



Deutsche  
Journalisten  
Akademie

B04

# Vermarktung von Blogs

Daniela Sprung

# Impressum

**Deutsche Journalisten-Akademie**

Karmeliterweg 84  
13465 Berlin

[kontakt@djamail.de](mailto:kontakt@djamail.de)

[www.deutschejournalistenakademie.de](http://www.deutschejournalistenakademie.de)

Tel. 030 / 810036887

Fax. 030 / 810036889



# Inhaltsverzeichnis

<b>Einleitung</b>	<b>5</b>
<b>1 Suchmaschinenoptimierung</b>	<b>6</b>
1.1 Grundlagenfunktion von Google	6
1.2 SEO-Grundlagen für Blogartikel	8
<b>2 Blogmarketing</b>	<b>28</b>
2.1 Netzwerke & persönlicher Kontakt	28
2.2 E-Mail-Signatur	29
2.3 Social Media Micro-Content	29
2.4 Newsletter	33
2.5 Gastbeiträge	34
2.6 Zusätzliche Content-Formate	36
2.7 Ads	39

# Vermarktung von Blogs

## Allgemeine Lernziele

Nachdem Sie diesen Studienbrief durchgearbeitet haben, können Sie

- Grundzüge an Techniken der Suchmaschinenoptimierung für Ihre Blogartikel anwenden,
- aus Ihren Blogartikel Micro-Content-Formate erstellen und
- verschiedene Ideen abwägen und anwenden, um mehr Sichtbarkeit für Ihre Blogartikel zu erhalten.

# Einleitung

Liebe Schülerinnen und Schüler!

„Alles, was auf Seite 2 der *Google*-Suchergebnisse steht, gibt es nicht.“ Was viele Suchmaschinenexperten mit einem Augenzwinkern sagen, ist bittere Realität. Googeln Sie einmal und schauen Sie sich die ersten drei Suchergebnisse an, die unter den Anzeigen auftauchen. Das sind sogenannte organische Suchergebnisse. Das bedeutet, es wurde nicht dafür bezahlt, dass sie an dieser Stelle erscheinen, sondern sie wurden von *Google* dort einsortiert.

Eine Studie von FirstPage Sage aus dem Jahr 2024<sup>1</sup> bestätigt das: Die ersten drei Ergebnisse, die organischen Suchergebnisse bei *Google*, machen fast 69 Prozent aller Klicks aus. Dabei erhalten die ersten organischen Suchergebnisse im Durchschnitt 19-mal mehr Klicks als die ersten bezahlten Ergebnisse. Danach geht es nur noch abwärts. Die zweite Seite der Suchergebnisse wird überhaupt nicht mehr besucht. Das bedeutet aber auch, dass solche organischen Inhalte wie Blogbeiträge sehr gute Chancen haben, bei *Google* auf der ersten Seite der Suchergebnisse zu landen.

---

<sup>1</sup> <https://firstpagesage.com/reports/google-click-through-rates-ctr-by-ranking-position/>

Um dies zu erreichen, muss man nicht nur gute Inhalte haben, sondern auch wissen, was die Menschen konkret interessiert und wie man ihnen die gesuchten Informationen präsentiert. Dazu gehört nicht nur die Struktur Ihres Blogartikels, sondern auch, wie Sie Ihren Beitrag vermarkten und Leser auf Ihr Blog und Ihre anderen Kanäle locken.

Ich freue mich darauf, mit Ihnen in diesem Studienbrief zum Thema Blog die Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung durchzugehen. Dabei werfen wir einen genauen Blick auf Ihre Möglichkeiten des Blog-Marketings. Damit Sie am Ende genau wissen, was Sie tun müssen, um Ihr Blog nicht nur ins Netz zu stellen, sondern auch sichtbar zu machen.

Ich bedanke mich an dieser Stelle, dass ich Sie beim Thema Blog begleiten durfte, und wünsche Ihnen viel Spaß und viele Erkenntnisse bei der Lektüre.

Herzliche Grüße,

Daniela Sprung

# 1 Suchmaschinenoptimierung

## Lernziele

Nachdem Sie dieses Kapitel durchgearbeitet haben, wissen Sie,

- worauf es bei der Suchmaschinenoptimierung ankommt,
- welche Schritte Sie in der Suchmaschinenoptimierung umsetzen sollten und
- warum auch SEO (Search Engine Optimization) für Bilder wichtig ist.

Wenn von Suchmaschinenoptimierung die Rede ist, fällt sehr schnell der Begriff „Keyword-Recherche“. Dabei geht es um die Suche nach den Schlüsselwörtern, die Menschen verwenden, wenn sie nach Begriffen zu einem bestimmten Thema suchen. Dieser Teil der Suchmaschinenoptimierung (engl. Search Engine Optimization (SEO)) ist wichtig – aber er ist nicht alles.

Zunächst ist es wichtig zu verstehen: SEO ist ein Teil des Suchmaschinenmarketings und besteht aus vielen einzelnen Maßnahmen. Diese sorgen dafür, dass der Content in den Suchergebnissen von *Google*, *Bing* und Co. nicht nur auftaucht, sondern möglichst weit oben auf Seite 1 zu finden ist. Gleichzeitig sollen die Maßnahmen auch

sicherstellen, dass der Traffic auf Websites und Blogs organisch, also ohne bezahlte Unterstützung wie Anzeigen, erfolgt.

Dazu ist es wichtig zu verstehen, wie Suchmaschinen arbeiten, um die bereitgestellten Inhalte zu organisieren und in eine Rangfolge zu bringen. Das Ziel von *Google* & Co. ist es, den Nutzern das bestmögliche Erlebnis und Ergebnis zu ihren Suchanfragen zu präsentieren.

## 1.1 Grundlagenfunktion von Google

*Google* ist der Platzhirsch unter den Suchmaschinen – weltweit, also auch in Deutschland.

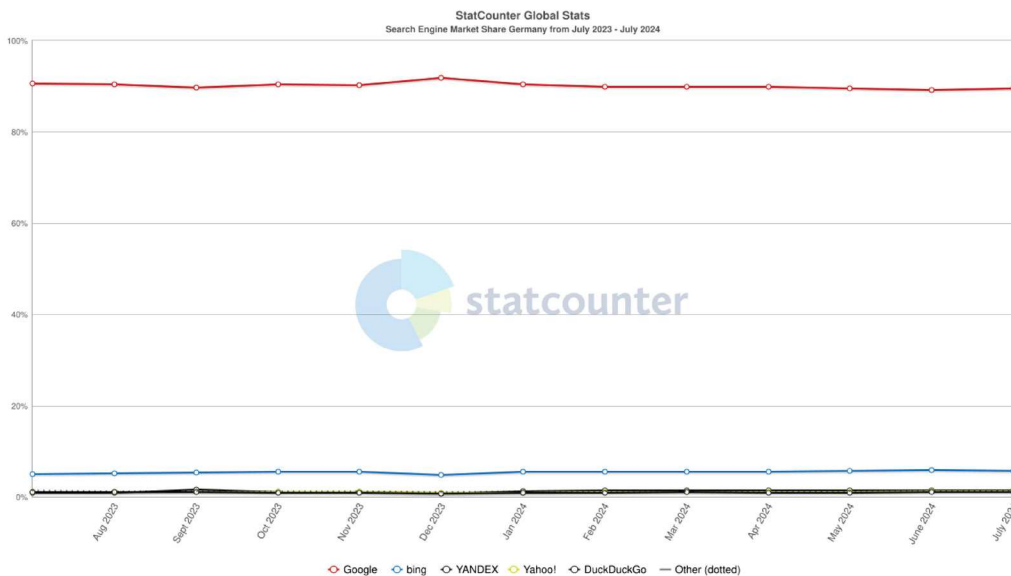


Abb. 1: Weltweite Nutzung von Google im Vergleich zu anderen Suchmaschinen