

DIE KUNST DES BLOGGENS: 4 TIPPS

Veröffentlicht am 18. April 2013 von Annette

Ein Weblog zu führen ist eine Kunst für sich. Sie erfordert nicht nur eine gute Schreibe, sondern auch ein Gefühl für die Zielgruppe [...]

Ein Weblog zu führen ist eine Kunst für sich. Sie erfordert nicht nur eine gute **Schreibe**, sondern auch ein Gefühl für die **Zielgruppe** und eine geschickte **Themenauswahl**. Wer ein Blog im Zusammenhang mit seinem **Beruf oder seinem Unternehmen** starten will, sollte sich vorher gut überlegen, was er eigentlich genau vorhat. Wir geben ein paar Tipps.

1. Die Motivation ändert die Strategie

Bevor man irgendeine Aktion Richtung Unternehmensblog startet, sollte klar sein, **warum** man dies überhaupt will. Möchte man sich als **Experte** auf einem Gebiet profilieren? Als attraktiver **Arbeitgeber** erscheinen? Persönlicher und **sympathischer** auf Bestandskunden und potentielle Neukunden wirken? Den Kreis von **Interessenten** vergrößern? Je nach Ziel verändert sich die Herangehensweise und vor allem die Themenauswahl.

2. Ohne Zielgruppe keine Leser

Nun muss man seine Zielgruppe definieren. Wer ist die typische Zielperson? Welche Probleme, Fragen und Anliegen hat sie? Was interessiert sie besonders? Was animiert sie zum Kauf? Diese Fragen sind essentiell für die Bestimmung möglicher Themen. Auch die **Sprache** ändert sich je nachdem, wen man erreichen will: Die **Wortwahl**, der Gebrauch von Anglizismen und Modewörtern, **Satz- und Textlänge** oder bestimmte **Schlüsselwörter**. Auch eine Anrede mit "Du" oder "Sie" sollte gut überlegt sein.

3. Relevanter Inhalt zählt

Dabei gilt in erster Linie: Was nicht **unterhaltsam** und **interessant** ist, wird nicht gelesen. Die Bandbreite an **möglichen Themen** ist auch bei kleinen Betrieben oder Nischenunternehmen sehr groß: Beantwortung häufiger Fragen, Anleitungen, Nachrichten aus dem Unternehmen, Erfolgsgeschichten von Kunden, Unternehmensalltag oder Artikel zu allen möglichen Themen aus der eigenen Branche. Zur Veranschaulichung haben wir [in diesem Artikel](#) ein paar **Beispiele** für erfolgreiche Firmenblogs gesammelt.

Auch **lustige Anekdoten** werden gerne gelesen, Berufsblogs wie "[Gestern Nacht im Taxi](#)", der "[Altenheimblogger](#)", "[VS-Geheim](#)" (Blog eines Polizisten) oder der [Bestatter-Weblog](#) sind äußerst beliebt. Bei solchen Veröffentlichungen muss man allerdings darauf achten, sämtliche Kundenäußerungen - sofern sie verwendet werden - zu anonymisieren. Weitere **Ideen** für mögliche Inhalte im Unternehmensblog haben wir [hier gesammelt](#). Lokale Unternehmen sollten besonders darauf achten, **regionale Aspekte** miteinzubeziehen, um die [lokale Suchmaschinenoptimierung](#)

anzukurbeln.

4. Turnus und Zuständigkeiten festlegen

Nun muss nur noch geklärt werden, wer für die Pflege des Blogs zuständig ist. Der Geschäftsführer? Ein Mitarbeiter oder mehrere? Oder ein externer Dienstleister? Es gibt diverse Möglichkeiten. Blogs sollten regelmäßig aktualisiert werden. Von mehrmals täglich bis monatlich ist vieles denkbar und hängt auch von der Zielgruppe ab.

Wer jetzt noch ein benutzerfreundliches und **ansprechendes Design** seines Blogs miteinbezieht, kann direkt loslegen und hat an wirklich alles gedacht.