

In unserer Sommerserie haben wir Menschen portraitiert, die einen aussergewöhnlichen Job oder ein interessantes Hobby haben. Wären Sie auch interessiert gewesen?

Schreiben Sie uns!

Wir sind immer auf der Suche nach Menschen, die etwas zu erzählen haben, und freuen uns über spannende Tipps:  
redaktion@kreuzlinger-zeitung.ch.

Die Kreuzlinger Zeitung berichtete 2014 als eine der ersten über Ellen Gromann. Damals hatte sie ihren Reiseblog gerade gestartet und sich vorgenommen, mindestens einen Artikel pro Woche zu veröffentlichen. Ihre Hartnäckigkeit hat sich ausgezahlt: Heute gehört «Patrota», also «Passion to Travel», dank ansprechend geschriebener Berichte und wunderschönen Fotos zu den bekanntesten Schweizer Reiseblogs. Für die Kreuzlinger Autorin ist der Blog indes zum Fulltimejob geworden.



Der Reiseblog «Patrota» ist auch wegen den tollen Fotos beliebt, wie hier aus Ligurien.

Bild: Ellen Gromann

## Ein Reiseblog wie ein Magazin

**Kreuzlingen.** Das Geheimnis ihres Erfolges ist die Beständigkeit, sagt Reisebloggerin Ellen Gromann. «Es gab auch Zeiten, in denen es mir schwerfiel, pro Wochenende einen Artikel zu veröffentlichen. Doch ich habe durchgehalten.» Dabei haben ihr ihre Stammler geholfen: «Wenn mir Leserinnen schreiben, dass mein Blog zu ihrer Sonntagslektüre am Frühstückstisch gehört, dann pusht das schon. Dann fühle ich mich auch irgendwie verpflichtet.»

### Für Paare, Best Ager und Familien

Am Anfang bestand ihre Zielgruppe aus Familien mit Kindern, die sie ermutigen wollte, die Welt zu entdecken. Über die Jahre ist aus dem Familienreiseblog ein richtiges Online-Magazin geworden, für Paare, Best Ager und Familien. «Patrota» präsentiert sich übersichtlich geordnet nach Kontinenten, Ländern und Städten. Für Hotels gibt es eine extra Rubrik, ebenso für Geschichten aus der Heimat – dem Dreiländereck am Bodensee und dem Schwarzwald – oder für Persönliches, Kurioses und Tipps.

Relativ neu sind Features wie «Fünf Lieblingsplätze in und um Hamburg», die sehr viel geklickt werden, sagt Gromann. «Das ist leichte Kost für die Leser. Diese kleinen Artikel werden zudem offenbar von den Suchmaschinen bevorzugt.» Sie locken Leser auf die Seite, welche vielleicht weiter stöbern. Sie selbst lese solche Kleinbeiträge

zwar nicht so gern, aber «ich muss auch die Artikel schreiben, die ich nicht so gerne habe, um die Artikel machen zu können, die ich gerne schreibe», lautet ihr Motto. Das Steckpferd der Weltenbummler sind nämlich ausführliche Reiseberichte mit vielen Fotos.

Dabei schaut sie auch gern mal hinter die Kulissen und beschreibt Land und Leute, wie sie Touristen eher selten zu sehen bekommen.

Ihr Ziel ist dasselbe wie am Anfang ihrer Reiseblogger-Karriere: Sie möchte ihre Leser unterhalten, informieren und inspirieren. Um ihre Leser zu erreichen, nutzt sie auch mehrere Soziale Medien wie Facebook, Instagram oder Twitter. «Auf all diesen Kanälen habe ich aber keine hohen Follower-Zah-



Ellen Gromann reist und schreibt leidenschaftlich gern.

Bild: zvg

len», bekennt sie, «das ist in meinen Augen auch nicht wichtig. Vor allem Instagram finde ich wenig nachhaltig, wenn ich lese, wie leicht dort Follower gekauft werden können.»

### Nachreisen erwünscht!

Trotzdem freut sie sich sehr über Likes und geteilte Artikel. «Am meisten motivieren mich aber Leserzuschriften, in denen steht, dass sie eine Reise auf meine Empfehlung hin unternommen haben und es genauso war, wie sie es sich vorgestellt haben.»

Glaubwürdigkeit ist ein Hauptfaktor, der ihren Blog so beliebt macht. Denn Werbung fand dort von Anfang an nur sparsam statt und wird, wie auch alle bezahlten Reisen oder Kooperationen, deutlich gekennzeichnet. Gromann handelt dabei nach dem Bloggerkodex. Zudem ist sie Mitglied im Swiss Travelwriters Club und in der Professional Travelbloggers Association – Organisationen, in die man nur aufgenommen wird, wenn man gewisse Standards erfüllt und hohe Besuchszahlen auf der Seite hat. «Ich empfehle nur, wovon ich selbst überzeugt bin», ist ein weiteres Motto von ihr.

Fast 90 Prozent ihres Traffics – jeden Monat sind das mittlerweile über 26'000 Besucher – kommt über Suchmaschinen auf ihre Seiten, der kleine Rest aus den Sozialen Medien. «Die Besucherzahlen steigen tendenziell an, seit ich einen SEO-Kurs gemacht habe», sagt die Weltenbummlerin. Die soge-

nannte «Search Engine Optimization» optimiert die Beiträge einer Webseite so, dass diese von Suchmaschinen leichter gefunden werden. Unter anderem sind dafür gut strukturierte Artikel mit Zwischenüberschriften und Links nötig.

Das Betreiben ihres Blogs ist mittlerweile ein Fulltime-Job geworden. Jeden Tag plant sie Reisen, kommuniziert mit ihren zahlreichen Partnern, bearbeitet Mails, pflegt Texte und Bilder ein, kümmert sich um die Sozialen Medien. Geld gibt es vor allem für bezahlte Texte, die mittlerweile viel von anderen Magazinen in Auftrag gegeben werden. Und für Fotos: «Das ist mein Bauerntrick», sagt sie. «Um meine journalistische Unabhängigkeit zu bewahren, verzichte ich meist auf ein Honorar. Dafür verpflichten sich aber die Auftraggeber, mir Fotos abzukaufen.» Den Gewinn investiert sie laufend, in Weiterbildungen etwa oder in ihr Equipment.

Am Ende des Monats wirft der Blog sogar etwas Geld ab. «Als Geschäftsmodell würde ich das Bloggen trotzdem nicht empfehlen», relativiert die dreifache Mutter. «Dazu steht der Arbeitsaufwand in keinem Verhältnis. Meine Reisen sind auch keine Urlaubsreisen, wie viele denken. Sondern ich gebe richtig Gas und besuche so viele verschiedene sehenswerte Orte wie möglich.» Ohne grosse Leidenschaft fürs Schreiben und Reisen sei das nicht durchzuhalten. «Und mittlerweile», sagt sie, «könnte ich gar nicht mehr damit aufhören.»

Stefan Böker