

„Ein Blog kommt auf den Punkt“

INTERVIEW. Ein guter Blog informiert aktuell und äußert nicht nur Meinung. Um einen solchen Blog betreiben zu können, ist einiges an Zeitaufwand nötig, bestätigt Eva Zils.

personalmagazin: Was motiviert Sie dazu, regelmäßig zu bloggen?

Eva Zils: Der Ausgangspunkt war, meine Beratungsarbeit bei Aktor Interactive zu unterstützen und Kontakte zu generieren. Ein Auslöser war aber auch die Lust am Schreiben: Themen zu behandeln und zu reflektieren, die Entwicklungen in der Branche zu skizzieren und einzuordnen. Das ist auch heute in meiner Tätigkeit als selbstständige Beraterin noch so. E-Recruiting und Jobbörsen waren und sind mein Spezialgebiet.

personalmagazin: Wie hoch ist der Zeitaufwand dafür?

Zils: Das kommt immer darauf an, wie viel Zeit ich habe und wie häufig ich blogge. Der Regelfall ist ein Beitrag pro Woche. Es können aber auch zwei oder drei sein, je nachdem, was in der Branche gerade passiert. Für einen längeren Beitrag, für den ich recherchiere und Hintergrundinformationen abkläre, benötige ich eine gute Stunde.

personalmagazin: Wie viel Meinung darf ein Blog enthalten, wie neutral sollte er sein?

Zils: Blogs sind dazu da, Meinung zu äußern. Das ist der große Unterschied zu Print-Publikationen. Blogs sollten eine gute Mischung aus neutraler Berichterstattung und eigener Meinung enthalten. Das halte ich für wichtig und versuche ich selbst umzusetzen. Auch die Leser geben mir immer wieder das Feedback, dass es sehr gut ist, wenn die Beiträge persönliche Empfehlungen und Erfahrungen enthalten. Ich denke aber, dass die eigene Meinung nicht überhand nehmen sollte.



EVA ZILS zählt zu den Pionieren des HR-Bloggings (www.online-recruiting.net und www.socialmedia-recruiting.com). Monatlich zählt sie bis zu 15.000 Seitenaufrufe.

Bei anderen Blogs außerhalb des HR-Bereichs ist häufig zu beobachten, dass die Beiträge schnell hetzerisch werden, wenn aus Verbrauchersicht Beschwerden geäußert werden. In Blog-Beiträgen im fachspezifischen Umfeld sollte ein neutraler Ton gewahrt werden, auch wenn der Blogger seine Meinung kundtut.

personalmagazin: Was unterscheidet einen guten von einem schlechten Blog?

Zils: Ein guter Blog liefert relevante und frische Informationen. Deshalb lese ich auch viele Blogs aus den USA, weil sie in technischer Hinsicht etwas schneller sind und die Informationen möglichst präzise auf den Punkt bringen. Ein guter Blog schweift nicht ab, sondern kommt

auf den Punkt. Das Lesen im Internet ist anders als bei gedruckten Medien. Wenn ein Blog-Beitrag sehr viele unnütze Informationen enthält, dauert es sehr lange, die Inhalte zu erfassen. Dafür ist die Zeit einfach nicht da.

personalmagazin: Wie kann ich mich in Blogs möglichst zielgenau informieren, ohne allzu viel Zeit dafür aufzuwenden?

Zils: Meine Empfehlung ist, zunächst eine Google-Suche nach den Themen, die Sie interessieren, durchzuführen. Picken Sie sich einige Blogs heraus und verfolgen Sie diese eine Zeit lang mit RSS-Feeds. So finden Sie relativ schnell heraus, ob Sie die Beiträge und die Schreibweise ansprechen. Sortieren Sie diejenigen wieder aus, bei denen das nicht der Fall ist.

personalmagazin: Welche Trends sehen Sie auf uns zukommen?

Zils: 2007, als ich angefangen habe zu bloggen, gab es vielleicht zwei bis vier HR-Blogs. Ab 2010, als das Thema Social Media Recruiting anging, sprossen die Blogs wie Pilze aus dem Boden, auch die unternehmenseigenen Karriere-Blogs. Ich denke, das wird sich in den nächsten Jahren etwas beruhigen, denn einen Blog richtig zu betreiben ist sehr zeitaufwendig. Deshalb glaube ich, dass sich der Markt etwas bereinigen wird, indem einige der Blogs aus Zeitmangel eingestellt werden. Ich könnte mir auch vorstellen, dass einige der Beiträge einfach in Facebook verlagert werden. ■

Das Interview führte **Daniela Furkel**.