

Blogger möchten sich vernetzen

Den Bloggern in Franken eine Heimat geben: Das könnte der Presseclub Nürnberg in Zukunft womöglich leisten. Am Bloggerabend sind verschiedene Vertreter der Blog-Szene zusammengekommen, um sich auszutauschen. Mit dabei: Matthias J. Lange und Stephan Goldmann, selbst Blogger und Urgesteine des Bloggerclub München.

Eine der wegweisenden Fragen des Abends fällt erst gegen Mitte der Diskussion: „Was genau ist eigentlich ein Blog?“, fragt ein Zuhörer. Ursprünglich ist es eine Abkürzung für Weblog, also ein Tagebuch im Internet. „Es ist in der DNA drin, dass ein Blog früher chronologisch war“, erklärt Stephan Goldmann. Über die Jahre sei das Prinzip aber aufgeweicht, nun bestünden Blogs neben der chronologischen Komponente auch aus einer technischen Komponente, so Goldmann. Mit den neueren Systemen ist deswegen auch die Chronologie ein Stück weit gefallen.

Goldmann weiß, wovon er redet: Er ist auch deshalb zusammen mit Matthias J. Lange in den Presseclub gekommen, um über seine Erfahrungen im Bloggerclub München zu reden, der für den Nürnberger Club ein Vorbild sein könnte. „Die Münchner waren bei Blogs der Vorreiter der deutschen Presseclubs“, sagt Moderator Dieter Barth. „Wir haben uns gedacht: Lass uns das Thema doch mal ernst nehmen!“, erklärt Lange. Auf Grundlage des Pressekodex haben sie deshalb auch einen Bloggerkodex formuliert. Ungefähr 100 Mitglieder zählt der Bloggerclub München.

Content-Marketing wird wichtiger

Blogs bieten nicht nur Möglichkeiten für Nischenthemen, auch Unternehmen können ihre Produkte auf eigenen Blogs vermarkten, Content-Marketing nennt sich das dann. Frei nach dem Motto: „Wir brauchen den Journalisten doch gar nicht, wir machen selbst einen Blog“, wie Goldmann es formuliert. Es sei wichtig für Journalisten, sich diese Entwicklung bewusst zu machen, sonst bestehe die Gefahr, den Anschluss zu verpassen.

Ein weiterer Punkt ist die Art und Weise, wie Journalist und Rezipient auf Blogs miteinander agieren. „Das klassische Sender-Empfänger-Prinzip ist uns weggenommen worden“, sagt Goldmann. Grund dafür seien soziale Netzwerke und Suchmaschinen wie Google. Selbst die Politik ist nicht mehr direkt auf den Journalisten angewiesen – Twitter macht die direkte Kommunikation mit dem Wähler möglich: „Trump hat genau erkannt, wie es geht“, weiß Matthias J. Lange.

Leser durch Kontroversen auf sich aufmerksam machen

Wie man denn Resonanz auf seine Blogbeiträge erhalten würde, möchte ein Besucher wissen. „Wenn das Thema umstritten ist, bekommt man eine Reaktion“, stellt Lange fest. Insgesamt würden in der Blogosphäre die Grenzen zwischen Meinung und Bericht weiter verschwimmen. „Es wird ein bisschen schärfer“, meint auch Stephan Goldmann.

Auf die These, Blogs seien „nichts zum Geld verdienen“, antwortet Goldmann mit dem Hinweis auf die Erwartungshaltung des Bloggers. „Man muss sich darüber klar werden: Was funktioniert eigentlich? Dient der Blog nur als Werbung für das, was ich sonst mache?“, so der Publizist.

Am Ende des Abends steht für alle Beteiligten fest, dass ein Netzwerk für Blogger besonders wichtig ist. „Wir werden wieder einladen“, ist sich Moderator Dieter Barth sicher.