

10 gute Gründe, warum ein Blog Ihr Geschäft beflügelt

Warum Unternehmensblogs auch heute noch unschlagbar sind

Inhalt

Das Schaufenster für Ihre Firma 3

Simones Welt: Warum Blogs keine Zeitverschwendung sind 4

10 gute Gründe, jetzt einen Blog zu beginnen 6

1. Blogs zeigen Kompetenz 6

2. Blogs zeigen Persönlichkeit 7

3. Blogs holen Besucher auf Ihre Website 8

4. Blogs bringen neue Kunden 8

5. Blogs arbeiten, wenn Sie den Hund Gassi führen 9

6. Blogs sind gut für SEO 10

7. Blogs schaffen Autorität 10

8. Blogs sind Geschäftskapital 11

9. Blogs schaffen Klarheit 12

10. Blogs helfen beim Aufbau eines E-Mail-Verteilers 13

Ein Blog für Sie? 13

Sie können nicht schreiben? 14

a) Ein Blog für Schreibverweigerer 14

b) Ein Blog für Schreibfeiglinge 15

Wie anfangen? 16

10 gute Gründe, warum ein Blog Ihr Geschäft beflügelt

Warum Unternehmensblogs auch heute noch unschlagbar sind

Mein Freund Georg hat ein Schmuckgeschäft. Eigentlich sollte er die Treuhandfirma seines Vaters übernehmen. Aber das war nichts für ihn.

In seinem Geschäft steht ein Tresor. Der ist so schwer, Georg musste einen Kran bestellen (und ein Statik-Gutachten anfertigen lassen), um ihn aufzustellen. Der Grossteil seines Schmucks lagert in diesem Tresor; nur eine kleine Auswahl glänzt im Schaufenster.

Aber neun von zehn Kunden kaufen ein Schmuckstück, das sie im Schaufenster gesehen haben. Mit anderen Worten: Was im Tresor steckt, verkauft sich nicht. Nur was im Schaufenster liegt, findet einen Kunden.

Das Schaufenster für Ihre Firma

Ein Schaufenster hilft beim Verkaufen; auch wenn es «nur» ein Internet-Schaufenster ist. Selbst Spengler, Anwälte und Dachdecker (die gar keine Schaufenster haben) machen bessere Geschäfte, wenn sie ihre Arbeit im Netz zur Schau stellen. Denn heute ist es so: Vor dem Kauf schauen die Kunden bei Google nach, was es so gibt und worauf man achten muss. Irgendjemand erklärt ihnen dann, was es so gibt und

worauf man achten muss. Und dieser Jemand macht das Geschäft, das Ihnen entgeht.

Beobachten Sie sich selbst: Wie gehen Sie vor, wenn Sie eine neue Waschmaschine oder einen Gebrauchtwagen suchen? Direkt zum Geschäft Ihres Vertrauens oder erstmal online schauen? Die Statistik ist jedenfalls eindeutig: Online wächst zu Lasten der Läden und auch wer im Laden kauft, recherchiert vorher im Internet.

Diese Leute können Sie als Kunden gewinnen, wenn Ihre Website die richtigen Antworten hat. Und der Ort, an dem Sie diese Antworten geben, ist Ihr Blog. Schauen Sie mal, wie Simone das macht. Und wenn das auch noch nicht reicht, folgt eine Liste mit 10 guten Gründen, einen Blog zu beginnen.

Simones Welt: Warum Blogs keine Zeitverschwendung sind

Viele meinen, ein Blog sei ein Online-Tagebuch mit Kochrezepten und Katzenfotos. Das gibts auch. Aber mit sowas kommen Sie nicht vom Fleck.

Die grosse Stunde der Blogs schlägt bei den KMU mit Herz und Verstand. Wo der Chef (oder der Lehrling) aus dem Nähkästchen plaudert, um mit neuen und alten Kunden Beziehungen zu pflegen.

Beim Bloggen sind KMU gegenüber Konzernen im Vorteil: Bevor eine börsenkotierte Aktiengesellschaft einen Text online stellt, will ein halbes Dutzend Leute (darunter mindestens ein Rechtsanwalt) mitschwätzen. Bis alle zufrieden sind, klingt jeder Text nach heiler Welt und Plastiklächeln; Reklame eben.



Aber wenn Simone vom Reisebüro «Simones Welt» uns «ihr» London zeigt, wollen wir das lesen. Weil sie nicht nach Thomas Cook oder Neckermann Reisen klingt. Weil sie uns wissen lässt, dass man vor Madame Tussauds Wachsfigurenkabinett gerne mal drei Stunden anstehen muss, was ein Franken bei Harrods wert ist und wo man gut und günstig essen kann. Das alles ergänzt mit eigenen Schnappschüssen und gut gelaunten Kundenstimmen von Leuten, denen sie ein unvergessliches London-Erlebnispaket geschnürt hat.

Simones Blog lässt uns miterleben, wie viel Herzblut und Reiseerfahrung in ihren Arrangements steckt. Mancher lässt sich nur inspirieren und bucht auf eigene Faust. Aber mancher findet: Bei der nächsten Städtereise verlasse ich mich einfach auf Simone. Obwohl es etwas teurer ist. Dann passt einfach alles: Flug, Hotel, Transfer, Zeitplan, Tickets und die Insidertipps abseits der Touristenfallen.

Vielleicht ist ein Blog auch etwas für Sie? Lesen Sie die 10 guten Gründe, dann wissen Sies. Und wenn Sie nicht schreiben können, habe ich auch eine Lösung.

10 gute Gründe, jetzt einen Blog zu beginnen

1. Blogs zeigen Kompetenz



Der Artikel über die Kommaregeln auf schreibszene.ch wird pro Monat an die 7000-mal in den Suchergebnislisten von Google angezeigt (z. B. wenn Leute nach «Kommaregeln erklärt» suchen).

1000 von diesen 7000 klicken sich auf die Schreibszene-Website. So können wir sie von unserer Kompetenz zum Thema Sprache überzeugen. Offenbar gelingt das: Einige Lehrer haben uns schon geschrieben, dass Sie den Blogartikel für ihren Rechtschreibunterricht verwenden.

Das ehrt uns. Danke.

2. Blogs zeigen Persönlichkeit



Wer oft auf unsere Seite kommt, dem gefällt offenbar, was wir tun. Und wie wir es tun.

Wir machen keinen Hehl daraus, dass wir eine **kleine Firma** sind. Aber eine, die ihre Kunden mit **Herzblut, Engagement und Persönlichkeit** betreut, weil wir wollen, dass jeder einzelne Kunde uns weiterempfiehlt. Das klappt nicht ganz immer. Aber fast ganz immer.

Bei uns nimmt kein Call-Center-Agent das Telefon ab. Bei uns kriegen Sie es direkt mit den Chefs zu tun. Und wie die ticken, das zeigt unser Blog. Sachkundig, praxisnah und ohne verwirrendes Fachchinesisch. So wollen wir unser Wissen vermitteln. Das spüren Sie in den Blogs und das ist auch in unseren Kursen die Maxime. Manchen Leuten gefällt diese Kombination so gut, dass Sie immer wieder zu uns kommen. Andere wollen lieber ein CAS von einer Universität oder ihre Weiterbildung bei einer richtig grossen Firma machen.

Das ist auch recht so. Es hat Platz für alle. Wir nutzen jedenfalls unsere Website, um Profil zu zeigen. Und das kommt gut an.

3. Blogs holen Besucher auf Ihre Website

Wer auf Ihrer Website landet hat entweder

- die URL (z.B. https://schreibszene.ch) korrekt eingegeben (passiert selten)
- auf eine bezahlte Anzeige oder ein Werbebanner geklickt (teuer)
- auf einen Link in Ihrem Newsletter geklickt (wenn Sie schon Newsletter-Marketing betreiben)
- auf einen Link bei einer anderen Website geklickt, der zu Ihrer Website führt (nur wahrscheinlich, wenn Sie spannende Inhalte haben, auf die andere verweisen)
- Ihre Seite bei einer Google Recherche gefunden (nur wahrscheinlich, wenn Sie spannende Inhalte haben, die Google für relevant hält)

Wie schon erwähnt, kommen etwa 1000 Leute pro Monat wegen der Kommaregeln zu uns. Immer mal wieder setzt jemand einen Link auf unseren Artikel oder teilt ihn auf Facebook, um ihn zu empfehlen. So kommen wieder neue Besucher und der Artikel wird noch beliebter. Unser Blog ist jedenfalls ein wichtiger Besuchermagnet.

4. Blogs bringen neue Kunden

Wenn von unseren Kommaregel-Besuchern 1% irgendwann Kunden werden, sind das 10 pro Monat oder 120 neue Kunden pro Jahr. Was sagen Sie zu 100 neuen Kunden pro Jahr?

Hinzu kommt: Der Kommaregeln-Artikel hat eine Menge Kollegen, die auch Besucher auf unsere Webseiten holen. Zum Beispiel wegen der Zweifelsfälle der Rechtschreibung oder der Fremdwörter.

5. Blogs arbeiten, wenn Sie den Hund Gassi führen



Blogs schicken Ihnen rund um die Uhr Besucher. Auch wenn Sie nicht im Geschäft sind, weil Bobby mal wieder Ausgang braucht.

Die Kommaregeln haben tagsüber am meisten Zulauf, wenn zweifelnde Büroleute Gewissheit suchen. Aber auch nachts und am Wochenende arbeitet der Kommaregelblog für Doktoranden, Bewerbungsschreiber und Hobbyschriftsteller.

Danke, Blog.

6. Blogs sind gut für SEO

Wer eine Website mit schönen Inhalten hat, will auch gefunden werden.

Georgs Schaufenster wird gefunden, weil er seinen Laden in einer 1A Innenstadtlage hat. Ihr Website-Server kann im Kandersteg-Bunker verrammelt stehen und Ihre Website wird trotzdem gefunden – wenn sie interessante Inhalte hat. Und jeder Blogartikel ist so ein Inhalt, der der Suchmaschinenoptimierung hilft.

7. Blogs schaffen Autorität



Ein einzelner Blogartikel ist schon eine gute Sache. Aber wenn Sie zu Ihrem Thema eine ganze Serie guter Artikel haben, werden Sie nach und nach zur Autorität im Netz.

Ein Schulabbrecher kann einem Harvard-Professor den Rang ablaufen, wenn er regelmässig über sein Lieblingsthema schreibt. Dem

Google-Suchfeld ist es egal, wie viele Doktortitel jemand hat. Google schaut nur, wie interessant die Online-Inhalte sind.

Das 1200-Seiten-Standardwerk von Professor Harvard steht in der «Harry Elkins Widener Memorial Library» (so heisst die Harvard-Bibliothek). Dort kann Google es nicht einsehen. Die Folge: Für Google existiert es nicht. Im Gegensatz zu Ihrem Blog, der erst noch leserfreundlicher geschrieben ist und viel schneller zum Punkt kommt.

8. Blogs sind Geschäftskapital



Weit draussen vor den Toren meiner Heimatstadt Münster gibt es das Gasthaus «Hölt'ne Schluse». Einfache westfälische Küche und der Wirt ein Münsterländer Original – das ist das Erfolgsrezept der «Hölzernen Schleuse» seit 1724.

Niemand würde sich an diesen Ort, fünf Kilometer hinter der Stadtgrenze, verirren, wenn sein guter Ruf sich nicht herumgesprochen

hätte. Hat er aber. Und deshalb ist die urige Gaststube mit der offenen Feuerstelle (in deren Kamin der Schinken zum Räuchern hängt) immer gut besucht.

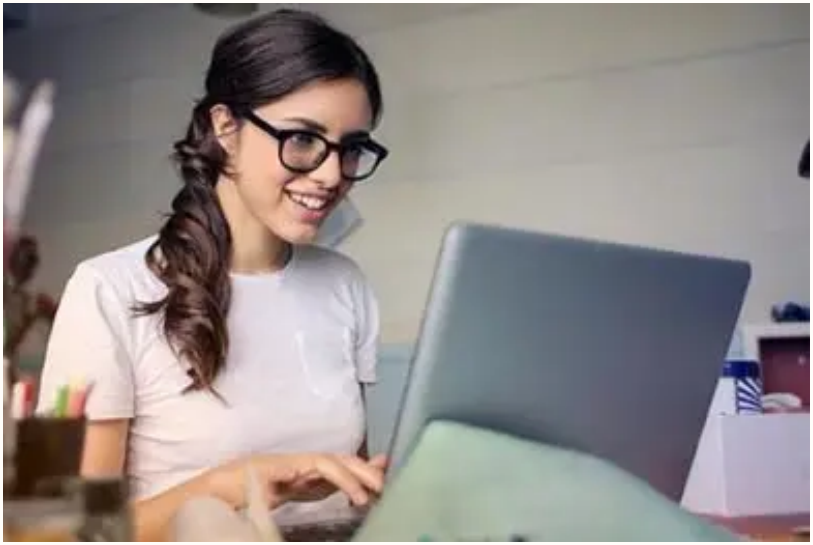
So läuft das auch mit Ihren Blogs: Wenn Sie am Ball bleiben, wird **Ihre Webadresse Ihr grösstes Kapital** und der Grund, warum die Besucher immer wieder kommen, Sie empfehlen und gern mit Ihnen Geschäfte machen. Eine Firma mit Blog ist mehr wert als eine ohne Blog. Und der Blog behält seinen Wert, auch wenn Sie an eine neue Adresse zügeln.

9. Blogs schaffen Klarheit

Wenn Sie regelmässig Blogartikel schreiben, müssen Sie darüber nachdenken, an wen Sie sich wenden und welche Themen für diese Leute wichtig sind. So schärfen Sie Ihr **Profil und bleiben aktuell**. Nicht nur im Blog, sondern auch im richtigen Leben.

Diese Gedanken könnten Sie sich auch sonst machen. Aber wenn Sie einen Blog haben, steht es immer wieder im Kalender. Das ist wie mit dem guten Vorsatz, Sport zu treiben. Sie könnten sich freiwillig dazu motivieren. Aber wenn Sie einen festen Termin mit einem Laufpartner haben, kriegen Ihre Joggingschuhe öfter Auslauf.

10. Blogs helfen beim Aufbau eines E-Mail-Verteilers



E-Mail ist mit grossem Abstand die effektivste Methode, um mit Ihren Kunden im Gespräch (und im Geschäft) zu bleiben.

Setzen Sie ans Ende Ihrer Blogartikel ein E-Mail-Feld, wo sich eintragen kann, wer über Neuerscheinungen per E-Mail informiert werden will.

Dann können Sie Ihre Kunden per E-Mail auf dem Laufenden halten, besondere Angebote machen oder Ihre allerneuesten Projekte vorstellen. Sie werden sehen: Wenn Sie erst einmal einen E-Mail-Verteiler aufgebaut haben, sind die Ideen endlos.

Ein Blog für Sie?

Vielleicht ist auch für Sie ein Blog das richtige Mittel, um Profil zu zeigen und Kunden zu gewinnen. Die guten Gründe kennen Sie jedenfalls jetzt.

Wenn Sie Ihr Wissen, Ihre Erfahrung, Ihre Anekdoten mit Ihren Kunden teilen, ist Ihre Homepage mehr als Ihre «Visitenkarte im Netz». Sie hilft Ihnen, Reputation aufzubauen und Interessenten zu gewinnen. Neue Kunden können Sie via Ihrer Webseite kennenlernen, bevor sie um eine Offerte bitten. Das schafft Vertrauen und senkt die Schwelle für neue Aufträge.

Ganz so, wie wir es am Beispiel «Simones Welt» demonstriert haben.

Was Simone kann, das können Sie auch. Sie kennen sich in Ihrem Metier doch aus und wissen, mit welchen Fragen die Kunden zu Ihnen kommen. Das sind die wichtigsten Zutaten für Ihren Blog.

Auch wenn Sie mit Schreiben nichts am Hut haben? Auch dann.

Sie können nicht schreiben?

Keine Angst. Ich will Sie nicht in einen Schreibkurs schicken. Wenn das Schreiben Ihnen schwerfällt und Sie sich lieber mit anderen Dingen beschäftigen, kann kein Kurs der Welt aus Ihnen einen Blogger machen.

Einen Blog könnten Sie trotzdem haben. Wie Sie ans Ziel kommen, hängt davon ab, ob Sie ein knallharter Schreibverweigerer sind oder nur ein Schreibfeigling.

a) Ein Blog für Schreibverweigerer

So einer sind Sie also. Geschriebenes ist Ihnen suspekt. Das ist nur was für Paragrafenreiter, Phrasendrescher und sonstige Erbsenzähler. Wo ein Text ist, ist der Ärger nicht weit.

Leute wie Sie sind lebensklug und wissen, dass viele Schulbuchweisheiten haarscharf neben der Sache liegen, dass es ohne Lebenserfahrung nicht rund läuft und dass man sowas einfach im Gspüri haben muss.

Stimmt. Aber einen Blog sollten Sie trotzdem haben. Sie können den Schreibtischtätern doch nicht kampflos das Feld überlassen.

Ihre Vorbehalte gegens Schreiben müssen Sie nicht aufgeben. Sie können Ihre Geschichten aus dem wahren Leben einfach jemandem erzählen. Bestimmt hören Ihre Kollegen Ihnen gerne zu, wenn Sie beim Feierabendbier Ihre Anekdoten erzählen.

Wenn in solchen Momenten ein Band mitliefe, wäre Ihr Blog schon fast geschrieben. Und zwar einer, der so richtig Spass macht. Also holen Sie sich jemanden dazu, dem Sie Ihre Geschichten erzählen und der daraus einen Text macht, der genau nach Ihnen klingt.

Da können Sie Gift drauf nehmen, dass Ihre Kunden das lesen wollen. (Wenn Sie niemanden kennen, der Ihnen hilft, schreiben Sie uns. Wir kennen hunderte schreibbegabte Menschen, die so etwas gerne übernehmen.)

b) Ein Blog für Schreibfeiglinge

Damals, im Tanzkurs, bei der Damenwahl, da hat die plumpe Ursula den feschen Max aufgefordert und für Sie blieb nur der Bauernlümmel Ueli übrig. Dabei hätte der Max viel lieber mit Ihnen getanzt. Er hat Ihnen auch zugeblinzelt aber Sie meinten, er hätte vielleicht nur ein Staubkorn im Auge. Und schwupp, hat sich die Ursula den Max geschnappt – als ob nichts dabei wäre.

Es stimmt schon: Wer sich vor die Hütte traut, kann sich blamieren. Und weil Sie eine sind, die zwar gerne schreibt, aber noch lieber an der eigenen Schreibe zweifelt, gibt es von Ihnen nichts zu lesen. Weil

Sie wenig Übung haben, sind Sie bei den Kommas unsicher und patzen gelegentlich bei der Rechtschreibung. Da lassen Sie es lieber ganz bleiben.

Die Ursula hat solche Hemmungen nicht, obwohl sie mehr Grund dazu hätte.

Sie können Ihren Blog auf die Strasse bringen und Ihre Sorgen ad acta legen, wenn Sie sich am Schluss ein wenig helfen lassen. Viele professionelle Texter haben bei Rechtschreibung und Kommas Schwächen. Aber Ideen haben Sie und das ist das Wichtigste. Damit am Ende alles pingelig korrekt ist, muss halt ein Korrektor drüberschauen. Das kostet nicht die Welt und wenn Sie keinen Korrektor kennen, empfehlen wir Ihnen einen.

Wie anfangen?

Jetzt lassen Sie das erst einmal sacken. Und wenn Sie vielleicht mit einem Blog anfangen wollen, fragen Sie sich zuerst:

- Was soll der Blog für Sie erreichen?

Spitzen Sie die Antwort auf diese Frage richtig zu. Kein Larifari wie «die Kundenbindung verbessern» und «ein besseres Profil im Netz zeigen». Formulieren Sie Ihr Blogziel so, dass sie feststellen können, wann Sie es erreicht haben:

- Pro Monat fünf Offertanfragen über die Website

Das ist ein Ziel für Leute, die es ernst meinen. So behalten Sie bei jedem Schritt im Auge, dass Ihre Online-Aktivitäten zu Neugeschäft führen müssen.

Wenn Sie Ihr Ziel formuliert haben, gehen Sie schon mal auf Themensuche:

- Wer sind Ihre Kunden und was möchten die gern lesen?
- Welche Erfahrungen möchten Sie gerne teilen?
- Welche haarsträubenden Erlebnisse würden einen guten Blogartikel abgeben?
- Und vor allem: Zu welchen Themen recherchieren Ihre Kunden im Netz, bevor sie das kaufen, was Sie verkaufen?

Schauen Sie auch mal bei Ihren Wettbewerbern. Haben die nur eine Visitenkarte im Netz oder bieten sie schon mehr?

Am Ende sollten Sie die ersten fünf Themen für Ihren Blog vor Augen haben. Grob skizziert reicht schon; die Umsetzung kommt später. Wenn Sie Ihren Blogartikel selber schreiben, habe ich hier die 20 besten Tipps für Sie. Und wenn die Themenwahl Ihnen Mühe macht, hilft Ihnen dieser Artikel weiter: Was kommt jetzt? Wie Sie für Ihren Blog die besten Themen finden.

Viel Erfolg mit Ihrem Blog.

Das wars für heute.

Vielen Dank fürs Lesen.

Matthias Wiemeyer



Copyright © 2026 Matthias Wiemeyer

Gefunden auf: schreibszene.ch/blog

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieser Publikation darf ohne schriftliche Genehmigung *(die im Regelfall aber gewährt wird – einfach anfragen an info@schreibszene.ch)* des Herausgebers in irgendeiner Form oder mit irgendwelchen Mitteln – elektronisch, mechanisch, durch Fotokopieren, Aufzeichnen, Scannen oder auf andere Weise – reproduziert, gespeichert oder übertragen werden. Es ist illegal, diesen Text zu vervielfältigen, auf einer Website zu veröffentlichen oder auf andere Weise ohne Genehmigung zu verbreiten.

Veröffentlicht von schreibszene und Content Marketing Akademie