

Meine Blogstrategie

VEREINSZIELE

Was sind die Ziele deines Vereins? Schreibe auf.

Welche Probleme hat der Verein aktuell?

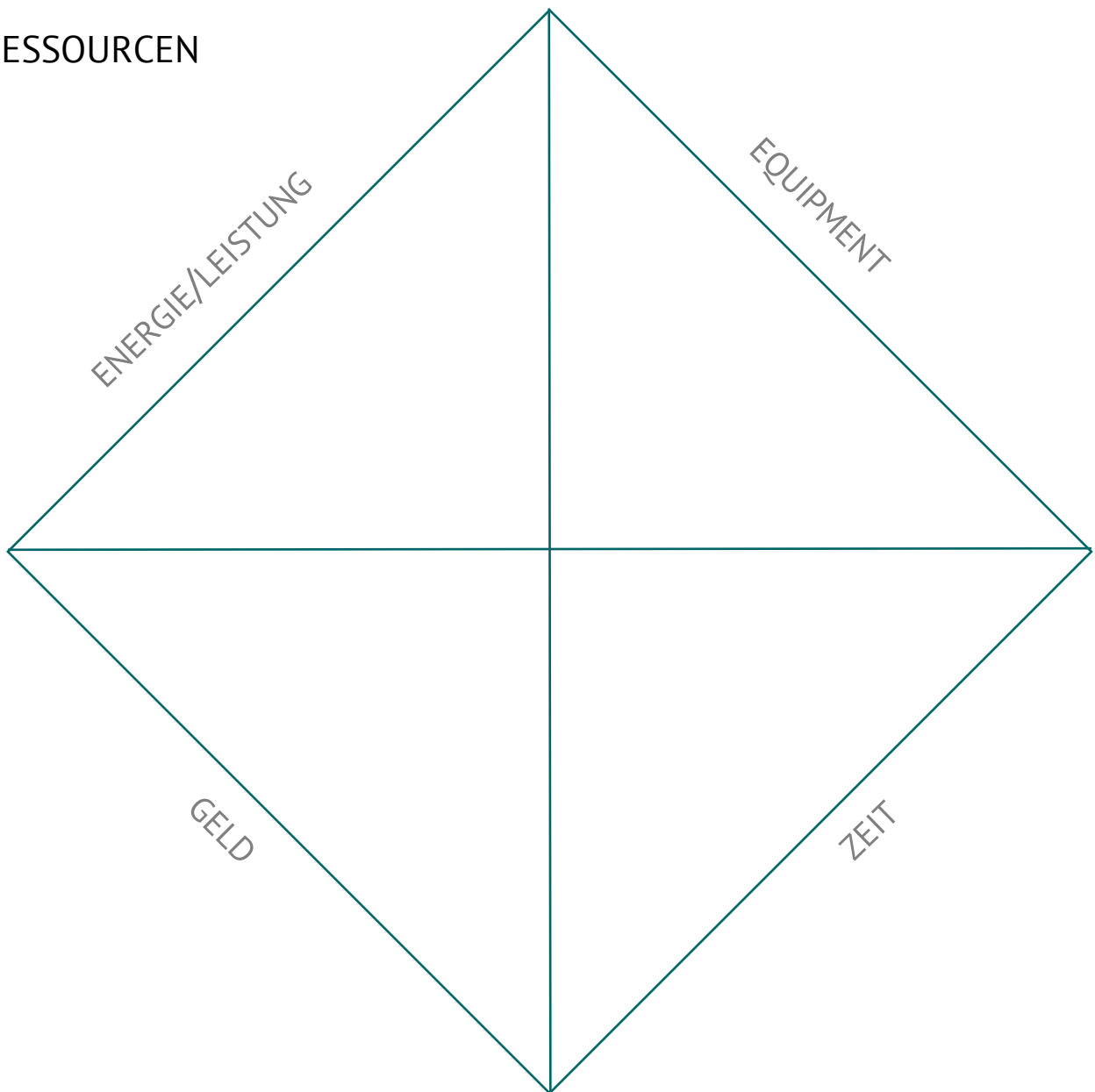
Wie kann das Ziel besser/schneller erreicht werden?

Wie kann ein Blog dabei helfen?

Kreuze alle Möglichkeiten an, die für deinen Zweck sinnvoll erscheinen. Ergänze eigene Ideen.

- | | |
|--|---|
| <input type="checkbox"/> Portfolio für Vereinsaktivitäten | <input type="checkbox"/> gute Inhalte kuratieren |
| <input type="checkbox"/> zeigen, wie man mitmachen kann | <input type="checkbox"/> Mitglieder vorstellen |
| <input type="checkbox"/> Tipps weitergeben, motivieren, inspirieren, zum Handeln anregen | <input type="checkbox"/> Partner/Sponsoren vorstellen |
| <input type="checkbox"/> direktes und indirektes Fundraising | <input type="checkbox"/> kreativ sein |
| <input type="checkbox"/> Prozess dokumentieren | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> Zielgruppe erweitern | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> Presseinformationen bereitstellen | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> am Diskurs beteiligen | <input type="checkbox"/> _____ |
| <input type="checkbox"/> mit anderen Vereinen vernetzen | <input type="checkbox"/> _____ |

RESSOURCEN



MEIN VERSPRECHEN

Ich bin bereit, pro Woche ___ Stunden Zeit zu investieren.
pro Monat ___ Stunden Zeit zu investieren

Ich bin bereit, monatlich _____ € zu investieren.

Ich werde ___ Beiträge in der Woche/ ___ Beiträge im Monat veröffentlichen.

Diese Personen werden mir helfen: _____

Ich bin bereit, folgendes Equipment anzuschaffen: _____

Ich bin bereit, Energie zu investieren, weil _____

SMARTE ZIELE

Welche Messgrößen sind dir wichtig?
(z.B.: mehr Spenden, mehr Mitglieder)

Specific / spezifisch
Measurable / messbar
Accepted / ansprechend
Realistic / realistisch
Time bound / terminiert

Meine smarten Ziele für den Blog:

1. _____

2. _____

3. _____

STRATEGIE GROBPLANUNG

Auf dem Blog geht es um...

THEMA/
NISCHE

Wir schreiben den Blog für...

ZIELGRUPPE

Wir wollen bloggen, weil...

MOTIVATION

Unser Blog unterscheidet sich von anderen Blogs zu diesem Thema, weil...

USP

VORBILDER

INHALT

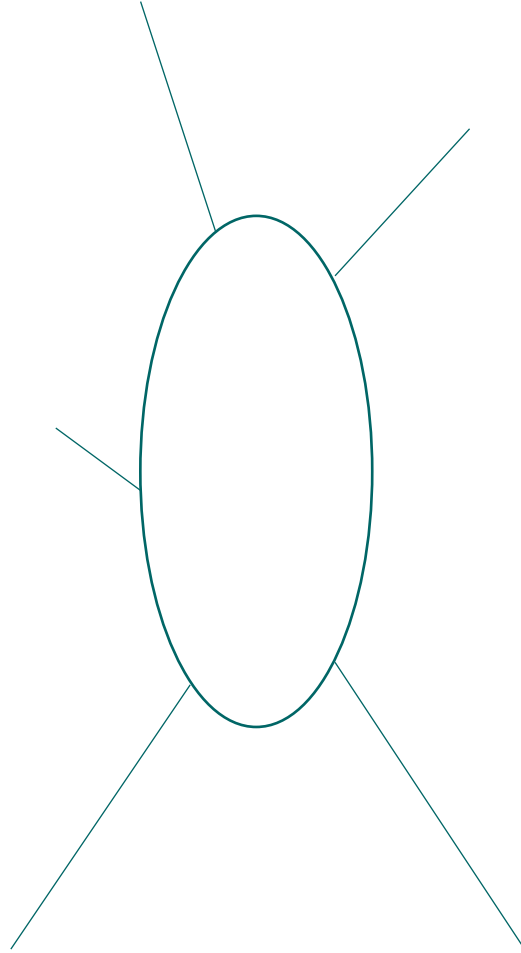
DESIGN

STIL

THEMEN

Nimm dir 10 Minuten Zeit und erstelle eine Mindmap mit allen möglichen Blogthemen.

Tipp: Magst du lieber digitale Mindmaps? Probiere *xMind* (Software Win/Mac) oder *Mindmeister* (Cloud) aus.



STRATEGIE DETAILPLANUNG (TEIL 1)

Name

Logo

Domain

Person/Team

Ton/Stil

Ziele

Thema

USP

Persona(s):

--	--	--

Mein Blog in einem Satz:

--

BLOGSYSTEM-ENTSCHEIDUNGSHILFE

Thema	Optionen		
Blog-Budget pro Monat	★ 0€	● 2-5€	● ♦ 5-15€
Eigene Domain	★ unwichtig	● ♦ wichtig	
Technische Vorkenntnisse	★♦ keine	● vorhanden	● Wille zur Einarbeitung
Gestalterische Vorkenntnisse	♦ keine	●★♦ vorhanden	●★ Wille zur Einarbeitung
Spezielle Funktionen	★ unwichtig	● ♦ vielleicht wichtig	● wichtig
Einfach zu bedienen	● unwichtig	★ ♦ wichtig	

Wie viele Symbole hast du angekreuzt?



Free-Blog



Baukasten



Wordpress.org

LINKLISTE WORDPRESS (1/2)

Wordpress-Installation

- Offizielle Webseite: <https://de.wordpress.org/>
- Empfehlenswerter Hoster: All-Inkl¹ <https://all-inkl.com>
- Installationsanleitung 1 <http://www.tisa-optimierung.de/wordpress/anleitung-wordpress-installieren/>
- Installationsanleitung 2 https://all-inkl.com/wichtig/anleitungen/skripte/blogs/wordpress-version-4.6.1/installation_428.html
- Zum Thema Sicherheit: <https://binary-butterfly.de/artikel/dateirechte-warum-eigentlich/>
- Child Theme: <https://patmo.de/1383-child-themes-und-wie-man-sie-fuer-wordpress-erstellt/>

Blogs zum Thema Wordpress/Bloggen²

- <https://blogdings.de/>
- <http://girlsguidetoblogging.de>
- <http://www.blogyourthing.com/>
- <http://www.copypastelove.de/>
- <https://www.facebook.com/richtigbloggen/>
- <https://www.ohspicylife.com/blog/>
- <https://www.changiereffekt.de/bloggen/>
- <https://www.blogmojo.de/>
- <http://www.blogchicks.de/>
- <http://carolinepreuss.de/>
- <http://www.bloggerlaw.de/>
- <http://fashion-blogger-werden.de/>
- <https://blogmeout.de/>
- <http://blogmonetarisieren.de/>
- <http://traffic-tornado.de>
- <http://katharina-lewald.de/>
- <http://www.affenblog.de/>
- <http://blogalong.de/category/internet/bloggen/>

¹ <https://all-inkl.com/?partner=469809> Wenn ihr euch über diesen Link anmeldet, erhalte ich eine Provision.

² (bedenkt, dass viele dieser Blogs einen kommerziellen Hintergrund haben)

LINKLISTE WORDPRESS (2/2)

Themes

- offizielles Theme-Verzeichnis: <https://de.wordpress.org/themes/>

Kostenpflichtige Themes:

- Elmastudio (<http://www.elmastudio.de/>) Bekanntes deutschsprachiges Entwicklerstudio; minimalistische Themes; wenig Einstellungsmöglichkeiten
- Themeforest (<https://themeforest.net/>) riesiger englischsprachiger Theme-Markt. Themes kosten durchschnittlich 40-70\$.
- Kriesi (<http://www.kriesi.at>) Österreichischer Entwickler, bekannt für das vielseitige Theme *Enfold*.
- Pankogut (<https://pankogut.com/>) für schlichte Blog-Themes
- Weitere bekannte Themes: Divi (<https://www.elegantthemes.com/gallery/divi/>) und Avada (<https://avada.theme-fusion.com/>)

Plugins

- offizielles Plugin-Verzeichnis <https://de.wordpress.org/plugins/>

Unverbindliche Empfehlungen meinerseits für Plugins:

- Contact Form 7 für Kontaktformulare
- UpdraftPlus für Backups (kostenlose Variante reicht völlig; ich benutze Dropbox als Speicherort)
- YOAST SEO für die Suchmaschinenoptimierung
- Shariff Wrapper für datenschutzkonforme Teilen-Buttons
- WP-SpamShield gegen Spam-Kommentare

Checkliste: Wichtige Elemente auf der Website

- Über uns (Vorstand, Ansprechpartner, Teamfotos)
- Über den Verein (Ziele, Aktivitäten, Geschichte, Förderer)
- Aktuelles/Blog
- Kalender/Terminverzeichnis
- Presse (Pressemappe, Ansprechpartner, Pressespiegel)
- Informationen für neue Mitglieder
- Kontakt (Ansprechpartner, Kontaktmöglichkeiten)
- ggf. Anfahrt, Wegbeschreibung
- ggf. Mitgliederbereich
- Downloadbereich (Formulare, Satzung, Protokolle)
- Impressum
- Datenschutzerklärung
- ggf. Newsletter
- Social Media-Profile

STRATEGIE DETAILPLANUNG (TEIL 2)

Themen, Formate & Veröffentlichungsplan

Format	Frequenz	Kategorie	Ressourcen	Person

Veröffentlichungsplan

Mo	Di	Mi	Do	Fr	Sa	So

Redaktionsplan

So					
SA					
FR					
Do					
Mi					
Di					
Mo					

IDEEN FINDEN

An welchen Orten wird über dein Thema gesprochen?

Foren

Facebook-Gruppen

Blogs

Recherche-Checkliste

Recherchiere alle paar Monate nach neuen Themenideen:

- Google-Vorschläge
- Keywordsuche
- Fragentools, z.B. <http://answerthepublic.com>
- Frage-Antwort-Seiten, z.B. gutefrage.net
- Analyse der eigenen Blogstatistik
- Eigene Community
- _____
- _____
- _____

DIE ERSTEN 15 BLOGPOSTS

Diese 15 Stichworte geben euch Inspiration für euren ersten Blogartikel. Notiert euch Stichworte für euren Beitrag und/oder die Überschrift eures Posts.

1. Hi! Das sind wir
2. Blogvorstellung – das erwartet euch hier
3. Die Geschichte unseres Vereins
4. Rückblick: so war unser letztes Vereinsjahr
5. Der Vorstand: Was ist das und was macht er?
6. 10 Gründe, warum unser Vereinsanliegen auch für dich wichtig ist
7. 7 Tipps für XY
8. 5 Arten, wie du uns unterstützen kannst
9. Money, Money – warum wir Geld brauchen & wofür wir es einsetzen
10. Tutorial: So kannst du XY machen
11. Rezension: Darum empfehlen wir XY
12. Hinter den Kulissen: So machen wir XY
13. Feedback: Was wünscht ihr euch?
14. So löst ihr Problem XY in 3 Schritten
15. Ausblick: Das planen wir in den nächsten Monaten

STRATEGIE DETAILPLANUNG (TEIL 3) - VISUALS

Erstelle dir hier einen Visual Style Guide für den Blog bzw. die gesamte Kommunikation

Logo(s)

Fonts

Farben

„Look“/Bildsprache

Bildbearbeitung (Filter)

Grafiken

CHECKLISTEN TEXT- UND BILDGESTALTUNG

TEXTAUFBAU

1. Überschrift
2. Teaser
3. Hauptteil: Text mit Zwischenüberschriften
4. Fazit/Zusammenfassung
5. Call to Action



BESSER BLOGGEN

- W-Fragen
- Floskeln vermeiden (Bald ist es wieder soweit...)
- Stringenter Stil (z.B. Ansprache)
- Rhetorische Fragen können ganz schön nerven, oder?
- Mach mal 'nen Punkt!
- Abwechslungsreiche Sätze
- Unnötige Füllwörter streichen
- Kluge CTAs!

TEXT- UND BILDGESTALTUNG

- Überschrift (H1)
- Zwischenüberschriften (H2, H3)
- Titelbild
- Bilder, Grafiken, Illustrationen
- Aufzählungen, Listen
- Hervorhebungen
- Infografiken



SOS-TIPPS GEGEN AKUTE SCHREIBBLOCKADEN

- Erst Stichworte, dann Text
- Schlagworte auf Post-Its schreiben und sortieren, bis alles Sinn ergibt
- Text einsprechen (z.B. Sprachnachricht an Freundin) und Transkript als Vorlage nutzen
- Einleitung am Schluss schreiben
- Tägliche Routine entwickeln, z.B. jeden Tag 300 Wörter schreiben
- Korrektur-Gruppe bilden: Gegenseitiges ehrliches Feedback
- Notfall-Reserve mit Blogposts anlegen

STRATEGIE DETAILPLANUNG (TEIL 4) - SICHTBARKEIT

Checkliste Suchmaschinenoptimierung

- Entscheide dich für ein Keyword pro Blogbeitrag.
- Verwende dein Keyword so häufig wie möglich, ohne dass dein Text unnatürlich klingt. Verwende es im ersten Absatz und den Zwischenüberschriften.
- Nutze H2/H3 Zwischenüberschriften, um deine Absätze zu gliedern.
- Schreibe mindestens 300 Wörter, gerne mehr.
- Füge ein Titelbild (Querformat) ein. Wenn sinnvoll, füge weitere Bilder ein.
- Komprimiere deine Bilder auf eine kleine Dateigröße.
- Gib deinen Bildern sinnvolle Dateinamen, Bild-Unterschriften und Alt-Tags.
- Passe den Seitentitel und die Meta-Description (ca. 140 Zeichen) an.
- Wähle eine sinnvolle, sprechende URL (z.B. *.de/plastik-vermeiden-im-bad* statt *.de/p=12*)
- Schreibe abwechslungsreiche, aber gut verständliche Sätze. Verzichte auf Schachtelsätze und zu komplizierte Formulierungen.
- Achte auf eine übersichtliche Seitengestaltung (siehe AB 15).
- Setze Links zu relevanten Beiträgen auf deinem Blog und auf fremden Webseiten.

EMPFOHLENES SEO-PLUGIN: **Yoast SEO**

FOTO-TOOL-TIPPS:

- Du kannst viele Bilder gleichzeitig umbenennen und verkleinern, indem du das „Batch“-Tool des kostenlosen Fotoprogramms **IrfanView** nutzt.
- Wenn du **Photoshop** hast, kannst du deine Fotos über Datei -> Speichern für Web komprimieren.
- Alternativ kannst du das kostenlose Tool **tinypng.com** bzw. **tinypng.com** für die Komprimierung nutzen.

Generelle SEO-Tipps für deinen Blog

- übersichtliche Menü- und Nutzerführung
- schnelle Ladezeiten (guter Host, komprimierte Bilder, ...)
- regelmäßige und gute Inhalte

Social Media Strategie

Leitfragen

1. Wen wollen wir erreichen? Wo ist unsere Zielgruppe?
2. Was funktioniert auf den jeweiligen Plattformen? Welche Medien können wir produzieren? (z.B. Fotos, Videos, kurze Texte, ...)

Welche Plattformen sind für uns relevant?

Facebook Twitter Instagram Pinterest Snapchat YouTube Google+

Strategieentwicklung

- Was posten wir?
- Wie oft posten wir?
- In welchem Stil posten wir?
- Welche Hashtags nutzen wir?
- Wer aus dem Team ist zuständig?

Welche Automatisierungen sind sinnvoll? (Tool-Tipp: ifttt.com)

RECHTLICHES

- Impressum
- Datenschutzerklärung
- ggf. Cookie-Hinweis
- Google Analytics anonymisieren, Vertrag mit Google
- Werbung kennzeichnen

NETZWERK & INTERAKTION

Blog abonnieren

Richte mindestens drei verschiedene Möglichkeiten ein, den Blog zu abonnieren:

1. _____
2. _____
3. _____

Netzwerk

Notiere fünf Bloggerinnen und Blogger aus deiner Nische, mit denen du dich langfristig gerne vernetzen möchtest:

1. _____
2. _____
3. _____
4. _____
5. _____

Weitere Vernetzungs-Möglichkeiten:

- Recherchiere nach aktuellen Blogparaden oder starte selber eine
- Suche Gastartikel oder biete selber welche an
- Teile deine Beiträge in relevanten Facebook-Gruppen
- Beantworte Kommentare und statue anderen BloggerInnen einen Gegenbesuch ab
- Teile deine Blogartikel in thematisch verwandten Foren (wenn sie passen)

Checkliste: Die wichtigsten Schritte zum eigenen Blog

Du hast...

- ein Blog-Team zusammengestellt
- eine grobe Strategie entwickelt
- die Domain registriert
- Social Media Accounts reserviert
- Wordpress installiert/ das Blogsystem eingerichtet
- Das Blogdesign angepasst
- Logos und Grafiken erstellt/angepasst
- Formate und einen Veröffentlichungsplan erstellt
- die Basis-Seiten (Über uns, Kontakt, ...) angelegt
- das Impressum und die Datenschutzerklärung angelegt
- dich über die rechtlichen Bestimmungen informiert
- die Kontaktmöglichkeiten (z.B. Kontaktformular) getestet
- ein Statistikprogramm installiert (z.B. Google Analytics oder Piwik)
- eine detaillierte Blogstrategie entwickelt
- die ersten Beiträge fertig vorbereitet
- SEO-Regeln beachtet
- Einen Redaktionsplan für die erste Zeit (mind. vier Wochen) erstellt
- den Blog auf *öffentlich* gestellt
- den Blog auf Social Media und in deinem Netzwerk verbreitet

... dann bist du bestens gerüstet! Viel Spaß beim Bloggen!



Onlinekurs Bloggen für Vereine und Hochschulgruppen/ Onlinekurs
Website & Blog

Luisa Blendinger und Katrin Gildner

mail@erzaehldavon.de

Glossar

ADSENSE: Google-Dienst, stellt Werbebanner auf Websites dar = Einnahmequelle

AFFILIATE: 'Vermittlung': Publisher erhält Provision für Einkünfte über Affiliate-Links

BLOGOSPHÄRE: Gemeinschaft, Netzwerk der Blogs

CHILD THEME: Duplikat des Wordpress-Themes, braucht man, wenn man Personalisierungen am Theme vornimmt, da diese sonst beim Update verloren gehen

CMS: (Content Management System) Redaktionssystem für Webseiten, mit dem sich Inhalte einfach verwalten lassen; z.B.: Wordpress, Typo3, Drupal

CONTENT: Inhalte einer Webseite, z.B. Texte, Bilder, Video- und Audiodateien

DOFOLLOW/NOFOLLOW: HTML-Attribut bei Links; wichtig für Google-Ranking. Google fordert, dass bezahlte Links auf nofollow gesetzt werden und droht mit Sanktionierung; dofollow-Links sind hingegen besser fürs Suchmaschinenranking und dementsprechend von Unternehmen und Agenturen gewünscht.

DOMAIN: Internetadresse einer Webseite, zum Beispiel www.uni-tuebingen.de; „.de“ ist die Top-Level-Domain

FOLLOWER: Abonnenten, Fans, Blogleser bei verschiedenen Online-Diensten

GOOGLE ANALYTICS: Kostenloses Statistik-/Analyseprogramm, mit dem man die Zugriffe auf die eigene Website messen kann

HOSTER/WEBHOSTER: Anbieter für Speicherplatz im Internet. Du brauchst einen Webhosting-Vertrag bei einem Hoster, wenn du Wordpress.org installieren möchtest.

INFLUENCER: „Influencer ist ein um 2007 entstandener Begriff für eine Person, die aufgrund ihrer starken Präsenz und ihres hohen Ansehens in den sozialen Netzen des Internets für das Marketing interessant wird.“ (Quelle: wikipedia.org/wiki/Influencer)

INSTABLOGGER: Influencer, die nur über die Foto-App Instagram ‚bloggen‘. Durch hohe Followerzahlen sind sie dennoch für Firmenkooperationen attraktiv

KENNZEICHNUNGSPFLICHT: Das dt. Recht verlangt die Kennzeichnung von werbenden Inhalten (vgl. RfStV, TMG & UWG)

KURATIEREN/CONTENT CURATION: Relevanten (!) Inhalt zum Thema von anderen Bloggern/anderen Quellen sammeln und teilen, z.B. auf Social Media oder in Sammelposts

PERSONA(S): Personas (lat. Maske) sind Nutzermodelle, die Personen einer Zielgruppe in ihren Merkmalen charakterisieren. (<http://www.onlinemarketing-praxis.de/glossar/personas>)

PERSONAL BRANDING: die "eigene Persönlichkeit und fachlichen Kompetenzen darzustellen und die individuellen Anliegen sichtbar zu machen. Der Aufbau einer Eigenmarke und positiven Reputation steht im Zentrum dieser Brandingstrategie."

(Quelle: karrierebibel.de/personal-branding/)

RSS/RSS-FEED: Webtechnologie, mit der man eine bestimmte Webseite (z.B. Blog oder Podcast) mit Hilfe eines Feedreaders abonnieren kann.

SCHLEICHWERBUNG: ungekennzeichnete werbende Inhalte, siehe **KENNZEICHNUNGSPFLICHT**

SEO/SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG: Webseiteninterne und externe Maßnahmen, um im Ranking von Suchmaschinen (allen voran Google) mit einer Webseite besonders weit oben zu landen (zu „ranken“)

SPONSORED POST: Bloginhalte, die in Kooperation mit Unternehmen entstanden sind und durch Geld oder geldwerte Leistungen vergütet wurden

UNIQUE HITS & UNIQUE VISITORS: Messzahlen bei Analyseprogrammen wie Google Analytics, um die Zugriffszahlen auf eine Webseite zu messen

UNIQUE SELLING POINT (USP): Alleinstellungsmerkmal; Nische.

URL: Adresse im Web, z.B. erzaehldavon.de oder hsg-kunterbunt.wordpress.com

VLOGGER: Video-, Blogger', z.B. auf YouTube

WEBSITE: Speicherplatz im Internet für eine Website/einen Blog, wird (idR kostenpflichtig) vom **WEBHOSTER** zur Verfügung gestellt

WORDPRESS: CMS, beliebt für Blogs. Kostenlose Variante wordpress.com oder selbstgehostet (→ **WEBSITE**) mit der kostenlosen Software unter wordpress.org