

MUST-HAVES & NO-GOS

Worauf bei Kooperationen zwischen Bloggern und Unternehmen geachtet werden sollte.



CATRIN NEUMAYER (COOKINGCATRIN)

Oftmals stelle ich fest, dass die Welt des Bloggens für viele Personen undurchsichtig ist. Hier herrschen große Unterschiede bei Firmen im Umgang mit Blogs. Hochwertige Blogs sind Magazine im Netz, hinter denen viel Arbeit und bei großen und reichweitenstarken Blogs auch Know-how und Professionalität stecken.

Must-haves:

Die größten Potenziale sehe ich in selektiven Kooperationen, die zum Blog und zur Brand passen. So entsteht individueller Inhalt für das richtige Zielpublikum – authentisch und vor allem keine plumpen Platzierungen. Mein Rat: Anfragen selektiv prüfen oder bei Kampagnen auch PR-Firmen zu Rate ziehen, das spart am Ende Zeit, Geld und bringt Know-how. Welche Qualität passt zu mir, mit welchem Blog kann ich mein Unternehmen identifizieren – das sind Fragen, die sich Firmen stellen sollten.

No-Gos:

Unfaire Kooperationsanfragen und/oder fadenscheinige Argumentationen, was der Blogger von einer Kooperation mit der Firma habe, oder auch leere Versprechungen. Firmen, die sich hier negativ auszeichnen, schaden ihrem Ruf mehr, als sie ihm Gutes tun, denn auch die Bloggerszene tauscht sich (nicht nur im Netz, aber vor allem dort!) aus. Bloggerkampagnen, bei denen eine Welle an Produktsamples oder unpersonalisierten Kooperationsanfragen an die halbe Bloggerwelt geschickt wird und im Anschluss gefragt wird, wann das Produkt vorgestellt wird.

www.cookingcatrin.at

SABRINA JÄGER (STARLIGHTS IN THE KITCHEN)



Must-haves:

Kooperationsangebote müssen für mich persönlich ansprechend sein und zu meinem Blog passen. Nur so kann ich meinen Lesern einen Mehrwert bieten und meine Authentizität wahren, was sich schlussendlich positiv auf die Werbewirkung für den Kooperationspartner auswirkt. Unternehmen sollten sich also im Vorfeld Gedanken über potenzielle Partner machen und diese nicht nach dem Gießkannenprinzip auswählen, sondern an einer seriösen Zusammenarbeit interessiert sein.

No-Gos:

Kooperationsanfragen mit einer unpersönlichen oder sogar falschen Anrede, gepaart mit einem Copy-Paste-Text, werden von mir in den seltensten Fällen beantwortet. Unternehmen sollten sich die Zeit nehmen und ein paar persönliche Worte für die Blogger parat haben. Besonders bedenklich finde ich auch, wenn der Auftraggeber gesponserte Blogbeiträge nicht als solche gekennzeichnet haben möchte. Solche Angebote schlage ich aus Prinzip aus, da Transparenz für mich aus Respekt gegenüber meiner Leserschaft sehr wichtig ist.

www.sabrinasterntal.blogspot.co.at

VERENA-ANNABELLA RAFFL (WHO IS MOCCA?)

Must-haves:

Ein klares Must-have ist ein freundlicher, aber dennoch geschäftlicher Umgangston. Kooperationen sind ein Geben und Nehmen, von denen beide Seiten profitieren, und demnach finde ich hier einen professionellen Umgang sehr wichtig. Möchte jemand mit mir kooperieren, kennt er meine inhaltliche Gestaltung und lässt mir diesbezüglich auch freien Spielraum. So bleibt der Beitrag authentisch und der Blogger weiß ja meist am besten, wie er ein Produkt seinen Lesern näherbringt.

No-Gos:

Eine falsche Anrede zählt für mich zu den No-Gos. Das vermittelt mir den Eindruck von schlechter Recherche oder auch der eher unpersönlichen Aussendung von Massenmails. Ein klares No-Go ist für mich auch, wenn im Nachhinein vorab unbesprochene Punkte angebracht werden, die man inhaltlich noch verändern sollte. Dabei denke ich vor allem an die Linksetzung.

www.whoismocca.com

