

How-to: Gastbeitrag bei OnlineMarketing.de

[OnlineMarketing.de](https://www.onlinemarketing.de) ist dein wichtigster Touchpoint zur Digitalbranche. In diesem Sinne möchten wir unserer Leserschaft im Kontext von Gastbeiträgen möglichst einzigartige Inhalte liefern, die ihnen praktische Insights für den Marketing-Alltag liefern, sie über inspirierende Kampagnen informieren, relevante Branchenmeinungen wiedergeben, Hands-On-Tipps für konkrete Bereiche – vom Markup in der SEO bis zur Influencer-Suche für Social Media – bereithalten oder ein aktuell diskutiertes Thema aus einer neuen Perspektive betrachten. Wichtig ist dabei für uns, dass wir dieses Thema in der Redaktion so nicht unmittelbar selbst abbilden könnten. Bitte beachte, dass wir ausschließlich auf Vorschläge reagieren, die wir für relevant für OnlineMarketing.de erachten. Solltest du keine Antwort erhalten, können wir den Vorschlag leider nicht berücksichtigen.

Gastbeiträge werden zwar über unsere Kanäle veröffentlicht, sind aber als Texte der Gastautor:innen klar zu erkennen. Dafür sorgt die Box inklusive Foto, Kurzvita, Name und Link zu einem Unternehmen sowie die deutliche Namensnennung direkt unter dem Titel des Beitrags.

Über Björn Darko

<https://www.searchmetrics.com/de/>

Björn Darko ist Director Digital Strategies Group EMEA bei Searchmetrics, wo er die Beratungseinheit mit Sitz in Berlin leitet. Im Laufe seiner Karriere hat er erfolgreich SEO-Strategien für Großunternehmen wie Ringier und die Ricardo-Gruppe – die größte E-Commerce-Plattform der Schweiz – entwickelt.



Box für den Autor eines Artikels bei OnlineMarketing.de

Wenn du einen Gastbeitrag bei uns platzieren möchtest, bitten wir dich einige Grundvoraussetzungen zu beachten:

- Wir nehmen ausschließlich völlig exklusive Beiträge an (das heißt, dass diese auch nicht auf einem eigenen Blog oder auf einer anderen Sprache veröffentlicht werden können)
- Wir nehmen ausschließlich redaktionell motivierte und völlig werbefreie Beiträge an (das heißt, dass darin grundsätzlich von einer Kundennennung, der Nennung des eigenen Unternehmens oder der Vorstellung von Tools, Lösungen etc. abzusehen ist). Bei Interesse an werblichen Inhalten kannst du dich aber gern an buchungen@onlinemarketing.de wenden
- Wir nehmen ausschließlich Beiträge an, deren Mehrwert für unsere Leserschaft oder in einem aktuellen Diskurs für uns direkt ersichtlich ist (hier bitten wir dich, unseren Ermessensspielraum zu akzeptieren, da wir sehr viele Anfragen erhalten)
- Wir vergeben keine dofollow Links in redaktionellen Beiträgen

Sind diese Voraussetzungen erfüllt, prüfen wir gern Vorschläge für Gastbeiträge. Das geht in der Regel recht schnell, kann im Zweifel aber einige Tage dauern. Bitte sieh davon ab, zu früh Rückfragen zu stellen; wir melden uns direkt, sollte uns ein Vorschlag gefallen. Solltest du binnen 14 Tagen keine Rückmeldung erhalten haben, konnten wir deinen Vorschlag nicht aufnehmen. An dieser Stelle merken wir bereits an, dass wir einzig die Vorschläge für eine etwaige Veröffentlichung berücksichtigen werden, die unsere klar definierten formalen Anforderungen erfüllen. Bei der Prüfung werden wir dann redaktionsintern entscheiden, ob er veröffentlicht wird oder nicht.

Was muss ich an OnlineMarketing.de schicken, damit mein Beitrag berücksichtigt wird?

Damit wir einen Vorschlag für einen Gastbeitrag in Betracht ziehen, schicke uns bitte ein aussagekräftiges Abstract. Denn ein Themenvorschlag allein gibt uns zu wenig Aufschluss über den potentiellen Mehrwert des Artikels. Da wir sehr viele solcher Vorschläge erhalten,

werden wir diese ohne Kontext nicht beachten können. Das Abstract sollte folgende Aspekte beinhalten:

- Einen aussagekräftigen Titel (nicht zu generisch, das heißt eher „Schema.org: 5 Tipps für bessere Rich Snippets bei Google und Co.“ als „So kannst du deine Marketing-Kampagnen optimieren“)
- Einen Auszug von maximal 156 Zeichen, der Lust auf den Artikel macht und den Inhalt grob zusammenfasst (Beispiel zum Titel oben: „Für ein gutes Ranking müssen strukturierte Daten sinnvoll eingesetzt werden. Doch welche Markups versprechen den größten Erfolg in den Suchmaschinen?“)
- Eine Zusammenfassung des zu erwartenden Inhalts entweder im Fließtext oder in klar strukturierten Stichpunkten; hier erwarten wir, dass bereits dargestellt wird, warum das Thema für uns relevant ist, auf welcher Grundlage sich dem Problem /der Entwicklung o.ä. genähert werden soll (handelt es sich um Tipps oder einen Leitfaden, der praxisnah Hilfestellung bieten soll oder geht es um eine theoretische Darstellung eines relevanten Phänomens?). Auch die Grundlage des Textes sollte angegeben werden (wird eine Studie herangezogen oder geht es um das tiefgreifende Know-how von Expert:innen? Werden Beispiel-Cases integriert oder wird auf aktuelle Updates reagiert? In jedem Fall muss der rote Faden für uns hier bereits ersichtlich sein.)
- Eine Angabe dazu, welche Person(en) den Artikel schreiben wird (werden) und aus welchem Unternehmen oder von welcher Organisation sie gegebenenfalls kommen

Schema.org: 5 Tipps für bessere Rich Snippets bei Google und Co.

Ein Beitrag von Björn Darks



Für ein gutes Ranking müssen strukturierte Daten sinnvoll eingesetzt werden. Doch welche Markups versprechen den größten Erfolg in den Suchmaschinen?



© Norbert Levojsics - Unsplash

Für Suchmaschinen spielen strukturierte Daten eine große Rolle, um die Inhalte einer Website besser verstehen und ranken zu können. Hierfür arbeiten Google, Microsoft (Bing), Yahoo und Yandex zusammen und haben mit der Markup-Sammlung schema.org eine einheitliche Auszeichnungssprache entwickelt. Viele Markups werden als zusätzliche Elemente in den Suchergebnissen angezeigt. Welche Markups den größten SEO-Erfolg versprechen und welche Trends 2020 hierbei zu erwarten sind, erfährst du in diesem Beitrag.

schema.org: Hier kooperieren Microsoft, Google und Yandex

Eine Kollaboration zwischen Google, Microsoft, Yahoo und Yandex? Ja, gibt es - bei der Markup-Sammlung schema.org. Die Suchmaschinen haben sich hierbei zusammengetan, um eine einheitliche Markup-Sprache zu entwickeln, also Auszeichnungen im Quelltext der Website. Die

Ein Ausschnitt eines Gastbeitrags bei OnlineMarketing.de mit Titel, Auszug, Titelbild und erstem Absatz sowie einer ersten Zwischenüberschrift

Sofern wir einen Vorschlag für eine Veröffentlichung in Betracht ziehen, melden wir uns bei dir. **Bedenke bitte, dass wir nur dann reagieren, wenn Interesse besteht; auf Rückfragen zu Vorschlägen, die für uns nicht als Beiträge infrage kommen, können wir gegebenenfalls nicht antworten.** Wenn ein Beitrag dann auch tatsächlich bei uns auf der Website, im Newsletter und auf unseren Social-Kanälen erscheinen soll, bitten wir dich, bei der Erstellung auf eine Reihe von Formalia zu achten:

- Vorschläge für ein Titelbild (frei zu verwenden) nehmen wir an, dieses sollte im Format 700x400 sein. Gegebenenfalls suchen wir allerdings selbst ein Bild, wenn dieses nicht zu unserer Bildsprache passt. Bei den Vorschlägen bitte die Quelle mit angeben
- Unsere Leserschaft wird im Text bei uns ausschließlich mit dem „du“ (kleingeschrieben) angesprochen (bitte auch kein „ihr“ verwenden)
- Wir nutzen bei deutschen Begriffen den Gender-Doppelpunkt (Leser:innen), englische werden aufgrund ihrer sprachlichen Wurzel nicht gendert. Wir versuchen in der Regel, Sammelbegriffe wie Fachkräfte einzusetzen und auch divers zu schreiben, indem es statt „jeder“ eher „alle“ heißt
- Schreibe bitte englisch-deutsche Komposita mit Bindestrich (Marketing-Fachkraft), deutsche zusammen (Unternehmensleiter) und komplett englische Wortgruppen, die einen Begriff bezeichnen, auseinander: Social Media Manager
- Schreibe bitte alle Zahlen bis zwölf sowie „Prozent“ und ebenso Abkürzungen aus
- Nutze neben dem Titel bitte passende und aussagekräftige Zwischentitel (Beispiel zu obigem Titel: „schema.org: Hier kooperieren Microsoft, Google und Yandex“ oder „Welche strukturierten Daten sind die wichtigsten?“)
- Die Mindestlänge von Gastbeiträgen liegt bei 700 Wörtern
- Nutze (sofern es dem Thema angemessen ist) bitte Visuals wie Bilder, Posts oder Tweets (gegebenenfalls einfach den Link einfügen), um den Lesefluss gerade bei längeren Artikel zu erleichtern und den Inhalt zu illustrieren
- Gib bei jedweden Statistiken, Behauptungen etc. Quellenangaben (in Form eines seriösen Links oder einer klar verfolgbaren Angabe an). **Dieser Punkt ist besonders wichtig**, weil wir unbelegte Angaben nicht integrieren können und den Beitrag dann im Zweifel auch nicht verwenden werden
- Schicke uns das Dokument am besten als PDF oder im Docx-Format. Möglich ist aber auch, ein ordentlich strukturiertes Dokument via Google Drive freizuschalten oder uns über WeTransfer die Dokumente gebündelt zu senden

Schicke uns für die Box für die Autor:innen bitte auch Folgendes:

- Ein hochauflösendes (Business-)Foto (im Idealfall bereits auf 250x250 skaliert)
- Einen Link zum Unternehmen/zur Organisation etc.
- Eine Kurzvita (ohne Links, werbliche Erwähnungen oder Umgangssprache)

Was für die Texte außerdem gilt:

- Wir bitten darum, keine Umgangssprache im Text zu verwenden (in Ausnahmen kann es passen, es sollte jedoch nicht die Regel sein)
- Wir bitten darum, von klischeebehafteten Annahmen abzusehen („Viele männliche Follower einer attraktiven weiblichen Influencerin dürften dieser eher aufgrund ihres Äußeren folgen“ o.ä.)
- Wir bitten darum, darauf zu achten, keine leeren Phrasen oder zu viele Floskeln zu integrieren, gerade im Kontext der Marketing Buzzwords, wenn diese nicht spezifiziert werden („Influencer Marketing ist ein Must-have für Brands, um ihre Kampagnen-Performance im Social-Bereich zu optimieren“)
- Wir bitten darum, die Texte auf Grammatik, Rechtschreibung und Zeichensetzung zu prüfen (wir prüfen diese natürlich ohnehin)
- Wir bitten um reflektierte und sachliche Formulierungen

Wir werden nur Beiträge einbauen und veröffentlichen, die all diese Anforderungen erfüllen. Bei Artikeln, die bei uns ins Lektorat kommen, behalten wir uns vor, Passagen zu ändern, zu entfernen oder zu ergänzen, wenn wir davon ausgehen, dass es nötig ist. Nach der Veröffentlichung erhältst du dann den Public Link von uns zugesendet.

Solltest du Interesse haben, melde dich gern bei dieser Mail-Adresse:

Redaktion@onlinemarketing.de oder unter der Nummer 040 22 85 34 09 1. Wir freuen uns über diverse Vorschläge für Gastbeiträge und sind gespannt auf den Input aus verschiedenen Perspektiven. Wir behalten uns jedoch vor, nicht in jedem Fall im Detail zu erklären, warum wir einen Vorschlag ablehnen oder annehmen. Für Fragen und Anmerkungen sind wir jederzeit offen. Außerdem kannst du uns natürlich auch andere

Hinweise oder Ideen für Themen und ebenso Anmerkungen zu unserem Content und unseren Kanälen schicken.

Die OnlineMarketing.de-Redaktion