

# Wie schreibt man einen sehr guten Blogbeitrag?

6. OKTOBER 2015 | IN BLOGGEN FÜR UNTERNEHMEN, CONTENT MARKETING TOOLS | VON STEPHAN HEINRICH

Jeder kann einen guten **Blogbeitrag** schreiben. Wer es noch nie ausprobiert hat, wird vielleicht denken, dass das gar nicht stimmen kann, aber mit ein wenig Übung und einem klaren Plan ist es wirklich ganz einfach – auch wenn der erste Versuch bestimmt noch steigerungsfähig sein wird. Wenn Sie die klare Anleitung in diesem Artikel befolgen und den so entstandenen Beitrag noch einmal anhand der Checkliste überprüfen, die wir Ihnen zum Download anbieten, dann wird die Qualität und Wirksamkeit Ihrer Beiträge im Blog erheblich steigen.

## Der perfekte Blogbeitrag: So wird „corporate blogging“ ganz einfach

Dieser Artikel ist so aufgebaut, dass er in wenigen Schritten zeigt, wie man einen guten Beitrag in einem Firmenblog oder in einem kommerziell motivierten Blog schreibt. Dabei geht es nicht um künstlerisch wertvoll oder literarisch schön, sondern um Zweckmäßigkeit. Wenn Sie diesen Blog über Content-Marketing schon länger verfolgen, wissen Sie, **warum das alte Marketing immer weniger funktioniert** und **dass Sie Lösungen für Probleme aufzeigen sollten**, um wertvoll für Ihre Zielgruppe zu sein. Es ist also klar, dass jeder Artikel ein bestimmtes Problem der von Ihnen auserwählten Zielgruppe lösen sollte. Ist das nicht möglich, zum Beispiel weil das Thema komplexer ist und deshalb nur schrittweise bearbeitet werden kann, sollte Ihr Blogbeitrag zumindest darauf abzielen, wesentlich zur Lösung beizutragen.

## „Am Anfang das Ende im Sinn haben“

Am Anfang das Ende im Sinn haben – so hat der inzwischen verstorbene Vordenker Stephen R. Covey eines seiner Prinzipien genannt, die in dem Weltbestseller „7 Wege zur Effektivität“ beschrieben sind. Wir wenden dieses Prinzip auf den *perfekten Blogeitrag* an, indem wir zunächst darüber nachdenken, was der Leser im



### Was bedeutet Content Marketing in der Praxis, und was bringt es konkret?

Lernen Sie mehr über die vier Elemente des modernen Content Marketings und erfahren Sie, wie das neue Marketing die besten Kunden für Sie findet.

Vor- und Nachname

- einem Link folgen
- sich in eine Liste eintragen
- ein Dokument herunterladen
- ein Produkt kaufen
- eine Telefonnummer anrufen
- eine E-Mail schreiben
- eine Sprachnachricht senden
- einen Kommentar schreiben

Hinweis zu Cookies

Wir möchten unseren Lesern die beste Nutzererfahrung bieten. Daher werden auf unserer Website durch verschiedene Dienste Informationen zu Ihrem Besuch gesammelt. Diese Cookies werden zur Analyse des Nutzerverhaltens, zur Personalisierung und zur Anpassung von Online-Werbung genutzt. Wenn Sie mehr über die Cookies erfahren möchten, klicken Sie bitte hier > [Datenschutzerklärung](#). Durch die Nutzung unserer Website stimmen Sie dem Einsatz von Cookies zu.



Eine gute Überschrift macht Lust auf mehr

Um den Leser überhaupt zum Lesen zu animieren, brauchen wir eine aktivierende Überschrift. Wie kann man so eine Überschrift erzeugen, wenn man sich noch nicht viel mit der Gestaltung von Überschriften auseinandergesetzt hat? Viele Menschen, die eine Überschrift schreiben sollen, tendieren dazu, den Inhalt des Textes zu beschreiben. So haben wir das schließlich in der Schule gelernt, wenn wir Aufsätze und ähnliche Schreibaufgaben bekamen. Das ist hier jedoch nicht hilfreich. Unsere Blogüberschrift soll keine Beschreibung sein, sondern der Beginn eines Spannungsbogens.

Wir wollen eine Überschrift erstellen, die die richtigen Leser anzieht. Schließlich wollen wir erreichen, dass möglichst schon zu Beginn klar wird, was sich der Leser von dem Blogbeitrag erwarten kann. So würde zum

KATEGORIEN

- > Agenturleben und Sonstiges
- > Allgemein
- > Best Practice
- > Bloggen für Unternehmen
- > Content Marketing Strategie

> Content Marketing Ziele

> E-Mail-Marketing

> Facebook professionell nutzen

> Marketing und Vertrieb

> Online-Werbung

> Podcast-Marketing

> SEO

> Social Media

> Video Marketing

> Websites und Landingpages

NEUESTE BEITRÄGE

- Was ist Online Marketing?
- Best Practice: So baut man einen Funnel, der

vielleicht bekannteste **Liste von 100 guten Überschriften** ist sicher eine gute Inspiration. Hier bieten wir eine Auswahl von Strickmustern an, die Sie mit Ihren Inhalten füllen können. Mit diesen Vorlagen können Sie ganz einfach sehr gute Überschriften für Ihr Thema finden:

### Befehle

- Holen Sie sich jetzt \_\_\_\_, damit \_\_\_\_!
- Verzichten Sie ab sofort auf \_\_\_\_!
- Reagieren Sie jetzt, damit nicht \_\_\_\_!

### Wie Sie – ohne zu

- Wie Sie permanent passende Kundenanfragen bekommen, ohne Ihr ganzes Budget für Marketing auszugeben.
- Wie Sie Ihre Jahresziele sicher erreichen, ohne dauernd selbst die Zahlen zu überprüfen.
- Wie Sie Ihre Mitarbeiter konzentriert und motiviert halten, ohne dauernd Geschenke zu verteilen.

### Zuerst – aber dann

- Zuerst dachte ich, dass es unmöglich sei, die passenden Kunden zu erreichen, aber dann ging mir ein Licht auf.
- Anfangs schien es, als ob wir nie eine bezahlbare Wohnung finden würden, aber dann geschah etwas Unvorhersehbares.
- Zunächst dachte ich, dass Kaltakquise nicht funktionieren kann, aber dann las ich einen Artikel und alles wurde anders.

### Fragen

- Wie viele Kunden möchten Sie ab morgen hinzugewinnen?
- Was ist der wichtigste Grund, warum so viele Mitarbeiter innerlich gekündigt haben?
- Mit welchem einfachen Hilfsmittel können Sie Ihren Ertrag sofort messbar steigern?

### Listen

- ▾ **E-Mail-Content: 7 Punkte, auf die es ankommt**

Suchen...



profitieren kann.

- Was die drei erfolgreichsten Filme der Weltgeschichte für Ihre Webseite tun können.

Vielleicht sind diese Beispiele und Baupläne für gute Überschriften für Sie hilfreich. In jedem Fall können Sie damit die nächsten Überschriften zu Ihren Blogbeiträgen spannender und interessanter gestalten. Und ganz zum Schluss sollten Sie sich folgende Fragen stellen, bevor Sie Ihre Überschrift gelten lassen:

- Wird ein klares Nutzenversprechen direkt oder indirekt angeboten?
- Macht die Überschrift neugierig auf den Rest des Textes?
- Wird sofort klar, für wen der Beitrag gedacht ist?

Wenn Sie diese Fragen mit einem klaren Ja beantworten können, dann ist die Überschrift passend und kann verwendet werden.

## Halb zog sie ihn, halb sank er hin – Warum der erste Absatz entscheidet

Der erste Absatz ist die Chance, den Leser in den Artikel hineinzuziehen. Wenn er die Überschrift anziehend findet, beginnt er damit, den Beitrag zu lesen, doch nun müssen wir das gegebene Versprechen einlösen und gleichzeitig Lust darauf machen, den Artikel komplett zu lesen oder ihn zumindest zu überfliegen. Der erste Absatz sollte deshalb diese drei Stilelemente enthalten:

### 1. Eröffnungssatz

Nehmen wir diesen Blogartikel als Anschauungsobjekt. Im ersten Satz steht: „Jeder kann einen guten Blogbeitrag schreiben.“ Das ist eine starke Aussage. Diese Aussage wird im nächsten Satz relativiert, aber das erste Statement lässt die Herzen der Zielgruppe höher schlagen und ist die Erfüllung des (indirekten) Versprechens der Überschrift.

### 2. Nutzenversprechen

Was bekomme ich, wenn ich mich entschieße, diesen Artikel zu lesen? Am Beispiel meiner Eröffnung sehen Sie dieses klare Nutzenversprechen: Sie werden lernen, gute Blogbeiträge zu schreiben. Sie müssen lediglich den Artikel lesen und die hier beschriebenen Tipps umsetzen.

Wenn Sie einen guten ersten Absatz geschafft haben, erhöhen Sie die Bereitschaft des Lesers, seine Zeit zu investieren. Sie liefern eine Art „Trailer“, wie man das aus dem Kino kennt: Ein Film wird beworben, und die richtige Zielgruppe bekommt Lust, sich den Film später anzusehen. Am liebsten würde sie ihn vermutlich jetzt gleich sehen. Machen Sie den ersten Absatz also zu einem Trailer für den Artikel selbst.

## Gliedern Sie den Blogbeitrag mit hilfreichen Zwischenüberschriften

Anders als in typischen Druckprodukten wie Zeitungen und Zeitschriften haben Blogbeiträge keine Platzbeschränkung. Wir können verschwenderisch mit Zwischenüberschriften umgehen und dem Leser dadurch die Möglichkeit geben, den Artikel zu überfliegen. Ich denke, dass die Menschen immer weniger Zeit investieren wollen, um den Inhalt von online dargebotenen Texten zu verstehen. Das schnelle Scrollen durch einen Text ist zum Standard geworden. Daher ist es wichtig, den Artikel mit guten Zwischenüberschriften zu strukturieren und dafür zu sorgen, dass auch beim Überfliegen die Chance besteht, den Leser wieder in den Text zu ziehen. Es ist wichtig, dass wir Wiedereinstiegspunkte anbieten, um vom Scrollen zum Lesen zu kommen.

## 3 Baupläne, um einen Blogbeitrag zu erstellen – auch wenn Sie nicht wissen, was Sie schreiben sollen

Jetzt haben wir einige Zeit damit verbracht, die wichtigsten Elemente eines Artikels zu diskutieren, aber all das ist kaum hilfreich, wenn Sie keinen Inhalt haben. Wie erzeugt man also den Inhalt eines Blogbeitrags? Wenn Sie bereits genügend Inhalte haben, werden Sie jetzt vermutlich versucht sein, diesen Absatz zu überspringen. Aber selbst dann kann es spannend sein, den vorhandenen Inhalt mit einer anderen Perspektive neu aufzubereiten. Es gibt vermutlich noch deutlich mehr Wege, einen Artikel zu gestalten, doch die folgenden drei Möglichkeiten liefern bestimmt eine gute Basis.

### Eine Liste, die Ihrer Zielgruppe Lösungsideen liefert

Erstellen Sie eine Liste von Problemen, Gründen, Auslösern oder historischen Begebenheiten. Dabei ist es wichtig, dass zu der Auflistung auch die jeweils passenden Lösungsansätze mit beschrieben werden. Hier ein paar Beispiele:

- Die häufigsten Probleme mit der Rechtschreibung seit der Reform und wie man sie umgeht.
- Die Gründe für wenig Traffic auf Webseiten und wie man kostengünstig Abhilfe schafft.

Es gibt in unserer vielschichtigen Welt jede Menge Angebote, die bereits Lösungen für Ihre Zielgruppe bieten. Sie könnten eine Auswahl dieser Dinge heranziehen und einen wertvollen Beitrag schreiben, in dem Sie Ihren Lesern diese Drittprodukte aufzeigen und durch Ihre Wertung eine Empfehlung bzw. Warnung aussprechen oder einfach nur eine Marktübersicht herstellen. Diese Ideen haben wir für Sie ausgewählt:

- Bücher: Die besten Rezeptbücher für vegane Ernährung und welche Sie lieber nicht kaufen sollten.
- Werkzeuge: Die ultimative Liste von Werkzeugen, die in jedem Haushalt liegen sollten, und welchen Unsinn Sie sich sparen können.
- Software und Apps: Die besten und die schlechtesten Apps für Unternehmer – eine praxisorientierte Marktübersicht.
- Gärtnern: Die besten online verfügbaren Artikel über Rosenzucht und was darüber hinaus noch wichtig ist.

### Eine Anleitung, die schrittweise einen Weg zu einer Lösung aufzeigt

Dieser Blogbeitrag ist ein Beispiel dafür, dass man einen ganzen Beitrag damit füllen kann, eine schrittweise Anleitung zu präsentieren. Auf den ersten Blick mag es befremdlich klingen, dass eine Agentur, die davon lebt, dass Kunden ihr unter anderem das Schreiben von Blogbeiträgen übertragen, gerade dieses Wissen kostenlos preisgibt. Warum sollten wir das tun? Weil **das Verschenken von Wissen nicht im Widerspruch zu wirtschaftlichem Erfolg steht**.

Die entscheidende Aussage dazu: Wenn Sie lernen wollen, wie man einen Artikel selbst schreibt, ist das gut. Falls Sie aber jemals auf die glänzende Idee kommen sollten, dass das Schreiben zwar wichtig für Ihre Vermarktung ist, aber nicht zu Ihren Kern-Kompetenzen gehört, dann werden Sie sich vielleicht eine Agentur suchen, die schlüsselfertiges Content-Marketing für Sie macht, damit Sie sich wieder Ihrem Geschäft zuwenden können und das Marketing von alleine läuft. Dieses Prinzip funktioniert für sehr viele verschiedene Unternehmen und Branchen.

### Alles, was Sie über perfekte Blogbeiträge wissen sollten

Wenn der Blogbeitrag fertig ist und Sie sich zufrieden zurücklehnen, ist noch nicht alle Arbeit getan. Damit ein Blogartikel gut funktioniert, ist es notwendig, noch weitere Punkte zu berücksichtigen. Wir haben diese Punkte in **einer Checkliste** zusammengefasst, die Sie gerne anfordern können. Sie bekommen dann außerdem ein