

Merkblatt Blogbeitrag

Blogthema: Entscheiden Sie sich für eine zentrale Botschaft. Ihr Blogbeitrag soll den Lesenden Nutzen bringen und kann Ihrem Eigenmarketing dienen. Geben Sie z.B. Tipps, leisten Sie Orientierungshilfe. Schreiben Sie auf die Lesenden hin zugewandt, locker im Ton, knapp und klar in der Sprache. Ihr Beitrag ist *kein* Lernbericht der Transferarbeit. Er muss nicht für ein CAS werben. Wählen Sie ein Thema, das Sie persönlich interessiert, das Ihnen unter den Nägeln brennt oder Ihnen Freude macht. Sie dürfen über berufliche Erfahrungen oder private Engagements schreiben. Wichtig: Schaffen Sie dabei inhaltlich einen Bezug zu den Themen des CAS. Schlagen Sie eine Brücke dazu.

Leserorientierung: Stellen Sie sich ein, zwei reale Personen aus Ihrem Bekanntenkreis vor, die nicht dasselbe CAS wie Sie besuchen. Welche Vorkenntnisse haben diese? Welche Fremdwörter, Fachtermini kennen diese? Dementsprechend erklären Sie schwierige Begriffe in Ihrem Beitrag (oder verlinken auf eine externe Erklärung) und legen Ihre Aussagen gut verständlich dar.

Authentizität: Verstecken Sie sich nicht hinter distanzierteren Erläuterungen. Blogs sind persönlich gefärbt. Autoren und Autorinnen schreiben über ein Thema, zu dem Sie wirklich etwas zu sagen haben oder das ihnen unter den Nägeln brennt. Sie treten in einen Dialog mit den Lesenden.

Titel: 1 - 2 Zeilen, max. 70 Zeichen inkl. Leerschläge. Verspricht den Lesenden einen Nutzen oder eine neue Erkenntnis, knapp, einfach und klar.

Intro: 2 - 4 knappe Sätze, max. 480 Zeichen inkl. Leerschläge. Bringen Sie hier Ihre Kernaussage entschieden auf den Punkt. Möglichst (aber nicht zwingend) alle der 5 journalistischen W-Fragen beantworten: **wer** (tut was?), **was** (ergibt sich daraus/speziell beim Bloggen: Was nützt/bringt es?), **wo** (findet das statt?), **wann** und **wie**?

Fliesstext: 3'000 - 3'500 Zeichen inkl. Leerschläge. Das ist sehr kurz! Dazu zählen *nicht*: Intro, Bildlegenden und Autorenbox. Nutzen Sie daher diese Textstellen auch für inhaltliche Aussagen. Schreiben Sie keine langatmigen Einstiege. Vermeiden Sie eine langsam aufbauende Dramaturgie. Bringen Sie die wichtigsten Informationen am Anfang, kommen Sie rasch zur Kernaussage. Dann weitere W-Fragen beantworten: warum (hat er/sie es getan?) und woher (ist die Information?). «Nice-to-have»-Infos, wenn überhaupt, im letzten Drittel aufführen. Berücksichtigen Sie bitte unseren Sprachleitfaden und eine gendergerechte Sprache (Siehe Blog-Unterlagen im ILIAS).

Titelbild (Aufmacher): Nutzen Sie mindestens ein aussagestarkes Bild als Aufmacher. Verwenden Sie dazu ein Bild im Querformat und in Webqualität. Wichtig: Verwenden Sie nur [lizenzfreie](#) Bilder. Diese finden Sie unter anderem auf Gratisplattformen wie etwa [Unsplash](#), [Wikimedia Commons](#), [Openclipart](#) oder [Pixabay](#). Sie können auch selbst ein Foto, Video, eine Illustration, ein Cartoon, oder Chart erstellen. Weisen Sie diese Eigenleistung aus, indem Sie Ihren Namen in der Bildlegende aufführen. Tipp: viele Urheberinnen oder Urheber von Grafiken (z.B. aus Fachbüchern/-Blogs) geben in der Regel gerne die Erlaubnis zur kostenfreien Verwendung ihrer Darstellung, wenn Sie diese anfragen. **Weitere visuelle Elemente:** Lockern Sie Ihren Fliesstext damit auf (freiwillig). Nutzen Sie diese, um Ihre Aussagen zu untermauern und um Aufmerksamkeit/Leseanreize zu schaffen.

Bildlegenden: Bilder und ihre Bildlegenden (Bildunterschriften) einen hohen Beachtungsgrad. Schreiben Sie daher auch Bildlegenden, um die Lesenden an Ihr Thema heranzuführen: Dazu reicht ein knapper Satz, der auf den Inhalt des Bildes eingeht oder einen Bezug zu Ihrem Thema herstellt. Schreiben Sie am Ende der Bildlegende in Klammer, woher Ihr Bild stammt (siehe [Beispiel](#)).

Struktur: Bloglesende «scannen» eilig ihre Texte, sie lesen nicht in Ruhe. Leisten Sie daher Lesehilfe,

indem Sie Ihren Beitrag strukturieren: Teilen Sie diesen in Abschnitte mit Zwischentiteln auf. Oder bieten Sie übersichtliche Listen und sogenannte «Eyecatcher» (wichtige Aussagen fett formatieren).

Zitate: Bauen Sie (freiwillig) visuell abgesetzte Stopper ein. Damit heben Sie knackige Aussagen hervor, z.B. Ihre eigenen Aussagen oder Zitate von Fachpersonen, die in Ihrem Beitrag vorkommen.

Links: Verlinken Sie Begriffe innerhalb Ihres Textes (direkt auf das entsprechende Wort verlinken). Das tun Sie, wenn Sie z.B. auf vertiefende Informationen verweisen wollen, etwa auf Wikipedia oder Fachlexika, auf wissenschaftliche Studien oder seriöse journalistische Quellen. Listen Sie optional am Ende Ihres Beitrags weitere Links auf: Diese verweisen zum Beispiel auf Beiträge, die Ihrer Kernaussage inhaltlich nahe sind oder vertiefte Informationen bieten. Wichtig: Fügen Sie Ihre Links so ein, dass sie sich jeweils «in einem neuen Tab öffnen» (Vorgehensweise ist im technischen Manual, siehe Ilias, erklärt).

Über den Autor/die Autorin: Nutzen Sie am Ende Ihres Beitrags die Info-Box «About the author»: Erwähnen Sie dort Ihren Namen und das CAS, das Sie besuchen. Freiwillig: Verlinken Sie Ihren Namen auf Ihr LinkedIn/Xing-Profil. Wir empfehlen (auch das ist freiwillig), dass Sie Ihren Arbeitgeber angeben/verlinken und dass Sie in ein, zwei Sätzen Ihren Bezug zum gewählten Blog-Thema aufzeigen: Persönliche Aussage, warum Sie das Thema interessiert oder warum Sie darin Erfahrung/Expertise habe. Derartige Hinweise dienen dazu, Ihre Authentizität und Glaubwürdigkeit zu steigern und Nähe zur Leserschaft zu schaffen.

Gute Beispiele: Prüfen Sie im [Weiterbildungs-Blog](#), wie andere CAS-Teilnehmende die Aufgabe gelöst haben: Welche Beispiele gefallen Ihnen, welche nicht? Lesen Sie den [offiziellen Informatik-Blog](#), der gute Beispiele abgibt (am besten gleich [abonnieren](#) ☺).

Weitere Tipps:

- Beispiel Bildlegenden, Grafik, Foto und eingebettetes Video: hub.hslu.ch/informatik/big-data-im-bienenstock-was-wir-daraus-lernen/
- Beispiel Zitate: hub.hslu.ch/informatik/informatik-studieren-als-junge-mutter-aber-sicher/
- Beispiel Listen: hub.hslu.ch/informatik/zukunft-kinder-fahigkeiten-fur-die-digitale-revolution/
- Vertiefte Anleitungen fürs Bloggen: www.chimpify.de/marketing/anleitung-blogartikel-schreiben/
- Blog starten: Bloggen für Anfänger: karrierebibel.de/blog-starten/
- Blog-Formate: www.netnode.ch/blog/uebersicht-aller-textsorten-und-blogformate-fuer-blogs
- 11 Chancen/Corporate Blog: wimadev.de/blog/corporate-blog-ein-schrecklich-grosser-aufwand-11-chancen
- Gute Blog-Beispiele: hub.hslu.ch/informatik/
- Gratis-Tool Textanalyse. Hilfreiche Hinweisen aus der Verständlichkeitsforschung: wortliga.de/textanalyse/
- Alles über lizenzfreie Bilder: <https://irights.info/artikel/nicht-nur-kostenlos-sondern-frei-zehn-anlaufstellen-fuer-bilder-im-netz/22457> und <https://irights.info/artikel/fremde-inhalte-auf-eigenen-seiten/5806>

Gestresst? Reden Sie mit einer Bezugsperson über Ihr Thema. So wird inhaltlich vieles klarer. Recherchieren und schreiben Sie freudig drauf los. Kümmern sie sich erst später um formale Aspekte. Buchen Sie ggfs. eine online Blog-Beratungs-Sprechstunde (freiwillig). Haben Sie das Endziel vor Augen: Ihren Blog-Erfolg ☺!

Haben Sie **Fragen?** Simone Brun hilft Ihnen gerne weiter: simone.brun@hslu.ch