

## Kurzzusammenfassung:

Bloggen ist Kult, Bloggen ist Pop: Fast jeder fünfte Internet-Nutzer bloggt, die Themenvielfalt ist unendlich. Aber was macht einen guten Blog aus? Ich zeige Ihnen die ersten Schritte – zu Ihrem hoffentlich erfolgreichen Blog.

Von wegen Tagebuchschriften:

# Der weite Weg zum Top-Blogger.

von Patricia Carol Eder

## 1. KOSMOS WAR GESTERN, BLOGOSPHERE IST HEUTE

**A**m Anfang war die E-Mail. Dann die eigene Homepage. Nicht interaktiv genug? Es folgten Foren, Chats, Dating-Plattformen usw. Und am siebten Tage wurde der Blog geschaffen. Gab es früher für private Gedanken das gut versteckte Tagebuch, teilen sich die Menschen heute der ganzen Welt per Weblog – im Internetjargon kurz: Blog – mit.

Sind Sie noch Blog-Dummie? Dann kurz zurück zu Adam und Eva: Was ist das genau, ein Blog? Welchen Sinn und Zweck hat er? Glücklicherweise hat der Mensch am siebten Tage parallel zu den Blogs auch Wikis geschaffen – frei zugängliche Datenbanken, deren inhaltliche Qualität größtenteils Blogger gewährleisten. Hier die Wikipedia-Definition von Blog:

Ein Weblog, häufig abgekürzt als Blog [bl?g] (Wortkreuzung aus engl. Web „Netz“ und Log), ist ein digitales Journal. Es wird am Computer geschrieben und im World Wide Web veröffentlicht. Häufig ist ein Blog „endlos“, d. h. eine lange, umgekehrt chronologisch sortierte Liste von Einträgen, die in bestimmten Abständen umbrochen wird. Es handelt sich damit zwar um eine Website, die aber im Idealfall nur eine Inhaltsebene umfasst. Ein Blog ist ein für den Herausgeber („Blogger“) und seine Leser einfach zu handhabendes Medium zur Darstellung von Aspekten des eigenen Lebens und von Meinungen zu oftmals spezifischen Themengruppen. Weiter vertieft kann es auch sowohl dem Austausch von Informationen, Gedanken und Erfahrung als auch der Kommunikation dienen und ist insofern dem Internetforum sehr ähnlich. Die Tätigkeit des Schreibens in einem Blog wird als bloggen bezeichnet.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> <http://de.wikipedia.org/wiki/Weblog> [13.8.2007]

Glauben Sie mir: Wie so oft sieht die Praxis anders aus. Die trockene Wikipedia-Definition trifft den Punkt nicht ganz – Blogs sind weit mehr als ein digitales Tagebuch oder eine chronologisch sortierte Liste von Einträgen. Sie leben von der demokratischen Idee des „free speech“ und den authentischen, spontanen Kommentaren der Leser.

Lange Zeit war nicht klar, ob es nun „der“ oder „das“ Blog heißt. Der Duden hat salomonisch entschieden:

### **Blog, das, auch der;**<sup>2</sup>

Beide Artikel sind also möglich und auch korrekt, da sich weder im Internet noch in den Medien ein eindeutiges Genus von „Blog“ durchsetzen konnte. Meinem persönlichen Sprachgefühl liegt „der“ Blog näher.

Fast jeder fünfte Internet-Nutzer bloggt, und die Themen sind inhaltlich genauso vielfältig wie das Internet selbst. So vielfältig, dass inzwischen gerne versucht wird, zu kategorisieren: Auf der einen Seite – entsprechend der Anzahl täglicher Besucher des Blogs – in A(alpha)-, B- und C-Blogger, auf der anderen nach inhaltlichen Kriterien in Stadt-Blogs, Schwätzchen-Blogs, Medien-Blogs, Reise-Blogs, lyrische Blogs, politische Blogs usw. Es ist kaum noch möglich, inhaltlich oder formell zu bestimmen, was einen Blog ausmacht, so wie es im Internet auch keinen homogenen Inhalt oder DIE Website gibt.

Übrigens: Beim Bloggen halten sich die Plaudertäschchen vom Dienst – also die Frauen – vergleichsweise vornehm zurück. Ganz oben in Rankings und Charts finden sich vor allem: Männer.

Die Blogosphäre breitet sich kontinuierlich aus und ist inzwischen weltumspannend sowie ten-

denziell unübersichtlich geworden. Kurz: Sie gedeiht prächtig. Gerade Anfängern erscheint sie als eine sehr eigene und spezielle Welt. Und doch gilt der Grundsatz: Wer bloggen will, der soll es tun! Blogs sind definitiv „in“. Es gibt in Deutschland kaum eine Internetplattform, kaum einen Verlag, kaum eine Firma und auch kaum einen Autor, der oder die nicht auf diesen Zug aufspringt. Sogar Eisbär Knut bloggt – und der kann nicht mal geradeaus laufen.

Blogger selbst sprechen inzwischen schon von Bloggersdorf: Es gibt Stamm-Blogger, die sich untereinander kennen und genau wie in einem realen Dorf anfreunden, unterstützen, zanken und wieder versöhnen. Lassen Sie sich davon nicht beeindrucken: Wo Menschen aufeinandertreffen, da menscht es. Schließlich kochen auch die alteingesessenen Blogger nur mit Wasser.

Wenn Sie sich in einige Blogs einlesen, werden Sie schnell feststellen:

### **Ein Blog ist ein Blog ist ein Blog.**

Auch wenn es aufgrund spezieller Weblog-Plattformen und der stetigen Weiterentwicklung von Blog-Systemen immer einfacher wird, einen eigenen Blog zu starten, sind die Unterschiede immens: Es gibt Nutzer von Blog-Software und es gibt Blogger. Erstere veröffentlichen Texte im Internet, Letztere lösen mit ihren Blogs Diskussionen aus. Es gehört viel mehr zum Bloggen, als nur „mal eben so“ seine höchstpersönlichen Weisheiten und Erfahrungen im Internet kundzutun – und die Messlatte hängt inzwischen sehr hoch.

<sup>2</sup> Dudenredaktion (Hrsg.):  
Duden – Die deutsche Rechtschreibung.  
24. Auflage. Dudenverlag. 2006. [CD-ROM]

## **2. SURFEN SIE NOCH ODER BLOGGEN SIE SCHON?**

Um dabei zu sein und Erfahrungen zu sammeln, eröffnen viele Blogger einfach ihren eigenen Blog – ohne sich viele Gedanken zu machen. Das sieht dann oft so aus:

„Schwimmen und erkältet ...  
Heute waren wir schwimmen, war ganz witzig ...  
außer dass ich Husten hatte und meine Nase  
verstopft war. Hmm sonst war nichts großartiges [sic].“

Aha. Zu solchen Belanglosigkeiten fällt dem geneigten Leser bestenfalls die Kategorie „Schnarch-Blog“ ein. Wen wundert es, dass sich unter vielen hoffnungsvollen Neu-Bloggern schon nach kürzester Zeit Ernüchterung breitmacht, weil der eigene Blog nicht gelesen, geschweige denn kommentiert wird? Und schließlich verlieren sie die Lust, am eigenen Blog zu arbeiten. Der an dieser Stelle passende Workshop „Wie verwandle ich triviales Gedankengut in einen Topblog“ würde leider den Rahmen dieses Beitrags sprengen.

Die meistgestellte Frage von Neu-Bloggern lautet: **Wie werde ich Top-Blogger?**

### **Frei übersetzt:**

Wie werde ich ein erfolgreicher Blogger mit Millionen von Lesern, die jeden Tag darauf brennen, meine neuesten Erkenntnisse zu lesen und zu kommentieren, und wie kann ich damit bitte auch noch Geld verdienen?

Ja, schöne neue Blogosphäre! Die Stars und Vorbilder sind immer die Top-Blogger, die gerne und oft gelesen werden. Um Ihnen gleich am

Anfang alle Illusionen zu rauben: Bis zum Blogger-Olymp ist es ein weiter Weg!

Da Blogs in Deutschland noch ein sehr junges Genre verkörpern, existieren keine allgemein gültigen Qualitätsmaßstäbe. Blogs sollten relevant oder spannend oder elegant oder lustig oder originell oder subjektiv sympathisch sein. Dieses „oder“ versteht sich übrigens einschließlich. Die Anfängerfragen sind immer dieselben: Worauf kommt es an beim erfolgreichen Bloggen? Ist es die Originalität, mit der ein Blog gestaltet wird, die Länge eines Blog-Eintrags, der persönliche Charakter, die Beschreibung und Recherche eines Sachverhalts? Sind es Witz und Ironie, die zwischen den Zeilen zu lesen sind? Oder ist es allein die Werbung, die für einen Blog betrieben wird?

Blog-Koryphäe Klaus Eck, selbsternannter PR-Blogger ([www.pr-blogger.de](http://www.pr-blogger.de)), beantwortet die Frage aller Fragen so:

„Die inhaltliche Qualität ist nicht die einzige Voraussetzung für ein erfolgreiches Blog. Aufgrund der wachsenden Anzahl von lesenwertem Weblogs sollte man zunächst einmal davon ausgehen, dass die meisten Blogger nicht einfach so von der Existenz des neuen Weblogs erfahren. Neu-Blogger müssen sich daher von Beginn an nicht nur über die Inhalte ihres Weblogs klar werden, sondern zudem über dessen Promotion nachdenken, damit die Leser auf das Weblog aufmerksam werden.“<sup>3</sup>

Dass ein PR-Blogger gezielte Promotion für genauso wichtig erachtet wie die Qualität der Artikel, ist zwar nachvollziehbar, aber meiner Meinung nach nicht ganz richtig: Natürlich muss ein

<sup>3</sup> Am 6. September 2007 per E-Mail.

Blog bekannt werden – aber primär und speziell in Hinsicht auf langfristigen Erfolg kommt es auf Stil und Inhalt an. Wenn diese beiden Faktoren nicht stimmen, ist jegliche Promotion im Grunde überflüssig. Machen Sie sich VORHER vor allem Gedanken darüber, wie Sie was schreiben möchten. Und versuchen Sie sich nicht erst an Test-Blogs (womöglich auf zehn verschiedenen Blog-Plattformen gleichzeitig ...), in der bescheidenen Hoffnung, dass die Leserschaft eines Tages anbeißt.

Es dürfte auch so schwer genug sein, sich von der Masse abzuheben: In Deutschland gibt es aktuell etwa 250.000 Blogs, von denen weniger als zehn zu den Topblogs gehören, die sich durch eine hohe Schlagzahl an Themen und ein festes redaktionelles Konzept auszeichnen (unter anderem Spreeblick.com, Bildblog.de, Lawblog.de, Basicthinking.de).

Und jeden Tag kommen Tausende neuer Blogs dazu. Allein deren Namen zu kennen, ist unmöglich. Es sei denn, Sie werden von Ihrem Bruder „Rainman“ genannt – und haben sich auf das Auswendiglernen von Telefonbüchern spezialisiert.

### 3. MEIN INHALT, MEIN STIL, MEIN BLOG

**Inhalt?** Sicher: Sie müssen nicht alles planen, Sie können auch einfach losbloggen – frei nach Beckenbauers Lebensmotto Schau'n mer mall. Aber um eins klarzustellen: Wer sich über seine Leser absolut keine Gedanken machen will, wird es schwer haben, sich hochzubloggen. Und leider kann ich in diesem Beitrag kein Patentrezept vermitteln, sondern nur die schnöde Einsicht: Dies erfordert viel Zeit, Übung, Ausdauer, Artikel und Gespür für die Leser. Sicher, manche haben einfach Glück: Aus einem nicht näher zu bestimmenden Grund werden ihre

Blogs vom ersten Tag an gelesen. C'est la vie. Aber dieses Glück haben nur die wenigsten. Erfolg von Anfang an ist genauso wahrscheinlich wie ein Lotto-Gewinn.

Sinnvoller und vor allem Erfolg versprechender ist es, sich vorher mit dem Medium auseinanderzusetzen und für sich selbst zwei Fragen zu beantworten.

#### Frage 1: Weshalb will ich bloggen?

Hinterfragen Sie Ihre Beweggründe! Oder meinen Sie, dass „Selbst dem Thomas seine Schwester deren Mann tut auch schon bloggen“ oder „Alle reden davon, deshalb will ich jetzt auch im Internet präsent sein“ die richtigen Beweggründe sind? Nein? Glauben Sie, dass beispielsweise ein Autor, der nur Werbung für seine Bücher machen und die Termine seiner Lesungen kundtun möchte, unbedingt einen Blog braucht? Sicher nicht. Eine statische, gut gestaltete Homepage tut es dann auch.

Bloggen nur um des Bloggens willen ist zum Scheitern verurteilt. Es sollte zumindest die Grundidee vorhanden sein, aus der Autoreflexion heraus den öffentlichen Gedankenaustausch mit anderen zu suchen. Dabei sind Authentizität, Echtheit, Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit der Artikel die Schlüsselemente eines Blogs und Grundvoraussetzung für die Kommunikation. Erfolg ohne diese Eigenschaften wird schwer, wenn nicht gar unmöglich, da die Akzeptanz beim Leser ausbleibt.

**Überlegen Sie vorher:** Wen möchten Sie mit Ihrem Blog erreichen? Ist Ihre Zielgruppe klein oder verteilt sie sich über die ganze Welt? Wie viel Feedback wünschen Sie sich?

#### Frage 2: Worüber kann und will ich schreiben?

Die Blogosphäre hat sich bereits in kurzer Zeit einmal um die eigene Achse gedreht. War es noch vor zwei Jahren so, dass sich Blogger vorrangig über das Thema Bloggen ausließen und zum Teil revolutionäre Visionen hatten, halten es die meisten Blogger mittlerweile mit Helmut Schmidt: Wer Visionen hat, sollte zum Arzt gehen. Die vorherrschenden Themen behandeln nicht mehr das „Wie“ und „Warum“ des Bloggens, sondern haben sich inhaltlich in andere Richtungen entwickelt – Ausnahmen bestätigen die Regel.

Auch wenn der Grundgedanke des Bloggens das Führen eines Online-Tagebuchs ist: Es kann unter Umständen schwer sein, außer Familie und Freunden noch andere Leser für Ihren Blog zu gewinnen – vor allem, wenn Sie nur über persönliche Erlebnisse und Ihren Alltag schreiben. Ich rate immer dazu, sich selbst nicht zu wichtig zu nehmen. Denken Sie besser über einen weniger persönlichen Themenbereich nach, der nicht nur Sie, sondern auch andere User interessiert, ein Thema, das viele kennen und bei dem sie deshalb mitreden, wenn nicht sogar mitfühlen können. Es ist doch so: Wenn Sie sich einem Bereich widmen, der Sie selbst nicht sonderlich interessiert, werden Sie schon bald keine Motivation mehr aufbringen, regelmäßig hochwertige Beiträge zu schreiben. Dieser Misserfolg ist programmiert.

Als grundsätzliche Inspiration bietet es sich an, andere Blogs zu lesen und zu kommentieren, um ein Gefühl für die Blogosphäre zu bekommen und sich auf diesem Weg „einzuarbeiten“. Sie werden schnell feststellen, dass es nicht vorrangig um private Erlebnisse geht: Die beliebtesten Themen sind Medien, Nachrichten, Unterhaltung und Freizeit, Computer & Co. und auch immer mehr Politik.

Sollte es Ihr Ziel sein, auch unbekannte Menschen zu erreichen, gibt es nur einen Weg: Suchen – und finden! – Sie eine Nische, die noch nicht von Hunderten anderer Blogger besetzt ist und außerdem ein Thema bietet, das Sie selbst interessiert. Das ist natürlich schwer, aber nur so behalten Sie Ihre Freude am Schreiben. Blogger müssen von ihrem Standpunkt überzeugt sein und ihn mit viel Liebe und Passion weitertragen. Wenn Sie die nötige Motivation nicht auf hohem Niveau halten können, bleibt der Erfolg aus. Denn nur der schafft es, seine Blog-Frequenz hochzuhalten, der nach mehr als einem Jahr noch den nötigen Drive verspürt, sein Thema zu erörtern, zu verfolgen und mehrmals täglich darüber zu bloggen.

**Der Geheimtipp lautet:** Spezialisieren Sie sich mit einem so genannten vertikalen Blog, der sich schwerpunktmäßig mit einem Thema auseinandersetzt, das Sie konsequent bearbeiten. Damit locken Sie Leser an. Denn: Je breiter das Spektrum Ihres Blogs ist, desto mehr Leser haben Sie theoretisch. Der Nachteil: Als Autor können Sie nicht so sehr in die Tiefe gehen.

Sie können auch einen Nischen-Blog betreiben, wenn Sie weniger Wert auf viele Blog-Besucher legen, dafür aber umso mehr mit echten Freaks kommunizieren möchten. Nehmen wir mal das schöne Hobby Teebeutel-Weitwurf: Ja, es gibt tatsächlich Teebeutel-Weitwerfer. Wie viele? Einen? Hundert? Tausend? Keine Ahnung! Aber es lässt sich bestimmt eine kleine, feine Fangemeinde finden – und eine Handvoll Leser sind Ihnen dank Google immer gewiss. Kennen Sie sich auf einem Gebiet gut aus, werden Sie auch wissen, ob dieses Thema etwas für die Masse ist oder eher für ein Nischendasein taugt. Wichtig ist nur, dass Sie in der Nähe des Themas bleiben und nicht zu sehr davon abweichen.