die kreative Phase ist längst vorbei. Es geht nur noch um stupides Übersetzen.

2. Du bist nur perfekt in einer Sprache

Sofern Du nicht zwei Muttersprachen hast, wird Deine zweite Sprache nicht perfekt sein. Es passieren unweigerlich Fehler. Es kostet Dich mehr Zeit als in Deiner Muttersprache. Manch ein Blogger lässt die Texte extern übersetzen. Doch das kostet Zeit und Geld und der übersetzte Text wurde nicht in *Deiner Stimme* geschrieben.

3. Du hast schon genug zu tun

Bloggen ist so viel mehr als nur Schreiben. Du wirst in die Reiseblogger-Community eintauchen müssen. Du brauchst Kontakte in der Branche, musst Gastartikel schreiben, willst von anderen Bloggern geteilt werden. Die deutsche Reiseblogger-Branche hat jedoch mit

der englischsprachigen nichts zu tun. Es gibt keine Überschneidungen. Du musst das also alles in zwei Märkten machen.

Wenn Dir mein Rat etwas wert ist: Schreibe in nur einer Sprache, konzentriere Dich auf *einen* Markt. Es gibt mehr als 100 Millionen deutschsprachige Menschen. Die wollen alle verreisen. Das sollte doch wohl erst mal reichen!

3.2 DIE RICHTIGEN THEMEN WÄHLEN

Achtung, ich bin ganz frech und behaupte: Erfolglosen Reisebloggern mangelt es an nützlichen Texten. Sie schreiben für sich selbst oder für andere Reiseblogger oder wissen gar nicht, für wen sie schreiben. Sie schreiben vor sich hin und hoffen das Beste. Das funktioniert nicht, also mach es besser!

Meine Regeln

Ich habe ein paar Regeln, denen ich mich selbst unterwerfe. Ich sehe sie als ganz entscheidende Bausteine meines Erfolgskonzepts. Hier möchte ich sie mit Dir teilen:

- Schreibe keine Inhalte, nur weil Du sie schnell unterschreiben kannst, wie z. B. sinnlose Artikelserien. Schnell geschriebener Inhalt ist selten gut.
- Veröffentliche nichts, mit dem Du selbst nicht zufrieden bist. Wenn nicht mal Du Deinen Text magst, wie soll ihn dann ein Leser mögen?
- Sei anders als alle anderen! Sei Du selbst!
- Vertritt eine Meinung! Sei nicht beliebig und austauschbar.
- Sei persönlich. Scheue Dich nicht davor, über Dich selbst zu schreiben und Dich zu öffnen. Mach Dich nackig!
- Schreibe Texte, die Dich Überwindung kosten. Wenn der Klick auf „veröffentlichen“ schwerfällt, hast Du vielleicht etwas wirklich Gutes geschrieben!
- Schreibe nicht für Reiseblogger, sondern für Deine Leser.
- Schreibe über nichts, was Dich nicht selbst interessiert! Der Text wird mit Sicherheit schlecht und vor allem wird er auch Deine Leser nicht interessieren (denn die interessieren sich für das Gleiche wie Du).
- Schreibe Inhalte, in denen sich Deine Leser wiederfinden. Menschen wollen sich in Texten selbst erkennen, denn nichts interessiert sie mehr als sie selbst.

- Erfinde das Rad nicht neu. Lass Dich von anderen Bloggern inspirieren. Dass etwas schon einmal geschrieben wurde, heißt nicht, dass Du nicht auch darüber schreiben kannst (und zwar besser!).
- Kopiere nicht andere Blogger und deren Texte. Du musst Deine eigene Stimme finden.
- Investiere viel Zeit ins Schreiben! Bloggen ist ein Multitasking-Job. Du musst Dich um tausend Dinge kümmern. Aber ohne gute Inhalte ist alles andere für die Katz.
- Frage Dich immer, wie Dein Artikel anderen Menschen hilft!
- Inspiriere und überrasche Deine Leser!
- Sei lustig, wenn Du kannst. Lustige Texte werden am häufigsten geteilt. Aber wenn Du es nicht kannst: Lass es bleiben! Nicht jeder kann lustig schreiben.
- Versuche bloß nicht, alle Menschen anzusprechen. Wenn Du etwas schreibst, das jedem gefallen soll, gefällt es niemandem (sondern ist Mittelmaß).
- Fazit: **Write Epic Shit.**

So findest Du Themen

Wenn Du nur zweimal im Jahr in den Urlaub fährst, wirst Du vermutlich keinen erfolgreichen Blog führen können. Ein Reiseblogger muss viel reisen. Ich hoffe, das ist keine Überraschung für Dich.

Halte die Augen offen, wenn Du unterwegs bist

Du hast irgendeine Herausforderung zu bewältigen? Du kannst Dir sicher sein, dass Tausende andere Menschen das gleiche Problem haben, also schreibe einen Artikel mit der Lösung des Problems. Du machst etwas zum ersten Mal in Deinem Leben? Dann schreib darüber, denn viele Menschen wollen wissen, wie es sich anfühlt, etwas zum ersten Mal zu machen. Wahrscheinlich haben sie sogar Angst davor und Du kannst ihnen die Angst nehmen. Auch über bedeutende Begegnungen kannst Du schreiben oder über Deine Erkenntnisse beim Reisen. Unterwegs ergeben sich immer wieder neue Themen. Das können ganz einfache Dinge sein. Für eine Thailand-Reise wollen Deine Leser beispielsweise wissen, ob sie ein Visum benötigen, wie sie an eine SIM-Karte kommen oder wie man einen Roller mietet.

Beobachte andere Blogger

Ja, es kann so einfach sein. Es gibt bereits viele Reiseblogger, und die schreiben über alles Mögliche. Neunzig Prozent davon ist für Dich irrelevant. Aber von den restlichen zehn Prozent kannst Du Dich inspirieren lassen. Schau Dir auch an, wie gut die Inhalte von den Lesern aufgenommen werden. Wenn ein Thema viele Kommentare erhält und häufig geteilt wird, hat der Blogger damit einen Nerv getroffen. Wenn Du zu dem Thema auch etwas zu sagen hast, solltest Du es in Deinem Blog aufgreifen.

Höre auf Deine Leser

Sobald Du ein paar Leser hast, werden sie Fragen stellen. Mal in den Kommentaren, mal per E-Mail, mal per Facebook. Diese solltest Du ernst nehmen. Wenn Dich jemand etwas fragt, kannst Du davon ausgehen, dass sich andere Menschen die gleiche Frage stellen, aber sie fragen nicht Dich. Also schreibe darüber. Wenn Du ein Problem löst, werden sie Dich finden.

Nach neun Monaten habe ich eine **Leserumfrage** gestartet. Mehr als 250 Leser nahmen daran teil und überschütteten mich mit Fragen. Einige davon konnte ich kurz und knapp beantworten. Das habe ich in einem gesonderten Artikel gemacht. Umfassendere Fragestellungen konnte ich in separaten Artikeln aufgreifen.

Die vier Artikelarten in Reiseblogs

Ich unterteile meine Artikel gedanklich in verschiedene Kategorien, und ich denke, diese finden sich in den meisten Reiseblogs wieder. Sie erfüllen jeweils unterschiedliche Funktionen und sprechen unterschiedliche Leser an.

1. Reiseberichte

Damit meine ich Inhalte, die ein Land, einen Ort, eine Sehenswürdigkeit, eine Begegnung – irgendetwas von unterwegs – beschreiben. Gut, wir reden hier von Reiseblogs, also sind Reiseberichte ja wohl selbstverständlich, oder? Nicht unbedingt. Es gibt sehr erfolgreiche Reiseblogger, die nur ganz selten mal einen Reisebericht schreiben (z. B. Planetbackpack). Es geht also auch ohne. Aber viel wichtiger finde ich das: Mit Reiseberichten allein wirst Du keinen erfolgreichen Reiseblog führen können. Punkt.

Warum ist das so? Stell Dir vor, Du schreibst einen Artikel über die schöne Stadt Luang Prabang in Laos. Du schickst ihn an Deine Newsletter-Empfänger und verbreitest ihn bei Facebook. Und dann passiert: Nicht viel! Nur wenige Leute interessieren sich für Luang Prabang: Menschen, die selbst bald nach Luang Prabang wollen, Menschen, die schon einmal in Luang Prabang waren, und vielleicht noch Deine Hardcore-Fans. Für alle anderen ist es nur eine weitere störende Meldung in ihrer endlosen Facebook- und E-Mail-Flut. Ein paar Leser kannst Du also ansprechen, aber nicht Deine komplette Reichweite ausspielen. Deinen Reisebericht wird zudem kaum jemand teilen.

Trotzdem können Reiseberichte wichtig sein und zu Deinem Erfolg beitragen. Du musst das allerdings langfristiger sehen. Angenommen, Du reist durch Laos und schreibst unterwegs zehn Reiseberichte über die beliebtesten Orte in Laos. Am Ende hast Du eine gute Sammlung von Informationen, die für Menschen interessant sind, die selbst kurz vor einer Reise nach Laos stehen.

Die könnten sich in Reiseführern informieren. Aber es gibt viele Menschen, die im Internet recherchieren und bewusst nach Blogs suchen, weil sie die persönliche Meinung von „echten Menschen“ schätzen. Wenn Du also eine gute Sammlung von Laos-Reiseberichten anbietest, werden Dich diese Leute früher oder später finden.

Diese Leute wollen aber nicht einfach nur Deine Meinung, sondern auch *Informationen*. Du tust ihnen einen großen Gefallen, wenn Du zusätzliche Informationen einbaust, die Du Dir vor Deiner Reise erst selbst besorgen musstest. Bist Du zum Beispiel von Thailand aus auf dem Landweg nach Laos gereist? Dann schreibe darüber, wie das funktioniert hat. Was musstest Du vorbereiten, mitbringen, wo musstest Du hin, wie war der Ablauf? Diese Fragen stellt sich *jeder*, der die gleiche Route bereisen will wie Du. Es muss nicht immer so ausführlich sein. Du hast einen Artikel über Tempel XY geschrieben? Dann informiere den Leser am Ende des Artikels darüber, wie Du dort hingekommen bist und was der Eintritt kostet. Und schon hast Du etwas mehr geschaffen als einen Reisebericht, der nur eine Geschichte erzählt.

Im Übrigen solltest Du Deine Reiseberichte untereinander verlinken – also alles, was zusammenpasst. Wenn ein Leser nach Luang Prabang reist, kommt er mit Sicherheit auch nach Vientiane. Zeige ihm, dass Du darüber auch etwas geschrieben hast! Das ist ein weiterer Nutzwert für den Leser.

2. Reiseratgeber

Bei den Reiseberichten habe ich es schon angedeutet: Du solltest Informationen bieten, die dem Leser weiterhelfen. Und genau darum geht es bei Ratgeberartikeln. Als Reiseblogger bist Du der Reiseexperte! Vielleicht kommt es Dir nicht so vor, weil Du Dich über die Jahre so sehr ans Reisen gewöhnt hast und weißt, wie alles abläuft. Aber Dein normaler Leser hat wenig Ahnung vom Reisen, denn er fährt nur zweimal im Jahr in den Urlaub – wenn überhaupt. Viele Deiner Leser fahren vielleicht sogar zum ersten Mal in den Urlaub. Das solltest Du immer im Hinterkopf behalten!

Menschen machen sich um alles Mögliche Gedanken und Sorgen. Es steht in Deiner Macht, ihnen diese Ängste zu nehmen, indem Du sie darüber aufklärst, was sie beim Reisen zu erwarten haben. Der Mensch hat Angst, allein zu sein – also schreibst Du darüber, wie man unterwegs andere Menschen kennenlernt. Der Mensch hat Angst um seine Sicherheit – also schreibst Du darüber, wie man Ärger aus dem Weg geht. Manchmal machen sich Menschen aber nicht zu viele Gedanken, sondern zu wenige. Zum Beispiel bei der Flugbuchung. Der Normalreisende zahlt viel mehr für Flüge als Du und ich. Also schreibst Du darüber, wie man einen günstigen Flug findet.

Ratgeberartikel haben viele Vorteile. Wenn sie einen tatsächlichen Nutzwert bieten, werden sie bis zum Ende gelesen. Dein Leser hält sich also lange auf Deiner Seite auf, und Du gewinnst auch noch sein Vertrauen, weil Du ihm hilfst. Vielleicht ist er sogar so nett, den Artikel mit seinen Freunden zu teilen, weil der Artikel eben wirklich hilfreich ist! Ein guter Ratgeberartikel wird zudem gern von anderen Bloggern verlinkt. Dadurch erhältst Du Leser von anderen Blogs, und jeder Link hilft Deinem Ranking bei Google.

Ich möchte Dich vorwarnen: Vermutlich werden sich andere Reiseblogger darüber beklagen, dass es bereits zu viele Ratgeberartikel gibt. Es ist nun mal so: Ein Reiseblogger weiß

das alles schon. Dein Blog richtet sich jedoch nicht an Reiseblogger, sondern an Tausende von Menschen, die sich nicht jeden Tag mit dem Reisen beschäftigen. Verliere Deine Zielgruppe nicht aus den Augen!

3. Inspiration

Diese Art von Artikeln ist besonders. Damit meine ich Artikel, die persönliche Gedanken, Erkenntnisse und Meinungen widerspiegeln. Es gibt sie nicht in vielen Reiseblogs. Aber ich kann Dir sagen: Sie funktionieren hervorragend. Ich habe Dir schon gesagt, dass Du Dich nackt machen sollst, Dein Innerstes nach außen kehren und darüber schreiben. Mit diesen Artikeln kannst Du Dich von dem Blogger-Einheitsbrei abheben, denn sie sind persönlich. Damit erlaubst Du Deinen Lesern, Dich kennenzulernen. So findest Du Deine Leser und Deine Leser finden Dich.

Meine besten Artikel kommen aus dieser Kategorie. Das ist meine Selbsteinschätzung, aber auch die Kommentare und Facebook-Likes sprechen die gleiche Sprache. Mit Abstand an Nummer 1: **Geständnisse eines introvertierten Reisenden**. In diesem Artikel habe ich mich wirklich verwundbar gemacht. Ich habe zehn Tage lang immer wieder daran geschrieben. Mittlerweile wurde er mehr als 20.000 Mal gelesen, viele Male geteilt und er wurde am häufigsten kommentiert. Außerdem sind viele neue Leser aufgrund dieses Artikels dabeigeblichen, weil sie das Gefühl hatten, zu verstehen, wer ich bin. Auf den weiteren Plätzen folgen Titel wie: „Der Schatten meiner Freiheit“, „Was hast Du über Dich selbst gelernt?“ und „Wie mich eine Frage aus der Sinnkrise führte“.

Diese Artikel können den Unterschied machen. Aber ich sage Dir auch ganz ehrlich: Diese Artikel können fürchterlich floppen, wenn sie halbherzig geschrieben sind. Du kannst nicht innerhalb einer Stunde Deine wichtigen Gedanken aufschreiben. Jeder der Artikel in meiner Top 5 hat mich viel Zeit gekostet - zehn Stunden waren keine Ausnahme, und das oft über mehrere Tage verteilt. Das Thema an sich ist also noch lange keine Erfolgsgarantie. Du musst es ernst meinen! Ich schreibe so etwas nur, wenn mir ein Thema wirklich auf der Seele brennt und ich es für mich aufarbeiten muss. Ich schreibe es nie, weil ich einen Knallerfolg haben will.

Übrigens: Diese Artikel haben langfristig nicht unbedingt die meisten Leser. Auf lange Sicht sind informative Artikel erfolgreicher, da sie viele Besucher über Google anziehen. Inspirierende Artikel beantworten in der Regel keine akute Frage Tausender Menschen, daher erhalten sie nur wenige Besucher über Google. Aber der kurzfristige Effekt kann enorm sein und viele dauerhafte Leser hinzugewinnen.

4. Interviews

Der Vollständigkeit halber möchte ich noch die Interviews als Artikelart erwähnen. Vielleicht sind sie sogar eine Unart! Wenn Du jemanden in Deinen Blog zum Interview einlädst, hat das für Dich zwei Vorteile:

1. Du hast damit kaum Aufwand, da Du Dir nur ein paar Fragen ausdenken musst.
2. Der Interviewpartner wird das Interview vermutlich in seinen Social-Media-Kanälen teilen. Dadurch erhältst Du zusätzliche Leser.

Aber Interviews haben auch einen Nachteil: Sie sind meistens langweilig und interessieren niemanden. In erster Linie interessieren sich Deine Leser ja für Dich und das, was Du tust. Wenn Du einen neuen Namen ins Spiel bringst, geht sie das erst mal nichts an.

Meine Leser haben das in meiner Umfrage sogar bestätigt: Nur 15 Prozent meiner Leser interessieren sich für Interviews. Aber 77 Prozent interessieren sich für inspirierende Artikel, 75 Prozent für Reiseberichte und immerhin noch 61 Prozent für Ratgeberartikel. Das ist mal eine eindeutige Aussage.

Ein Interview muss natürlich nicht immer schlecht sein. Ich werde auch weiterhin Interviews in meinem Blog durchführen. Allerdings bin ich sehr wählerisch und mache mir viele Gedanken darum, welchen Mehrwert ich meinen Lesern mit einem Interview bieten kann. Ist es eine inspirierende Persönlichkeit? Kann die Person wichtige Erkenntnisse teilen? Oder ist es zumindest jemand, der sehr bekannt ist? Irgendetwas davon muss zutreffen, sonst wird es ein Artikel, der niemanden interessiert.

3.3 SCHREIBE NICHT ÜBER ...

Aus meiner Sicht muss nicht über alles geschrieben werden. Viele Themen interessieren einfach niemanden.

1. Spaziergänge durch Castrop-Rauxel

Es gibt nur einen Grund, über einen Spaziergang durch Castrop-Rauxel zu schreiben: Wenn Deine Nische „Spaziergänge in Castrop-Rauxel“ heißt. Ich empfehle diese Nische allerdings nicht. Es gibt keinen anderen Grund, über ein solch langweiliges Thema zu schreiben. Wenn Du sonst als Backpacker in der Welt unterwegs bist, hat ein Stadtbummel in einer deutschen Kleinstadt nichts in Deinem Blog verloren. Es interessiert niemanden. Denke an Deine Leser. Mit jedem neuen Artikel kannst Du zwar neue Leser gewinnen, Du kannst aber auch welche verlieren. Das solltest Du vermeiden. Bleibe in Deiner Nische und verstelle nicht Deine Stimme.

2. Reiseblogger-Treffen

Du hast Dich mit anderen Reisebloggern getroffen und hinterher schreiben alle eine Zusammenfassung darüber, wie lustig das war? Mach da bloß nicht mit! Ob Du überhaupt an solchen Treffen teilnehmen solltest, ist eine andere Frage, die wir hier später klären. Aber wenn Du es machst: Schreibe nicht darüber. Wen soll das interessieren? Richtig: Andere Reiseblogger. Aber das ist nicht Deine Zielgruppe, denn davon gibt es kaum mehr als ein paar Hundert in Deutschland. Und wenn Dein Ziel ist, nur ein paar Hundert Leser zu haben, dann ist dieser Guide für Dich ein Fehlkauf.

3. Artikelserien

Es ist so verlockend: Jeden Montag gibt es ein Interview oder ein Foto der Woche oder einen Geheimtipp (der keiner ist) oder einen pseudo-inspirierenden Spruch. Artikelserien sind einfach erstellte Inhalte. Wenn man nichts zu sagen hat, macht man eben eine Serie, auf die sich die Leser „freuen“ können. Hier ist eine Erkenntnis für Dich: Leicht verfasster

Content ist schlechter Content. Quäle Deine Leser nicht mit langweiligen, wiederkehrenden Inhalten.

Sind alle Artikelserien schlecht? Nein, nicht alle. Die meisten. In seltenen Fällen kann es sinnvoll sein, anstatt eines irrsinnig langen Artikels lieber eine Serie zu veröffentlichen. Der Inhalt der Serie sollte in diesem Fall einen großen Mehrwert für den Leser haben. Das impliziert bereits, dass der Inhalt nicht leicht zu erstellen ist, sondern Dich viel Gehirnschmalz und Zeit kosten wird. In diesem Fall kann tatsächlich eine gute Serie daraus werden.

4. Themen, die Du selbst nicht spannend findest

Bevor Du einen Artikel schreibst, überlege Dir, ob das Thema zu Deinem Blog passt und ob es Deine Leser interessieren könnte. Manchmal ist es durchaus sinnvoll, um die Ecke zu denken. Ich selbst habe viele verschiedene Ansätze ausprobiert. Aber ich habe nie über etwas geschrieben, das ich nicht selbst spannend fand. Am Anfang ist es leicht, Dir das vorzunehmen. Deine Willensstärke wird jedoch auf die Probe gestellt, wenn Du die ersten Einladungen zu Pressereisen erhältst. Presseagenturen laden Dich gern mal auf eine Reise ein, ohne sich darum zu scheren, ob das Reiseziel überhaupt zu Deinem Blog passt. Du wirst geschmeichelt sein, dass man an Dich dachte, und überhaupt: Es ist eine kostenlose Reise!

Ich kann Dir versprechen, dass Du spätestens bei Deiner Rückkehr vor Problemen stehst, denn Du willst dem Gastgeber gerecht werden, der keine Kosten und Mühen gescheut hat, Dich einzuladen, aber Du musst nun einen oder mehrere Artikel schreiben, mit denen Deine Leser nichts anfangen können. Das geht nicht.

3.4 FINDE DEINE STIMME

Jeder braucht eine Nische, um erfolgreich sein zu können. So jedenfalls lautet die einhellige Meinung in der Blogosphäre. Das wird häufig von Blogexperten behauptet. Aber ist es auch richtig? Ich sage: jein.

Reiseblog ist nicht gleich Reiseblog. Viele erfolgreiche Blogger haben eine Nische innerhalb des Reisens gefunden. Reisedepeschen.de veröffentlicht nur Reisegeschichten. Planetbackpack.de schreibt über Backpacking. PinkCompass.de schreibt für Frauen. Off-the-Path.com schreibt über Abenteuerreisen. Flocutus.de schreibt über billiges Reisen. Bevor Du in Gedanken schon Deine Nische suchst: Keiner dieser Blogger bleibt strikt in seiner Nische. Jeder weicht davon ab. Bei manch einem Blogger kann ich die Nische in den Artikeln nicht einmal erkennen. Warum also überhaupt eine Nische suchen?

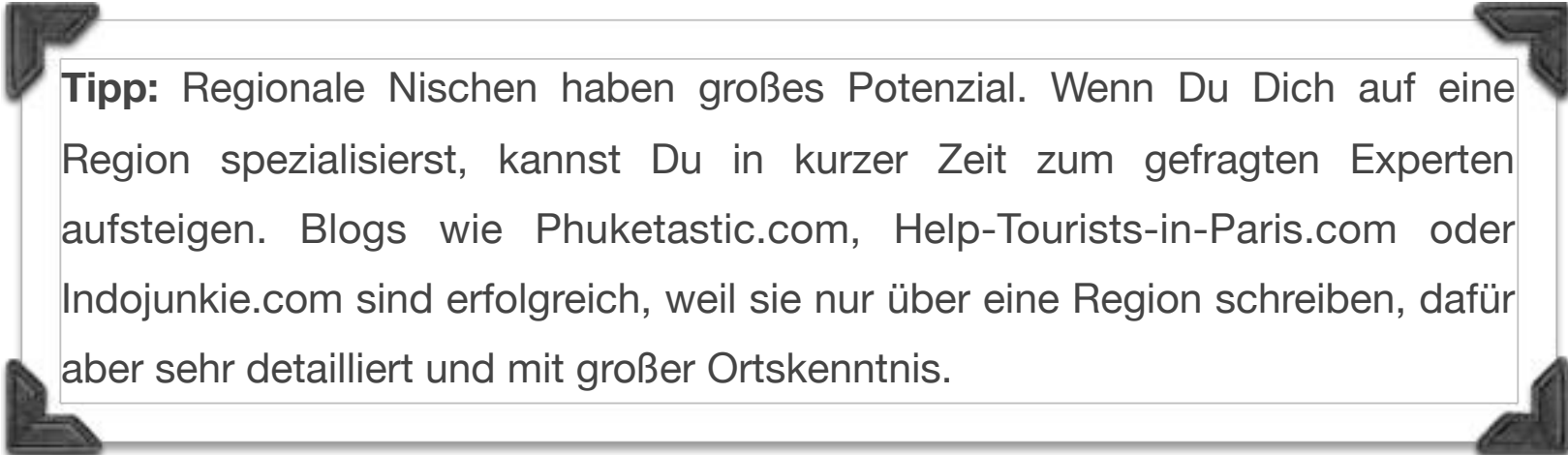
Menschen mögen Schubladen. Angeblich will niemand in eine Schublade gesteckt werden, aber jeder steckt gern andere hinein. Es macht das Leben leichter, etwas einen Namen geben zu können. Eine Nische symbolisiert zudem einen gewissen Expertenstatus.

Aber eine Nische schränkt auch ein. Ich finde es beinahe unmöglich, zum Start eines Reiseblogs bereits eine Nische zu definieren. Ich hätte mich darin nicht wohlfühlt und habe deshalb einfach erst mal geschrieben. Ich habe Reiseberichte geschrieben, mal kurz, mal lang, mal emotional, mal informativ. Ich habe Ratgeber geschrieben, Interviews gemacht und inspirierende Artikel veröffentlicht. Das empfehle ich Dir auch: Testen, testen, testen!

Teste viele Inhalte und bleibe bei dem, was funktioniert. Das heißt: Was Du gern schreibst, was zu Deinem Reisestil passt und was gleichzeitig gern gelesen wird. Du musst die Schnittstelle zwischen Dir und Deinen Lesern finden. Sei Du selbst, schreibe so, wie Du bist, und die entsprechende Zielgruppe wird kommen.

Du musst nicht unbedingt Deine Nische finden, sondern Deine eigene Stimme. Das finde ich viel wichtiger. Bei *101 Places* kann man ganz gut herauslesen, was für ein Typ Mensch ich bin. Conni von Planetbackpack.de hat eine ganz andere Stimme. Auch bei ihr kann man herauslesen, was für ein Typ Mensch sie ist. Und eines ist klar: Wir sind ganz unterschiedlich und wir ziehen verschiedene Leser an. Würde ich schreiben wie Conni, wäre das nicht authentisch. Nach ein paar Artikeln merkt das jeder Leser, da ich nicht konsistent sein kann, wenn ich mich verstelle. Also: Sei authentisch, denn echtes Auftreten wird belohnt. Und daraus ergibt sich Deine Nische.

Ich lasse mich auch in Schubladen stecken, weil es mir hilft, Leser anzuziehen. So schreibe ich zum Beispiel über Backpacking, weil ich im Stile eines Backpackers um die Welt gereist bin. Ich schreibe aber auch über digitales Nomadentum, weil ich in meinem Rucksack einen Laptop habe, mit dem ich unterwegs arbeite. Außerdem schreibe ich meine Gedanken auf, die nicht immer hundertprozentig zum Reisen passen. Weil ich es gern mache und andere Menschen inspirieren möchte. Das sind schon mindestens drei Nischen, in denen ich mich befinde. Das ist nicht gerade die Vorgehensweise aus dem Blogger-Lehrbuch, aber sie hat mir nicht geschadet. Hauptsache ich bin authentisch. Das weiß jeder Leser zu schätzen. Ich schreibe nichts, was mir nicht selbst gefällt. Ich schreibe ehrlich und offen. Mit der Zeit finden mich die Leser, die mit meinen Artikeln etwas anfangen können.

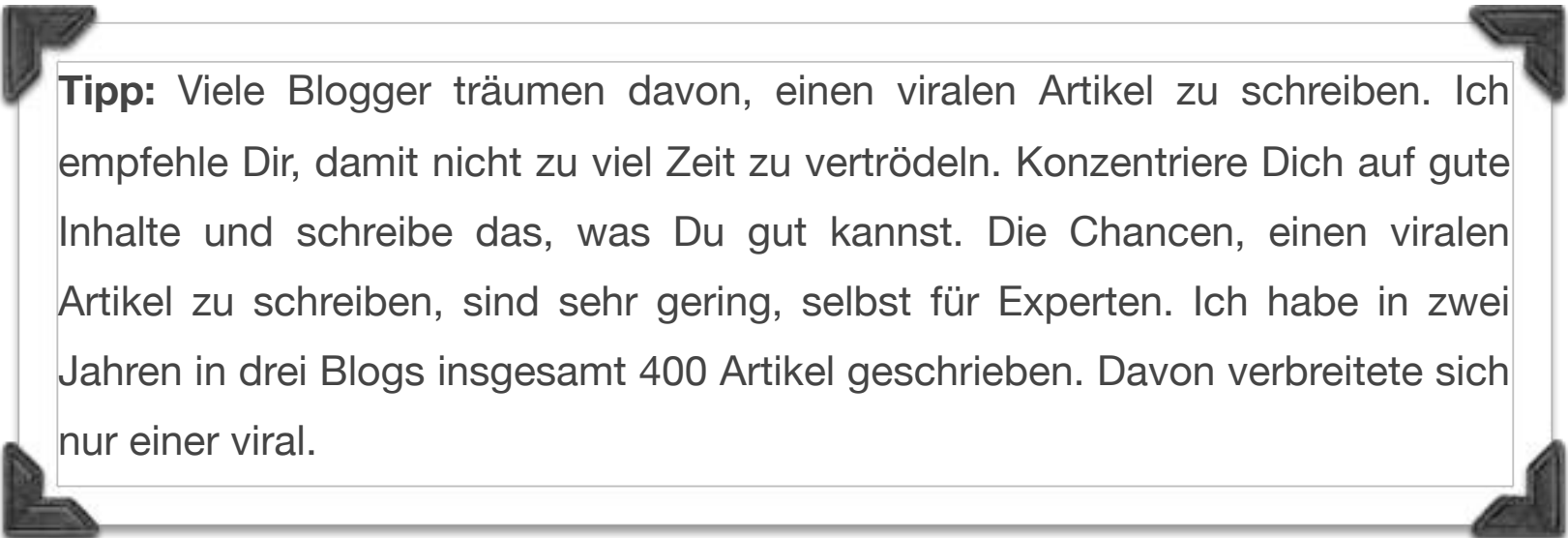


Tipp: Regionale Nischen haben großes Potenzial. Wenn Du Dich auf eine Region spezialisierst, kannst Du in kurzer Zeit zum gefragten Experten aufsteigen. Blogs wie Phuketastic.com, Help-Tourists-in-Paris.com oder Indojunkie.com sind erfolgreich, weil sie nur über eine Region schreiben, dafür aber sehr detailliert und mit großer Ortskenntnis.

Ich möchte es sicherheitshalber sagen: Ich habe nichts gegen Nischen. Wenn Du schon zum Start Deine Nische kennst, beglückwünsche ich Dich dazu und unterstütze Dich darin. Ich denke, so wirst Du schneller Leser finden, die zu Dir passen. Aber wenn Du nicht

weißt, in welche Richtung Du gehen sollst, dann starte nicht in irgendeiner engen Nische, nur weil Du denkst, dass Du das musst.

Übrigens: Sei nicht eitel. Du darfst Dich nicht nur daran orientieren, was andere Blogger mögen. Es ist in Ordnung, andere Reiseblogger zu langweilen, aber trotzdem 50.000 Besucher im Monat zu haben. Auch auf Auszeichnungen musst Du wohl verzichten. Vielleicht wirst Du mit Deinen Inhalten nie „Blogger des Monats“ bei Hostelbookers, Tripwolf, Skyscanner und allen anderen, die solche Titel verteilen. Ich bin es jedenfalls nie geworden. Anfangs habe ich mich darüber geärgert, dass jedes Mal aufs Neue austauschbare Texte ausgezeichnet wurden. Heute weiß ich, dass das nichts mit Qualität zu tun hat. Außerdem liest kein Mensch die Blogs von Hostelbookers, Tripwolf und Skyscanner. Aber 75.000 Besucher im Monat lesen meinen Blog.



Tipp: Viele Blogger träumen davon, einen viralen Artikel zu schreiben. Ich empfehle Dir, damit nicht zu viel Zeit zu verträdeln. Konzentriere Dich auf gute Inhalte und schreibe das, was Du gut kannst. Die Chancen, einen viralen Artikel zu schreiben, sind sehr gering, selbst für Experten. Ich habe in zwei Jahren in drei Blogs insgesamt 400 Artikel geschrieben. Davon verbreitete sich nur einer viral.

3.5 DER PROZESS DES SCHREIBENS

Vor meinem Reiseblog hatte ich nichts Regelmäßiges geschrieben. Das Schreiben musste ich mir erst angewöhnen. Dabei habe ich ein paar Vorgehensweisen entwickelt, die mir das Schreiben sehr erleichtern.

Schreibe Ideen sofort auf

Du hast eine Idee für einen Artikel? Schreibe sie sofort auf! Du wirst sie vergessen, wenn Du es nicht tust, und das wäre schade. Wann immer ich eine Idee habe, ziehe ich mein Smartphone hervor und notiere sie in Evernote. Nach einer Weile entsteht so eine lange Liste, aus der du dich jederzeit bedienen kannst.

Evernote ist eine sehr nützliche Software, um Ideen festzuhalten. Die Basisversion ist kostenlos und reicht für Dich und mich völlig aus. Installiere Evernote auf Deinem Laptop und Deinem Smartphone, so kannst Du die Daten synchronisieren.

Erstelle einen Redaktionsplan

Ein Redaktionsplan ist eine Liste mit Themen, die Du demnächst veröffentlichen möchtest. Und zwar in der gewünschten Reihenfolge und mit einem Datum versehen. Ich hatte anfangs zu jedem Zeitpunkt etwa fünf Themen, für die schon ein grobes Datum feststand. Alle anderen Themen notierte ich darunter und suchte mir aus diesen regelmäßig Themen aus, über die ich in den folgenden Wochen schreiben wollte.

Wann immer Du eine neue Idee hast, fügst Du sie dem Redaktionsplan hinzu. Dann gehst Du alle paar Wochen den Plan durch und ziehst Themen nach oben oder sortierst welche aus. Wenn Du alles richtig machst, ist Dein Redaktionsplan immer gleich lang oder wird länger. Ich hatte zeitweilig eine Liste von 50 oder mehr Themen, über die ich jederzeit schreiben konnte. Da ich mittlerweile weniger schreibe, ist meine Liste nicht mehr so lang.

Nicht jedes Thema ist ein Knaller, und wenn ein Thema zu lange auf der Liste steht, ohne von mir nach oben gezogen zu werden, schmeiße ich es raus. Andere Themen müssen reifen. Manchmal habe ich eine Idee, aber noch nicht genug Erfahrung gesammelt, um darüber schreiben zu können. Ein paar Monate später kann das anders aussehen.

Schreibe Deine Artikel rechtzeitig

Ich empfehle Dir dringend, Artikel vorzuschreiben. Vermeide den Druck, schreiben zu müssen, weil der letzte Artikel schon eine Woche zurückliegt. In dieser Situation willst Du schnell etwas fertig bekommen und veröffentlichen. Ganz schlechte Idee! Der Artikel wird sehr wahrscheinlich nicht gut.

Ich habe meistens zwei bis drei Artikel fertig (manchmal nur die Rohfassung). Das gibt mir die Ruhe, auch mal länger an einem neuen Artikel zu schreiben, als ich geplant hatte. Ein guter Artikel braucht eben seine Zeit.

Schreibe nicht in WordPress

WordPress ist dafür gemacht, dass Du das Formular öffnen, Deinen Text schreiben und sofort veröffentlichen kannst. Ganz einfach – und ganz falsch. Einer meiner wichtigsten Tipps für besseres Schreiben: Schreibe nicht in WordPress.

Zwei Dinge stören mich daran:

1. Der „Veröffentlichen“-Button ist zu nah. Wann immer ich in WordPress schreibe, fühle ich mich gehetzt und will den Artikel schnell fertigstellen und veröffentlichen. Ich bin dann besonders anfällig für Abkürzungen.
2. WordPress befindet sich im Browser und damit sind Facebook, Spiegel Online & Co. viel zu nah. Beim Schreiben musst Du Ablenkungen möglichst weit reduzieren.

Ich schreibe in dem Programm iAWriter. Das gibt es nur für Mac, aber für Windows sind ähnliche Programme verfügbar. Die Software ist ganz einfach gehalten: Vor Dir öffnen sich eine weiße Seite und ein blinkender Cursor, der zu sagen scheint: Schreib jetzt! Im Vollbild-

Modus kannst Du zudem jede Ablenkung ausblenden. Wann immer ich iAWriter öffne, bekomme ich sofort Lust zu schreiben. Eine weniger minimalistische Alternative ist Microsoft Word.

Lies sorgfältig Korrektur

Lies Deine Artikel nicht weniger als dreimal Korrektur. Das reicht im Prinzip gar nicht aus. Die Realität ist, dass ich jeden Artikel viele Male Korrektur lese. Auf Rechtschreibung und Grammatik solltest Du höchsten Wert legen. Aber lies nicht nur hinsichtlich dieser beiden Kriterien Korrektur, sondern auch hinsichtlich Ausdruck und Logik. Außerdem musst Du prüfen, ob Du zu viel geschrieben hast. Die Antwort ist immer: ja. Dein Text strotzt nur so vor überflüssigen Wörtern. Versuche sie zu vermeiden.

Wenn Du einige Male über Deinen eigenen Artikel gelesen hast, dann lass ihn noch ein paar Tage liegen und schau später wieder drüber. Das ist ein weiterer Vorteil des Vorschreibens. Du hast Zeit, später mit einem frischen Geist noch einmal drüberzulesen. Ich garantiere Dir, dass Du noch etwas ändern wirst.

Ganz wichtig: Wenn Du mit einem Satz oder einem Absatz unzufrieden bist und er irgendwie nicht rund ist: Mach ihn rund, bevor Du den Artikel veröffentlichst.

Veröffentliche regelmäßig

Ich habe am Anfang drei bis vier Artikel pro Woche veröffentlicht. Das war kein Problem, denn ich hatte genug Ideen und musste mich noch nicht ums Geldverdienen kümmern. Letztendlich war das viele Schreiben auch nicht schlecht, denn nur durch die Übung wurde ich besser darin. Außerdem konnte ich so schnell eine breite Basis an Inhalten aufbauen, die von anderen Websites verlinkt und bei Google gelistet werden.

So viel ist klar: Du kannst nur dann neue Leser erreichen, wenn Du etwas veröffentlichst. Jeder Tag, an dem Du nicht schreibst, wird kein neuer Leser auf Dich aufmerksam. Doch bevor Du jetzt täglich zwei Artikel am Fließband produzierst: Wer in wenig Zeit viel schreibt, schreibt auch viel Mist. Wenn Du jeden Tag auch nur einen Artikel schreibst, wird

er mit Sicherheit nicht so gut, wie er sein könnte. Am Ende produzierst Du einen Haufen Mittelmaß, der keinen Leser anspricht.

Aus meiner Erfahrung sind zwei bis drei Artikel pro Woche eine gute Frequenz. Nach etwa neun Monaten habe ich mich sogar dazu gezwungen, nur noch zwei Artikel pro Woche zu veröffentlichen, um weiterhin gute Inhalte schreiben und mich gleichzeitig um Monetarisierung und eBooks kümmern zu können. Zu dem Zeitpunkt hatte ich bereits über 1.000 Leser am Tag und nicht das Gefühl, ständig neue Inhalte nachlegen zu müssen. Heute veröffentliche ich noch seltener, da ich nicht mehr als klassischer Tourist reise und somit weniger nützliche Inhalte zur Verfügung stellen kann. Der Blog ist nun aber so gut etabliert und hat eine so breite Basis an Inhalten, dass er trotzdem viele Besucher anzieht.

Ich versuche Veröffentlichungen am Freitag und Samstag zu vermeiden. An diesen beiden Tagen sind die wenigsten Leser online. Zwischen Sonntag und Donnerstag habe ich keine Präferenzen. Ich veröffentliche auch zu verschiedenen Uhrzeiten. Wenn Du jedoch willst, dass ein Artikel *sofort* abgeht, solltest Du auf die Uhrzeit achten. Sonntagvormittag ist zum Beispiel kein Mensch online. Unter der Woche ist es zwischen 17 und 19 Uhr nicht ideal, weil die meisten Menschen auf dem Heimweg sind oder noch einkaufen. Was auch immer sie machen, sie sind nicht am Rechner.

3.6 TEXTE RICHTIG AUFBEREITEN

Deine Texte können inhaltlich noch so gut sein: Um viele Leser zu gewinnen, die tatsächlich den vollständigen Text lesen, musst Du den Inhalt optisch ansprechend aufbereiten. Es tut mir leid, aber wir schreiben hier online, wo die Aufmerksamkeitsspanne oft nur wenige Sekunden beträgt. Du musst Deine Besucher zum Lesen einladen.

Die folgenden Tipps haben für mich gut funktioniert. Ich empfehle Dir, sie anzuwenden.

1. Der Titel ist das Wichtigste

Ein guter Text mit einer langweiligen Überschrift ist verschwendet. Ich kann gar nicht genug betonen, wie wichtig ein guter Titel ist. Das sind die Worte, die Dein potenzieller Leser bei Facebook, in seiner E-Mail oder im RSS Feed zuerst liest. Wenn diese Worte keinen Appetit anregen, werden es auch die letzten Worte sein, die der Leser von diesem Text liest.

Ich kann hier leider keinen Überschriften-Kurs geben und bin ja selbst kein Experte. Über das Thema schreiben andere Menschen ganze Bücher. Ich empfehle Dir dringend, Dich damit auseinanderzusetzen und verschiedene Dinge auszuprobieren. Drei gute Artikel zum Einstieg:

- [101 Headlines in Travel Blogs](#)
- [5 Easy Tricks for Catchy Headlines](#)
- [Wie Du Überschriften schreibst, die Ergebnisse bringen](#)

2. Einleitung schreiben

Gerade bei sehr langen Artikeln schreibe ich gern eine Einleitung, die ich zudem fett markiere. So ist dem Leser gleich klar, dass es sich um einen Absatz zum Anlesen handelt. Dieser Teaser sollte dem Leser verraten, was er vom Artikel zu erwarten hat, und vor allem die Lust zum Lesen anregen. Also: ankündigen und gleichzeitig verheimlichen.

3. Zwischenüberschriften

Einen langen Text kannst Du nicht einfach so hintereinanderweg schreiben. Du musst den Text mit Zwischenüberschriften auflockern. Es ist ja so: Wenn ich am Computer sitze und einen Text lese, werde ich von allen Seiten abgelenkt. Es gibt so viele schöne Dinge zu tun (Facebook, E-Mail, Nachrichten ...). Wenn ich dann in Deinem Blog eine endlose Textwüste vor mir sehe, wechsle ich lieber zu den verlockenden Dingen im anderen Browserfenster.

Sehe ich jedoch Zwischenüberschriften, kann ich mir vornehmen, zumindest den ersten Teil zu lesen. Wenn er mir nicht gefällt, höre ich auf. Wenn er hingegen gut ist, nehme ich mir vor, auch den zweiten Abschnitt zu lesen. Letztendlich kann ich mich so jeweils zu einem weiteren Abschnitt motivieren.

4. Absätze nutzen

Absätze sind die nächstkleinere Einheit. Ein langer Absatz kann mich dazu bringen, aufzugeben. Ein kurzer Absatz kann mich ermutigen, auch den nächsten Absatz noch zu lesen. Viele Absätze erleichtern zudem das Lesen am Bildschirm. Fang allerdings nicht damit an, aus jedem Satz einen Absatz zu machen. Das ist falsch. Was inhaltlich zusammengehört, muss auch in einem Absatz stehen. Meine Absätze sind in der Regel zwischen fünf und zehn Zeilen lang.

5. Fotos lockern auf

Aus meiner Sicht muss nicht jeder Artikel mit Fotos aufgelockert werden. In vielen Blogs ergibt das einfach keinen Sinn, und wer will schon ständig Stockfotos sehen? Ich nicht! Aber wir sind Reiseblogger. Da liegt es doch nahe, dass wir unsere Fotos in den Artikeln verwenden. Da ich selbst viele Fotos schieße, verfüge ich über eine große Auswahl. Wenn ich mal nicht das richtige Motiv dabei habe, verwende ich die Fotos von [Pixabay](#). Die kannst Du ohne Quellenangabe verwenden.

Fotos sollten sich nach Möglichkeit über die volle Breite Deiner Textspalte erstrecken. Anders sieht es nicht gut aus. Alternativ kannst Du auch Galerien anlegen, sodass Du viele Fotos in einem Artikel unterbringen kannst. Wer auf ein Bild klickt, kann sich gleich alle Fotos des Artikels ansehen.

Sofern die Fotos inhaltlich zum Text passen, kann ich also nur dazu raten, viel mit Fotos zu arbeiten. Dem Leser fällt es viel leichter, sich das vorzustellen, was Du ihm beschreibst. Wenn ein Foto eine bestimmte Sehenswürdigkeit darstellt, solltest Du auch Bildunterschriften nutzen.

Ich verwende Fotos nicht wahllos, sondern entscheide mich für jene, die einen Ort oder eine Sehenswürdigkeit in besonderem Glanz erstrahlen lassen und Lust auf mehr machen. Außerdem sehen Nutzer gerne Fotos von Dir als Blogger. Es gibt nicht viele Fotos von mir, daher kann ich meine Leser damit nicht ständig verwöhnen. Aber nach Möglichkeit zeige ich mein Gesicht hin und wieder auf den Bildern. Falls Du viele Fotos von Dir selbst hast, verwende sie.

Fotos ersetzen jedoch keinen Text, also ruhe Dich nicht auf ihnen aus. Ich sehe häufig Artikel, die mehr Fotos als Text beinhalten. Das ist eine einfache Abkürzung, die Dir jedoch langfristig nichts nutzt. Artikel ohne eigentlichen Inhalt ziehen keine Leser an.

Tipp: Fotos sind ein heikles Thema, da sie zu Abmahnungen führen können. Um auf der ganz sicheren Seite zu sein, solltest Du nur Fotos in Deinem Blog veröffentlichen, deren Urheber Du bist. Als Reiseblogger sollte das nicht so schwierig sein. Wenn Du doch einmal andere Fotos benötigst, kannst Du Stockfotobörsen verwenden. Achte dort allerdings genau auf die Lizenzbedingungen. Bei einigen musst Du die Quelle nennen, bei anderen musst Du bezahlen und bei einigen wenigen kannst Du die Fotos ohne Angaben der Quelle kostenlos verwenden. Eines dieser unkomplizierten Portale ist Pixabay.

Veröffentlichst Du in Deinem Blog einen Gastbeitrag eines anderen Bloggers, stelle sicher, dass alle Fotos dem Blogger selbst gehören und er Dir die Erlaubnis zur Veröffentlichung erteilt. Ist die Quelle der Fotos unbekannt, veröffentliche die Fotos besser nicht.

6. Textformatierung

Du darfst und sollst auch einzelne Wörter oder Wortgruppen gesondert markieren. Besonders sinnvoll sind Fett- und Kursivdruck. Wörter, die beim Lesen eine besondere Betonung

erhalten sollen, werden kursiv gedruckt. Wörter, die schon beim Überfliegen des Textes auffallen sollen, werden fett gedruckt.

Auch solche Formatierungen erleichtern das Lesen. Manch ein Leser wird den Text vielleicht nur scannen und bekommt so trotzdem noch viel mit.

7. Websites verlinken

Wenn Du in Deinem Text eine andere Website erwähnst, ein Produkt, ein Buch – was auch immer – dann verlinke das auch. Du stellst Deinem Leser in diesem Moment etwas vor, also solltest Du es ihm so leicht wie möglich machen, dorthin zu gelangen. Achte nur darauf, dass die Links zu externen Websites in einem neuen Browserfenster öffnen, sonst ist Dein Leser nämlich weg.

8. Interne Links setzen

Gib Dich nicht damit zufrieden, dass Dein neuester Artikel gelesen wird. Stattdessen solltest Du Deinen Lesern noch mehr zum Lesen anbieten. Das gelingt, indem Du in Deinem neuen Artikel ein paar ältere Artikel verlinkst – sofern das inhaltlich sinnvoll ist. Je mehr Artikel Du veröffentlichst, desto häufiger ergibt so eine interne Verlinkung Sinn. Dem Leser ermöglichst Du damit, sich weiter zu informieren, und Du hast dabei vielleicht einen neuen Fan gewonnen.

Je breiter deine Basis an Inhalten wird, desto häufiger kannst Du alte Artikel noch einmal bearbeiten und neue Beiträge verlinken, um Deine Leser besser zu steuern.

3.7 BESSER SCHREIBEN

Falls Du glaubst, zum Schreiben müsse man geboren sein: Das ist Quatsch. Schreiben kannst Du lernen so wie alles im Leben. Das Folgende möchte ich Dir mit auf den Weg zum besseren Schreiben geben:

Übung macht den Meister

Der Spruch ist abgedroschen, aber so wahr. Du musst viel schreiben, um besser zu werden. Malcolm Gladwell hat das in seinem Buch „Überflieger“ auf den Punkt gebracht: Um in dem, was Du tust ein absoluter Experte zu werden, musst Du 10.000 Stunden lang üben. Das ist natürlich ein enormer Aufwand, und vielleicht willst Du gar nicht der *beste* Schreiber werden, aber das Prinzip ist immer das gleiche: üben, üben üben. Nutze jede Gelegenheit zum Schreiben und auch zum Veröffentlichen.

Lies darüber, wie Du besser wirst

Dieser Guide kann das leider nicht leisten, da es ein riesiges Thema für sich ist. Eines, das Du nicht leichtsinnig abwinken solltest. Du kannst mit wenigen Tricks und Kniffen Dein Schreiben deutlich verbessern. Also lass Dich von Experten beraten – in Form von Büchern. Ich hatte zunächst „Schreiben für Dummies“ gelesen, was ich ganz gut finde. Noch viel besser allerdings finde ich **Deutsch für junge Profis** von Wolf Schneider. Dieses Buch solltest Du Dir zulegen und die Ratschläge beherzigen.

Wenn Du nicht gleich ein ganzes Buch lesen willst, beginne im Internet. Eine ganz gute Quelle ist Aurel Gergeys **Besser schreiben lernen**. Die Tipps sind ähnlich wie in dem Buch von Wolf Schneider, aber nicht so ausführlich erläutert. Außerdem empfehle ich den Artikel **Wie Du den perfekten Blogartikel schreibst** im Affenblog.

Achte auf die Rechtschreibung

Deine Leser sind sehr sensibel, was die Rechtschreibung anbelangt. Wenn Dein Text nur vor Tipp- und Kommafehlern strotzt, wirkt er schlampig geschrieben. Niemand hat Lust,

einen schlampigen Text zu lesen. Ich auch nicht, und deshalb fliegen einige Blogs nach kurzer Zeit wieder von meinem Radar, weil ich die fehlerhaften Texte nicht ertrage. Die meisten Menschen machen darum kein großes Gewese und werden Dich nicht öffentlich darauf hinweisen. Sie kommen einfach nicht wieder.

Versuche nicht, die perfekte Rohfassung zu schreiben

Für mich war das Schreiben eine Qual, solange ich davon ausging, jeder Satz müsste sofort perfekt geschrieben werden, weil er danach für immer stehen bleibt. Das ist falsch. Wenn es hakt und Du nicht vorankommst, dann schreibe einfach irgendetwas runter. Das Gleiche mache ich mit diesem Guide. Die erste Fassung ist nachlässig geschrieben. Ich schreibe auf, was ich zu einem Thema zu sagen habe. Später schaue ich mir das Ganze noch mal an und formuliere vieles um. Manchmal lösche ich ganze Absätze. Dann schau ich noch mal drüber, dann noch mal und noch mal. Der erste Entwurf ist nicht mehr als das: ein Entwurf. Jede erste Version eines Textes ist schlecht. Richtig gut werden Texte nur nach vielfacher Bearbeitung.

3.8 DEINE AUFGABEN

Die folgenden Aufgaben ergeben sich zunächst aus diesem Kapitel. Am Ende des Guides findest Du eine weitere Liste mit konkreten Aufgaben zum Schreiben Deiner Inhalte.

- Entscheide Dich für eine Sprache.
- Definiere Deine Nische und/oder Stimme.
- Wem willst Du helfen?
- Erstelle einen Redaktionsplan.
- Verwende eine Software zum Schreiben.
- Lerne, wie man besser schreibt.
- Lerne, wie man gute Überschriften schreibt.
- Schreibe. Schreibe mehr. Schreibe noch mehr.



4

LESER GEWINNEN

Du hast gute Inhalte und wartest nur noch darauf, dass Deine Zielgruppe sie findet? Das lässt sich etwas beschleunigen. Es gibt viele Möglichkeiten, neue Leser auf Dich aufmerksam zu machen. Sie sind alle mit Arbeit verbunden, auch Geduld solltest Du mitbringen – aber letztendlich funktionieren sie.

4.1 KOOPERIERE MIT BLOGGERN

Als Reiseblogger bewegst Du Dich nicht in einem luftleeren Raum, sondern bist umgeben von anderen Reisebloggern. Von dieser Community kannst Du profitieren. Nimm sie nicht als Konkurrenten wahr, sondern als Deine Partner. Der Reisemarkt ist groß – da gibt es Platz für viele Blogger. Nimm also Kontakt zu anderen Bloggern auf, teile ihre Inhalte, lerne von ihnen.

Ich würde Deine Integration in die Reiseblogger-Community in zwei Phasen unterteilen.

Phase 1: Tauche in die Branche ein

Wenn Du Deinen Reiseblog startest, solltest Du Dich aktiv mit möglichst vielen Reisebloggern vernetzen. Sei nicht wahllos, aber auch nicht zurückhaltend. Engagiere Dich in anderen Blogs, indem Du kommentierst. Engagiere Dich in Foren oder Facebook-Gruppen, nimm an Blogparaden und an Round Up Posts teil, wenn Du eingeladen wirst. Biete Gastartikel an, lade Blogger zum Interview in Deinem Blog ein. Nimm auch ohne Hintergedanken Kontakt mit anderen Bloggern auf, wenn Du sie besonders interessant findest. Kurz: Bringe Dich ins Gespräch und nutze die Community zu Deinem Vorteil!

So habe ich es gemacht und bin damit gut gefahren. Ich bin ganz unvoreingenommen in diese Branche eingestiegen, habe zunächst viele Reiseblogs abonniert und Kontakt zu einigen Bloggern aufgenommen, denen ich mich verbunden fühlte.

Wenn Du mit Deinem Blog bei null startest, brauchst Du andere Blogger, die Deine Inhalte teilen. In den ersten Wochen werden andere Reiseblogger Deine einzigen Leser sein (neben Deinen Freunden, hoffentlich). Entsprechend kannst Du auch Deine Inhalte ein wenig danach ausrichten. Reiseblogger lesen zum Beispiel nicht gern Ratgeberartikel. Warum? Weil sie das alles schon wissen! Sie mögen lieber Reiseberichte. Von Orten, die sie selbst besucht haben, aber auch von Orten, die sie gern besuchen würden.

Auch inspirierende Artikel können bei anderen Bloggern gut ankommen, allerdings hängt das vom Niveau der Artikel ab. Wenn Du Deine große Reise noch gar nicht begonnen und auch sonst nicht überdurchschnittlich viel Reiseerfahrung hast, brauchst Du nicht versuchen, andere Reiseblogger mit Deinen Gedanken zum Reisen zu beeindrucken. Sie kennen das alles schon.

Phase 2: Mach Dein eigenes Ding

Nach einigen Monaten wirst Du herausgefunden haben, mit welchen Bloggern Du etwas anfangen kannst und mit welchen nicht. Du wirst auch merken, welche Blogger Deinen Blog mögen und welche nicht.

Jetzt ist es an der Zeit, Dein eigenes Ding zu machen. Löse Dich etwas von der Community und mach nicht mehr alles mit. Vor allem nichts, das Deinem Blog schaden könnte. Nimm nicht an Aktionen teil, die Du nicht magst, nur um irgendjemandem zu gefallen. Das fällt später auf Dich zurück.

Du kannst es nicht allen recht machen, und das ist in Ordnung. Trenne Dich vor allem von Leuten, die Dich nur herunterziehen und alles schlechtreden. In jeder Branche gibt es Leute, die ihre Aufgabe darin sehen, zu meckern oder neidisch auf den Erfolg anderer Menschen zu sein. Vor allem beim *professionellen* Bloggen gehen die Meinungen weit auseinander. Du wirst oft hören, dass Du mit Bloggen kein Geld verdienen kannst oder dass dies und jenes nicht funktioniert. Diese Leute brauchst Du nicht und sie sind auch kein Maßstab.

Lass Dich nicht in Grüppchen hineinziehen, an denen Du nicht teilnehmen willst. Es ist Deine Entscheidung, ob Du den **Reiseblogger-Kodex** befolgst, Dich in **Facebook-Gruppen** bewegst oder der **PDRB-Community** beitretest. Du musst Dich nicht allen anschließen. Aus meiner Erfahrung machen die erfolgreicheren Blogger ihr eigenes Ding bzw. schließen sich nur mit wenigen anderen Bloggern zusammen (z. B. **Reiseblogger-Kollektiv**).

Ich habe mich nach der anfänglichen Vernetzung wieder weitgehend zurückgezogen. Heute halte ich nur zu wenigen Bloggern noch Kontakt und tausche mich mit ihnen über Er-

folgsstrategien aus. An großen Veranstaltungen mit vielen Bloggern habe ich kein Interesse mehr, da sie sehr zeitraubend sind.

Weitere Hinweise zum Umgang mit Bloggern

Lerne von anderen Bloggern

Beobachte sie und tausche Dich mit ihnen aus. Aber kopiere sie nicht unreflektiert. Die meisten Texte im Internet werden kaum gelesen, daher musst Du unterscheiden zwischen einem guten und einem belanglosen Text. Schau Dir alles an und ziehe für Dich das heraus, was offensichtlich funktioniert.

Suche Dir Vorbilder

Orientiere Dich an Vorbildern. In meinem Fall war das Planetbackpack. Conni hat ihren Blog von Anfang an als ein Unternehmen behandelt und extrem ehrgeizig in Richtung Erfolg gearbeitet. Nach anderthalb Jahren konnte sie von ihrem Blog bereits bestens leben. Dieses Umfeld brauchst Du, um mit Deinem Blog voranzukommen.

Hilf anderen Bloggern

Jeder Blogger probiert unterschiedliche Ansätze aus. Schon nach kurzer Zeit wirst Du mit Deinem Blog jeden Tag neue Erfahrungen sammeln. Lass andere Blogger daran teilhaben. Wenn Du hilfst, wird auch Dir geholfen. Ich bevorzuge dafür Gespräche oder Chats mit einzelnen Bloggern, die mir nahe stehen. Mit ihnen teile ich offen meine Erfahrungen und Ideen und erhalte dies mindestens im gleichen Umfang zurück.

Bloggertreffen und -konferenzen

Es hat mehr als ein Jahr gedauert, bis ich erstmals am einem Treffen von Reisebloggern und an Konferenzen teilnahm. Meine Abwesenheit hatte dem Erfolg von *101 Places* bis dahin nicht geschadet. Da ich Menschenansammlungen und Grüppchen grundsätzlich nicht mag, ging ich nur zu ausgewählten Veranstaltungen. Wenn Du anders bist, schau Dir das ruhig mal an und mach Dir Dein eigenes Bild. Einer der wichtigsten Termine für die gesamte Reisebranche ist die ITB in Berlin, die jedes Jahr im März stattfindet. Dort sind Hunderte Reiseblogger unterwegs – vor allem jene, die auf Kooperationen mit Unternehmen setzen.

Auf der ITB und anderen Veranstaltungen kann man eine Menge Zeit vertrödeln. Klar, es ist Networking und damit tust Du auch etwas für Dein Business. Doch wenn Du die gleiche Zeit in die Arbeit an Deinem Blog investierst, kommt mehr dabei heraus.

Ich selbst verzichte nun auf Veranstaltungen und suche lieber das persönliche Gespräch mit einzelnen Bloggern. Dabei fühle ich mich wohler, kann mehr herausziehen und den anderen auch besser helfen als bei großen Versammlungen.

4.2 VERLINKUNGEN VON WEBSITES

Verlinkungen in anderen Blogs sind eine wichtige Besucherquelle. Solche Links sind auch aus SEO-Sicht wichtig, doch dazu kommen wir später. Zunächst geht es mir um Verlinkungen, deren Ziel es ist, Besucher sofort in Deinen Blog zu lotsen.

Aller Anfang ist schwer, aber wenn ich heute in meine Statistik bei Google Analytics schaue, sehe ich mehr als 300 verschiedene Quellen, über die ich Besucher für meinen Blog erhalte. Darunter sind Google und Facebook, aber auch viele Verlinkungen, die sich in den letzten Jahren angesammelt haben.

Die folgenden Arten von Verlinkungen bringen mir jeden Monat Hunderte von Besuchern.

1. Verlinkungen in anderen Blogs

Das ist naheliegend. Diese Links sind die wichtigsten, denn wo treiben sich potenzielle Leser von Reiseblogs herum? Richtig, in anderen Reiseblogs. Und wo findest Du andere Reiseblogs? Zum Beispiel beim [Reiseblogger Kodex](#), bei [Reiseblogs.org](#), in der [Facebook Community](#) oder beim [Teads-Labs-Ranking](#).

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, an solche Links zu kommen.

1.1 Kommentare

Wenn Du die Artikel anderer Blogger liest, dann kommentiere sie. Aber mach es sinnvoll. Keine dumpfen Einzeiler. Wenn Du nichts zu sagen hast, dann sage auch nichts. Wenn Du etwas beisteuern kannst, dann teile Deine Meinung mit. So werden andere Blogger auf Dich aufmerksam, aber vor allem werden sich deren Leser zu Deinem Blog weiterklicken. So bekommst Du nicht gerade Hunderte von Besuchern. Aber für den Anfang ist es besser als nichts. Kommentiere mit Deinem eigenen Namen und trage nicht den Namen des Blogs oder irgendwelche Keywords unter „Name“ ein.

1.2 Gastartikel

Du musst Dich regelmäßig darum bemühen, Gastartikel in Blogs zu platzieren. Du schreibst also einen Artikel, der in einem anderen Blog veröffentlicht wird. So machst Du Dir die Leserschaft von anderen Bloggern zunutze und kannst hoffentlich einige Leser dazu bewegen, Dir zu folgen. Die Zahl der Besucher schwankt stark von Blog zu Blog. Bei einem Reiseblog mittleren Erfolgs kommen in den ersten zwei Tagen nach Erscheinen Deines Gastartikels vielleicht 50 Leser zu Dir. Von erfolgreichen Blogs können es auch mal ein paar Hundert sein. Dabei spielt das Thema Deines Gastartikels eine große Rolle. Wenn Du für einen großen Blog schreibst, aber Dein Thema nicht zieht, erhältst Du auch von einem großen Blog nur wenige Besucher.

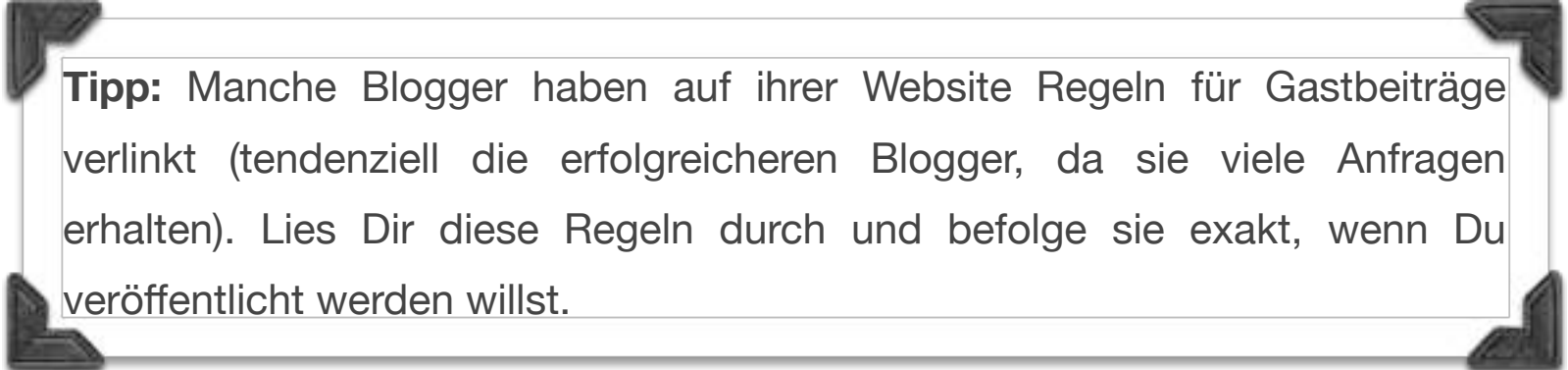
Wenn Dein Gastartikel gut bei Google gelistet wird, wirst Du auch noch langfristig Besucher abbekommen. So kannst Du indirekt für gute Begriffe in Google gelistet werden. In meinem Blog gibt es Gastartikel, die jeden Monat mehr als 1.000 Mal aufgerufen werden. Von diesen Besuchern klicken viele Leser weiter zu dem Autor des Gastartikels.

Wie kommst Du an einen Gastartikel?

Das ist grundsätzlich ziemlich einfach: Du musst nur fragen. Suche Dir ein paar Reiseblogger aus, die Dir sympathisch erscheinen und deren Reisestil Deinem ähnelt, und frage sie per E-Mail, ob Du einen Gastartikel in ihrem Blog veröffentlichen kannst. Wenn Du es richtig angehst, wirst Du viele Zusagen erhalten. Die meisten Blogger sind Gastbeiträgen gegenüber sehr offen eingestellt. Für sie ist das ein Artikel, den sie nicht selbst schreiben müssen.

Schreibe jedoch nur relevante Blogger an! Es muss irgendeine Verbindung zwischen Euch geben. Wenn Du Dir jemanden ausgesucht hast, schau Dir den Blog ganz genau an. Lies Dir einige Artikel durch (im besten Fall beobachtest Du diesen Blog schon eine Weile), mach Dich mit den Themen und dem Schreibstil vertraut. Wenn Du einen passenden Text beisteuern kannst, unterbreite dem Blogger zwei oder drei Themenvorschläge. Frage nicht an, wenn Du noch gar keine Idee für ein Thema hast! Du musst dem Blogger so viel wie möglich Arbeit abnehmen. Wenn Du bereits gute Gastartikel geschrieben hast, erwähne

ein paar davon in der E-Mail. So kann er sich davon überzeugen, dass Du Dir nicht nur in Deinem eigenen Blog Mühe gibst, sondern auch für Gastartikel.



Tipp: Manche Blogger haben auf ihrer Website Regeln für Gastbeiträge verlinkt (tendenziell die erfolgreicheren Blogger, da sie viele Anfragen erhalten). Lies Dir diese Regeln durch und befolge sie exakt, wenn Du veröffentlicht werden willst.

Wie schreibst Du einen Gastartikel?

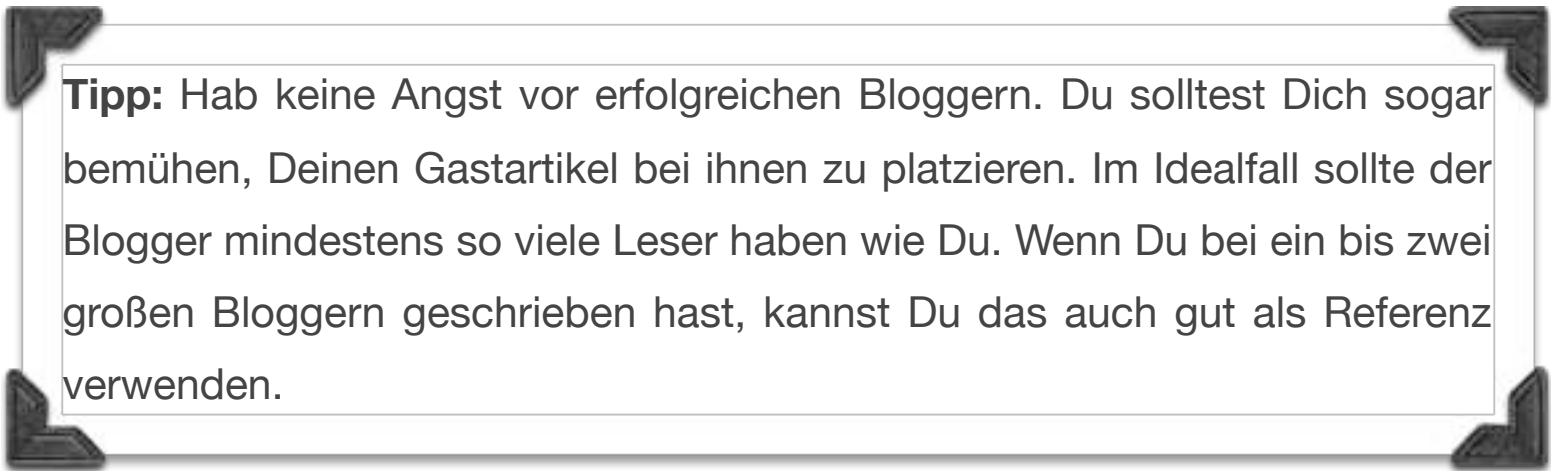
Ein Gastartikel ist die Gelegenheit, Dich einer neuen Leserschaft zu präsentieren. Du solltest die Aufgabe also ernst nehmen und Dein Bestes geben. Wenn Dein Artikel nicht gut ankommt, wird sich niemand auf Deine Website durchklicken und schon gar nicht hängen bleiben. Inhaltlich solltest Du Dich daher an dem Blog orientieren. Erscheinen dort nur Reiseberichte? Dann schreib auch einen Reisebericht. Erscheinen dort Ratgeberartikel, dann schreib einen Ratgeberartikel.

Auch in dieser Phase gilt wieder: Nimm dem Blogger so viel wie möglich Arbeit ab. Eine saubere Rechtschreibung versteht sich von selbst. Formatiere Deinen Text so, dass er gut lesbar ist (Absätze einbauen, Fett- und Kursivdruck verwenden). Falls Du ein Textprogramm wie iAWriter verwendest, kannst Du Deinen Text als HTML exportieren und dem Blogger eine HTML-Datei zuschicken. So kann er einfach den Quellcode in seinen Blog kopieren und muss sich um die Formatierung nicht kümmern.

Wenn es passt, kannst Du innerhalb des Artikels Deinen Blog verlinken. Oft passt das jedoch nicht. In diesem Fall gibt es in der Regel eine kurze Information über den Autor am Anfang oder am Ende des Artikels, in der auch Dein Blog verlinkt wird. Sprich am besten mit dem Blogger ab, ob er die Autoreninfo über Dich schreibt oder ob Du das selbst machen sollst.

Am Anfang ist es durchaus sinnvoll, Gastartikel in anderen Reiseblogs zu schreiben. So machst Du Dir einen Namen in der Branche und vernetzt Dich mit anderen Reisebloggern.

Nach einer Weile kommst Du damit jedoch nicht mehr weiter. Es gibt nur wenige Reiseblogger mit einer großen Reichweite. Der Rest liest sich vor allem gegenseitig. Wenn Du weiterhin eine neue Zielgruppe ansprechen möchtest, musst Du etwas um die Ecke denken. Da ich gerne inspirierende Texte schreibe, habe ich auch Gastartikel außerhalb der Reisebranche veröffentlicht, z. B. bei Mymonk.de, markuscerenak.com, benediktahlfeld.com, lebeblog.de, leben-ohne-limit.com, gruenderszene.de. Das müssen für Dich nicht automatisch die richtigen Blogs sein. Aber vielleicht kannst auch Du einen Dreh finden, andere Zielgruppen anzusprechen. Wenn Du über billiges Reisen schreibst, kannst Du beispielsweise einen Gastartikel in Finanzblogs platzieren.



Tipp: Hab keine Angst vor erfolgreichen Bloggern. Du solltest Dich sogar bemühen, Deinen Gastartikel bei ihnen zu platzieren. Im Idealfall sollte der Blogger mindestens so viele Leser haben wie Du. Wenn Du bei ein bis zwei großen Bloggern geschrieben hast, kannst Du das auch gut als Referenz verwenden.

1.3 Freiwillige Links

Natürlich werden alle Links freiwillig gesetzt. Du zwingst ja niemanden. Aber hiermit meine ich Verlinkungen, die ein Blogger vornimmt, ohne dass Du ihn darum gebeten hast oder dass es einen Anlass wie einen Gastartikel gibt. Viele Blogger führen eine Blogroll, in der sie Blogs verlinken, die sie gerne lesen. Das wird mit Sicherheit nicht in den ersten Wochen geschehen. Doch wenn Du gute Inhalte schreibst und Dich mit Bloggern vernetzt, werden sie Dich in ihre Blogroll aufnehmen. Darüber wirst Du ein paar neue Leser gewinnen.

Außerdem verlinken Dich Blogger freiwillig in ihren Artikeln, wenn Du gute Inhalte geschrieben hast, die zu ihrem eigenen Text passen. Oft verweisen sie dann auf Deinen Artikel als weiterführende Lektüre. Das sind in jeder Hinsicht die besten Links! Je nützlicher und detaillierter Dein Artikel ist, desto häufiger kommt das vor.

1.4 Blogparaden

Eine Blogparade verläuft folgendermaßen: Ein Blogger ruft ein Thema aus und bittet andere Blogger, über dieses Thema zu schreiben. Die anderen Blogger werden dazu ermuntert, auf den ursprünglichen Artikel zu verlinken. Der Initiator gibt zum Dank einen Link zurück.

Hier ist ein Beispiel.

Ich habe anfangs an zwei Blogparaden teilgenommen, aber gemerkt, dass der Wert einer solchen Aktion sehr gering ist. Ich erwähne sie hier trotzdem, weil Du früher oder später garantiert über solche Paraden stolpern wirst. Es gibt zwei mögliche Szenarien:

1. Ein Blogger ruft eine Blogparade aus und Du nimmst daran teil: In diesem Fall schreibst Du über das Thema, verlinkst den Artikel und erhältst einen Link zurück. Diese Links sind aber häufig wertlos. Zum einen zählen sie meistens nicht für die Suchmaschinenoptimierung. Zum anderen erhältst Du darüber keine neuen Leser, denn bei erfolgreichen Blogparaden nehmen viele Blogger teil, sodass die Linkliste sehr lang wird. Am Ende erhältst Du einen von 30 Links und gehst in der Masse unter.

2. Du rufst eine Blogparade aus: Das ist grundsätzlich der bessere Fall. Aber als Neuling in der Branche wirst Du kaum jemanden zur Teilnahme bewegen können. Das funktioniert wesentlich besser, wenn Du schon gut vernetzt bist. Der zweite Nachteil: Solche Blogparaden sind für Deine Leser total uninteressant. Du müsstest schon ein richtig gutes Thema finden, das für Deine Leser einen Mehrwert bietet und von den anderen Bloggern aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchtet wird. Ich habe noch kein solches Thema gefunden.

2. Verlinkungen in Foren

Links in relevanten Foren können Dir neue Leser zuführen. Es gibt Foren zu verschiedenen Themen, zum Beispiel über Weltreisen oder ganz spezielle Foren über einzelne Länder. Wenn Du etwas beizusteuern hast, kannst Du Dich in Foren anmelden, dort Fragen beantworten und hin und wieder einen Link zu Deiner Website platzieren, wenn dort die Frage beantwortet wird. Über die Zeit können hier einige Besucher zusammenkommen und Du baust Dir einen Ruf als Experte auf. Aber bevor Du gleich losstürmst: Das ist sehr aufwen-

dig. Du müsstest schon mit großer Leidenschaft Fragen beantworten wollen, um hier einen nachhaltigen Effekt zu erzielen.

Aus meiner eigenen Erfahrung kann ich nur ein Forum empfehlen, das gar kein richtiges Forum ist: GuteFrage.net. Dort stellen Nutzer Fragen über Gott und die Welt. Ich habe dort ein Konto angelegt und anfangs hin und wieder Fragen beantwortet. Das Beste: Du musst nicht jeden Tag auf Verdacht die Website aufrufen, sondern kannst Begriffe abonnieren. Wenn Du z. B. das Wort „Thailand“ abonnierst, erhältst Du jeden Tag eine E-Mail mit allen Fragen, die sich rund um Thailand drehen. Wenn eine Frage dabei ist, die ich beantworten kann, rufe ich die Website auf und beantworte die Frage. Das kostet mich oft nur zwei bis drei Minuten. Hin und wieder verlinke ich in meiner Antwort meinen Blog – aber nur wenn es sinnvoll ist und nicht zu häufig. Wenn Du das einige Wochen lang machst, wirst Du bald dreißig bis vierzig Fragen beantwortet haben. Dann kannst Du mit etwa 100 Besuchern im Monat rechnen. Viele von ihnen kommen mehrfach, wenn sie bei Dir die richtigen Informationen finden.

3. Verlinkungen in Reisebericht-Portalen

Das ist schon fast ein Geheimtipp, aber ich weiß gar nicht warum. Kaum ein Reiseblogger scheint seine Reiseberichte in entsprechenden Portalen einzustellen.

Es gibt ein paar Portale, in denen man seine eigenen Reiseberichte kostenlos verlinken kann. Das ist ein bisschen aufwendig, bringt aber zusätzliche Leser. In der Regel müssen die folgenden Informationen geliefert werden: Artikel-URL, Titel des Artikels, eine kurze Beschreibung, Stichworte zum Artikel, ein Foto (manchmal).

Die folgenden Portale verwende ich:

- Rastlos.com
- Derreisetipp.de
- Reiseberichte.com
- 1001-reiseberichte.de
- Reiseverlangen.de

Eine Zeit lang habe ich jeden Reisebericht in all diese Portale eingestellt und ich würde es auch Dir empfehlen. Zu jedem Bericht erhältst Du einen Link auf Deine Website. Später stellte ich meine Berichte hauptsächlich bei Rastlos.com ein, weil das die stärkste Seite ist. Pro Monat erhielt ich etwa 300 Besucher von Rastlos.com. Von den anderen Portalen kamen deutlich weniger Besucher, aber am Anfang zählt jeder Leser!

4.3 ROUND UP POSTS

Round Up Posts sind für mich *die* beste Möglichkeit, mit einem einzigen Artikel einen Besucherrekord aufzustellen und auch dauerhaft neue Leser zu gewinnen. Nichts hat für mich besser funktioniert. Abgesehen von einer Erwähnung auf SPIEGEL ONLINE. Aber bis es so weit ist, versuche es erst mal mit einem Round Up Post. Ich gebe jedoch zu, dass es in den letzten Jahren nicht leichter geworden ist, da immer mehr Reiseblogger nachrücken, die dieses Mittel anwenden. Dadurch wurden die meisten Themen schon besprochen und die Leser werden etwas müde. Dennoch bleiben Round Up Posts eines der besten Mittel, um am Anfang neue Leser zu gewinnen.

Was ist ein Round Up Post?

Kurz und schmerzlos: Bei einem solchen Artikel stellst Du anderen Bloggern eine Frage und veröffentlichst deren Antworten in Deinem Blog.

Meine bisherigen Round Up Posts findest Du hier:

- [Was hast Du unterwegs über Dich selbst gelernt?](#)
- [9 Reiseblogger verraten, wie sie unterwegs Lehrgeld gezahlt haben](#)
- [So verdienen digitale Nomaden ihr Geld beim Reisen](#)

Was hast Du davon?

- Mit Deiner Frage nimmst Du Kontakt zu anderen Bloggern auf und bringst Dich ins Gespräch.
- Wenn Du eine gute Frage stellst, sind die Antworten für Deine Leser interessant. Das sind schließlich Antworten von Experten!
- In der Regel teilen die Blogger diesen Artikel in ihren sozialen Netzwerken. Schließlich haben sie selbst etwas beigesteuert und wollen das auch ihren Lesern zeigen. Dadurch landen bei Dir viele neue Leser, die Deinen Blog vorher noch nicht kannten.

- Einige Blogger verlinken solche Artikel anschließend auf ihrer Presseseite. Dadurch erhältst Du einen Backlink.

Was haben die Blogger davon?

- Die Blogger bekommen einen Link von Dir. Dadurch wird ihr eigenes Ranking in den Suchmaschinen gestärkt.
- Wenn Dein Artikel viele Leser anzieht, bekommen sie über die Links selbst Besucher auf ihre Blogs.
- Nicht zuletzt stärkt es ihr eigenes Ansehen als Branchenexperte, wenn sie zu solchen Artikeln eingeladen werden.

Ein Round Up Post ist also eine Win-win-Situation und das ist ganz entscheidend für den Erfolg! Du darfst nicht nur an Dich denken, sonst wird der Post nicht funktionieren.

So erstellst Du einen erfolgreichen Round Up Post

1. Alles beginnt mit einer guten Frage

Überlege Dir eine Frage. Eine gute Frage! Denke in jedem Fall darüber nach, was die Blogger darauf antworten könnten. Oft erscheint die Frage dann nämlich gar nicht mehr so gut. Ich habe Einladungen zu Round Up Posts erhalten, bei denen die Frage auf den ersten Blick ansprechend klang. Aber meine Antwort darauf war weder lustig noch informativ. Am Ende hast Du einen Artikel, den kein Mensch braucht.

Unterschätze nicht die Bedeutung der Frage! Sie muss spannend sein und ein Bedürfnis beim Leser erfüllen, und zwar nicht nur bei Deinen Lesern, sondern auch bei den Fans der anderen Blogger. Ist das nicht der Fall, werden sie den Artikel später nicht teilen. Nimm Dir Zeit für Deine Frage. Überlege Dir mehrere Fragen und verwirf alles, was keine spannenden Antworten verspricht.

Für jeden Round Up Post habe ich bisher nur eine Frage gestellt und werde dabei auch bleiben. Ich habe andere Round Ups mit mehreren Fragen beobachtet. Die waren – soweit

für mich zu beurteilen – wesentlich erfolgloser. Fazit: Ich empfehle, nur eine Frage zu stellen, damit der Artikel ein klares Thema hat.

2. Wähle passende Blogger aus

Recherchiere passende Blogger, die zur Frage und zu Deinem Blog passen. Nehmen wir an, Du fragst andere Blogger nach einem Geheimtipp für Thailand, wie **Sebastian von Phuketastic es gemacht hat**. Bis heute einer seiner erfolgreichsten Artikel! Dann kannst Du natürlich nur Blogger fragen, die selbst in Thailand gewesen sind. Das musst Du vorher herausfinden (wenn sie dort waren, haben sie wahrscheinlich darüber geschrieben). Auch ihr Reisetil sollte zu Deinem passen. Lade niemanden zu etwas ein, zu dem er wahrscheinlich nichts beisteuern kann. Das verursacht für den Blogger nur Aufwand und ist vielleicht sogar unangenehm, weil er Dir absagen muss.

Erstelle eine Liste mit allen Bloggern, die infrage kommen, und priorisiere diese Liste: Zum Beispiel nach Sympathie und nach Reichweite ihrer Social-Media-Präsenzen. Ich versuche immer eine gute Mischung zu finden: aus Bloggern mit großer Reichweite und kleineren Bloggern, die ich aber sehr gern lese.

An meinen Round Up Posts haben jeweils neun bis elf Blogger teilgenommen. Das ist eine Größenordnung, die ich sehr empfehlen kann. Deine Liste sollte in diesem Fall etwa 15 Blogger enthalten, wovon Du erstmal zehn einlädst. Die anderen sind Backup.

3. Lade jeden Blogger persönlich ein

Lade die Blogger zu Deinem Round Up Post ein. Mit der Einladung solltest Du Dir viel Mühe geben. Mach es in jedem Fall individuell. Ich schreibe meistens ein Grundgerüst für den Text vor, baue aber nach Möglichkeit für jeden Blogger ein bis zwei persönliche Sätze ein. Teilweise setze ich zwei ganz unterschiedliche Einladungen auf: für Blogger, die mich kennen, und solche, die mich wahrscheinlich noch nicht kennen. Gib Dir Mühe! Du willst schließlich etwas von ihnen.

Deine E-Mail sollte nicht unnötig lang sein. Schreibe nur das, was notwendig ist. Mache deutlich, was genau Deine Frage ist. Setze unbedingt eine Frist (ca. zehn Tage sind ange-

messen) und gib an, welche Wörterzahl Du Dir vorstellst. Die meisten Antworten sind eher zu lang als zu kurz. Wenn jeder 300 Wörter beisteuert, ist Dein Artikel am Ende 3.000 Wörter lang – und damit zu lang! Das liest dann kaum noch jemand. 100 bis 200 Wörter sind eine gute Richtlinie.

Frage außerdem nach einem Foto und fordere (freundlich) eine gewisse Mindestgröße des Fotos, die für Deinen Blog angemessen ist. Fotos sind wichtig, um den langen Artikel aufzulockern und um den Antworten ein Gesicht zu geben.

Die meisten Blogger werden Dir innerhalb von ein bis drei Tagen antworten. Wer sich nach etwa fünf Tagen noch nicht gemeldet hast, bei dem kannst Du kurz nachhaken. In der Regel kommt darauf eine Rückmeldung.

Ein oder zwei Tage vor der Frist kannst Du bei den Bloggern nachfragen, die zugesagt, aber noch keinen Text geschickt haben.

Ich habe bisher nur sehr wenige Absagen zu meinen Einladungen bekommen. Einmal, weil ich eine Bloggerin schlecht ausgewählt hatte (mein Fehler), und zwei Absagen erhielt ich wegen fehlender Zeit (das kommt vor). Für solche Fälle kannst Du Deine Backup-Blogger einladen (erwähne nicht, dass sie Dein Backup sind!).

4. Erstelle den Artikel

Wenn die Antworten eintrudeln, wartet noch einmal viel Arbeit auf Dich. Dann liegt es an Dir, daraus einen guten Artikel zu machen. Für den Round Up Post schreibe ich stets eine Einleitung, stelle dann die Antworten vor, und im Anschluss ziehe ich ein Fazit. Diese Schlussworte regen besonders zu Kommentaren an.

Die Antworten der Blogger wirst Du zum Teil korrigieren müssen. Leider gibt sich nicht jeder so viel Mühe wie für seinen eigenen Blog, aber das macht nichts. Es liegt an Dir, in Deinem Blog nur Texte ohne Rechtschreibfehler zu veröffentlichen! Teilweise kürze ich die Antworten ein wenig, wenn zu viel geschwafelt wird. Außerdem formatiere ich die Texte für die Lesbarkeit mit etwas Fett- und Kursivdruck, wo es angebracht ist.

Wichtig ist, dass Du die Teilnehmer erstrahlen lässt. Das ist nicht nur Dein Artikel, sondern ihr Inhalt! Nenne den Namen der Teilnehmer, füge die Fotos hinzu und verlinke ihren Blog. Wenn Du Anlass siehst, noch mehr von ihnen zu verlinken – andere Blogs, ausgewählte Artikel, Facebook-Seiten – dann mach das. Jeder Blogger wird Dir das danken.

5. Veröffentliche den Artikel

Dann endlich folgt die Veröffentlichung. Es ist klar, dass Samstagabend für einen solchen Artikel besonders unangemessen ist. Veröffentliche den Artikel zu einer attraktiven Zeit, wenn viele Menschen online sind (auch viele der Teilnehmer!). Gleich nach der Veröffentlichung schicke ich eine individuelle E-Mail an alle Teilnehmer, in der ich mich bedanke und den Artikel verlinke. Außerdem sage ich ihnen, dass ich mich darüber freuen würde, wenn sie den Artikel teilen, sofern er ihnen gefällt. Ich baue keinen unnötigen Druck auf. Wer nicht teilen will, muss natürlich nicht. Wir haben ja keinen Vertrag. Oft brauchen Menschen aber nur einen kleinen Anstoß, um eine bestimmte Aktion auszuführen (also Deinen Artikel zu teilen).

6. Werte die Aktion aus

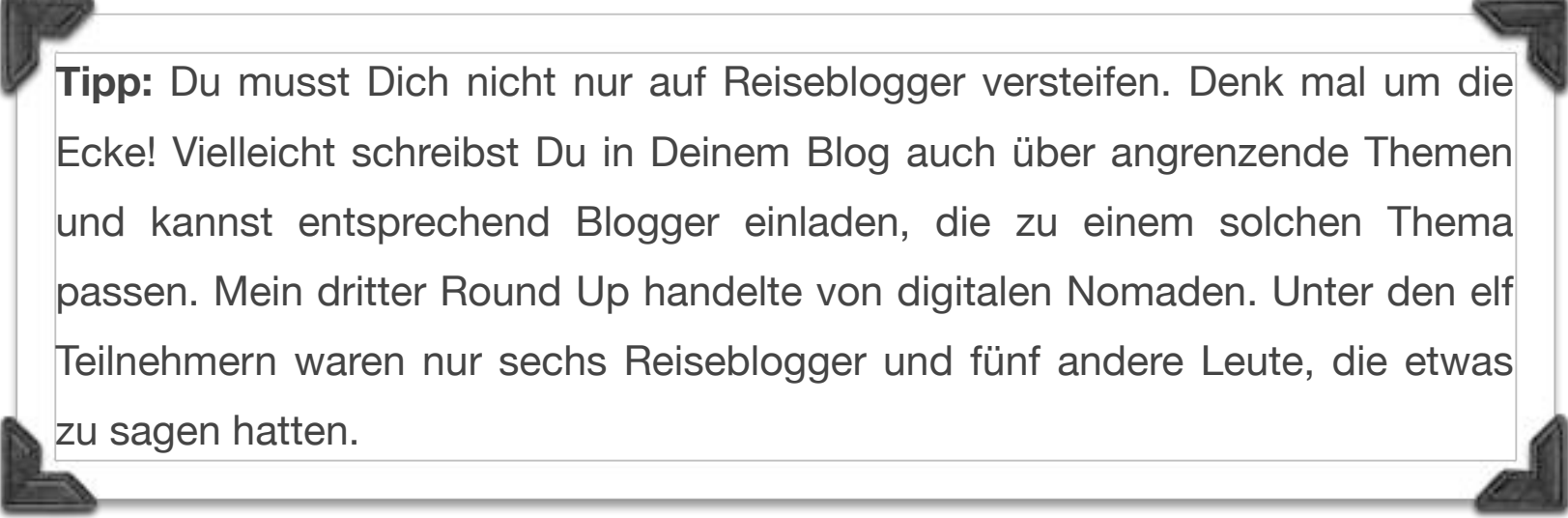
Wenn alles gelaufen ist, der Artikel geteilt wurde und Du einen neuen Besucherrekord erreicht hast, solltest Du Dir alles noch einmal genau anschauen. Hast Du Kommentare bekommen? Wurde der Artikel oft geteilt? Und vor allem: Welcher Blogger hat gut mitgezogen und seine eigenen Leser auf Deinen Blog aufmerksam gemacht? Ich schreibe mir das auf!

Mit manch einem Blogger lief die Zusammenarbeit nicht ideal. Zum Beispiel wurde die Frist nicht eingehalten oder die Antwort war schlecht oder er hat den Artikel anschließend nicht in den sozialen Kanälen geteilt. Wenn das auf viele Blogger zutrifft, war wahrscheinlich Deine Frage nicht gut! Wenn es nur Einzelne betrifft, lädst Du sie beim nächsten Round Up einfach nicht mehr ein. Es gibt genug andere Blogger da draußen.

7. Starte Deinen nächsten Round Up

Nach dem Round Up ist vor dem Round Up. Wenn Dein erster Round Up gut lief, kannst Du Dir bald über den nächsten Gedanken machen. Meine ersten drei Artikel dieser Art la-

gen jeweils etwa sechs bis acht Wochen auseinander. Wenn Du gute Fragen hast, ist das kein Problem. Einige Blogger lade ich immer wieder ein, weil sie zuverlässig sind, gute Antworten liefern und zum Teil eine gute Reichweite haben. Aber im Wesentlichen versuche ich die Teilnehmer zu variieren und immer mal neue einzuladen. Meine Leser freuen sich auch über frisches Blut und wollen nicht immer von den gleichen Leuten lesen.



Tipp: Du musst Dich nicht nur auf Reiseblogger versteifen. Denk mal um die Ecke! Vielleicht schreibst Du in Deinem Blog auch über angrenzende Themen und kannst entsprechend Blogger einladen, die zu einem solchen Thema passen. Mein dritter Round Up handelte von digitalen Nomaden. Unter den elf Teilnehmern waren nur sechs Reiseblogger und fünf andere Leute, die etwas zu sagen hatten.

4.4 SOZIALE NETZWERKE

Unter Reisebloggern befinden sich einige Social-Media-Experten, die auf allen Kanälen vertreten sind und Tausende von Followern haben. Ich hingegen bin kein großer Freund der sozialen Medien und habe trotzdem mehr Leser als die meisten anderen Reiseblogger. Social Media ist nicht unwichtig, Du solltest Dich von der Bedeutung aber auch nicht täuschen lassen. In diesem Kapitel zeige ich Dir, wie ich Social Media eingesetzt habe.

Die folgenden sozialen Netzwerke nutze ich (nach Relevanz sortiert):

- Facebook
- Twitter
- Google+

Diese erfüllen alle einen gewissen Zweck, auf den ich jetzt eingehen werde.

1. Facebook

Facebook ist das einzige Netzwerk, über das Du eine spürbare Zahl an Lesern in Deinen Blog ziehen kannst. Eine Facebook-Fanseite ist ein Muss, weil es für den ganz normalen Leser die einfachste Möglichkeit ist, Dir zu folgen. Es gibt kein Netzwerk mit einer höheren Verbreitung in jeder Altersgruppe.

Mit Facebook kannst Du Deine eigene Fanbasis aufbauen und jedes Mal, wenn Du einen neuen Artikel schreibst, kannst Du Deine Fans wieder in Deinen Blog ziehen. Aber eines sage ich gleich: Nur weil Du 1.000 Fans hast, heißt das nicht, dass Du jedes Mal 1.000 Leser in Deinen Blog bekommst. Realistischer sind 100 Leser – bei einem guten Artikel.

Deine Reichweite bei Facebook wird durch den Algorithmus beschränkt. Wenn Du zu viele uninteressante Inhalte postest, die Deine Fans nicht interessieren, sinkt Deine Reichweite

enorm, obwohl Du viele Fans hast. Deine Posts werden mit der Zeit nicht mehr eingeblendet. Daher solltest Du nur relevante Inhalte posten, die zu Klicks, Likes und Shares führen.



Tipp: Erfahrungsgemäß funktionieren Fotos mit inspirierenden Reisezitataten sehr gut. Ich verstehe es nicht ganz, weil es aus meiner Sicht zu plump ist, aber es funktioniert bei einigen Bloggern sehr gut. Diese Fotos werden geteilt ohne Ende.

Ende 2013 hat Facebook die Auslieferung der Inhalte von Fanseiten stark eingeschränkt. Seitdem ist es noch schwieriger geworden, die eigenen Fans zu erreichen. Viele Blogger berichten davon, dass nur noch 20 Prozent ihrer Fans einen neuen Beitrag überhaupt sehen. Bei mir ist es noch etwas mehr, aber die Tendenz ist eindeutig: Ein neuer Fan bedeutet noch lange nicht, dass er Deine Inhalte zu Gesicht bekommt. Im Durchschnitt erreiche ich 50 Prozent meiner Fans. Bei besonders irrelevanten Beiträgen sinkt die Reichweite schon mal auf 10 Prozent – sehr relevante Posts erreichen hingegen 100 Prozent oder noch mehr.

Facebook möchte Seitenbetreiber dazu ermutigen, die organische Reichweite mit Anzeigen zu unterstützen. Du kannst also Deine eigenen Fans erreichen, wenn Du dafür bezahlst. Das ist natürlich nicht allzu sinnvoll, wenn Du nichts verkaufen willst, sondern nur interessante Inhalte schreibst.

Ich kann Dir hier allerdings keine Facebook-Anleitung schreiben. Zum einen ist das Thema sehr komplex. Wenn Du viel mit Facebook arbeiten willst, solltest Du Dich dazu in relevanten Blogs belesen (Bücher bringen nichts, da die Informationen längst veraltet sind). Relevante Blogs sind zum Beispiel allfacebook.de und thomashutter.com. Zum anderen bin ich selbst kein Facebook-Experte. Ich habe mir im Vergleich zu anderen Bloggern ziemlich wenig Mühe mit Social Media gegeben, da ich es nicht besonders mag. Und trotzdem ist mein Blog erfolgreich.

Ich habe mit Facebook sogar recht spät angefangen – erst nach etwa vier Monaten. Das hatte einen Vorteil: Nach einem Tag hatte ich mehr als 100 Fans und ein paar Wochen später schon 300. Je mehr Fans Du hast, desto mehr Leute werden auch auf „Like“ klicken. Das Phänomen nennt sich „Social Proof“: Wenn 300 andere Leute diese Seite mögen, dann kann sie nicht so schlecht sein! Aber wem gefällt schon eine Seite, die nur 25 Fans hat? Daher solltest Du möglichst schnell in den dreistelligen Bereich kommen. Sei Dir nicht zu schade, Deine Freunde einzuladen. Wenn nicht einmal Deinen Freunden „gefällt“, was Du machst, wie sollst Du dann fremde Menschen erreichen?

Ein letzter **wichtiger Tipp** zu Facebook, der von vielen Bloggern vernachlässigt wird: Nutze die Reichweite anderer Facebook-Seiten! Es gibt viele spezialisierte Facebook-Seiten. Wenn Du einen Artikel hast, der für eine Facebook-Seite eine Bereicherung wäre, dann bitte den Betreiber doch einfach, Deinen Artikel zu teilen. Als ich einen Artikel über Tallinn schrieb, bat ich die Macher der offiziellen Fanseite der Stadt Tallinn, meinen Artikel zu verlinken (wenn er ihnen gefällt). Das hat mir 300 Likes und ein paar Hundert Besucher gebracht. So etwas mache ich häufiger. Bei vielen Artikeln überlege ich mir, für welche Facebook-Seiten das interessant sein kann. Ich habe fast nie eine Absage bekommen. Aber Achtung: Nicht willkürlich herumfragen! Sei bescheiden und frage nur, wenn Du wirklich gute Artikel hast. Dann wird Deine Erfolgsquote hoch sein.

2. Twitter

Twitter wird in Deutschland bestenfalls professionell genutzt. Kaum ein normaler Leser nutzt Twitter! Meine 1.000 Follower bestehen fast ausschließlich aus Bloggern, PR-Agenturen, Fremdenverkehrsämtern und anderen potenziellen Kooperationspartnern. Dementsprechend bekomme ich für meine Artikel so gut wie keine Besucher über Twitter. Selbst wenn mich Nutzer mit mehreren Tausend Followern retweeten, spüre ich das kaum in meinem Blog. Twitter bringt in Deutschland so gut wie keine Leser!

Trotzdem ist Twitter sinnvoll. Zum einen vernetze ich mich darüber mit anderen Bloggern und bekomme eher mit, was bei denen los ist. Zum anderen stehen Kooperationspartner auf Twitter und suchen gezielt Blogger, die eine hohe Social-Media-Reichweite haben.

Insgesamt verbringe ich sehr wenig Zeit mit Twitter. Ich teile meine neuen Artikel, antworte, wenn mich jemand antwittet und retweete hin und wieder interessante Informationen, doch das ist alles. Ich folge kaum anderen Leuten, da der Twitter-Stream sonst ein endloses Blabla ist. Falls Du mir trotzdem folgen willst, kannst Du dies unter www.twitter.com/patrickhundert tun.

Übrigens: Du kannst Deine Facebook-Seite mit Twitter verknüpfen. So erscheinen Deine Facebook-Posts automatisch bei Twitter. Die Verknüpfung kannst Du hier vornehmen: www.facebook.com/twitter.

3. Google+

Auch Google+ ist ein eher professionelles Netzwerk. Viele Leser gewinne ich darüber nicht. Reiseberichte kommen in diesem Netzwerk gar nicht gut an. Inspirierende Lifestyle-Themen dafür umso besser. Solche Artikel können schon mal zehn bis zwanzig „+1“ erhalten, es kommt aber selten vor.

Auch wenn nicht viele Leser kommen: Google+ gehört nun einmal zu Google und ist schon deshalb relevant. Dein Google+-Profil gilt in den Augen der Suchmaschine (möglicherweise) als Qualitätsmerkmal. Wenn Dir viele Leute bei Google+ folgen und Du gute Artikel schreibst, die oft geteilt werden, dann wird sich das auf Dauer positiv auf Deine Google-Rankings auswirken. Daher ist auch Google+ Pflicht!

4. Instagram

Ich bin erst nach neun Monaten bei Instagram eingestiegen. Ich sagte ja schon, dass ich kein Fan von Social Media bin. Und – große Überraschung – auch über Instagram wirst Du kaum Leser gewinnen. Allerdings sind Kooperationspartner sehr an Deiner Instagram-Reichweite interessiert. Wenn Dich jemand auf eine Pressereise einladen will, dann kann ein guter Instagram-Account überzeugend wirken, denn vermutlich wirst Du schon während der Reise viele Fotos hochladen. Ich habe mein Instagram-Konto mittlerweile wieder gelöscht, da es meinen Zwecken nicht diente und ich an Kooperationen nicht interessiert bin.

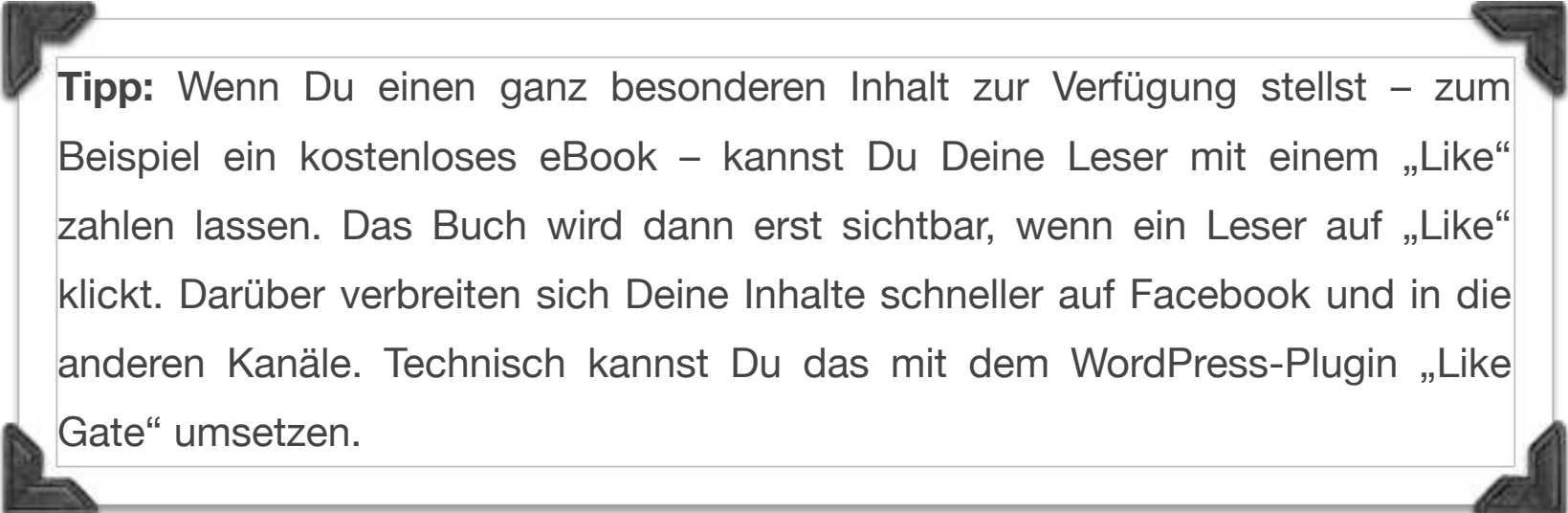
5. Tipps zu Social Media

Du wirst in anderen Blogs die wesentlich besseren Social-Media-Experten finden. Aber in diesem Guide geht es um meine Erfolgsrezepte. Daher erzähle ich Dir nur, was ich für richtig halte, und nicht, was andere dazu sagen.

Mir ist wichtig, meine „Fans“ nicht zu nerven. Ich poste weniger als andere Blogger. Es gibt unterschiedliche Phasen der Aktivität, aber im Schnitt poste ich zwei bis fünf Mal pro Woche. Das sind vor allem meine neuen Artikel, hin und wieder ein Foto und manchmal verlinke ich fremde Artikel, wenn sie für meine Leser relevant sind. Relevanz ist unglaublich wichtig, um Dir Deine Reichweite zu erhalten.

Sorge außerdem dafür, dass Deine Artikel leicht teilbar sind. Das heißt, unter jedem Artikel sollten sich die gängigen Social-Media-Buttons befinden (Like, Tweet, +1). Viele Leser klicken da einfach mal drauf, und das wird Dir wiederum neue Leser bringen, die bei Facebook & Co. darauf aufmerksam werden.

Du siehst, ich setze kaum auf Social Media. Ich gebe meinen Lesern zwar die Möglichkeit, mir zu folgen, um sie nicht sofort wieder zu verlieren. Doch ich setze diesen Kanal nicht ein, um neue Leser zu gewinnen. Andere Blogger sind in Social Media deutlich besser aufgestellt und ziehen so mehr Leser in ihre Blogs. Erwähnenswert finde ich die Blogs Justonewayticket.com und auch Planetbackpack.de.



Tipp: Wenn Du einen ganz besonderen Inhalt zur Verfügung stellst – zum Beispiel ein kostenloses eBook – kannst Du Deine Leser mit einem „Like“ zahlen lassen. Das Buch wird dann erst sichtbar, wenn ein Leser auf „Like“ klickt. Darüber verbreiten sich Deine Inhalte schneller auf Facebook und in die anderen Kanäle. Technisch kannst Du das mit dem WordPress-Plugin „Like Gate“ umsetzen.

4.5 SEO: OPTIMIERUNG

Suchmaschinen sind wichtig für den Erfolg Deines Blogs. Ach, was sage ich: *Google* ist wichtig für den Erfolg Deines Blogs. Für meinen Blog ist die Bedeutung im Verlauf der Zeit sogar gestiegen. Am Anfang spielte Google kaum eine Rolle, da es eine Weile dauert, bis eine neue Website gut gelistet wird. Während ich 5.000 bis 15.000 monatliche Leser hatte, betrug der Anteil der Besucher von Google etwa vierzig Prozent. Später ist das Verhältnis zugunsten von Google gekippt. Heute erreichen mehr als siebzig Prozent meiner Besucher den Blog über Google.

Wenn wir darüber sprechen, wie Du Besucher aus Suchmaschinen in Deinen Blog lotst, fällt in jedem Fall dieses Wort: SEO (Search Engine Optimization).

Und jetzt kommt's: **SEO ist überbewertet.** Da hast Du's.

So, jetzt wo der große Druck raus ist, gehen wir das mal langsam an.

Ich beschäftige mich seit mehr als acht Jahren mit Suchmaschinenoptimierung. Ich war einmal Online Marketing Manager, später hatte ich meine eigene Online Marketing Agentur und nebenbei betrieb ich ein paar Websites, deren Besucher zu 97 Prozent von Google kamen. Der Rest kam von anderen Suchmaschinen. Das wollte ich nur mal gesagt haben, bevor ich Dir etwas über SEO erzähle.

Schon vor acht Jahren haben SEOs behauptet, um in Suchmaschinen gut gelistet zu werden, brauche man gute Inhalte und ein paar Links, die auf die eigene Website verweisen. Diese Aussagen haben sich ständig wiederholt, aber niemand wollte es glauben. Ich denke, dass es schon immer wahr gewesen ist, doch es gab ein Problem: Es ging auch anders, und zwar einfacher. Auf die Methoden möchte ich gar nicht eingehen, denn sie funktionieren nicht mehr, und wenn doch, dann sind sie nicht nachhaltig. SEO im Sinne der Suchmaschinen-*Manipulierung* ist tot.

Wir Blogger dürfen uns darüber freuen, denn wir stehen auf der richtigen Seite. Ich möchte heute keine schlechten Affiliate-Nischenseiten mehr bauen und auch keine Kunden betreuen, die einen mittelmäßigen Online Shop bei Google ganz oben sehen wollen. Das funktioniert nicht mehr. Aber Blogger zu sein macht in diesen Zeiten viel Spaß, denn wir stellen nützliche Inhalte ins Netz. Wir geben vielen Menschen genau das, was sie wollen und das unterstützt Google.

Bevor wir in ein paar Details einsteigen, gebe ich Dir schon einmal die beiden wichtigsten Voraussetzungen für ein gutes Ranking an die Hand.

1. In Suchmaschinen wird gesucht.

Nutzer geben einen Suchbegriff ein und erwarten Ergebnisse, die zu diesem Begriff passen. Es sollte also völlig klar sein, dass Du in Deinem Blog Begriffe (Keywords) verwenden musst, die von Menschen gesucht werden. Banal, oder? Und trotzdem sehe ich das bei kaum einem Reiseblogger. Die meisten Blogger sterben lieber an einer schönen Wortwahl, als sich Gedanken darüber zu machen, was ihre Zielgruppe suchen könnte.

Keine Angst, Du musst Dir nicht jeden Tag Gedanken über die besten Keywords machen. Das macht ja auch keinen Spaß. Ich denke sogar ziemlich selten darüber nach, aber hin und wieder mache ich es eben doch und das genügt schon. Ich gehe gleich noch genauer darauf ein.

2. Du brauchst sehr gute Inhalte.

Nicht nur mäßige oder gute, sondern sehr gute. Du brauchst Texte, die Deine Besucher wirklich interessieren. Wenn jemand bei Google etwas sucht, dann bedeutet das nur eines: Er hat ein Problem und sucht dafür eine Lösung. Lass das mal sacken. Wenn Du diese Lösung nicht bietest, wirst Du für diesen Begriff langfristig nicht gut gelistet werden. Ist das nicht großartig? Ich finde schon! Denn Du hast es selbst in der Hand, die Fragen der Menschen umfassend zu beantworten.

Was sind gute Keywords?

Ein gutes Keyword passt zu Deinem Blog. Wenn es Dir leichtfällt über ein Thema zu schreiben, weil es einfach zu Dir passt, dann sind auch die zugehörigen Keywords richtig für Dich. Lass Dir aber nicht einfallen, über ein Thema zu schreiben, nur weil Du für bestimmte Suchbegriffe bei Google gelistet werden möchtest. Das verstört nicht nur Deine Leser, sondern wird auch nicht funktionieren. Der Ansatz ist nicht nachhaltig.

Ich stelle mir Keywords auf zwei Ebenen vor:

A) Begriffe, die meinen Blog charakterisieren

Worüber schreibst Du in Deinem Blog? Auf welche Art reist Du? Wie lässt sich das in Worte fassen? Ich bin zum Beispiel immer mit einem Rucksack unterwegs und reise vergleichsweise billig. Typische Reiseziele für mich sind Südostasien und Lateinamerika. Da springt mich förmlich ein Wort an: Backpacking! Mit meinem Blog möchte ich also für Begriffe rund ums Backpacking gefunden werden. Also habe ich recherchiert, was in diesem Zusammenhang häufig gesucht wird (dazu komme ich gleich). Heraus kam zum Beispiel: Backpacking Thailand, Backpacking Rucksack, Backpacking Packliste und vieles mehr. Das sind Themen, zu denen ich etwas zu sagen habe. Schließlich war ich mehrmals in Thailand, habe selbst einen Rucksack und verwende meine eigene Packliste. Das musste ich nur noch im Blog ausdrücken. Herausgekommen sind u. a. diese beiden Seiten: **Backpacking in Thailand** und **Backpacking Packliste**.

Beide werden seit anderthalb Jahren bei Google auf Position 1 bis 3 gelistet. Weil sie die richtigen Keywords sowie nützliche Informationen enthalten. Ich beantworte Thailand-Backpackern in einem sehr umfassenden Artikel die meisten Fragen, die vor einer Reise nach Thailand auftreten. Auch meine Packliste ist für die meisten Backpacker so nützlich, dass sie nicht mehr auf anderen Websites suchen müssen.

Überlege Dir zunächst, was die Begriffe für Deinen Blog sind. Backpacking muss nicht Dein Begriff sein. Vielleicht bist Du Luxusreisender? Vielleicht machst Du viele Kreuzfahrten? Oder Du wanderst hauptsächlich? Oder Du fährst mit dem Rad um die Welt? Es gibt

viele Möglichkeiten, sich als Reisender zu charakterisieren, und in diesen Bereichen solltest Du nach den Begriffen suchen, die Deine Reisen beschreiben.

B) Spezielle Begriffe für einen Artikel

Die allgemeinen Begriffe sind ziemlich schnell abgearbeitet. Aus reiner SEO-Sicht ergibt es keinen Sinn, mehrere Artikel über Backpacking in Thailand zu schreiben. Letztendlich kann nur *eine* meiner Seiten für diesen Begriff bei Google gelistet werden.

Ohnehin brauchst Du selbst ja auch Abwechslung und wirst über viele Themen in Deiner Nische schreiben wollen. Thailand ist als Land nicht mit einem einzigen Artikel abgearbeitet – aber das Keyword schon. In zusätzlichen Artikeln kannst Du nun noch viel tiefer gehen und spezielle Fragen beantworten: Die besten Strände, wie man einen Roller mietet, schöne Unterkünfte, Visum, Sehenswürdigkeiten etc. – in Kombination mit „Thailand“ sind das alles Keywords.

Schreib erst mal über das, was Du sagen willst. Doch bevor Du den Text veröffentlichst, überlege Dir kurz, ob Du die richtigen Begriffe verwendet hast. Nicht zu jedem Text gibt es passende Suchbegriffe. Das ist völlig in Ordnung. Doch Du solltest zumindest einmal darüber nachgedacht haben.

Ich möchte Dir zwei Beispiele aus meinem Blog nennen:

1. Ich habe einen Artikel darüber geschrieben, wie man als Reisender ein Visum für Vietnam bekommt. Es gibt mehrere Möglichkeiten und die Informationen sind wild im Internet verstreut. Als ich selbst nach Vietnam flog, musste ich mir alles zusammensuchen und wurde hauptsächlich auf englischsprachigen Seiten fündig. Also habe ich das mal zusammengefasst. In einem solchen Artikel müssten natürlich die Begriffe „Vietnam“ und „Visum“ und am besten direkt „Vietnam Visum“ vorkommen, und zwar im Titel und auch einige Male im Text. Im Normalfall passiert das ganz automatisch, wenn man einen umfassenden Text schreibt, doch viele Blogger „vergessen“ das. Heute steht der Artikel für den Begriff „Vietnam Visum“ auf Platz 3 bei Google. Direkt hinter der vietnamesischen Botschaft und dem Auswärtigen Amt.

2. Als ich von Thailand nach Laos reiste, musste ich herausfinden, wo und wie ich am besten über die Grenze komme. Ein paar Informationen standen im Reiseführer, andere irgendwo im Internet. Das hat mich einige Zeit gekostet. Also habe ich mich im Anschluss hingestellt und einen Artikel darüber geschrieben. Ein halbes Jahr später erhielt der Artikel ein paar Hundert Leser im Monat, obwohl er sehr speziell ist – oder *weil* er sehr speziell ist. In diesem Fall weiß ich gar nicht, wie genau der beste Suchbegriff aussieht. Aber mit ziemlicher Sicherheit suchen Menschen nach einer Kombination aus den Wörtern: Thailand, Laos und Grenze. Also kommen diese drei Wörter in der Überschrift und auch im Text vor.

Zusammengefasst: Ich mache mir Gedanken über die Keywords, die meinen Blog charakterisieren, recherchiere passende Begriffskombinationen und bereite passende Inhalte auf, sofern ich zu diesen Themen etwas zu sagen habe. Außerdem überlege ich mir vor der Veröffentlichung meiner Artikel kurz, ob ich die naheliegenden Begriffe verwendet habe (ich überlege sie mir allerdings nicht vor dem Schreiben!).

Wie finde ich Keywords?

Bisher habe ich nur davon geschrieben, dass Du Dir „Begriffe überlegen“ sollst. Das ist für mich leicht gesagt, denn ich beschäftige mich seit vielen Jahren mit Suchmaschinen und habe mittlerweile ein gutes Gespür dafür, was Menschen suchen könnten. Das fällt Dir vielleicht nicht so leicht. Aber nicht verzagen, denn es gibt Unterstützung.

Du kannst ein paar Tools nutzen, um häufig gesuchte Begriffe zu finden. Bis vor einiger Zeit hat Google sogar ein solches Tool offen zur Verfügung gestellt. Mittlerweile ist der Zugriff nur noch eingeschränkt möglich. Um auf den „Keyword Planner“ zuzugreifen, brauchst Du ein Google-AdWords-Konto. Du wirst also dazu gezwungen, ein solches Konto für Werbetreibende einzurichten. Du musst allerdings keine Anzeigen schalten. Dieses Tool ist ganz gut, um verwandte und ähnliche Begriffe zu finden, wenn Du bereits ein paar Ausgangsbegriffe kennst.

Ich selbst nutze nur noch ein Tool zur Recherche von Keywords, und zwar **Übersuggest**. Wenn Du in das Google-Suchfenster einen Begriff eingibst, schlägt Google sofort Kombina-

tionen mit diesem Begriff vor. Diese Kombinationen werden bei Google am häufigsten gesucht. Übersuggest fasst Dir diese Vorschläge schön aufbereitet zusammen. Gibst Du dort zum Beispiel „Backpacking“ ein, liefert Übersuggest eine große Zahl an Kombinationen mit dem Begriff „Backpacking“. Aus der langen Liste kannst Du Dir dann jene heraussuchen, über die Du etwas zu sagen hast.

Genauso funktioniert das **KAI Keyword Tool** (drei Tage kostenlos).

In diesem Blogartikel werden einige andere Keyword Tools empfohlen. Ich nutze sie nicht, aber für Einsteiger sind sie sicher ganz brauchbar, um ein Gefühl für Suchbegriffe zu bekommen.

Mein Ausgangspunkt ist in der Regel ein übergeordneter Begriff. Den denke ich mir nicht einfach aus, sondern orientiere mich an meinen Reisen. Wenn ich beispielsweise durch Mexiko reise und darüber möglichst viele sinnvolle Inhalte schreiben möchte, ist „Mexiko“ mein übergeordneter Begriff. Übersuggest schlägt nun mehr als 200 Kombinationen aus „Mexiko“ und anderen Wörtern vor, die bei Google häufig gesucht werden. Viele davon sind für mich nutzlos, aber einige kann ich für meine Artikel verwenden. Brauchbare Beispiele sind: „Mexiko Backpacking“, „Mexiko Rundreise“, „Mexiko Ausflüge“, „Mexiko Einreise“, „Mexiko gefährlich“ und einige mehr.

Nun könnte ich also einen Artikel darüber schreiben, dass Mexiko gar nicht so gefährlich ist. Das habe ich sogar gemacht und erhalte jeden Monat mehr als 1.000 Leser nur für diesen Artikel. Ich könnte auch darüber schreiben, was man zur Einreise nach Mexiko benötigt, oder ich stelle eine Reiseroute zusammen, die sich für eine Rundreise eignet. Du siehst schon: Aus ein bisschen Keyword-Recherche ergeben sich viele neue Themen für Deinen Blog.

Wo bringe ich Keywords unter?

Wenn Du passende Keywords identifiziert hast und passende Inhalte schreibst, musst Du die Begriffe nur noch sinnvoll darin unterbringen. Doch wo?

1. Titel

Das mit Abstand wichtigste Ranking-Kriterium ist der Titel Deines Artikels. Wenn Du darüber schreibst, wie man ein Vietnam-Visum bekommt, müssen die Wörter „Vietnam“ und „Visum“ in jedem Fall im Titel enthalten sein. Das ist logisch, denn darum geht es schließlich in Deinem Beitrag!

Der Name eines Artikels erscheint bei WordPress automatisch im Seitentitel. Das ist die oberste Zeile in Deinem Browser.

Der Titel erscheint in der Google-Suche als der Link, den Nutzer anklicken, um auf Deine Website zu kommen. Er erhält die höchste Aufmerksamkeit in den Suchergebnissen, daher sollte er auch zum Klicken animieren.

Wenn Du einen langen Artikelnamen wählst, ist es sinnvoll, die wichtigen Begriffe weiter vorne unterzubringen. Das trifft in der Suchmaschinenoptimierung immer zu: Die wichtigen Begriffe müssen nach vorne!

Wenn Du das Plugin „WordPress SEO“ nutzt, kann der Name des Artikels auch vom Seitentitel abweichen! So kannst Du die Überschrift in Deinem Blog auf Klicks optimieren und den Seitentitel (den regelmäßige Leser kaum wahrnehmen) auf Keywords. Das mache ich jedoch selten.

2. Überschriften

Jeden längeren Text musst Du sichtbar strukturieren, und das machst Du am besten mit Zwischenüberschriften. Das lockert den Text auf und führt den Leser hindurch. Es gehört einfach zu einem guten Stil – auf die Sichtweise einer Suchmaschine übertragen, sind Überschriften also ein wesentliches Qualitätsmerkmal. Deine wichtigen Begriffe gehören in diese Überschriften. Aber nur, wenn es sinnvoll ist! Strukturiere Deinen Text in keinem Fall nach Keywords, sondern nur nach inhaltlichen Maßstäben. Im zweiten Schritt denkst Du darüber nach, ob Du Deine Keywords unterbringen kannst.

Wichtig: Markiere Deine Überschriften nicht einfach nur fett, sondern wähle wirkliche Überschriften-Formate. Falls Du in der HTML-Ansicht arbeitest, nutze die Tags <H1>, <H2> oder <H3>.

3. Text

Natürlich sollten Deine wichtigen Begriffe auch im Text selbst vorkommen. Im Normalfall verwendest Du sie automatisch, ohne darauf zu achten. Doch als Einsteiger schau ruhig noch mal drüber, ob die Begriffe wirklich hin und wieder vorkommen. Aber übertreibe es nicht!

In der Suchmaschinenoptimierung gibt es den unschönen Begriff *Keyworddichte*. Der bezeichnet den prozentualen Anteil Deines Keywords im gesamten Text. Es gab düstere Zeiten, da eine Dichte von fünf Prozent und mehr empfohlen wurde. Das heißt, jedes zwanzigste Wort war ein Keyword. Das ist viel zu viel. So ein Text ist kaum ohne Schmerzen zu lesen. Ich achte heute überhaupt nicht mehr auf die Keyworddichte. Ich schreibe nur einen sehr guten Text und verwende die dafür notwendigen Wörter schon automatisch.

Weitere Ranking-Kriterien

Mit den Keywords sind wir nun durch. Es gibt jedoch noch weitere Kriterien, die das Ranking Deiner Website beeinflussen.

1. URL-Struktur

In der WordPress-Standard-einstellung sieht die URL eines beliebigen Artikels in etwa so aus: www.deinedomain.de/?p=8721

Das ist nicht optimal. Im Backend gibt es unter Einstellungen —> Permalinks die Möglichkeit, sprechende URLs einzurichten. Eine sprechende URL sieht so aus: www.101places.de/wie-du-ein-visum-fuer-vietnam-bekommst

Sie enthält also im Wesentlichen den Namen des Artikels, und damit seine Keywords.

Es gibt mehrere Einstellungsmöglichkeiten. Ich bevorzuge die Verwendung des Artikelnamens und sonst nichts. Das hält die URL schön kurz und sauber.

2. Google+-Integration

Du kannst Dein Google+-Konto mit Deinem Blog verknüpfen. Durch die Verknüpfung zeigst Du Google eindeutig, dass Du der Autor bist. Das mag zu Beginn noch keine Bedeutung haben. Allerdings kannst Du Dir mit Deinem Blog eine gute Reputation aufbauen. Google „weiß“ nach einer Weile, dass Du gute Inhalte schreibst. Wenn Du später einen anderen Blog startest, kannst Du das gewonnene Vertrauen auf die nächste Website übertragen. Ob die Verknüpfung direkt zu einer Verbesserung des Rankings führt, ist allerdings unwahrscheinlich.

Du kannst Dein Konto in zwei Schritten mit Deinem Blog verknüpfen:

- Trage die Google+-URL in den Quellcode Deines Blogs ein. Einfacher ist es jedoch, wenn Du das Plugin „WordPress SEO“ verwendest und dort im entsprechenden Formularfeld die URL einträgst.
- Außerdem musst Du in Deinem Google-Konto Deine Website hinterlegen.

3. Interne Verlinkung

Du kannst den Suchmaschinen signalisieren, welche Deiner Unterseiten besonders wichtig sind, indem Du sie häufig und prominent verlinkst. Eine Unterseite, die von Deiner Startseite oder aus der Hauptnavigation heraus verlinkt wird, ist offensichtlich wichtiger als eine Seite, die nur aus einem beliebigen Artikel heraus verlinkt wird. Im Grunde musst Du Dir um die interne Verlinkung nicht viele Gedanken machen, solange Du einfach an Deine Leser denkst. Denen solltest Du es immer möglichst leicht machen, Deine wichtigen Inhalte zu finden. Also wirst Du wesentliche Artikel schon Deinen Lesern zuliebe auf der Startseite verlinken oder dort, wo man die Links gut findet.

Eine gute interne Verlinkung erreichst Du auch, wenn Du zum Beispiel eine „Neu hier?“-Seite oder Ressourcen-Seiten anlegst. Dort wirst Du ja die wichtigen Artikel zu einem Thema auflisten, und genau das lieben auch Suchmaschinen.

Auch wenn Du einen neuen Artikel schreibst, solltest Du Dir angewöhnen, immer wieder auf Deine alten Artikel zu verlinken – solange es inhaltlich sinnvoll ist. Wenn ich beispiels-

weise einen Artikel über die schönsten Städte in Mexiko schreibe, verlinke ich natürlich auch meinen gesonderten Artikel über Oaxaca – einen meiner liebsten Orte in Mexiko. Aber auch wenn es nicht ganz so offensichtlich ist, verlinke ich ähnliche Artikel. Ich möchte ja dem Leser mehr Inhalte bieten, die für ihn interessant sind. Ganz nebenbei signalisiere ich auch Google: Meine alten Artikel sind weiterhin wichtig.

4. Klickrate

Nehmen wir an, 100 Menschen suchen nach „Mexiko Pyramiden“ und Dein Blog ist eines von 10 Ergebnissen. Von den 100 Leuten klicken 15 auf Deine Website. Deine Klickrate beträgt dann 15 Prozent. Diese Rate hängt natürlich sehr stark davon ab, auf welcher Position Dein Blog gelistet wird. Platz 1 erzielt die höchste Klickrate, Platz 8 erhält jedoch wesentlich weniger Klicks. Über Seite 2 reden wir besser gar nicht erst.

Doch egal, auf welchem Platz Du stehst, Du kannst die Klickrate optimieren, indem Du ein ansprechendes Suchergebnis präsentierst. Dafür gibt es zwei Möglichkeiten:

A) Titel: Der Titel Deines Artikels erscheint als der klickbare Link bei Google. Je ansprechender Dein Titel ist, desto mehr Leute klicken später darauf.

B) Beschreibung: Unter dem klickbaren Titel erscheint eine Beschreibung des Artikels, die 150 Zeichen lang ist. Im Normalfall zieht sich Google dafür einfach einen Ausschnitt aus Deinem Artikel, der aus Sicht der Suchmaschine am besten passt. Du kannst aber mit einem SEO Plugin wie „WordPress SEO“ für jeden Artikel eine manuelle Beschreibung hinterlegen. Somit kannst Du beeinflussen, was bei Google eingeblendet wird, und dem Leser Lust auf mehr machen! Das erhöht die Klickrate.

Eine hohe Klickrate führt jedoch nicht nur unmittelbar zu mehr Besuchern. Eine hohe Klickrate verbessert auch Dein Ranking bei Google – daher erwähne ich es hier als Ranking-Faktor. Die Erklärung ist ganz einfach: Ein Suchergebnis, das Leser häufig anklicken, ist offenbar interessant. Es passt gut zur Suchanfrage. Google möchte die besten Suchergebnisse liefern und bevorzugt Websites, die eine hohe Klickrate erzielen. Ein Ergebnis, das niemand anklickt, kann nicht auf Dauer gut gelistet werden.

5. Verweildauer

Google wird immer besser darin, hochwertige Inhalte zu erkennen. Dabei spielen die Leser eine entscheidende Rolle! Wenn jemand über Google in Deinen Blog gelangt und nach drei Sekunden wieder zurückgeht oder die Seite schließt, ist das kein gutes Signal. Für Google bedeutet das: Diese Website passt nicht zur Suchanfrage.

Daher ist es heute kaum noch möglich, für Suchbegriffe gut gelistet zu werden, wenn die Inhalte auf der Website nicht das Problem des Nutzers lösen. Du kannst nicht einfach irgendeinen Blödsinn schreiben, Werbung drumherum packen und erwarten, dass Du damit bei Google gelistet wirst. Diese Zeiten sind vorbei.

Um ein gutes Ranking zu erzielen, musst Du Deine Leser lange auf der Website halten. Das funktioniert nur, wenn Du gute Inhalte anbietest, die ein Problem lösen oder eine Frage beantworten.

Was ist eine lange Verweildauer? Das hängt ganz von der Branche ab. In einigen Bereichen kann eine Minute schon viel sein, weil die Antworten kurz sind. In meinem Reiseblog bleiben die Leser im Durchschnitt drei Minuten. Nach meiner Erfahrung ist das für Reiseblogs ein guter Wert. Wenn Du deutlich darunter liegst, wirst Du auf Dauer keine guten Rankings erzielen. Wenn Du darüber liegst, hast Du beste Chancen.

6. Soziale Signale

Die Verweildauer ist *ein* Signal des Lesers. Derer gibt es noch einige mehr. Klicks auf „Gefällt mir“ oder „Tweet“ oder „+1“ sind soziale Signale, die ein gewisses Interesse des Lesers signalisieren. Nun sollst Du nicht Deine Artikel derart manipulieren, dass Du diese Signale erhältst. Du sollst Artikel schreiben, die von Deinen Lesern gern geteilt werden! Das geht Hand in Hand mit Deinen Social-Media-Maßnahmen.

Ein weiteres Signal sind aus meiner Sicht Kommentare. Wenn Deine Leser Antworten oder Fragen hinterlassen, zeigt das ein großes Engagement. Der Artikel kann also nicht so schlecht sein. Denn mit schlechten Artikeln beschäftigt sich niemand. Bewege Deine Leser

dazu, Deine Inhalte zu kommentieren – zum Beispiel, indem Du am Ende des Artikels eine Frage stellst.

Weitere Tipps

Zu guter Letzt möchte ich Dir drei allgemeine SEO-Tipps an die Hand geben. An diesen kannst Du Dich als Anfänger orientieren.

1. Qualität vor Quantität

Optimiere Deine Besucherzahlen nicht auf Masse. Es bringt nichts, für irgendwelche sinnlosen Suchbegriffe zu ranken, die nur wenig mit Deinem Blog zu tun haben. Damit erhältst Du kurzfristig vielleicht eine große Zahl an Besuchern. Doch diese springen sofort wieder ab und kommen nie wieder. Das sind ganz schlechte Signale an eine Suchmaschine. Ziele lieber auf passende Leser ab, indem Du einen hohen Nutzwert bietest, gute Texte schreibst und Fotos einbindest. Hole Deinen neuen Leser aus der Suchmaschine ab und gib ihm, was er braucht. Ziele auf Leser ab, die das Potenzial haben, immer wieder zu kommen.

2. Mache nichts, was Dir komisch vorkommt

Im Internet kursieren zum Teil abstruse Tipps, wie Du Deine Website für Suchmaschinen optimieren kannst. Lass die Finger von allem, was Dir merkwürdig vorkommt oder bei dem Du ein schlechtes Gewissen hast. Es ist mit Sicherheit eine schlechte Taktik. SEO ist eine sehr langfristige Angelegenheit. Dein Blog soll nicht nur heute gefunden werden, sondern auch noch in fünf Jahren. Erst dann wird passives Einkommen möglich. Ich habe meinen Blog immer sauber gehalten und bekomme heute monatlich 45.000 Besucher allein von Google, ohne noch viel Arbeit zu investieren.

3. Kümmere Dich nicht um PageRank

Wenn Du Dich über SEO informierst, stößt Du früher oder später auf den Begriff „PageRank“. Diese Zahl zwischen 0 und 10 hatte vor vielen Jahren einmal eine gewisse Aussagekraft darüber, wie „stark“ Deine Website in den Augen von Google ist. Leider leben viele Agenturen und Online Marketer hinter dem Mond und orientieren sich noch immer an die-

ser Zahl. Websites mit PageRank 4 können einen Link von ihrer eigenen Website daher teurer verkaufen als Websites mit PageRank 1.

Es lohnt sich aber überhaupt nicht, Dich damit zu beschäftigen. Du kannst Deinen PageRank heute nicht mehr beeinflussen. Ich habe einen der stärksten Reiseblogs, hing aber lange auf PageRank 1 fest. Das ist okay. Es werden Zeiten kommen, in denen auch der Letzte begreift, dass der PageRank nichts mehr aussagt. Oder Google schafft ihn endlich ab.

Ressourcen & Tools

Dieses Kapitel ist nur eine Einleitung in die Suchmaschinenoptimierung. Das ist alles, woran ich mich heute im SEO noch orientiere. Doch möglicherweise genügt es nicht, um als Anfänger durchzusteigen. Daher möchte ich hier noch einige Ressourcen empfehlen.

1. Tools

Damit kannst Du überwiegend ein Projekt kostenlos beobachten und herausfinden, wie gut Deine Website für Google bereits optimiert ist. Der Nutzen der kostenlosen Versionen ist allerdings begrenzt. Ich nutze momentan kein Tool.

- [Seolytics](#)
- [Sistrix Smart](#)
- [Searchmetrics Suite](#)

2. Blogs und eBooks

Ich verfolge nur noch zwei SEO-Blogs. Außerdem gibt es zwei einigermaßen brauchbare eBooks.

- [Seokratie](#)
- [Seo-Book](#)
- [Einführung in Suchmaschinenoptimierung \(von Google\)](#)
- [The Beginners Guide to SEO \(in Englisch\)](#)

Das ist alles, was ich zur Optimierung von Websites für Suchmaschinen sagen möchte. Mehr mache ich auch nicht. Suchmaschinenoptimierung ist keine Zauberei. Es ist die Beachtung einiger weniger Grundlagen. Vor allem aber geht es darum, Dir den größtmöglichen Nutzen für Deine Leser zu überlegen. Was gut für den Leser ist, ist auch gut für Google.

4.6 SEO: VERLINKUNGEN

Deinen Blog zu optimieren ist nur die eine Seite der Suchmaschinenoptimierung. Auf der anderen dreht sich alles um Links. Jeder Link, der auf Deine Website verweist (kurz: Backlink) ist in den Augen Googles eine Empfehlung für Deine Website. Dem liegt die Idee zugrunde, dass ich in meinem eigenen Blog nur dann einen Link auf eine andere Website setze, wenn ich sie meinen Lesern empfehlen möchte beziehungsweise wenn es dort weiterführende Informationen gibt, die zu meinem Artikel passen. Es ist ja klar, dass Google solche Empfehlungen liebt. Die Bedeutung von Links hat in den letzten Jahren etwas abgenommen. Gute Inhalte sind noch wichtiger geworden. Dennoch geht es nicht ohne Links.

Link ist nicht gleich Link

Nicht jeder Link hat den gleichen Wert. Ein Link von spiegel.de kann Deine Website bei Google nach oben katapultieren. Die meisten Links haben jedoch eine deutlich geringere Wirkung. Andere Links können Deine Website zerstören, doch dazu später mehr. Das Wichtige ist zunächst die Grundaussage: Link ist nicht gleich Link. Im folgenden Abschnitt werde ich Dir einige potenzielle Link-Quellen für Deinen Reiseblog aufzeigen und diese hinsichtlich ihrer Bedeutung bewerten.

Woher bekommst Du Links?

Als Blogger stehst Du auf der richtigen Seite. Es war für mich nie leichter, gute Backlinks zu bekommen. Ich habe viele kommerzielle Websites betrieben, für die ich heute keine brauchbaren Links mehr bekomme, ohne viel Geld auszugeben. Aber mit einem hochwertigen Blog ist das anders.

1. Links von anderen Blogs

In einem früheren Abschnitt hast Du bereits darüber gelesen, wie Du einen Gastartikel in anderen Blogs platzieren kannst. Auch Interviews sind eine gute Möglichkeit oder die Teilnahme an Round Up Posts. Bei all diesen Gelegenheiten wird ein Link zu Deinem Blog ge-

setzt. Das sind die besten Links, die Du bekommen kannst, denn sie sind authentisch. Die Leser eines anderen Reiseblogs werden sich möglicherweise auch für Deinen Reiseblog interessieren, denn ihr spricht ähnliche Zielgruppen an. Diese inhaltliche Nähe ist für Suchmaschinen sehr wichtig.

Trotzdem kannst Du Dich auch um Gastbeiträge außerhalb der Reiseblogger-Branche bemühen, sofern diese Blogs immer noch einen Bezug zu Deiner Website haben.

2. Reisebericht-Portale

Auch von den Reisebericht-Portalen habe ich Dir bereits erzählt. Von ihnen bekommst Du nicht nur einige Leser, sondern auch wertvolle Links. Die inhaltliche Nähe ist auch hier gegeben. Das eine oder andere Portal besteht bereits seit vielen Jahren und kann einen Teil der Link-Stärke an Deinen Blog weitergeben.

3. Verlinkungen in Online-Medien

Ein Link von spiegel.de ist der Traum eines jeden Bloggers. Über diesen gelangen nicht nur Tausende Leser in Deinen Blog. In den Augen einer Suchmaschine ist das eine äußerst wichtige Empfehlung. Nicht jeder schafft es auf SPIEGEL ONLINE. Doch wenn es gelingt, signalisiert das jeder Suchmaschine, dass Du gute Inhalte bereitstellst.

Natürlich muss es nicht immer spiegel.de sein. Es gibt viele Online-Medien, deren Links wertvoll sind. Wenn sich also die Möglichkeit ergibt, auf einer beliebten Website verlinkt zu werden, solltest Du diese Chance wahrnehmen. Es ist jedoch schwer, das zu erzwingen. Aus meiner Erfahrung ergibt es sich, wenn Du kontinuierlich gute Inhalte veröffentlichst und Dich als Person von der Masse an Bloggern etwas abhebst. Natürlich kannst Du auch etwas nachhelfen, indem Du gezielt Redakteure anschreibst und auf Dich aufmerksam machst.

4. Foren

Wenn Deine Inhalte von Nutzen sind, werden sie im Verlauf der Zeit immer wieder in Foren verlinkt. In Foren wird alles Mögliche diskutiert. Um ein und dieselbe Frage nicht immer wieder zu beantworten, wird häufig auf eine Quelle verwiesen. Das kann Dein Blog sein!

Links aus Foren sind nicht sehr stark, aber trotzdem wichtig, denn sie sind wiederum ein Signal an Suchmaschinen: Hier gibt es nützliche Inhalte.

Du könntest etwas nachhelfen, indem Du Dich selbst in Foren engagierst und bei entsprechenden Fragen einen Link zu Deinem Artikel präsentierst. Das wird jedoch nur funktionieren, wenn Du Dich ernsthaft am Forum beteiligst und nicht nur Links verteilst. Das ist sehr aufwendig.

5. Kommentare in Blogs

Wenn Du in einem Blog kommentierst, hinterlässt Du einen Link zu Deiner Website. Kommentare sind nützlich, um Kontakt zu anderen Bloggern aufzubauen und Dich in der Branche zu vernetzen. Dein Ranking in Suchmaschinen werden sie jedoch kaum beeinflussen. Diese Links haben nur einen sehr geringen Wert. Allerdings sind regelmäßige Kommentare – die inhaltlich über „Das ist ein schöner Artikel.“ hinaus gehen – ein Signal dafür, dass Du Dich für Dein Thema engagierst.

Das sind die einzigen Methoden, die ich heute für meine Blogs verwende. Mehr mache ich nicht und fahre damit sehr gut.

Im Folgenden möchte ich Dir noch einige wichtige Informationen zum Link-Aufbau an die Hand geben, und im Anschluss gehe ich auf Methoden ein, die ich heute nicht mehr empfehlen kann.

Generelle Tipps zum Link-Aufbau

1. Schreibe nützliche Inhalte

Merkst Du, wie sich dieser Gedanke durch den ganzen Guide zieht? Er ist so wichtig und wirkt sich auf jeder Ebene des Bloggens aus. Nützliche Inhalte werden freiwillig verlinkt. Ob nun in einem Forum oder von anderen Bloggern. Wenn Du Probleme löst, werden andere Blogger diese Problemlösung verlinken, um einen zusätzlichen Wert für ihre Leser zu bieten.

2. Ein Link ist zum Klicken da

Wenn Du nach potenziellen Link-Quellen suchst, denke nicht nur an den Link, sondern an die Besucher, die Du über diesen Link erhalten kannst. Ein Link, der nie von irgendwem angeklickt wird, ist nichts wert. Google erkennt solche sinnlosen Links sofort und wertet sie ab. Ein Link ist aus meiner Sicht nur etwas wert, wenn echte Leser ihn anklicken.

3. Geize nicht mit Links

Verlinke in Deinen Artikeln andere Websites. Niemand mag geizige Menschen, das gilt auch für Link-Geiz. Wenn Du spendabel bist, wird man auch Dich verlinken. Aber Achtung: Setze nicht wahllos Links zu anderen Blogs. Verlinke nur das, was Du wirklich empfehlen möchtest. Deine Leser vertrauen Dir und wollen keinen Blödsinn anklicken.

4. Nofollow

Ich muss es erwähnen, da es dazugehört: Es gibt normale Links und es gibt „nofollow“-Links. Ein Link, der mit „nofollow“ gekennzeichnet ist, wird von einer Suchmaschine entwertet. Er zählt sozusagen nicht, denn der Webmaster signalisiert mit dem Befehl: Verfolge diesen Link nicht. Er ist nicht wichtig.

Ein klassisches Beispiel sind Blog-Kommentare. Wenn Du dort einen Link hinterlässt, ist er fast immer „nofollow“. Das kannst Du erkennen, wenn Du in den Quelltext der Website schaust und nach dem Befehl `rel=„nofollow“` suchst.

Wenn ich in meinen Artikeln Blogs verlinke, setze ich diesen Befehl nie ein. Damit würde ich die verlinkten Blogger nur verärgern. Warum sollte ich auch einen Link setzen, der per Definition unwichtig ist?

Einzige Ausnahme: Bei sogenannten Advertorials – also Werbeartikeln, die als solche gekennzeichnet sind – werden Links manchmal auf „nofollow“ gesetzt, da ein normaler Link in einem Werbeartikel nicht den Google-Richtlinien entspricht. Zu Advertorials kommen wir im Abschnitt über die Monetarisierung Deines Blogs.

5. Links auswerten

Über mögliche Link-Quellen in Deiner Branche kannst Du Dir schnell einen Überblick verschaffen, wenn Du Dir die Backlinks anderer Reiseblogger anschaust. Dafür gibt es eine Menge kostenloser Tools. Ich nutze Backlinktest.com. Dort gebe ich die URL eines beliebigen Blogs ein und erhalte wenige Sekunden später eine Übersicht der meisten Links, die auf diesen Blog verweisen. Ich schaue mir jeden Link an und überlege, ob ich eine Möglichkeit sehe, diesen Link auch für meinen Blog zu bekommen.

Was Du nicht tun solltest

Google ist für die meisten Internetunternehmen so wichtig, dass sich in der Praxis immer wieder fragwürdige Methoden durchsetzen, um ohne viel Aufwand möglichst viele Backlinks zu erhalten. Daher gibt es viele Websites, auf denen man seine Links einfach einfügen kann. Man kann auch für wenig Geld viele Links kaufen. Das hat früher alles gut funktioniert, heute jedoch nicht mehr.

Von den folgenden Link-Quellen solltest Du die Finger lassen:

- **Webkataloge:** Dort kannst Du Deinen Link eintragen. Einfach so. Und völlig sinnfrei.
- **Artikelverzeichnisse:** Dort kannst Du Artikel veröffentlichen und einen Link im Artikel platzieren. Niemand wird je diesen Artikel lesen oder gar den Link anklicken. Entsprechend bringt das überhaupt nichts (mehr).
- **Presseportale:** Diese Websites sind ähnlich wie Artikelverzeichnisse. Du kannst dort Pressemitteilungen publizieren, die ganz gewiss nie ein Journalist zu Gesicht bekommen wird.
- **SEO-Blogs:** Es gibt viele Blogs, die nur aus einem Grund bestehen: Um dort Links platzieren (bzw. kaufen) zu können. Du erkennst sie schon daran, dass sie völlig seelenlos sind, die Texte keinen wahren Inhalt haben und es auch keine Social-Media-Signale gibt.
- **Massenhaft Links kaufen:** Auf verschiedenen Plattformen kannst Du Links für wenige Euro kaufen. Manchmal einen Link für 20 Euro. Anderenorts fünfzig Links für 50 Euro. Das ist alles Schrott.

Aus meiner Sicht funktioniert das heute alles nicht mehr. Es mag Gegenbeispiele geben, doch solltest Du darüber gar nicht erst nachdenken. Solch ein blödsinniger Link-Aufbau ist nicht nachhaltig. Früher oder später wird Dich Google für diese Manipulierung bestrafen. Dann kannst Du Deinen Blog für immer begraben.

Als Faustregel kannst Du Dir Folgendes merken: Wenn Du ohne Aufwand einen Link bekommst, dann ist der Link nichts wert.

Halte Dich an diese Tipps, und Du wirst gute Ergebnisse erzielen. Als Blogger hast Du es vergleichsweise leicht. Nützliche Inhalte anzubieten ist schließlich ein elementarer Teil Deines Geschäftsmodells.

4.7 WEITERE BESUCHERQUELLEN

Kooperationen mit Bloggern, Social Media und SEO. Das sind aus meiner Sicht die besten Möglichkeiten, um neue Leser in Deinen Blog zu ziehen.

In diesem Abschnitt stelle ich noch einige mehr vor, die der Vollständigkeit halber nicht fehlen sollten, aber vermutlich keinen großen Einfluss auf Dich haben werden.

Anzeigenschaltung

Wenn Du etwas Taschengeld übrig hast, kannst Du bei Google oder Facebook Anzeigen schalten. Eine Anzeige muss aber immer ein konkretes Ziel haben, sonst ist sie sinnlos.

1. Google AdWords

Bei Google AdWords schalte ich Textanzeigen, um Käufer für meine eBooks zu finden. Für Suchbegriffe wie „Backpacking Thailand“ oder „Thailand eBook“ wird meine Anzeige ausgeliefert. Hin und wieder kauft darüber auch jemand ein eBook. Das Suchvolumen und die Klickraten sind jedoch so gering, dass kaum ein spürbares Volumen zusammenkommt. Monatlich gebe ich nur etwa 10 Euro aus und verkaufe eBooks mit einem Wert in ähnlicher Höhe.

Falls Du mit Google Adwords noch völlig unerfahren bist, lass es lieber bleiben. Der Aufwand lohnt nicht und das Kostenrisiko ist zu groß, wenn Du nicht weißt, was Du tust.

2. Facebook-Anzeigen

Auch bei Facebook kannst Du Anzeigen schalten. Hin und wieder habe ich das versucht, und zwar aus diesen drei Anlässen:

A) Ich wollte neue Fans für meine Facebook-Seite gewinnen. Dafür habe ich eine Kampagne erstellt, mit der ich Freunde meiner Fans anspreche, und auch Menschen, die sich für Themen wie Backpacking, Reisen oder bestimmte Länder interessieren.

Mit solchen Anzeigen gewann ich neue Fans für etwa 50 Cent pro Fan. Ich bin allerdings nicht bereit, viel Geld für neue Fans auszugeben, daher gab ich nur ein geringes Budget aus. Wenn Du Dich in die Materie einarbeitest, kannst Du sicherlich auch Fans für 30 Cent erhalten, doch für mich war es den Aufwand nicht wert. Insgesamt habe ich etwa 150 Fans über Anzeigen generiert. Für den Anfang kann das ein probates Mittel sein, um schneller eine kritische Masse zu erreichen. Doch langfristig ist das aus meiner Sicht keine valide Strategie. Ein über Anzeigen gewonnener Fan ist im Durchschnitt weniger engagiert und letztendlich erreichst Du ihn mit Deinen Posts vermutlich ohnehin nicht mehr, da Facebook die Reichweite von Fanseiten einschränkt.

B) Neben einer Kampagne für meine Fanseite kann ich auch jeden einzelnen Post mit bezahlten Einblendungen unterstützen. Das machte ich im ersten Jahr hin und wieder, wenn ich einen neuen Artikel veröffentlichte, auf den ich besonders stolz war und der besonders gut zu meinem Blog passte.

Unter jedem Post befindet sich der auffällige Link „Beitrag bewerben“. Dort gibst Du einfach einen Betrag ein und los geht's. Der Mindestbetrag ist 4 Euro, mehr gebe ich in der Regel für einen Post nicht aus. Damit kann man den Post bei ein paar Tausend zusätzlichen Leuten einblenden lassen.

Allerdings müssen wir uns die Frage stellen, wie sinnvoll es ist, kostenlose Inhalte mit kostenpflichtigen Anzeigen zu bewerben. Auf Dauer ist das sicherlich kein brauchbarer Ansatz, auch wenn Facebook genau das gern hätte. Aus meiner heutigen Erfahrung denke ich, dass man einem Artikel, der organisch keine gute Reichweite erzielt, kein Geld hinterherwerfen sollte.

C) Sinnvoller finde ich, besondere Aktionen zu bewerben. Wenn ich ein neues eBook veröffentlichte oder ich für meine Bücher eine Rabattaktion ankündige, unterstütze ich diesen

Post auch mit Anzeigen. Davon erhoffe ich mir schließlich, mehr Geld über die Verkäufe zu generieren, als ich für die Anzeigen ausbebe.

Gratis-Produkte

Erstelle ein kostenloses Produkt, das einen Mehrwert bietet, und die Leute werden kommen. Kostenlos zieht immer. Die meisten meiner eBooks gab es in den ersten Tagen kostenlos, um Aufmerksamkeit zu erzeugen – und es funktioniert. Selbst für ziemlich spezielle Themen – wie Backpacking in Laos – interessieren sich viele Leser, wenn es etwas kostenlos gibt. Dieses eBook wurde innerhalb weniger Tage mehr als 300 Mal heruntergeladen. Ich bezweifle allerdings, dass auch nur dreißig davon dieses eBook wirklich gelesen haben, denn die meisten meiner Stammleser wollen ja nicht in Kürze nach Laos. Trotzdem will der Mensch an sich erst mal etwas haben. Ob er es gebrauchen kann, wird man später sehen.

Wenn es hochwertige Inhalte gratis gibt, wird das auch gern geteilt. Vielen Lesern „gefällt“ das (daher sollte die Download-Seite mit entsprechenden Buttons gut teilbar sein). Du kannst auch gezielt Facebook-Seiten ansprechen, ob sie Dein eBook teilen wollen. Mein Neuseeland eBook wurde beispielsweise auf mehreren Neuseeland-Fanseiten geteilt.

Im Übrigen sind Gratis-Produkte auch sehr sinnvoll, um Deine Newsletter-Liste aufzubauen, doch dazu kommen wir später.

Gewinnspiele

Dieses Thema möchte ich nur kurz erwähnen, da ich mich selbst von Gewinnspielen fernhalte. Worum geht's genau? Ganz einfach: Du besorgst Dir ein Produkt, einen Gutschein, einen Gratis-Flug – was auch immer – von einem Kooperationspartner (oder bezahlst es aus eigener Tasche) und verlost es unter Deinen Lesern. Besonders gut funktioniert das, wenn Du die Teilnahme davon abhängig machst, dass jemand das Gewinnspiel auf Twitter oder Facebook teilt, denn dadurch erzielst Du eine große Reichweite. Je interessanter das Gewinnspiel ist, desto mehr Leute kannst Du damit erreichen. Doch selbst bei kleinen Gewinnen nehmen häufig schon erstaunlich viele Leute teil.

Ich habe nie ein interessantes Angebot von einem Werbepartner erhalten und hatte selbst nie die Lust, es zu erzwingen. Ich sehe allerdings bei anderen Bloggern, dass Gewinnspiele durchaus Leser ziehen. Fraglich ist jedoch, ob diese Leser auch bleiben. Ich bezweifle das sehr.

Wenn Du Gewinnspiele durchführst, würde ich Dir empfehlen, das nur selten zu machen und die Produkte gut auszuwählen. Du möchtest deine ernsthaften Leser nicht mit Werbemüll vergraulen, und letztendlich ist ein Gewinnspiel genau das: Werbung für einen Kooperationspartner.

Überlege Dir also vor einem Gewinnspiel, was Du damit überhaupt erreichen möchtest. Ist es für die Mehrheit Deiner Leser wirklich interessant? Bringst Du damit Deinen Blog voran? Erhältst Du neben dem gesponserten Produkt noch eine Aufwandsentschädigung? Das alles sollte bei Deiner Entscheidung eine Rolle spielen.

4.8 DEINE AUFGABEN

Die folgenden Aufgaben ergeben sich für Dich aus diesem Kapitel:

- Abonniere andere Reiseblogs.
- Kommentiere in Reiseblogs.
- Nimm Kontakt zu Dir sympathischen Bloggern auf.
- Schreibe Gastartikel für andere Blogs.
- Sei aktiv in Reiseforen (z.B. GuteFrage).
- Verlinke Deine Artikel auf Reisebericht-Portalen.
- Erstelle einen Round Up Post. Und dann noch einen.
- Erstelle und pflege eine Facebook-Fanseite.
- Nutze auch andere soziale Medien (Twitter, Google+, Instagram).
- *Verstehe* Suchmaschinenoptimierung.
- *Verinnerliche* Suchmaschinenoptimierung.
- Verwende sprechende URLs.
- Recherchiere die wesentlichen Keywords für Deinen Blog.
- Verknüpfe Deinen Blog mit Google+.
- Verlinke wichtige Artikel prominent im Blog.
- Erstelle ein kostenloses Produkt mit großem Nutzen.
- Führe ein Gewinnspiel durch (optional).



5

LESER BINDEN

Neue Leser zu gewinnen ist wichtig – aber nicht alles. Es ist mindestens genauso wichtig, aus einem neuen Leser einen wiederkehrenden Leser zu machen. Nur so kann Dein Blog langfristig wachsen. Wie Du Deine Leser bindest, erfährst Du in diesem Kapitel.

5.1 EINE MARKE AUFBAUEN

Um Leser zu halten, muss Dein Blog zur Marke werden. Deine Leser müssen sich an Dich erinnern können und ein bestimmtes Bild mit Dir verbinden.

Etwa vierzig Prozent meiner monatlichen Leser besuchen meinen Blog nicht zum ersten Mal. Diese Quote ist im Verlauf der Zeit konstant geblieben. Das heißt, wenn ich neue Leser erreiche, bleibt ein Teil davon immer hängen und kommt regelmäßig vorbei. Ich weiß, dass manche Leser für jede Reiseplanung zu mir kommen – sofern ich ihr Reiseziel bereits in meinem Blog behandelt habe.

So wird Dein Blog zur Marke

1. Markenfähiger Name

Den Namen haben wir bereits im zweiten Kapitel „Einen Blog aufsetzen“ besprochen. Schau dort noch mal vorbei, wenn Du noch keinen Namen für Deinen Blog hast.

2. Logo

Nicht nur der Name muss wiedererkennbar sein, sondern auch Deine Website selbst. Investiere in ein Logo! Es muss nicht das schönste Logo der Welt sein, aber ein Logo ist etwas Konstantes, das man leicht wiedererkennt. In den ersten Monaten hatte ich nur einen Schriftzug im Kopfbereich meiner Website stehen, weil ich keine Lust hatte, mich um ein Logo zu kümmern.

Doch seit ich ein Logo und eine Grafik verwende, wirkt mein Blog wesentlich professioneller. Das hat mich etwa 200 Euro gekostet, es geht aber auch günstiger. Höre Dich in Deinem Bekanntenkreis nach einem Webdesigner um, der Dir ein einprägsames Logo erstellen kann – oder frage andere Blogger, woher sie ihre Logos haben.

Es gibt auch Plattformen wie [12designer](#) oder [99designs](#), doch mit diesen habe ich keine Erfahrung. Wer es ganz billig haben muss, bekommt bei [Fiverr](#) ein Logo für 5 Dollar – aber so sieht es dann auch aus! Eine Alternative sind Freiberufler-Plattformen wie [eLance](#), wo Grafiker aus aller Welt auf Deinen Auftrag warten.

Wenn Du es selbst machen möchtest, kannst Du Dich auch ohne Kenntnisse mit [Picmonkey.com](#) an einem einfachen Logo versuchen.

3. Farben

Überleg Dir ein Farbschema für Deinen Blog. Ein oder zwei markante Farben (die zusammenpassen) helfen dem Leser, Dich in Erinnerung zu behalten. Bei Planetbackpack denke ich zum Beispiel immer an „Lila“. Bei *101 Places* denkt der eine oder andere sicher an „Orange“.

4. Foto

In Deinem Blog muss in jedem Fall ein Foto von Dir zu finden sein – und zwar auf jeder Seite! Am besten platzierst Du Dein Foto in der Sidebar. Wähle ein aussagekräftiges Foto, und dieses verwendest Du dann überall! Auf Deiner „Über mich“-Seite, in Deinen eBooks, in den sozialen Netzwerken und wenn Du Gastartikel schreibst: Verwende dieses Foto! Natürlich kannst Du es irgendwann auch mal austauschen, aber verwende auf allen Kanälen möglichst das gleiche Foto. Das erhöht den Wiedererkennungswert enorm. Heute erkennen mich einige Leser sogar beim Reisen wieder! Nicht, dass ich auf großen Ruhm aus wäre, aber das Foto bleibt im Gedächtnis.

5. Verbreite Deine Marke

Verwende Deine Marke überall. Trau Dich, Deine Marke in den Mittelpunkt zu stellen. Sie gehört in jedem Fall in Deine E-Mail Signatur, in Deine Social-Media-Profile und auf Deine Visitenkarten natürlich auch. Verteile Deine Marke, wo es nur geht (und sinnvoll ist).

6. Erstelle eine „Über mich“-Seite

Ich habe diese Seite schon mehrfach erwähnt, denn sie ist wichtig. Ein großer Anteil der neuen Besucher wird Deine „Über mich“-Seite besuchen, um zu erfahren, wer diesen Blog

schreibt. Diese Seite gehört dauerhaft zu meinen zehn meistbesuchten Seiten. Mach Dir also Gedanken darum! Schreibe auf, was Du mit Deinem Blog aussagen willst. Warum schreibst Du diesen Blog? Und wem helfen Deine Inhalte? Deine „Über mich“-Seite sollte sich mindestens so sehr um Deine Leser drehen, wie um Dich selbst.

Ich habe meine eigene „Über mich“-Seite mehrfach überarbeitet. Alle paar Monate sitze ich daran und habe neue Ideen, wie ich sie besser gestalten kann. Das solltest auch Du machen. Es ist immerhin eine Deiner am häufigsten besuchten Seiten!

Auf den folgenden Seiten erfährst Du was eine gute „Über mich“-Seite ausmacht: [Affenblog](#) und [Copyblogger](#).

7. Schreibe konsistente Inhalte

Eine Marke ist nicht nur etwas Optisches. Deine Leser verbinden mit Dir bestimmte Themen und einen eigenen Schreibstil. Wenn sie das nicht können, werden sie nicht wiederkommen. Finde also beim Schreiben Deine eigene Stimme und dann bleibe dabei. Gib Deiner Zielgruppe die Chance, Dich zu finden und dann bei Dir zu bleiben.

Das mag Dir naheliegend erscheinen, und doch machen es viele Reiseblogger falsch. Stelle Dir folgendes Szenario vor: Du reist als Backpacker um die Welt und schreibst häufig über exotische Reiseziele. Deine Leser sind genau daran interessiert! Dein Blog wird nun immer erfolgreicher und Du erhältst die ersten Einladungen zu Pressereisen: Zum Beispiel ein Luxuswochenende im Schwarzwald. Es ist verlockend, daran teilzunehmen, aber es passt überhaupt nicht zu Deinem Blog. Machst Du das ein paar Mal, verwässerst Du Deine Marke und verlierst Deine Stammler, die eigentlich am Backpacking interessiert sind.

Auch Deine eigene Stimme, die wir hier schon besprochen haben, gehört zu Deiner Marke. Wenn Du diese gefunden hast, solltest Du Deinen Stil nicht mehr ständig ändern, sonst fühlt sich bald niemand mehr angesprochen.

8. Sei auf mehreren Kanälen präsent

Schreiben ist schön und gut. Du kannst Dich schriftlich vielleicht besser ausdrücken als mündlich, Du kannst Dir Zeit lassen und ganz genau formulieren, was Du sagst. Und trotzdem fehlen beim Schreiben noch etliche Kommunikationsebenen. Deine Stammler wollen Dich besser kennenlernen. Sie wollen auch mal Deine Stimme hören oder Dich sehen. Nutze daher die Möglichkeiten, Dich zu zeigen. Nimm mal an einem Podcast-Interview teil (oder mache Deinen eigenen Podcast) oder nutze eine Gelegenheit, Dich in einem Video zu präsentieren (oder erstelle Deine eigenen Videos). Regelmäßige Videobotschaften sind heute sehr beliebt. Einige Blogger beantworten Fragen per Video oder filmen sich selbst beim Reisen, um die Fans am eigenen Leben teilhaben zu lassen.

An Videos versuche ich mich bislang nicht, doch habe ich mehrmals an Podcast-Interviews teilgenommen, um auch mal meine Stimme hören zu lassen.

9. Sei einzigartig

Als Marke musst Du Dich von Deinem Umfeld unterscheiden. Wenn alle gleich sind, gibt es keine Marken. Überlege Dir daher, wie Du Dich von allen anderen abheben kannst. Die Einzigartigkeit kann alle bereits genannten Aspekte betreffen. Du kannst Dich mit einem außergewöhnlichen Design unterscheiden, oder mit einem auffälligen Foto, mit einem Podcast oder mit sehr individuellen Texten. Es ist wichtig, dass Du nicht in der Masse der Reiseblogger untergehst. So bleibst Du nicht nur bei Deinen Lesern im Gedächtnis, sondern machst auch andere Blogger und die Medien auf Dich aufmerksam.

10. Sei Du selbst

Wenn Du einfach Du selbst bist, ist das schon eine Garantie für Einzigartigkeit, denn niemand ist genau wie Du. Aber die meisten Menschen neigen dazu, sich zu verstellen. Im Internet ist das besonders leicht, da wir hier die Kontrolle darüber haben, wie wir uns präsentieren. Wir können stundenlang an Texten feilen oder unsere Fotos manipulieren. Dein Blog kann jedoch nicht zur Marke werden, wenn Du nicht möglichst viel von Dir selbst zeigst. Er wäre nicht authentisch, und das spürt der Leser. Und spätestens wenn Du andere Blogger oder gar Deine Leser triffst, werden sie merken, wie weit Deine Internetidentität von Deiner wahren Identität abweicht.

11. Achte auf Qualität

Mit einer Marke verbinden Konsumenten immer Qualität. Nicht umsonst können Markenhersteller für ihre Produkte wesentlich höhere Preise durchsetzen. Das Prinzip kannst Du auf Deinen Blog übertragen. Wenn Deine Inhalte schlecht geschrieben, schlecht recherchiert oder einfach uninteressant sind, wirst Du keine großen Erfolge feiern und schon gar kein Geld verdienen. Qualität ist also eine grundlegende Voraussetzung, um Deine Leser an den Blog binden zu können.

12. Denke langfristig

Eine Marke entsteht nicht in wenigen Wochen, und je länger sie ihr Markenversprechen einhält, desto stärker wird sie. Daher musst Du langfristig denken. Kompromittiere nicht Deine Ansprüche an Dich selbst für kurzfristige Erfolge, denn so kannst Du in kürzester Zeit wieder einreißen, was Du lange aufgebaut hast. Behalte Deine großen Ziele im Blick, und vor allem: Halte durch!

5.2 NEUE LESER ABHOLEN

Szenario: Dein Blog wird auf SPIEGEL ONLINE erwähnt. Innerhalb eines Tages kommen 12.000 neue Besucher auf Deine Startseite. Sie sehen Deine neuesten Artikel, klicken sich durch ein paar Kategorien – und sind wieder weg.

Ein Blog kann für neue Besucher völlig überwältigend sein, denn überall gibt es Texte. Es ist Deine Aufgabe, die Inhalte auch für neue Leser so gut aufzubereiten, dass sie sich innerhalb weniger Minuten entscheiden können, ob Sie Deinen Blog mögen oder nicht. Dafür gibt es eine Reihe von Möglichkeiten.

Über Dich

Die „Über mich“-Seite erwähne ich hier nicht zum ersten Mal. Sie ist wirklich wichtig. Sehr viele Deiner neuen Besucher werden sich auf dieser Seite darüber informieren, wer Du bist, was Du in Deinem Blog schreibst und was sie davon haben. Nutze diese Seite, um Dich vorzustellen und am besten auch ein paar Artikel, die ganz deutlich für Deinen Blog stehen.

Neu hier?

Für Besucher, die sich zunächst einen Überblick verschaffen wollen, ist eine „Neu hier?“-Seite interessant (**meine findest Du hier**). Auf einer solchen Seite kannst Du Deinen Blog und die wesentlichen Themen vorstellen. Ich experimentiere immer wieder mit meiner „Neu hier?“-Seite, bis ich irgendwann mal zufrieden bin. Aktuell stelle ich dort meine Themenbereiche vor und habe die besten Artikel verlinkt.

Beliebteste Artikel

Einem neuen Leser solltest Du vor allem Deine Sahnestücke präsentieren. In jedem Blog gibt es gute Artikel und solche, die aus allen anderen herausragen. Mit diesen kannst Du Deine Leser beeindrucken. Ich habe die beliebtesten Artikel in meiner Sidebar verlinkt, somit sind sie immer zu sehen. Die Beliebtheit ist bei mir nach der Anzahl der Kommentare

sortiert. Du kannst aber natürlich auch manuell sortieren. Über die Sidebar erhalten diese Artikel auch Monate später noch eine Menge Leser.

Ressourcenseiten

Auf *101 Places* schreibe ich über verschiedene Themen, die teilweise ein Stück auseinanderliegen. Das ist sicherlich nicht ganz ideal, aber ich bin damit ganz gut gefahren. Zum Beispiel schreibe ich über Backpacking, aber auch über Arbeiten und Reisen. Zwei Themen, die sehr unterschiedlich sind. Für meine neuen Leser habe ich daher Ressourcenseiten angelegt. Auf diesen können sie sich über ein jeweiliges Thema informieren. Auf der **Ressourcenseite für digitale Nomaden** habe ich beispielsweise eine kurze Einleitung geschrieben, die wichtigsten Artikel dieser Kategorie verlinkt, ein E-Mail Formular eingebunden und darunter findet der Leser alle Artikel der Kategorie. Außerdem verlinke und bewerbe ich dort eBooks, die inhaltlich gut passen.

5.3 MAßNAHMEN ZUR LESERBINDUNG

Du weißt nun, dass Dein Blog zur Marke werden muss, berücksichtigst meine Tipps und beliest Dich hoffentlich sogar noch vertiefend zum Thema Markenaufbau. Doch welche konkreten Maßnahmen gibt es, um Deine Leser zu binden und immer wieder zurück in den Blog zu holen?

Facebook

Die offensichtlichste Maßnahme ist Social Media Marketing. Es eignet sich nicht nur, um neue Leser zu gewinnen, sondern auch, um sie zu wiederkehrenden Lesern zu machen. Ich sagte bereits, dass ich über Twitter und Google+ kaum Besucher bekomme, aber mit Facebook sieht es anders aus.

Facebook ist *das* Netzwerk, um Leser zu halten. Bevor ich eine Facebook-Seite für *101 Places* erstellt hatte, bekam ich ständig Freundschaftsanfragen und viele Leser abonnierten mein privates Profil. Als das immer häufiger vorkam, war klar, dass ich eine Facebook-Fanseite brauche. Ich hatte es aufgeschoben, weil es eine neue Baustelle war, mit der ich mich erst beschäftigen musste. Aber eine wichtige.

Einem Leser, der bereits in Deinem Blog ist, musst Du die Möglichkeit geben, sich über Facebook mit Dir zu verbinden. Die meisten sind sowieso parallel bei Facebook eingeloggt und für sie ist es leicht, einfach auf „Like“ zu klicken. Durch diesen Klick wissen sie, dass sie Deine Seite wiederfinden werden. Es ist wie ein Lesezeichen.

In meinem Blog gibt es mehrere Möglichkeiten, Fan von *101 Places* zu werden. Ein Button befindet sich zum Beispiel auf meiner „Über mich“-Seite. Darüber hinaus gibt es ein Facebook-Widget in der Sidebar (Plugin: „Facebook Social Plugin Widget“). Das ist relativ leicht zu sehen und hat neben der Fangewinnung einen weiteren Effekt namens Social Proof: Ein neuer Leser sieht, dass bereits 7.000 Menschen diese Seite gefällt, daher muss

meine Seite wohl eine gewisse Bedeutung haben. Social Proof hilft enorm dabei, dass Dir neue Leser eine Chance geben.

Neben dem Widget gibt es außerdem das blaue „f“ in der rechten unteren Ecke (Plugin: „WP LikeJS“). Wenn der Leser ein Stück nach unten scrollt, wird aus dem kleinen „f“ ein vollständiges Widget, das man nicht mehr übersehen kann. Die Idee dabei: Das Widget öffnet sich erst, wenn der Leser einige Absätze in meinem Artikel gelesen hat und tatsächlich entscheiden kann, ob er meinen Artikel mag oder nicht.

In einigen Blogs sieht man immer noch Layer-Widgets. Dabei legt sich ein Layer über die gesamte Seite, sobald man sie aufruft. Erst wenn man Fan wird oder den Layer schließt, kann man die Inhalte der Seite lesen. Lass die Finger davon. Mache grundsätzlich nichts, was Deine Leser nervt.

Sorge dafür, dass die Inhalte auf Deiner Facebook-Seite relevant sind. Poste nur Inhalte, die Deine Leser interessieren. Machst Du das nicht, sinkt Deine Reichweite enorm und von 3.000 Fans erreichst Du plötzlich nur noch 300.

Artikel per RSS abonnieren

Jeder WordPress-Blog generiert automatisch einen RSS-Feed. Diesen findest Du immer unter www.deinedomain.de/feed (also in meinem Fall: www.101places.de/feed). Die Feed-URL solltest Du irgendwo auf Deiner Seite verlinken, aber grundsätzlich weiß jeder, der Erfahrung mit RSS-Feeds hat, wie man einen Feed abonniert. Leider hat kaum ein Deutscher diese Erfahrung und ich habe nicht vor, es ihnen beizubringen.

Letztendlich wird kaum ein normaler Reiseblog-Leser Deinen Blog per RSS-Feed abonnieren. Weil niemand FeedReader nutzt. Die meisten meiner Abonnenten sind andere Reiseblogger. Deine Leser können den RSS-Feed aber auch als E-Mail abonnieren. Dazu komme ich im Kapitel zu E-Mail Marketing.

Beantworte Fragen

Je mehr Leser Du hast, desto mehr Fragen werden sie Dir stellen. Per Kommentar, per E-Mail, per Twitter, per Facebook. Irgendwann kommen die Fragen auf allen Kanälen und solange Du es gut schaffst, solltest Du sie auch beantworten. Ich bekomme etwa eine bis zwei Fragen pro Tag (zusätzlich zu den Kommentaren im Blog). Andere Blogger bekommen ein Vielfaches davon. Das hängt wesentlich von der Nische ab, in der Du Dich bewegst, aber auch von der Qualität Deiner Artikel. Je mehr Fragestellungen Du bereits in Deinen Artikeln beantwortest, desto weniger E-Mails bekommst Du. Häufig gestellte Fragen arbeite ich nachträglich in meine Beiträge ein.

Ein Leser, dem Du mit Deiner Antwort Zeit widmest, wird wahrscheinlich wiederkommen. Und besser noch: Er wird Deinen Blog wahrscheinlich weiterempfehlen. Fragen zu beantworten ist also ein gutes Mittel zur Leserbindung. Es kann so einfach sein!

Ermutige Kommentare

Bringe Deine Leser zum Kommentieren. Jemand, der einen Kommentar hinterlässt, hat eine stärkere Bindung an Deinen Blog. Er wartet vermutlich sogar auf eine Antwort und kehrt schon deshalb zurück. Bemühe Dich also, Kommentare tatsächlich zu beantworten!

Motiviere Deine Leser zu Kommentaren, indem Du sie einfach dazu aufforderst. Stelle zum Beispiel am Ende Deines Artikels eine Frage. Eine Frage bedarf immer einer Antwort, und so erhöht sich die Wahrscheinlichkeit eines Kommentars enorm.

Auch die Art Deiner Inhalte ist entscheidend für Kommentare. Artikel mit einem hohen Mehrwert erhalten mehr Kommentare als einfache Reiseberichte.

Aber eines muss Dir auch klar sein: Die meisten Kommentare kommen von anderen Bloggern (die in einem Kommentar immerhin ihren Blog verlinken können). Schon deshalb ist es sinnvoll, Dich mit anderen Bloggern zu verbinden.

Kommentare binden nicht nur Deine Leser, sondern senden auch ein wichtiges Signal an neue Leser und Kooperationspartner: Ein Blog mit vielen Kommentaren wirkt viel interessanter und lebendiger.

Verärgere Deine Leser nicht

Mit Deinem Blog sollst Du das Leben Deiner Leser verbessern oder vereinfachen, aber es nicht erschweren. Also verärgere Deine Leser nicht. Baue keine Layer ein, keine nervigen Pop-ups und bemühe Dich stets, eine gute Nutzererfahrung zu bieten, indem Du die Navigation einfach hältst. Zwingt Deine Leser auch nichts auf, was sie nicht wollen.

Befrage Deine Leser

Wenn Du einen Leserstamm aufgebaut hast, kannst Du Deine Leser weiter involvieren, indem Du Fragen stellst. Nach acht Monaten und täglich 1.000 Besuchern habe ich eine **Leserumfrage** erstellt. In dieser Umfrage habe ich meine Leser gefragt, was sie gerne lesen, worauf sie verzichten können und ob sie Themenvorschläge und sonstige Tipps haben. Ich hatte mit fünfzig Antworten gerechnet, aber es sind mehr als 250 geworden! Darunter sogar sehr viele, die auch die Freitextfragen beantwortet haben. Aus dem Feedback meiner Leser sind viele neue Ideen entstanden, und ich habe gelernt, worauf sie Wert legen. Einige der Fragen habe ich daraufhin bereits in einem eigenen Artikel beantwortet, was gut angenommen wurde und zu weiteren Fragen führte.

Das würde ich jedoch erst machen, wenn Du einen zuverlässigen Leserstamm hast und die Antworten nicht nur von neuen Lesern kommen, die gerade zufällig auf dem Blog sind.

Bediene nicht alle Leser

Die voranstehenden Tipps bedeuten vor allem eines: Nimm Deine Leser ernst. Gleichzeitig sage ich Dir aber auch: Du kannst es nicht allen recht machen. Versuche nicht, für alle denkbaren Zielgruppen zu schreiben. Es wird immer Leute geben, die Dich nicht mögen oder mit Deinen Inhalten nichts anfangen können. Falls es diese Leser bei Dir nicht gibt, dann bist Du beliebig. Wenn es niemanden gibt, der Deine Texte oder Dich nicht mag, dann gibt es auch niemanden, der sie wirklich mag. Finde Deine Zielgruppe, und dann diene ihr.

5.4 NEWSLETTER

Ein Newsletter ist die beste Möglichkeit, um Leser an Deinen Blog zu binden. Facebook ist gut, aber viele Deiner Fans bekommen Deine Beiträge gar nicht erst zu sehen und Du machst Dich von einem Unternehmen (nämlich Facebook) abhängig. RSS-Feeds sind eigentlich ideal, aber in Deutschland weiß kein normaler Nutzer, was das überhaupt ist.

Also bleibt E-Mail. Ich habe lange gebraucht, um das einzusehen, und daher erst spät damit begonnen, ernsthaft eine Liste an Abonnenten aufzubauen.

Zu meiner Verteidigung sei gesagt, dass E-Mail Marketing ein Thema für sich ist. Nichts, was Du mal eben nebenbei machst. Ich bin kein Freund davon, viele Projekte gleichzeitig zu steuern, sondern eines nach dem anderen. Wer alles gleichzeitig macht, macht alles gleich schlecht (oder mittelmäßig). Später habe ich mich etwas mehr bemüht, aber für den Reiseblog nie richtig. Viel Aufwand investiere ich jedoch in den Newsletter meines neuen Blogs healthyhabits.de. Dort zahlt er sich aus!

Eine einfache Lösung zum Start

Ich kann verstehen, wenn Du das Thema etwas langsamer angehst. Es gibt eine technische Lösung, die sehr einfach ist. Sie sollte für die ersten Wochen genügen. Ich habe sie ein halbes Jahr verwendet, das war jedoch zu lange.

Für diese Lösung kommt Dein RSS-Feed ins Spiel. Du kannst Dich bei **Feedburner** – ein Service von Google – anmelden und dort Deinen RSS-Feed eingeben. Bei Feedburner gibt es die Option „Email Subscriptions“. Wenn Du diese aktivierst, wird jeder neue Artikel in Deinem Blog per E-Mail verschickt. Feedburner bietet auch ein ganz einfaches Anmeldeformular für Deine Leser. Sie können sich so in die Liste eintragen und erhalten jeden Artikel per E-Mail. Einmal eingerichtet, musst Du Dich um nichts mehr kümmern.

Jeden, der sich dafür anmeldet, kannst Du als Hardcore-Fan betrachten. Nach einem halben Jahr hatte ich ungefähr neunzig Hardcore-Fans. Diese Quick & Dirty Lösung ist für den Anfang also nett, bringt Dich aber nicht weit.

Die professionelle Lösung

Später habe ich mich bei einem professionellen Dienstleister angemeldet. Davon gibt es einige, allerdings scheint sich unter Bloggern ein gewisser Standard durchgesetzt zu haben. Ich nutze **MailChimp** und bin damit sehr zufrieden. Der größte Vorteil: Bei bis zu 2.000 Abonnenten ist der Service kostenlos. Du kannst es also erst mal ohne Risiko ausprobieren. Andere Blogger verwenden **AWeber** – das ist im Prinzip das Gleiche, aber schon am Anfang kostenpflichtig (wenn auch sehr preiswert).

Die E-Mail-Adressen meiner Abonnenten konnte ich bei FeedBurner exportieren und bei MailChimp importieren. Alles problemlos.

Mit MailChimp habe ich zunächst das gemacht, was ich bereits von FeedBurner kannte. Bei MailChimp gibt es RSS-Templates, die sich an meinem RSS-Feed bedienen und jeden Artikel per E-Mail versenden (auf Wunsch auch nur an bestimmten Tagen oder nur einmal pro Woche). Der Vorteil von MailChimp liegt hier in einem wesentlich schöneren Template, das Du komplett individualisieren kannst.

Außerdem kannst Du so viele E-Mail-Listen anlegen wie Du möchtest. Wenn Du zum Beispiel nur Adressen von Lesern sammelst, die sich für ein bestimmtes Produkt von Dir interessieren, aber nicht für alle Artikel, kannst Du diese Adressen in einer separaten Liste speichern. So hatte ich zum Beispiel eine separate Liste für alle Interessenten dieses Guides. Und ich habe eine separate Liste für Besucher, die meine Packliste herunterladen wollen. Wenn die Anmeldung abgeschlossen ist, erhalten die Besucher automatisch den Download-Link.

Einen echten Newsletter erstellen

Jeden Artikel per E-Mail zu versenden ist für die Hardcore-Fans ganz nett. Wenn Deine Liste jedoch deutlich wachsen soll, ist das keine gute Lösung. Angenommen, Du schreibst drei Artikel pro Woche, dann bekommen Deine Abonnenten auch drei E-Mails pro Woche von Dir. Das ist zu viel. Das merkst Du schon daran, dass sich bei jedem neuen Artikel einige Abonnenten aus der Liste austragen. Wenn Du jede Woche mehr Abonnenten verlierst, als Du dazugewinnst, weißt Du, dass Du etwas falsch machst. So weit kam es bei mir zum Glück nicht, aber mir war klar, dass ich etwas ändern musste.

Heute versende ich (bei *Healthy Habits*) jede Woche einen manuell zusammengestellten Newsletter. Er wird immer zur gleichen Zeit verschickt (Dienstag, 7 Uhr). Somit können sich meine Abonnenten an eine gewisse Konstanz gewöhnen.

Jeden Newsletter leite ich mit einer persönlichen Anekdote ein. Je nach Thema ist sie meistens zwischen 200 und 500 Wörtern lang. Darüber hinaus enthält der Newsletter alle Artikel der letzten sieben Tage. Für diesen Newsletter gibt es ein fertiges Template, das ich jedes Mal verwenden kann. In diesem befinden sich Freifelder für die Anekdote, die Artikel der Woche und einen abschließenden Gruß. Der Aufwand für die Formatierung hält sich so in Grenzen.

Wenn sich die Gelegenheit dazu ergibt, gebe ich meinen Abonnenten ein *Goodie* mit. Ich informiere sie als erstes über ein neues Buch oder biete ihnen ein eBook kostenlos oder vergünstigt an.

Mehr Abonnenten gewinnen

Es ist naheliegend, das Anmeldeformular unter jedem Artikel einzubinden oder in der Sidebar oder beides. Doch damit allein wirst Du nicht viele Abonnenten gewinnen.

1. Anmeldeformulare einbinden

Schaffe weitere Möglichkeiten, sich für Deinen Newsletter anzumelden. Wie Du schon weißt, schauen sich sehr viele Leser Deine „Über mich“-Seite an. Sie wollen wissen, wer

hinter diesem Blog steht. An dieser Stelle zeigen sie großes Interesse an Dir. Was liegt näher, als ihnen hier die Möglichkeit zu bieten, sich für Deinen Newsletter anzumelden, um immer auf dem Laufenden zu bleiben?

Genauso gut passt Dein Anmeldeformular auf die „Neu hier?“-Seite, auf der Du Deine besten Artikel vorstellen solltest. Auch in die Kategorieseiten kannst Du das Formular einbinden. Denn wenn sich ein Leser für die Kategorie „Reisetipps“ interessiert, weise ich ihn gern darauf hin, dass er mit dem Newsletter weitere Reisetipps erhalten wird.

Falls Deine Sidebar nicht auf der *Startseite* eingeblendet wird, solltest Du das Anmeldeformular auch dort einbinden.

2. Anmeldeformulare erstellen

Ich rede die ganze Zeit von Formularen, aber wo bekommst Du die eigentlich her? FeedBurner stellt eine sehr rudimentäre Variante zur Verfügung. Bei MailChimp kannst Du Deine eigenen Anmeldeformulare erstellen – sehr individuell. So richtig schön werden sie aber nur, wenn Du Dich gut mit HTML und CSS auskennst. Auf mich trifft das nicht zu, daher habe ich mir das Plugin **OptinSkin** gekauft. Es ist nicht billig (67 Dollar) und leider auch nicht ganz fehlerfrei, aber es bietet einige Vorlagen für Anmeldeformulare, die zumindest teilweise individualisiert werden können.

3. Ein Goodie für Deine Abonnenten

Irgendwann hast Du genug Formulare erstellt und eingebaut. Den ganz großen Schub an Abonnenten wird das tatsächlich auch nicht bringen. Wenn Du Deine Liste schnell wachsen lassen möchtest, musst Du Deinen Abonnenten etwas mehr bieten als nur Deinen Newsletter. Der Klassiker sind Gratis-Produkte mit Mehrwert. Wer sich für meine Packliste interessiert, kann sie auch als PDF herunterladen und ausdrucken. Dafür musste man sich zeitweilig für meinen Newsletter anmelden und erhielt den Download-Link. Da der Newsletter jedoch schon länger nicht mehr in meinem Fokus liegt, gibt es den Download heute auch ohne Anmeldung.

Noch besser ist ein gratis eBook. Das beste Beispiel ist der Guide für Backpacking-Einsteiger von PlanetBackpack. In dieses Buch hat Conni sehr viel Arbeit investiert und eine her-

vorragende Anleitung für Anfänger erstellt. Jeder Abonnent ihres Newsletters erhält dieses eBook. Daraus sind mittlerweile viele Tausend Abonnenten entstanden.

Ich habe auch ein kostenloses eBook für Abonnenten erstellt. Nach etwa zehn Monaten habe ich dafür einfach meine erfolgreichsten Artikel zusammengefasst, ein paar meiner Gastartikel aus anderen Blogs hinzugefügt und einen neuen Artikel geschrieben. Herausgekommen ist ein 100-seitiges eBook namens „Gedanken eines Reisenden“, das die Essenz meines Blogs darstellt. Dadurch sind in den ersten Wochen einige Hundert neue Abonnenten hinzugekommen. Der Schub ist nicht vergleichbar mit dem von Connis eBook, und der Grund liegt auf der Hand: Mein Buch liefert keinen großen Mehrwert. Es sind nette Artikel, aber sie lösen kein Problem. Das war mir bei der Veröffentlichung bewusst. Der Aufwand war für mich nicht so groß, und ich wollte ein *Goodie*, welches das Wesen meines Blogs widerspiegelt. Dennoch ist die Zahl der täglichen Anmeldungen durch das eBook spürbar angestiegen. Heute gibt es stattdessen ein Kapitel aus meinem Buch *No Worries*.

Wichtiger Hinweis: Bei solchen kostenlosen *Goodies* muss Dir klar sein, dass sich Deine Leser wegen des Produkts bei Deinem Newsletter anmelden und nicht wegen Deiner Artikel. Deine Inhalte nehmen sie vielmehr dafür in Kauf, dass Du ihnen etwas kostenlos gibst. Nur sehr wenige Abonnenten melden sich sofort nach dem Download wieder ab, die meisten bleiben eine Weile. Du musst aber davon ausgehen, dass diese Abonnenten nicht so treu sind wie jene, die auch ohne Gratis-Produkt kommen.

Tipps für einen erfolgreichen Newsletter

1. Double Optin

Nutze das Double-Optin-Verfahren für Deine Abonnenten. Das heißt: Wenn sich jemand in Deine Liste einträgt, erhält er eine E-Mail mit einem Bestätigungslink und muss den erneut anklicken (doppelte Anmeldung). Das ist nach deutschem Recht Pflicht!

2. Masse ist nicht Klasse

Achte auf die Qualität Deiner Abonnenten. Mit Gratis-Produkten und Gewinnspielen kannst Du zwar viele Abonnenten gewinnen, das Produkt sollte aber in unmittelbarem Zusammen-

hang mit Deinem Blog und Deiner Zielgruppe stehen. Sonst hast Du irgendwann nichts weiter als „tote Masse“ in Deiner Liste. Abonnenten, die niemals Deine E-Mails öffnen, bringen gar nichts, sondern kosten Dich Geld, wenn Du irgendwann eine große Liste hast.

3. Aufräumen

Räume Deine Liste auch mal auf. Programme wie MailChimp zeigen Dir die Qualität Deiner Abonnenten an. Wenn ein Leser Deine E-Mails nie öffnet, kannst Du ihn genauso gut aus der Liste entfernen. Das ist besonders sinnvoll, wenn Du Dich der Zweitausender Marke bei MailChimp näherst (bei über 2.000 Abonnenten zahlst Du für den Service).

4. Öffnungsrate optimieren

Wenn Du einen Newsletter versendest, ist das erste Ziel, dass Deine E-Mail geöffnet wird. Das ist nicht so selbstverständlich, wie Du vielleicht denkst. Mein *101 Places*-Newsletter hat eine Öffnungsrate von 45 Prozent. Bei *Healthy Habits* beträgt die Öffnungsrate 55 Prozent. Das ist ganz gut. Die Öffnungsrate hängt von verschiedenen Faktoren ab:

- Je spezieller Deine Zielgruppe, desto höher die Öffnungsrate. Ich betreibe einen anderen Blog, der sich nur an introvertierte Menschen richtet. Das Thema ist sehr persönlich und von hohem Interesse für die Leser. Die Öffnungsrate dieses Newsletters beträgt bis zu 70 Prozent.
- Je hochwertiger Deine Abonnenten, desto höher die Öffnungsrate.
- Der Betreff Deines Newsletters hat einen enormen Einfluss auf die Öffnungsrate. Je interessanter der Titel der E-Mail, desto mehr Leute öffnen sie. Mit dem Betreff solltest Du Dir etwas Zeit lassen und dem Leser andeuten, welchen Mehrwert er für sich zu erwarten hat.

5. Schreibe hochwertige Inhalte

Das Ziel ist nicht, dass Deine E-Mail beim Leser *ankommt*, sondern dass Deine Inhalte *gelesen* werden. Wenn Deine Abonnenten die E-Mail geöffnet haben, sollen sie entweder die Informationen in Deinem Newsletter lesen oder auf Deine Website klicken. Mach Dir beim Schreiben des Newsletters genauso viel Mühe wie beim Schreiben Deiner Artikel. Erzähle etwas Persönliches, denn Deine Abonnenten sind an Dir als Person interessiert.

5.5 DEINE AUFGABEN

Die folgenden Aufgaben ergeben sich für Dich aus diesem Kapitel:

- Baue Deine Marke auf.
- Erstelle eine „Über mich“-Seite.
- Erstelle eine „Neu hier?“-Seite.
- Verlinke Deine besten Artikel prominent.
- Erstelle Ressourcenseiten.
- Ziehe Deine Fans über Social Media in den Blog.
- Kommuniziere mit Deinen Lesern.
- Melde Dich bei MailChimp oder AWeber an.
- Binde E-Mail-Formulare in den Blog ein.
- Erstelle und versende einen Newsletter.



6

GELD VERDIENEN

Butter bei die Fische. Nun kommen wir zur wichtigen Frage: Wie kannst Du mit Deinem Reiseblog Geld verdienen? Ich habe verschiedene Einnahmequellen erschlossen und teile hier meine Erfahrungen mit Dir. Die einen lohnen sich nicht, andere dafür umso mehr.

6.1 EINLEITUNG

Unter Bloggern bekomme ich oft das Gefühl, Geld zu verdienen sei etwas Schlechtes. Da heißt es, Blogger müssten unabhängig sein, aber Geld verändere die Beziehung zum Leser. Du kannst Dir schon denken, dass ich das anders sehe. Wenn Du erfolgreich sein willst, musst Du Dich von solchen Leuten lossagen. Sie ziehen Dich nur herunter, und zwar aus einem einzigen Grund:

„Moralische Entrüstung ist Neid mit einem kleinen Heiligenschein.“ (H.G. Wells)

Sie würden selbst gern Geld mit einem Job verdienen, der ihnen Spaß macht. Aber sie wissen nicht wie oder sind nicht bereit, den Aufwand zu investieren. Stattdessen sind sie neidisch auf alle, die es können, und zeigen sich dabei moralisch entrüstet. Wenn Du einen Blog langfristig erfolgreich führen willst, *musst* Du damit Geld verdienen. Verdienst Du nichts, stellst Du das Projekt irgendwann ein oder kannst ihm auf Dauer nur wenig Zeit widmen. Du musst ja schließlich von etwas leben und wenn es nicht der Blog ist, dann ist es eben die Festanstellung oder irgendetwas anderes. Ich denke es wird kaum jemanden geben, der so viel Leidenschaft für seinen Blog empfindet, dass er ein hohes Arbeitspensum über viele Jahre durchhalten kann – und nebenbei noch seinen Lebensunterhalt verdient. Bloggen ist aufwendig: Wenn ich zwanzig bis dreißig Stunden pro Woche an meinem Blog arbeite, muss sich das rechnen.

Wenn Du es richtig machst, bietet Dein Blog einen Mehrwert – warum sonst sollten ihn so viele Leute lesen? Wenn Du einen Wert schaffst, kannst Du auch eine Gegenleistung erwarten. Verliere also nie aus den Augen, dass Du mit Deinem Blog Geld verdienen willst. Doch bevor ich Dir zeige, wie Du mit Deinem Traffic Einnahmen erzielen kannst, beherzige die folgenden Tipps:

1. Kümmere Dich nicht zu früh ums Geldverdienen. Solange Du keine Leser hast, kannst Du sowieso nichts verdienen. Die Zeit steckst Du anfangs besser in gute Inhalte,

das Bekanntmachen Deines Blogs und die Vernetzung innerhalb der Branche. Trotz nur geringer Investitionen war ich nach fünf Monaten immer noch leicht im Minus mit meinem Blog. Ich hatte mein Logo bezahlt, das Template und ein Plugin. Dem standen nur geringe Einnahmen gegenüber. Erst im sechsten Monat hat sich die Situation gedreht und ich habe ein kleines Plus erzielt. Danach ging es steil bergauf – doch in den ersten sechs Monaten habe ich mit dem Blog praktisch nichts verdient. Es hat mir nicht geschadet, denn ich konnte mich auf andere wichtige Dinge konzentrieren, und heute kommt auch das Geld.

2. Verkaufe Dich nicht zu billig. Das betrifft vor allem Kooperationen in Form von gesponserten Artikeln. Solange Deine Website schwach ist, schlecht bei Google rankt und Du nur wenige Besucher hast, wird Dir kaum jemand Geld zahlen. Doch es ergibt keinen Sinn, einen Artikel für 50 Euro zu verkaufen. Damit setzt Du einen unnötig geringen Preisanker. Wenn Du einem Partner einmal einen Artikel für 50 Euro verkauft hast, wird es später unmöglich, ihm einen Artikel für 500 Euro zu verkaufen. Verzichte lieber auf das Taschengeld und vertraue darauf, dass Du wenige Monate später wesentlich höhere Summen aufrufen kannst.

3. Schade nicht Deiner Glaubwürdigkeit. Ich habe es schon ein paar Mal gesagt, aber es ist wirklich wichtig: Bleibe Dir selbst treu und verkaufe nicht Deine Seele für einen Flug oder was auch immer Du angeboten bekommst. Blogs werden wegen persönlicher Meinungen gelesen. Das unterscheidet sie von Magazinen und Reiseführern. Also verkaufe nicht Deine Meinung!

Okay, jetzt lass uns Geld verdienen.

6.2 SELBSTÄNDIGKEIT

Wenn Du nicht bereits selbständiger Unternehmer bist, wird es jetzt Zeit, Dich damit zu beschäftigen. Du verfolgst mit Deinem Blog die Absicht, Gewinne zu erzielen, also musst Du ein Gewerbe anmelden. Das muss nicht gleich am ersten Tag sein; Du kannst auch erst einmal anfangen, solange Du noch keine Einnahmen erzielst. Sobald Du mehr als ein paar Euro im Monat einnimmst, musst Du das jedoch melden.

Ein Gewerbe anzumelden ist sehr einfach: Suche im Internet nach dem Gewerbeamt Deiner Gemeinde. Dort findest Du die Anmeldeunterlagen. In der Regel druckst Du sie aus und bringst sie unterschrieben zum Amt. Dort zahlst Du eine kleine Gebühr. Schon hast Du ein Gewerbe.

Einige Wochen später meldet sich das Finanzamt bei Dir mit weiteren Formularen. Auch dort meldest Du dann Dein Unternehmen. Im Anschluss erhältst Du Deine persönliche Steuernummer (falls Du nicht schon eine hast). Erst mit dieser Steuernummer kannst Du überhaupt Rechnungen stellen.

Das Finanzamt erwartet von Dir schon zu Beginn eine wichtige Entscheidung: Meldest Du Dich als Kleinunternehmer oder wirst Du voll umsatzsteuerpflichtig sein? Kleinunternehmer müssen auf ihren Rechnungen keine Umsatzsteuer ausweisen und diese dann auch nicht abführen. Das geht nur, wenn Dein Umsatz im vergangenen Jahr nicht mehr als 17.500 Euro betrug und im aktuellen nicht mehr als 50.000 Euro. Das heißt: Sobald Du in einem Jahr die 17.500 Euro überschreitest, bist Du im *nächsten* Jahr umsatzsteuerpflichtig.

Vorteile für Kleinunternehmer

1. Ihre Kunden müssen keine Umsatzsteuer zahlen. Wenn Du ein eBook für 3,90 Euro an einen privaten Leser verkaufst, kannst Du den gesamten Betrag als Einnahme verbuchen. Wenn *ich* das gleiche eBook an einen privaten Leser verkaufe, bleiben mir nur 3,28 Euro. Die Differenz fließt als Umsatzsteuer an das Finanzamt. Aber: Verkaufen wir beide dieses

eBook nicht an einen privaten Leser, sondern an ein Unternehmen, würde das Unternehmen mit mir besser fahren, denn die Umsatzsteuer bekommt es vom Finanzamt zurück. Große finanzielle Vorteile hast Du also nur dann, wenn Du Deine Einnahmen mit privaten Kunden erzielst. Affiliate-Einnahmen oder gesponserte Artikel kommen jedoch von Unternehmen!

2. Als Kleinunternehmer hast Du mit wesentlich weniger Bürokratie zu kämpfen. Du musst lediglich am Ende des Jahres Deine Einkommensteuererklärung abgeben. Zwar machst Du auch eine Umsatzsteuererklärung, trägst aber lediglich den Wert null ein. Als umsatzsteuerpflichtiger Unternehmer hingegen musst Du jeden Monat oder mindestens einmal im Quartal (wird vom Finanzamt festgelegt) eine Umsatzsteuervoranmeldung einreichen und die eingedehnte Umsatzsteuer abführen.

Die Kleinunternehmerregelung hat einen großen Nachteil: Von Deinen Ausgaben kannst Du keine Umsatzsteuer (Vorsteuer) abziehen. Kaufst Du als Gewerbetreibender zum Beispiel einen Laptop für 1.000 Euro, zahlst Du die vollen 1.000 Euro. Als privater Kunde kennst Du das auch nicht anders. Als umsatzsteuerpflichtiger Unternehmer bekommst Du jedoch 19 Prozent Umsatzsteuer vom Finanzamt zurück und schon kostet der Laptop nur noch 840 Euro.

Du kannst zu Beginn erst mal Kleinunternehmer sein und diese Regelung später aufheben. Wenn Dein Business gut läuft, *musst* Du sie sogar aufheben. Du solltest nur darauf achten, nicht unterjährig zu wechseln, das macht alles etwas komplizierter. Außerdem solltest Du größere Anschaffungen aufschieben, bis Du umsatzsteuerpflichtig bist (und die Vorsteuer abziehen kannst).

Alternative: Freiberufler

Eine Alternative zum Gewerbe ist die Freiberuflichkeit. Es gibt einige Berufe, die zu den Freiberuflern zählen. Darunter Journalisten bzw. Menschen, die ihr Geld mit dem Schreiben verdienen. Diese zahlen keine Gewerbesteuer. Das mag zunächst verlockend klingen, doch ich kann davon nur abraten. Wenn Du Einnahmen aus Affiliate-Programmen oder gesponserten Artikeln erzielst, bist Du nicht in erster Linie Journalist, sondern Unternehmer.

Sobald das Finanzamt das mitbekommt, kann es Dir den Status des Freiberuflers aberkennen. Ich weiß nicht, weshalb sich Menschen diesen Stress immer wieder antun – nur um ein paar Euro Gewerbesteuer zu sparen (Gewerbesteuer zahlt man übrigens erst ab einem Gewinn von mehr als 24.500 Euro pro Jahr).

Ich meine ohnehin, dass erfolgreiche Blogger wie Unternehmer denken müssen und nicht wie Freiberufler. Verstell Dich also nicht als etwas, das Du nicht bist, sondern sei der Unternehmer, der Du sein musst, um erfolgreich zu sein.

Eine gute Quelle für neue Selbstständige ist übrigens die Website [Selbständig im Netz](#).

6.3 GESPONSERTE ARTIKEL

Gesponserte Artikel sind im weitesten Sinne Artikel, für deren Erstellung Du bezahlt wirst. Doch das kann vieles bedeuten. Ich möchte zwei Extreme aufzeigen – dazwischen kann es viele Nuancen geben.

1. Gesponserter Artikel = Link-Kauf

Nach einigen Monaten wirst Du jede Woche solche Anfragen bekommen. Meistens stammen sie von SEO-Agenturen, die mehrere Reiseblogs anschreiben und darum bitten, den Link eines ihrer Kunden in Deinem Blog unterbringen zu können. Selten sind die Anfragen so direkt, dass sofort klar wird, dass sie dafür bezahlen würden. Aber sie würden immer dafür bezahlen!

Gerade unerfahrenen Bloggern bieten sie zunächst gern einen Gastartikel an, den Du in Deinem Blog veröffentlichen „darfst“. Im Gegenzug bringen sie einen Link in diesem Artikel unter. Das ist keine gute Idee!

Einen gekauften Link platzieren

Zunächst steht immer die Frage im Raum: Schreibt der Auftraggeber den Text oder schreibst Du ihn selbst? Beides hat Vor- und Nachteile. Wenn der Text gestellt wird, musst Du Dich um nichts kümmern und brauchst nur eine Rechnung zu schreiben. Allerdings kannst Du nicht davon ausgehen, dass der Text wirklich gut ist.

Ein Beispiel: Opodo möchte einen Link bei Dir buchen und bietet Dir einen Artikel über Marokko. Der Text kommt sehr wahrscheinlich von niemandem, der schon einmal in Marokko gewesen ist. Wie gut kann der Text dann sein? Lass Dir im Zweifel Beispieltex te zeigen und entscheide dann.

Alternativ kannst Du den Text selbst schreiben. Dazu bin ich mittlerweile übergegangen. Da ich ohnehin eine lange Themenliste führe, muss ich mir in aller Regel kein Thema ausdenken, sondern schreibe einen Artikel, den ich früher oder später ohnehin geschrieben hätte. Das habe ich zum Beispiel hier gemacht: [5 Möglichkeiten durch Neuseeland zu reisen](#). Der Link zu MietwagenCheck.de ist gekauft. Das hat den Artikel jedoch nicht beeinflusst.

Trotzdem passen mir diese Themen nicht immer so gut in den Kram. Ich schreibe nur noch einen Artikel pro Woche. Wenn ich im Monat allerdings zwei Links verkaufe, wären zwei von vier Artikeln gesponsert und die Themen beziehen sich in der Regel nicht auf meine aktuelle Reisesituation und können meine Leser daher verwirren (z. B., wenn ich gerade durch Mexiko reise und dann plötzlich einen Artikel über Unterkünfte in Thailand schreibe). Dafür habe ich eine Lösung. Und zwar schreibe ich nicht nur Artikel, die meine Stammleser zu sehen bekommen, sondern auch Inhalte, die ich als „Infoseiten“ bezeichne. Mit der Zeit habe ich ein ganzes Arsenal an diesen Infoseiten erstellt. Diese Seiten beziehen sich in aller Regel auf Backpacking in ausgewählten Ländern. Ein Beispiel: [Flüge nach Thailand](#).

Auf dieser Infoseite beschreibe ich, wie man einen günstigen Flug nach Thailand findet. Die Seite hat einen Mehrwert für meine Leser (wie im Übrigen alle meine Inhalte). Neben meiner persönlich favorisierten Flugsuchmaschine Skyscanner habe ich zusätzlich [ab-in-den-urlaub.de](#) verlinkt, denn die haben für den Artikel bezahlt. Diese Infoseite verlinke ich intern an sinnvollen Stellen, sodass Besucher, die sich für eine Backpacking Reise nach Thailand interessieren, diese Seite finden werden. In aller Regel sind dies Besucher, die über Google auf meine Website kommen.

Da ich bereits viele Länder bereist habe, gibt es genug Möglichkeiten, weitere Links zu Flugsuchmaschinen, Hotelvergleichen oder Mietwagen-Unternehmen sinnvoll unterzubringen.

Wie viel ist ein Link wert?

Das ist keine leicht zu beantwortende Frage. Am Anfang wirst Du Angebote für 50 Euro pro Link erhalten. Das solltest Du ablehnen. Nur wenige Monate später kannst Du deutlich

höhere Preise durchsetzen. Ich habe bei 100 Euro angefangen und mich immer weiter nach oben getastet. Mittlerweile verkaufe ich keinen Link mehr unter 500 Euro. Für diese Preisklasse gibt es allerdings kein sehr großes Angebot. Aber das ist in Ordnung. Ich verkaufe lieber einen Link für 500 Euro als zwei Links für je 300 Euro. So bleibt mein Blog sauberer und ich muss weniger Artikel schreiben.

Der Link-Preis wird durch folgende Parameter beeinflusst:

- Wie gut wird Dein Blog bei Google gefunden? Wenn Du für viele Keywords gut gelistet wirst, ist das für Link-Käufer ein gutes Zeichen.
- Google weist jeder Website einen sogenannten PageRank zu (mehr dazu im Kapitel über SEO). Der PageRank ist ein Relikt aus alten Zeiten. Leider achten einige Agenturen immer noch darauf. Eine neue Domain hat immer PageRank 0. Mein Blog hing lange Zeit bei PageRank 1 fest. Selbst PlanetBackpack hatte nur PageRank 2. Je höher Dein PageRank, desto mehr sind viele Agenturen bereit, für einen Link zu zahlen.
- Welchen Eindruck macht Dein Blog? Sieht man, dass es echte Leser gibt? Viele Kommentare und Fans sind zum Beispiel ein klares Zeichen. Link-Käufer legen immer mehr Wert darauf, ihre Links von qualitativ hochwertigen Blogs zu erhalten. Daher achten sie auf diese Kriterien.
- Deine Standhaftigkeit spielt auch eine Rolle. Wenn Du Dich nicht herunterhandeln lässt, sondern bei Deinem Preis bleibst, kannst Du ihn häufig auch durchsetzen.

Alle genannten Preise beziehen sich auf einen zeitlich unbegrenzten Kauf von Links. Die Links bleiben so lange in meinem Blog, bis der Blog irgendwann nicht mehr existiert. Es ist jedoch auch möglich, sich auf eine begrenzte Laufzeit zu einigen. Eine Laufzeit von einem Jahr ist üblich. Danach wird neu verhandelt. In diesem Fall spricht man von einer Link-Miete. Ich verkaufe jedoch nur Links, denn ich möchte einen gekauften Link nicht nach einem Jahr wieder ausbauen. Das würde ein schlechtes Signal an Google senden. Da ich nur Links aufnehme, für die ich mich nicht schämen muss, ist es in Ordnung, wenn sie dauerhaft bestehen.

2. Gesponserter Artikel = Advertorial

Die wesentlich seltenere Variante – vor allem bei kleinen Bloggern – ist, dass das Unternehmen an Deiner Reichweite und Werbeleistung interessiert ist. In diesem Fall wird bei einem Artikel also nicht nur ein Link gesetzt, sondern das Unternehmen steht im Mittelpunkt. Zwei Beispiele aus meinem Blog:

A) Interview mit Kolja Wagschal von Reisedeals.com

Hier habe ich mit dem Geschäftsführer von Reisedeals.com ein Interview geführt. Ich habe versucht, es möglichst interessant zu gestalten, wobei die Möglichkeiten begrenzt sind, denn letztendlich ist es auch Werbung. Immerhin ist das Produkt in diesem Fall für einige Leser relevant.

B) So wird die Reiseplanung in Europa zum Kinderspiel

Auch mit GoEuro habe ich ein Interview geführt, aber auch deren Leistung genauer beschrieben. Ich bin darauf eingegangen, dass dieses Unternehmen tatsächlich ein Problem meiner Leser löst. Zwar ist es ein bezahlter Artikel, doch ich habe mich mit der Empfehlung nur deshalb soweit aus dem Fenster gelehnt, weil ich die Leistung des Unternehmens selbst gut finde.

Neben einem Artikel kann man auch Erwähnungen bei Facebook oder in einem Newsletter extra verkaufen.

Ein Advertorial platzieren

Bei Advertorials bin ich bei der inhaltlichen Ausgestaltung flexibler als bei Link-Käufen. Wenn es dem Auftraggeber auf die Werbeleistung ankommt, will er vielleicht bestimmte Dinge kommunizieren. Wenn dem so ist, soll er meiner wegen einen eigenen Artikel verfassen. Was offensichtlich Werbung ist, werde ich gegenüber meinen Lesern ohnehin deutlich kennzeichnen.

Doch tatsächlich wollen das die wenigsten Auftraggeber. Den meisten ist es wichtig, dass Du als Autor des Blogs eine schöne Story erstellst. Das ist natürlich nicht immer leicht, a-

ber es fällt leichter, wenn Du mit dem Produkt des Auftraggebers selbst etwas anfangen kannst. Bei GoEuro und Reisedeals.com war das für mich der Fall. Also habe ich die Produkte in Form von Interviews und einer Problembeschreibung vorgestellt. Das geht jedoch nicht immer, und ich hatte noch kein Advertorial, bei dem ich nicht auch das Produkt mochte oder es zumindest für sehr relevant hielt. Anderenfalls würde es zu keiner Zusammenarbeit kommen.

Bei Advertorials handele ich die Preise immer individuell aus. Je mehr ich das Produkt mag, desto flexibler bin ich beim Preis. Obwohl GoEuro von mir wesentlich mehr Werbeleistung bekommen hat als es bei einem einfachen Link-Kauf der Fall wäre, habe ich dem Kunden deutlich weniger berechnet. Durch das gute Produkt hatte ich ja gleichzeitig guten Inhalt für meinen Blog.

Ich gehe nun stärker dazu über, Pakete zu schnüren und nicht nur einen pauschalen Preis zu nennen, sondern Preise für einzelne Komponenten wie einen Artikel, Veröffentlichung im Feed und per Newsletter und Verbreitung über Social Media.

Kennzeichnung von gesponserten Artikeln

Wenn ein Artikel gekauft ist, solltest Du ihn gegenüber Deinen Lesern grundsätzlich kennzeichnen. Transparenz gegenüber dem Leser ist wichtig. Werbung muss von authentischen Inhalten deutlich getrennt werden.

Aus diesem Grund gibt es den bereits erwähnten Reiseblogger-Kodex. Reiseblogger, die diesem Kodex beitreten, verpflichten sich dazu, ein paar Regeln zu befolgen, was die Kennzeichnung von Werbung anbelangt. Aber was genau ist Werbung und wann ist ein Artikel nicht mehr authentisch? Daran scheiden sich die Geister.

Ich bin nach einem halben Jahr aus dem Kodex ausgetreten, weil er mich in meiner Freiheit als Unternehmer zu sehr eingeschränkt hat. Ich empfehle Dir, die Regeln durchzulesen und für Dich zu entscheiden, ob Du betrittst. Vermutlich werden Dich die Regularien zunächst nicht stören. Die Probleme kommen erst später, wenn Du verschiedene Arten von Kooperationen durchführen möchtest.

Ich erstelle mir nun meinen eigenen Kodex. Damit meine ich nichts Offizielles, sondern eigene Regeln, die mit meinen persönlichen Werten vereinbar sind.

Was heißt das konkret?

1. Kennzeichnung beim Link-Kauf

Wenn ein Unternehmen einen Link kauft, ist es in der Regel darauf bedacht, dass der Artikel nicht gekennzeichnet wird. Das hat einen einfachen Grund: Google bestraft Link-Käufe, denn sie verstoßen gegen die Google-Richtlinien. Ein Link-Kauf muss also immer unauffällig sein und der Link muss möglichst natürlich platziert werden. Wenn Du darauf bestehst, jeden gekauften Link zu kennzeichnen, wirst Du letztendlich nicht viele Links verkaufen.

Wie gesagt, bringe ich die meisten Link-Käufe auf meinen Infoseiten unter. Dort kennzeichne ich keine Links. Der Link ist aus meiner Sicht nur eine winzige Ergänzung zu einem Mehrwertartikel. Der Link selbst beeinflusst die Aussage des Artikels nicht. Ich verlinke einfach nur eine x-beliebige Hotelsuchmaschine (neben anderen Websites, die ich ohnehin verlinken würde).

Wenn der Link in einem normalen Artikel erscheint (was sehr selten vorkommt), kennzeichne ich den Artikel mit einem kurzen Satz am Ende des Beitrags: „Dieser Artikel ist mit der Unterstützung von Unternehmen XY entstanden.“ Den Begriff „Sponsored Post“ verwende ich nicht, da es für viele Käufer ein Ausschlusskriterium ist.

2. Kennzeichnung beim Advertorial

Artikel, die für eine gezielte Werbeleistung erstellt werden, kennzeichne ich immer! Es gibt jedoch Unterschiede in der Art der Kennzeichnung. Im Falle von Reisedeals.com und GoEuro habe ich den Artikel durch den oben genannten Satz am Ende gekennzeichnet. Das ist noch relativ unauffällig und der Leser erkennt es erst nach dem Lesen. Das finde ich in Ordnung, weil ich beide Produkte für empfehlenswert halte.

In einem **anderen Fall** habe ich den Artikel schon in der Überschrift gekennzeichnet, indem ich das Wort „Advertorial“ vorangestellt habe. Das ist grundsätzlich eine sehr eindeutige Kennzeichnung. Aber: Dieser Artikel hat für viel Verwirrung gesorgt. Das Unternehmen woll-

te einen Text über Hawaii zur Verfügung stellen und der Artikel ist auch ganz gut. Ich selbst war nie auf Hawaii. Doch auch noch Monate später haben mich Leser gefragt, ob ich nun in Hawaii gewesen bin oder nicht. Das Wort „Advertorial“ haben sie überlesen oder nicht verstanden. Wenn Dir volle Transparenz wichtig ist, solltest Du Deine Artikel folglich unmissverständlich kennzeichnen.

Wie Du es machst, ist natürlich Dir überlassen (solange Du nicht dem Reiseblogger-Kodex folgst). Deine Werte sind andere als meine, und vielleicht wirst Du auch andere Kooperationen bekommen. Probiere einfach aus, was für Dich am besten funktioniert. Aber beherzige meinen Rat, den ich hier nicht zum ersten Mal anbringe: Nimm Deine Leser ernst und mache nichts, was sie verärgert.

Gesponserte Artikel sind nett für die Phase, in der Dein Blog sich langsam etabliert und Du schon ein paar Hundert Euro für einen Link aufrufen kannst, aber der Traffic noch nicht so hoch ist, dass Du mit eigenen Produkten oder Affiliate Marketing signifikante Einnahmen erzielst. Wenn Dein Traffic mit der Zeit ansteigt, wirst Du an gesponserten Artikeln möglicherweise die Lust verlieren (meine Erfahrung). Heute veröffentliche ich nur noch einen Link pro Quartal, weil ich nicht darauf angewiesen bin und sehr wählerisch sein kann.

6.4 BÜCHER UND EBOOKS VERKAUFEN

Von allen Möglichkeiten, Einnahmen zu generieren, ist diese meine liebste. Und es ist diejenige, die bisher von kaum einem deutschen Reiseblogger angewendet wird. Ich verdiene mittlerweile 2.000 bis 3.000 Euro im Monat mit dem Verkauf meiner eigenen Produkte. Mein Ziel ist es, in Zukunft allein von meinen eigenen Produkten leben zu können. Im vergangenen Weihnachtsgeschäft war das bereits möglich. Zukünftig möchte ich mich nicht nur auf Bücher und eBooks beschränken, doch hier geht es erst einmal genau darum.

1. Warum Du digitale Produkte verkaufen solltest

Es gibt eine ganze Reihe von Gründen, weshalb Du digitale Produkte verkaufen solltest. Ich fasse Sie hier für Dich zusammen:

1.1 Du wirst von Deiner Zielgruppe bezahlt

Die meisten Blogger finanzieren sich nicht über ihre Zielgruppe. Sie lassen sich von Werbetreibenden für Bannerwerbung bezahlen, von SEO-Agenturen für Links, von Google für Klicks auf AdSense-Anzeigen, oder sie erhalten eine Provision über Partnerprogramme. Das Geld kommt immer von Dritten, aber nie von der eigentlichen Zielgruppe. Mit digitalen Produkten ist das anders. Es gibt einen direkten Zusammenhang zwischen dem Nutzen, den Du stiftest und dem Ertrag, der dem Nutzen folgt. So funktioniert es bei den meisten Unternehmen. Aus meiner Sicht wird Dich dieser direkte Zusammenhang dazu zwingen, Deine Arbeit immer wieder zu hinterfragen und den Nutzen kontinuierlich zu steigern. Andernfalls erzielst Du keine Einnahmen. Langfristig wird sich das für Dich auszahlen.

1.2 Deine Arbeit wird wertgeschätzt

Bei jedem Verkauf erhalte ich eine E-Mail. Jede dieser E-Mails ist Balsam für meine Seele. Sie sind das positive Feedback für meine Arbeit. Es ist vergleichsweise leicht, mit kostenlosem Inhalt Leser zu gewinnen. Oft überfliegen sie die Texte jedoch nur. Genau genommen sind sie nur flüchtige Besucher. Es ist also schwer zu sagen, wie nützlich die Inhalte für

den Leser wirklich sind. Doch wenn jemand für mein Produkt zahlt, ist ihm diese Information etwas wert und sie wird gelesen.

1.3 Du erziehst Deine Leser

Wir alle haben uns daran gewöhnt, dass Informationen im Internet kostenlos sind. Ich bin da keine Ausnahme, und zahle nur selten für etwas. Doch das muss nicht sein!

Selbst Informationen, die bereits im Internet verfügbar sind, können so aufbereitet werden, dass sie für den Leser nützlicher sind. Über Thailand ist doch bereits alles gesagt worden. Die wesentlichen Informationen befinden sich sogar auf meinem Blog. Trotzdem kaufen Menschen mein Thailand-eBook, weil es so bequem ist, alles kompakt in einem PDF zu haben (und hübsch ist es auch). Es bringt eben Nutzen. Wer es bequem und hübsch haben will, muss dafür etwas zahlen. Leser können das lernen, indem man ihnen die Möglichkeit bietet, etwas zu kaufen, das ihnen viel Zeit und Nerven spart.

1.4 Du bist unabhängig

Wenn Du Dein eigenes Produkt verkaufst, bist Du nur Dir selbst und Deinem Leser gegenüber verantwortlich. Du bist jedoch nicht davon abhängig, dass eine SEO-Agentur bei Dir einen Link kaufen möchte. Du bist nicht den Launen von Unternehmen ausgesetzt, die ihre Partnerprogramme schließen oder die Provisionen senken. Du musst nicht mit Werbetreibenden verhandeln, die den Wert Deiner Leserschaft nicht erkennen. Du machst Dein eigenes Ding.

1.5 Es gibt keine Interessenkonflikte

Wenn Du das Geld Dritter annimmst, erwarten sie dafür eine Gegenleistung, für die Du oft Kompromisse eingehen musst. Vielleicht musst Du einen größeren Werbebanner akzeptieren, als es Deinen Lesern lieb ist. Vielleicht darfst Du einen Link nicht kennzeichnen oder sollst sogar Inhalte veröffentlichen, die nicht hundertprozentig Deine eigene Meinung widerspiegeln. Mit digitalen Produkten gibt es nur eine Leistung (Produkt) und eine Gegenleistung (Geld). Der Nutzen Deines Produkts bestimmt den Preis. Keine Konflikte.

1.6 Du wirst als Experte wahrgenommen

Du kannst ohne Ende bloggen und Deinen Lesern zeigen, was du alles weißt. Aber was ist das wert? Wie stark wirst Du als Experte wahrgenommen? Wirklich überzeugend bist Du dann, wenn Du Deinen Lesern zeigen kannst, dass Menschen für Dein Wissen Geld zahlen. Die Qualität eines Produkts wird dabei über den Preis definiert. Wenn Du es also schaffst, hochpreisige Produkte an Deine Zielgruppe zu verkaufen, wird auch Dein Ansehen als Experte erheblich steigen.

1.7 Du zehrst jahrelang von Deinem Produkt

Ein digitales Produkt zu verkaufen, bedeutet passives Einkommen. Du investierst einmalig Arbeit und vielleicht auch Geld in Dein Produkt. Sehr viel sogar. Vielleicht musst Du monatelang arbeiten, bevor Du es der Öffentlichkeit präsentierst. Aber dann ist es fertig und Du kannst damit Einnahmen erzielen – und zwar über Jahre!

Damit ist Dein Business viel skalierbarer als beispielsweise Freelancer-Arbeit. Je größer der Markt und je besser Dein Produkt, desto mehr kannst Du damit verdienen. Nach einiger Zeit ist Dein Aufwand wieder eingespielt. Alles was danach kommt, ist reiner Gewinn.

1.8 Du erarbeitest Dir einen Wettbewerbsvorteil

Nur wenige deutsche Blogger arbeiten bislang mit digitalen Produkten. Vor allem für die Branche der Reiseblogger kann ich das mit Gewissheit sagen. Sei Du einer der ersten! So kannst Du Dir einen Vorteil erarbeiten. Sei Du derjenige, der von den Lesern als unbestrittener Experte wahrgenommen wird. Sei Du derjenige, dem sie ihr Geld anvertrauen. Ja, damit ist viel Aufwand verbunden, und genau das schreckt Deine Wettbewerber ab. Sie wollen erst sehen, dass es funktioniert bevor sie die ganze Arbeit investieren. Aber einer muss das Risiko eingehen und erhält dafür die Chance, den Markt zu dominieren.

Ich war der erste, der ein Buch für Backpacker veröffentlicht hat und ich war der erste, der ein Produkt spezifisch für professionelle Reiseblogger erstellt hat (das liest Du gerade). Vier Monate lang habe ich daran gearbeitet. *Das* ist auch mein Vorsprung. Wer auf diesen Zug aufspringen will, ist zudem dazu gezwungen, ein noch besseres Produkt zu erstellen. Genauso gut oder gar schlechter reicht nicht mehr aus. Das ist der Wettbewerbsvorteil des Ersten.

2. Das richtige Thema finden

Menschen kaufen eBooks oder Bücher aus verschiedenen Gründen, aber eines ist immer gleich: Sie haben ein Problem und suchen dafür eine Lösung. Ich rede hier bewusst nicht von Romanen und Kurzgeschichten, sondern von Büchern mit sachlichem Informationsgehalt.

Wenn Du ein Problem lösen kannst, wirst Du damit auch Geld verdienen können. Bevor Du anfängst, irgendetwas zu schreiben, überlege Dir, welchen Mehrwert Deine Inhalte bieten. Ich bin einfach von mir selbst ausgegangen. Ich reise zwar gerne, aber vor einer Reise habe ich nicht die geringste Lust, mich mit meinem Reiseziel zu beschäftigen. Ein paar grundlegende Informationen hätte ich aber schon ganz gern, bevor ich abreise. Ich könnte einen Reiseführer lesen, doch die sind mir viel zu dick. Ich könnte im Internet recherchieren, doch dort gerate ich von einer Website zur nächsten und ganz schnell habe ich viele Stunden vertrödelte. Ich hätte gern etwas Kompaktes!

Also habe ich genau das erstellt. Mein erstes eBook hieß: „Backpacking in Thailand“. Es ist lediglich 37 Seiten lang und enthält dabei sogar noch eine Menge Fotos. Darin habe ich all die Informationen zusammengefasst, die mich selbst vor meiner ersten Reise nach Thailand interessiert hatten. Ich verkaufe das eBook für 3,90 Euro. Nach Abzug von Umsatzsteuer und PayPal-Gebühren bleiben mir 2,85 Euro von jedem Verkauf. Nach anderthalb Jahren habe ich allein mit diesem eBook mehr als 2.000 Euro verdient. Auf den Monat gerechnet ist das nicht viel, doch nach der Veröffentlichung habe ich damit nicht mehr viel zu tun und die Inhalte sind zu 99 Prozent zeitlos. Außerdem ist es nicht mein einziges eBook geblieben, sondern viele ähnliche sind gefolgt.

Du musst das Rad nicht neu erfinden. Das meiste wurde doch online längst erzählt. Oft genügt es schon, vorhandene Informationen so aufzubereiten, dass sie für den Leser nützlich sind. Alles, was in meinem Thailand-eBook steht, findest Du auch irgendwo online. Schließlich fahren jährlich 25 Millionen Touristen nach Thailand und viele von ihnen hinterlassen Informationen im Internet. Allerdings bist Du viele Stunden damit beschäftigt, diese Informationen zu finden.

Wenn Du den Mehrwert Deiner Inhalte einschätzt, höre auf Dich selbst und auf Deine Zielgruppe. Lass Dich nicht zu sehr von anderen Reisebloggern beeinflussen. Ich habe mehrfach gehört, dass meine eBooks ganz nett seien, aber mehr als einen Euro wären sie nicht wert und überhaupt wäre die Zielgruppe sehr klein. Meine Erfahrung hat das Gegenteil gezeigt. Meine eBooks sind mindestens 3,90 Euro wert und jeden Monat finden sich bis zu 200 Menschen, die sie kaufen.

Das gleiche gilt für mein Buch *No Worries*. Mit diesem richte ich mich an Menschen, die vor ihrer ersten Backpacking-Reise in ein exotisches Land stehen. Auf deren Sorgen gehe ich in *No Worries* ein. Über Backpacking wurde in Blogs auch schon alles gesagt – doch niemand hatte die Informationen in einem Buch zusammengefasst. *No Worries* fand in neun Monaten mehr als 1.600 Käufer.

3. Erstellung eines eBooks

Grundsätzlich kannst Du eBooks in verschiedenen Formaten erstellen. Es kommt ganz darauf an, wo Du sie verkaufen möchtest und wie die Inhalte aufbereitet sind. Meine Backpacking-eBooks enthalten viele Fotos, sind optisch schön aufbereitet und in den Texten befinden sich viele Links zu weiterführenden Artikeln. Dafür bietet sich ein PDF geradezu an. PDFs können am Laptop oder auf einem Tablet ideal gelesen werden. Wer auf die Links klickt, kann sofort online weiterlesen.

Möchtest Du Bücher bei amazon veröffentlichen, brauchst Du Dein eBook im MOBI-Format. Dieses eignet sich besser für sehr textlastige Bücher. Viele Fotos und ausgehende Links ergeben für das Kindle-Lesegerät wenig Sinn.

Für alle anderen Lesegeräte gibt es das ePub-Format. Das ist MOBI nahezu identisch und hat ähnliche Anforderungen. Solche ePub-eBooks kannst Du in zahlreichen Online Shops veröffentlichen: Apple iBook-Store, Google Play-Store, Thalia, Bol und viele mehr.

3.1 Textlastige eBooks

Wenn Dein eBook hauptsächlich aus Text besteht, kannst Du es einfach in Word schreiben. Eine Word-Datei lässt sich später sehr leicht in PDF umwandeln und auch die Konvertierung in das MOBI-Format ist vergleichsweise einfach.

Reden wir hier von einem sehr komplexen Buch mit vielen Kapiteln und mehreren Zehntausend Wörtern (wie das, welches Du gerade liest), empfehle ich eine Software zur Strukturierung des eBooks. Sie nennt sich **Scrivener** und wird für Mac und PC angeboten. Im Apple Store kostet sie derzeit 39,99 Euro. Scrivener eignet sich für jede Form von komplexen Büchern. Ich nutze es nicht für meine kleinen Backpacking-eBooks, die nur 35 Seiten lang sind und jedes Mal die gleiche Struktur haben, sondern für umfangreichere Werke.

Eine etwas billigere Alternative, über die ich mehrmals gestolpert bin: **Jutoh**.

3.2 Optisch hochwertige eBooks

Jetzt wird es ein bisschen gemein, denn falls Du keinen Mac hast, bist Du von diesem Absatz vielleicht enttäuscht. Für meine optisch schönen eBooks nutze ich **iBooks Author**. Das ist eine Apple-Software, die einige schöne Vorlagen mitbringt und die sehr flexible Gestaltung von eBooks ermöglicht – ohne Grafikenkenntnisse.

Die Software ist eigentlich dazu gedacht, um Bücher im iBooks Store zu veröffentlichen. Allerdings gibt es einen PDF-Export, der sehr nützlich ist.

Für Windows-Nutzer kenne ich leider keine vergleichbare Software. Auf Nachfragen wird häufig Word oder Powerpoint empfohlen. Ich denke, dass man mit Powerpoint tatsächlich ähnlich schöne Bücher erstellen kann, doch der Aufwand wird deutlich größer sein.

Übrigens: Wenn ich mit iBooks Author arbeite, kommen in der Regel auch automatisch optisch sehr schöne Cover heraus. Auch der Cover-Designer von amazon ist für einfache Cover ganz brauchbar. Du findest ihn im KDP-Programm.

Deine Cover-Grafik kannst Du dann in ein 3D-Cover umwandeln lassen, was noch viel professioneller aussieht. Dafür nutze ich den Service myecovermaker.com. Dort kostet die Konvertierung eines Covers 5 US-Dollar.

3.3 Bücher im MOBI-Format

Früher oder später will fast jeder mal seine Bücher bei amazon anbieten. Für meine Backpacking-eBooks habe ich lange darauf verzichtet, da sich das Format aufgrund der vielen Fotos und ausgehenden Links nicht für das Kindle-Lesegerät eignet. Nach einer Weile probierte ich es für mein Thailand-eBook, war mit dem Ergebnis jedoch nie ganz zufrieden. Heute verkaufe ich bei amazon nur die digitale Version meiner gedruckten Bücher – allen voran *No Worries*.

Amazon akzeptiert nur eBooks im MOBI-Format und es ist etwas aufwendig, dieses Format zu produzieren. Am leichtesten ist es mit Büchern, die fast nur aus Text bestehen und die im Word-Format vorliegen.

Das Buch im Word-Format kannst Du dann mit der Software [Calibre](#) ins MOBI-Format umwandeln. Dafür gibt es online eine sehr schöne [Schritt-für-Schritt-Anleitung](#).

4. eBooks verkaufen

Ein eBook zu erstellen ist eine Sache. Es zu verkaufen, eine ganz andere.

4.1 Auf der eigenen Website verkaufen

Zunächst brauchst Du eine Landing Page, also eine Seite in Deinem Blog, auf der Du das eBook verkaufst. Für mein erstes eBook hatte ich eine separate Domain gekauft und dort eine ganz neue Seite eingerichtet. Das war sehr aufwendig und hat letztendlich nichts gebracht. Heute erstelle ich für jedes eBook einfach eine neue Unterseite in meinem Blog.

Auf dieser Landing Page solltest Du erklären, welches Problem Dein eBook löst, ein Inhaltsverzeichnis, eine kleine Vorschau und am besten auch ein paar Lesermeinungen von echten Menschen (z. B. Blogger-Kollegen) angeben.

Aber wie verkaufst Du die eBooks? Wie wird die Bezahlung abgewickelt und der Download ausgeliefert? Es gibt heute eine Reihe von Dienstleistern, die uns beim Verkauf digitaler Produkte unterstützen. Die Branche ist gerade in Bewegung, sodass es noch keinen bewährten Standard gibt. Ich probiere selbst verschiedene Alternativen aus und ich stelle Dir die drei gängigsten Optionen vor. Sie haben alle ihre Vor- und Nachteile. Das perfekte Angebot gibt es noch nicht.

4.1.1. Paypal-Button

Wenn Du nur ein Produkt vertreibst und auf Zusatzkosten sowie jeden Schnick-Schnack verzichten möchtest, kannst Du einfach einen Paypal-Button in Deinen Blog einbinden. Bei Paypal legst Du Dein Produkt an und erhältst einen Code, mit dem der zugehörige Button auf Deiner Website erscheint. Der Kunde klickt drauf, bezahlt und wird anschließend zur Download-Seite weitergeleitet. Das ist die einfachste und schnellste Variante. Mein erstes eBook habe ich genau so vertrieben. Doch als ich mehrere Produkte hatte, kam ich damit nicht mehr sehr gut zurecht und mir fehlten zusätzliche Funktionen.

Was viele nicht wissen: Bei PayPal kann man auch ohne ein Kundenkonto bezahlen – und zwar mit Kreditkarte oder per Lastschrift. Leider wissen das auch viele Kunden nicht, da die Option auf der PayPal-Seite etwas versteckt ist.

4.1.2. SendOwl

Nachdem ich viele Tools ausprobiert hatte, blieb ich bei **SendOwl** hängen. SendOwl nutze ich seit mehr als einem Jahr für alle Verkäufe, die über meine Website laufen. Die Plattform ist zwar in englischer Sprache, aber der Bestellprozess wurde ins Deutsche übersetzt, so dass Käufer nur deutsche Meldungen erhalten.

Die Anmeldung ist sehr leicht; innerhalb weniger Minuten kannst Du Deine Produkte hochladen. Um ein Produkt zu verkaufen, musst Du auf Deine Landing Page lediglich einen Link zum Produkt einfügen. Klickt der Kunde darauf, wird er automatisch zu PayPal weitergeleitet. Nach der Bezahlung erhält er den Download-Link.

SendOwl ist besonders nützlich, wenn Du mehrere Produkte verkaufst. Neben digitalen Produkten sind auch Dienstleistungen und physische Produkte vorgesehen. Mehrere Produkte kannst Du zu Paketen zusammenfassen.

Deine Verkäufe werden in einer ansehnlichen Statistik dargestellt. Du kannst Gutscheincodes generieren oder unzufriedenen Kunden mit einem Mausklick das Geld erstatten. SendOwl bietet auch die Möglichkeit, ein Partnerprogramm anzubinden. So kannst Du z. B. andere Blogger einladen, Deine Produkte zu verkaufen. Dafür erhalten sie eine Provision von Dir.

SendOwl nimmt jedoch keine Zahlungen von Kunden entgegen. Sie organisieren nur die Verknüpfung zu entsprechenden Dienstleistern. Am einfachsten lässt sich das Tool mit Paypal verknüpfen. Darüber hinaus ist eine Anbindung zu Kreditkarten-Dienstleistern möglich. Für uns Deutsche kommt derzeit nur PayMill.com in Frage. Das habe ich jedoch nicht gemacht, da es aufwendig ist. Meine Kunden bezahlen nur über Paypal.

Sendowl berechnet eine monatliche Pauschale. Die Höhe ist abhängig vom gewünschten Leistungsumfang. Ich zahle monatlich 15 US-Dollar. Da ich etwa 200 eBooks im Monat verkaufe, schmerzt mich dieser Betrag nicht.

4.1.3. Digistore24

Der Vollständigkeit halber möchte ich noch einen deutschen Service erwähnen. **Digistore24**. Der Vorteil: Die ganze Plattform ist auf Deutsch, es gibt verschiedene Zahlungsmethoden für Deine Kunden und es funktioniert reibungslos. Einige deutsche Blogger verwenden Digistore24 zum Vertrieb ihrer Produkte. Der Nachteil: Der Bestellprozess ist relativ komplex und könnte dafür sorgen, dass viele Kunden mittendrin abspringen, weil es zu kompliziert ist. Außerdem lohnt es sich nicht für sehr preiswerte Produkte, da die Gebühren pro Verkauf zu hoch sind. Ich finde Digistore24 jedoch eine gute Alternative für hochpreisige Produkte. Außerdem kann man hier leicht ein Partnerprogramm starten.

4.2 Bei amazon verkaufen

Neben Deiner eigenen Website kannst Du Dein eBook auch bei amazon verkaufen. Bei amazon kannst Du eine ganz neue Zielgruppe ansteuern, die von Deinem Blog noch nie gehört hat. Dafür meldest Du Dich einfach bei **Amazon Kindle Direct Publishing** an, lädst Deine MOBI-Datei hoch und legst los. Viel komplizierter ist es wirklich nicht. Alles, was Du wissen musst, findest Du auf der amazon-Website.

Allerdings gibt es auch Nachteile: Du *musst* Dein eBook im MOBI-Format liefern. Das kann aufwendig sein und nicht für jedes eBook ist dieses Format sinnvoll. Außerdem schneidet sich Amazon ein großes Stück vom Kuchen ab. Wenn Dein Buch zwischen 2,99 Euro und 9,99 Euro kostet, erhältst Du siebzig Prozent vom Netto-Verkaufspreis. Ist es billiger oder teurer, erhältst Du nur 35 Prozent. Achtung: Von den Brutto-Verkaufspreisen wird vorher die Mehrwertsteuer in Höhe von 19 Prozent abgezogen!

Wenn Du Dein eBook exklusiv bei amazon verkaufst, kannst Du am KDP-Select-Programm teilnehmen. Dieses ermöglicht Dir, Dein eBook für bis zu fünf Tage kostenlos anzubieten und damit eine große Zielgruppe zu erreichen. Außerdem können Kunden Dein eBook dann auch ausleihen. Für die Ausleihe erhältst Du eine pauschale Vergütung (derzeit ca. 1,20 Euro).

4.3 In anderen Shops verkaufen

Neben Deinem eigenen Blog und amazon kannst Du Dein eBook auch in anderen Online-Buchläden verkaufen. Bis auf wenige Ausnahmen kannst Du diese jedoch nicht direkt ansteuern. Kein Händler hat ein professionelles Programm wie amazons KDP. Allerdings gibt es Dienstleister, mit deren Hilfe Du Dich diesen Shops anschließen kannst. Die bekanntesten sind **Bookrix** und **Neobooks**. Ich nutze Bookrix, um *No Worries* zu vertreiben. Dort habe ich einmal mein eBook im ePub-Format hochgeladen und seitdem nichts mehr damit zu tun gehabt. Das ist einerseits einfach – auf der anderen Seite habe ich keinerlei Möglichkeiten, den Erfolg zu beeinflussen. Da jeder Shop andere Tantiemen bezahlt, gibt es keinen einheitlichen Satz. Ich erhalte im Durchschnitt etwa 35 Prozent vom Bruttoverkaufspreis.

4.4 Gedruckte Bücher verkaufen

Ein Sonderfall ist das gedruckte Buch. Als ich vor meinem ersten Buch stand, habe ich mich über die Optionen informiert. Aus meiner Sicht lohnt eine lange Recherche derzeit nicht. Die Antwort lautet wie immer: amazon.

Über den Service **CreateSpace** ermöglicht amazon seinen Autoren, gedruckte Bücher zu veröffentlichen – und zwar ohne Kosten oder Mindestauflage. Wenn Du nie ein Buch verkaufst, bleibst Du auf keinerlei Gebühren sitzen. Von jedem abgesetzten Buch behält amazon einfach einen Teil ein. Einen pauschalen Prozentsatz gibt es hier allerdings nicht. Das hängt vom Format des Buchs und der Anzahl der Seiten ab. Als Anhaltspunkt: *No Worries* verkaufe ich für 12,99 Euro und erhalte Tantiemen in Höhe von 4,21 Euro.

Unkundige Menschen glauben häufig, das sei wenig, doch es ist enorm viel. Die Differenz sind ja nicht nur die Druckkosten, sondern auch eine Art Vermarktungsgebühr dafür, dass amazon das Buch für Dich vertreibt. Die meisten Kunden kommen nicht aus meinem Blog, sondern kennen meinen Blog gar nicht.

5. Informiere Dich über Self Publishing

Das alles kann offensichtlich nur ein Einstieg für Dich sein. Wenn Du ernsthaft Deine eigenen Bücher verkaufen möchtest, solltest Du Dich in das Thema Self Publishing vertiefen. Dafür gibt es viele interessante Quellen und je tiefer Du einsteigst, desto mehr kannst Du aus Deinen Büchern herausholen.

Drei Tipps:

- **How to publish an eBook** (eine lange Liste an Quellen)
- **Authority** (das bisher beste Buch zum Self Publishing)
- **Let's get digital** (nicht ganz so nützlich wie Authority, aber deutlich billiger)

6. Meine Verkäufe im Verlauf der Zeit

Dein eBook muss sich nicht gleich am ersten Tag großartig verkaufen. Ich würde sagen, es hängt stark von der Art des eBooks ab. Schreibst Du etwas Spezielles für eine definierte Zielgruppe, solltest Du Dich vor der Veröffentlichung stark mit dem Marketing des Buchs auseinandersetzen. Da kann es sinnvoll sein, in anderen Blogs Gastartikel zu schreiben oder Interviews zu geben. Du könntest auch ein Partnerprogramm aufsetzen und anderen Bloggern eine Provision zahlen, wenn sie Dein Produkt bewerben. Mit einer solchen Startvorbereitung solltest Du bereits am ersten Tag viele Verkäufe erzielen. So habe ich es mit *Beruf: Reiseblogger* gemacht. Aufgrund der Vorbereitung konnte ich am ersten Tag bereits 55 Käufer finden.

Bei meinen Mini-Reiseführern (Thailand, Vietnam & Co.) war das anders. Sie sind schwerer zu bewerben, da sie nur wenige Leser meines Blogs interessieren. Bei *101 Places* geht es nur am Rande um Thailand – nämlich genau dann, wenn ich mal selbst dort bin – aber die Mehrheit meiner Leser ist vielfältiger interessiert und möchte nicht demnächst nach Thailand reisen. Das gleiche gilt für die meisten anderen Reiseblogs, folglich kann ich die eBooks auch dort nur schwer bewerben. Und selbst wenn es einen spezifischen Thailand-Blog gibt, so ist mein Mini-Reiseführer für diese Zielgruppe allerdings zu allgemein. Daher habe ich mein erstes eBook „Backpacking in Thailand“ nicht breitflächig beworben, sondern einfach veröffentlicht, und mit der Zeit haben es meine Stammleser und jene, die von Google kommen, gekauft. In den ersten Tagen habe ich das eBook kostenlos angeboten, das hat etwas Aufmerksamkeit erregt. So habe ich ein paar Hundert eBooks kostenlos verteilt – aber das wären nicht ein paar Hundert zahlende Käufer gewesen! Die meisten Menschen greifen einfach zu, wenn es etwas kostenlos gibt.

Dadurch hatte ich am Anfang nur wenige Verkäufe. Im ersten Monat waren es acht. Von jedem Verkauf bleiben etwa 3 Euro bei mir hängen, also habe ich 24 Euro verdient. Das klingt ernüchternd. Ich empfand es jedoch als einen ordentlichen Start. Über jeden Verkauf habe ich mich gefreut.

Im zweiten Monat habe ich dann schon 21 eBooks verkauft, darunter fünf Exemplare meines zweiten Buchs „Backpacking in Malaysia“. Nun hatte ich also schon mehr als 60 Euro verdient.

Im dritten Monat ist die Zahl der Verkäufe erneut gestiegen, auf 54! Mittlerweile hatte ich mein drittes Buch veröffentlicht (Vietnam) und alle drei eBooks wurden gekauft. Besonders freute mich, dass einige Leser zwei oder gleich alle drei eBooks gekauft haben. In diesen Fällen haben sie zunächst eines heruntergeladen und zehn bis zwanzig Minuten später das nächste. Offenbar haben sie sich von der Qualität überzeugt und dann beschlossen, auch noch die anderen eBooks zu kaufen. So konnte ich mit einem Kunden schon deutlich mehr verdienen als nur drei Euro. In diesem Monat hatte ich schon mehr als 160 Euro mit meinen eBooks eingenommen.

Der vierte Monat war enttäuschend. Ich habe lediglich 34 eBooks verkauft, obwohl ich sogar mein viertes Buch (Laos) veröffentlicht hatte. Laos ist jedoch kein so beliebtes Reise-land, daher trägt es nicht sehr viel zu den Verkäufen bei. Allerdings habe ich in diesem Monat meine vier eBooks zu einem Südostasien-Paket zusammengefasst, das ich für 9,90 Euro anbiete. Das wurde einige Male gekauft, sodass meine Einnahmen immerhin noch bei 130 Euro lagen.

Im fünften Monat erschien mein fünftes eBook (Neuseeland). Auch nicht gerade ein Bestseller, aber es sorgt für solide Verkäufe. Insgesamt ist das Volumen meiner Verkäufe in diesem Monat stark angestiegen. Indirekt hat dafür auch das Neuseeland-eBook gesorgt. Als ich es bei Facebook ankündigte, verkaufte ich am gleichen Tag 14 meiner anderen eBooks – nur, weil ich die Aufmerksamkeit auf meine eBooks lenkte. Außerdem meldeten sich mehr als 150 Leser für meinen Newsletter an, um das Neuseeland-eBook gratis zu erhalten. Auch die Zahl meiner Leser stieg im Oktober (dem fünften Monat) deutlich an, was letztendlich zu weiteren Verkäufen geführt hat. Am Ende des Monats hatte ich mehr als neunzig eBooks verkauft und etwa 300 Euro verdient.

Noch viel besser wurde es im sechsten Monat. Da habe ich ein paar mehr Dinge ausprobiert, zum Beispiel einen Fünfzig-Prozent-Sale für 48 Stunden. Innerhalb dieser beiden Ta-

ge gab es alle Südostasien-eBooks für 1,90 Euro anstatt 3,90 Euro. Ich habe 48 Stück verkauft! Trotz des geringen Preises habe ich so deutlich mehr verdient als an einem normalen Tag ohne Preisreduzierung.

Aber es kommt noch besser: Offenbar hat die Aktion Aufmerksamkeit erregt, sodass auch im Anschluss noch mehr Verkäufe stattfanden als vorher. Außerdem habe ich Mitte des Monats mein nächstes eBook (Mexiko) veröffentlicht, was für weitere Verkäufe sorgte. Zum Start gab es das eBook dieses Mal nicht kostenlos, sondern zum halben Preis. Letztendlich habe ich im sechsten Monat etwa 170 eBooks verkauft und mehr als 400 Euro verdient.

In der Zeit danach haben sich die monatlichen Verkäufe auch ohne Rabattaktionen bei 150 bis 200 eingependelt. Jeden Monat verdiene ich nun also 450 bis 600 Euro mit meinen kleinen eBooks, die ich teilweise vor anderthalb Jahren veröffentlicht habe. Da die meisten Informationen zeitlos sind, musste ich sie seither kaum aktualisieren. Sie haben sich also längst gerechnet.

Dieses Niveau kam nicht zufällig zustande. Im ersten halben Jahr beschäftigte ich mich immer wieder mit Optimierungen. Für jedes neue eBook habe ich eine andere Startaktion probiert (14 Tage kostenlos, zwei Tage kostenlos, halber Preis, kostenlos für Newsletter Abonnenten), und ich verbesserte auch immer wieder meine Verkaufsseiten, denn dort entscheidet sich, ob ein Kunde kauft oder nur guckt.

Mit dem Erfolg der eBooks bin ich zufrieden, aber ihre Einnahmen spielen heute eine vergleichsweise kleine Rolle. Noch besser läuft *No Worries*. In einem normalen Monat verkaufe ich davon etwa 150 Exemplare und nehme mehr als 700 Euro ein. Im Dezember (Weihnachtsgeschäft und Backpacker-Saison) waren es 400 Exemplare bzw. 1.900 Euro. Hinzu kommen die Einnahmen meines zweiten Buchs *Kopfsache*. Dieses hat nichts mit dem Reisen zu tun, sondern basiert auf meinem Blog introvertiert.org. Davon verkaufe ich etwa 200 Stück pro Monat, was Einnahmen von ca. 1.100 Euro entspricht. Alles in allem verdiene ich monatlich etwa 2.500 Euro mit meinen eigenen Produkten. Im bislang besten Monat (Dezember 2014) waren es sogar 3.600 Euro.

Ich nenne diese Zahlen nicht, um mit meinem Erfolg zu prahlen. Ich möchte Dir zeigen, was möglich ist. Diese Bücher und eBooks habe ich in den letzten anderthalb Jahren geschrieben. Nebenbei habe ich zwei Blogs betrieben (mittlerweile drei), bin weiter um die Welt gereist und hatte immer noch viel Zeit für mich und meine Hobbys.

6.5 AMAZON PARTNERPROGRAMM

Für viele Reiseblogger ist amazon eine große Einnahmequelle. Um mit amazon Geld zu verdienen, brauchst Du vor allem eines: Traffic. Je mehr Leser Du hast, desto mehr kannst Du auch mit amazon verdienen. Ich verdiene derzeit etwa 800 bis 1.000 Euro im Monat mit amazon.

Was ist das Amazon Partnerprogramm?

Amazon betreibt ein Partnerprogramm unter partnernet.amazon.de. Wenn Du amazon-Produkte an Deine Leser empfehlen willst, kannst Du Dich dort als Partner anmelden. Nach der Registrierung kannst Du auf verschiedene Werbemittel zugreifen und jedes einzelne amazon-Produkt bewerben. Wenn Deine Leser ein Produkt kaufen, erhältst Du dafür eine Provision. Die Höhe der Provision hängt von der beworbenen Produktgruppe ab. Im Durchschnitt erhalte ich pro verkauftes Produkt ungefähr einen Euro.

Das ist die grundsätzliche Idee von Affiliate Marketing und amazon ist eines der größten Affiliate-Programme (auch Partnerprogramme genannt). Dieser Guide ist nicht der richtige Ort, um Dir Affiliate Marketing in allen Facetten zu erklären. Ich empfehle Dir, Dich zunächst mit dem amazon-Programm vertraut zu machen. Amazon stellt viele Informationen zur Verfügung.

Wenn Du dennoch grobe Verständnisprobleme hast (damit wärst Du keine Ausnahme), kannst Du in das Thema Affiliate Marketing etwas tiefer eintauchen. Ich lasse jede Bescheidenheit fallen und empfehle Dir die beste Ressource in der Branche: [Das eBook der Agentur Projecter](#) ist kostenlos und wurde zu großen Teilen von mir geschrieben. Etliche Unternehmen und Agenturen nutzen es, um neue Mitarbeiter auszubilden. Es kann also nicht so schlecht sein.

Wie kannst Du Produkte bewerben?

Jetzt nehmen wir mal an, dass Du Dich mit amazon vertraut gemacht hast und Produkte bewerben möchtest. In meinem Blog bewerbe ich vor allem zwei Arten von Produkten: Reiseführer und Reiseausrüstung.

Auf meinen Infoseiten verlinke ich – wenn es passt – die gängigen Reiseführer. Wenn ich über Thailand schreibe, empfehle ich die Thailand-Reiseführer von Stefan Loose, Rough Guide und Lonely Planet. Hin und wieder kauft das jemand, denn die meisten Thailand-Backpacker fahren nicht ohne Reiseführer los.

Etwas lukrativer ist Reiseausrüstung und die verkaufe ich über meine **Packliste**. Die erste Version meiner Packliste ist aus meiner eigenen Erfahrung entstanden. Als ich das erste Mal auf eine längere Reise ging, habe ich alle Inhalte meines Rucksacks notiert. Einige dieser Dinge habe ich mit amazon-Links versehen. Später habe ich vereinzelt Produkte hinzugefügt, die Backpacker in der Regel interessant finden. 95 Prozent der Produkte auf meiner Packliste nutze ich selbst. Der Rest ist für Reisende, die gern auf Nummer sicher gehen und ein paar Dinge mehr dabeihaben.

Ich verlinke selten spezifische Produkte, sondern häufig auf ein amazon-Suchergebnis. Beispiel: Ich verlinke kein bestimmtes Reisehandtuch, sondern auf die Seite, die bei amazon erscheint, wenn man dort nach „Reisehandtuch“ sucht. Andere Blogger verlinken einzelne Produkte. Der Erfolg scheint mir letztendlich der gleiche zu sein. Wenn Du bestimmte Produkte verlinkst, sollten die aber auch wirklich gut sein und nicht beliebig.

Mittlerweile ist meine Packliste sehr ausgefeilt mit Teillisten, die ich ausführlich auf mehreren Unterseiten beschreibe. Außerdem gibt es meine Packliste zum Ausdrucken und Abhaken. Etliche Stunden Arbeit stecken in der Optimierung dieser Liste. Der Grund ist einfach: Die Packliste bringt Geld ein und gleichzeitig nutzt sie meinen Lesern.

Packlisten muss es nicht nur für Backpacker geben. Menschen suchen für jeden erdenklichen Anlass nach Packlisten (Camping, Festivals, Badeurlaub etc.). Solche Listen geben ihnen die Sicherheit, nichts zu vergessen.

Wie bringst Du Leser auf Deine Packliste?

1. Mit Deiner Packliste kannst Du neue Besucher für Deinen Blog gewinnen. Dazu musst Du einfach auf passende Suchbegriffe optimieren. In meinem Fall ist das „Backpacking Packliste“ oder „Backpacker Packliste“. Für diese Begriffe wird mein Blog weit oben bei Google gelistet. Für Dich können das ähnliche Begriffe sein: „Weltreise Packliste“, „Urlaubspackliste“, „Packliste für Reisen“, „Camping Packliste“ etc. Auch das Wort „Checkliste“ kann in Kombination mit Reisebegriffen relevant sein.

2. Wenn die Packliste zu Deiner Zielgruppe passt (wovon ich mal ausgehe), werden sich die meisten Deiner Leser früher oder später für eine Packliste interessieren. Daher sollte sie gut auffindbar sein. Verlinke die Packliste also intern sinnvoll. Nimm sie vielleicht in Deine Hauptnavigation auf oder in die Sidebar oder sogar auf die Startseite. Sorge dafür, dass Deine Leser die Packliste tatsächlich finden. Meine Packliste ist die meistbesuchte Seite meines Blogs.

6.6 ANDERE PARTNERPROGRAMME

Neben amazon gibt es noch ein paar andere Partnerprogramme, die für Reiseblogger interessant sind. Im Folgenden möchte ich die Programme vorstellen, die ich derzeit verwende:

1. Flugsuchmaschinen

Skyscanner ist meine liebste Flugsuchmaschine. Wann immer ich über Flüge schreibe, bringe ich Links zu Skyscanner in einem Artikel oder auf einer Infoseite unter. Manchmal verlinke ich zusätzlich den Anbieter Momondo. Wenn jemand über diese Links einen Flug bucht, erhalte ich eine kleine Provision. Es dauerte lange bis dieses Modell anlief. Anfangs verdiente ich kaum 10 Euro pro Monat. Mit der Zeit schrieb ich einige Artikel über Flüge, welche viele Leser anziehen. Heute nehme ich mit Flugbuchungen 500 bis 600 Euro im Monat ein. Das Partnerprogramm von Skyscanner läuft im Affiliate-Netzwerk [Tradedoubler](#). Das Momondo-Partnerprogramm läuft im Netzwerk [webgains](#).

2. Hostels

Meine Hostels buche ich immer über Hostelworld. Also verlinke ich oft Hostelworld, wenn ich über Hostels schreibe. Auch dieses Programm läuft bei Tradedoubler und generiert Provisionen, wenn meine Leser ihre Hostels über meine Links buchen. Das kommt jedoch nicht oft vor. Damit verdiene ich kaum mehr als 20 bis 50 Euro im Monat. Alternativ verlinke ich manchmal zu Hostelbookers, deren Partnerprogramm ebenfalls bei Tradedoubler läuft. Hinter beiden steckt jedoch das gleiche Unternehmen.

3. Hotels

Meine Hotels buche ich über Booking.com. Nahezu immer! Also empfehle ich diese Plattform auch häufiger im Blog, wenn es um Hotels geht. Mit Booking.com verdiene ich bisher auch nicht mehr als 30 Euro monatlich. Das Programm läuft leider nicht bei Tradedoubler. Du musst Dich bei Booking.com direkt [als Partner registrieren](#).

4. Kreditkarten

Wer ins Ausland reist, braucht eine Kreditkarte. Ich selbst benutze fast immer die Kreditkarte der DKB, denn damit kann man überall auf der Welt kostenlos Bargeld abheben. Hin und wieder empfehle ich diese Kreditkarte an meine Leser. Manchmal bestellt sich auch jemand eine solche Kreditkarte. In den ersten Monaten habe ich damit gar nichts verdient, später habe ich etwa fünf Karten im Monat vermittelt. Erst als ich einen ganzen Artikel nur dem Thema Reisekreditkarte widmete, gingen die Verkäufe in die Höhe. Diesen habe ich intern gut verlinkt, so dass neue Leser ihn finden. Heute vermittle ich etwa 40 bis 50 Kreditkarten im Monat. Für jede Vermittlung erhalte ich 30 Euro Provision.

Das Partnerprogramm der DKB läuft bei vielen Affiliate-Netzwerken: Finance Quality, Affilinet und Tradedoubler.

5. AirBnB

Auf Städtereisen übernachtete ich selten in Hotels und Hostels. Stattdessen suche ich private Unterkünfte bei AirBnB. So bin ich schon in den USA, Australien, Südafrika, Hong Kong, Norwegen und der Türkei gut untergekommen. Da ich diese Art der Übernachtung selbst so gern mag, empfehle ich sie auch meinen Lesern. Ich schrieb einen sehr ausführlichen Artikel über meine AirBnB-Erfahrungen. Seitdem melden sich immer wieder Leser über meine Links bei AirBnB an. Allerdings gibt es kein echtes Partnerprogramm, sondern nur ein Kunden-werben-Kunden-Modell. Ich bekomme daher kein Bargeld ausgezahlt, sondern eine Gutschrift auf mein Kundenkonto – 25 US-Dollar, wenn ein von mir geworbener Kunde eine Unterkunft bei AirBnB bucht.

6. Get Your Guide

Ebenfalls für Städtereisende eignet sich dieses Partnerprogramm. Bei Get Your Guide können Kunden Stadtführungen und andere Ausflüge buchen. Das meiste Angebot gibt es in den großen Metropolen dieser Welt. In meinem gut laufenden Artikel über Dubai habe ich ein paar Touren beworben und verdiene etwa 50 Euro pro Monat damit – nur über diesen einen Artikel. Das Programm hat noch viel mehr Potenzial für Blogger, die häufiger über Städtereisen schreiben.

Das Partnerprogramm läuft bei keinem Netzwerk. Du kannst Dich dafür **direkt auf der Website** von Get Your Guide anmelden.

Weitere Partnerprogramme bewerbe ich derzeit nicht. Du siehst, dass ich Produkte und Leistungen bewerbe, die ich selbst gern nutze. Das ist die ursprünglichste und sinnvollste Form des Affiliate Marketing und kann ernsthaft als Empfehlungsmarketing bezeichnet werden.

Für Dich können andere Partnerprogramme sinnvoll sein – je nachdem, welche Produkte Du selbst verwendest und welche Zielgruppe Du ansprichst. Auf Plattformen wie 100partnerprogramme.de kannst Du nach passenden Programmen suchen.

Einbindung von Partnerprogrammen

Leider lese ich oft, dass Affiliate Marketing nicht funktionieren würde. So berichten Reiseblogger davon, dass sie einen Banner zu einem Reiseveranstalter in ihre Sidebar oder den Footer integriert haben – in der Hoffnung, dass sich manch ein Leser dadurch angesprochen fühlt, auf den Banner klickt und anschließend eine Reise bucht. So funktioniert Affiliate Marketing tatsächlich nicht!

Orientiere Dich besser an dem Wort Empfehlungsmarketing. Wenn Du Deinen Freunden ein Produkt empfiehlst, hältst Du ihnen dann zusammenhanglos ein großes Schild vor die Nase? Oder weist Du in einem Gespräch an passender Stelle auf das Produkt hin, das Du selbst nutzt? Ich glaube, die Antwort ist eindeutig und genauso funktioniert es auch im Internet.

Wenn ich einen interessanten Text schreibe und ein passendes Produkt empfehlen kann, dann binde ich den entsprechenden Link einfach in den Artikel ein. Schreibe ich darüber, wie man einen günstigen Flug von Deutschland nach Thailand findet, verlinke ich innerhalb des Beitrags in jedem Fall meine liebste Flugsuchmaschine Skyscanner. Mit der Zeit wird der Artikel von Lesern gefunden, die tatsächlich nach einem Thailand-Flug suchen. Da sie meine Anleitung mögen, vertrauen sie auch auf meine Empfehlung und buchen ihren Flug über Skyscanner. Dafür erhalte ich eine kleine Provision.

Mit *einem* Link allein ist es natürlich nicht getan, aber je mehr Artikel Du schreibst, desto häufiger hast Du die Gelegenheit, einen Partner-Link unterzubringen. Schreibst Du über Reiseausrüstung, kannst Du Deine liebsten Produkte empfehlen und Deine Leser zu amazon schicken. Schreibst Du über Finanzen, kannst Du eine passende Kreditkarte empfehlen. Erwähnst Du eine gute Unterkunft in Deinem Reisebericht, kannst Du über Hostelworld oder eine andere Plattform darauf verlinken. Nach einiger Zeit summieren sich diese kleinen Empfehlungen, sodass Du täglich Provisionen erhältst.

Wenn es für Deine Nische ein äußerst gut passendes Partnerprogramm gibt, kannst Du dieses natürlich auch über einen Banner in der Sidebar bewerben. Allerdings solltest Du dabei nicht willkürlich vorgehen und auch keine allzu hohen Einnahmen erwarten.

Ein letzter wichtiger Tipp: Bewirb keine Programme, die nicht zu Deiner Zielgruppe passen. Wenn Du über Backpacking schreibst, ist ein Partnerprogramm für luxuriöse Ferienwohnungen unpassend. Kaum ein Leser wird sich dafür interessieren, und viel schlimmer noch: Du verlierst Deine Glaubwürdigkeit, wenn Du versuchst, aus jeder Gelegenheit ein Einkommen zu erzielen.

6.7 SPONSORING

Nach einigen Monaten werden die ersten Unternehmen auf Dich zukommen und Sponsorings jeder Art vorschlagen: Kostenlose Produkte zum Testen, kostenfreie Übernachtungen oder gar kostenlose Flüge. Wie immer gilt auch hier: Mache absolut nichts, was Deinem Blog schadet. Im Englischen gibt es den schönen Spruch: „*There is no free lunch.*“ Das heißt, nichts ist wirklich kostenlos! Kein Unternehmen schenkt Dir irgendetwas ohne Gegenleistung. Du bezahlst immer dafür, indem Du Deinen Lesern einen Inhalt präsentierst.

Ich halte nicht viel von Moralpredigten. Aus moralischer Sicht ist mir egal, was Du machst und was nicht. Mir liegt mit diesem Guide nur etwas daran, dass Dein Blog erfolgreich wird, und mit den falschen Kooperationen kannst Du Dich richtig in die Nesseln setzen.

Manchmal musst Du also Nein sagen. Das fällt vor allem am Anfang schwer, wenn die ersten Angebote kommen. Später wird es leichter, wenn Dir klar wird, dass *Du* entscheidest und sonst niemand. So habe ich einen Flug im Wert von 800 Euro abgelehnt, weil ich keinen guten Aufhänger für eine Story hatte und eine Kamera für 300 Euro, weil ich bereits eine nützlichere Kamera habe. Weitere Absagen werden folgen.

Aber natürlich sind nicht alle Kooperationen schlecht. Einige sind sogar sehr reizvoll. Ich möchte Dir ein paar Tipps mit auf den Weg geben, wie Du gute Kooperationen an Land ziehen kannst.

Verschiedene Arten geldwerter Vorteile

1. Gratis-Produkte

Hin und wieder werden Unternehmen auf Dich zukommen, die Dir ein Produkt kostenlos zukommen lassen. Der Hintergrund: Du sollst das Produkt testen und in Deinem Blog vorstellen. Im Anschluss darfst Du das Produkt behalten.

In aller Regel habe ich keine Verwendung für irgendwelche Produkte, da ich einigermaßen minimalistisch lebe. Jedes weitere Produkt belastet mich nur. Vor einiger Zeit habe ich einen Tablet PC im Wert von 500 Euro abgelehnt, weil ich keine Verwendung dafür habe und er außerdem auf Windows lief. Ich habe keine Lust, meinen Lesern etwas vorzustellen und Werbung unterzujubeln, wenn ich für das Produkt selbst nicht einmal Verwendung habe (trotzdem war es für einen Moment verlockend).

Bislang habe ich nur einen **Produkttest** mitgemacht. Man bot mir einen Reiserucksack an, den ich ganz praktisch fand. Also habe ich ihn ausprobiert.

Du kannst natürlich für Dich selbst entscheiden, was Du annimmst und was nicht. Mein Tipp: Nimm nur Dinge, die Du wirklich gebrauchen kannst.

Achtung: Manchmal kommen Angebote, bei denen Du die Produkte nach dem Test wieder zurückschicken musst. Das ergibt aus meiner Sicht überhaupt keinen Sinn.

2. Gratis-Übernachtungen

Es gibt mehrere Möglichkeiten, an gesponserte Übernachtungen zu kommen. Manchmal trudeln per E-Mail Anfragen für ein Wochenende in einem luxuriösen Hotel ein. Das ist dann eine Art Pressereise, wobei es allerdings nicht um das Reiseziel, sondern um das Hotel geht. Das ist jedoch recht willkürlich und nicht planbar.

Sinnvoller wäre es schon, Deine Reiseblogger-Trumpfkarte auszuspielen, wenn Du selbst auf Reisen bist. Wenn Du also weißt, dass Du bald an einen bestimmten Ort reist, kannst Du vorab Unterkünfte anschreiben, Dich vorstellen und einen Barter-Deal vorschlagen: Du erhältst ein paar Nächte gratis. Im Gegenzug stellst Du die Unterkunft in Deinem Blog vor. Ich habe das nie probiert, weiß aber von befreundeten Bloggern, dass es funktioniert. Natürlich solltest Du über eine gewisse Reichweite verfügen, schöne Social-Media-Zahlen vorweisen können und in Deiner Anfrage die Vorteile für das Hotel herausstellen!

Eine weitere Möglichkeit ist die Kooperation mit einem Buchungsportal. Hostelbookers kooperiert recht häufig mit Bloggern. Mit denen kannst Du sehr individuelle Deals aushan-

deln. Ein paar Nächte gratis oder gleich eine ganze Reise? Alles ist möglich, solange beide Seiten profitieren. Nachteil: Häufig werden nur Mehrbettzimmer gesponsert und jede Unterkunft muss mindestens zwei Wochen im Voraus gebucht werden.

Ich habe eine solche Kooperation bisher nicht in Anspruch genommen und habe es auch nicht vor. Mit ein paar Gratis-Übernachtungen im Mehrbettzimmer spare ich nur wenig Geld, habe aber viel Aufwand, muss lange im Voraus planen und dafür muss ich auch noch Werbeleistung erbringen. Das lohnt sich für mich nicht.

Sei Dir bewusst, dass Hotelvorstellungen für Deine Stammler uninteressant sind. Zwar bekommst Du ein paar Nächte gratis, musst aber einen relativ sinnfreien Artikel schreiben, von dem ohnehin jeder weiß, dass er gesponsert und damit nicht ernst zu nehmen ist.

3. Gratis-Flüge

Spätestens jetzt wird es interessant. Wenn Du eine gewisse Reichweite erlangt hast – es muss nicht einmal viel sein, 5.000 Besucher im Monat können reichen – kannst Du mit der einen oder anderen Fluglinie kooperieren. Vor allem Condor bemüht sich um Kooperationen mit Bloggern. Auch hier gilt natürlich: Es muss eine Win-win-Situation sein.

Es gibt einige Blogger, die Flüge im Wert von 1.000 Euro und mehr von Condor gesponsert bekommen haben. Für Manche ist es schon fast üblich geworden. Ich habe es einmal versucht (Frankfurt – Cancún), bin mir mit Condor jedoch nicht einig geworden. Condor war nicht an Werbeleistung interessiert, sondern an einer redaktionellen Integration. Also eine schöne Geschichte rund ums Fliegen, in der Condor positiv erwähnt wird. Dafür verzichten sie im Zweifel auch auf Reichweite. Diese schönen PR-Geschichten liegen mir nicht, daher habe ich meinen Flug lieber selbst bezahlt.

Diese Erfahrung hat mir die Herausforderungen von Kooperationen aufgezeigt. Es ist sehr verlockend, sich für einen 800-Euro-Flug zu strecken, aber wie ich schon sagte: *There is no free lunch!* Beahlt wird später, wenn Du Deinen Lesern Storys andrehen musst, die Du gar nicht schreiben willst und die Dich selbst gar nicht interessieren.

Aber vielleicht bist Du in der Hinsicht kreativer, als ich es bin. Dann kannst Du mit Airline-Kooperationen ordentlich Geld sparen.

Sponsoren finden

1. Investiere in schöne Zahlen

Kooperationspartner machen sich häufig nicht besonders viel Mühe bei der Identifikation passender Partner. Bei vielen Reisebloggern gibt es mehr Schein als Sein. Einige haben ähnlich viele Fans wie *101 Places*, aber nur zehn Prozent der tatsächlichen Leser. Der Praktikant des Unternehmens sieht allerdings nur die Fanzahl und entscheidet auf dieser Grundlage. Also solltest Du in „schöne“ Zahlen investieren.

Aber verstehe mich nicht falsch: Du sollst keine Zahlen fälschen! Kompromittiere nicht Deine Glaubwürdigkeit. Nein, Du sollst einfach Zeit und Aufwand investieren, um Deine Zahlen zu optimieren. Kümmere Dich um Deine Facebook-Seite (schalte eventuell Anzeigen), steigere die Zahl Deiner Follower bei Twitter (zum Beispiel indem Du selbst vielen Leuten folgst), lass Deine E-Mail-Liste wachsen oder erhöhe Deine Seitenaufrufe im Blog, indem Du die interne Verlinkung stärkst und die Leser länger auf der Seite hältst. Das alles sind völlig legitime Maßnahmen, die auch unabhängig von Kooperationen sinnvoll sind.

2. Erhöhe Deine Sichtbarkeit in der Branche

Dass Dein Blog in anderen Blogs erwähnt werden sollte, ist Dir bereits klar. Doch Du musst auch an Deiner Sichtbarkeit für Kooperationspartner arbeiten. Die meisten machen sich nicht die Mühe, stundenlang in Blogs zu wühlen. Im Gegenteil: Sie suchen Listen! Solche Listen sind:

- Reiseblogs.org
- [Reiseblogger-Kodex](#)
- [Teads Labs Reisen](#)

Außerdem kannst Du versuchen, Deinen Blog für das Keyword „Reiseblog“ oder „Reiseblogger“ zu optimieren, denn danach werden viele Praktikanten suchen. Aber das ist eher schwierig.

Von den oben genannten Listen ist nur eine sortiert, und die ist deshalb die spannendste: Das Teads-Labs-Ranking (ehemals eBuzzing). Wenn Du dort in den Top 10 stehst, kommen die Kooperationsanfragen von ganz allein. Es gibt allerdings ein Problem mit dieser Liste: Sie sagt nichts über den Erfolg der Blogger aus. Die Reiseblogger in den Top-Positionen sind sogar eher mittelmäßig (was die Reichweite anbelangt). Ich habe in einem beliebigen Monat mehr Besucher als manch ein Top-Blogger dieser Liste in einem ganzen Jahr.

Damit will ich diese Blogger nicht diskreditieren, sondern nur verdeutlichen, dass dieses Ranking nach anderen Kriterien funktioniert. Traffic spielt keine Rolle und Qualität auch nicht. Wie das Ranking genau funktioniert, wird außer dem Betreiber niemand schlüssig beantworten können. Folgende Dinge spielen aber eine große Rolle: Verlinkungen von anderen Blogs, die im Ranking weit oben stehen, und soziale Signale wie Likes und Retweets.

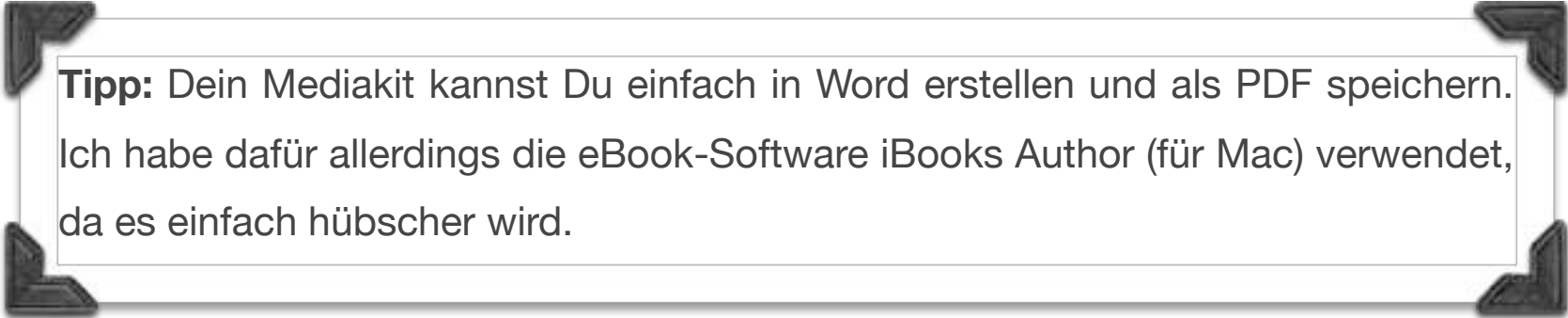
Ich habe eine Weile darauf geachtet, für ein gutes Teads-Labs-Ranking zu optimieren. In dieser Zeit bin ich zwischen Position 5 und 20 geschwankt, während Blogger mit einem Bruchteil des Traffics wie festgenagelt in den Top 3 stehen. Mittlerweile habe ich mich davon verabschiedet, da ich Kooperationen ohnehin nicht mehr sehr spannend finde.

3. Erstelle ein Mediakit

Wenn Du professionell mit Unternehmen zusammenarbeiten möchtest, brauchst Du in jedem Fall ein Mediakit. In einer solchen Datei befinden sich Informationen rund um Deine Website: Wen sprichst Du an, wie reist Du gern, wie viele Besucher hast Du, wie viele Menschen folgen auf Deinen Social-Media-Kanälen, welche Arten der Zusammenarbeit strebst Du an? Kristine Honig hat in ihrem Blog eine **hervorragende Anleitung für ein Reiseblogger-Mediakit** geschrieben. Die solltest Du befolgen.

Mein Mediakit findest Du auf meiner **PR/Media-Seite**. Das Kit aktualisiere ich alle paar Monate (am Anfang häufiger), um stets aktuelle Zahlen zu bieten.

Die PR/Media-Seite dient einem ersten Überblick. Dort verlinke ich alle Erwähnungen in anderen Blogs oder Medien. So sehen interessierte Kooperationspartner auf den ersten Blick, dass *101 Places* gut in der Reisebranche verankert ist.



Tip: Dein Mediakit kannst Du einfach in Word erstellen und als PDF speichern. Ich habe dafür allerdings die eBook-Software iBooks Author (für Mac) verwendet, da es einfach hübscher wird.

4. Selber Kooperationspartner suchen

Wenn Du nicht warten willst, kannst Du den Spieß auch umdrehen und Kooperationen suchen. Ich habe Blogger kennengelernt, die regelmäßig Unternehmen und DMOs (Destination Marketing Organizations) anschreiben und damit auf Einladungen zu Reisen oder Gratis-Produkte abzielen. Ich habe das bisher nicht gemacht, da ich es nicht mag. Aber es ist möglich und funktioniert.

Wenn Du nicht ganz so offensiv sein willst, gibt es Alternativen: Nimm an der ITB (Internationale Tourismusmesse Berlin) teil. Diese findet jedes Jahr im März statt. Dort ist das „Who is Who“ der Tourismusbranche versammelt. Eine gute Möglichkeit, um spätere Kooperationen anzuleiern. Außerdem ist dort die halbe Blogger-Branche vertreten.

Schließe Dich dem **Travelbook-Netzwerk** an. Dort kannst Du als Reiseblogger teilnehmen und Deine Inhalte mit einer größeren Zielgruppe teilen. Außerdem werden Dir hin und wieder Kooperationen angeboten. Ich bin bisher nicht beigetreten, da die Kooperationen noch unattraktiv sind und man als Blogger im Gegenzug einen nicht ganz kleinen Werbebanner auf die eigene Website packen muss. Sehr viele Reiseblogger machen dort dennoch mit.

5. In die Medien kommen

Ich wünschte ich könnte Dir gute Tipps geben, wie Du in die Medien kommst. Vermutlich ist es möglich, wenn Du viel Aufwand investierst, Ansprechpartner recherchierst und Dich ins Gespräch bringst. Keine Ahnung. Ich hatte bisher einige Erwähnungen in großen Medi-

en, mich darum aber nie bemüht. Ein Portrait erschien über die dpa in unzähligen Tageszeitungen, eines schaffte es ins impulse Gründermagazin und bei SPIEGEL ONLINE erschien ein Interview mit mir (wie auch mit anderen Reisebloggern). Letzteres war ein guter Erfolg, der zu Tausenden von Besuchern führte. Alle Erwähnungen kamen nur deshalb zustande, weil die Redakteure auf meinen Blog aufmerksam geworden waren. Ich habe also nichts weiter gemacht, als in der Branche präsent zu sein und gute Inhalte zu schreiben. Je länger Du das durchhältst, desto bessere Chancen wie diese werden sich ergeben. Außerdem hatte ich ein Radio-Interview, weil mich ein anderer Blogger dafür empfohlen hatte. Hier siehst Du wieder: Die Vernetzung mit anderen Bloggern hilft.

6.8 PRESSEREISEN

Pressereisen sind eine besondere Form von Sponsoring, die gerade für Reiseblogger eine große Rolle spielen. Als ich meinen Reiseblog ins Leben rief, war mir überhaupt nicht bewusst, dass es Presse- bzw. Bloggerreisen gibt. Mit der Zeit bekam ich jedoch mit, dass einige Blogger ständig auf solchen Reisen sind (vor allem jene, die ganz oben im Teads-Labs-Ranking stehen).

Die Einladungen kommen von ganz allein, wenn Du Deinen Blog erfolgreich machst. Grundsätzlich erhalten Backpacking-Blogger weniger Einladungen, als Lifestyle-Blogger. Je weiter Du vom billigen Reisen entfernt bist, desto mehr Einladungen wirst Du bekommen. Ähnlich wie bei den Kooperationen kannst Du es aber auch selbst beeinflussen, indem Du die Fremdenverkehrsämter/DMOs verschiedenster Länder ansprichst.

Nach vier Monaten erhielt ich meine erste Einladung nach La Réunion, die ich auch annahm. Da es für mich ein spannendes Erlebnis war, habe ich in meinem Blog einen „**Hinter-den-Kulissen**“-Artikel geschrieben. Diese Reise war für mich ein tolles Erlebnis. Ich kam in eine Region, von der ich bis dahin nicht einmal gehört hatte und die ich auch selbst nie besucht hätte – trotzdem hat sie aber zu mir gepasst. Ich schrieb anschließend vier begeisterte Artikel über diese Reise. Der Veranstalter war zufrieden, ich auch – nur einige Leser waren nicht so erfreut, weil sie von mir nur noch Pressereisen-Schönrederei erwarteten. Zu diesem Zeitpunkt sah ich das nicht als Problem, da mir die Reise ja wirklich sehr gefallen hatte. Aber Pressereisen können für einen Blog durchaus problematisch sein.

Auf einer solchen Reise wird Dir als Blogger Zucker in den Hintern geblasen. Du übernachtet in 5-Sterne-Hotels, bekommst das beste Essen und alles wird bezahlt. Dazu lernst Du die Veranstalter gut kennen, die natürlich sehr nette Menschen sind. Letztendlich wirst Du dadurch in Deiner Wahrnehmung beeinflusst. Es kann durchaus sein, dass mir die Inseln Réunion und Mauritius so gut gefallen haben, *weil* die Reise bestens organisiert war und ich mit den Menschen gut zurechtkam. Meine Artikel waren am Ende vielleicht blumiger,

als sie bei einer normalen Reise gewesen wären. Es fehlt also die hundertprozentige Objektivität.

Wenn die Reise nicht so richtig gut ist – wie zum Beispiel meine zweite Pressereise, die mich nach Dubai führte –, gelangst Du in Interessenskonflikte. In Dubai war es 45 Grad heiß und damit immer unangenehm. Zu der Gruppe von Bloggern fand ich keinen Draht, der Veranstalter selbst ließ sich gar nicht blicken und Dubai an sich empfand ich nicht als schönes Reiseziel. Meine Artikel klangen weniger euphorisch – was dem Veranstalter nicht gefällt – aber sie sind positiver geworden, als wäre ich unabhängig in Dubai gewesen. Ich wollte einfach nicht schreiben, dass ich die Reise scheiße fand, denn für einen Teil meines Unmuts konnte wiederum Dubai nichts.

Ich sage nicht, dass Du keine Pressereisen machen solltest. Aber ich sage, dass Du aus diesen Gründen Pressereisen ernst nehmen und Dir vorher überlegen solltest, ob es wirklich das Richtige für Dich ist. *There is no free lunch!* Die Reise nach Dubai hat mich nur 4 Euro gekostet (für einen Kaffee bei Starbucks), aber viele Gewissenskonflikte. Nach der Reise wird bezahlt, denn dann musst Du liefern und Deine Leser wird das Pressereisengesäusel nicht immer interessieren. Daher solltest Du darauf achten, dass das Reiseziel zu Deiner Zielgruppe passt. Außerdem musst Du mit dem Veranstalter abklären, was genau von Dir erwartet wird (wie viele Artikel, Social-Media-Präsenz etc.).

Bedenke auch, dass Pressereisen harte Arbeit und kein Urlaub sind. Du wirst zwar verwöhnt, musst aber auch für jeden Ausflug, jede Hotelführung und jedes Essen zur Verfügung stehen. Auf meinen beiden Pressereisen hatte ich wenig Zeit für mich und so gut wie keine Zeit zum Arbeiten. Während der Reise wird es Dir also schwerfallen, für Deinen Lebensunterhalt zu sorgen.

Wenn es nicht passt, sag lieber ab. Die nächste Einladung kommt bestimmt. Meine letzten Einladungen habe ich allesamt abgelehnt und mich aus der Szene der Pressereisen zurückgezogen. Auf meiner Media-Seite kommuniziere ich, dass ich für solche Reisen nicht zur Verfügung stehe. Mit meinem Reiseblog verdiene ich genug Geld, um alle Reisen selbst bezahlen zu können. Das macht alles einfacher.

6.9 WEITERE EINNAHMEQUELLEN

Die wesentlichen Einnahmequellen meines Reiseblogs haben wir bereits besprochen. Jetzt kommen wir zu ein paar Alternativen.

1. VG Wort

Die **Verwertungsgesellschaft Wort** vergütet Autoren für ihre Texte – auch Texte im Internet. Ja genau: Du schreibst Inhalte und die VG Wort bezahlt Dich dafür. Aber bevor Du vor Freude an die Decke springst: Jeder Text muss eine Mindestzahl an Lesern aufweisen und die Beträge pro Artikel sind gering. Außerdem ist der Aufwand für Dich relativ groß. Ich nehme seit Mitte 2013 teil und erhielt Ende 2014 die erste Auszahlung (für das Jahr 2013). Vorher war es für mich kaum überschaubar, wie viel hängen bleiben würde. Ich rechnete mit etwa 1.000 Euro – es waren jedoch nur 400 Euro. Interessant wird es allerdings nach mehreren Jahren: Denn Artikel, die jedes Jahr die Mindestzahl an Lesern erreichen, werden immer wieder vergütet.

Einen ausführlichen Artikel zu VG Wort findest Du bei **Selbständig im Netz**.

Meine Empfehlung: Beschäftige Dich damit nicht in den ersten Monaten. Am Anfang hast Du sowieso kaum Leser und nur wenige Texte. Du verpasst also nicht viel, müsstest Dich aber in dieses Thema erst lange einarbeiten. Behalte es allerdings auf dem Schirm und kümmere Dich nach drei bis vier Monaten darum.

2. Google AdSense

Du kannst Anzeigen auf Deinem Blog einblenden, die Google automatisch für Dich auswählt. Du baust lediglich einen Tracking-Code ein und Google blendet Text- oder Banneranzeigen ein, die inhaltlich zu Deinem Blog passen. Du verdienst Geld, wenn ein Leser auf eine Anzeige klickt. Das System ist so einfach umzusetzen, dass viele Website-Betreiber auf Google AdSense vertrauen.

Ich bin kein Freund von Google AdSense für Blogs. Es widerspricht aus meiner Sicht jeder Logik: Du versuchst, Deinen Lesern die besten Inhalte zu liefern, schreibst stundenlang an Texten, überlegst Dir Themen und optimierst Dein Layout: Und dann soll Google willkürlich Werbung einblenden? Außerdem verdienst Du nur dann Geld, wenn die Leser Deine Website verlassen – indem sie auf die Anzeige klicken. (Im Affiliate Marketing ist das ähnlich, doch da kannst Du die beworbene Website im neuen Fenster öffnen lassen.) Das ergibt keinen rechten Sinn. Außerdem sind die Beträge pro Klick sehr gering (häufig 10 bis 20 Cent). Du brauchst richtig viel Traffic, um mit Google AdSense einen nennenswerten Betrag zu verdienen.

Aus meiner Sicht ist es besser, Geld mit Dingen zu verdienen, die Deine Leser wirklich brauchen, weil sie auf sie zugeschnitten sind, wie Produktempfehlungen oder Deine eigenen Produkte. Falls Du Dich trotzdem dafür entscheidest, gibt es einige WordPress-Plugins, die Dir die Einbindung der Anzeigen etwas erleichtern, z. B. QuickAdSense.

3. Dienstleistungen

Viele Blogger generieren über ihre Blogs Aufträge für Dienstleistungen. Willst Du Texte für andere Leute schreiben oder Texte übersetzen? Willst Du vielleicht im Auftrag für andere (z. B. Unternehmen) bloggen oder Dich um deren Social-Media-Kanäle kümmern? Oder kannst Du etwas anderes besonders gut und möchtest Unternehmen darin beraten? Was auch immer es ist: Du genießt bereits das Vertrauen Deiner Leser und unter Tausenden von Lesern gibt es immer jemanden, der Deine Fähigkeiten gebrauchen kann.

Ich persönlich habe kein Interesse daran, im Auftrag anderer zu arbeiten, aber wenn das für Dich eine Option ist, probiere es unbedingt aus. Ich weiß, dass das für einige Blogger sehr gut funktioniert. Natürlich musst Du das in Deinem Blog entsprechend kommunizieren.

4. Spenden

PayPal stellt einen Spenden-Button zur Verfügung. Diesen Button kannst Du auf Deiner Website einbinden und Deine Leser um Spenden bitten. Das funktioniert nur mit einer treuen Leserschaft und wenn Du wirklich hochwertige Artikel schreibst, die Deinen Lesern

das Leben erleichtern. Oder wenn Du sehr kreativ bist, wie Florian von flocutus.de. Florian bittet seine Leser, ihm ein paar Euro für seine Leidenschaft zu spenden: Käsekuchen. **Die monatlichen Spenden investiert Florian in Käsekuchen und Cappuccinos.** Ich habe ihm auch schon mal gespendet, da ich die Idee lustig finde (und weil Spender einen Backlink erhalten).

5. Fotos verwerten

Kannst Du besonders gute Fotos schießen? Dann lassen sich Deine Bilder eventuell gewinnbringend verwerten. Ich spreche nicht von Stockphoto-Anbietern wie fotolia, denn deren Auswahl ist bereits überwältigend. Aber gute Landschafts- oder Städtefotografien lassen sich z. B. über Artflakes.com oder ähnliche Anbieter verkaufen. Jedes Mal wenn ein Kunde sich eines Deiner Fotos auf Leinwand oder Poster drucken lässt, erhältst Du eine Provision. Da ich selbst kein guter Fotograf bin, habe ich das nicht probiert, weiß allerdings, dass sich gute Fotos auf diesen Plattformen häufig verkaufen.

Das sind die gängigen Einnahmequellen von Reisebloggern. Ich bin mir sicher, dass sich in nächster Zeit noch mehr auftun werden, da die ganze Branche gerade erst erwacht. Und wenn sich nichts ergibt, kannst Du eben selbst aktiv werden. Gerade hinsichtlich eigener Produkte wie eBooks ist der deutsche Reisebloggermarkt noch sehr jungfräulich. Kaum ein Reiseblogger erstellt ein eigenes Produkt und verkauft es an seine Leser. Im englischsprachigen Markt ist das an der Tagesordnung, bei uns jedoch nicht.

Nun, da Du alle Einnahmequellen kennst, kann ich Dir eine grobe Verteilung meiner Einnahmen nennen. In den letzten drei Monaten haben sich meine Einnahmen folgendermaßen verteilt:

- Eigene Bücher und eBooks: 35 %
- Amazon Partnerprogramm: 15 %
- Andere Affiliate Programme: 45 %
- Gesponserte Artikel: 5 %

Diese Verteilung ist nur eine grobe Darstellung, da sich die Verhältnisse von Monat zu Monat leicht verschieben. Anfangs war die Abhängigkeit von gesponserten Artikeln viel größer. Heute verteilen sich meine Einnahmen auf viele verschiedene Produkte und Partnerprogramme.

Besonders die eigenen Produkte machen mich stolz. Bei *101 Places* beträgt der Anteil 35 Prozent. Wenn ich meine anderen Projekte einrechne, beträgt der Anteil meiner Einnahmen aus eigenen Produkten bereits 50 Prozent.

6.10 DEINE AUFGABEN

Die folgenden Aufgaben ergeben sich für Dich aus diesem Kapitel:

- Melde ein Gewerbe an.
- Erstelle ein Mediakit.
- Lerne alles über Self Publishing.
- Veröffentliche Dein eigenes eBook.
- Erstelle eine Packliste.
- Suche passende Produkte, die Du über Partnerprogramme empfehlen kannst.
- Nimm Kontakt zu Sponsoren und Kooperationspartnern auf (oder warte ab).
- Registriere Dich bei VG Wort.
- Teste ggf. weitere Einnahmequellen.
- Melde Dich bei Reiseblogger-Plattformen an.



7

DAS WICHTIGSTE ZUM SCHLUSS

Die konkreten Informationen liegen nun hinter uns. In diesem Kapitel teile ich einige allgemeine Ratschläge mit Dir. Sie sind nicht so leicht umzusetzen wie konkrete Handlungsanweisungen. Doch sie sind wichtig. Hiermit steht und fällt der Erfolg Deines Reiseblogs – und Deines Unternehmens.

7.1 SEI MEHR ALS EIN FACHARBEITER

Ein Unternehmen wird nicht allein dadurch erfolgreich, dass man das Handwerk beherrscht. Nur weil jemand gut programmieren kann, sollte er sich damit nicht unbedingt selbständig machen. Es gehört noch mehr dazu. Genauso ist es beim Bloggen als Business. Vor einiger Zeit las ich das Buch *The E-Myth*. Dem Autor zufolge muss ein Selbständiger drei Personen in sich vereinen:

1. Den Facharbeiter
2. Den Manager
3. Den Unternehmer

Der **Facharbeiter** in uns Bloggern schreibt gerne. Er formuliert die Texte, feilt an den Worten, und möchte am liebsten mit allem anderen wenig zu tun haben. Er ist am glücklichsten, wenn er nur Autor sein darf.

Der **Manager** in uns befasst sich nicht so gern mit dem Schreiben. Vielleicht ist es ihm sogar am liebsten, Texte extern einzukaufen oder viele Gastartikel zu veröffentlichen. Der Manager schafft lieber Prozesse: Er kümmert sich um die Verknüpfung der Social Media Kanäle, baut Affiliate-Links ein, optimiert die Sidebar oder sucht einen Anbieter, über den er einen Newsletter versenden kann. Außerdem kümmert er sich um Leute, die ggf. zuarbeiten.

Der **Unternehmer** in uns hat vor allem Ideen und Visionen. Am liebsten würde er den ganzen Tag darüber sinnieren, wie er das Business auf das nächste Level heben kann. Er denkt an Round Up Posts, Interviews mit dem SPIEGEL oder an digitale Produkte. Mit Prozessen oder dem Schreiben hat er ungern etwas zu tun. In seinen Gedanken wirkt alles glamourös. Von der Umsetzung will er nichts wissen.

Die meisten Reiseblogger sind in erster Linie Facharbeiter. Sie reisen gern und möchten ihre Erlebnisse niederschreiben. So rutschen sie überhaupt erst in diese Branche. Mir ging

es genauso. In den ersten fünf Monaten schrieb ich lediglich für Freunde und Familie – ohne jeden Hintergedanken. Einige verstehen sich auch noch als Manager. Sie feilen gern an ihrem Layout, halten sich mit Facebook und Twitter auf oder bauen mal einen Affiliate Banner ein. Doch wenn Du Deinen Blog als ein Business siehst, sind der Facharbeiter und der Manager allein nichts wert. Sie brauchen einen Unternehmer an ihrer Seite. Es muss jemanden geben, der sich hohe Ziele steckt, der Geld verdienen will, der auch mal mutig ist, der einen Wert schaffen will, der etwas ausprobieren möchte, der vielleicht den besten deutschsprachigen Reiseblog aufbauen will.

Der Unternehmer *allein* ist natürlich auch nichts wert. Du musst alle drei Personen in Dir vereinen, um erfolgreich zu sein. Der erste Schritt ist, dass Du Dir dessen bewusst bist (was hiermit erreicht sein sollte). Dir muss klar sein, dass Du ein gesamtes Paket von Aufgaben hast. Der schönste Text allein bringt nichts. Die größte Fanseite allein ist nichts wert. Genauso wird Dein Blog nicht scheitern, weil Du keinen Newsletter schreibst oder keine Lust auf Instagram hast. Das sind alles nur Details. Wichtig ist nur, dass Du sie zu einem Paket zusammenschnürst und all Deine Aufgaben wahrnimmst. Wenn Du das schaffst, hast Du schon einen enormen Vorsprung vor den meisten Reisebloggern.

Das alles weiß ich nicht erst seit dem Buch *The E-Myth*. Aber der Autor Michael Gerber drückt diese Zusammenhänge so gut aus, dass es mir wie Schuppen von den Augen fiel: Ja, so ist es. Deswegen funktioniert meine Selbständigkeit seit vielen Jahren, auch mit immer wieder neuen Projekten. Ich bin ein strukturierter Typ. Daher mag und brauche ich Prozesse (Manager). Ich möchte mit meiner Arbeit gern etwas bewegen und sinniere über Ziele, Werte oder Visionen. Ich probiere auch viel aus (Unternehmer). Als Blogger schreibe ich gern und als ich meine Online Marketing Agentur hatte, mochte ich auch das Marketing sehr gern. Ich kann mich zur eigentlichen Arbeit überwinden (Facharbeiter). Ich finde mich in Michael Gerbers Analyse wieder und denke, dass Du von diesen Erkenntnissen auch profitieren kannst. Daher stelle ich sie Dir hier vor.

Vielleicht hast Du keine große Lust, Facharbeiter, Manager und Unternehmer zu sein. Das ist in Ordnung. Aber wenn Du von Deinem Reiseblog leben möchtest, solltest Du zusehen,

diese drei Rollen zu übernehmen. Denn wir reden dann nicht mehr von einem Hobby, sondern von ernsthafter Arbeit, die einen monetären Wert einspielen soll.

7.2 TIPPS FÜR SELBSTÄNDIGE

Gehen wir an dieser Stelle mal davon aus, dass du die drei Rollen des Selbständigen verinnerlichen wirst. Ich habe noch ein paar Tipps, die Du ernst nehmen solltest, wenn Du Deinen Reiseblog als Business startest.

1. Anfangen & durchhalten

Egal, von welchem unternehmerischen Projekt wir reden, die meisten Menschen scheitern schon an diesen beiden Dingen. Ich kann gar nicht genug betonen, wie wichtig sie für einen erfolgreichen Blog sind.

Wenn Du nicht anfängst, hast Du schon verloren. Du darfst nicht herumeiern, sondern musst machen! Verlasse Dich nicht auf Konferenzen, Messen, Bücher und Guides wie diesen hier. Das ist alles nichts wert, wenn Du nicht die nötige Arbeit erledigst. Sei keiner von den Menschen, die sich Informationen kaufen, sie aber nie anwenden!

Hast Du einmal angefangen, musst Du durchhalten. Kein Blogger ist jemals über Nacht erfolgreich geworden. Heute mag es so wirken, als sei der eine oder andere Blog schon immer groß gewesen – doch jeder hat einmal angefangen und jeder hat seine Phasen, in denen es nicht so richtig vorangeht. Wenn Du nicht bereit bist, mindestens ein Jahr zu investieren, lass es besser bleiben. Ich habe etliche Reiseblogger kommen und gehen sehen. Ich sehe Blogger, die bei jedem Event dabei sind, aber die notwendige Arbeit vernachlässigen.

Du musst den Erfolg wirklich wollen und hart daran arbeiten. Dann wirst Du das herausbekommen, was Du hineingesteckt hast. Nach sechs Monaten hatte ich noch nichts verdient und erst nach achtzehn Monaten konnte ich vom Bloggen leben.

2. Sei besser als die anderen

Du musst professioneller und besser sein als alle erfolglosen Blogger. Keine Sorge: Es ist in keinem Bereich des Lebens schwer, besser als 95 Prozent der anderen zu sein. Den meisten Menschen fehlt der Elan, um eine Sache richtig anzupacken.

Nimm Dein Projekt ernst und glaube an den Erfolg. Verliere nie Dein Ziel aus den Augen: Du willst von Deiner Arbeit leben. Du willst Geld verdienen! Lass Dich dabei nicht von anderen herunterziehen, die Dich mit ihrer Moralkeule verprügeln wollen oder Dir erzählen, dass das alles nicht geht. Kümmere Dich einfach nicht darum. Sowohl Du als auch die anderen werden recht behalten.

„Whether you think you can, or you think you can't – you're right.“ (Henry Ford)

Um Dein Ziel zu erreichen, brauchst Du hochwertige Inhalte. Vergiss das nicht. Inhalte, die Mehrwert bieten. Das sind selten die schönsten Reiseberichte. Daher wirst Du vermutlich nie „Reiseblogger des Monats“. Egal, Du hast ein Business zu führen.

3. Konzentriere Dich auf das Wesentliche

Mittlerweile weißt Du, dass Du auf vielen Hochzeiten tanzen musst. Bloggen ist weit mehr als nur Schreiben. Aber mache nicht zu viel auf einmal. Es gibt tausend Aufgaben und wenn Du die erledigt hast, gibt es schon zweitausend neue Aufgaben. Konzentriere Dich auf das Wesentliche und mache eines nach dem anderen. Du brauchst Zeit zum Schreiben! Das kann bedeuten, dass Du Dich um ein paar Dinge erst später kümmerst.

Ich habe mit Facebook und Newslettern erst sehr spät begonnen. Ja, bestimmt habe ich dadurch einige Fans und Abonnenten verloren. Allerdings hatte ich dadurch mehr Zeit, mich um meine Texte zu kümmern, und dadurch *echte* Fans gewonnen. Du musst es nicht genauso machen. Hauptsache, Du konzentrierst Dich auf ein paar wesentliche Dinge und machst nicht alles gleichzeitig.

4. Höre nie auf, zu optimieren

Wenn Du ein Projekt angehst, dann mache es richtig. Nach diesem Guide ist noch lange nicht Schluss. Informiere Dich darüber, wie man Fanseiten betreibt, Newsletter versendet, Texte schreibt und vieles mehr. Wenn Du glaubst, dass Du fertig bist, dann wirst Du Dich getäuscht haben, denn diesen Zustand gibt es nicht. Du kannst immer noch dazulernen und Deinen Blog weiter optimieren. Wenn Du Deine „Über mich“-Seite erstellt hast, schau sie Dir nach einem Monat noch einmal an. Und dann noch mal. Und noch mal. Dir werden jedes Mal Verbesserungen einfallen, und das betrifft Dein ganzes Projekt. Kein Plan bleibt, wie er ist.

„No plan survives first contact with customers.“ (Steve Blank)

Meine persönliche Erfahrung lautet: Am Anfang magst Du ein paar Ideen haben, und die sind auch in Ordnung. Aber wenn Du in Deinem Job richtig gut wirst, dann kommen Dir noch viel bessere Ideen. Es wird nicht mehr aufhören. Sei der Experte in Deinem Gebiet, und Du wirst vor Ideen nur so sprudeln. Außerdem werden sich Chancen ergeben, an die Du heute noch gar nicht denkst.

5. Frage nach Deinem „Warum“

Ich habe mich erst sehr spät gefragt, warum ich eigentlich schreibe. Lange Zeit habe ich es einfach gemacht, weil ich eben viel gereist bin und meine Leserschaft gewachsen ist. Außerdem wollte ich irgendwann damit Geld verdienen. Das lief ganz gut, aber ich bin hin und wieder in kleine Motivations- und Sinnkrisen geschlittert. Bis ich mir überlegt habe, warum ich das alles mache. Was will ich damit bezwecken? Welchen höheren Sinn gibt es, als Geld zu verdienen?

Nach einiger Zeit habe ich es gefunden: **Ich möchte Menschen helfen, ihr Potenzial zu entfalten.** Sie sollen so leben, wie sie es wollen. Seitdem enthalten meine Artikel auf *101 Places* einen noch größeren Mehrwert. Aus dieser Idee heraus ist auch dieser Guide entstanden sowie meine anderen Blogs introvertiert.org und healthyhabits.de.

7.3 SECHS ERFOLGSKRITERIEN

Wir haben bis hierhin viele Themen abgedeckt. Einige davon sind so umfassend, dass ich sie hier nur anreißen kann und Du sie vertiefen musst (SEO, Social Media, E-Mail Marketing, Besser schreiben, Self Publishing, Affiliate Marketing). Dir schwirrt jetzt vielleicht der Kopf. Nun, das gehört dazu. Aber ich kann Dich zumindest in einer Hinsicht beruhigen: Dein Blog wird nicht scheitern, weil Du Affiliate Marketing nicht verstehst oder keinen Newsletter verschickst oder keine Lust auf Social Media hast, oder weil Dein Schreibstil nicht der beste ist. Jeder dieser Aspekte für sich ist nicht kriegsentscheidend. Aus meiner Sicht kommt es vor allem auf die folgenden sechs Punkte an.

1. Denke wie ein Unternehmer

Als Blogger musst Du vieles können. Du musst nicht alles *sofort* können, aber bereit sein, es zu lernen. Denke wie ein Unternehmer. Ein Blog, mit dem Du Geld verdienen möchtest, ist Dein Business. Du allein bist für den Erfolg verantwortlich, sonst niemand. Halte Dir Deine Ziele immer vor Augen. Du möchtest von Deiner Arbeit leben, also musst Du Deinen Blog auch so behandeln.

2. Arbeite an Deinem Blog

Ein erfolgreicher Blog entsteht nicht in drei Stunden pro Woche. Sei bereit, mindestens zwanzig Stunden pro Woche zu investieren. So viel Zeit wird es kosten, erfolgreich zu sein. Du weiß ja jetzt, was alles zu tun ist und es gibt keine Abkürzungen. Selbst wenn Du noch einen Vollzeitjob hast und Deine große Reise erst vor Dir liegt, musst Du richtig Gas geben. Wenn Du das nicht willst, lass es bleiben.

3. Optimierte Deine Arbeit

Das Leben ist ein ständiger Lernprozess und die Arbeit an einem Blog ist keine Ausnahme. Jedes Projekt muss einmal angefangen werden. Zu Beginn bist Du nur so gut, wie Du ohne Erfahrung sein kannst. Eine Woche später bist Du schon besser. Höre nie auf, zu lernen und Deinen Blog zu verbessern. Ich war nach einem Jahr noch ständig mit Optimierungen

beschäftigt. Heute arbeite ich zwar nur noch mit reduziertem Aufwand an dem Blog, aber ich optimiere weiter.

4. Sei nicht beliebig

Mach Dich auf die Suche nach Deiner eigenen Stimme. Kopiere nicht irgendwen, verstelle Dich nicht. Sei beim Schreiben Du selbst. Sei offen – so offen, dass es weh tut, und Du wirst Leser finden, die sich in Deinen Texten wiedererkennen und bleiben. Menschen wollen vor allem sich selbst bestätigt sehen und wissen, dass es andere Menschen gibt, die ähnlich ticken.

5. Schaffe einen Wert

Die Worte „Mehrwert“ und „Nutzwert“ hast Du in diesem Guide schon häufig gelesen. Ich kann ihre Bedeutung gar nicht genug betonen. Du kannst noch so schöne Prosa schreiben; wenn Deine Texte niemandem helfen, wird sie auch niemand lesen. Versuche mit Deinen Texten einen Wert zu schaffen. Biete Deinen Lesern etwas an. Frage Dich, welches Bedürfnis Dein Blog erfüllt. Gibt es ein grundsätzliches Problem, das Du mit Deinem Blog lösen kannst? Selbst wenn Du diese Fragen nicht für Deinen gesamten Blog beantworten kannst, dann beantworte sie Dir immerhin für jeden Artikel.

Wenn Du etwas Wertvolles hast, kommen die Leser wie von allein, und sie bleiben. Im nächsten Schritt folgt dem Nutzen auch das Geld.

6. Verwende die richtigen Begriffe

In einer Zeit, in der Blogs (in Deutschland) noch immer keine sehr große Rolle spielen, kannst Du ohne Besucher von Google nicht erfolgreich werden. Der größte Hebel liegt in der Suchmaschine.

Schreibe nicht *für* Suchmaschinen! Stopfe Deine Artikel nicht mit Suchbegriffen voll! Aber mache Dir hin und wieder Gedanken darüber, für welche Suchbegriffe Deine Website gefunden werden soll, und verwende diese Begriffe in Deinem Blog. Am Anfang wirst Du von den Folgen noch nicht viel merken, doch nach drei bis sechs Monaten kommt alles ins Rollen. *Diese* Besucher machen dann den Unterschied aus.

7.4 ARBEITEN & REISEN

Bevor ich zum Schluss komme, möchte ich Dir noch etwas auf einer ganz anderen Ebene mitgeben. Der Beruf des Reisebloggers gilt gemeinhin als Traumjob. Vermutlich malst Du ihn Dir auch als solchen aus. Und natürlich ist er einer der besseren Jobs. Aber es ist nicht alles rosarot.

Beim Reisen und Arbeiten habe ich mit einigen Herausforderungen zu kämpfen. Die wesentlichen davon drehen sich um den Faktor *Zeit*. Dafür habe ich mir ein paar Lösungsversuche zurechtgelegt, die ich mit Dir teilen möchte.

1. Trennung von Arbeitszeit und Freizeit

Ich fühlte mich hin und wieder mental erschöpft, obwohl ich gar nicht so viel arbeite. Doch mein Laptop und mein Telefon waren immer greifbar und so war ich jederzeit bereit zur Arbeit, rief E-Mails ab und beantwortete Nachrichten jeder Art. Ich konnte keine Ruhe geben, sondern hatte ständig das Gefühl, informiert sein zu müssen.

So gab es nahezu keinen Tag ohne Arbeit. Schon gar keine ganze Woche. Der letzte Urlaub lag mehr als zwei Jahre zurück (das sage ich als Reiseblogger!). In der Zeit war ich kaum mal zwei Tage am Stück offline.

Nicht abschalten zu können ist ein Problem vieler Selbständiger. Doch besonders schwierig ist es für jene, die von Beruf aus reisen und damit ihre Arbeit mit ihrer Freizeit vermischen. Meine Herausforderung bestand darin, diese beiden Dinge besser zu trennen. Daher habe ich ein paar Verbesserungen vorgenommen, die ich mittlerweile ganz zufriedenstellend umsetze.

Meine Lösung

1. Mein Smartphone nutze ich beruflich gar nicht mehr. Das heißt, ich rufe keine E-Mails mehr auf dem Handy ab und alle Social-Media-Apps habe ich gelöscht. Gearbeitet wird nur noch am Laptop.
2. Am Laptop sitzend bemühe ich mich, meine E-Mails nur noch dann abzurufen, wenn ich wirklich bereit bin, zu arbeiten. Das heißt, keine E-Mails bevor der Arbeitstag beginnt. Auch den restlichen Tag über rufe ich meine E-Mails nicht ohne Grund ab.
3. Wenn eine große oder wichtige Aufgabe ansteht, erledige ich diese zuerst, bevor ich meine E-Mails abrufe.
4. Einen Tag in der Woche gönne ich mir eine Auszeit. Dann mache ich nichts. Ich beantworte keine Kommentare, keine beruflichen Facebook-Nachrichten, keine E-Mails etc. Allerdings bin ich nicht so konsequent, wie ich es gern wäre.
5. Ich nehme mir manchmal eine komplette Woche Auszeit. In dieser Woche reise ich viel bewusster und nehme mir mehr Zeit für mich selbst.
6. Ich plane meine Reisen nun etwas besser voraus, sodass ich weiß, wann ich reisebedingt mal ein paar Tage offline bin und wann ich in großen Städten bin, wo mir das Arbeiten wesentlich leichter fällt. Mit der Vorbereitung fällt mir das Abschalten leichter.

Diese Maßnahmen verlangen etwas Disziplin, aber sind sehr hilfreich.

2. Ausgleich zwischen Arbeit und Freizeit

Ich arbeitete aus meiner Sicht nicht extrem viel, habe aber meist mehr gemacht, als ich musste. Ich habe ständig neue Ideen, die ich gern ausprobieren möchte. Manchmal möchte ich sie am liebsten nur umsetzen, das Reisen bremst mich aber aus. Auf der anderen Seite hält mich auch die Arbeit davon ab, mehr zu reisen. Wenn ich für ein paar Tage an einem Ort war, merkte ich bald, dass es Zeit wurde, wieder etwas mehr herumzukommen. Wenn ich Zeit mit dem einen verbrachte, hatte ich also ein schlechtes Gewissen wegen dem anderen. Die Herausforderung bestand darin, eine gute Balance aus Arbeitszeit und Reisezeit zu finden.

Meine Lösung

Zunächst überlegte ich mir erstmals, wie viel ich unterwegs überhaupt arbeiten möchte. Ich hatte keine Zahl und kann auch nicht sagen, wie viel ich gearbeitet hatte. Schon durch die fehlende Trennung von Arbeit und Freizeit war das nicht möglich.

Mit etwas Nachdenken wurde deutlich, dass es für mich unmöglich ist, 40 Stunden in der Woche zu arbeiten und gleichzeitig zu reisen. Schon gar nicht, wenn ich freie Tage haben will. Mehr als 25 Stunden sind auf Reisen nicht drin.

Um das überhaupt zu schaffen, teile ich meine Arbeit nun in größere Blöcke ein, anstatt sie über den ganzen Tag zu verteilen. Ich überlege mir nun mindestens einen Tag im Voraus, wie ich meinen Tag in Arbeit und Freizeit aufteile – also zum Beispiel Arbeit am Vormittag, ein Ausflug am Nachmittag.

3. Arbeitszeit richtig einsetzen

Ich arbeitete oft nur in sehr kleinen Blöcken, die nicht länger als ein bis zwei Stunden andauerten. Dabei kümmerte ich mich um viele kleine Dinge, die schnell zu erledigen waren. Größere Aufgaben schob ich nach hinten. Während der Arbeit habe ich auch viel Zeit vertrödelte, ließ mich also durch Facebook, SPIEGEL, Blogs etc. ablenken. Manchmal suchte ich gezielt Ablenkungen.

Der Grund dafür: Ich habe oft nichts Dringendes vor und für meine Projekte auch keine Deadlines. Niemand wartet auf mich. Ich bin selbst und allein verantwortlich.

Zudem fehlt mir unterwegs die Arbeitsatmosphäre. Es gibt kein Büro, oft nicht mal einen Tisch und einen Stuhl und niemand um mich herum arbeitet. Die Reisenden haben ganz andere Dinge im Kopf und können mit meiner Arbeit nichts anfangen.

Hin und wieder ist die Internetverbindung schlecht. Das kostet Zeit – und Nerven. Eine schlechte Verbindung ist schlimmer als gar keine Verbindung. Die Herausforderung bestand darin, die ohnehin schon eingeschränkte Arbeitszeit produktiv zu nutzen.

Meine Lösung

Die meisten Ideen gehen Hand in Hand mit den Wünschen, mal abzuschalten und einen Ausgleich zwischen Arbeit und Freizeit zu finden. Ich *plane* jetzt meine Arbeitszeit und meine Freizeit. Ich limitiere bewusst meine Arbeitszeit (25 Stunden beim Reisen), und ich fasse Arbeit in wenige Blöcke zusammen (maximal zwei pro Tag). Die wichtigste Aufgabe des Tages erledige ich zuerst. Danach rufe ich E-Mails ab, beantworte Kommentare, Facebook-Nachrichten etc. Schon durch die Bündelung dieser Aufgaben wird viel Zeit frei.

Ein wichtiger Aspekt ist die Arbeitsatmosphäre – und hier liegt aus meiner Sicht das größte Problem beim Arbeiten und Reisen. In vielen Situationen herrschen keine idealen Bedingungen.

Das lässt sich gut an den Beispielen Mexiko und Guatemala vergleichen. In Mexiko hatte ich oft (nicht immer) gute Bedingungen. In Mexico City wohnte ich in einem Apartment mit Start-up-Unternehmern. In Oaxaca und San Cristóbal sind unzählige Cafés, in denen zum Teil andere Leute arbeiten. Selbst in Zipolite konnte ich gut arbeiten. Denn in dem Dorf gibt es keine Ablenkungen. Es gibt nur das Meer – und das konnte ich bei der Arbeit an meinem Tisch stets sehen.

In Guatemala hingegen habe ich kaum gute Bedingungen vorgefunden. In San Pedro nahm ich mir ein sehr teures Zimmer, um überhaupt arbeiten zu können, und in Antigua gibt es ein paar Cafés. Alles andere war zum Arbeiten völlig ungeeignet. Die Zimmer waren meist ungemütlich eingerichtet, oft ohne Tisch. Die Gemeinschaftsbereiche waren voll mit Backpackern, die alles andere im Sinn hatten, und die Internetverbindung war meistens nur mäßig.

Hier stößt Arbeiten und Reisen an seine Grenzen. Wie gut produktive Arbeit möglich ist, hängt folglich stark von der Location ab. Für zwei oder drei Tage geht alles mal, doch für längere Reisen brauche ich ein bequemes Einzelzimmer mit guter Ausstattung, und für die Abwechslung sind ein paar ruhige Cafés (gern mit anderen Arbeitenden) sehr nützlich.

Für mich bedeutet das, in Zukunft weniger exotische Länder (oder Orte) zu besuchen, wenn ich ernsthaft arbeiten will. Für ausgefalleneren Reisen muss ich das Arbeiten dann bewusst zurückstellen. Mache ich das nicht, bin ich nur frustriert und unproduktiv.

4. Transferzeit

Wer wirklich *reist*, ist viel unterwegs. Vor allem in exotischen Ländern nimmt der Transfer viel Zeit in Anspruch. Guatemala ist nicht groß, aber für 60 Kilometer Luftlinie muss man zum Teil vier Stunden Transferzeit einrechnen. Zu den schlechten Straßen kommen noch hohe Berge, Seen und ineffiziente Unternehmen dazu.

Transfer ist unproduktive Zeit. In Bussen kann ich nicht arbeiten. Auch im Flugzeug und am Flughafen kann ich es bestenfalls eingeschränkt. Jedenfalls ist es mir selten gelungen, auch wenn ich es mir vorher so schön ausmale. Doch meistens bin ich beim Reisen müde. Dieser Aspekt kommt in den Träumereien nicht vor.

Wenn ich tagsüber reise, ist der ganze Tag hinüber (zumindest aber ein halber). Wenn ich nachts reise, bin ich am nächsten Tag ausgelaugt. Nach einer Nachtfahrt in Guatemala habe ich das Bett den ganzen Tag nicht mehr verlassen. Um genau zu sein sogar drei Tage, denn ich hatte mir noch etwas eingefangen.

Die nahe liegende Lösung ist, langsamer zu reisen. Also nicht alle zwei oder drei Tage an einen neuen Ort zu fahren. Doch das ist auch nur eine halbe Lösung. In Mexiko hat das gut für mich funktioniert. Aber in Guatemala haben sich die meisten Orte ja nicht mal geeignet, um produktiv zu arbeiten. Wie soll ich dort dann noch länger bleiben? Auch zu diesem Aspekt werde ich mir in Zukunft damit behelfen, „leichtere“ Länder zu bereisen, wenn ich viel arbeiten will.

Schlussfolgerung

Arbeiten und Reisen ist nicht nur der Traumjob, nach dem er klingt. Es kann nur mit viel Selbstmotivation gelingen und wenn man die Prozesse in den Griff bekommt.

Aber Motivation ist nicht alles. Über manche Dinge kann ich mich auf Dauer einfach nicht hinweg-motivieren. Wenn das Umfeld nicht stimmt und ich durch die *falschen* Länder reise, dann kann ich weder richtig arbeiten noch richtig reisen. Daher konzentriere ich mich in solchen Ländern wieder auf das Reisen und erledige die Arbeit vorher oder später. Dazu muss ich mir nur erlauben, in der Reisezeit komplett abzuschalten.

Die meiste Zeit reise ich allerdings nicht mehr durch solche Länder. Mein Reisestil hat sich in den zwei Jahren des Reisebloggens stark verändert. Zwar bin ich immer noch sechs Monate im Jahr im Ausland unterwegs, allerdings verbringe ich diese Zeit an wenigen Orten. Nach meiner Ankunft bin ich ein paar Tage lang nicht sehr produktiv, doch sobald ich mich eingelebt habe, kann ich wieder gut arbeiten. Dann gönne ich mir gute Unterkünfte – häufig AirBnB-Apartments – und suche gezielt nach guten Cafés oder Co-Working-Spaces. Nach ein paar Wochen ziehe ich weiter oder fliege nach Hause.

Dieser Lifestyle gefällt mir sehr gut. Er führt jedoch unweigerlich dazu, dass ich als Reiseblogger nicht mehr viel zu schreiben habe, denn ein Blog setzt voraus, dass ich wie ein Tourist reise. Diese Entwicklung beobachte ich nicht nur bei mir, sondern auch bei anderen alteingesessenen Reisebloggern. Irgendwann werden einige von uns des Reisens müde und wollen andere Aspekte des Lifestyles genießen. Ob es Dir auch so ergehen wird, steht in den Sternen, ist aber unerheblich. Es sollte Dich nicht davon abhalten, alles zu geben, solange Du Spaß daran hast. Vielmehr kannst Du es als Chance verstehen, zu den müde gewordenen Bloggern aufzuschließen.

7.5 AUSBLICK

Ich neige nicht zu übertriebenem Optimismus, aber die Zukunft für Reiseblogger sieht weiterhin gut aus, und zwar aus zwei Gründen:

1. Reiseblogs sind im Kommen

In den USA sind Blogs viel erfolgreicher als bei uns. Hinter einigen Blogs stehen Unternehmen mit sechsstelligen Jahresumsätzen. Nicht alles, was in den USA funktioniert, schwappt letztendlich auch zu uns herüber. Um ehrlich zu sein: Ich weiß nicht, ob Blogs hierzulande noch ihren ganz großen Durchbruch schaffen.

Aber ich weiß, dass Du und ich einen Teil dazu beitragen können. Als ich diesen Guide schrieb, haben mich einige Leute gefragt, warum ich das mache. Warum erziehe ich die Konkurrenz? Ich könnte meinen Platz an der Sonne verlieren, und am Ende zahlt sich dieser Guide für mich nicht einmal aus. Doch das ist mir egal.

Zum einen teile ich gern mein Wissen. Ich habe in den letzten zwei Jahren unheimlich viel über das Bloggen gelernt, insbesondere in der Reisebranche. Das hat mich viel Zeit und Energie gekostet und ich habe kein Problem damit, das Gelernte weiterzugeben. Ich verschenke es nicht, klar. Kostenloses Wissen ist nichts wert. Kaum ein kostenloses Buch wird jemals gelesen. Ich schreibe auch nicht für Menschen, die den Guide konsumieren wollen, ohne dann jemals mit der Arbeit zu beginnen.

Ich schreibe für diejenigen, die jetzt die Ärmel hochkrempeln und einen guten Reiseblog aus dem Boden stampfen. Ja, wir konkurrieren dann um die Aufmerksamkeit der wenigen deutschen Blogleser, und vielleicht konkurrieren wir auch um die gleichen Suchbegriffe bei Google. Aber aus meiner Sicht gibt es nur einen Weg, um Blogs überhaupt zum Mainstream zu machen: Es muss mehr gute Blogs geben! Wenn es so gut wie keine lesenswerten Blogs gibt, warum sollte die Leserschaft dann wachsen? Aber wenn es irgendwann 100 nützliche Reiseblogs gibt und Leser immer wieder auf brauchbare Informationen und

gut lesbare Inhalte stoßen, dann wird es normal, Blogs zu verfolgen. Dann gibt es plötzlich eine Zielgruppe von 100 Millionen deutschsprachigen Lesern.

Und noch etwas gefällt mir am Wettbewerb mit anderen Bloggern: Er macht mich besser. Er zwingt mich dazu, nicht faul zu werden, sondern kreativ zu sein und noch mehr an die Qualität meiner Inhalte zu denken. Das klingt abgedroschen, aber es ist wahr und wird in der Zukunft immer wieder wahr sein. Also, Blogs sind im Kommen. Falls Du einen guten Blog baust!

2. Wir haben gerade erst angefangen

Während ich die zweite Auflage dieses Guides schreibe, besuchen etwa 75.000 Unique Visitors jeden Monat meinen Blog. Sie verursachen über 220.000 Seitenaufrufe, und ich verdiene mit meiner Arbeit an diesem Blog monatlich mehr als 5.000 Euro. Das ist schon mal ganz gut, und unter den deutschen Reisebloggern sind das ziemlich sicher Top-5-Daten.

Wichtig ist aber vor allem diese Erkenntnis: Ich mache das alles erst seit zwei Jahren. In diesen beiden Jahren ist die Zahl der Leser immer weiter gestiegen. Wenn ich 100 neue Besucher in den Blog ziehe, bleiben stets ein paar hängen, die wiederkommen und den Blog sogar weiterempfehlen. Davon bleiben wiederum einige Leser hängen. So wurden innerhalb eines Jahres aus anfangs 300 monatlichen Besuchern ganze 38.000 Besucher. Ein Jahr später waren es 75.000. Langsam und stetig, ohne große Sprünge. Auch meine Facebook-Fans sind von 0 auf 7.000 gewachsen. Ich habe mehr als 300 Artikel im Blog veröffentlicht. Das sind alles Inhalte, die in Suchmaschinen für verschiedene Begriffe gelistet werden.

Und es wird immer mehr. Mit jedem weiteren Artikel habe ich die Chance, dass neue Leser hängen bleiben, ich weitere Fans und Abonnenten gewinne und zusätzlichen Traffic aus Suchmaschinen bekomme. Und je mehr ich zum Experten in meinem Gebiet werde, desto kreativere Ideen habe ich. Das alles ist ein Prozess, der sich immer weiter beschleunigt. Wie werden die oben genannten Daten also wohl aussehen, wenn ich noch drei Jahre weitermache, oder sogar fünf?

Und woher weiß ich, dass ich nicht irgendwann an eine Grenze stoße? Dass es bald nicht mehr weitergeht? Ganz sicher kann ich mir damit nicht sein. Aber ich weiß auch, dass ich bisher nur sehr wenige von 100 Millionen deutschsprachigen Menschen erreicht habe. Außerdem sehe ich Vorbilder wie PlanetBackpack, die mir eine gewisse Zeit voraus sind und auch immer weiter wachsen.

Der Schlüssel ist, durchzuhalten und immer weiter zu optimieren. Immer besser zu werden und unseren Lesern einen guten Dienst zu leisten. Ich sehe keinen Grund, warum Du nicht auch irgendwann 5.000 Euro im Monat verdienen und 75.000 Besucher haben solltest.



8

RESSOURCEN

Zum Abschluss möchte ich Dir all jene Ressourcen an die Hand geben, die ich selbst nutze, um ein erfolgreicher Reiseblogger zu sein. Die meisten davon habe ich in diesem Guide bereits erwähnt.

8.1 MEINE TOOLS

- **Calibre**: Eine kleine Software, um eBook-Inhalte in das MOBI-Format umzuwandeln.
- **Evernote**: Ein Tool, mit dem ich Ideen, Notizen und Texte festhalte.
- **Feedly**: Hier abonniere ich andere Blogs, um die Branche zu beobachten.
- **FileZilla**: Eine FTP-Software, um Dateien auf meinen Server zu laden.
- **Gumroad**: Ein Online-Service, über den ich auch eBooks verkaufe (nur Kreditkarte).
- **iAWriter**: In diesem unscheinbaren Tool schreibe ich alle meine Artikel.
- **iBooks Author**: Die beste Mac-Software, um optisch schöne PDF-eBooks zu erstellen.
- **PixaBay**: Lizenzfreie Fotos, wenn ich mal kein passendes Bild habe.
- **Scrivener**: Ein mächtiges Tool, um komplexe Bücher zu strukturieren.
- **Sendowl**: Der Dienstleister, über den ich meine eBooks verkaufe.
- **WordPress**: Das beste Content-System für Blogs.
- **Wunderlist**: Mit dieser Software organisiere ich meine Aufgaben (To-do-Liste).

8.2 NÜTZLICHE WEBSITES & BÜCHER

Websites rund ums Reisebloggen

- **Facebook-Reiseblogger-Community**: Eine Community von Reisebloggern auf Facebook.
- **KristineHonig.de**: Blog über Tourismusmarketing und Reiseblogs.
- **Reiseblogger-Kodex**: Der *Ehrenkodex* für Reiseblogger.
- **Reiseblogs.org**: Plattform für deutschsprachige Reiseblogger.

Weitere Websites

- **Affenblog**: Blog über besseres Bloggen.
- **Amazon KDP**: Amazons Programm für Self Publisher.
- **Blog-Camp.de/blog**: Blog über besseres Bloggen.
- **Einführung in SEO**: eBook von Google.
- **Facebook-Gruppe für digitale Nomaden**: Darunter einige Blogger.
- **Picmonkey**: Damit kannst du Fotos bearbeiten und Grafiken erstellen
- **Selbständig im Netz**: Blog für Selbstständige.
- **SEO-Book**: Blog über SEO.
- **Seokratie**: Blog über SEO.

Nützliche Bücher

- **Authority**: Das beste Buch zum Thema Self Publishing.
- **Deutsch für junge Profis**: Ein hervorragendes Buch mit Tipps zum besseren Schreiben.
- **Let's Get Digital**: Ein weiteres Buch zum Self Publishing.
- **Start with Why**: Eine tolle Anregung, Dir mal zu überlegen, warum Du etwas tust.

8.3 REGELMÄßIGE AUFGABEN

Artikel schreiben (zwei bis drei Mal pro Woche)

- Welche Fragestellung soll Dein Artikel beantworten?
- Überlege Dir einen interessanten Titel.
- Strukturiere Deinen Artikel.
- Schreibe Deinen Artikel.
- Verlinke interne und externe Seiten.
- Verwende passende Suchbegriffe (Titel, Überschriften, Text).
- Binde Fotos ein.
- Formatiere Deinen Text.
- Lies Korrektur, bis Dir der Text hochkommt.
- Veröffentliche den Artikel in sozialen Netzwerken.
- Trage Deinen Artikel in Reisebericht-Portale ein.
- Suche ggf. passende Facebook-Seiten, die den Artikel teilen können.

Täglich oder alle paar Tage

- E-Mails beantworten
- Kommentare beantworten
- Veröffentlichungen bei Facebook & Co. planen
- Reiseblogs lesen und kommentieren

Wöchentlich

- Einen Gastartikel schreiben
- Ggf. weitere Inhalte schreiben (Infoseiten)
- Neue Ideen für Artikel notieren

- Newsletter versenden (geht auch seltener)
- Affiliate-Einnahmen abfragen
- Google-Analytics-Daten prüfen

Monatlich

- Mediakit aktualisieren
- Neue Artikel intern prominent verlinken
- Optimieren (Packliste, Landing Pages, Artikel ...)
- Über mich, Neu hier? und Ressourcen überarbeiten
- Neue Themen für Gastartikel sammeln
- Gastautoren einladen
- Keywords für neue Themen recherchieren
- Ideen für neue Produkte (z. B. eBooks) sammeln
- Leserwünsche auswerten (aus Kommentaren, E-Mails...)
- Überlege: Was kannst Du Neues probieren? (Videos, Diashows, Podcasts ...)
- Überlege: Bist Du Deiner Marke treu geblieben?
- Überlege: Bist Du noch zufrieden mit Deiner Stimme und Deinen Zielen?
- Überlege: Bist Du Deinen Werten treu geblieben?
- Google-Analytics-Daten im Detail auswerten
- Deine Backlinks auswerten (neue Verlinkungen?)

Darüber hinaus gibt es noch eine Reihe von Aufgaben, die sich nicht planen lassen: Austausch mit Reisebloggern, Verhandlungen mit Kooperationspartnern, Interviews für Blogger, Podcasts, Medien, Studenten und einiges mehr.

DANKE

Ich danke allen, die mich bei der Erstellung dieses Guides unterstützt haben. Conni Biesalski, die mich bei einem Bier in Mexiko darin bestärkte, den Guide überhaupt zu schreiben, und später ihr Feedback beisteuerte. Tim Chimoy, Felicia Hargarten, Marcus Meurer und Valeria Geizer, die mit ihren wertvollen Tipps dabei halfen, den Guide noch nützlicher zu machen.

Ein Dank geht auch an alle Blogger und Unternehmer da draußen, die mit gutem Beispiel vorangehen und ihre Erfahrungen mit anderen Menschen teilen.