

**Ratgeber:****Bloggen – Merkmale eines Blogs und Inhalte**

Ein Blog ist eine Art Internettagebuch oder **Journal**. Die Beiträge orientieren sich an einer **Zeitschiene**, sie werden in umgekehrt chronologischer Reihenfolge angezeigt.

**Merkmale eines Blogs**

- **Zeitschiene**, die Beiträge werden in umgekehrt chronologischer Reihenfolge angezeigt. Der aktuelle Beitrag ist jeweils der oberste.

Das bedeutet, dass ein Blog nur Sinn macht, wenn Sie regelmäßig Beiträge verfassen – das kann jeden Tag sein, ein mal pro Woche oder alle 2 Wochen, je nach Größe Ihres Hauses.

- Über das Einordnen in **Kategorien** und die Verschlagwortung (**tagging**) werden die Beiträge auch später leicht gefunden – sowohl über die interne Blogsuche (nach Kategorien, über die „[Tagcloud](#)“ ) als auch über Google. („Tags“ sind beschreibende Begriffe für Ihre Artikel, sie ordnen jedem Artikel ein oder mehrere "Tags" zu.)  
Ältere Artikel wandern ohne Ihr Zutun in ein **Archiv**, somit sind sie später auch über die Eingabe des Datums auffindbar. Dabei verändert sich die URL nicht.
- Jeder Blogbeitrag besitzt eine **eigene URL**, mit der er verlinkt werden kann.
- **Vernetzung**: Blogs zeichnen sich durch einen **hohen Vernetzungsgrad** aus - über gegenseitige Verlinkung entsteht um jedes Blog ein Netzwerk. Jedes Blog ist ein Knotenpunkt im weltumspannenden Blognetzwerk, der „[Blogosphäre](#)“.  
Verlinkt wird nicht nur auf die Startseite eines Blogs (z.B. über die „Blogroll“, das ist eine Linksammlung mit Blogs zu ähnlichen Themen), sondern auch auf die einzelnen Blogbeiträge. Die „Blogosphäre“ lebt davon, dass Blogger die Aussagen und Ideen anderer Blogger aufgreifen, zitieren (mit Verlinkung), interpretieren und weiterdenken.
- **Austausch, Feedback: Kommentarfunktion**  
Zentrale Eigenschaft eines Blogs ist die Möglichkeit des direkten Austausches über die Kommentarfunktion. Ihre Leser können zu Ihren Blogbeiträgen Stellung nehmen, mit Ihnen und untereinander diskutieren, weiterführende Tipps geben, persönliche Ansichten zum Thema erörtern, loben oder auch kritisieren.  
Wer sich zu einem Artikel äußern will hinterlässt seine Emailadresse (wird nicht öffentlich angezeigt) und – optional - die URL seines Blogs oder seiner Website, dann kann er einen Kommentar zum entsprechenden Beitrag abgeben. Die Kommentarfunktion lässt sich abschalten, vorübergehend sperren oder nur für bestimmte Personenkreise freigeben. Da die große Chance eines Blogs der Austausch ist, empfehle ich, Kommentare zuzulassen. Sie haben aber die Möglichkeit, alle Kommentare zu überprüfen,

bevor Sie sie für die Öffentlichkeit freischalten, und gegebenenfalls zu löschen oder zu verändern.

- Blogs bieten **RSS-Feeds** an, um **über neue Beiträge zu informieren**. Wenn Sie einen neuen Artikel in Ihrem Blog online stellen, erfahren Ihre Leser das automatisch über ihren FeedReader.

### Inhalte: Worüber bloggen?

Ein Blog bietet die Chance, **aktuell, authentisch und persönlich** aus Ihrer Einrichtung zu berichten und auch Beiträge zu bringen, die thematisch oder stilistisch nicht auf Ihre offizielle Website passen - oder dort zu wenig wahrgenommen würden. Sie können beispielsweise über **Auftritte Tournen oder Veranstaltungen** berichten, **Werke besprechen**, allgemeine **Diskussionen** zu Ihrem Thema starten oder **Premieren ankündigen**. **Hintergrundberichte**, Interviews und „**Geschichten**“ rund um Ihre Einrichtung werden besonders gerne gelesen.

Am besten, Sie sehen sich an, was andere Blogs aus dem Kulturbereich berichten und holen sich Anregungen. Hier eine [Linkliste](#) von bloggenden Kulturbetrieben, mittlerweile sind einige dazugekommen. Eine Ideensammlung, worüber Sie bloggen könnten, finden Sie in [diesem Blogbeitrag](#).

### Schreibstil: Wie bloggen?

Der Schreibstil in einem Blog (und generell in Social Media) ist **der gesprochenen Sprache näher** als der Stil, in dem Sie üblicherweise Presstexte oder Texte für Ihre Website verfassen. Zeigen Sie, welche Menschen hinter Ihrer Einrichtung stehen! Lassen Sie auch Mitarbeiter, Künstler, Besucher in eigenen Beiträgen oder in Form von Interviews zu Wort kommen.

Wenn es sich vermeiden lässt, schreiben Sie Blogbeiträge nicht anonym, sondern geben Sie den **Namen des Verfassers** an. Die Leser wissen gern, mit wem sie zu tun haben: Hat der Kurator den Beitrag verfasst, ein Künstler, ein Besucher oder jemand aus der PR-Abteilung?

Die nächste Herausforderung ist es, den **Dialog mit den Lesern** zu starten und aufrecht zu erhalten. Fragen Sie Ihre Leser nach ihrer Meinung, geben Sie ihnen einen Grund, Ihre Beiträge zu kommentieren.

**Fotos, Videos und Tonaufnahmen** lassen sich leicht einbinden, damit werden Ihre Blogbeiträge lebendiger. Entweder Sie laden Ihre Fotos/Videos direkt im Blog hoch oder Sie laden diese auf Plattformen hoch (z.B. Flickr für Fotos, YouTube für Videos) und binden sie dann von dort ins Blog ein.

### Wozu Bloggen?

- Mit einem Blog haben Sie einen **schnellen, direkten und kostengünstigen Zugang zur Öffentlichkeit**. Ihre Beiträge stellen Sie online, sobald diese

geschrieben sind – so schnell können Sie über kein anderes Medium mit der Öffentlichkeit kommunizieren.

Ihre Beiträge erscheinen **ungefiltert**. Außer Ihrer Arbeitszeit fallen keine oder nur geringe Kosten an.

- **Verbreitung:** Beiträge, die Sie auf Ihr Blog stellen, lassen sich per **RSS-Feed automatisiert verbreiten**, indem Sie den Feed bei Facebook, Twitter etc. einbinden. Von dort werden die Beiträge **von Ihren Fans weitergegeben** – mit einem Blogbeitrag erreichen Sie viel höhere **Aufmerksamkeit**, als wenn Sie denselben Beitrag auf eine statische Unterseite Ihrer Website stellen würden.

Eine ausführliche Darstellung der [Nutzenaspekte eines Blogs für den Kulturbetrieb finden Sie in diesem Beitrag](#).

### Weiterführende Links:

Wer das Thema bloggen vertiefen will sei auf das Blog der startconference verwiesen, in meiner Serie "Web 2.0 für den Kulturbereich - Basiswissen" gehe ich genauer auf die einzelnen Punkte ein.

### Inhalte

- [Was ist ein Blog?](#)
- [Elemente eines Blogs und wie Sie sie einsetzen](#)
- [Worüber können Sie als Kultureinrichtung bloggen?](#)
- [Was bringt Ihnen als Kulturbetrieb oder Künstler das Bloggen?](#)
- [Linkliste Blogs von Museen, Theatern, Orchestern, Kulturinitiativen](#)
- [Linkliste Blogs von Musikern, Künstlern, Fotografen, Schriftstellern...](#)
- [Voraussetzungen für's Bloggen](#)

### Technik

- [Blog, Website oder beides?](#)
- [Welche Blogsoftware?](#)

Text: Karin Janner,  
März 2011