

Die breite Masse und ein paar wenige Gewinner

Wirklich übel läuft es mit dem bisherigen AdSense Anzeigen-Geschäft: Alle meine Channels haben bis jetzt ca 2000 Impressions, also Aufrufe bekommen, aber es gab insgesamt nur zwei messbare Klicks. Soweit ich richtig rechnen kann ist das eine sehr magere Konversionsrate von 0,1 Prozent.

Ich bin Anfängerin und überlege noch, wo ich die Anzeigen am besten platziere. Ich finde sie jetzt schon aufdringlicher als nötig, sie lenken die Aufmerksamkeit ab und stören den Lesefluss. Die Firmen können ihre Namen veröffentlichen und selbst wenn man es ignorieren will, so ein wenig unbewusst beeinflusst es einen wahrscheinlich doch. Einen Nutzen hab ich selbst aber (noch) nicht davon. Moderne Popup- und Werbeblogger werden auch immer effektiver und schmälern die Konversionen weiterhin.

Mir ist es nach wie vor ein Wunder, wie man als Blogger die Themen „Geld verdienen“, qualitative Kunst produzieren, ausführliche Recherchen, ein festes soziales Netzwerk, Stammleserschaft und all diese Dinge miteinander verbinden kann, ohne sich zu verausgaben. Vor allem der Aspekt „Geld“ ist der Knackpunkt an der Geschichte, daher will ich ihn nicht übersehen und mit Idealismus vollpinseln.

So ein Blog verschlingt Unmengen an Zeit, Geld und Energie, letztendlich produzieren wir aber kostenlos und liefern den großen Unternehmen ihre Inhalte und Klicks. Auf der Rezension-Plattform Ciao war es ähnlich, da wird man mit ein paar Cents abgespeist und den großen Werbe- und Geldkuchen verputzen die anderen. Ich habe dem Ganzen daher den Rücken gekehrt.

Ich sehe die Gefahr im Internet darin, dass die Kunst und der freie Geist geopfert wird und bald nichts mehr wert ist.

Wichtige Berufsgruppen, nämlich die Schriftsteller und Textsetzer, die früher in der Gesellschaft hoch angesehen waren, werden angesichts der Masse der heutigen Informationen verramscht und verlieren ihre Bedeutung. So wie die Masse der Suchanfragen und der Niedergang der Musikindustrie der Vorläufer dieser Entwicklung sind, so wird es auch den Büchermarkt und andere Print-Medien betreffen, wie schonmal angesprochen.

Mir bleibt nur die Hoffnung, dass die Entwicklungen im Online-Marketing exponentiell sind, d.h. mit der Zeit immer stärker und lohnenswerter werden. Aber dies ist nicht sehr homogen, noch wünschenswert für die breite Masse der Schreiberlinge und freien Menschen, die das Internet zu dem gemacht haben, was es heute ist und auch eine Entlohnung verdienen.

Nein, so einfach und hübsch wie das mit dem „Werden sie Partner!“ immer verkauft wird, ist es nicht. Man muss schon ein wenig Schlaueit und Geduld mitbringen und alles richtig machen.

Was man zudem braucht ist ein Produkt, etwas, dass sich zu Geld machen lässt. Schreiben können alle, Produkte produzieren hingegen ist ein Wertschöpfungsprozess, der letztendlich geldwerter als die vielen unnötigen Zeilen ist, die man sonst so ins Nirvana pfeffert.