Blogger-Relations

FAQs

„Damit vor der ersten Zusammenarbeit zwischen Blogger und Kooperationspartner die am häufigsten gestellten Fragen geklärt sind."

Kontaktdaten:

Sonja Dworzak

diemoebelbloggerin.com

Xing Twitter Pinterest E-Mail

Direkte Fragenauswahl per Klick

Was versteht man unter Blogger-Relations bzw. Blogmarketingkampagnen oder Bloggerkooperationen?

Was ist Social-Media-Marketing?

Was bedeutet der Begriff Influencer-Marketing?

Was bringt Unternehmen eine bezahlte Zusammenarbeit mit Bloggern?

Was macht Blogmarketing so besonders?

Welche (monetär vergüteten) Werbeformen gibt es?

Wie funktionieren erfolgreiche Blogger-Relations?

Wer bloggt denn eigentlich?

Ist bloggen nicht ein Hobby?

Gibt es Blogger, die für Beiträge kein Geld verlangen?

Warum müssen gesponserte Beiträge als solche markiert werden?

Was hat es mit den Links "do follow" "nofollow" auf sich?

Was versteht man unter Blogger-Relations bzw. Blogmarketingkampagnen oder Bloggerkooperationen?

Unter Blogger-Relations bzw. Blogmarketingkampagnen oder Bloggerkooperationen versteht man Geschäftsbeziehungen zwischen Bloggern, die auf ihrem Blog Werbefläche anbieten, und Unternehmen, die Ihre Produkte & Dienstleistungen darauf bewerben.

Wobei genau genommen nur dann von Blogger-Relations die Rede ist, wenn eine wiederkehrende Zusammenarbeit vorliegt. Findet eine einmalige Zusammenarbeit statt, spricht man von einer Blogmarketingkampagne oder Bloggerkooperation.

Als Überbegriff, mit dem sich alle werblichen Aktivitäten zwischen Bloggern und Unternehmen zusammenfassen lassen, wird am häufigsten das Wort "Blogmarketing" verwendet.

Zur Fragen-Direktauswahl

Was ist Social-Media-Marketing?

Beim Social-Media-Marketing werden ausgewählte Social-Media-Kanäle (z. B. Facebook, Twitter, Pinterest, Instagram, Google+) eines Bloggers als Werbeflächen für Unternehmen zur Verfügung gestellt.

Zur Fragen-Direktauswahl

Was bedeutet der Begriff Influencer-Marketing?

Influencer-Marketing ist nur ein weiterer Begriff für Blogger-Relations, Blogmarketingkampagnen oder Bloggerkooperationen. Das englische Verb to influence (beeinflussen) verdeutlicht, welchen Einfluss die Meinung des Bloggers auf seine Leser hat. Ein Blogger, der über Jahre hinweg regelmäßig Artikel veröffentlicht, hat zu seinen Lesern nämlich ein meinungsbildendes Vertrauensverhältnis aufgebaut. Weshalb jeder Beitrag sorgfältig gelesen, geteilt, kommentiert wird und dadurch einen großen Werbewert bekommt.

Zur Fragen-Direktauswahl

Was bringt Unternehmen eine bezahlte Zusammenarbeit mit Bloggern?

Blogmarketing kann durch die persönliche Meinung des Bloggers Stimmung für zum Blogthema passende Produkte und Dienstleistungen machen. Eine Sache, die durch klassische Werbebotschaften in dem Ausmaß kaum erreichbar ist.

Durchdachtes Blogmarketing sorgt somit gleichermaßen für

- Erhöhung der Marken- u. Produktbekanntheit
- Image- und Reputationssteigerung
- Erhöhung der Suchmaschinenrelevanz
- Steigerung der Besucherzahlen

Zur Fragen-Direktauswahl

Was macht Blogmarketing so besonders?

Gesponserte Bloginhalte erreichen zielgerichtet themeninteressierte Leser und haben somit kaum Streuverluste. Blogmarketing funktioniert zudem persönlicher als jede andere Werbeform, da der Werbepartner als Teil des redaktionellen Inhalts des Blogs wahrgenommen wird.

Zur Fragen-Direktauswahl

Welche (monetär vergüteten) Werbeformen gibt es?

Zu den beliebtesten Kooperationsformen zählen Sponsored Posts, Gesponserte Produktposts, Sponsored Links, Social-Media-Posts, Gewinnspiele oder Werbebanner.

Welche Werbeformen ein Blogger anbietet, kommt darauf an, wie sie sich optisch und inhaltlich, aber auch technisch, in den Blog integrieren lassen, wie viel Aufwand eine Kampagne für ihn bedeutet und wie lukrativ sie ist.

Zur Fragen-Direktauswahl

Wie funktionieren erfolgreiche Blogger-Relations?

Auf Augenhöhe. Das funktioniert, wenn Unternehmen und Agenturen endlich damit aufhören, Blogger als Hobbyschreiber anzusehen, die eben gerne ihre Gedanken in den Laptop tippen. Blogger hingegen sollten sich nicht scheuen, Ihre Arbeit als wertvoll anzusehen und dementsprechend Honorar als Gegenleistung zu verlangen.

Zur Fragen-Direktauswahl

Wer bloggt denn eigentlich?

Anders als von vielen Agenturen und Unternehmen angenommen sitzen längst nicht alle Blogger daheim in ihren Jugendzimmern und schreiben aus Spaß an der Freude über Beauty-, Mode- oder Computerthemen. Erwachsene Blogbetreiber haben neben ihrem Beruf Wohnung, Haus, Partner und vielleicht auch Kinder. Sie wissen was leben und arbeiten bedeutet und gehen vollkommen richtig davon aus, dass ihre Leistung als Chefredakteur, Art-Director, Textchef, geschäftsführender Redakteur, Bildredakteur, Grafiker, Redaktionsassistent, Marketingleiter und Anzeigenleiter (ja, so viele Berufe übt ein Blogger mindestens aus) gebührend bezahlt wird.

Zur Fragen-Direktauswahl

Ist bloggen nicht ein Hobby?

Was zugegeben fast immer als Hobby beginnt, führt nicht selten zu einem (Einpersonen-)Unternehmen. Ein über Jahre hinweg aktiver Blogger bekommt nämlich im Laufe der Zeit fast unzählige Anfragen und Angebote. Er lernt somit, sehr schnell, wie sehr sein Blog gefragt ist, und seine Arbeit monetär zu verwerten.

Je länger man bloggt, desto mehr sieht man es als Beleidigung an, wenn man als Entlohnung darüber happy sein soll, mit einem (nicht mal) namhaften Unternehmen zusammenarbeiten zu dürfen.

Zur Fragen-Direktauswahl

Gibt es Blogger, die für Beiträge kein Geld verlangen?

Es gibt Hobbyblogger, die immer wieder lautstark ihre unabhängige Meinung betonen und aus Prinzip keine entgeltlichen Aufträge annehmen. Alle anderen, die kein Geld für ihre Leistung verlangen, sind entweder so kurz im Geschäft, dass sie überwältigt sind, wenn sie von einem Unternehmen kontaktiert werden, oder können schlicht und ergreifend den Wert ihrer Arbeit noch nicht beziffern.

In beiden Fällen macht eine Zusammenarbeit für Unternehmen wenig Sinn. Der Blogartikel ist zwar gratis - aber auch umsonst, da bei solchen Blogs die Reichweite und somit die Werbewirkung sehr gering ist.

Zur Fragen-Direktauswahl

Warum müssen gesponserte Beiträge als solche markiert werden?

Das Presserecht sieht eine klare Trennung von redaktionellen Inhalten und Werbung vor. Damit Blogleser erkennen, dass es sich um bezahlten Content handelt, werden gesponserte Artikel unter anderem mit der Bezeichnung „Sponsored“, "Werbung" oder "Promotion" gekennzeichnet.

Zur Fragen-Direktauswahl

Was hat es mit den Links "do follow" "nofollow" auf sich?

Agenturen und Unternehmen möchten mit einem Sponsored Post nicht nur Leser erreichen, sondern auch ihren PageRank stärken. Deswegen gilt auch heute noch in einigen Kooperationsanfragen die Bedingung, jeden Link auf dofollow zu setzen, damit er in den Suchmaschinen indexiert wird.

Das Problem: In den Suchmaschinen sollen themenrelevante Inhalte an den obersten Stellen zu finden sein und nicht über Backlinks auf Blogs gekaufte.

Die Lösung: Das Attribut "nofollow" verhindert die Indexierung des Links und schützt sowohl die Seite, von der der Link ausgeht (Blog), als auch die Seite, auf die der Link verweist (Kooperationspartner), davor aus dem Index genommen zu werden - und somit in den Ergebnislisten der Suchmaschinen nicht mehr auffindbar zu sein.

Entsprechend der Richtlinien von Suchmaschinen sollten bei Sponsored Posts ausgehende Links im HTML-Code auf rel=“nofollow“ gesetzt werden - oder von Bloggerseite eine Zusammenarbeit konsequent abgelehnt werden.

Zur Fragen-Direktauswahl

Sie haben noch weitere Fragen?

✉ Meine Antwort