

Geld verdienen mit meiner eigenen Website

von Markus Siek

Ausgabe 11 - 2014

Vorwort	4
Kapitel 1: Eigenen Blog planen und umsetzen	5
1.1 Warum sich mit Blogging Geld verdienen lässt!.....	5
1.2 Über diese Themen sollten Sie bloggen	6
1.3 Welchen Namen wähle ich für meinen Blog	8
1.4 Wie finde ich einen passenden Host?	9
1.5 Womit erstelle ich einen Blog?.....	10
1.6 Die ersten Schritte mit Wordpress	10
1.7 So wird Ihr Blog zur Marke	11
1.8 Wie bekomme ich mehr Besucher?	13
Kapitel 2: So verdienen Sie Geld mit Ihrem Blog.....	15
2.1 Bezahlte Schreibaufträge	15
2.2 Werbeeinnahmen durch Google AdSense	16
2.3 Werbeeinnahmen durch Partnerprogramme	17
2.4 Verkauf von Backlinks.....	19
Hinweis	22

Vorwort

Wussten Sie, dass in Deutschland bereits jeder siebte Blogger über 1.000 Euro pro Monat verdient? Diese Zahl brachte eine aktuelle Umfrage von Ranksider ans Licht. Ein eigener Blog eignet sich also hervorragend zum Geldverdienen- genauso wie jede andere Website, die interessante Inhalte für ihre Besucher bereithält. Wer die richtige Idee für ein spannendes Webseitethema hat, fleißig schreibt und seine Seite clever vermarktet, hat die Chance, mit seiner Website dauerhaft Geld zu verdienen. Dieser Ratgeber soll Ihnen beim Aufbau eines erfolgreichen Blogs helfen! Viel Spaß und viel Erfolg wünscht Ihnen

Markus Siek (www.netz24.biz)

Kapitel 1: Eigene Website planen und umsetzen

1.1 Warum sich mit Blogging Geld verdienen lässt!

Sie möchten mit einem eigenen Website Geld verdienen? Nebenberuflich? Oder vielleicht sogar hauptberuflich? Einen Blog können Sie schnell und ohne Vorkenntnisse erstellen. Doch zuvor stehen Sie vor vielen Fragen: Kann das Geschäftsmodell überhaupt funktionieren? Worüber schreibe ich? Wie erstelle ich ein Blog? Wo bekomme ich Geld her? Und kann ich es schaffen, pro Monat 1.000 Euro, 5.000 Euro oder vielleicht sogar einmal 10.000 Euro zu verdienen?

200.000 aktive Blogs

Hauptberuflich als Blogger arbeiten. Sein eigener Chef sein, sich die Zeit frei einteilen können und sich nicht mit cholerischen Chefs herumschlagen müssen. Darüber schreiben, wozu man gerade Lust hat. Mit seinen Lesern philosophieren und diskutieren und ganz nebenbei auch noch gutes Geld verdienen. So oder ähnlich stellen sich viele ein Leben als Blogger vor. Der Trend, der wie alles im Internet aus den USA zu uns vor einigen Jahren herübergeschwappt ist, hat längst auch hier viele Anhänger gefunden. Rund 200.000 Blogs sind in Deutschland aktiv. Dabei viele, die nur als Hobby in der Freizeit betrieben werden, aber auch etliche, mit denen vor allem finanzielle Ziele verfolgt werden.

Funktionierendes Geschäftsmodell in den USA

Doch kann man mit einem Blog wirklich Geld verdienen? So viel, dass man gut davon leben kann? Zumindest in den USA kann man diese Frage getrost mit „ja“ beantworten. Nach Angaben der Weblog-Suchmaschine Technorati leben dort 14 Prozent von den Einnahmen ihres Blogs. Über die Hälfte kommt dabei auf Einnahmen über 50.000 US-Dollar. Von solchen Verhältnissen ist man in Deutschland weit entfernt. Der Großteil der Blogger hierzulande verdient mit seiner Website deutlich unter 1.000 Euro pro Monat. Wie viele hauptberufliche Blogger in Deutschland tätig sind, ist nirgendwo erfasst. Nur, dass die Anzahl der Blogger, die sich über Einnahmen von über 5.000 Euro und mehr pro Monat freuen können, verschwindend gering ist.

Aller Anfang ist schwer

Sollten Sie also mit dem Gedanken spielen, ein eigenes Blogprojekt zu starten, startet diese Artikelserie erst einmal mit einer Ernüchterung. Schnell viel Geld verdienen? Sehr unwahrscheinlich. Egal, welche Versprechungen die unzähligen Geld-Verdienen-Blogs auch verheißen. Stattdessen werden Sie als Neublogger erst einmal durch eine harte Schule gehen müssen. Jeden Besucher auf Ihrer Seite werden Sie persönlich mit einem virtuellen Handschlag begrüßen können. Bei Google werden Sie unter ferner Liefen aufgeführt. An nennenswerte Einnahmen ist nicht zu denken!

Nicht zu spät für den Einstieg

Sie werden sich während der letzten Sekunden sicherlich gedacht haben, dass meine Fähigkeiten als Motivator nicht gerade sehr ausgeprägt sind! Geben Sie mir noch ein paar Zeilen die Chance, Ihnen

das Gegenteil zu beweisen. Tatsächlich bin ich nämlich absolut davon überzeugt, dass die Blogging-Welt in Deutschland noch in den Kinderschuhen steckt und ihre große Zeit noch vor sich hat. Wer deshalb jetzt mit einem eigenen Blog einsteigt, ist nicht viel zu spät, sondern immer noch früh genug dran. Doch warum bin ich fest davon überzeugt, dass die Zahl der erfolgreichen, hauptberuflichen Blogger in den nächsten Jahren in Deutschland stetig ansteigen wird? Ich werde es Ihnen erläutern!

Veränderte Medienwelt

Unsere Mediennutzung hat sich in den letzten Jahren stark verändert. Wer sich informieren möchte, greift immer häufiger zum Notebook oder Smartphone, anstatt zu einer Zeitung oder einer Zeitschrift. Die Folge sind sinkende Absatzzahlen der Printmedien. Sie werden es vielleicht beim Gang in den Zeitschriftenhandel festgestellt haben. Wo sich viele Jahre dutzende unterschiedliche Magazine mit identischen oder ähnlichen Themen beschäftigt haben, sind es heute nur eine Handvoll. Dabei ist die Entwicklung noch längst nicht abgeschlossen. In den nächsten Jahren werden noch viele renommierte Zeitungen und Magazine wegen sinkender Verkaufszahlen die Segel streichen müssen. Wer sich über ein Thema informieren möchte, greift zu seinem PC, Tablet oder Smartphone und nicht mehr zu einem Druckerzeugnis. Warum? Ganz einfach: Das Internet ist immer verfügbar, bietet kostenlosen Content und eine unvergleichliche Themen- und Quellenvielfalt. Doch was genau hat das mit Ihren Chancen als Blogger zu tun, werden Sie sich sicherlich fragen. Eine Menge!

Wie viel kann man als Blogger verdienen?

Die Blogvermarktungsagentur Rankseller hatte seine angemeldeten Blogger vor einigen Monaten befragt, aus welchen Gründen sie ihren Blog aufgesetzt hätten und wie hoch ihr monatlicher Verdienst wäre. Nur 38,2 Prozent der Befragten gaben an, ihren Blog aus finanziellen Gründen zu betreiben. Doch auch, wenn das Finanzielle bei vielen nicht im Vordergrund steht, profitiert der Großteil von diversen Einnahmequellen wie Werbung und dem Veröffentlichen von bezahlten Artikeln - solche Aufträge vermittelt Rankseller übrigens. 71 Prozent der Blogger gaben an, mit ihrer Website Geld zu verdienen. Reichtümer werden bei den meisten deutschen Bloggern nicht angesammelt. Bei 63,5 Prozent der Umfrageteilnehmer liegt der monatliche Verdienst unter 300 Euro. 13 Prozent der Befragten gaben an, mit ihrem Blog über 1.000 Euro zu verdienen. Bei der Beurteilung ihrer Zukunftsperspektiven zeigen sich die Blogger sehr optimistisch. 71 Prozent der Befragten sind sich sicher, dass das Bloggen in Zukunft in Deutschland an Bedeutung gewinnen werde – was sich auch in steigenden Einnahmen auswirken würde. Es ist also noch nicht zu spät für den Einstieg in die Blogging-Welt.

1.2 Über diese Themen sollten Sie bloggen

Mit Blogging lässt sich gutes Geld verdienen. Allerdings nur dann, wenn Sie bei der Planung, worüber und für wen Sie schreiben wollen, strategisch vorgehen. Lukrative Nischen zu finden, ist die größte Aufgabe, die Ihnen als angehender Blogger bevorsteht. Erfahren Sie, wie Sie Themenfelder finden, die Sie nicht nur spannend finden, sondern die auch einen finanziellen Erfolg versprechen.

Die wichtigste Frage für jeden Neublogger ist: „Worüber soll ich eigentlich schreiben? Viele entscheiden sich dafür, einfach immer das aktuelle Tagesgeschehen zu kommentieren, über persönliche Erfahrungen zu berichten und so die Welt an ihrem Leben teilhaben zu lassen. Tatsächlich ist dies ja auch die Grundidee, die hinter einem Blog, einem Internet-Tagebuch steckt. Als Geschäftsmodell taugt diese Vorgehensweise hingegen wenig. Zum einen, weil zehntausende andere Blogger ähnlich verfahren und zum anderen, weil Sie damit keine konkrete Zielgruppe ansprechen, sondern sich an die Allgemeinheit richten. Damit ist Ihr Blog zum Scheitern verurteilt, wenn Sie irgendwann einmal davon leben möchten.

Kampf gegen die etablierten Blogs

Die alles entscheidenden Fragen für einen Blogger sind immer die folgenden: Worüber schreibe ich, und wer soll das lesen? Schaut man sich die Blogging-Welt an, fällt auf, dass viele Schreiberlinge dabei Themen auswählen, die sich an eine möglichst große Zielgruppe richten. Die beliebtesten Blog-Themen sind „Geld verdienen im Internet“ und „Shopping-Schnäppchen finden“. Das will schließlich fast jeder! Nun könnten Sie es sich einfach machen und auch solch ein Thema für Ihr Projekt auswählen. Nur haben Sie dann das Problem mit Hunderten anderen etablierten Blogs um die entscheidenden Keywords konkurrieren zu müssen. Es gibt bessere Ideen – und ich verrate Ihnen auch, welche!

Lieber 10.000 als 80 Millionen

Meiner Überzeugung nach ist es die falsche Vorgehensweise für ein Blogthema mit kommerziellen Zielen, sich an ein möglichst breites Zielpublikum zu richten. Stattdessen sollten Sie lieber Ihre Zielgruppe klar definieren und über Themen schreiben, die nur diese Gruppe interessiert. So haben Sie zwar keine potenziell 80 Millionen Leser, sondern vielleicht nur 10.000 oder 100.000. Dafür ist aber die Anzahl der Mitbewerber überschaubar – vielleicht gibt es nicht einmal einen. Das macht es für Sie deutlich leichter, sich am Markt zu positionieren und passende Themen für Blogbeiträge zu finden. Zudem hilft eine klar definierte Zielgruppe Ihres Blogs bei der Vermarktung Ihrer Website.

Begrenzung auf eine klar definierte Zielgruppe

Welches Thema und welche Zielgruppe könnten nun konkret für ein Blog interessant sein? Ein vielversprechender Ansatz wäre es zum Beispiel, sich mit seinem Blog an die lokale oder regionale Bevölkerung in seiner Heimat zu wenden und über Themen zu schreiben, die die Menschen in der Umgebung interessieren. Dadurch haben Sie die Zielgruppe Ihres Blogs automatisch definiert. Doch das ist nicht der einzige Vorteil: Solch ein Blog mit lokalem Bezug ist allein deshalb attraktiv, weil die Zahl der „Returner“ bei einem gut gemachten Angebot sehr hoch sein dürfte. Wer sich heute dafür interessiert, was es Neues in Düsseldorf gibt, den wird es auch morgen interessieren. Und übermorgen!

Binden Sie Ihre Leser ein

Wie könnte man nun solch ein Lokal-Blog aufbauen? Zunächst einmal wäre es wichtig, viele Leser auf Ihr Angebot aufmerksam zu machen. Stellen Sie Vereine in der Umgebung vor, berichten Sie über Stadtfeste. Schreiben Sie täglich neue Beiträge. Rufen Sie aktiv dazu auf, dass Ihre Leser eigene Artikel für Ihre Website verfassen, in denen Sie über Themen in der Region schreiben. Jeder liest gerne Beiträge über Themen, die ihn direkt, Leute, die er kennt oder die nächste Umgebung

betreffen. Aus keinem anderen Grund ist der Lokaljournalismus nach wie vor das Zugpferd der Tageszeitungen – nicht der Politikteil und auch nicht der Sport!

Zahl der Wiederkehrer ist entscheidend

Die lokale oder regionale Begrenzung eines Blogs kann sogar noch um eine thematische Abgrenzung erweitert werden. Beispielsweise, indem Sie speziell über Partys und Events in Ihrer Stadt schreiben und Ihren Blog mit vielen Fotos dieser Veranstaltungen ausschmücken. Entscheidend ist immer, dass Sie einen Bezug zu Ihrem Publikum – über eine klare geografische oder inhaltliche Ausrichtung – aufbauen, immer wieder neue Themen finden und so dafür sorgen, dass man Sie nicht nur zufällig über Google findet, sondern täglich bei Ihnen vorbeischaute, um zu sehen, was es Neues gibt. Das ist die Grundlage für ein Blog-Projekt, das mittel- oder langfristig zu einer lukrativen Einnahmequelle wird.

1.3 Welchen Namen wähle ich für meinen Blog

Große, erfolgreiche E-Commerce-Unternehmen haben es bei der Wahl der Domain relativ leicht. Sie können einen eingängigen, einprägsamen Fantasienamen auswählen. Später wird dieser durch gigantische Werbefeldzüge bekannt gemacht und so zur Marke, die früher oder später jeder kennt. Man schaue sich nur die Beispiele Zalando, Redcoon oder Javari an. Diesen Luxus können Sie sich bei Ihrem Blog natürlich nicht leisten. Sie haben kein riesiges Werbebudget zur Verfügung, um Ihre Website bekannt zu machen, weswegen Sie auf das Instrument Suchmaschinenoptimierung – abgekürzt als SEO - setzen müssen, damit möglichst viele Besucher gratis von Google zu Ihnen gelotst werden – und diese Suchmaschinenoptimierung fängt bei der Wahl der Domain, also Ihrer Internetadresse an.

Je kürzer der Domainname, desto besser

Bei der Auswahl der Internetadresse gibt es eine grundsätzliche Regel: Je kürzer, desto besser. So merken sich Kunden leichter www.pizza.de als www.pizza-essen.de, was wiederum immer noch besser wäre als www.pizza-essen-in-stuttgart.de. Und das wiederum wäre einem Name wie www.die-besten-pizzen-in-stuttgart.de vorzuziehen. Der Haken an diesem grundsätzlichen Tipp: Solche kurzen, prägnanten und klar den Inhalt beschreibenden Website-Namen werden Sie heutzutage nicht mehr bekommen, weswegen Sie bei der Wahl der Domain etwas Kreativität werden beweisen müssen.

Beschreibung im Namen

Entscheidend für einen guten Domainnamen sind letztendlich zwei Dinge. Erstens: Er muss möglichst prägnant, kurz und leicht zu behalten sein, damit Besucher, die Ihre Website einmal besucht haben, Sie auch schnell und ohne Probleme wiederfinden. Zweitens: Ihre Besucher sollten wissen, was sie auf Ihrer Seite erwartet. Vermitteln Sie schon über Ihren Namen, über welche Themen Sie bei Ihnen Beiträge lesen können. Das ist nicht nur von Vorteil für Ihre menschlichen Besucher, sondern auch für die Crawler von Google, die ständig das Angebot und den Inhalt der indexierten Websites überprüft. Haben Sie eines Ihrer wichtigsten Keywords bereits im Domainnamen enthalten, hilft Ihnen das, eine gute Suchmaschinenpositionierung bei entsprechenden Suchanfragen zu erreichen.

Kombinationen erstellen

Ein probates Mittel, um trotz der Flut von vergebenen DE-Adressen noch interessante Webadressen zu kreieren, ist es, beschreibende Begriffe mit Adjektiven oder auch mit persönlichen Namen zu kombinieren. Um es konkret auszudrücken. Wenn www.geschenke.de und www.geschenkeladen.de schon vergeben sind, sichert sich die Existenzgründerin Gabi Mustermann eben die Adresse www.gabis-geschenkeladen.de. Wer seinen Namen hingegen nicht in der Webadresse verewigt sehen möchte, wählt einen Namen wie www.kleiner-geschenkeladen.de. Nehmen Sie sich bei der Auswahl Ihres Namens die Zeit und erstellen Sie unterschiedliche Vorschläge, die Sie mit Freunden und Bekannten besprechen. Machen Sie dabei einen kleinen Test und bitten Sie sie bei der Verabschiedung, einen der vorgestellten Namen zu wiederholen. Und zwar den Namen, der ihnen als erstes in den Sinn kommt. Häufen sich hier identische oder ähnliche Ergebnisse, haben Sie einen sicheren Anhaltspunkt dafür, welcher Name der einprägsamste ist.

1.4 Wie finde ich einen passenden Hosters?

Haben Sie Ihr Thema ausgewählt und Ihren Wunschnamen gefunden, sollten Sie ihn auch schon schleunigst registrieren, denn pro Monat werden in Deutschland über 50.000 (!) neue DE-Adressen vergeben. Riskieren Sie es also nicht, dass Ihnen jemand Ihre Adresse im letzten Moment wegschnappt! Registrieren können Sie Ihre neue Shopseite bei jedem beliebigen Service-Provider (zum Beispiel www.united-domains.de, www.domain24.de). Auch über sämtliche bekannten Hosting-Provider (1&1, Strato, Host Europe etc.) können Sie Ihre Adresse registrieren lassen. Grundsätzlich haben Sie immer die Möglichkeit, dies direkt mit einem Hosting-Vertrag zu kombinieren.

Günstigste Hosting-Angebote sind ausreichend

Bei der Wahl des Hosters und des Tarifs können Sie im Prinzip wenig falsch machen. Bei einem neugestalteten Blog brauchen Sie anfangs nur einen geringen Speicherplatz auf Ihrer Website. Auch der Traffic wird sich in der Anfangszeit in Grenzen halten, weswegen in der Regel günstige Shared Hosting - Einstiegsangebote völlig ausreichend sind. Grundsätzlich sollten Sie nur immer darauf achten, flexibel in einen anderen, höheren Tarif wechseln zu können. Dies ist aber eigentlich bei fast allen Anbietern Standard.

Achten Sie auf die Servicequalität

Eines der wichtigsten Auswahlkriterien des Hosters sollte die Servicequalität sein. Insbesondere, falls Sie noch wenige Erfahrungen mit Begriffen wie FTP, HTML oder Wordpress haben, werden Sie vor allem in der ersten Zeit vor vielen Fragezeichen stehen. Achten Sie deshalb nicht nur auf den Preis, sondern recherchieren Sie im Internet, welche Erfahrungen andere Kunden mit dem Support der jeweiligen Anbieter gemacht haben. Wurde ihnen schnell und kompetent geholfen? Oder aber war nie jemand zu erreichen? Und noch ein Tipp: Vergewissern Sie sich, dass Ihr Hoster „1-Klick-Installationen“ beliebter Websoftware-Lösungen auf Ihrer zukünftigen Website anbietet. Das macht zum Beispiel die Installation der beliebten Blogsoftware „Wordpress“ für Einsteiger deutlich leichter.

1.5 Womit erstelle ich einen Blog?

Um einen eigenen Blog aufzusetzen, brauchen Sie keinerlei Programmierkenntnisse mitbringen – inzwischen haben Sie die Auswahl zwischen diversen benutzerfreundlichen Lösungen, mit denen sich auch Einsteiger problemlos zurechtfinden können. So bieten beispielsweise die großen Webhoster wie 1&1 mit der „Do it yourself – Homepage“ oder Strato mit dem „Homepage-Baukasten“ Software-Lösungen an, mit denen Sie sich in wenigen Schritten ein schickes Layout aussuchen und Ihre ersten Texte veröffentlichen können. Der Vorteil: Sie können mit solchen Lösungen nicht nur Blogs, sondern jede erdenkliche Art von Website erstellen.

Besser hosterunabhängig

Diese Baukastenlösungen haben nur einen entscheidenden Nachteil: Sie binden sich an den jeweiligen Hoster und können nur auf die Funktionen zurückgreifen, die er Ihnen anbietet. Deutlich sinnvoller ist es deshalb auf hosterunabhängige, kostenlose Lösungen zu setzen. Sicherlich hat in diesen Zusammenhang jeder schon einmal von Wordpress gehört – der beliebtesten Websoftware für Blogger. Bevor wir Ihnen diese vorstellen, möchten wir noch eine interessante Alternative erwähnen.

Sy9 als spannende Wordpress-Alternative

Serendipity, kurz sy9 genannt, hat sich in den letzten Jahren zu einer ernstzunehmenden Wordpress-Alternative entwickelt. Die Open-Source – Blogsoftware funktioniert nach einem ähnlichen Prinzip wie Wordpress. Sie installieren die Software direkt auf Ihrem Webserver und können anschließend online über jeden beliebigen Internetzugang auf Ihren Blog zugreifen, um zum Beispiel Beiträge zu veröffentlichen oder an dem Design zu feilen. Im direkten Vergleich ist sy9 sogar noch intuitiver zu bedienen als Wordpress und gilt zudem als sicherer. Dabei müssen Sie trotzdem nicht auf Funktionen verzichten, denn ebenso wie bei Wordpress finden sich im Internet zahllose Plugins, mit denen sich die Software aufrüsten lässt.

Darum ist Wordpress die beste Wahl

Trotz aller Vorzüge empfehle ich Ihnen, bei Ihrem Blog auf Wordpress zu setzen. Und zwar aus zwei Gründen: Erstens, weil die Auswahl an Plugins und damit die funktionellen Möglichkeiten unübertroffen ist. Und zweitens, weil die Software zukunftssicher ist. Aufgrund der riesigen Fanschar und einer aktiven Community wird Wordpress permanent weiterentwickelt. Das sorgt für die Gewissheit, dass Sie in fünf Jahren nicht zu einer anderen Lösung umziehen müssten. Was einen immensen Aufwand bedeuten würde. Der große Vorteil bei Wordpress liegt darin, dass die Lösung Einsteiger nicht überfordert und trotzdem das Potenzial mitbringt, mit Ihren Anforderungen an Design, Individualität und den Funktionsumfang mitwachsen zu können.

1.6 Die ersten Schritte mit Wordpress

Nachdem alle Vorbereitungen getroffen wurden, kann es nun endlich losgehen. Legen Sie ein Layout fest und passen Sie es an Ihre Bedürfnisse an. Anschließend erstellen Sie Ihren ersten Artikel mit Wordpress und veröffentlichen ihn.

Sobald Wordpress per „1-Klick-Install“ oder manuell auf Ihrem Webserver erfolgreich installiert wurde, können Sie mit Ihrem Blog auch schon losgehen. Um Ihren Blog zu gestalten, rufen Sie das so genannte Backend von Wordpress auf. Geben Sie dazu in Ihrem Browser die entsprechende Zugangsseite ein. In der Regel finden Sie diesen unter www.IhreSeite.de/wordpress/wp-admin. Hier loggen Sie sich mit dem Benutzernamen „admin“ und dem von Ihnen ausgewählten Passwort ein. Dieses Passwort sollten Sie im Übrigen sehr sorgfältig auswählen, da es den Zugang zu Ihrer kompletten Website freigibt. Gerät es in falsche Hände, könnte auf einen Schlag Ihr kompletter Blog zerstört oder gekapert werden. Der Name des Lieblings-Fußballclubs hat hier also genauso wenig zu suchen wie „1234“.

Design anpassen und individualisieren

Nachdem Sie sich erfolgreich eingeloggt haben, kann es mit der Gestaltung auch schon losgehen. Sie gelangen automatisch in das Dashboard, das Armaturenbrett Ihres Blogs. Mit einem Klick auf „das komplette Theme ändern“ können Sie ein Design auswählen, das Sie wiederum mit „Dein Wordpress individualisieren“ an Ihre Bedürfnisse anpassen können. Sie müssen hier keine abschließenden Entscheidungen treffen – Sie können das Design jederzeit verändern und anpassen.

Nicht vergessen: das Impressum

Auch wenn Sie schon mit den Hufen scharren: Noch ist nicht die Zeit für Ihren ersten eigenen Artikel. Klicken Sie stattdessen auf „Seiten“ und legen dort ein rechtskonformes Impressum an – auch dann, wenn Ihr Blog privater Natur bleiben soll und Sie auf Werbeeinnahmen verzichten wollen. Bei der Erstellung hilft Ihnen der kostenlose „Impressum Generator“ von e-Recht24. Benennen Sie eine Seite „Impressum“ und fügen Sie den Code, der anhand Ihrer Angaben erstellt wird, der Seite zu.

Der erste eigene Artikel

Jetzt geht es aber wirklich los! Mit einem Klick auf „Beiträge“ und „erstellen“ können Sie der Welt Ihren ersten eigenen Artikel präsentieren. Geben Sie eine Überschrift an und schreiben Sie Ihren Text, wie Sie es von Word gewohnt sind. Um HTML-Code einzufügen, später wichtig um zum Beispiel banner-Werbung einzubetten, wechseln Sie die Ansicht von „Visuell“ auf „Text“. Optional können Sie nun noch ein Foto als Einstiegsbild zu Ihrem Artikel veröffentlichen. Sind Sie mit allen Eingaben fertig, klicken Sie auf „Veröffentlichen“. Der erste Meilenstein in Ihrer Blogger-Karriere ist geschafft. Doch die größten Herausforderungen und Hürden warten noch auf Sie!

1.7 So wird Ihr Blog zur Marke

Nachdem die ersten Artikel veröffentlicht sind, warten Sie sehnsüchtig auf Besucher. Doch in den ersten Wochen verirren sich nur eine Handvoll Nutzer pro Tag auf Ihrer Website. Jetzt heißt es durchzuhalten und den Blog mit regelmäßigen Beiträgen zu etablieren.

Sobald der erste Beitrag online gestellt ist, will man als Neublogger natürlich wissen, wie viele Leser man damit erreicht. Die Verknüpfung der Seite mit Google Analytics lässt die anfängliche Euphorie aber schnell verklingen. Außer Ihnen schauen wahrscheinlich noch eine paar Freunde von Ihnen

vorbei, doch in den ersten Tagen und Wochen werden Sie kaum mehr als eine niedrige zweistellige Zahl an Besuchern begrüßen dürfen. Jetzt beginnt die schwierigste Zeit für Ihren Blog, denn die Motivation leidet natürlich unter den niedrigen Zugriffszahlen. Trotzdem müssen Sie fleißig weiterschreiben, denn nur so erreichen Sie mittel- und langfristig mehr Besucher. Drei von vier Bloggern brechen ihr Projekt übrigens in den ersten zwölf Monaten ab. Dabei dürfte ein Hauptgrund sein, dass sich die Blogger Tag für Tag fragen, wofür sie diesen Aufwand eigentlich betreiben.

Inhalte, Inhalte, Inhalte

Im ersten Jahr Ihres Blogs besteht Ihre Hauptaufgabe darin, Ihren Blog mit Inhalten zu füllen. Um Suchmaschinenoptimierung und um das Generieren von Einnahmen müssen Sie sich jetzt noch keine Gedanken machen. Um mit Ihrem Blog Geld zu verdienen, brauchen Sie Besucher. Und um Besucher für sich zu interessieren, brauchen Sie möglichst viele interessante Inhalte. Bedenken Sie: Jeder einzelne Beitrag kann einen neuen Besucher über Google auf Ihre Seite führen. Je mehr Beiträge Sie also online gestellt haben, desto mehr Türen öffnen Sie zu Ihrem Blog. Das Design und die Navigation Ihres Blogs spielen hingegen in dieser Zeit kaum eine Rolle. Dies können Sie später immer noch optimieren und Ihren Inhalten entsprechend anpassen.

Google Analytics im Live-Ticker

Versuchen Sie in der Anfangszeit, sich von der täglichen Kontrolle der Besucherzahlen möglichst zu lösen, da dies potenziell nur demotivierend wirkt. Konzentrieren Sie sich stattdessen auf das Finden interessanter Themen und das Schreiben. Um diese anfängliche Durststrecke durchzustehen, sollten Sie sich einreden, dass Sie diesen Blog ausschließlich für sich selber schreiben. Finden Sie Ihren Schreibstil und verfeinern Sie ihn. Versuchen Sie Tag für Tag besser zu werden!

Sandkorn am Strand

Natürlich stellt man sich trotzdem immer wieder die Frage, warum nur so wenige Besucher den Weg zu einem finden. In den seltensten Fällen dürfte die Antwort darin liegen, dass die Qualität Ihrer Texte zu schlecht ist. Vielmehr müssen Sie sich Ihren Blog als Sandkorn an einem langläufigen Strand vorstellen. Das andere dieses zufällig finden, passiert nur selten. Um sich gegen die unzähligen anderen Sandkörner durchzusetzen, braucht es vor allem Zeit und Geduld. Sie müssen dafür sorgen, dass sich die Zahl Ihrer Sandkörner mit jedem Beitrag erhöht. Und indem Sie Besucher, die Sie zufällig finden, mit der Qualität und der Relevanz Ihrer Texte überzeugen und Sie dazu bewegen, regelmäßig bei Ihnen vorbeizuschauen, wird nach und nach aus einem Sandkorn ein Sandhaufen, der für immer mehr Internetnutzer sichtbar wird.

Ihr Ziel: täglich schreiben

Für Neublogger heißt es also: Schreiben, schreiben, schreiben. Möglichst täglich, möglichst sogar mehrmals täglich. Doch was in den ersten Tagen und Wochen noch leicht von der Hand geht, wird im Laufe der Zeit immer schwieriger. Die Themenfindung fällt immer schwerer. Bei vielen Blogs, die seit ein paar Monaten online sind, merkt man, dass die Texte immer kürzer und liebloser werden. Viele behelfen sich damit, einfach News aus der Branche, die sie auf anderen Seiten gelesen haben, noch einmal in eigenen Worten wiederzugeben. Einen wirklichen Mehrwert liefert man seinen Besuchern damit aber natürlich nicht. Wenn Sie merken, dass Sie in solch einer Themen und Sinnkrise sind, sollten Sie sich vom Tagesgeschäft erst einmal lösen und versuchen, nicht von Tag zu Tag nach neuen

Ideen zu suchen. Nehmen Sie sich stattdessen die Zeit und suchen Sie nach Themen, die nicht nur Stoff für einen Artikel, sondern für eine längere Artikelserie bieten, von denen Sie jeden Tag einen neuen Teil online stellen. Das hat gleich mehrere Vorteile: Sie binden Ihre Besucher. Sie können intensiver auf verschiedene Details eines Themas eingehen. Sie müssen nicht jeden Tag wieder aufs Neue ein spannendes, exklusives Thema aus dem Hut zaubern. Sie können Texte problemlos vorproduzieren und jeden Tag einen neuen Teil der Serie veröffentlichen.

Nach 100 Artikeln kommt die nächste Aufgabe

Im ersten Jahr Ihres Blogs müssen Sie vor allem eines: durchhalten! Sie müssen schreiben, schreiben, schreiben! Erst wenn Sie eine dreistellige Anzahl von Artikeln online gestellt haben, können Sie langsam das Thema Geld verdienen mit Ihrem Blog ins Auge fassen. Doch bevor es so weit ist, konzentrieren Sie sich auf Ihre Inhalte. Das heißt aber nicht, dass Sie die Zahl Ihrer Besucher bis dato nicht zu interessieren braucht. Ganz nebenbei können Sie jeden Tag ein paar Stellschrauben drehen, die den Bekanntheitsgrad Schritt für Schritt erhöhen.

1.8 Wie bekomme ich mehr Besucher?

Als Blogger ist nicht nur in der Anfangszeit die große Frage: Wie bekomme ich mehr Besucher auf meine Seite? Per Linktausch? Oder gar Linkkauf? Welche Methoden sind empfehlenswert? Und von welchen sollten Sie auf jeden Fall die Finger lassen.

Wenn sich der eigene Blog langsam mit Inhalten füllt, will man natürlich auch Besucher auf die Seite locken, die die Texte lesen. Sobald Ihr Blog online ist, sollten Sie deshalb jeden Tag nutzen, um Ihren Blog bekannter zu machen. Dabei stehen Ihnen unterschiedliche Möglichkeiten zur Verfügung, die ich Ihnen im Folgenden vorstellen werde.

Werbung in persönlicher Korrespondenz

Ab sofort sollten Sie jeden Kontakt mit anderen nutzen, um Ihren Blog zu bewerben. Keine Sorge: Damit ist nicht gemeint, dass Sie gegenüber jedem Bekannten und Fremden Ihren Blog ausgiebig vorstellen und loben sollen. Das geht auch deutlich subtiler. Als erstes sollten Sie Ihre E-Mail-Signatur aktualisieren und dort Ihren Blog aufführen und verlinken. Gleiches gilt für Visitenkarten und Briefvorlagen. Damit erreichen Sie zwar keinen schnellen Bekanntheitsschub, locken aber immer wieder mal neue Besucher auf Ihre Seite – ohne etwas dafür tun zu müssen.

Werbung in sozialen Netzwerken

Bitten Sie Ihre Freunde und Bekannte bei Facebook, Google+, Twitter, Xing und Co. auf Ihren Blog hinzuweisen. Sie können die sozialen Netzwerke aber noch weitaus umfangreicher zu Werbezwecken nutzen. Weisen Sie in den sozialen Netzwerken auf jeden neuen spannenden Beitrag von Ihnen hin und verlinken Sie diesen. Vergrößern Sie Ihr Netzwerk, um mehr potenzielle Besucher auf sich aufmerksam zu machen.

Beiträge für Google optimieren

Auch wenn Sie sich nicht für das Schreiben suchmaschinenoptimierter Texte interessieren, sollten Sie ein paar Kniffe unbedingt befolgen, um gute Chancen auf hohe Platzierungen in den Google-Ergebnislisten zu bekommen. Beschränken Sie sich bei jedem Beitrag möglichst auf ein konkretes Thema und schweiften Sie nicht aus. Die Google-Crawler sollten genau erkennen können, worum es in Ihrem Text geht. Bei der Überschrift Ihrer Beiträge sollten Sie zudem keine kreativen Metaphern oder ähnliches suchen, sondern sich die Frage stellen: Was könnten Google-Nutzer als Suchbegriff eingeben, wenn sie diesen Text lesen wollen: genau das ist die optimale Überschrift. Erklären Sie anschließend im ersten Abschnitt, was den Leser im Text erwartet und gliedern Sie Ihre Texte mit Zwischenüberschriften.

Einträge in Bloglisten

Direkt nach dem Launch Ihres Blogs können Sie sich bei diversen Bloglisten wie www.bloggerei.de, www.bloggeramt.de oder www.blogtraffic.de. Dies macht Google aufmerksam auf Sie und sorgt für eine Handvoll zusätzlicher Besucher pro Tag und Woche. Eine Besucherinvasion sollten Sie aber nicht erwarten, denn von dort werden Sie nur Leute besuchen, die ebenfalls bloggen und sich neugierig umschauen.

Linkts tauschen und kaufen

Wer schneller wachsen will, kann auch Backlinks auf seine Website kaufen oder ein Tauschgeschäft vereinbaren. Wenn du mich empfiehlst, empfehle ich dich! Achten Sie bei solchen Geschäften aber darauf, dass Sie nur mit seriösen Partnern zusammenarbeiten und es nicht übertreiben. Bei Google sind solche Deals nicht gern gesehen. Übrigens: Sobald Ihre Website steigende Besucherzahlen aufzuweisen hat, können Sie mit dem Verkauf solcher Backlinks auf Ihrer Seite sogar selbst gutes Geld verdienen – doch auch dies sollten Sie nicht an die große Glocke hängen.

Wie und wo kann man Backlinks kaufen?

Backlinks müssen Sie nicht bei anderen Website einzeln kaufen. Hierfür gibt es Online-Marktplätze wie Backlinkseller.de - [hier](#) können Sie sich kostenlos anmelden und anschließend Backlinks kaufen oder verkaufen. Wenn Sie mit Ihrer Website mit Backlinkseller Backlinks kaufen wollen, legen Sie hierfür eine neue Kampagne an. Dabei bestimmen Sie, wie viel Geld Sie pro Monat dafür ausgeben wollen und welche Kriterien die Websites erfüllen sollen, auf denen Ihre Backlinks platziert werden. Außerdem bestimmen Sie, wie viele Backlinks pro Tag hinzugefügt werden sollen. Solch eine Kampagne lässt sich innerhalb weniger Minuten erstellen. Um die Suche nach passenden Partnern und das Platzieren von Backlinks kümmert sich anschließend Backlinkseller. Sie müssen nichts weiter tun, als die Erfolge der Kampagne zu kontrollieren – und zu überprüfen, ob Sie wie gewünscht in den Google-Platzierungen bessere Ergebnisse erzielen.

Werben in Foren und in Kommentaren

Besuchen Sie Foren, Themen-Websites und Blogs auf, in denen sich Ihre Zielgruppe tummelt. Weisen Sie dort auf Ihr neues Angebot hin. Aber nicht mit einem plumpen Standard-Werbetext, den Sie einfach überall einsetzen, sondern charmant mit Hinweisen, die zum aktuellen Diskussionsthema passen. Das ist zwar deutlich aufwändiger, verärgert aber dafür nicht die anderen Leser und wird von Google auch nicht als „Spam“ gebrandmarkt.

Kapitel 2: So verdienen Sie Geld mit Ihrem Blog

2.1 Bezahlte Schreibaufträge

Beim Bloggen verdient man in der Regel nur dann Geld, wenn ein Besucher auf einen Werbebanner klickt. Es geht aber auch anders: Warum lassen Sie sich nicht direkt fürs Schreiben bezahlen? Lesen Sie, wie Sie an lukrative Schreibaufträge kommen, was Sie verdienen können und was Sie bei der Themenauswahl beachten sollten.

Wer als Journalist für eine Tageszeitung oder ein Magazin arbeitet, wird vom entsprechenden Verlag beauftragt und bekommt für das Schreiben eines Artikels eine festgelegte Summe überwiesen. In der Internetwelt findet man dieses Geschäftsmodell kaum. Wer hier für Portale schreibt, wird in der Regel nicht mit einem fixen Vergütungssatz bezahlt, sondern abhängig von der Leserschaft, die er damit erreicht hat. Blogger haben es noch schwerer. Sie schreiben Artikel und wissen im Vorfeld überhaupt nicht, was sie damit durch das Klicken der Besucher auf Werbeflächen verdienen. Vielleicht 100 Euro, verteilt auf mehrere Jahre. Vielleicht auch nur 10, vielleicht sogar gar nichts!

Wie viel kann man mit einem Artikel verdienen?

Kein Wunder also, dass bei Bloggern bezahlte Schreibaufträge sehr beliebt sind. Hierbei bekommen Sie für das Verfassen eines Artikels von ihrem Auftraggeber eine vorher vereinbarte Summe. Je nach Popularität des Blogs und dem Budget des Auftraggebers kann solch ein Artikel mehrere Hundert Euro kosten. Im Schnitt sind die Erlöse aber deutlich niedriger und liegen zwischen 30 und 50 Euro. Und trotzdem: Für viele Blogger wäre solch ein sicherer Nebenverdienst sicherlich nicht zu verachten.

Wie kommt man an Schreibaufträge?

Doch wie kommt man überhaupt an solche Schreibaufträge und um was für Aufträge handelt es sich dabei? Etabliert hat sich ein Modell von Portalen, bei denen sich Publisher, also die Blogbetreiber, und die Auftraggeber kostenlos anmelden können. Die Auftraggeber laden anschließend ihr Kundenkonto auf und legen so genannte Kampagnen an. Das sind Ihre potenziellen Schreibaufträge. Die Themen sind dabei so vielfältig wie das Internet. Die Vorstellung von Software, Dienstleistungen, Unternehmen oder neuen Produkten: Egal, in welchem thematischen Bereich Ihr Blog platziert ist – passende Aufträge finden Sie garantiert.

Was erwarten die Auftraggeber von mir?

Die Auftraggeber verfolgen mit ihren Schreibaufträgen natürlich konkrete Ziele. Sie nutzen zum Beispiel die Reichweite der beauftragten Blogs für die eigene Vermarktung sowie den Linkaufbau für die eigene Website – deshalb ist es meist vorgegeben, dass Sie zum entsprechenden Anbieter mindestens einen Link setzen müssen. Bei der Gestaltung der Texte sind Sie meist relativ frei – trotzdem muss man sich natürlich immer bewusst sein, dass es sich hier um Werbetexte handelt, die auch entsprechend gekennzeichnet werden sollten. Ansonsten täuscht man seine Besucher und schadet seiner eigenen Glaubwürdigkeit. Auch sollte man darauf achten, dass die Aufträge zur

Ausrichtung passen. Wer in einem Gesundheitsblog eine neue Steuersoftware gegen Bezahlung vorstellt, tut seinen Besuchern und auch sich damit sicherlich keinen Gefallen.

Wie lassen sich die Einnahmen steigern?

Um an lukrative Schreibaufträge zu kommen, müssen Sie sich mit Ihrem Blog zunächst kostenlos registrieren. Dabei legen Sie direkt den gewünschten Preis pro Artikel fest, den Sie verlangen werden. Dabei lassen sich bei einigen Portalen auch noch Zusatzleistungen kostenpflichtig anbieten – zum Beispiel das Einbinden von Bildern, oder die Werbung für den Artikel bei Facebook. Haben Sie sich erfolgreich registriert und wurde Ihr Blog vom Anbieter geprüft, können Sie sich für Schreibaufträge bewerben. Die Portale zeigen alle aktuellen Kampagnen inklusive des (Rest-)Budgets an. Bei einer Kampagne werden in der Regel mehrere Blogs mit identischen Schreibaufträgen beauftragt. Wen die Auftraggeber auswählen, hängt von der Qualität des Blogs, der Reichweite und natürlich auch dem geforderten Preis ab. Über diese Ausschreibungen lassen sich meist nur Aufträge mit einem Wert von maximal 50 Euro finden. Lukrativer wird es, wenn ein Auftraggeber direkt auf Sie zukommt, da Ihr Blog perfekt ins gewünschte Profil passt. In solchen Fällen sind Honorare jenseits von 100 Euro keine Seltenheit. Deshalb sollten Sie bei der Registrierung Ihren Blog möglichst ausführlich und sorgfältig vorstellen. Dies ist Ihre Visitenkarte, die darüber entscheidet, ob Sie Chancen auf Direktaufträge haben oder nicht.

Wo kann ich mich registrieren?

Wenn Sie als Blogger mit Schreibaufträgen Geld verdienen wollen, sollten Sie sich bei diesen drei Anbietern anmelden. Rankseller ([hier geht es zur kostenlosen Registrierung](#)) hat derzeit das größte Angebot an verfügbaren Schreibaufträgen. Angenommen werden aber nur Blogs, die bereits mindestens sechs Monate aktiv sind. Anmelden können Sie sich jedoch schon vorher – und dann Ihren Blog nachträglich freischalten lassen. Ebenfalls empfehlenswert ist der Anbieter Ranksider ([hier geht es zur kostenlosen Registrierung](#)). Auch hier ist das Auftragsangebot sehr groß, allerdings etwas unübersichtlich. So können Sie die Aufträge nur nach der Sprache filtern und nicht nach Inhalten. Als dritten Anbieter empfehlen wir Ihnen Domainboosting ([hier geht es zur kostenlosen Registrierung](#)). Derzeit ist hier das Auftragsangebot noch recht überschaubar, was aber daran liegt, dass der Anbieter erst seit kurzem in Deutschland aktiv ist.

Meine Empfehlung: Registrieren Sie sich bei allen drei Anbietern, um die Chancen auf lukrative, thematisch passende Schreibaufträge zu erhöhen. Achten Sie bei Ihrem Blog aber immer auf ein ausgewogenes Verhältnis zwischen normalen und Werbeartikeln. Wer seinen Blog nur noch mit Schreibaufträgen füllt, wird seine Besucher damit garantiert vergraulen.

2.2 Werbeeinnahmen durch Google AdSense

Eine der beliebtesten Einnahmequellen für Blogs und andere werbefinanzierte Websites ist Google AdSense. Anders als bei den meisten Partnerprogrammen profitieren Sie schon dann, wenn ein Besucher auf die Werbung klickt. Und das ist nicht der einzige Vorteil.

Wie verdient man Geld mit der eigenen Website? Natürlich mit Werbung! Nur wie findet man interessierte Werbepartner? Müssen Sie gar nicht, denn das erledigt Google für Sie. Jeder Betreiber einer privaten oder gewerblichen Website kann sich kostenlos und unverbindlich bei [Google AdSense](#) anmelden - der Vermarktungslösung für Online-Content von Google.

AdSense-Anzeigen individuell gestalten

Nach der Anmeldung können Sie auch schon direkt loslegen mit dem Geldverdienen. Sie können die Platzhalter für Text- und Grafik-Werbepartner nach Ihren Wünschen designen und sie anschließend auf Ihrer Website einsetzen. Diese Flexibilität ist ein großes Plus bei Google AdSense, denn so können Sie die Werbeflächen organisch in Ihre Website einbauen. Viele Nachrichtenportale gestalten die Anzeigen beispielsweise auf der Startseite bewusst im Stil eines gewöhnlichen Artikels - das sorgt für eine hohe Conversion Rate.

Wie viele Google AdSense-Anzeigen dürfen eingebaut werden?

Bis zu drei AdSense-Werbungen pro Seite dürfen Sie einbinden. Wer auf Ihrer Website letztlich wirbt, darauf haben Sie keinen Einfluss. Google blendet die Werbungen nämlich passend zum Textinhalt und zu den Interessen des jeweiligen Besuchers ein. Lediglich ein Ausschlussrecht bleibt Ihnen. Werbepartner, die unattraktiv für Ihre Besucher sind oder nicht Ihren Vorstellungen entsprechen, können Sie per Klick ablehnen.

Wie viel verdient man bei Google AdSense pro Klick?

Bei Google AdSense verdienen Sie Geld für jeden Klick Ihrer Besucher auf die Werbeflächen. Sie selbst sollten übrigens nicht auf diese Flächen klicken, um die Einnahmen hoch zu treiben - das führt zum Ausschluss des Programms. Wie viel Geld Sie pro Klick verdienen, hängt von den entsprechenden Keywords der Google-Nutzer ab. Manche Klicks sind mehrere Euro wert, manche nur ein paar Cent. Google versteigert die Werbeflächen in Echtzeit an interessierte Unternehmen. Durch die unterschiedlich große Konkurrenz entstehen die Unterschiede beim Klickpreis. Grundsätzlich gilt übrigens: 68 Prozent der Werbeeinnahmen pro Klick bei Content-Websites gehen an Sie - den Rest streicht Google ein.

Wie aktualisiert man die Werbung bei Google AdSense?

Ein weiterer Vorteil von Google AdSense liegt in dem geringen Verwaltungsaufwand für Publisher. Einmal installiert, müssen Sie AdSense-Werbeflächen nicht mehr aktualisieren - es sei denn, Sie wollen ein anderes Layout ausprobieren. Google blendet auch noch Jahre später völlig selbstständig aktuelle Werbebanner ein. Bei vielen Partnerprogrammen hingegen müssen Sie regelmäßig manuell neue Banner einbauen und die alten entfernen. Je größer eine Website wird, desto mehr Verwaltungsaufwand fällt dadurch an.

2.3 Werbeeinnahmen durch Partnerprogramme

Als Publisher hat man die Wahl zwischen Tausenden unterschiedlichen Partnerprogrammen. Wie findet man da den optimalen Werbepartner? Welche Kennziffern können bei der Entscheidung helfen? Antworten liefert dieser Artikel.

Partnerprogramme sind bei Website-Betreibern als Vermarktungsinstrument sehr beliebt. Die Verdienstmöglichkeiten sind meist deutlich höher als mit Google AdSense-Werbung. Zudem lassen sich Kooperationen dank Affiliate-Netzwerken wie Affili.net oder Zanox sehr schnell und unkompliziert starten und umsetzen. Doch wer sich schon einmal bei solch einem Affiliate-Netzwerk angemeldet hat, wird wissen, dass bei solch einer großen Auswahl möglicher Partner die Entscheidung schwer fällt, mit wem man zusammenarbeiten soll und bei wem es nicht lohnt. Inzwischen bieten selbst kleine und mittelgroße Online-Shops eigene Partnerprogramme an, was die Auswahl noch größer macht – und die Entscheidung schwieriger.

Kennzahlen helfen beim Vergleich der Partnerprogramme

Um Partnerprogramme besser miteinander vergleichen zu können, veröffentlichen die Netzwerke, die die Zusammenarbeit zwischen Advertiser und Publisher vermitteln und abrechnen, diverse Kennzahlen zu den einzelnen Programmen. Diese Kennzahlen zeigen an, wie das Vergütungsmodell aussieht, welcher Verdienst möglich ist und wie erfolgreich die Partnerprogramme von den anderen angemeldeten Publishern bislang genutzt wurden.

Die Vergütungsmodelle der Partnerprogramme

Bei den Vergütungsmodellen findet man zumeist die Optionen Pay per Lead (PPL) und Pay per Sale (PPS). Seltener wird auch noch die Option Pay per Click (PPC) angeboten. Beim Pay per Lead werden Sie mit einem Betrag X entlohnt, wenn Ihre Besucher auf die Werbefläche klicken und eine festgelegte Aktion durchführen. Zum Beispiel sich für einen Newsletter anmelden, oder ein Angebot anfordern. Ob tatsächlich später etwas gekauft wird, ist für Sie unerheblich. Anders sieht es beim Pay per Sale aus. Hier bekommen Sie nur Geld, wenn Ihr Besucher auf die Werbung klickt und tatsächlich etwas kauft. Je nach Anbieter bekommen Sie dann eine fixe Vergütung oder eine prozentuale Beteiligung, die sich der Höhe des Warenkorbwerts richtet. Beim Pay per Click bekommen Sie schon das Geld, wenn Ihre Website-Besucher auf die entsprechende Werbefläche klicken.

Key Performance Indicator

Die bisher vorgestellten Kennziffern zeigen Ihnen also an, was Sie bei der Zusammenarbeit mit einem Advertiser verdienen können. Allerdings sagen diese Werte noch nichts darüber aus, wie erfolgreich das Partnerprogramm tatsächlich ist. Anhaltspunkte liefern die so genannten Key Performance Indicators (KPIs). Hier finden Sie zum Beispiel den bekanntesten Key Performance Indicator, die Conversion Rate (CR), die Ihnen anzeigt, wie hoch der durchschnittliche Prozentsatz der Nutzer ist, die nach einem Klick auf die Werbung auch tatsächlich einen Lead oder einen Sale durchgeführt haben. Bei einer Conversion Rate von 1 Prozent, brauchen Sie also statistisch gesehen 100 Besucher, die auf die Werbefläche klicken, um einen Abschluss zu generieren.

Earn per Click

Die Conversion Rate alleine hat aber noch keine Aussagekraft. Ein Partnerprogramm mit einer CR von 0,5 Prozent kann für Sie nämlich attraktiver sein, als eines mit einem Wert von 10 Prozent. Bei der Bewertung dürfen Sie schließlich nicht die Höhe der möglichen Provision vergessen. Während Sie bei einem

Programm mit einem Klick maximal 2 Euro verdienen können, sind bei einem anderen 100 Euro und mehr möglich. Bei solchen Unterschieden kann es sinnvoll sein, eine niedrigere Conversion Rate in Kauf zu nehmen. Um die Partnerprogramme trotz dieser Unterschiede miteinander vergleichen zu können, ist der Key Performance Indicator „Earn per Click“ (EPC) nützlich. Dieser gibt an, wie viel andere Publisher umgerechnet mit einem einzigen Klick eines Website-Besuchers verdient haben. Dabei wird nicht nur die Conversion Rate berücksichtigt, sondern auch die tatsächliche Vergütung. So können auf einmal Partnerprogramme mit unterdurchschnittlich niedriger Conversion Rate Top-Ergebnisse beim EPC liefern – und somit attraktiv für Publisher werden.

Differenzierung nach Branchen

Eine wichtige Kennziffer finden Sie bei den KPIs jedoch leider nicht. Eine Differenzierung der Verdienstmöglichkeiten nach Genres der entsprechenden Websites. Und das ist für die Wahl eines passenden Partnerprogramms von entscheidender Bedeutung. Dass ein Partnerprogramm im Durchschnitt aller Publisher schlechter abschneidet als ein anderes, bedeutet nämlich nicht, dass es auch bei Ihnen schlechter abschneiden würde. Partnerprogramme erzielen nämlich logischerweise immer dann eine bessere Conversion Rate, wenn das beworbene Produkt oder die angepriesene Dienstleistung für das Zielpublikum interessant ist. Ein Blog über den Angelsport sollte also eine Partnerschaft mit einem Anglershop eingehen und nicht mit einem Elektronikhändler – auch wenn dieses Programm eine höhere CR und einen besseren EPC-Wert aufweist.

Zielgruppenfremde Partnerprogramme

Mit einem thematisch passenden Anbieter zusammenzuarbeiten, ist in der Regel die beste Wahl. Doch keine Regel ohne Ausnahme! Was zum Beispiel, wenn im thematischen Umfeld der Website kein passendes oder kein attraktives Partnerprogramm angeboten wird? Dann kann es Sinn machen, mit einem Partnerprogramm zu arbeiten, das keinen inhaltlichen Bezug zur Website besitzt, dafür aber hohe Verdienstmöglichkeiten bietet. Ein beliebtes Partnerprogramm ist dabei das des Finanz- und Vergleichsportals Finanzen.de ([hier können Sie sich kostenlos anmelden](#)), mit dem sich mit einem Klick über 130 Euro verdienen lassen – selbst wenn es zu keinem Vertragsabschluss kommt, können Sie für einen Klick über 70 Euro verdienen. So lässt sich auch eine geringe Conversion Rate verschmerzen. Es genügt, wenn eine Handvoll Ihrer Besucher pro Monat auf die Werbeflächen klickt, um das Partnerprogramm für Sie attraktiv werden zu lassen. Ein ähnliches Partnerprogramm bietet auch Tarifcheck24 ([hier können Sie sich kostenlos anmelden](#)). Bei Tarifcheck24 bekommen Sie bis zu 80 Euro pro Lead und 130 Euro pro Sale – und zusätzlich 5 Euro als Startguthaben! Werben können Sie anschließend nicht nur für Versicherungen, Kredite und Kreditkarten, sondern auch für Vergleichsportale für Strom, Wasser und DSL-Anbieter. Bei beiden Partnerprogrammen profitieren Sie im Übrigen nicht nur von Leads und Sales, sondern verdienen auch Geld, wenn Sie neue Partner für das Programm werben. Bei Finanzen.de erhalten Sie monatlich 5 Prozent des Umsatzes Ihrer geworbenen Partner. Bei Tarifcheck24.de bekommen Sie pro Lead und Sale Ihrer Partner eine festgelegte Vergütung. Ihre geworbenen Partner verdienen dadurch im Übrigen nicht weniger. Die Provision ist genauso hoch, wie wenn sie sich direkt beim Partnerprogramm angemeldet hätten.

2.4 Verkauf von Backlinks

Um mit der eigenen Website Geld zu verdienen, setzen die meisten auf Partnerprogramme und Google AdSense. Der Nachteil bei diesen Lösungen: Sie verdienen nur Geld, wenn Ihre Besucher auf die Werbeanzeigen klicken. Beim Verkauf von Backlinks hingegen bekommen Sie monatlich garantiert eine fixe Summe. Und so funktioniert das Modell.

Google nutzt bei der Bewertung der Qualität von Websites unter anderem deren Reputation im Internet. Und diese Reputation wiederum wird ermittelt, indem Google überprüft welche und wie viele andere Websites auf die Inhalte einer Seite verweisen. Anders als noch vor ein paar Jahren macht es jedoch wenig Sinn, selbst für massenhaft solcher Backlinks zu sorgen, indem man Foren und Kommentare mit Verweise auf die eigene Seite zuspammt.

Warum ist das Linkbuilding für Websites wichtig?

Trotzdem gehört das so genannte Linkbuilding, also das bewusste Generieren von Backlinks, zu den wichtigsten Aufgaben bei der Suchmaschinenoptimierung. Nur geht man dabei inzwischen deutlich behutsamer vor und setzt weniger auf Quantität als auf Qualität. Nach wie vor sind nämlich Backlinks renommierter Websites für jeden Internetauftritt Gold wert. Einerseits als direkter Traffic-Lieferant, andererseits um Google die eigene Wertigkeit zu signalisieren.

Kann man mit jeder Website mit dem Verkauf von Backlinks Geld verdienen?

Von thematisch relevanten Websites verlinkt zu werden, ist für Websites, die in den SERPs aufsteigen wollen, also nach wie vor wichtig. Da das organische, natürliche Wachstum solcher Links, jedoch vielen zu lange dauert, setzen sie auf gekaufte Links. Und genau das macht es für Sie möglich, mit Ihrer eigenen Website dauerhaft mit dem Verkauf von Backlinks Geld zu verdienen – unabhängig von Klickraten und Conversion Rates. Ganz einfach dadurch, indem Sie anderen Unternehmen anbieten, auf Ihrer Startseite und eventuell auch auf Ihren Unterseiten eigene Backlinks zu platzieren. Das gilt für im Prinzip für jede Website - egal, ob es sich um eine private oder gewerbliche Website handelt.

Wo kann ich Backlinks zum Verkauf anbieten?

Interessierte Backlinkkäufer und Verkäufer bringen spezialisierte Portale wie Backlinkseller und Teliad zusammen. Hier können Sie sich mit Ihrer Website, auf der Sie Werbeflächen zur Verfügung stellen können, kostenlos anmelden. Während Sie bei Teliad anschließend auf interessierte Käufer warten müssen, verdienen Sie mit Backlinkseller garantiert Geld. Hier wird nämlich ein bestimmter Bereich Ihrer Website für Backlinks mit Werbeanzeigen reserviert. Backlinkseller schaltet anschließend automatisch passende Anzeigen. Sie müssen sich nach der einmaligen Einrichtung um nichts mehr kümmern.

Wie viel kann man mit dem Verkauf von Backlinks verdienen?

Für Sie interessant dürfte aber vor allem die Frage sein, wie viel Geld man mit dem Verkauf von Backlinks verdienen kann. Wie so oft, lässt sich das pauschal leider nicht beantworten. Vor allem bei Backlinkseller kommt dies stark darauf an, welchen Pagerank Ihre Website aufweist. Noch recht junge Webprojekte mit Pagerank 0 werden meist nur im einstelligen Eurobereich im Monat durch den Verkauf von Backlinks verdienen können. Wirklich interessant wird es jedoch, wenn Sie sich bereits zu Pagerank 3 aufwärts hochgearbeitet haben. Dann nämlich sind Einnahmen im mittleren dreistelligen Eurobereich möglich – pro Monat wohlgermt. Backlinkseller bietet [hier](#) einen

Beispielrechner an, mit dem Sie Ihre persönliche, monatliche Verdienstprognose errechnen lassen können.

Schade ich dem Ranking meiner Website mit dem Verkauf von Backlinks?

Der Verkauf von Backlinks wird von Google nicht gerne gesehen, weshalb die Sie bei Backlinkseller und anderen Portalen nie irgendwelche Referenzkunden öffentlich angegeben werden. Dem Ranking Ihrer Website schadet der Verkauf von Backlinks nicht – zumindest dann nicht, wenn Sie es nicht übertreiben. Wer auf seiner Seite 100 wechselnde, gekaufte Backlinks platziert, wird kurzfristig zwar viel Geld verdienen können, dafür dem Ranking seiner Website langfristig schaden. Beschränken Sie sich jedoch auf eine Handvoll Plätze für gekaufte Backlinks, ist dies eine lohnenswerte Einkommensquelle für jeden, der mit seiner Website Geld verdienen möchte!

[Hier](#) können Sie sich kostenlos bei Backlinkseller anmelden, um mit dem Verkauf von Backlinks Geld zu verdienen. Und [hier](#) geht es zu Seeding Up, wo Sie sich kostenlos anmelden können, um Werbepartner zu finden, die auf Ihrer Website bezahlte Artikel oder Backlinks platzieren möchten.

Hinweis

Die Texte in diesem eBook sind urheberrechtlich geschützt. Die Verwendung des kompletten Textes oder Auszügen ist auf Websites außerhalb von www.netz24.biz nicht gestattet. Gerne dürfen Sie dieses eBook jedoch per Mail an Freunde und Bekannte weiterverschicken.

© 2014 - Markus Siek, www.netz24.biz