

Vortrag LitBlog Convention

Intro

Mein Name ist Mara Giese, ich bin 31 Jahre alt, lebe in Würzburg, bin studierte Germanistin und arbeite seit kurzem im Buchhandel. Nebenbei bin ich aber auch noch Buchbloggerin. Ich habe meinen Blog „Buzaldrins Bücher“ im September 2011 gegründet und bin damit seit fast sechs Jahren Teil der Buchblogosphäre. Nach fast sechs Jahren kann man mich vielleicht noch nicht so ganz als Buchblogoma bezeichnen, ich bin aber doch schon eine ganze Weile dabei und habe im Laufe der Jahre einige Veränderungen und Entwicklungen miterlebt. An mutigen Tagen würde ich sagen, dass ich hier und da sicherlich auch Pionierarbeit geleistet habe: Die Buchblogosphäre - so wie sie heute aussieht - wurde von mir mitbegründet und mitgeprägt.

Mein heutiger Vortrag ist unter dem Titel „**Wie funktioniert eigentlich ein Bücherblog**“ angekündigt – es ist nicht ganz einfach für mich einzuschätzen, wie viel ihr bereits über Bücherblogs wisst. Ich gehe aber einfach mal davon aus, dass ihr über die elementaren Grundlagen eines Bücherblogs Bescheid wisst. Viel wichtiger ist vielleicht die Frage, welche Faktoren es eigentlich braucht, um einen Bücherblog erfolgreich zu führen und auch nach langer Zeit nicht den Spaß und die Leidenschaft daran zu verlieren. Ich habe mich deshalb dazu entschlossen, von meiner eigenen Erfahrung ausgehend zunächst darüber zu sprechen, wie sich die Buchblogosphäre in den vergangenen Jahren entwickelt und professionalisiert hat, euch anschließend mein *Erfolgsgeheimnis* zu verraten, um zum Abschluss vielleicht noch einmal mit euch gemeinsam darüber ins Gespräch zu kommen, wie Buchblogs vielleicht in Zukunft aussehen könnten. Dabei möchte ich mich eng an meine eigenen Erfahrungen anlehnen und an das, was ich in den vergangenen sechs Jahren gelernt habe.

Ein Blick in die Statistik

Seit der Gründung meines Blogs im September 2011 habe ich

615.000 Besucher begrüßt

12.733 Kommentare erhalten

und mehr als **800** Beiträge veröffentlicht.

Da diese Zahlen für manche von euch vielleicht einen nur schwer zu erreichenden Eindruck machen, habe ich mir gedacht, dass ich zu Beginn mal einen Blick zurück auf die Anfänge meines Blogs werfe – ich habe damals nämlich auch erst einmal ganz klein angefangen.

Die Anfänge

Als ich meinen Blog ins Leben gerufen habe, hatte ich keine Vorstellung davon, dass ich aufgrund dessen sechs Jahre später auf einer Bühne in Köln stehen könnte. Die Gründung war – ganz klassisch - der spontane Entschluss an einem regnerischen Nachmittag im September 2011. Die Intention war, einen eigenen Ort im Internet für mich und meine Bücherliebe zu haben. Über den Namen und das Design habe ich mir zu Beginn gar keine Gedanken gemacht –

ganz zu schweigen von Dingen wie Suchmaschinenoptimierung, Marketingaspekte oder die Frage, auf welchen sozialen Kanälen ich ebenfalls aktiv sein muss. Was das Design betrifft, war ich zu Beginn meines Blogs wenig talentiert: ich hatte weder einen Header, noch Menüpunkte, es gab auch keine selbstgemachten Bilder oder Social Media Buttons. Im Rückblick würde ich sagen, dass ich damals einfach mal losgelegt habe, mein Antrieb war der Spaß daran, zu lesen und darüber zu schreiben. Damals war der Blog für mich auch eher noch ein Tagebuch – die Intention dahinter war weder professionell, noch wusste ich so ganz, was ich da eigentlich mache und warum. Der Start meiner Buchblogkarriere klingt heutzutage wahrscheinlich schon fast altertümlich, denn mittlerweile besuchen viele Buchblogger bereits Blogworkshops, bevor sie überhaupt anfangen zu bloggen.

Blogger, die heutzutage neu anfangen, haben nicht nur viel mehr Möglichkeiten, sondern auch viel mehr Vorbilder, an denen sie sich orientieren können. Als ich 2011 gestartet bin, hatte ich keine Ahnung davon, welche anderen Buchblogs es noch so gibt – oder ob es überhaupt noch andere Menschen wie mich gibt. Was sicherlich auch damit zu tun hatte, dass ich damals tatsächlich noch auf keinem der sozialen Kanäle angemeldet war. Neue Blogs zu finden, war deshalb wie eine Schatzsuche: ich habe mich mit anderen vernetzt, neu entdeckte Blogs in meine Blogroll aufgenommen, überall kommentiert, Beiträge geliket, anderen Bloggern Mails geschrieben – und: tatsächlich auch Freunde gefunden. Diese Kommunikation auf den Blogs ist heutzutage nicht mehr ansatzweise so wichtig und wurde – leider – fast völlig vom viel schnelleren und unkomplizierteren Austausch auf den sozialen Kanälen verdrängt. Dies hat sicherlich viel damit zu tun, dass immer mehr Menschen Blogbeiträge mobil und *on the go* lesen – also im Bus, in der Bahn oder vor dem Fernseher – so dass ein kurzer Like bei Facebook deutlich unkomplizierter ist, als ein langer und auf dem Handy getippter Kommentar auf dem Blog. Ich rufe an dieser Stelle immer wieder gerne dazu auf, dass wir das Kommentieren nicht vergessen sollten – auf den sozialen Medien sind wir zu Gast, unsere Blogs sind aber unser Zuhause. Das bedeutet, dass sich die Bedingungen oder das Hausrecht auf einem sozialen Kanal jederzeit ändern kann – ein bisschen merken wir das, wenn Facebook oder Instagram mal wieder am Algorithmus schrauben und die Anzahl der Likes ganz plötzlich abnimmt, weil wir einfach nicht mehr gesehen werden. Der Blog ist der einzige Ort, der euch gehört und den ihr deshalb pflegen und nicht aus den Augen verlieren solltet.

Die Verschiebung der Kommunikation von den Blogs hin zu den sozialen Kanälen ist jedoch nicht die einzige Veränderung: Überhaupt hat sich die ganze Buchblogosphäre in den vergangenen Jahren stark gewandelt. Blogs werden mittlerweile viel stärker als Kooperationspartner und ernstzunehmende Multiplikatoren wahrgenommen. Zu Anfang war die Akzeptanz von Buchblogs in der Literaturszene noch deutlich geringer. Ich habe damals noch ganz klassisch angefangen – um mir einen Namen zu machen, habe ich mir Visitenkarten gedruckt, MediaKits verteilt, bin auf Messen und Veranstaltungen gereist und habe Autoren interviewt. Um Rezensionsexemplare musste ich in den ersten Jahren eher noch betteln, genauso wie darum, mal in einen Presseverteiler aufgenommen zu werden. Mittlerweile bitte ich eher darum, von irgendwelchen Verteilern wieder gestrichen zu werden, denn meine Situation heutzutage sieht ganz anders aus im Vergleich zu meinem Beginn als Bloggerin: ich habe steigende Leserzahlen, hatte bereits mehrere Radio- und Zeitungsinterviews, genauso wie Fernsehauftritte und auch die ersten bezahlten Kooperationen. Mittlerweile ist mein Blog schon lange kein Tagebuch mehr, sondern ein leidenschaftliches, aber auch ernsthaftes Hobby und natürlich auch eine Art digitale Visitenkarte. Diese Veränderung – man könnte auch von Professionalisierung sprechen -

schlägt sich sechs Jahre nach meiner Bloggründung auch in meinem Design nieder: im Vergleich zu früher habe ich heutzutage viel mehr Kategorien, viel mehr selbstgemachte Bilder, ein ganz anderes Layout, ein gekauftes Theme und einen selbstgehosteten Blog.

Doch wie bin ich überhaupt so weit gekommen? Warum funktioniert mein Blog nicht nur schon über einen längeren Zeitraum, sondern ist dabei auch so erfolgreich geworden? Und wie definiert man überhaupt Erfolg? Am Ende des Tages ist Erfolg wahrscheinlich für jeden etwas anderes – möglicherweise möchte gar nicht jeder von euch irgendwann einen Fernsehauftritt, auf irgendeiner Bühne stehen oder mit dem eigenen Blog Geld verdienen. Und doch glaube ich, dass alle Buchblogger eines gemeinsam haben: sie wollen gelesen, gesehen und gefunden werden, ansonsten könnten sie ihre Beiträge nämlich auch in ihr analoges Lesetagebuch schreiben.

Um euch heute nicht nur etwas zu erzählen, sondern euch auch noch etwas mit auf den Weg zu geben, habe ich mir deshalb überlegt, euch mein persönliches Erfolgsgeheimrezept zu verraten: dieses Geheimrezept besteht aus 10 – ich nenne sie mal - Erfolgsfaktoren, die – meiner Meinung nach – einen guten und erfolgreichen Buchblog ausmachen, der gesehen, gelesen und gefunden wird.

1.) Gute Inhalte:

Wer gesehen, gelesen und gefunden werden möchte, der muss gute Inhalte veröffentlichen. Doch was sind gute Inhalte? Für mich heißt das zum einen – ganz banal – dass ihr vor dem Veröffentlichen eure Beiträge Korrektur lesen solltet. Zum anderen sind gute Inhalte für mich auch vielfältige Inhalte. Wenn ihr über Beiträge für einen Buchblog nachdenkt, dann denkt ihr wahrscheinlich als erstes an die klassische Buchbesprechung. Bücherblogs können jedoch aus so viel mehr bestehen: ihr könnt mehrere Bücher zu einem Thema empfehlen (Bücher über das Meer, Bücher über starke Frauen, Kurzgeschichten), ihr könnt aus einem Buch ein einzelnes Thema, einen Gedanken oder ein Zitat herausgreifen und zur Diskussion stellen. Alternativ könnt ihr euch auch von den Inhalten anderer inspirieren lassen und daraus Ideen gewinnen: ihr könnt zum Beispiel Themen und Beiträge anderer Blogger sammeln und auf eurem Blog teilen, dies macht zum Beispiel Caterina Kirsten, die in ihrer monatlichen Netzschau lesenswerte Beiträge aus der Buchblogosphäre aufbereitet. Eine weitere Möglichkeit für Beiträge sind auch Lesungsberichte oder Autoreninterviews. Vor vier Jahren habe ich zum Beispiel die Interviewreihe „5 Fragen an ...“ ins Leben gerufen und dadurch die ersten Kontakte zu Verlagsmitarbeitern und Autoren knüpfen können. Etwas, das man auch immer wieder auf Buchblogs sieht, sind Beiträge, die sich mit dem Bloggen selbst beschäftigen. Davon würde ich euch eigentlich lieber abraten – ich glaube nämlich, dass es immer wichtig ist, sich vor Augen zu führen, für wen wir eigentlich schreiben wollen - ich schreibe vor allem für meine Leser und nicht für andere Blogger. Artikel über das Buchbloggen würde ich also immer auslagern – ihr könntet eure Themen zum Beispiel in Facebook-Gruppen zur Diskussion stellen oder alternativ auch einen Newsletter anbieten, der sich bewusst nur an andere Buchblogger richtet.

2.) Nutzt die sozialen Kanäle als Interaktionsmedium:

Ein weiterer wichtiger Faktor, sind eure Social Media Kanäle. Wer heute einen Blog gründet, meldet sich fast automatisch auch bei den wichtigsten sozialen Kanälen an. Damit ist es jedoch meistens nicht getan, denn Facebook, Twitter oder Instagram wollen eben auch regelmäßig bespielt werden. Mein Erfolgsrezept für Social Media ist denkbar einfach: interagiert auf den

sozialen Kanälen und nutzt sie nicht nur als Veröffentlichungsmedium. Ihr solltet Kommentieren, auf Kommentare reagieren, Beiträge teilen, Fragen beantworten oder bei Gemeinschaftsaktionen wie dem Kommentierwochenende mitmachen. Ihr fragt euch vielleicht, wie ihr dafür neben dem Bloggen, dem Lesen und dem Alltag noch Zeit finden sollt. Das ist eine berechnete Frage – deshalb rate ich immer dazu, lieber auf einem Kanal weniger angemeldet zu sein, als einen nur halbherzig zu betreiben. Es ist zum Beispiel ganz sicher nicht der Sinn von Twitter, dort automatische Links zu Facebook oder Instagram zu posten.

3.) Macht euch sichtbar:

Das Sichtbarmachen ist etwas, das vielleicht gerade den Buchbloggerinnen schwer fällt, aber so unglaublich wichtig ist! Übt euch darin, das Thema eures Blogs selbstbewusst in zwei Sätzen rüberzubringen. Ich möchte Menschen schütteln, die, wenn man sie fragt, was sie machen, so etwas sagen wie: „Ach, ich schreibe nur irgendwo im Internet etwas über Bücher.“ Euer Buchblog muss euch doch nicht peinlich sein, ganz im Gegenteil! Ihr wollt doch Leser haben, ihr wollt gefunden werden – aber wie sollen andere Menschen überhaupt von euch erfahren? Es ist deshalb so wichtig, offen mit eurem Buchblog umzugehen: macht euch Visitenkarten, erzählt von eurem Blog (euren Freunden, eurer Familie, euren Kollegen, in Buchläden, auf Messen), legt euch eine E-Mailsignatur an und macht – um es lapidar auszudrücken - einfach mal ein bisschen auf dicke Hose.

4.) Authentizität und Leidenschaft

Aus dem letzten Blogworkshop, den ich besucht habe, habe ich einen wichtigen Gedanken mitgenommen: **Machen, tun, unperfekt sein**. Ein Großteil meines Erfolgsgeheimnisses liegt vielleicht darin, dass ich so bin, wie ich bin und dass ich einen Teil meiner Persönlichkeit auch auf meinem Blog zeige. Authentizität – ein Wort, das man deutlich leichter schreiben als aussprechen kann – beginnt für mich schon damit, dass ich meine Leser auf meinem Blog mit einem Foto begrüße, mich vorstelle und etwas von mir und meinem Leben erzähle. Ihr müsst euch vor Augen führen, dass es mittlerweile weit mehr als 1000 Buchblogs gibt – warum sollte jemand ausgerechnet euren Buchblog lesen und nicht die Rezension auf Amazon? Buchblogs haben – anders als das Feuilleton - die Chance durch ihre Persönlichkeit zu überzeugen – und durch persönlich gefärbte Empfehlungen Leser an sich zu binden und neugierig zu machen. Wir dürfen „*ich*“ sagen, Gefühle zeigen und längst vergriffene Lieblingsbücher vorstellen – wir müssen uns nur trauen, nicht immer nur den Neuerscheinungen hinterher zu hetzen. Für mich bedeutet Authentizität auch, dass ich nahbar bin und meine Leser mitnehme – wenn ich irgendwo hinfahre, dann berichte ich darüber, teile Fotos aus Buchläden oder zeige, wieviel Lesestoff ich eingepackt habe. Authentizität bedeutet aber auch, dass es in meinen Augen kein *richtig* oder *falsch* gibt – und das sollte doch auch das Schöne und Erhaltenswerte an Buchblogs sein: jeder kann auf seine ganz eigene Art und Weise Menschen erreichen, die dieselbe Leidenschaft haben, wie man selbst.

5.) Zeitmanagement & Organisation

Es ist gar nicht so lange her, dass ich vier Beiträge in der Woche veröffentlicht habe und sich die Rezensionsexemplare bei mir so hoch stapelten, dass ich nicht mehr drüber gucken konnte. Irgendwann habe ich dann gemerkt, dass ich den Spaß an meinem Blog verliere, wenn er nur noch eine Arbeit ist, zu der ich mich verpflichte. Mittlerweile verpflichte ich mich nur noch zu einem: wenn ich keine Kraft zum Bloggen habe, dann lass ich es einfach! Aber auch wenn man

an sich selbst denken sollte, ist es wichtig, für die eigenen Leser verlässlich zu bleiben und beispielsweise Bescheid zu geben, wenn man länger nicht bloggt.

Was mir geholfen hat, mich besser zu organisieren, war das Anlegen eines Redaktionsplans, an den ich mich nicht sklavisch halte, der mir aber hilft, mich zu organisieren. Den Redaktionsplan führe ich – ganz überraschend – analog, zusätzlich habe ich eine Kiste, in die ich Ideen werfe, die ich für meinen Blog habe.

6.) Finde dein Profil und damit deine Zielgruppe

Ganz wichtig – finde ich – ist es auch herauszufinden, wer eigentlich eure Zielgruppe ist. Wie könnt ihr das tun? Ihr könnt euch zum Beispiel eure Statistik bei Facebook anschauen, um herauszufinden, wie alt eure Zielgruppe ist, wo sie herkommt, wann sie online ist und wie das Geschlechterverhältnis aussieht. Eine Zielgruppe ist selten eine starre Masse – überlegt ihr zum Beispiel jetzt auch über Bilderbücher zu schreiben, lohnt es sich immer, einen Blick auf die Struktur der eigenen Leser zu werfen, um abzuschätzen, wie interessant das eigentlich für die ist – oder die eigenen Leser auch einfach mal zu fragen, ob es auch Interesse an dem oder dem Thema gibt.

Mein Blog ist nicht nur ein digitales Tagebuch, sondern eine Möglichkeit, mit buchinteressierten Menschen ins Gespräch zu kommen. Um herauszufinden, wer meine Zielgruppe ist, musste ich erst einmal herausfinden, wer ich eigentlich selbst bin, was ich kommunizieren möchte und woran ich Spaß habe. Natürlich bleibe ich auch immer für Veränderungen offen, ich glaube aber auch, dass meine Leser es schätzen, dass sie wissen, was sie bei mir bekommen.

7.) Veränderungen möglich machen:

Ich glaube, dass ich an der Entwicklung meines Blogs gezeigt habe, wie wichtig es ist, sich immer wieder weiterzuentwickeln – sei es durch das Ausprobieren neuer Formate wie meiner Kurzinterviews oder meinen Bloggernewsletter, durch den Mut Blogkonferenzen zu besuchen oder auch durch Veränderungen meines Designs. Stillstand ist das Schlimmste, was einem Blog passieren kann. Für mich ist es immer wichtig gewesen, neue Ideen zu entwickeln, weiterzudenken und dazu zu lernen. Das betrifft den inhaltlichen, aber auch den technischen Bereich: wie kann ich meinen Blog verbessern? Welchen Social Media Kanal soll ich nutzen? Was sind die Vorteile eines selbstgehosteten Blogs? Ich glaube, dass es ganz wichtig ist, sich in regelmäßigen Abständen selbst zu hinterfragen und dabei immer offen für Veränderungen zu sein. Als ganz wichtig empfinde ich dabei den Blick über den Tellerrand – vor vier Jahren habe ich in Berlin die Bloggerkonferenz „The Hive“ besucht und saß dort als einzige Buchbloggerin zwischen lauter Mode-, DIY- und Foodbloggern. Das war gar nicht so einfach, aber ich habe dort zum allerersten Mal von Newslettern und Suchmaschinenoptimierung gehört. Ich glaube, dass es so wichtig ist, sich nicht nur in der eigenen Blase zu bewegen, sondern sich auch immer wieder Inspiration und Ideen von außen zu holen – sei es auf einem Barcamp, einer Konferenz oder auch der republica.

8.) Ein Blog ist keine Einbahnstraße:

Für mich ist von Anfang an die Kommunikation auf dem Blog und mit meinen Lesern sehr wichtig gewesen. Das heißt für mich nicht nur, dass ich natürlich auf anderen Blogs kommentiere, sondern auch, dass ich jeden einzelnen Kommentar auf meinem eigenen Blog beantworte. Ich kann euch verraten, dass Blogger, die nur bloggen, sich aber nirgendwo

beteiligen, auf anderen Blogs nicht kommentieren, Kommentare der eigenen Leser nicht beantworten und nur da sitzen und darauf warten, dass sie erfolgreich werden, einen ziemlich langen Atem brauchen

Ich weiß aber auch von vielen Bloggern, dass sie alles richtig machen und trotzdem kaum Kommentare erhalten. Wie ich bereits erwähnt habe, muss man einfach feststellen, dass die Bereitschaft zum Kommentieren deutlich nachgelassen hat. Ich freue mich deshalb immer über jede einzelne Wortmeldung, weiß aber auch, dass die Anzahl der Kommentare kein Messwert für die Qualität meiner Beiträge ist und gleichzeitig auch wahnsinnig viel Arbeit macht.

9.) Nicht so häufig auf die Zahlen gucken:

Die Statistik sagt etwas darüber aus, wie viele Menschen einen Blog anschauen, aber nicht unbedingt etwas darüber, wie die Qualität des Blogs oder wie die Wertschätzung der Leser ist. Ich kann nicht behaupten, dass ich immun dagegen bin und mich wirklich immer von Likes oder Besucherzahlen freimachen kann. Ich glaube, dass es ganz viel Disziplin braucht, das eigene Selbstwertgefühl nicht ständig von der Bestätigung anderer abhängig zu machen. Ich habe sechs Jahre lang gebraucht, um das zu lernen und das Beste, was ich dabei für mich selbst tun konnte, war, dass ich mir im Laufe der Jahre angewöhnt habe, nur noch am Ende des Monats in meine Statistik zu schauen, statt tagtäglich dazusitzen und zu überlegen, warum ich heute wieder weniger Besucher habe. Stattdessen konzentriere ich mich auf die Kommentare, die Nachrichten und die Mails, die ich erhalte – denn dass sich Menschen wirklich Zeit nehmen, auf mich und meine Besprechungen zu reagieren, ist das, was mir am meisten bedeutet. Ganz egal, ob die Rezension von fünfzig oder fünfhundert Menschen gelesen wurde. Lasst euch also vor allen Dingen am Anfang eurer Bloglaufbahn nicht verunsichern, bleibt authentisch, habt Spaß und irgendwann bleiben dann auch die Leser. Ich denke immer noch gerne daran zurück, dass ich in den ersten drei Monaten mickrige dreiundzwanzig Besucher hatte.

10.) Gebt eurem Blog Zeit zu wachsen:

Ich bekomme in den letzten Monaten immer häufiger Nachrichten von Menschen, die vor zwei Wochen angefangen haben zu bloggen und mich dann ganz aufgelöst fragen, was sie denn jetzt noch tun können – die Besucher bleiben einfach aus und es läuft einfach nicht so, wie erwartet. Ich muss dann immer ein wenig schmunzeln, denn ich glaube, dass ein Blog ganz viel Zeit, Durchhaltewillen und Geduld braucht. Das, was ich heute bin, habe ich auch nicht in zwei Woche erreicht und ich sage manchmal gerne, dass ich mich ganz schön schlauchen musste, um „Buzzaldrins Bücher“ zu dem zu machen, was es heute ist.

Blick in die Zukunft

Zu Beginn habe ich euch versprochen, abschließend noch einen kurzen Blick in die Zukunft zu werfen. Ich habe natürlich keine Glaskugel, in der ich sehen kann, wie Buchblogs in fünf Jahren aussehen könnten. Was ich aber sehen kann, ist, dass ein großer Teil der Buchblogs einen erstaunlichen Entwicklungsprozess von der Professionalisierung bis hin zur Etablierung in der literarischen Szene genommen hat. Blogger werden von Verlagen viel stärker eingebunden und ganz anders wahrgenommen als noch vor sechs Jahren. Mittlerweile wird man nicht nur mit Rezensionsexemplaren bedacht, sondern es gibt auf der Leipziger Buchmesse auch eine Blogger Lounge, Blogger werden zu Veranstaltungen wie *Zürich liest* eingeladen, organisieren ihre eigenen Literaturpreise, besuchen Verlage, veröffentlichen Bücher oder es werden Blogger-

Events wie das heutige ausgerichtet. Dass all das möglich sein könnte, hätte ich 2011 nicht gedacht. Viele fragen sich wahrscheinlich, ob der nächste Entwicklungsschritt nun zwangsläufig der zum Buchblog als Geschäftsmodell ist. Ich glaube, dass es mittlerweile deutlich mehr Möglichkeiten gibt, sich als Buchblogger etwas dazuzuverdienen, dass wir aber auch aufpassen und abwägen müssen, was wir machen wollen und für was wir uns hergeben sollten. Die Frage, ob man mit einem Buchblog Geld verdienen kann, lässt sich nicht pauschal beantworten; genauso wenig wird es eine Art Gemeinschaftslösung geben. Es kann nur jeder selbst, Ideen entwickeln, mit denen man sich vielleicht etwas dazu verdienen kann: ich habe aus meiner Blogleidenschaft zum Beispiel ein Buch gemacht, damit werde ich ganz sicherlich nicht reich, verdiene mir aber etwas dazu. Viel wichtiger als die Frage, ob man mit einem Buchblog Geld verdienen kann, darf oder sollte, finde ich zum Abschluss die Erinnerung daran, dass, egal wie unterschiedlich wir und unsere Blogs auch sein mögen, wir doch für dieselbe Sache kämpfen: dafür, dass Bücher entdeckt, gelesen und gekauft werden. Deshalb finde ich es immer wieder so schade, wenn wir uns gegenseitig dafür kritisieren, was wir lesen, wie wir Bücher besprechen, ob wir Filter für unsere Fotos benutzen oder wie unsere Blogs aussehen. Als ich mit dem Bloggen begann, gab es nur wenige andere Blogs. Mittlerweile gibt es ganz viele, die alle einen eigenen Zugang, eine eigene Herangehensweise, eigene Vorlieben und unterschiedliche Interessen haben. Was für eine spannende Bandbreite und ich selbst kann sogar noch ganz frei entscheiden, was ich davon lesen möchte. All diese Blogs haben ihre Existenzberechtigung und ihre Leser und Leserinnen. Egal, wie die Zukunft der Buchblogs auch aussehen mag, ich hoffe darauf, dass diese Vielfalt erhalten bleibt und dass sich jeder von uns auch weiterhin traut, das zu lesen und zu posten, was zu ihm passt. Ich werde also hoffentlich noch sechs weitere Jahre Bücher lesen, einen Cappuccino trinken und euch davon berichten!