

Wir bloggen

Täglich werden mehr als zwei Millionen Blog-Artikel im Internet veröffentlicht. Auch hierzulande sind die elektronischen Tagebücher ein Kommunikationstrend, der sich durchgesetzt hat.

Fashion-Blogs mutieren zu virtuellen Catwalks, in denen Modebloggerinnen täglich über Trends und Lieblingsoutfits schreiben. Auch an Food-Blogs mangelt es im Netz nicht. Für beinahe jedes Thema gibt es mittlerweile einen Blog. Immer mehr Menschen teilen auf diese Weise ihre Erfahrungen und Meinungen mit, und auch für Unternehmen birgt das virtuelle Tagebuch viel Potential. Wir haben drei Bloggerinnen aus Oberösterreich und eine Expertin von der Online Marketing-Agentur Pulpmedia in Linz über ihre Erfahrungen befragt.

*Text: Ulli Wright,
Tina Ornezeder*



Foto: shutterstock.com



Conny beim Spielen mit ihren zwei Töchtern

Conny Dürnberger
Moderatorin ORF OÖ
www.connyduernberger.at

Seit fünf Monaten lässt uns Conny Dürnberger mit ihren Blogs „Familienleben & Co: Windeln, Spaß und Schokolade“ und „My happy week“ an ihrem Alltag als Ehefrau und Mutter von zwei kleinen Mädchen teilhaben. Mittlerweile ist das Bloggen nach dem Sport das zweitliebste Hobby der ehemaligen LT1-Moderatorin. Ihren Blog teilt die Leondingerin über ihre private Facebook-Seite.



Conny mit Mann Klaus (Rechtsanwalt) und den Kindern



Conny Dürnberger beim Bloggen

Die Familiäre:

„40,5 Grad! Nein, das gibt es nicht! Gerade noch war das Baby normal temperiert. Was soll ich nur tun??? Wo ist die Gebrauchsanleitung? Nicht mitgeliefert bei der Geburt! Ich bin verzweifelt ...“ Im Blog „Familienleben & Co: Windeln, Spaß und Schokolade“ von Conny Dürnberger geht es heiß her. Schonungslos und mit einer großen Portion Selbstironie schreibt die fesch Blondine über ihren Alltag mit ihren Töchtern Laura (4) und Valerie (9 Monate), ihren Mann Klaus, Rechtsanwalt, und ihrem Hund und lässt sich dabei gerne via Internet in die Karten schauen. „Vieles wird in unserer Gesellschaft schön geredet, alles ist Friede, Freu-

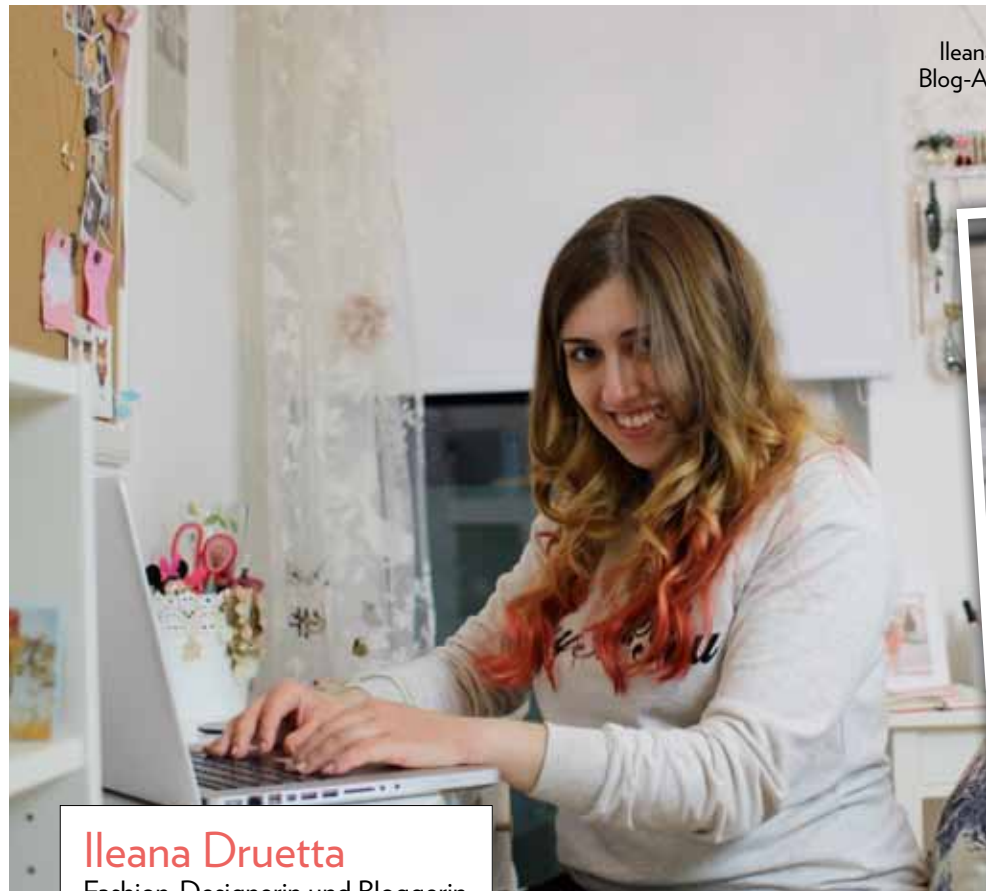
de, Eierkuchen. Aber so ist es halt im echten Leben nicht. Bei mir nicht und auch bei anderen nicht“, erklärt Conny Dürnberger. Das waren auch die Beweggründe für die zweifache Mutter, vor fünf Monaten einen Blog zu gründen. „Bevor ich meinen Blog ins Netz gestellt habe, habe ich mich eingelesen und einen Crashkurs belegt. Es ist alles sehr umfangreich, faszinierend und ein kreativer Ausgleich für mich“, schildert Conny Dürnberger. Und die Moderatorin ist noch immer mit Leidenschaft dabei.

Alles kommt von Herzen

„Ich schreibe wahnsinnig gerne und lege meine ganzen Emotionen in die Texte,

Fotos und Musikideen. Alles kommt von Herzen.“ Derzeit postet Conny Dürnberger drei Mal pro Woche und verweist auf ihrer Facebook-Seite auf ihren Blog (connyduernberger.blogspot.co.at). „Die Statistik auf blogger.com besagt, dass mein Blog in den ersten zwei Monaten über 12.200 Seitenaufrufe verzeichnet“, freut sich die Jungmama. Und auch die Reaktionen von den Lesern werden immer mehr. Ihre einzelnen Posts lesen zwischen 313 und 3029 Menschen. „Ich blogge hauptsächlich zum Thema 'Mami sein' und werde von vielen Leuten darauf angesprochen. „Irgendwann lasse ich alle Texte und Kommentare für meine Kinder zu einem Buch binden.“

Fotos: Richard Haidinger



Ileana Druetta erzielte beim Blog-Award den vierten Platz.



Mode spielt für die gebürtige Argentinierin eine große Rolle.

Ileana Druetta

Fashion-Designerin und Bloggerin

„Novelstyle“ nennt sich der Blog der Modedesignerin Ileana Druetta aus Buenos Aires, die seit einigen Jahren in Linz wohnt. Seit 2012 lebt die 23-Jährige ihre Leidenschaft für Mode, Lifestyle, Literatur und Reisen auf ihrer Website aus. Dafür wurde sie jetzt sogar ausgezeichnet: Beim „Österreichischen Blog Award“ hat die modeaffine junge Frau den vierten Rang belegt.

Die Fashionista:

Outfits zum Nachstylen, Reiseberichte, Rezepte, Deko, Do-it-yourself-Anleitungen: Der vielfältige Blog „Novelstyle“ (<http://novelstyleblog.com>) ist für Ileana Druetta ein Fenster zum Leben. „Auf meinem Blog möchte ich dazu ermutigen, dass man keine Modelfigur haben muss, um sich modisch kleiden zu können. Jeder sollte sich wohlfühlen und motiviert werden, seinen Style zu kreieren und auszuleben“, erzählt die 23-Jährige. Der Liebe wegen übersiedelte die

Designerin nach Österreich und begann, unter anderem für ihre Familie zu Hause in Argentinien zu schreiben: „Meine Eltern in Buenos Aires freuen sich, regelmäßig mit Bildern und Neuigkeiten von mir versorgt zu werden.“ Seit seinem Start hat sich der Blog sehr gut entwickelt: Die Lifestyle-Bloggerin professionalisierte den Web-Auftritt sowie die Inhalte, kümmerte sich um mehr Follower und vor allem Kooperations-Partner: „Die Likes auf meinen Social Media-Seiten sowie die Zugriffszahlen meiner Website steigen ständig an. Aktuell habe ich ganze 9891 ‚Gefällt mir‘-Angaben auf Facebook.“ Von dieser Plattform aus teilt sie ihre Blog-Inhalte.

Vollzeitjob Bloggerin

„Hauptsächlich sind es Promis, die mich zu meinen Styles inspirieren“, erzählt die gebürtige Argentinierin. „Momentan stehe ich total auf die Styles von Mindy Kaling, Taylor Swift und Elle Fannings.

Auch von diversen Filmen oder Fernsehserien werde ich inspiriert, wie z. B. von ‚Hart of Dixie‘.“

Dass Bloggen ein Vollzeitjob ist, wurde Ileana Druetta schnell klar: Er bedeutet viel Recherche im Internet, Netzwerken mit anderen Bloggern, das Zusammenstellen und Fotografieren von Outfits, Texte schreiben. Wer auf einer solchen Online-Plattform präsent sein will, muss viel beachten: Wichtig sei es, sich selbst treu zu bleiben und vor allem authentisch zu sein. „Generell muss man für sich definieren, wer man ist, was man repräsentieren will und wo man seinen Fokus setzt. Ein Blog erfordert harte Arbeit und einen langen Atem – das ist entscheidend für den Erfolg.“ Mehrere Stunden pro Tag investiert Druetta dabei in ihr virtuelles Tagebuch. Zeit, um Blogs von anderen zu lesen, bleibt aber immer noch: „Meine Lieblingsblogs sind ‚Style Scrapbook‘, ‚Evelina’s Fashion Café‘, ‚A Beautiful Mess‘ und ‚Wish Wish Wish‘.“

Fotos: Privat



Stephanie Hörmann (l.) mit ihrem Team bei der Besprechung

Stephanie Hörmann

Hauptverantwortliche „Runtastic“-Blog

Beinahe jeder kennt und nutzt die Apps des oberösterreichischen Unternehmens „Runtastic“. Um den Nutzern Tipps zu Work-out, Ernährung, aber auch Wissenswertes zu Technologischem, Business und Start-ups zu vermitteln, führt der Lifestyle-Anbieter seit einigen Jahren einen sehr erfolgreichen Blog.

Fotos: Runtastic

Die Sportliche:

Auf Facebook hat das Unternehmen Runtastic, das vor fünf Jahren als Projekt einiger Studenten der Fachhochschule Hagenberg begann, bereits mehr als eine halbe Million Fans. Von hier aus teilt das Kommunikations-Team die Inhalte des Blogs (<http://blog.runtastic.com/de/>). „Auf unserer Plattform vereinen wir unterschiedlichste Themen: Hauptsächlich geht es bei uns um den Gesundheits- und Fitnessbereich, aber auch um Technologisches, Allgemeines zu Business und Start-ups“, erzählt Stephanie Hörmann. Seit einigen Jahren ist die gebürtige Amerikanerin bei Runtastic in Pasching bei Linz tätig und die Hauptverantwortliche für den Blog des Lifestyle-Unternehmens. Besonders stolz ist sie auf die dort veröffentlichten Tipps und Tricks zu den

Foto: Peter Mufjler

Themen Work-out und Ernährung, die ein jeder anwenden kann: „Das Ziel ist, unsere User mit unseren Inhalten und Ideen dazu zu motivieren, jeden Tag und jede Woche bewusster, gesünder und fitter zu leben. Wir möchten Menschen helfen und sie auf dem Weg in ein aktives Leben unterstützen.“

Strategischer Plan

Will man als Unternehmen mit einem Blog erfolgreich sein, muss man inhaltlich strategisch vorgehen: „Ein Blog alleine kann nie genug sein. Es braucht eine gute Mischung unterschiedlicher Kanäle, wie zum Beispiel Newsletter, Social Media, YouTube und Website“, so Stephanie Hörmann. Das Online-Journal wird direkt bei Runtastic geschrieben: „Wir machen alle Inhalte, genauso wie die Übersetzungen, selbst.“ Zwei bis drei Mal pro Monat gibt Runtastic auch Gast-Bloggern die Möglichkeit, ihre Ideen zu präsentieren. Doch ein Portal dieser Größe will gut durchdacht sein: Im Rahmen eines „Planning-Termins“ treffen sich alle Verantwortlichen und legen den Fahrplan des Blogs für die nächsten ein bis zwei Monate fest. „Dadurch können wir sicherstellen, dass jeder genug Zeit zum Schreiben hat“, weiß die Kommunikations-Expertin.



Business-Blog

Katharina Ratzberger bespielt als Texterin bei der Linzer Agentur Pulpmedia auch mehrere Unternehmensblogs. Im Interview erklärt die Expertin, wie man als Unternehmen erfolgreich bloggen kann.

Wann macht es Sinn, als Unternehmen einen Blog zu erstellen?

Ein Blog birgt für Unternehmen viel Potential und ist dann sinnvoll, wenn man ihn regelmäßig mit interessanten Beiträgen füllen kann. Auf der Website stellt man die eigenen Produkte und Dienstleistungen vor, in einem Unternehmensblog hingegen kann man zeigen, dass man Experte in seinem Fachgebiet ist.

Haben Sie ein Beispiel dazu?

Ja sicher, ein Installationsunternehmen, das im Herbst zum Thema „Starten der Heizung“ einen Blogpost schreibt, zeigt den Kunden, dass es sein Handwerk versteht. Das trägt zur nicht nur zur Kundenbindung bei, sondern schafft auf beiden Seiten eine Win-Win-Situation.

Wie kann man mit einem Blog erfolgreich werden?

Egal, über welches Thema man bloggt, man sollte nie vergessen, für wen man schreibt. Daher ist es wichtig, dass man sich vor jedem neuen Blogpost die Frage stellt: Interessiert das meine Zielgruppe überhaupt? Des Weiteren sollte man auch einen Plan haben. Die Frage dazu lautet: Wann will ich welches Thema behandeln und veröffentlichen? Bloggen macht dann am meisten Spaß, wenn man viele Menschen mit seinen Texten erreicht. Daher kann ich nur dazu raten, den Blog mit sozialen Plattformen zu verknüpfen. Am besten ist es da natürlich, Share- und Like-Buttons auf seiner Seite zu integrieren, damit jeder Leser den Beitrag auf Facebook und Co. verbreiten kann.