

MIT DEINEM BLOG GELD VERDIENEN



Das Erfolgs-
Ebook

INHALTSVERZEICHNIS

Einleitung	Seite 4
Wie ich dir mit diesem Buch helfen möchte	Seite 8
Warum Werbung auf einem Blog nichts Verwerfliches ist	Seite 11
Die richtige Einstellung	Seite 13
Der erste Eindruck	Seite 15
Verschiedene Arten von Einnahmequellen	Seite 16
Linkverkauf	Seite 18
Bannerwerbung	Seite 20
<i>Bannerkunden akquirieren</i>	Seite 20
<i>Preise festlegen</i>	Seite 21
<i>Abrechnung</i>	Seite 22
Werbenetzwerke, Google Adsense & Youtube	Seite 24
<i>Werbenetzwerke</i>	Seite 24
<i>Google Adsense</i>	Seite 24
<i>Youtube-Videos</i>	Seite 25
Affiliateprogramme	Seite 26
<i>Arten von Affiliate-Programmen</i>	Seite 26
<i>Wie du mit Affiliate-Marketing Geld verdienen kannst</i>	Seite 28
<i>Beispiele</i>	Seite 29
Sponsored Posts	Seite 32
<i>Was sind gesponserte Beiträge?</i>	Seite 32
<i>Wie finde ich Kooperationspartner für gesponserte Artikel?</i>	Seite 33
<i>Arten von Sponsored Posts</i>	Seite 34
<i>Werbung auf deinen Kanälen (Newsletter, Soziale Medien)</i>	Seite 36
<i>Preise / Bezahlung</i>	Seite 36
Testimonial für Firmen	Seite 39
Autorentätigkeit	Seite 40
<i>Print-Magazine / Zeitschriften / Online-Magazine / Blogs</i>	Seite 40
<i>Wie viel kannst du für Autorentätigkeiten verlangen?</i>	Seite 40
<i>Bezahlung mit Gegenleistungen und/oder Produkten</i>	Seite 41

<i>Kriterien zur Bestimmung deines Preises</i>	Seite 42
<i>Bücher im Selbstverlag (Digital & gedruckt)</i>	Seite 42
<i>Gedruckte Bücher verkaufen</i>	Seite 42
<i>Digitale Bücher verkaufen (Ebooks)</i>	Seite 44
<i>Buchvertrag bei einem Verlag</i>	Seite 45
Digitale Produkte verkaufen	Seite 47
<i>Onlinekurse & Onlinekongresse</i>	Seite 47
<i>Designprodukte</i>	Seite 48
Mitgliederbereich auf deinem Blog	Seite 49
Physische Produkte verkaufen	Seite 49
Speaker & Workshopleiter, Interviewpartner	Seite 50
<i>Vergütung und vertragliche Absicherung</i>	Seite 50
<i>Einen Workshop geben</i>	Seite 51
<i>Einen Vortrag halten</i>	Seite 51
Coaching & Beratung	Seite 53
Freelancing	Seite 54
Einnahmen über die VG-Wort	Seite 56
Spenden	Seite 57
Bonus-Lektionen	Seite 58
Wie finde ich Kooperationspartner?	Seite 59
Unternehmen anschreiben	Seite 60
Worauf solltest du bei einer Kooperation achten?	Seite 61
Vertrag für eine Unternehmenskooperation	Seite 63
Wichtige Seiten auf deinem Blog	Seite 64
Dein Media Kit	Seite 65
Gewerbe: Grundlagen & Anmeldung	Seite 71
Über die Autorin	Seite 74
Impressum	Seite 75

WIE ICH DIR MIT DIESEM BUCH HELFEN MÖCHTE

Die Bloggerszene verzeichnet seit vielen Jahren ein stetiges Wachstum und immer mehr Menschen starten ihren eigenen Blog. Sie berichten aus ihrem Alltag, schreiben Anleitungen von Gärtnern, übers Nähen bis Hausbau, geben Tipps zum Familienleben, Reisen, Arbeiten, Sinnfindung und vielem vielem mehr. Eigentlich gibt es zu so gut wie jedem Thema einen Blog.

Da du dieses Ebook gekauft hast, gehe ich davon aus, dass du bereits selbst einen Blog betreibst und deinen Blog auf die nächste Stufe heben willst.

Schon lange träumst du davon, mit deinem Blog Geld zu verdienen oder ihn sogar zu deinem Hauptberuf zu machen. Du schreibst spannende Beiträge und engagierst dich in den sozialen Medien. Du versuchst stets, dich zu verbessern, noch schönere Fotos zu machen, noch mehr Beiträge zu posten, hilfreiche Freebies zu gestalten, dich mit deinen Lesern zu vernetzen und, und, und.

Doch irgendwie geht es nicht voran.

Deine Besucherzahlen steigen nur schleppend, die Werbebanner auf deinem Blog bringen nicht genug ein und wie du an lukrative Kooperationen mit Unternehmen kommst, ist für dich ein Buch mit sieben Siegeln. Vielleicht würdest du auch gern mal eine Anleitung in einem Magazin oder ein eigenes Buch veröffentlichen und endlich bekannt werden.

All diese Gedanken kenne ich nur zu gut und kann dir versichern: Mir ging es genauso.

Als ich meinen Blog [Kreativlabor Berlin](#) startete, wusste ich nicht wohin die Reise gehen soll. Aber eins war klar: ich musste und wollte davon leben können. Meine Webdesign-Firma hatte ich aufgegeben und zurück in einen Bürojob wollte ich nicht. Und natürlich wollte ich meine kleine Tochter gut

versorgen können.

Dieser Ehrgeiz trieb mich an. Wie kann ich es schaffen, meinen Blog zu verbessern und lukrative Kooperationspartner auf mich aufmerksam zu machen? Womit kann ich Geld verdienen und wie stelle ich das an? Was macht einen guten Blog aus und wie geht man mit Anfragen von PR-Agenturen und Presseleuten um?

Oft habe ich meine Arbeit unter Wert verkauft. War froh über jede Anfrage und habe blind zugesagt, oft ohne jegliches Honorar. Ich nahm Anfrage über Anfrage an, weil ich dachte dass dann der Durchbruch käme. Als ich kurz vorm Burnout war, zog ich einen Schlusstrich und beschloss:

Ich möchte nicht mehr so weitermachen! Ich muss etwas ändern.

Von nun an werde ich nicht mehr umsonst arbeiten. Ich kenne den Wert meines Blogs und meiner Arbeit. Wenn ein Unternehmen das nicht zu schätzen weiß, kommt eine Kooperation nicht für mich in Frage. Ich gebe mein Bestes, um meinen Blog und meine kreative Arbeit so gut wie möglich zu machen und für kooperierende Unternehmen ein zuverlässiger Partner zu sein. Dazu gehört auch, dass ich nicht alle Projekte annehmen kann und auf meine Gesundheit achten muss.

Zwei Jahre habe ich mit Recherchen und Tests verbracht, mir immer mehr Wissen angeeignet, dies und das probiert, und dabei viele Fehler gemacht. Ich habe meinen Blog immer weiter optimiert, meine Fotografie- und Schreibfähigkeiten verbessert, mich mit Marketing befasst und viel mit anderen Bloggern ausgetauscht.

Dann war es plötzlich soweit: Ich konnte von meinem Blog-Business leben.

Knapp zwei Jahre nach dem Start meines Blogs fährt mein Business nun jeden Monat genug Geld ein, um davon meinen Lebensunterhalt zu bestreiten. In nur zwei Jahren habe ich zwei Buchverträge an Land gezogen,

wurde zu Deutschlands kreativster DIY-Bloggerin gewählt, habe zahlreiche Interviews gegeben und mittlerweile mehr als 20.000 Schnittmuster-Ebooks verkauft.

Mithilfe des Ebooks kannst du deinen Blog aufs nächste Level heben und damit lukrative Kooperationen an Land ziehen. Ich wünsche dir ganz viel Spaß beim Lesen und Durcharbeiten!

KAPITEL 2:

Verschiedene Arten von
Einnahmequellen

Wenn du deinen Blog schon etwas länger betreibst, hast du bestimmt schon Kooperationsanfragen von Unternehmen oder anderen Webseiten bekommen. Meistens handelt es sich dabei um Linktausch-Anfragen oder Sponsored Posts. Aber es gibt weit mehr Kooperationsmöglichkeiten als diese.

In diesem Kapitel möchte ich dir verschiedene Möglichkeiten der Zusammenarbeit von Bloggern und Unternehmen vorstellen. Dazu gibt es Tipps und Tricks zur Zusammenarbeit mit Firmen und ich verrate dir, von welcher Art "Kooperation" du lieber die Finger lassen solltest. Außerdem möchte ich dir viele andere Einnahmequellen zeigen.

Der Begriff "Blogger Relations" (die Zusammenarbeit mit Bloggern) kommt langsam bei den Unternehmen an. Einige von ihnen verstehen ihr Handwerk sehr gut, sind freundlich, bieten deinem Blog echten Mehrwert und sind zudem bereit, für deine Arbeit zu bezahlen. Andere wiederum schauen sich deinen Blog gar nicht erst an und gehen mit Massenmails und dreisten Kooperationsbedingungen auf Bauernfang. Davon können viele von euch sicherlich ein Lied singen. Es gibt zwei Arten, mit deinem Blog Geld zu verdienen:

Direkte Einnahmequellen

Das sind Einnahmen, die du direkt über deinen Blog und dessen Inhalte erzielst, also z.B. Bannerschaltungen, gesponserte Artikel und Produkttests, Affiliate-Links, Linkverkauf, Spenden, Gewinnspiele oder eigene Produkte, die du über deinen Blog verkaufst.

Indirekte Einnahmequellen

Darunter fallen Einnahmen, bei denen dein Blog als Portfolio dient und du daraufhin Aufträge bekommst. Das können Coaching & Beratung, freiberufliche Tätigkeiten (z.B. Fotografie, Schreiben, Webdesign, Styling, einen Vortrag halten) oder größere Projekte wie ein Buchvertrag, eine TV-Serie etc. sein.

LINKVERKAUF

Wie der Name schon vermuten lässt, geht es hierbei um das Setzen eines Links gegen Bezahlung. Der Link kann entweder zur Unternehmensseite, einem konkreten Produkt oder einer Landingpage für eine bestimmte Verkaufsaktion führen. Zumeist wird ein dauerhafter Link verkauft, der über die gesamte Laufzeit des Blogs bestehen bleibt.

Möglich ist aber auch eine Linkvermietung, bei der du einen Link für 6 oder 12 Monate schaltest und dann eine erneute Vergütung fällig wird. Die meisten Mails, die du unaufgefordert von Unternehmen erhalten wirst, beziehen sich auf solche Linkverkäufe. Viele bieten dir sogar an, dir einen passenden Beitrag zu liefern, so dass du keinen Schreibaufwand hast.

Die Übergänge zwischen den einzelnen Einnahmequellen können manchmal fließend sein. So ist z.B. ein Beitrag auf deinem Blog, in deinem Newsletter oder auf deinen Social Media Kanälen, der einen bezahlten Link zu einem Unternehmen enthält, auch gleichzeitig ein Sponsored Post. Zum Thema Sponsored Post findest du ab Seite 32 weitere Informationen.

Es gibt mehrere Gründe warum du mit solchen Anfragen vorsichtig umgehen solltest: Zum einen können sie die Glaubwürdigkeit deines Blogs untergraben, wenn sie nicht perfekt zu deinem Thema passen - z.B. wenn du über Schnittmuster und Nähen schreibst und plötzlich eine Waschmaschine verlinkst oder wenn ein Beitrag in einem ganz anderen Schreibstil auf deinem Blog erscheint. Dadurch können dir Leser und deren Vertrauen in dich und deine Meinung verloren gehen. Zum anderen geht Google gegen reine Linkverkäufe vor, da diese das PageRanking verfälschen. Teilweise werden Blogs mit vielen gekauften bzw. verkauften Links in den Suchergebnissen von Google nicht mehr angezeigt oder blockiert.

BANNERWERBUNG

Die einfachste Möglichkeit, deinen Blog zu monetarisieren, ist das Einbinden von Werbebannern. Werbebanner gibt es in vielen verschiedenen Formaten und Größen, animiert oder nicht animiert. Sie werden meist in den Header, Footer oder die Sidebar deines Blogs eingebunden, teilweise auch in oder unterhalb einzelner Blogbeiträge.

Bannerkunden akquirieren

Um deine Bannerplätze zu belegen, kannst du aktiv Unternehmen anschreiben und dein Media Kit mit allen Infos zukommen lassen. Der Vorteil hierbei ist, dass du die Preise selbst verhandelst und alle Einnahmen behalten kannst, da keine Provision für die Vermittlung abgezogen wird (wie es bei Werbenetzwerken der Fall ist). Um das Einbinden verschiedener Banner auf deinem Blog zu erleichtern, gibt es einige Plugins, z.B. WordPress-Plugin WPAds oder Show123.

Zunächst solltest du recherchieren, welche Unternehmen zu deinem Blog passen. Die beworbenen Produkte bzw. Shops sollten in jedem Falle der Ausrichtung deines Blogs entsprechen. Hierfür kannst du zum Beispiel auf ähnlichen Blogs schauen, welche Unternehmen dort Werbung schalten. Eine weitere Möglichkeit wäre das Durchforsten von Affiliate-Plattformen: Welche thematisch passenden Unternehmen bieten dort ein Programm an?

Wenn du eine Liste von 10 - 20 möglichen Kooperationspartnern erstellt hast, schreibe diese mit einer persönlichen Mail an. Bleibe stets höflich, stelle kurz und knapp deinen Blog sowie ein paar Statistik-Kennzahlen vor und komme dann freundlich aber bestimmt auf den Punkt: Welche Kooperationsidee hast du, was kannst du dem Unternehmen bieten und was verlangst du dafür? Solltest du keine positive Rückmeldung erhalten, kontaktiere die Unternehmen nach 10 - 14 Tagen erneut und biete ihnen eine kleine

WERBENETZWERKE, GOOGLE ADSENSE & YOUTUBE-VIDEOS

Werbenetzwerke

Eine andere Möglichkeit sind Werbenetzwerke, auf denen du dich mit deinem Blog registrieren kannst. Die meisten Werbenetzwerke funktionieren so, dass du vorgefertigte Codes in die Bannerplätze deines Blogs einfügst. Wenn einem Unternehmen der Bannerplatz auf deinem Blog gefällt, bucht es ihn und ein Banner wird automatisch über den vorgefertigten Code auf deinem Blog eingebunden.

Netzwerke hierfür sind z.B.

- [Schaltplatz](#)
- [Plista](#)
- [Blogads](#)
- [Adwalk](#)

Google Adsense

Google Adsense ist die bekannteste Plattform für "Pay per click"-Werbung, bei der du nicht pro Verkauf entlohnt wirst, sondern an jedem Klick auf eine Textanzeige oder einen Banner Geld bekommst. Ein weiterer Anbieter hierfür ist Adiro. Der Vorteil ist, dass du hierbei einen relativ geringen Einrichtungsaufwand hast und die Anzeigen thematisch passend zu deinen Bloginhalten geschaltet werden.

Allerdings gibt es auch gravierende Nachteile. Die Vergütung pro Klick ist minimal (wenige Cents). Um damit ein nennenswertes Einkommen zu erzielen, brauchst du eine sehr große Reichweite. Außerdem kannst du kleine

AFFILIATEPROGRAMME

Als Affiliate (engl. für "Partner") empfiehlst du auf deinem Blog oder in den sozialen Medien Produkte eines Unternehmens. Kauft ein Leser über den von dir gesetzten Affiliate-Link das betreffende Produkt, erhältst dafür eine Provision oder Vergütung. Die Provisionen fallen dabei je nach Unternehmen und Produkt ganz unterschiedlich aus: bei manchen Firmen bekommst du ein paar Prozent der Einnahmen aus dem Kauf, bei anderen bis zu 50%, oder einen festen Betrag pro Verkauf. Die verlinkten Produkte können sowohl physischer Art sein, wie z.B. Kleidung, Beauty-Produkte, Elektronikartikel und vieles mehr. Aber natürlich können es auch digitale Produkte wie Ebooks, Onlinekurse oder ähnliches sein.

Affiliate-Marketing ist weit verbreitet und wird von den meisten Bloggern eingesetzt. Richtig angewendet kannst du damit gutes Geld verdienen. Die Grundlage für den Erfolg mit Affiliate-Links ist eine große Leserschaft (ab 5.000 einzigartigen Besuchern pro Monat) und eine starke Vertrauensbasis. Nur wenn die Leser deinen Empfehlungen vertrauen und sich nicht durch diese Art der Werbung belästigt fühlen, werden sie auch über deine Affiliate-Links kaufen.

Wichtig ist auch hier, dass Affiliate-Links immer als Werbung gekennzeichnet werden müssen. Die Kennzeichnung muss dabei immer in unmittelbarer Nähe des Links erfolgen. Du kannst entweder hinter dem Link in Klammern („Affiliate-Link“ oder „Werbung“) schreiben oder aber den Link mit einem * versehen und direkt unter dem Absatz (in direkter Nähe zum Link) die Kennzeichnung einfügen.

* = Affiliate-Link

* = Werbung

Arten von Affiliate-Programmen

Damit du die Affiliate-Links für bestimmte Produkte bekommst, musst du dich bei einem Affiliate-Programm anmelden. Hierbei gibt es zwei Varianten.

Affiliate-Netzwerke

Zahlreiche Affiliate-Programme findest du zusammengefasst in großen Affiliate-Netzwerken wie z.B. Zanox, tracdelight, belboon, affilinet oder Digistore (für digitale Produkte). Hier meldest du dich als Affiliate an und kannst dann aus einer Vielzahl von Partnerunternehmen wählen. Jedes Unternehmen stellt Banner und Textlinks zur Verfügung, die du dann in deinen Blog integrieren kannst. Beispiele hierfür sind:

[Tracdelight](#)

[Belboon](#)

[Zanox / Awin](#)

[affili.net](#)

[AdCell](#)

[Digistore](#)

Unternehmensinterne Affiliate-Programme

Bei unternehmensinternen Programmen meldest du dich direkt auf der Unternehmenswebseite als Affiliate an und kannst dir dann direkt dort auf der Seite die Produktlinks mit Affiliatecodes generieren. Hierbei bekommst du häufig höhere Provisionen als bei Affiliate-Netzwerken, weil der Vermittler, also das Netzwerk, wegfällt und du stattdessen mit dem Unternehmen kooperierst. Beispiele hierfür sind:

[Amazon](#)

[eBay](#)

[99designs](#)

AUTORENTÄTIGKEIT

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, als Autor/-in in deinem Themengebiet tätig zu werden.

Print-Magazine / Zeitungen / Online-Magazine / Blogs

Mit ein paar konkret ausformulierten Beitrags-Ideen im Gepäck, kannst du dich jederzeit für eine Zusammenarbeit mit passenden Magazinen (Online und Offline) aus deinem Themenbereich bewerben. Mach dir im Vorfeld auf jeden Fall Gedanken über dein gewünschtes Honorar, deinen eigenen Stil und welchen Mehrwert du dem jeweiligen Magazin (= Kooperationspartner) bieten kannst. Wenn du bereits Artikel in Magazinen publiziert hast, schreibe dies ebenfalls dazu und sende Beispiele mit.

Wie viel kannst du für Autorentätigkeiten verlangen?

Viele Blogger verkaufen ihre Arbeit unter Wert. Da nehme ich mich selbst nicht raus - es ist ein fortwährender Lernprozess, den jeder selbst durchwandern muss. Damit du für deine Arbeit angemessen entlohnt wirst, möchte ich dir in diesem Kapitel ein paar Hilfestellungen zur Kalkulation deiner Preise geben.

Die meisten vergessen das oder nehmen es selbst nicht so wichtig. Aber: Du verkaufst dem Unternehmen nicht nur deine Arbeitsleistung! Du verkaufst ebenso deine Reichweite, deinen guten Ruf und hochwertige Inhalte, die das Unternehmen dann selbst für seine sozialen Medien nutzen kann (Text, Foto, evtl. Video). Diesen zusätzlichen Wert solltest du unbedingt mit einkalkulieren.

Als Beispiel: Zwei Blogger schreiben einen qualitativ gleichwertigen DIY-Beitrag für einen Unternehmensblog, den sie auch über ihre Medienkanäle teilen. Blogger #1 hat 50 Follower, Blogger #2 hat 5.000 Follower. Obwohl die beiden Autoren formal die gleiche Leistung erbringen, hat der