KONTOR 4
Agentur für neue Medien

E-BOOK

Warum sollte Ihr Unternehmen einen Blog führen?

Was einen guten Unternehmensblog ausmacht, woher die Themen kommen und warum KI-Tools Blogs immer wichtiger machen

Mit 7 Tipps zur Themenfindung, den Regeln für Inhalte, die KI-Systeme zitieren, und 10 SEO-Tipps für jeden Blogartikel.

KI zitiert
gut gemachte Blogbeiträge und bringt so Besucher

7 Tipps
zur Themenfindung

10 SEO-Tipps
für jeden Blogartikel

INHALT

Was Sie hier erwartet

Vor kurzer Zeit noch als spielerischer Luxus belächelt, richten sich immer mehr Unternehmen einen eigenen Blog auf ihrer Website ein, mit dem sie Kund:innen über interessante Themen informieren. Warum aber sollte ein Unternehmen wirklich einen Blog führen? Und was macht einen erfolgreichen Blog überhaupt aus? Wir verraten es Ihnen.

1	Blog: ein Must-have für Ihr Unternehmen?	GRUNDLAGEN
2	Informative Blogbeiträge werden für KI-Tools immer relevanter	BLOG UND KI
3	So erstellen Sie Inhalte, die KI-Systeme zitieren	ACHT REGELN
4	Was macht einen guten Blog aus?	QUALITÄT
5	7 Tipps zur Content-Findung	THEMEN
6	Pro und Contra	ÜBERBLICK
7	10 SEO-Tipps zum Erstellen von Blogartikeln	PRAXIS

GRUNDLAGEN

Blog: ein Must-have für Ihr Unternehmen?

Viele Unternehmen setzen auf einen eigenen Blog, große Marken ebenso wie Mittelständler und Handwerksbetriebe. Nicht selten entwickeln sich erfolgreiche Unternehmensblogs zu kleinen Online-Magazinen, die regelmäßig gelesen werden. Ein Blog kann eine Website ungemein aufwerten und ihr mehr Relevanz verleihen: Menschen kommen wieder, um die neuesten Beiträge zu lesen. Der Blog bietet also einen echten Mehrwert für Kund:innen und Leser:innen.

Das bedeutet nicht, dass eine Unternehmensseite ohne Blog nicht funktionieren kann. Aber gemessen an den vielen Geschichten, Ereignissen und Erfahrungen, die nahezu jedes Unternehmen erzählen kann, ist ein Blog für jede Branche denkbar und sinnvoll. Zumal sich einzelne Beiträge gezielt über soziale Netzwerke und Newsletter verbreiten lassen.

Was ist eigentlich ein „Blog“?

Die Bezeichnung kommt aus dem Englischen und verbindet „Web“ und „Log“ (Logbuch). Gemeint ist eine Art Journal auf einer Website, das ein oder mehrere Themen in regelmäßigen Beiträgen behandelt. Ein Unternehmensblog (Corporate Blog) wird meist von Marketing, Content- oder Social-Media-Verantwortlichen gepflegt.

BLOG UND KI

Informative Blogbeiträge werden für KI-Tools immer relevanter

KI-Tools wie ChatGPT, Claude oder Googles KI-Übersichten (AI Overviews) zitieren Inhalte aus dem Web. Wer verstanden hat, wie das funktioniert, bekommt Besucher ohne Werbebudget.

1. **KI zitiert Ihre Blogbeiträge**
2. **Nutzer:innen klicken auf Ihre Links**
3. **Sie erreichen neue Kund:innen ohne Werbekosten**

Warum ein Blog für KI-Tools der Schlüssel ist

KI-Systeme sind zu einer neuen Art Suchmaschine geworden. Während Nutzer:innen früher direkt bei Google suchten, fragen sie heute ChatGPT, Claude oder lesen Googles KI-Übersichten. Diese Tools suchen im Internet nach verlässlichen, gut strukturierten Inhalten, und genau hier liegt die Chance für Unternehmen.

Ein gut gepflegter Blog wird zur Goldgrube für Besucher aus KI-Antworten. KI-Systeme bevorzugen Inhalte, die:

- konkrete Antworten liefern, statt um den heißen Brei zu reden
- aktuell und relevant sind
- strukturiert aufgebaut sind, mit klaren Überschriften
- praktische Beispiele enthalten

KI-Tools zitieren bevorzugt Quellen, die sie als vertrauenswürdig und hilfreich einstufen. Wenn ChatGPT, Claude oder Google Ihren Beitrag als Quelle angeben, bekommen Sie nicht nur kostenlose Besucher, sondern auch eine Empfehlung mit Gewicht. Unternehmen, die das verstanden haben, werden zur ersten Anlaufstelle, wenn potenzielle Kund:innen Fragen zu ihrer Branche haben.

ACHT REGELN

So erstellen Sie Inhalte, die KI-Systeme zitieren

Strukturierte Antworten

Beantworten Sie Fragen direkt und vollständig. Schlecht: „Es gibt verschiedene Möglichkeiten …“ Gut: „Die drei Methoden sind: 1. …, 2. …, 3. …“

Praktische Beispiele

Zeigen Sie, wie etwas umgesetzt wird. Statt „Content-Marketing kann effektiv sein“ lieber ein konkretes Ergebnis aus einem echten Projekt, mit Zahlen.

Keywords und Synonyme

Jeder Artikel braucht ein Hauptthema. Nutzen Sie zusätzlich verwandte Begriffe, zu finden bei Google unter „Ähnliche Suchanfragen“ und „Ähnliche Fragen“.

Interne Verlinkungen

Verlinken Sie pro Beitrag ein bis zwei passende ältere Artikel. Das hält Leser:innen auf der Seite und hilft KI-Systemen, Ihre Expertise zu verstehen.

Die richtige Headline

Nutzen Sie Fragen als Überschriften, z. B. „Wie funktioniert Marketing-Automatisierung?“, „Was kostet die Umsetzung?“. Halten Sie den Seitentitel für Google bei etwa 60 Zeichen.

Formatierung für KI

Zwischenüberschriften (H2, H3), logische Gliederung, Aufzählungen und bei Bedarf Quellenangaben.

Fakten statt Behauptungen

Nutzen Sie konkrete Zahlen und belegbare Aussagen. KI-Systeme bevorzugen präzise Informationen.

Aktuelle Inhalte

KI-Systeme bevorzugen frische Informationen. Überarbeiten Sie bestehende Artikel regelmäßig.

QUALITÄT

Was macht einen guten Blog aus?

Neben dem Namen des Blogs, der sich meist am Unternehmensnamen orientiert, gibt es einige Merkmale, durch die sich ein guter Blog auszeichnet:

- [ ] relevanter Inhalt für die Leser:innen (zielgruppenorientiert)
- [ ] keine direkte Werbung
- [ ] Qualität vor Quantität, aber trotzdem verständlich und locker geschrieben
- [ ] Hilfestellungen für Leser:innen (Tipps und Tricks)
- [ ] Aktualität: aktuelle Ereignisse einbeziehen
- [ ] Corporate Design widerspiegeln (Wiedererkennungswert)
- [ ] visuell attraktive Darstellung
- [ ] Unternehmenshintergründe zeigen, Branchennews bieten
- [ ] persönliche Ebene schaffen, z. B. durch Mitarbeitervorstellungen
- [ ] die Regeln für KI-Systeme beachten (siehe vorheriges Kapitel)

Außerdem braucht es eine Strategie, die vorab festgelegt wird. Darin werden mögliche Themen und Inhalte in einem Redaktionsplan gesammelt und aufeinander abgestimmt.

THEMEN

7 Tipps zur Content-Findung

Doch woher den ganzen Inhalt nehmen? Glauben Sie uns: Da machen Sie sich garantiert zu viele Sorgen. Jedes Unternehmen hat etwas zu erzählen, egal aus welcher Branche. Hinter jeder Unternehmung stecken eine Motivation, eine Philosophie, eine Vision, etliche Geschichten und tatkräftige Mitarbeiter:innen. Warum also nicht darüber erzählen?

1. **Schnappen Sie …**
   aktuelle, öffentliche Ereignisse auf und nutzen Sie diese für Ihr Berufsfeld, etwa als kritische Einordnung oder ausführlichen Kommentar.

2. **Verleihen Sie …**
   Ihrem Unternehmen ein Gesicht und beziehen Sie Ihr Team mit ein. Menschen interessieren sich für Menschen. Fragen Sie Ihre Mitarbeiter:innen, was sie beschäftigt, und gewähren Sie einen Blick hinter die Kulissen.

3. **Überarbeiten Sie …**
   bestehende Beiträge. Es muss nicht jede Woche eine brandneue Geschichte sein. Ergänzen, korrigieren und aktualisieren ist oft sinnvoller.

4. **Lassen Sie sich …**
   über Branchennews auf dem Laufenden halten, etwa mit einem RSS-Reader wie Feedly oder mit Google Alerts, und seien Sie unter den Ersten, die Neuigkeiten einordnen.

5. **Berichten Sie …**
   über laufende Projekte. Nichts ist schlimmer, als wenn Außenstehende nicht verstehen, was Ihr Unternehmen eigentlich macht.

6. **Versuchen Sie …**
   doch mal „Blog-Serien“: ein fester Rhythmus für ein bestimmtes Thema. Das erleichtert die Planung und bringt Regelmäßigkeit, auch für Ihre Leser:innen.

7. **Inspirieren ist erlaubt …**
   klauen nicht. Schauen Sie sich ruhig die Blogs der Konkurrenz an, aber seien Sie keinesfalls die Kopie eines anderen.

PRAXISTIPP

Gedanken, Links und Ideen für Ihren Blog sammeln Sie am besten an einem Ort, etwa in einer Mindmap mit Mindmeister oder in einem einfachen Redaktionsplan. Eine Anleitung, wie Sie einen Redaktionsplan mit KI erstellen, finden Sie auf kontor4.de.

ÜBERBLICK

Pro und Contra

Pro

- Bindung von Kund:innen und Nutzer:innen
- Gewinn von Neukund:innen
- mehr Besuche auf der Website
- Expertenstatus festigen
- Austausch mit Leser:innen (Rückmeldungen, Kommentare)
- sichtbarer in KI-Systemen werden und so kostenlose Besucher bekommen
- Sympathiepunkte

Contra

- Zeitaufwand. Den sollten Sie als Investition in mehr Wahrnehmung für Ihre Website sehen.

PRAXIS

10 SEO-Tipps zum Erstellen von Blogartikeln

Sie sind überzeugt und möchten einen Blog einbinden? Oder Sie haben schon einen und wissen nicht genau, wie Sie die Beiträge schreiben sollen? Dann sind diese Tipps für Sie.

1 **Die richtige Headline**

Eine gute Überschrift entscheidet, ob jemand weiterliest. Nutzen Sie Fragen, um Leser:innen direkt anzusprechen.

2 **Die 60-Zeichen-Falle**

Google kürzt lange Seitentitel in den Suchergebnissen ab. Halten Sie den SEO-Titel bei etwa 60 Zeichen, sonst … (genau das meinen wir).

3 **Hauptthema festlegen**

Jeder Beitrag hat ein zentrales Thema bzw. Keyword. Es gehört in Überschrift, Meta-Beschreibung und Text, und dort, wo es passt, in den Alternativtext der Bilder. Natürlich formuliert, nicht gestopft.

4 **Synonyme**

Behandeln Sie das Thema vollständig, mit verwandten Begriffen. Ideen liefert Google selbst: Suchbegriff eingeben und nach unten zu „Ähnliche Suchanfragen“ scrollen.

5 **Interne Verlinkungen**

Verlinken Sie ein bis zwei ältere Beiträge, aber nur, wenn es inhaltlich passt.

6 **Die Formatierung**

Zwischenüberschriften gliedern den Text. Nur eine H1, darunter logisch H2 und H3.

7 **Quellenangaben**

Nutzen Sie nur Bilder, deren Lizenz Sie kennen, und nennen Sie die Urheber:innen. Kostenlose Bilder gibt es z. B. bei Pexels; noch besser sind eigene Fotos. Übernehmen Sie Informationen aus anderen Beiträgen, verlinken Sie die Quelle. Das ist nur fair.

8

Schlagwörter (Tags)

Sie sparen später viel Arbeit, etwa bei einem Relaunch mit Filterfunktion. So viele wie nötig, so wenige wie möglich.

9

Hallo, ich bin noch unsichtbar?!

Prüfen Sie den Beitrag in der Vorschau, auch am Smartphone. Und dann: schnell veröffentlichen, damit ihn die Welt da draußen sieht.

10

Social-Media-ready

Hinterlegen Sie ein passendes Vorschaubild und einen Vorschautext (Open Graph). Dann sieht der Link auf LinkedIn, Facebook und Co. gut aus.

KONTOR4
Agentur für neue Medien

Auch ein Unternehmensblog gefällig?

Wenn Sie die Vorteile eines eigenen Blogs nutzen möchten oder mehr Anregungen für Ihre Themenfindung brauchen: Wir unterstützen Sie gern, technisch und redaktionell.

KONTOR4 GmbH
Georgstraße 48 · 30159 Hannover
Telefon: 0511 99 99 58 90
info@kontor4.de · www.kontor4.de

Kostenloses Erstgespräch vereinbaren