

Ravelry

Stand: 17.03.2023

Es gibt viele kleine [Social-Media-Plattformen](#), die eher eine Nische bedienen. Ravelry ist eines davon. Es handelt sich dabei um ein soziales Netzwerk aus Amerika, bei dem sich **alles um Handarbeiten dreht**: Stricken, Häkeln, Spinnen, Weben. Die Seite bietet eine Möglichkeit, um alles, was damit zusammenhängt, zu organisieren und sich über das Thema auszutauschen.

Ravelry als soziales Netzwerk

Die Plattform dient in erster Linie dazu, dass die Nutzer einen einfachen Überblick über ihre Projekte, Materialien und Muster haben. Die Organisation davon ist innerhalb der Plattform allerdings so eng vernetzt, dass **ein starker Zusammenhalt der Mitglieder** entsteht. Das wird noch davon unterstützt, dass es ein Forum gibt, in dem sich die Community über alles Mögliche austauscht. Das muss nicht über die Handarbeit sein, sondern die Themen erstrecken sich über alle denkbaren Bereiche. Dennoch bleibt Ravelry eine Nische im Social-Media-Bereich, da es nicht nur geschlossen, sondern auch sehr spezifisch ist. Wer allerdings in der Szene verankert ist, kommt früher oder später kaum noch darum herum. Das einzige Manko: Die Seite ist ausschließlich auf Englisch verfügbar, weil das Unternehmen dahinter nur 5 amerikanische Mitarbeiterinnen hat.

Geschichte und Entwicklung

Die Idee für Ravelry hatten die Gründerinnen schon im Jahr 2005. Sie wollten eine **Webpräsenz für Garnkünstler schaffen**. Die eigentliche Entwicklung begann aber erst 2007. Das Ehepaar Cassidy und Jessica Forbes brachte mit Ravelry LLC. im Mai das soziale Netzwerk nach einer kurzen Beta-Phase online. Seit 2008 gibt es die Möglichkeit, Muster zu kaufen und im Marketplace Annoncen zu schalten. 2015 verzeichnete die Seite 528 000 Anleitungen in der Datenbank und über 1 Million Nutzer. Aktuell sind es über 9 Millionen Garnliebhaber.

Funktionen und Besonderheiten von Ravelry

Genau genommen handelt es sich bei der Plattform um ein **soziales Shopping-Netzwerk**. Das bedeutet, dass seine primären Funktionen eine Kombination aus Verkäufen und Communityaufbau und -erhalt sind. Ravelry ist dafür gedacht, dass die Nutzer ihre Garne, Muster und Projekte verwalten und neue erwerben können. Gleichzeitig können sie sich aber auch Inspiration und Hilfe bei anderen holen oder einfach nur diskutieren.

Marketplace und Pattern Sales – Ravelrys Geschäftsmodell

Das soziale Netzwerk bietet seinen Nutzern die Möglichkeit, hunderttausende Anleitungen entweder direkt zu downloaden oder auf anderen Seiten zu finden. Während einige davon frei verfügbar sind, müssen die meisten jedoch bezahlt werden. Darüber verdient Ravelry Geld, um die Social-Media-Plattform weiter zu betreiben. Die zweite Geldquelle ist der Marketplace, wo Nutzer gegen Gebühr Anzeigen in eigener Sache einstellen können. Die **größte Einnahmequelle des Unternehmens dahinter bildet allerdings Werbung**. Über 1500 Werbepartner schalten regelmäßig ihre Anzeigen auf der Plattform – die Benutzer lieben sie, weil sie ihnen themenverwandten Mehrwert bieten.

Nutzermöglichkeiten auf Rivalry

Wie immer im Bereich Social Media ist die Interaktion zwischen den Nutzern der wichtigste Bereich. Auf Ravelry gestaltet der sich etwas anders als auf den sonstigen Vertretern. Hier geht es nicht darum, etwas zu teilen und das dann von anderen favorisieren und weiterverbreiten zu lassen. Stattdessen **steht das gemeinsame Hobby als solches im Mittelpunkt**. Jeder verfügt über ein persönliches Notizbuch, in dem er seine Garne, Muster und Projekte verwalten kann. Hier können auch die Lieblingsanleitungen aus dem Store hinterlegt werden.

Das Besondere: Dieses Notizbuch ist **mit der Community verknüpft**. So kann sich beispielsweise jeder ansehen, was andere Nutzer mit dem gleichen Garn gemacht haben oder gerade machen. Daraus kann Inspiration gezogen werden oder aber auch in den Austausch getreten werden. Eine hervorragende Möglichkeit hierfür bietet das angeschlossene Forum.

Möglichkeiten im Online-Marketing

Im breiten Spektrum betrachtet ist Ravelry nicht die beste Möglichkeit, [Online-Marketing](#) zu betreiben. Das ändert sich jedoch, wenn man die Nische bedenkt: Wer mit Garn zu tun hat, findet in **Ravelry einen fantastischen Werbepartner**. Dabei gibt es jedoch strikte Bedingungen: Wer Anzeigen schalten will, braucht einen kostenlosen Pro-Account, um Werbeplätze zu kaufen, Ads hochzuladen und die Performance zu analysieren.

Dabei wird alles selbst erledigt, **jede Werbemaßnahme wird vor der Ausspielung von einer Mitarbeiterin kontrolliert**. Die möglichen Platzierungen sind dabei Banner an verschiedenen Stellen, Shop-Platzierungen, prominent dargestellte Flächen und mehr. Der Vorteil für Werbetreibende: Da Ravelry mehr Wert auf Inhalt und Stil der Werbung legt als auf die generierten Einnahmen, sind Werbemaßnahmen relativ erschwinglich im Preis. Bei der idealen Umsetzung hilft eine [professionelle Agentur](#).

Weiterführende Infos:

[Social-Media-Marketing – Informationen zu den Möglichkeiten](#)

[Zielgruppe – wen das eigene Angebot interessiert](#)

[Reichweite – die Bedeutung der Kennzahl](#)