

KOMMUNIKATION

Arbeiten Blogger seriös?

FRAGE *Wir erhalten immer wieder Anfragen von Bloggern, die unser Haus besuchen und in ihren Blogs über ihren Aufenthalt schreiben wollen. Wie finden wir heraus, ob diese Blogger seriös arbeiten? Wie erkennt man die Qualität eines Blogs beziehungsweise den Nutzen einer Erwähnung für unser Haus?* G. H., Sales Managerin, Zürich

ANTWORT Blogger kennen – im Gegensatz zu klassischen Journalisten – kein Berufsregister. Sie sind bei keinem Medienhaus angestellt, das Nutzerdaten publiziert. Und auch im Schweizer Medienverzeichnis «Renteria» sind nur ganz wenige Blogger-Namen aufgeführt. Deshalb ist es in der Tat nicht ganz einfach, die Seriosität einer Anfrage und die Bedeutung eines Blogs zu überprüfen. Das ist auch Bloggern bewusst. Viele Blogger tragen sich deshalb auf Plattformen ein, die den Einfluss in den sozialen Netzwerken – die «Social Influence» – messen und transparent machen. Eine solche Plattform ist www.klout.com. Als registrierter Nutzer können Sie dort gezielt nach Bloggern suchen und den «Influence Score» ihrer Blogs abrufen. Beim Klout Score handelt es sich um einen Wert zwischen 1 und 100, der den Einfluss einer Person beziehungsweise die Reichweite und die Interaktivität ihrer Social-Media-Präsenz misst. Die angegebenen Werte sind zwar plakativ, dafür aber gut vergleichbar. Je nach Anzahl «bespielter Plattfor-

men» sind Werte um 60 sehr gut (Barack Obama erreicht einen Score von 99...). Neben diesem «Influence-Check» sollten Sie zudem kontrollieren, ob der Blog die gleiche Zielgruppe anspricht wie Sie. Dafür sind Blog-Inhalte, -Schreibstil und -Design wichtige Anhaltspunkte. Weiterer zentraler Indikator ist die Zahl der Follower und Fans, die ein Blogger auf Twitter und Facebook hat. Viele dieser Follower und Fans gelangen über die genannten Plattformen auf den Blog. Schliesslich können Sie auch über Google die Bedeutung eines Blogs rekonstruieren: Dafür geben Sie ein im Blog behandeltes Thema in der Google-Suche ein und schauen, an welcher Stelle der Blog in den Suchresultaten auftaucht. Und zu guter Letzt sollten Sie auch jeden Blogger, der (vergünstigt oder gratis) bei Ihnen übernachten möchte, nach den relevanten Kennzahlen wie Reichweite, Verweildauer, Anzahl RSS-Abonnenten, Leserzahlen oder Anzahl Kommentare fragen. Stimmen seine Angaben mit dem von Ihnen recherchierten Gesamtbild überein? Dann dürfen Sie sich



DIE AUTORIN Nora Fehr ist Partnerin und Mitglied der Geschäftsleitung bei Dr. Schenker Kommunikation AG in Bern. Bis 2010 wirkte die eidg. dipl. PR-Beraterin als Kommunikationsleiterin bei Hotelleriesuisse. Sie ist Expertein an den Berufsprüfungen für eidg. dipl. Marketingfachleute und Dozentin an der Wirtschafts- und Kaderschule WKS Bern. Seit 2014 ist sie auch als Mediatorin tätig.

KONTAKT
n.fehr@schenkerkom.ch
www.schenkerkom.ch

auf einen spannenden Blog-Beitrag freuen, der Ihr Haus glaubwürdig und überzeugend bei einer für Sie interessanten Zielgruppe bekannt macht. **H**