

Einleitung

Als Michael 2011 die erste Auflage von *Blog Boosting* veröffentlichte, war das professionelle Bloggen hierzulande sprichwörtliches Neuland. Geld mit dem eigenen Blogportal zu verdienen oder gar den eigenen Lebensunterhalt damit zu bestreiten, das galt als eher ungewöhnlich. Informierende Berufsbilder waren dem klassischen Journalismus vorbehalten, während es in den USA schon seit mehreren Jahren eine sogenannte ProBlogger-Szene gab. Auch von Unternehmen betriebene Corporate Blogs hatten noch längst nicht die Bedeutung, die sie heutzutage genießen. Vor allem der Hype rund um das Thema »Content-Marketing« hat jedoch erheblich dazu beigetragen, in Blogs eine effiziente Form der Vermarktung zu sehen.

Mittlerweile verfügen selbst viele »kleine« Selbstständige unterschiedlichster Branchen über einen eigenen Blog und berichten – auch aufgrund hochwertiger Inhalte – teils über erstaunliche Erfolge, denn schließlich ist ein guter Blog gleichfalls ein Aushängeschild. Er dient einer guten Sache, der Verbreitung eines Themas, dem Aufbau von Wissen, dem Gewinnen von »Fans« für Autoren und Künstler, dem Erlangen eines Expertenstatus, der Kundenbindung und vielem Weiteren mehr.

Heutzutage ist es nicht mehr so einfach, einen neuen Blog zu etablieren. Das liegt zum einen an der wachsenden Konkurrenz, zum anderen an einem (leider) sinkenden Qualitätsbewusstsein: Einige neuere (Corporate) Blogger betrachten ihre Webseite eher als Mittel zum Zweck. Sie wollen möglichst schnell eine möglichst große Reichweite aufbauen, um den Umsatz anzukurbeln. Teils setzen sie dabei auf Vermarktungsmethoden, die sich nicht mit den ursprünglichen Zielen der Blogosphäre vereinbaren lassen – etwa was die Punkte einer größtmöglichen Transparenz oder den Mehrwert für die Leser anbelangt.

Wenn sich professionelle Blogger in den Dienst ihrer Leser und des Blog-Themas stellen, dann ist der Erfolg nach wie vor möglich. In diesem Sinne ist die Neuauflage *Blog Boosting* durchaus ein Plädoyer für mehr Qualität und für eine Rückbesinnung. Auch wenn das Marketing und die zugehörigen Tipps in diesem Buch wichtig sind, um Inhalte und Wissen voranzubringen, dürfen die Tugenden, die Blogs und Blogger »groß« gemacht haben, nicht in Vergessenheit geraten. Hinzu kommt, dass Blogleser zu Recht kritischer werden. Sie schauen genauer hin, wie private oder unternehmerische Blogger agieren. Blogs rein als billige Werbemaschine zu betrachten oder gar mit Schleichwerbung zu arbeiten, funktioniert

glücklicherweise immer seltener. Nur wer die Leser mit besonders nützlichen, neuen oder unterhaltsamen Inhalten voranbringt, nur wer tatsächlich etwas Wertehaltiges zu sagen hat, der kann von der Macht dieses Mediums profitieren. Und das ist gut so, denn es verhilft jenen Bloggern zum Erfolg, die glaubwürdig und qualitätsbewusst arbeiten.

Mit Robert kam für diese Auflage ein erfahrener zweiter Blogprofi hinzu, dessen Erfahrung bis ins Social-Media-Marketing und die grafische Gestaltung reicht. Auch er hat sein einstiges Hobby zum Beruf gemacht. Sie als Leser profitieren somit von noch mehr Know-how aus der Praxis – sowohl im Corporate als auch im Profi-Blogger-Umfeld. Eine kleine Anekdote am Rand: Die Zusammenarbeit kam über einen Aufruf in Michaels Blog zustande. So wie immer mehr Blogger über ihr Portal einen Arbeitgeber, spannende Projekte oder potenzielle Kunden finden, so ist auch dies ein Beispiel dafür, wie gut Blogs wirken.

Wir würden uns freuen, wenn *Blog Boosting* dazu beiträgt, den einen oder anderen Blog erfolgreicher zu machen. Dabei ist der gemeinsame Austausch unter den Lesern – und mit uns Autoren – wichtig. Michael erreichten in der Vergangenheit sehr viele Anfragen von Lesern, die er nicht immer in vollem Umfang beantworten konnte. Aus diesem Grund haben wir eine Facebook-Gruppe gegründet, in der wir uns austauschen können (Link zur Gruppe: <http://on.fb.me/1eeUi85>). Zusätzlich dazu verwenden wir in allen sozialen Netzwerken das Hashtag #BlogBoosting, um uns über das Buch und das Thema zu unterhalten. Unser Ziel ist, dass Sie dadurch nicht nur Fragen auf Ihre Antworten erhalten, sondern gleichzeitig auch vom Wissen anderer Blogger profitieren können.

Weitere Hinweise

- Um eine gute Lesbarkeit zu bieten, verzichten wir darauf, mit männlichen und weiblichen Formen zu arbeiten. Auch bei Berufsbezeichnungen und Ähnlichem mehr nutzen wir nur eine Variante. Dies stellt keinerlei Wertung dar.
- Private Blogger wundern sich möglicherweise über die ungewohnte Ansprache in der »Sie«-Form. Da sich das Buch jedoch auch an Corporate Blogger richtet und das Duzen in Fachbüchern unüblich ist, haben wir uns für diese Vorgehensweise entschieden.
- Corporate Blogger sollten die Tipps für private Blogger ebenso lesen wie umgekehrt. Beide Seiten können voneinander lernen. Bei vielen Blog-Marketing-Themen ist Querdenken und eine gewisse Abstraktion auf das eigene Thema notwendig und hilfreich.
- Dieses Buch ist stellenweise blogähnlich aufgebaut. Das bedeutet, dass wir an einigen Stellen auf weiterführende Beiträge verweisen, um nicht den Rahmen zu sprengen. Dies ist dem unterschiedlichen Wissens-, aber auch Interessensstand der Leser geschuldet. Sie können somit selbst entscheiden, welches Thema Sie wie vertiefen möchten. Eine Liste mit allen Links aus dem Buch finden

Sie in Roberts Blog unter www.toushenne.de/blog-boosting-links.html. Scannen Sie den folgenden QR-Code, um direkt zur Seite zu gelangen.



- Machen Sie sich beim Lesen Notizen (gerne auch im Buch selbst, hierfür haben wir an einigen Stellen entsprechenden Platz geschaffen) oder arbeiten Sie mit Klebezetteln und anderen Mitteln. Leser der ersten Auflage berichteten uns, dass sie sich somit ihren eigenen kleinen Blog-Erfolgsweg erstellen konnten. Auch später können Sie auf diese Weise jederzeit auf Hinweise zurückgreifen, die Sie noch nicht umgesetzt haben.
- Wir haben ganz bewusst darauf verzichtet, den technischen Einstieg in das Bloggen mit WordPress & Co. näher zu erläutern. Hierfür gibt es bessere Ratgeber. Zudem wollten wir uns auf den vielschichtigen Aspekt des Marketings konzentrieren, der ansonsten womöglich zu kurz gekommen wäre. Wenn Sie noch vor der Einrichtung Ihres ersten Blogs stehen, so können Sie dieses Buch trotz der fehlenden technischen Kenntnisse lesen. Bei vielen der genannten Tipps und Tricks macht es sogar durchaus Sinn, diese im Vorfeld Ihrer zukünftigen »Karriere« als professioneller Blogger zu studieren. Somit können Sie von Beginn an möglichst erfolgreich vorgehen – und typische Anfängerfehler vermeiden.

Danksagungen

Wir möchten die Gelegenheit nutzen, den Menschen zu danken, die uns beim Schreiben dieses Buches unterstützt haben. Das sind vor allen unsere Familien, für die wir in den vergangenen Monaten weniger Zeit hatten, aber auch unsere Freunde und Kollegen, die uns mit ihrem Wissen und ihrer Erfahrung unterstützt haben. Ein besonderer Dank geht daher an alle Experten, die uns Antwort auf ganz spezielle Fragen gegeben haben. Sie werden sie im Verlauf dieses Buches immer wieder antreffen. Ein großes Dankeschön geht ebenfalls an alle Leser der Erstauflage von *Blog Boosting*, die uns – zusammen mit dem mitp-Verlag und unserer Lektorin Miriam Robels – Mut gemacht haben, eine Neuauflage zu schreiben. Wir wünschen Ihnen daher viel Spaß beim Lesen von *Blog Boosting* und vor allem viel Erfolg beim Bloggen!

Robert Weller und Michael Firnkes