



veröffentlicht durch *Bayerischer Journalisten Verband* (<https://www.bjv.de>)

[Startseite](#) > Bloggen für Journalistinnen

---

Fachgruppe Chancengleichheit

## Bloggen für Journalistinnen

### Die Kunst, das richtige Thema zu finden und sich gut zu vermarkten

München, 18.07.2015

Blogs sind in den letzten 15 Jahren zu einem eigenständigen und populären Verbreitungskanal geworden. Kein Wunder also, dass immer mehr Unternehmen auf den Trend aufspringen und Blogs als wirksames Marketing-Instrument entdecken. In journalistischen Kreisen gibt es dagegen Vorbehalte. Texte verschenken? Das geht für manche gar nicht.

Das Netzwerktreffen der Fachgruppe Chancengleichheit ? BJFrau <sup>[1]</sup> beschäftigte sich damit, welche Themen und Inhalte Blogs behandeln und wie sich ein Blog sinnvoll nutzen lässt. ?Bloggen ist eine Chance für uns. Sei es, dass wir Unternehmen beraten, sei es, dass wir uns selbst darstellen?, stellte Barbara Maria Zollner <sup>[2]</sup> gleich zu Beginn ihres Vortrags fest.

Die Journalistin und geprüfte PR-Beraterin, seit 2006 bei den webgrrls <sup>[3]</sup> in der Regio München, stellte Inhalte und Zielsetzungen von Blogs anhand einer Fülle von praktischen Beispielen vor. Die Bandbreite reichte von einem Bauunternehmen mit politischem Profil über verschiedene Experten- und Lifestyle-Blogs bis zu Blogs von Journalisten und PR-Fachleuten. Was manche noch nicht wusste, auch Blogs können als Homepage mit regelmäßigen, neuen Beiträgen betrieben werden. Sinnvoll ist es, eine eigene Internet-Adresse zu kaufen und nur die Software für den Blog von einer entsprechenden Plattform zu nutzen.

Gute Chancen haben journalistische Blogs in kleineren Gemeinden ohne Lokalzeitung bzw. ohne Alternative zur Lokalzeitung. ?Für einen erfolgreichen Blog kann man lokale Unternehmen als Werbekunden oder Sponsoren gewinnen?, ist Zollners Erfahrung. Die Aufbereitung der Inhalte mit Fotos, Grafiken, Illustrationen oder Videos erhöht die Wirksamkeit beträchtlich.

Entscheidend ist es, regelmäßig zu bloggen und den Blogeintrag in sozialen Netzwerken zu posten. ?Lieber nur alle 14 Tage und dafür regelmäßig bloggen, als fünf Tage hintereinander und danach wochenlang nichts?, riet Zollner. Das schnelle Geld sollte man nicht erwarten. ?Wer kommerziell erfolgreich sein möchte, braucht mit seinem Blog einen langen Atem?,

erklärte Zollner.

Vor dem Erfolg steht die Kunst, das richtige Thema zu finden. Laut Zollner lohnt es sich, darüber nachzudenken, was einem selbst Spaß macht und was die Nutzer möglichst lange anspricht. Wer als erste eine Nische findet, ist gegenüber der Konkurrenz klar im Vorteil.

Grundsätzlich kann man mit Hilfe von Blogs seine Expertise positionieren und die eigene Bekanntheit steigern. Der persönliche Blick auf Ereignisse und Themen, Einblicke in die eigene Arbeit, z.B. in Themenfindung oder Recherche, können zu neuen Kontakten und Aufträgen verhelfen. Und das ist, gerade für Freie, ganz sicher eine Chance.

*Sabine Neumann*

---

**Source URL:** <https://www.bjv.de/news/bloggen-fuer-journalistinnen>

**Links:**

[1] <http://www.bjv.de/bjfrau>

[2] <http://www.zinnober-abc.com/>

[3] <http://www.webgrrls.de/index.php?id=27>