In 5 einfachen Schritten zum eigenen Infoblog

Gewerkschaftliche Öffentlichkeitsarbeit im Internet

Anleitung / Version 1.0
von Timm Boßmann

Timm Boßmann • Fachmann für strategische Kommunikation & Betriebsrat • www.textarbeiter.com

Inhaltsverzeichnis

Wirbel um Weltbild im Web 3

Eine kleine Erfolgsgeschichte als Einleitung

Nutzerkonten einrichten 5

Am Beispiel von web.de und blogger.com

Blog erstellen 10

Mit Vorlagen ganz schnell zum Ziel

Beiträge verfassen und bearbeiten 13

Arbeiten mit dem WYSIWYG-Editor

Die wichtigsten Einstellungen 23

... und wie man weitere AutorInnen für das Blog freischaltet

Blog-Design anpassen 30

Einige Hinweise für Fortgeschrittene und TüftlerInnen

Schreiben und gelesen werden 37

Was ein Blog erfolgreich macht !

Internet Kauderwelsch 41

Ein kleines Lexikon von »Account« bis »Zugriffsrechte«

Über den Autor 44

Wirbel um Weltbild im Web

Eine kleine Erfolgsgeschichte als Einleitung

EIN BERICHT AUS DEM VER.DI-MITGLIEDERNETZ

Internet-Blog informiert KollegInnen und ärgert die Chefs

Entlassungen in der Werbeabteilung, die Einführung eines neuen IT-Systems, fehlende Kühlschränke für die KollegInnen im Lager oder auch das Sparpaket der Bundesregierung: Im **Weltbild-ver.di-Infoblog** kann alles zum Thema werden. Seit einem Jahr pflegen Gewerkschaftsmitglieder und KollegInnen von Weltbild ein Google-Blog, das der Geschäftsführung mächtig stinkt. Bei einer Online-Umfrage haben fast 60 Prozent der MitarbeiterInnen das Gewerkschafts-Blog als ihre bevorzugte Informationsquelle genannt, insgesamt ist die Seite bis heute über 50.000 Mal aufgerufen worden.

Wie alles anfing

Die Verlagsgruppe Weltbild ist Deutschlands größter Buchhändler und gehört zu 100 Prozent der katholischen Kirche. Seit ca. zwei Jahren steht das Unternehmen zum Verkauf. Nachdem die Verhandlungen mit verschiedenen Interessenten gescheitert waren, startete das Management ein knallhartes Kostensenkungsprogramm in allen Bereichen. Die Folge: Entlassungen, extremer Leistungsdruck und massive Verunsicherung der gesamten Belegschaft (1.700 MitarbeiterInnen allein in Augsburg).

Gleichzeitig hatten Gewerkschaft und Betriebsrat mit einem für die Medienbranche typischen Problem zu kämpfen: Während die KollegInnen im Bereich Lager/Versand recht ordentlich organisiert waren, standen die Angestellten der Gewerkschaft größtenteils kritisch gegenüber und hatten wenig Wissen über Aufgaben und Möglichkeiten des Betriebsrats.

Angestellte besser mobilisieren

Mit herkömmlichen Mitteln der Öffentlichkeitsarbeit wie Betriebsversammlungen oder BR-Zeitung sind diese KollegInnen nur schwer zu erreichen. Deshalb haben eine Handvoll GewerkschafterInnen vor einem Jahr das Weltbild-ver.di-Infoblog ins Netz gestellt. Die Idee dahinter: das Internet ist das wichtigste Kommunikationsmittel der Schreibtisch-ArbeiterInnen. Eine Internetseite ist für diese KollegInnen nur einen Klick entfernt – und damit näher als das Betriebsratsbüro im benachbarten Gebäude.

Außerdem scheuen die Weltbild-Gesellschafter – also die katholischen Bischöfe – bekanntermaßen die Öffentlichkeit wie der Teufel das Weihwasser. So kann das Info-Blog durch entsprechende Berichterstattung schmerzhaften Druck auf die Geschäftsführung ausüben und den Betriebsrat bei der Durchsetzung der Interessen der Belegschaft aktiv unterstützen. Einfach indem es für breite Öffentlichkeit sorgt: Das Gewerkschafts-Blog wird in verschiedenen Foren gern verlinkt, erscheint in Suchmaschinen immer in den oberen Rängen, wird in der Verlagsbranche und von KundInnen viel gelesen. Auch die betriebsrechtlich nicht zum Stammhaus gehörenden KollegInnen aus den im ganzen Land verstreuten Weltbildplus-Filialen beziehen viele ihrer Informationen aus dem Blog.

Geschäftsführung ausgebremst

Kein Wunder, dass die Geschäftsführung ziemlich verschnupft reagiert und das Blog gegenüber dem BR im Wochenrhythmus moniert. Machen können die Herren an der Konzernspitze freilich wenig. Denn was der Betriebsrat nicht gestartet hat, kann er auch nicht stoppen. So verbietet sich ernsthafter Druck auf den BR von selbst. Das Weltbild-ver.di-Infoblog ist eine Initiative der Gewerkschaft, und mit der legt sich auch die katholische Kirche nicht gerne an. Um ganz sicher zu gehen, bloggen MitarbeiterInnen selbstverständlich nicht von Rechnern innerhalb des Unternehmens-Netzwerks, nur in ihrer Freizeit und ausschließlich unter Pseudonym.

Bei den KollegInnen von Weltbild kommt das Info-Blog hervorragend an. Die ver.di-Liste hat diese Plattform im Januar für den Wahlkampf genutzt und mit über 70% ein beeindruckendes Wahlergebnis erzielt. Dazu wurde die Wahlbeteiligung im Angestellten-Bereich nahezu verdoppelt.

Informieren und diskutieren

Mittlerweile nutzen viele Angestellte das Blog nicht nur als Info-Quelle, sondern auch als Diskussionsforum. In den Kommentaren wird nicht allein die Geschäftsleitung kritisiert. Ab und an werden auch Aktionen des Betriebsrats negativ bewertet. Aber selbst diese Kritik birgt wieder eine Chance, die Bedürfnisse der Belegschaft besser zu erkennen und die MitarbeiterInnen noch effektiver zu vertreten.

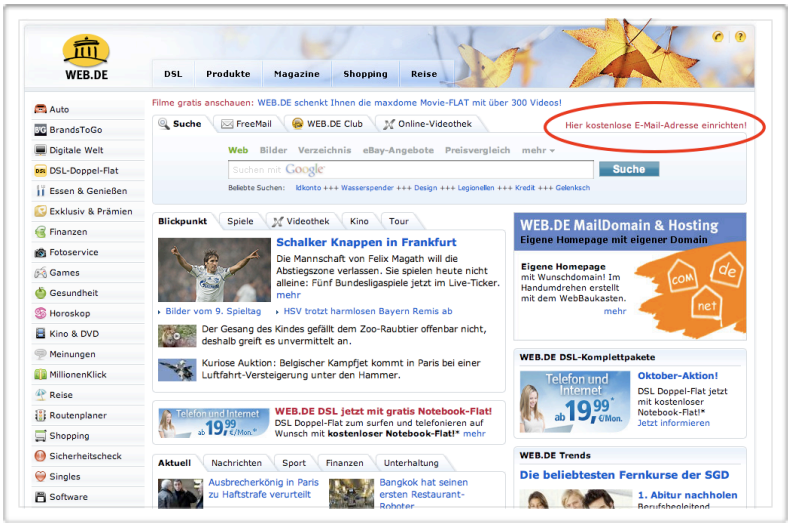
Wer jetzt neugierig geworden ist, schaut am besten einfach mal rein unter der Adresse www.weltbild-verdi.blogspot.com oder startet bei einem der vielen kostenlosen Blog-Dienstleister seine eigene Informations-Plattform. Viel Erfolg!

Nutzerkonten einrichten

Am Beispiel von web.de und blogger.com

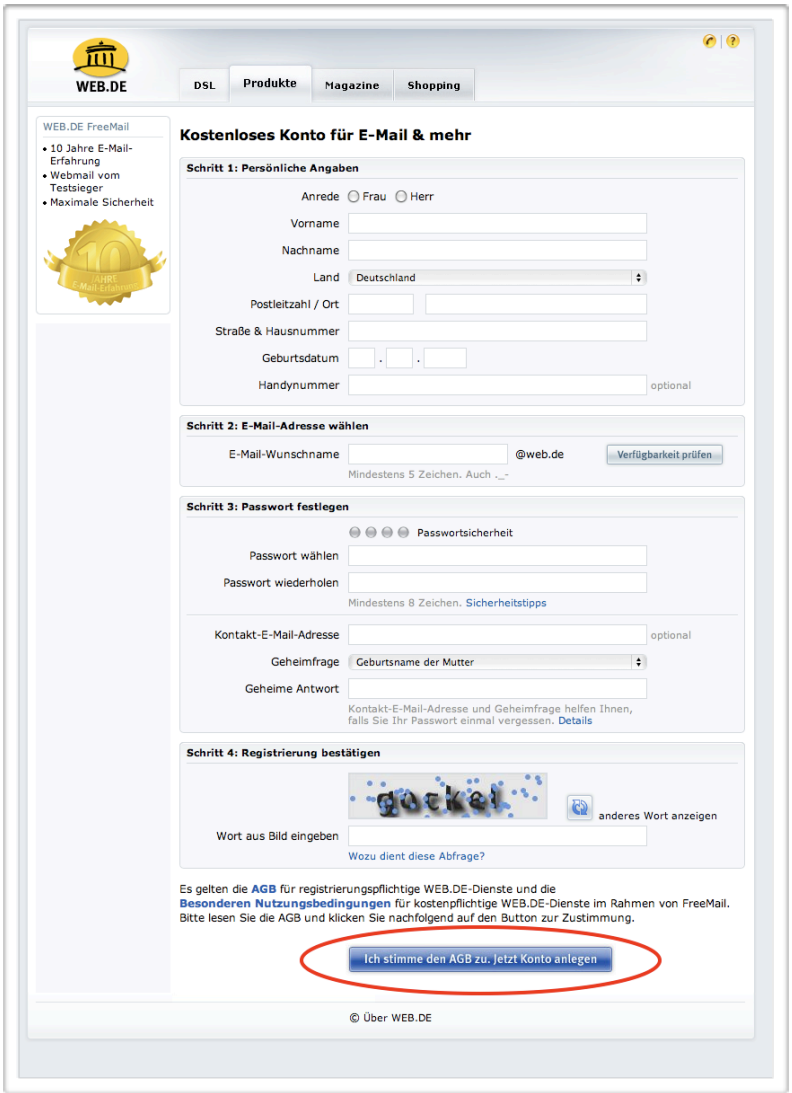
SCHRITT 1

Wir benötigen zunächst eine E-Mail-Adresse und einen Blog-Account. Aus Sicherheitsgründen verwenden wir neue Nutzerkonten, die keinen Rückschluss auf unsere Person zulassen. Ich empfehle ein E-Mail-Konto bei web.de und den Blog-Anbieter blogger.com. Blogger gehört zum vielfach kritisierten Google-Konzern. In diesem Fall profitieren wir von der „allwissenden“ Suchmaschine, weil unser Blog so im Internet besonders gut gefunden wird.



Aber zuerst richten wir uns eine anonyme E-Mail-Adresse ein: »www.web.de« aufrufen und auf »Hier kostenlose E-Mail-Adresse einrichten!« klicken.

Klicke dann auf »Jetzt kostenlos anmelden!«



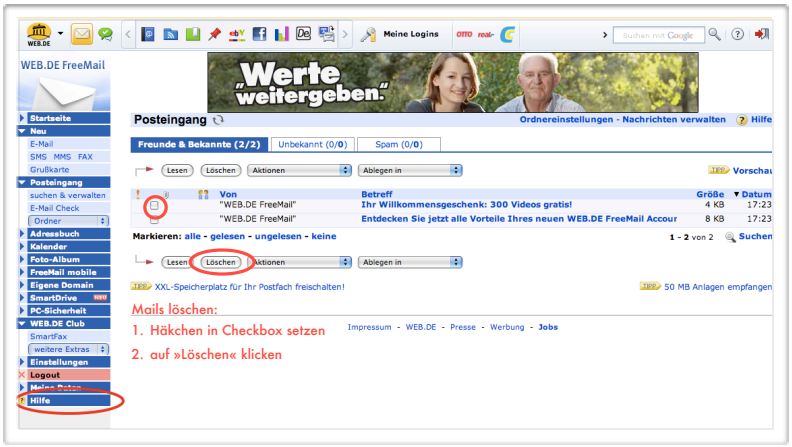
Das folgende Formular mit falschen Namen und Adressdaten ausfüllen. Ein sicheres Passwort mit einer Kombination aus Buchstaben und Zahlen wählen. Keine Handy-nummer angeben.

Wenn du eine Kontakt-E-Mail-Adresse angibst, denke daran, dass du so eine nachvollziehbare Verbindung zu deiner Person schaffst. Wenn du keine Kontakt-E-Mail-Adresse eingibst, darfst du dein Passwort auf keinen Fall verlieren!

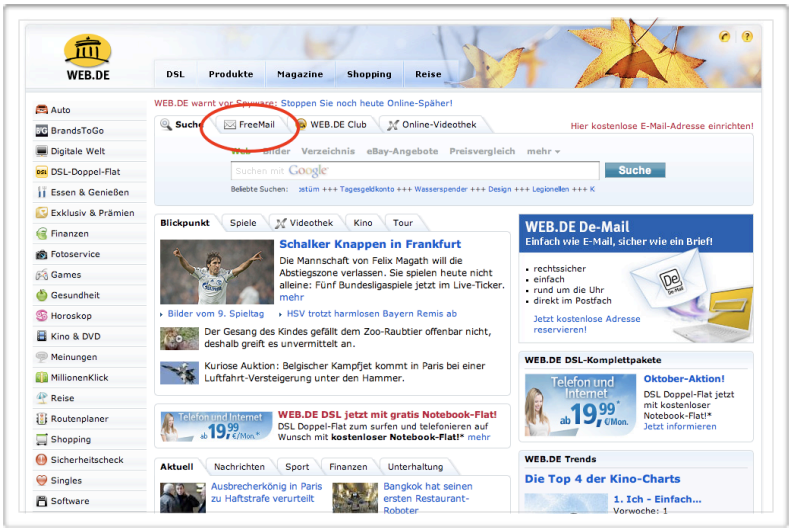
Am Ende den AGB zustimmen!

Von der »Willkommen-Seite« wechseln wir direkt ins E-Mail-Post-fach. Die angebotenen Extras sind für unser Vorhaben nicht relevant und überdies kosten-pflichtig.

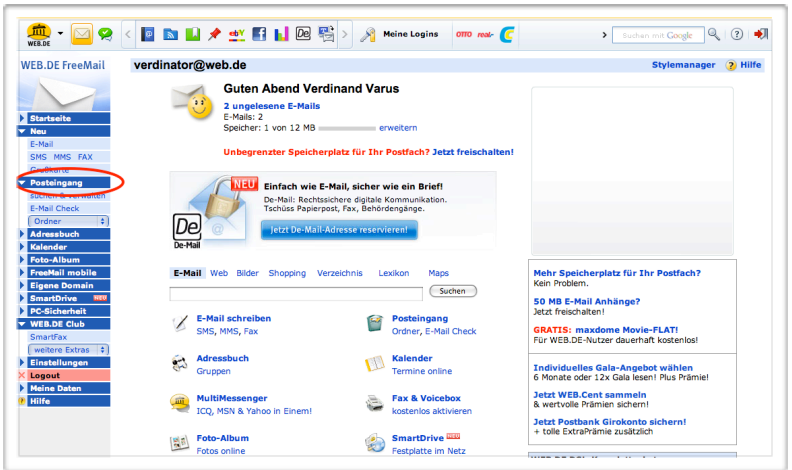
Spätestens beim Eingeben der Rechnungsadresse würden wir unsere wahre Identität offenlegen. Also Finger weg – auch von den Werbe-Mails, die web.de für den kosten-pflichtigen Dienst mit schöner Regelmäßigkeit verschickt.



In unserem Posteingang finden wir zwei Werbemails. Die kannst du getrost löschen. Wenn du später einmal Hilfe bei der Benutzung deines E-Mail-Accounts brauchen solltest, klicke auf »Hilfe« unten links.

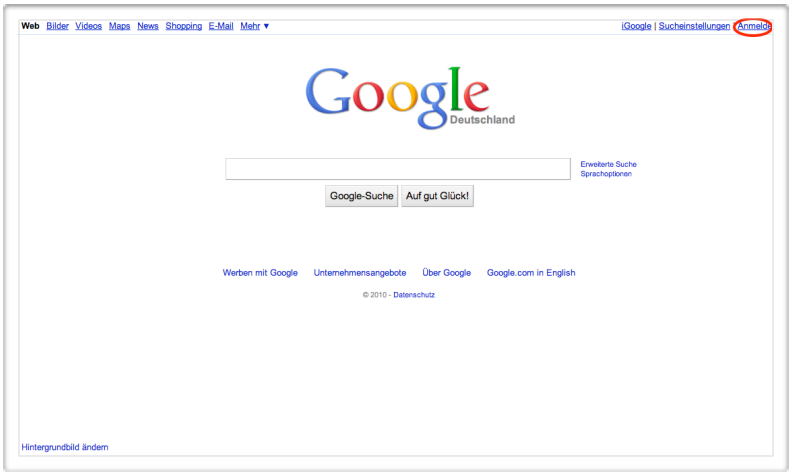


In Zukunft rufst du deinen E-Mail-Account über www.web.de auf und klickst dann auf den Reiter »FreeMail«. Melde dich dort mit deiner E-Mail-Adresse und deinem Passwort an.

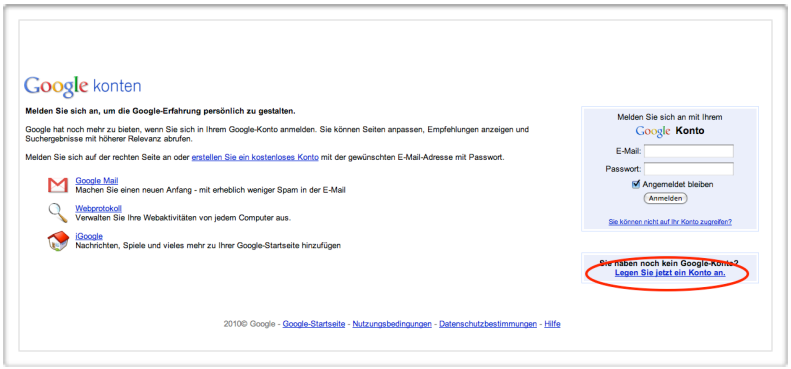


Zu deinen Mails kommst du durch einen Klick auf den »Posteingang« in der linken Navigation.

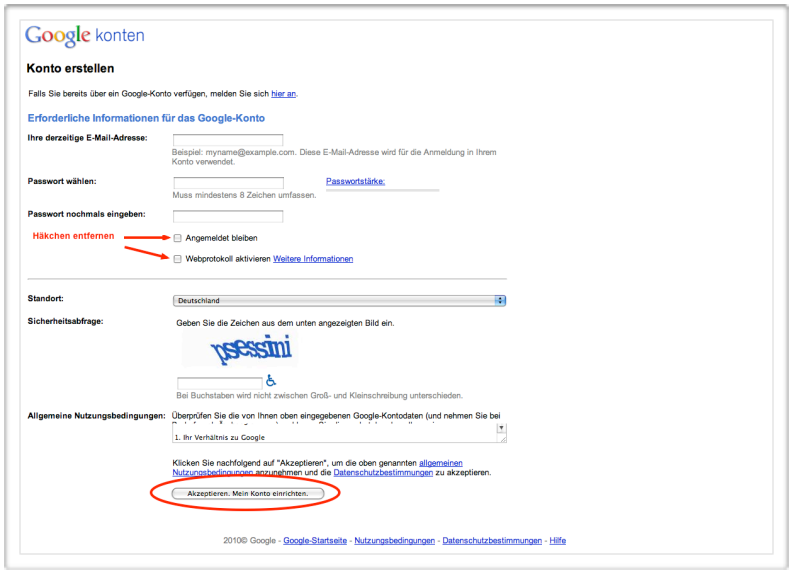
Web.de ist nur einer von vielen ähnlichen Anbietern. Im Prinzip kannst du genauso gut gmx.de, yahoo.com o.ä. nutzen. Auf keinen Fall aber solltest du Google-Mail auswählen. Bei gleichzeitiger Nutzung von Blogger gibst du sehr viele Daten preis und machst es dem Arbeitgeber unter Umständen leichter, herauszufinden, wer hinter dem Blog steckt.



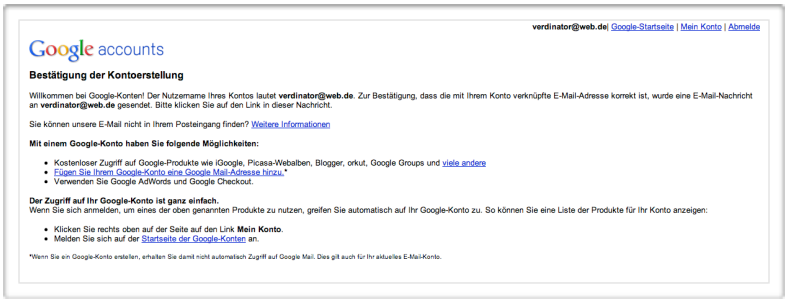
Für die Verbreitung unseres Blogs nutzen wir Google dagegen gerne und richten mit wenigen Klicks den notwendigen Account ein: www.google.de aufrufen und oben rechts auf »Anmelden« klicken.

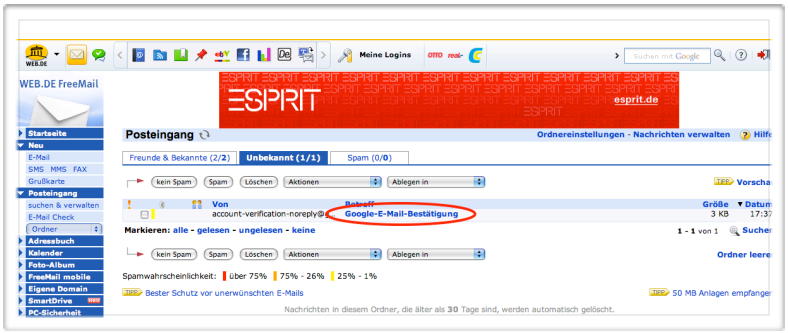


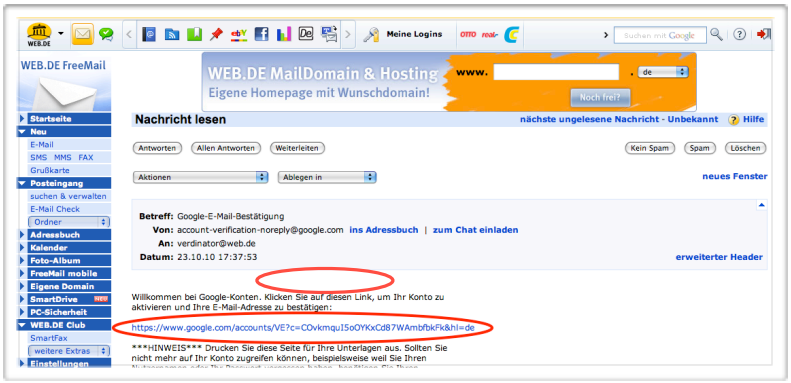
Klicke auf »Legen Sie jetzt ein Konto an«. Gib die eben erstellte E-Mail-Adresse ein und wähle ein anderes Passwort als vorher. Du solltest wieder Buchstaben und Zahlen verwenden und dir das Passwort an einer sicheren Stelle notieren!



Entferne die Häkchen in den Checkboxen per Mausklick und wähle »Akzeptieren«. Jetzt musst du deinen Account nur noch aktivieren.







Die folgende Seite, informiert dich darüber, dass Google ein Mail an dich geschickt hat. Dieses musst du bestätigen.

Rufe dazu dein E-Mail-Postfach auf und klicke auf den Reiter »Unbekannt«. (web.de sortiert Mails von Absendern, mit denen du nicht regelmäßig in Kontakt stehst, grundsätzlich hier ein. Das kannst du dir auch gleich für später merken, wenn du web.de für deine Blog-Korrespondenz nutzen möchtest.)

Rufe jetzt das Mail von Google auf und klicke auf den markierten Link.

Wenn du möchtest, dass Mails von Google in Zukunft direkt zugestellt werden, nutze das Pull-Down-Menu »Ablegen in« und wähle »Posteingang«. Web.de weiß jetzt, dass Mails dieses Absenders erwünscht sind. Google bestätigt dir nun die korrekte Aktivierung deines Kontos. Eine Handynummer fügst du selbstverständlich nicht hinzu. Stattdessen einfach das Fenster schließen.

Blog erstellen

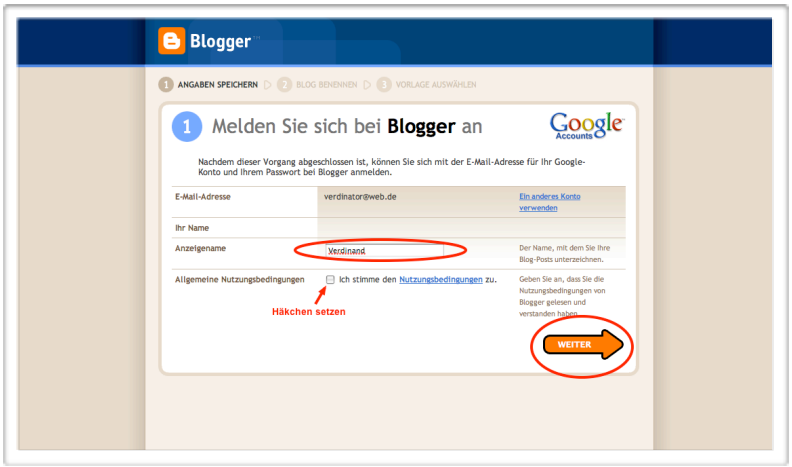
Mit Vorlagen ganz schnell zum Ziel

SCHRITT 2

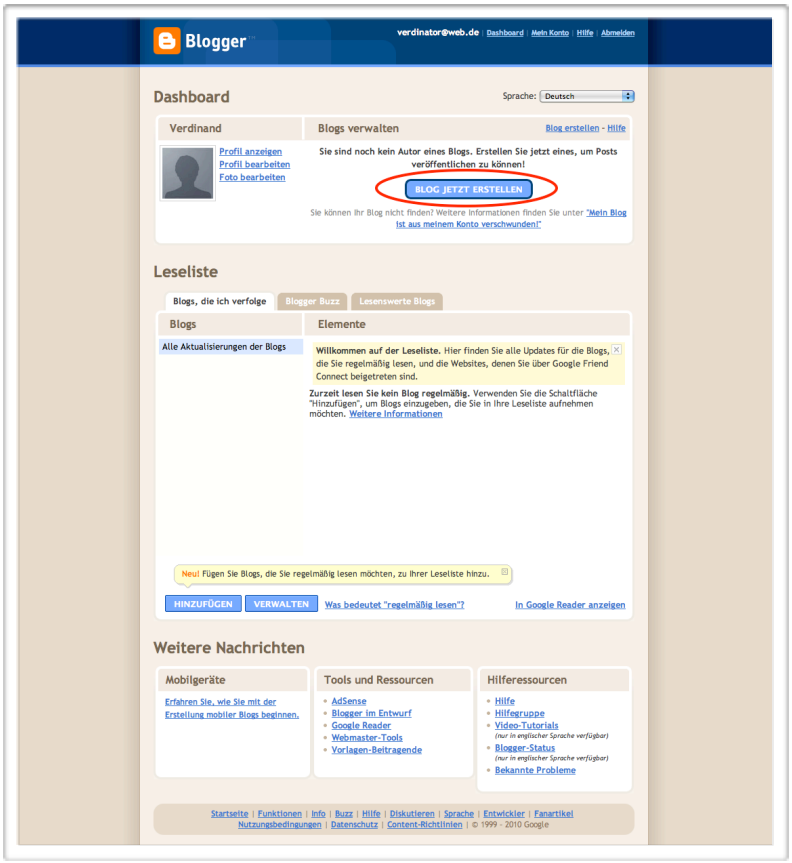
Jetzt beginnen wir mit der Einrichtung des Blogs. Dabei legen wir zunächst keinen Wert auf eine besondere Gestaltung oder ein ausgefallenes Design. Das Erscheinungsbild des Blogs können wir später mit wenigen Mausklicks ändern, ohne dass bereits eingegebene Texte oder Daten verloren gehen.

Zum Start rufst du die Seite www.blogger.com auf. Melde dich dort mit den Daten deines Google-Accounts an.

Wenn du die Checkbox »Angemeldet bleiben« aktivierst, setzt Google ein Cookie auf deinem Computer und meldet dich immer automatisch an, wenn du euer Blog aufrufst. Das ist eigentlich praktisch – aber auch gefährlich, wenn andere Personen diesen Rechner nutzen. Außerdem meldet dich Google auch dann an, wenn du die Suchmaschine oder irgendeinen anderen Google-Dienst nutzt. Deshalb verzichte ich grundsätzlich auf die dauerhafte Anmeldung!

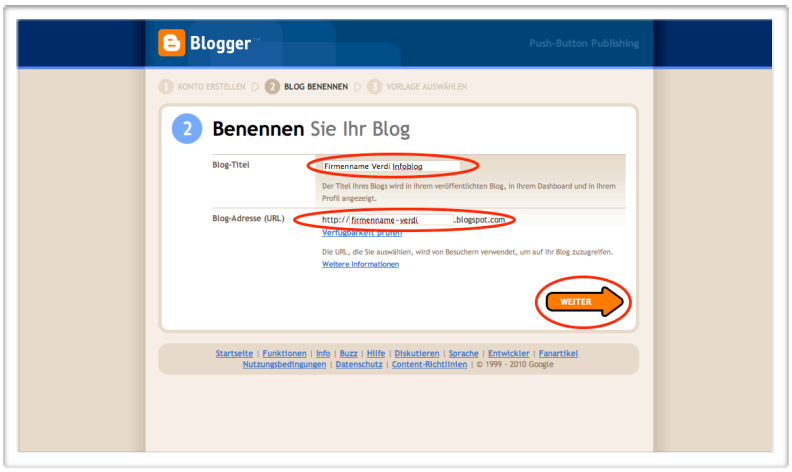


Im nächsten Schritt wählst du einen Namen unter dem deine Blog-Einträge in Zukunft erscheinen. Dieser Name wird immer für alle Blog-BesucherInnen sichtbar sein: Gib dich hier nicht persönlich zu erkennen! Jetzt noch die Nutzungsbedingungen akzeptieren und auf »Weiter« klicken.



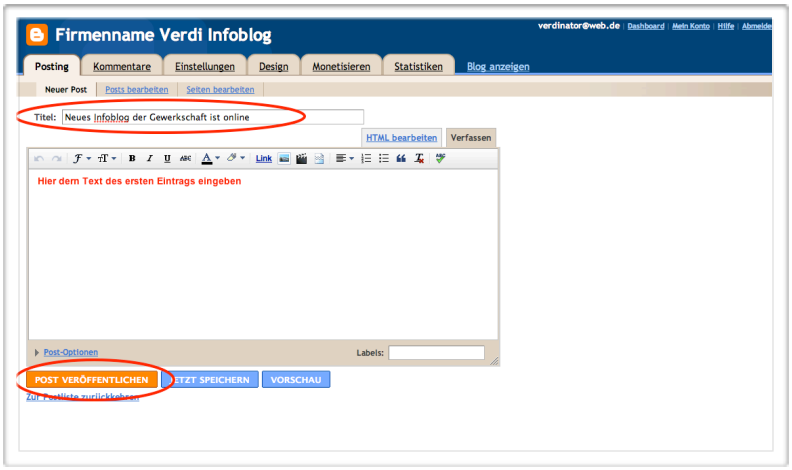
Das ist das »Dashboard«, sozusagen die Schaltzentrale eures Blogs. Hier kannst du alle möglichen Einstellungen vornehmen und weitere Google-Services auswählen. Manches ist sinnvoll, anderes verwirrend bzw. Futter für die Datenkrake Google. Deshalb wähle ich im Weiteren einen anderen Zugang zu den zentralen Blog-Funkionen.

Fürs erste klickst du einfach auf »Blog erstellen«.



Jetzt wählst du einen Namen für dein Blog und eine Blog-Adresse (URL), unter der BesucherInnen euer Blog später aufrufen können. Den Namen des Blogs kannst du später jederzeit ändern. Die URL ist dagegen dauerhaft und kann nur mit einem Trick geändert werden. Also gut überlegen! Ich empfehle eine simple aber bewährte Lösung: »firmenname-verdi«. Die URL lautet dann später firmenname-verdi.blogspot.com . Wähle jetzt die einfachste Vorlage aus und klicke auf »Weiter«.

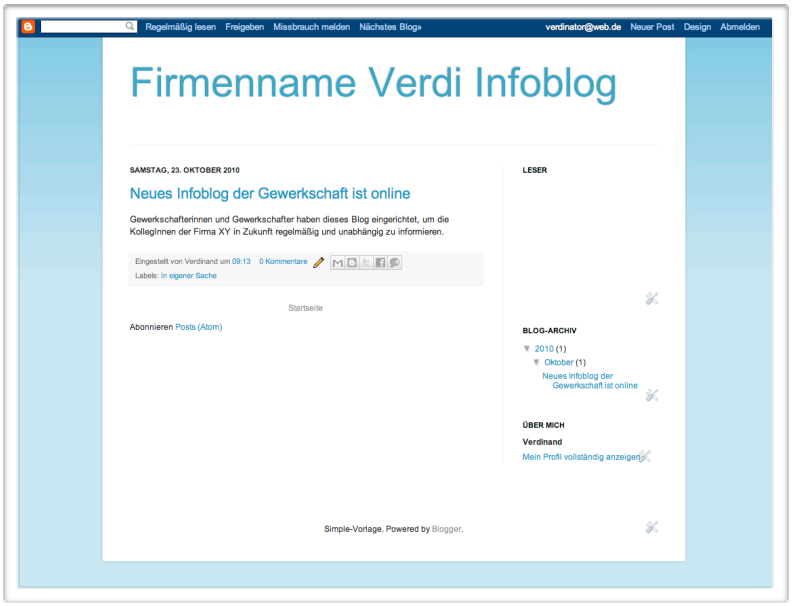
Geschafft! euer Blog ist fertig eingerichtet und online. Jetzt machen wir gleich einen kleinen Test-Eintrag. Klicke auf »Legen Sie los«.



Als erstes eine Überschrift für deinen Beitrag eingeben, dann einen kurzen Text.

Am Ende auf »Post veröffentlichen« drücken, und sich bei der Gelegenheit merken, dass Blog-Beiträge englisch »Post« genannt und mit einem langen „o“ gesprochen werden.

Jetzt lässt du dir zum ersten Mal euer Blog anzeigen.

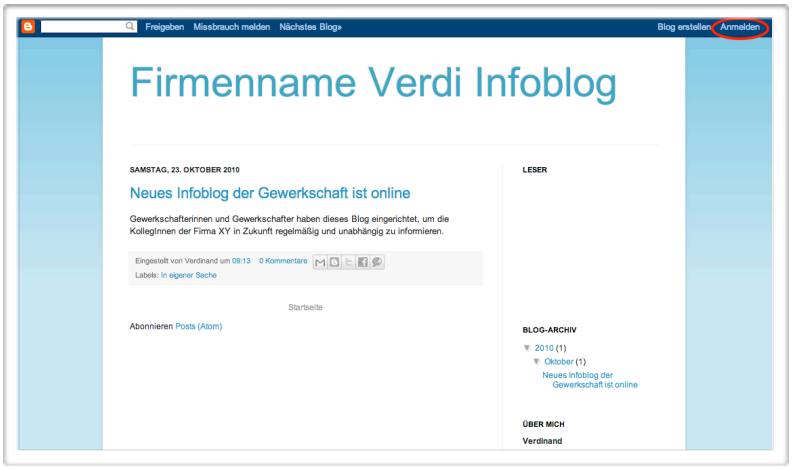


Zugegeben: Im Moment sieht das alles noch ein bisschen nackt aus, aber das werden wir im Weiteren schnell ändern!

Beiträge verfassen und bearbeiten

Arbeiten mit dem WYSIWYG-Editor

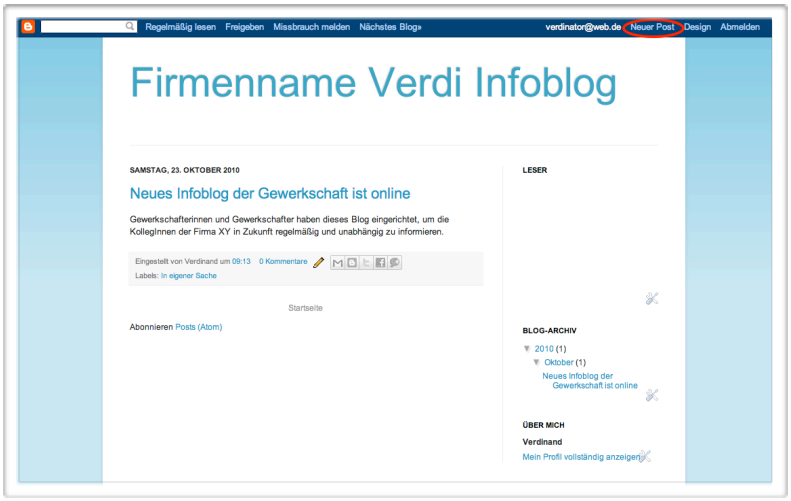
SCHRITT 3



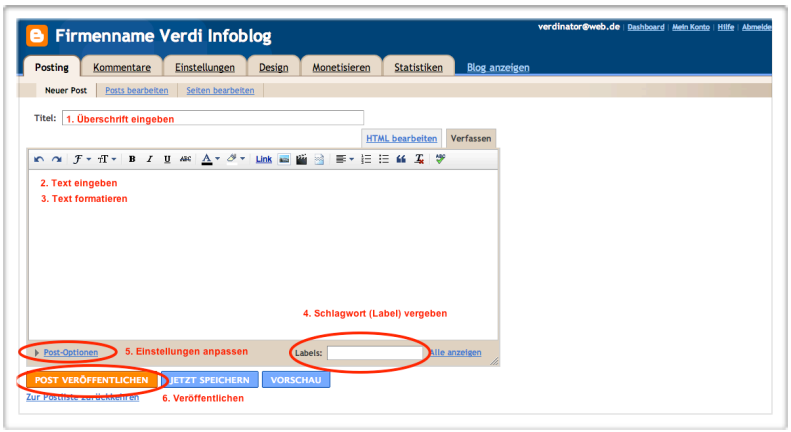
Wenn du einen neuen Beitrag online stellen möchtest, startest du auf deiner Blog-Seite im Internet. Ruf dein Blog ganz normal auf und klicke dann oben rechts auf »Anmelden«.

Auf der Blogger-Seite meldest du dich mit deinem Google-Account an.

Im Dashboard wählst du »Blog anzeigen« oder klickst auf »Neuer Post«, dann kannst du den nächsten Schritt überspringen.



Wenn du bei Google angemeldet bist und deinen Blog aufrufst, siehst du oben rechts über deinem Blog einige Links mit Funktionen. Du kannst jetzt einen neuen Post verfassen, das Design deines Blogs verändern oder dich abmelden.



Wenn du einen Beitrag verfasst, halte dich am besten immer an eine bestimmte Reihenfolge, damit du nichts vergisst:

1) Wähle eine Überschrift für deinen Post: kurz, knapp und pointiert. 5 bis 8 Worte sind ideal. Die besten Schlagzeilen macht immer noch die BILD (egal, was man sonst von diesem Blatt halten mag). Orientier‘ dich an deren Stil und finde deutliche Worte für euer Anliegen!

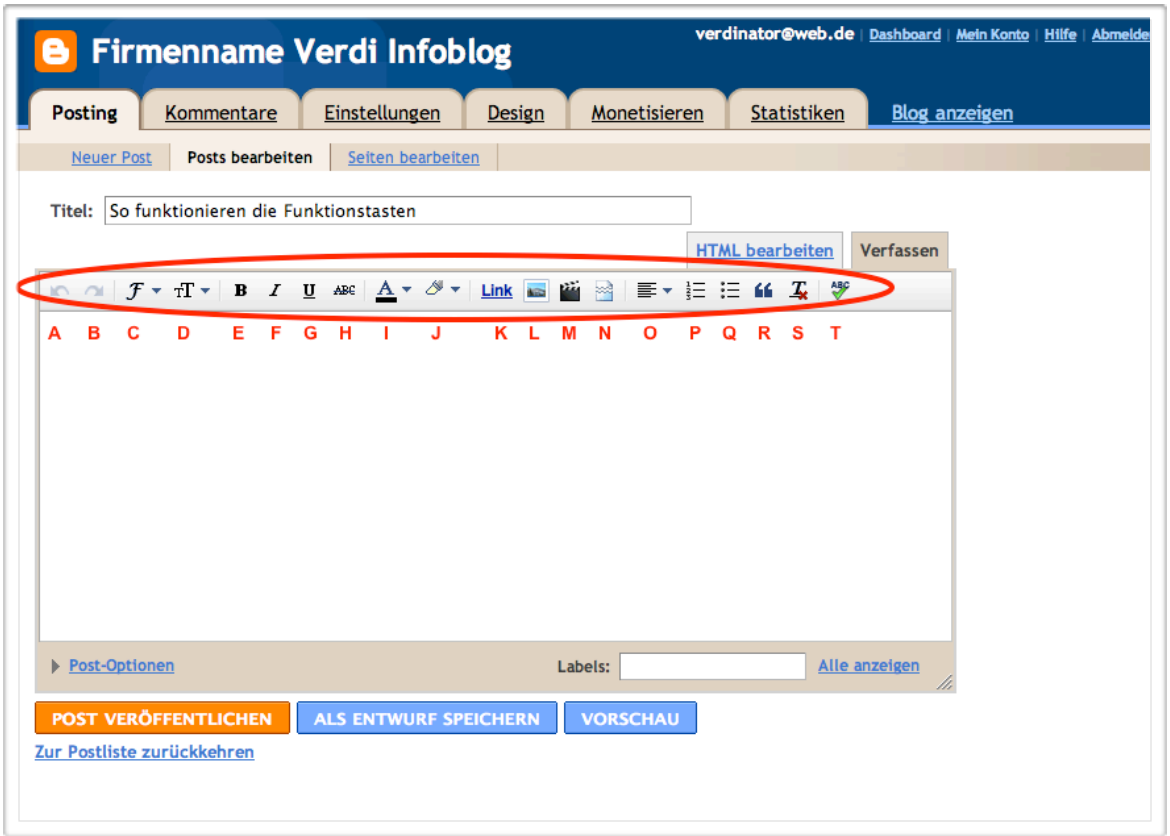
2) Jetzt den Text des Beitrags eingeben. Auch hier gilt: kurze, prägnante Sätze (maximal 14 Worte pro Satz). Alle 4 bis 6 Sätze solltest du einen Absatz machen (jeweils mit einer Leerzeile zwischen den Absätzen). Niemand liest gerne lange, umständliche Texte. Komm‘ schnell auf den Punkt, das ist im Internet noch wichtiger als bei Drucksachen!

3) Jetzt kannst du den Text formatieren, z.B. „Fettdruck“ oder Links einsetzen, die auf andere Webseiten verweisen. Wie das geht, erkläre ich im nächsten Abschnitt.

4) Ganz wichtig: Vergib für jeden Post, ein oder mehrere Schlagworte, z.B. „Tarifverhandlungen“, „Entlassungen“, „Arbeitsrecht“ o.ä. – diese Schlagworte erleichtern euren LeserInnen die Orientierung im Blog ganz erheblich.

5) Prüfe die »Post Optionen«, hier kannst du z.B. einstellen, wann ein Beitrag erscheinen soll und ob Kommentare zulässig sind.

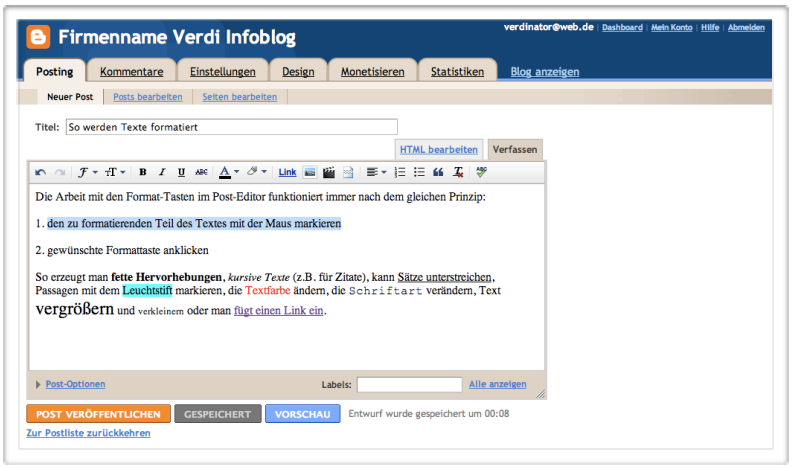
6) Veröffentliche deinen Beitrag.



In der oberen Leiste des Blog-Editors findest du verschiedene Symbole, ähnlich wie bei Word. Der Editor von Blogger ist ein so genannter WYSIWYG-Editor. Die Abkürzung steht für „What you see is what you get“, d.h. du siehst schon im Eingabe-Fenster, was die verschiedenen Tasten bewirken.

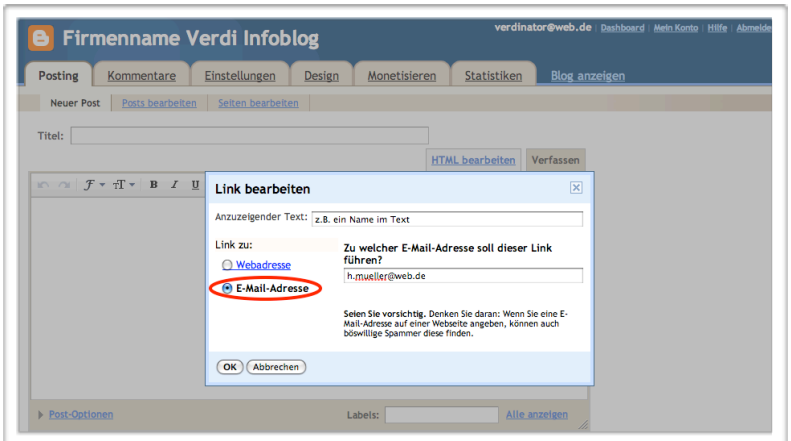
Hier eine kurze Erklärung zu den einzelnen Tasten: **A)** eine Eingabe rückgängig machen **B)** Wiederherstellen (sozusagen „rückgängig machen“ rückgängig machen) **C)** Schriftart auswählen **D)** Schriftgröße verändern **E)** Fettdruck **F)** Text kursiv setzen **G)** Text unterstreichen **H)** Text durchstreichen **I)** Textfarbe auswählen **J)** Leuchtstift benutzen **K)** einen Link setzen **L)** ein Bild einfügen **M)** einen Film-Clip einfügen **N)** einen Absatz einfügen (2 mal »Return« drücken hat in der Regel denselben Effekt) **O)** Text ausrichten: linksbündig, rechtsbündig oder mittig **P)** eine Aufzählung mit Ziffern am Zeilenanfang **Q)** Aufzählung mit Punkten am Zeilenanfang **R)** einen Absatz als Zitat kennzeichnen: der Text wird dann automatisch eingerückt **S)** alle Formatierungen entfernen (wichtig, wenn du Texte z.B. aus Word in dein Editor-Fenster hineinkopierst) **T)** Rechtschreibprüfung für markierten Text.

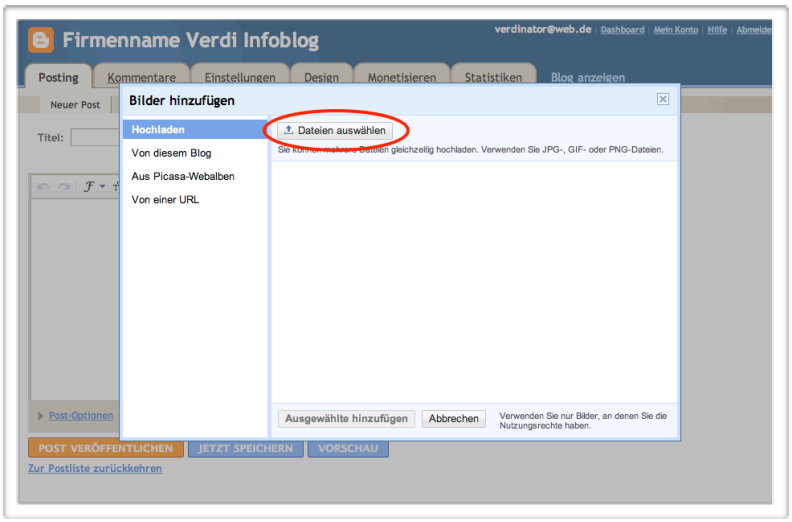
Übrigens: Du musst dir nicht alle Funktionen merken. Wenn du die Maus über eine der Tasten führst und kurz wartest, wird dir eine kleine Erklärung angezeigt.

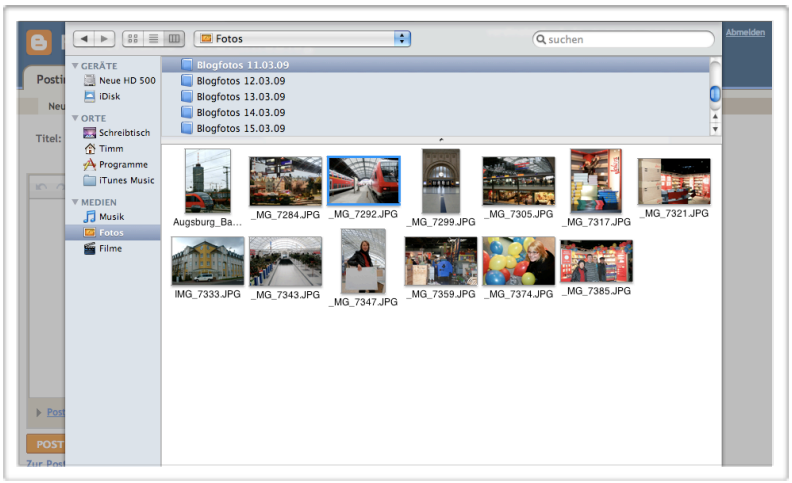


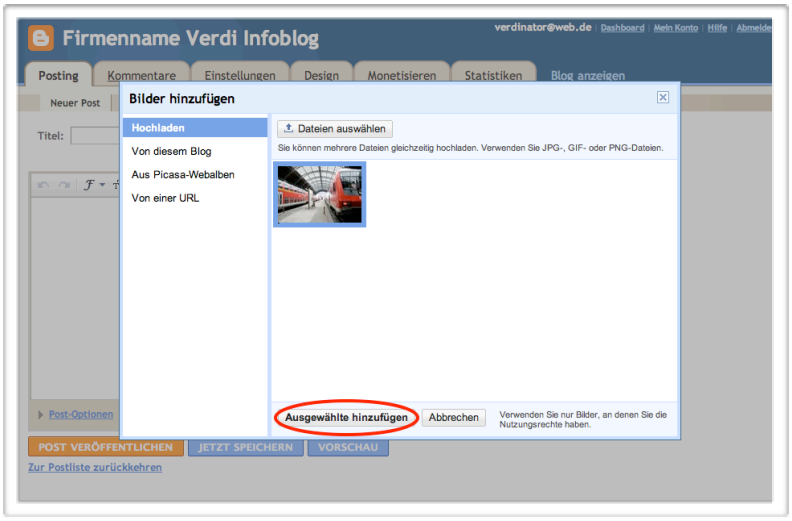
Die Arbeit mit den Format-Tasten im Post-Editor funktioniert immer nach dem gleichen Prinzip: Will man ein Wort z.B. **fett** setzen, markiert man das Wort mit der Maus und klickt dann auf die **B-Taste**. Will man die Fettung entfernen, markiert man wiederum das Wort und drückt nochmals auf die **B-Taste**. Durch Klick auf die T_x-Taste kann man sämtliche Formatierungen im markierten Text entfernen.

So genannte »Links« ermöglichen den Sprung von einer Internet-Seite zur nächsten per Mausklick. Wir nutzen die Funktion, um z.B. auf Pressemeldungen über unser Unternehmen hinzuweisen. Es ist ganz einfach: Markiere ein Wort mit der Maus, z.B. das Wort „SPIEGEL“ in dem Satz „Über diese Missstände berichtete auch schon der SPIEGEL.“ Klicke jetzt auf die Link-Taste und gib im folgenden Fenster „http://www.spiegel.de“ ein. Danach bestätigst du mit »OK«. Klickt man jetzt auf das Wort „SPIEGEL“ in eurem Beitrag, wird man direkt zu spiegel.de weitergeleitet. Auf die gleiche Weise kann man auch E-Mail-Adressen im Text hinterlegen. Klickt eineR eurer LeserInnen dann auf den Link, öffnet sich automatisch das E-Mail-Programm und er kann ein Mail an die Adresse schreiben. Probier‘ es einfach mal aus!









Wenn dein Post ein Bild enthalten soll, beginnst du mit dem Hochladen des Bildes. In einen Text nachträglich Bilder einzufügen, kann zu Problemen führen. Wenn das Bild erstmal in deinem Editor bereitgestellt ist, kannst du wahlweise davor oder dahinter Text einfügen. Drück dazu die Pfeiltasten auf der Tastatur, bis die Einfügemarke (sog. „Cursor“) vor oder hinter dem Bild blinkt.

Um ein Bild in einen Beitrag einzubinden, klickst du auf das Bild-Symbol. Nun öffnet sich ein Fenster in dem du ein Bild auswählen kannst, z.B: von deiner Festplatte aber auch aus dem Internet. Wenn du Bilder aus dem Internet verwendest, stelle sicher, dass die Bilder „Rechte frei“ sind – die Verletzung von Urheberrechten kann teuer werden!

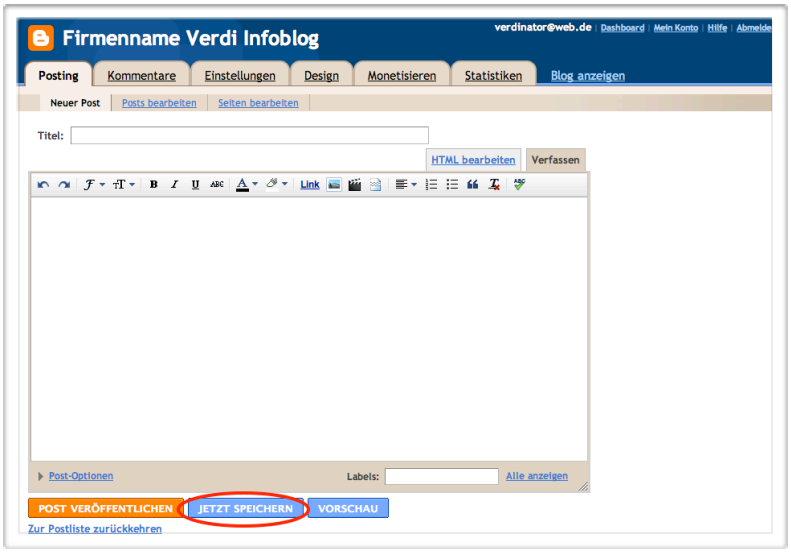
Um ein Bild von deiner Festplatte hinzuzufügen, klickst du zunächst auf »Dateien auswählen«, manövrierst dann zu der entsprechenden Datei auf deinem Rechner, wählst das Bild per Doppelklick aus und drückst anschließend auf »Ausgewählte hinzufügen“. Es dauert je nach Geschwindigkeit deiner Internet-Verbindung eine gewisse Zeit, bis der Hochlade-Vorgang abgeschlossen ist.

Nach Ende des Lade-Vorgangs schließt du das »Bilder hinzufügen«-Fenster mit einem Klick in die rechte obere Ecke.

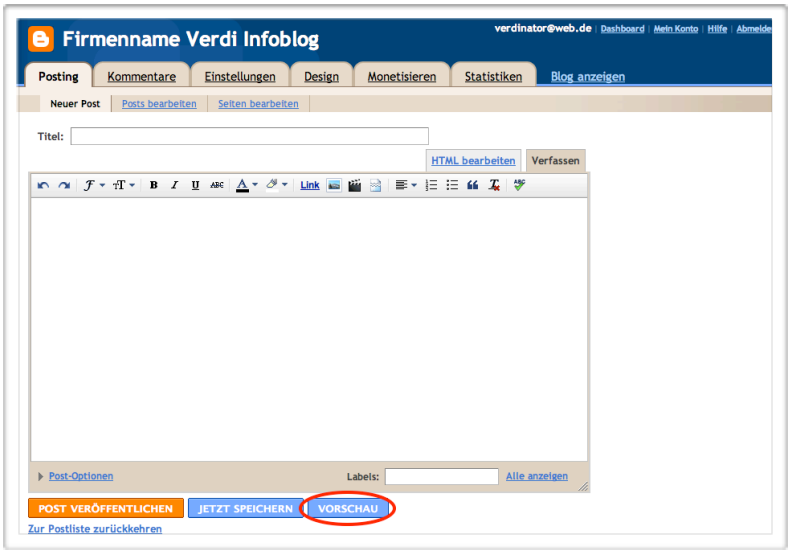
Im Blog-Editor erscheint jetzt das ausgewählte Bild. Unterhalb des Bildes ist eine kleine blaue Linkleiste. Per Mausklick kannst du entscheiden, wie groß das Bild angezeigt werden soll und auf welcher Position (links, rechts oder zentriert). In der Regel empfiehlt sich die Auswahl »Mittel« und »zentriert«. Wenn du willst, kannst du jetzt auch noch eine Bildunterschrift hinzufügen.

Voilà! Bilder beleben euer Blog entscheidend und sorgen für erhöhte Aufmerksamkeit.

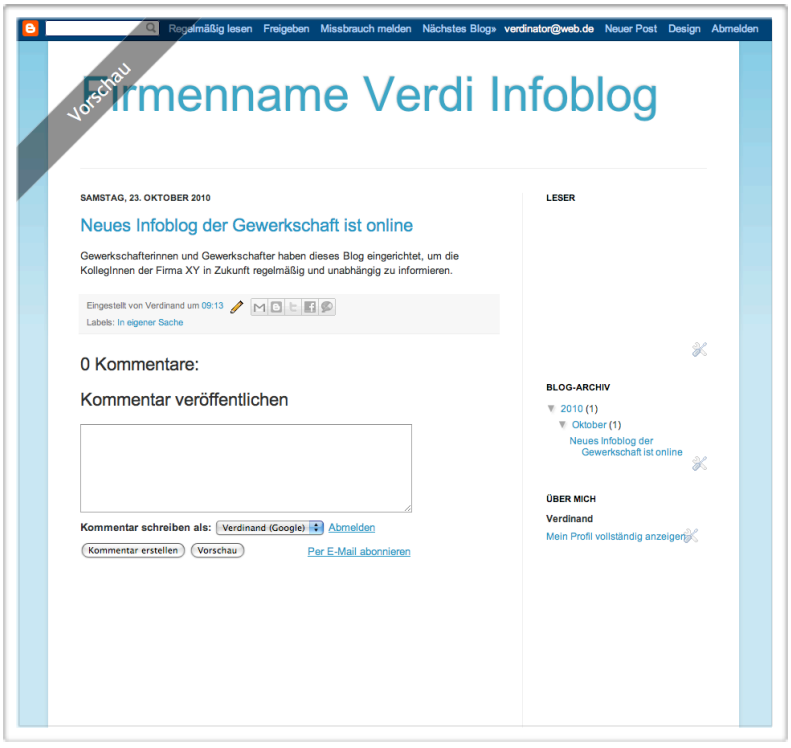
Wenn du Bilder von KollegInnen ins Blog stellst, frag‘ sie vorher, ob sie damit einverstanden sind. Nicht jedeR will als Streikposten im Internet gezeigt werden! Auf Bilder von Chefs sollte grundsätzlich verzichtet werden. Die Verletzung von Persönlichkeitsrechten kann richtig Ärger geben! Übrigens: Die Arbeit mit Film-Clips funktioniert genauso einfach.



Während der Arbeit an einem Beitrag, solltest du deine Fortschritte ab und an speichern. Benutze dazu die Taste »Jetzt speichern«. Über die Postliste kannst du später immer wieder zu deinem Beitrag zurückkehren und weiterarbeiten.

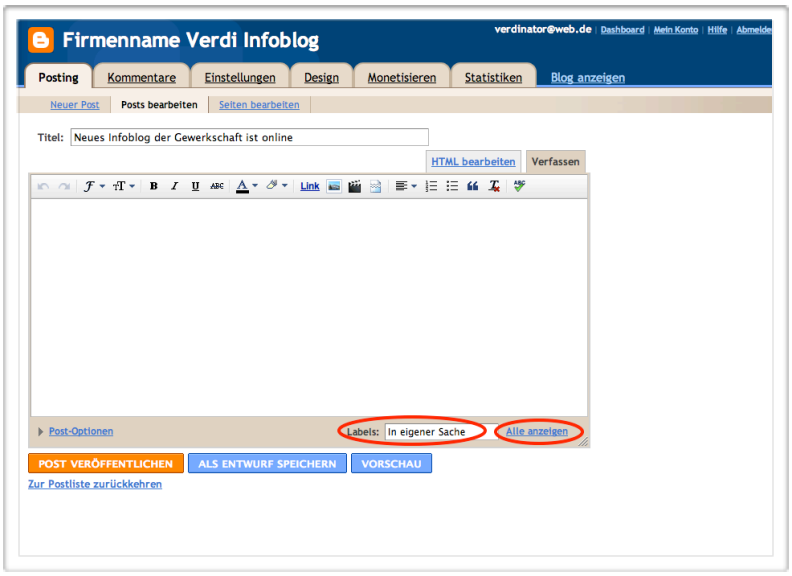


Wenn du vor der Veröffentlichung sehen möchtest, wie dein Post im Internet aussehen wird, drückst du die Taste »Vorschau«.

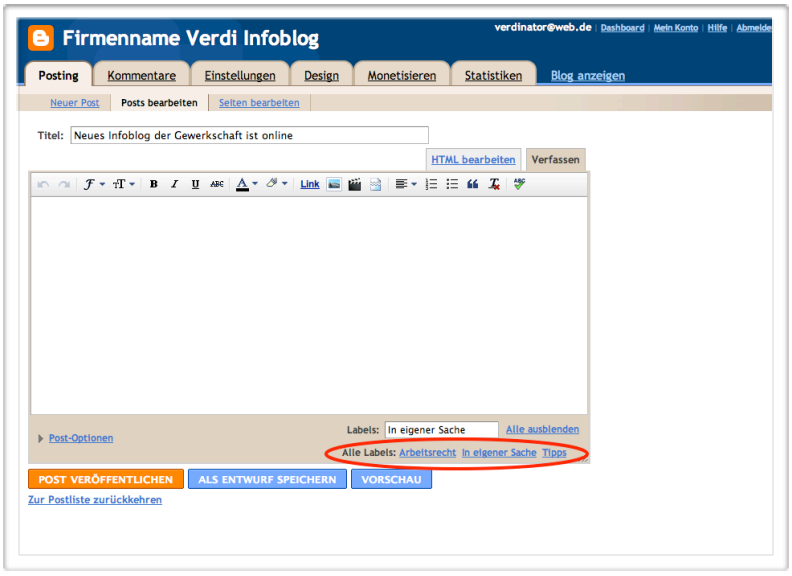


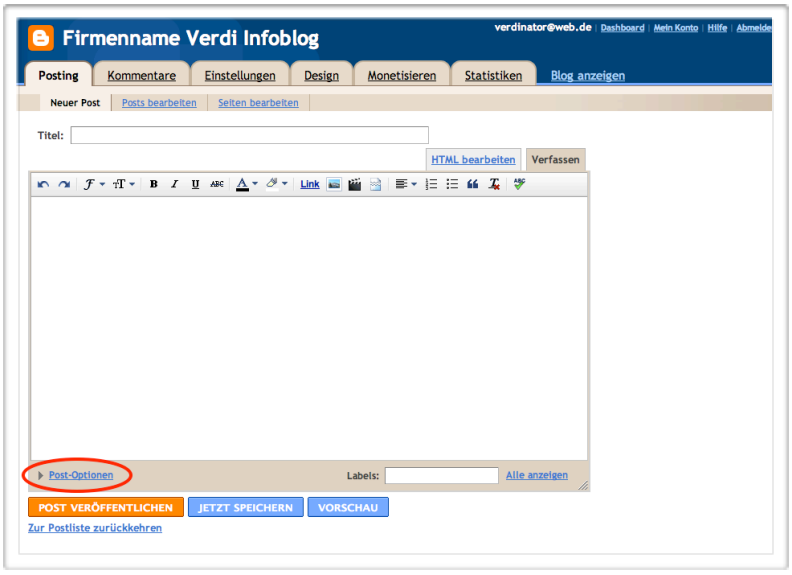
Dein Blog-Beitrag wird jetzt in einem neuen Browser-Fenster angezeigt. Diese Darstellung erleichtert das Korrekturlesen übrigens ganz ungemein!

Um die Vorschau zu beenden, schließt du einfach das Fenster in deinem Browser.



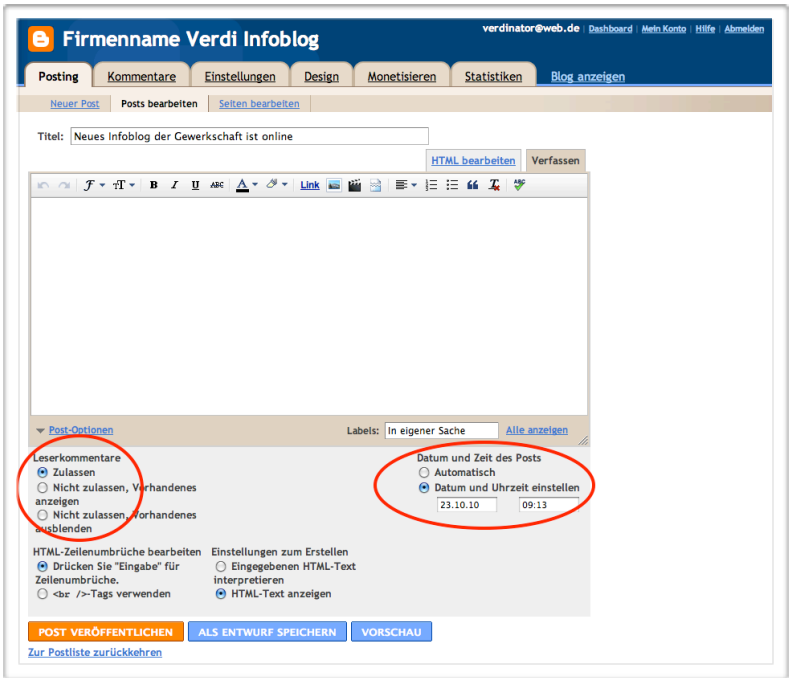
Bevor du deinen Post veröffentlichst, solltest du unbedingt passende Schlagworte (»Labels«) vergeben. Alle Beiträge zu bestimmten Labels werden später in der Seitenleiste eures Blogs angezeigt und ermöglichen euren LeserInnen, sich zu einem bestimmten Thema umfassend zu informieren. Z.B. kann man sich dann alle Beiträge zum Thema „Tarifverhandlungen“ auf einer Seite anzeigen lassen. Alle Labels werden in einer Liste gesammelt, die du mit einem Klick auf »Alle anzeigen« aktivierst. Hier kannst du per Mausklick aus vorhandenen Schlagworten auswählen.

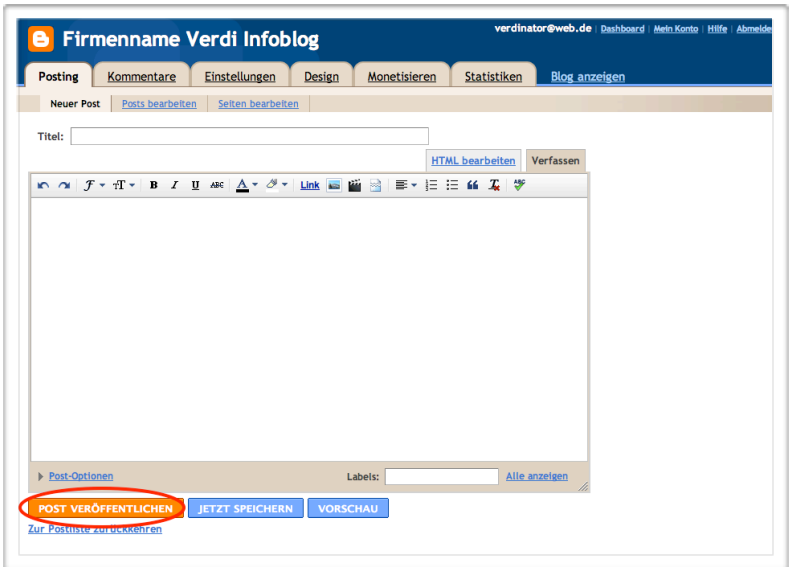


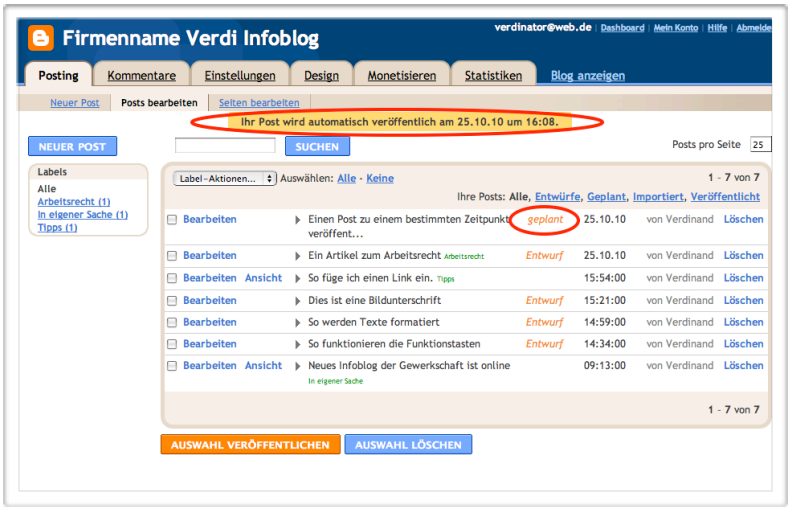


Weitere interessante Möglichkeiten eröffnet der Button »Post Optionen« unten links im Editor-Fenster.

Hier kannst du einstellen, wie mit Kommentaren eurer LeserInnen verfahren wird und welches Veröffentlichungsdatum unter dem Blog-Post erscheint. Es ist auch möglich, Beiträge zu einem Zeitpunkt in der Zukunft zu veröffentlichen.



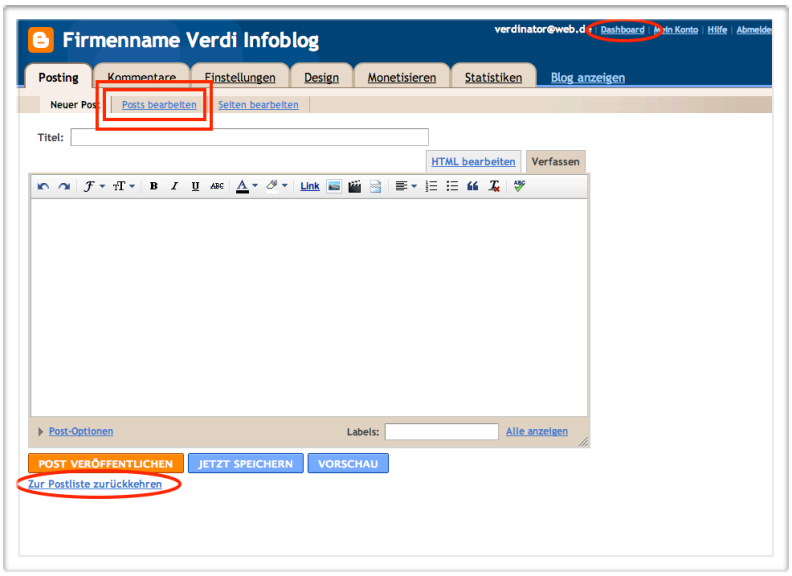


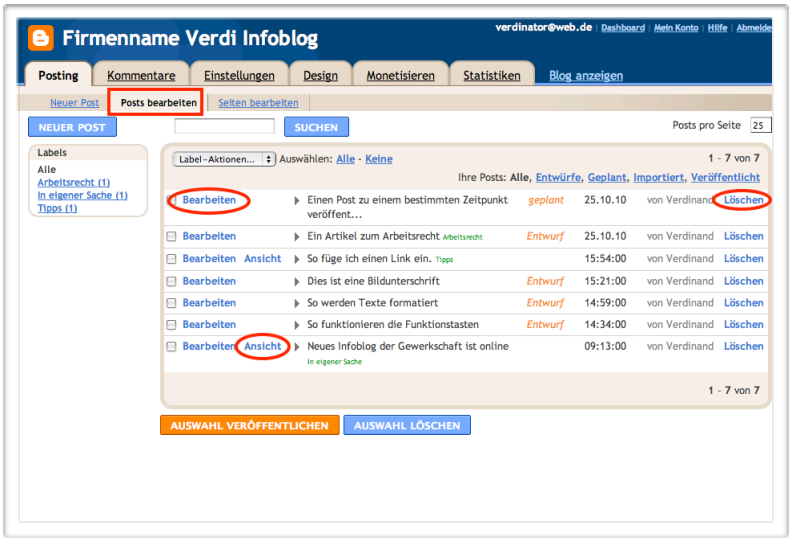


Im nächsten Kapitel lernst du, wie die Kommentar-Funktionen für das gesamte Blog eingestellt werden. Im Editor-Fenster bestimmst du über den Button »Post-Optionen«, wie bei einem einzelnen Post mit Kommentaren verfahren wird – unabhängig von den globalen Einstellungen. Das ist manchmal hilfreich, z.B. wenn bei einem Thema die Wellen gar zu hoch schlagen!

Im rechten Bereich unter »Datum und Zeit des Posts« wählst du ein Veröffentlichungsdatum. So kannst du z.B. am Mittwoch einen Post mit Datum vom Dienstag online stellen. Wenn du ein Datum in der Zukunft auswählst, geht dein Beitrag zu diesem Zeitpunkt automatisch online. In der »Postliste« erscheint bei diesem Beitrag dann der Vermerk »geplant«.

Achtung! Das funktioniert nur bei Beiträgen, die vorher noch nicht online gestellt wurden!





Apropos »Postliste«: Diese kannst du im Editor-Fenster jederzeit durch Klick auf »Posts bearbeiten« oder »Zurück zur Postliste« aufrufen.

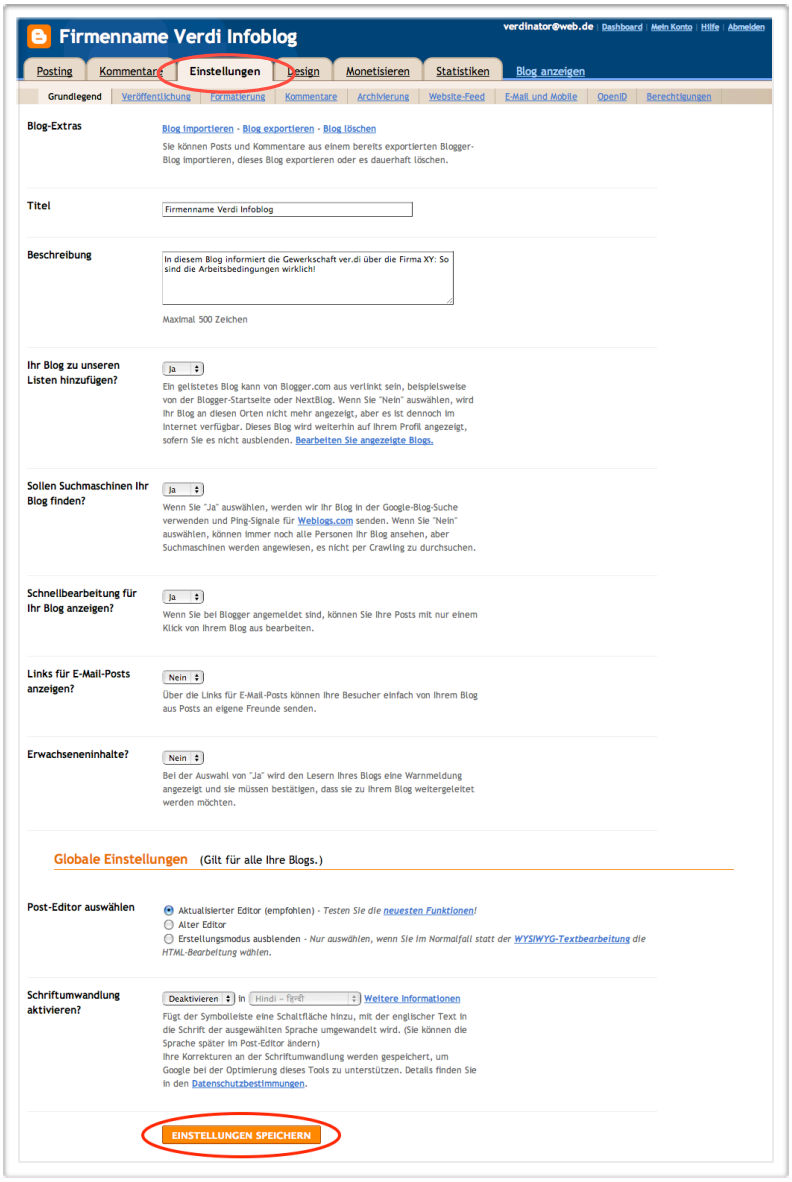
Die Postliste erleichtert den Überblick über deine Beiträge und du kannst bereits veröffentlichte Beiträge nachträglich anpassen, löschen oder auch einfach nur offline stellen, ohne das Inhalte verloren gehen. Dazu klickst du auf »Bearbeiten« bei einem bestimmten Post und drückst im daraufhin erscheinenden Post-Editor auf »Speichern« statt »Veröffentlichen«. Der Post erscheint dann als »Entwurf« in der Post-Liste und ist für LeserInnen eures Blogs (vorübergehend) nicht sichtbar. Wenn du einen Entwurf (wieder) online stellen möchtest, gehst du genauso vor und klickst stattdessen auf »Veröffentlichen«.

Sehr praktisch sind auch die »Label Aktionen« links oben. Du kannst mehrere Posts per Checkbox auswählen und ihnen in einem einfachen Schritt bestimmte Schlagworte zuweisen. Das bietet sich vor allem dann an, wenn unterschiedliche AutorInnen eures Blogs ähnliche Schlagwörter vergeben haben sollten, die eigentlich zu einem Thema gehören, oder wenn einzelne AutorInnen die Vergabe von Schlagworten grundsätzlich vergessen. Kurz: eine prima Funktion, um mit wenig Aufwand wieder Ordnung im Blog zu schaffen!

Die wichtigsten Einstellungen

… und wie man weitere AutorInnen für das Blog freischaltet

SCHRITT 4

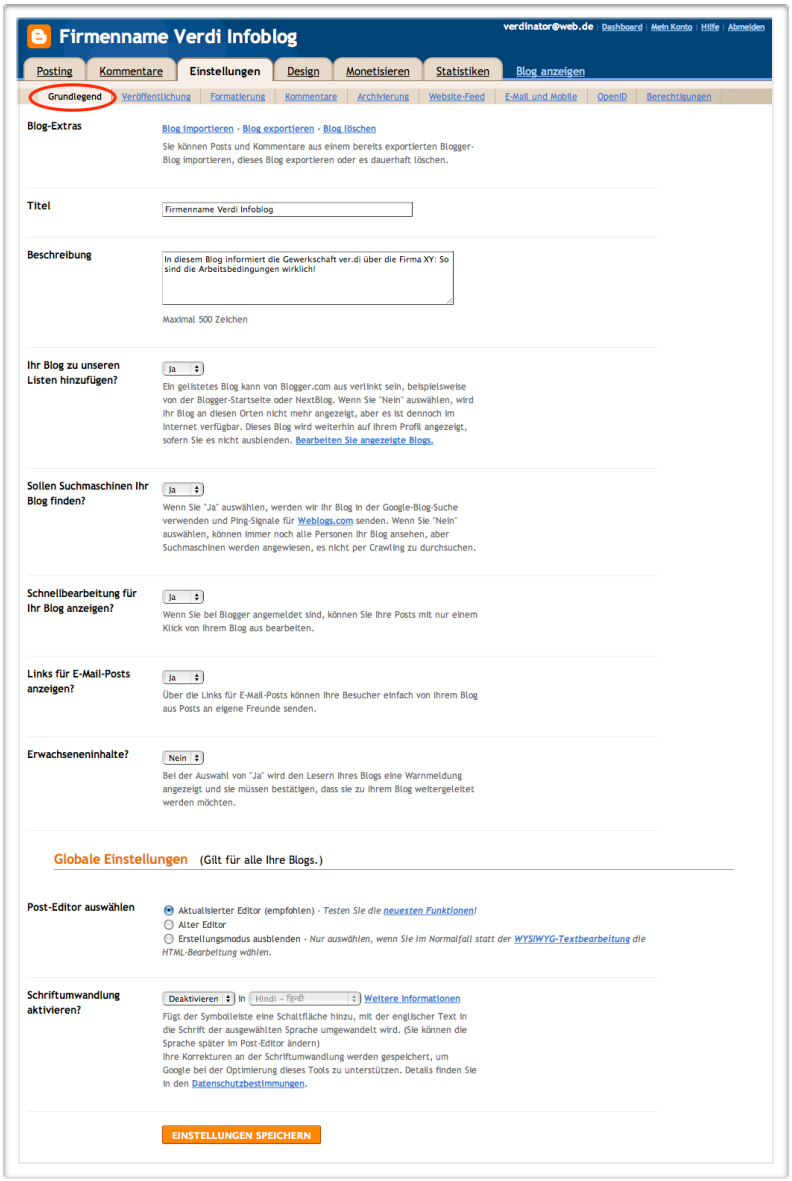


Im Fenster »Einstellungen« werden Parameter definiert, die für das gesamte Blog gelten. Außerdem werden hier zentrale Textbausteine eingegeben. So kannst du hier den Blog-Titel (nicht die URL) ganz einfach ändern oder die Beschreibung deines Blogs anpassen, die unterhalb des Titels erscheint.

Über den Reiter »Berechtigungen« kannst du weitere KollegInnen zum Bloggen einladen und freischalten.

Im Folgenden werden die wichtigsten Einstellungen erklärt, und ich gebe eine Empfehlung, was wie eingestellt werden sollte.

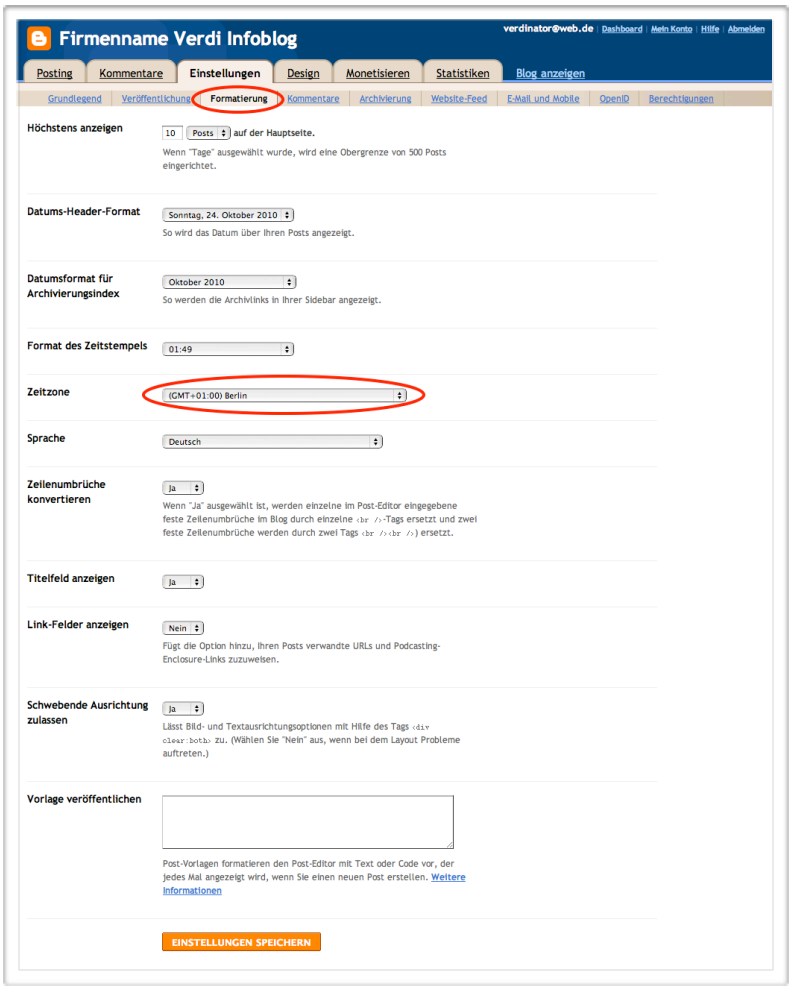
Wichtig: Wenn du deine Einstellungen angepasst hast, das Speichern nicht vergessen! Blogger zeigt eine entsprechende Bestätigung an, wenn die Änderungen erfolgreich gespeichert wurden.



Klicke unter dem Reiter »Einstellungen« den Button »Grundlegend« an und folge am besten einfach den hier angegebenen Empfehlungen. Die vorgeschlagenen Einstellungen stellen sicher, dass euer Blog von den Suchmaschinen gut gefunden wird und sich so im Internet möglichst schnell verbreitet.

Auf zwei Punkte möchte ich noch kurz eingehen: Die Import/Export-Funktion ganz oben verwendest du, wenn du eine neue Internet-Adresse (URL) für dein Blog erstellen möchtest. Du richtest ein neues Blog unter der gewünschten Adresse ein, exportierst das bestehende Blog und speicherst die Export-Datei auf deinem Computer. Danach rufst du das neue Blog auf und importierst diese Datei wieder. Schon ist euer Blog „umgezogen“.

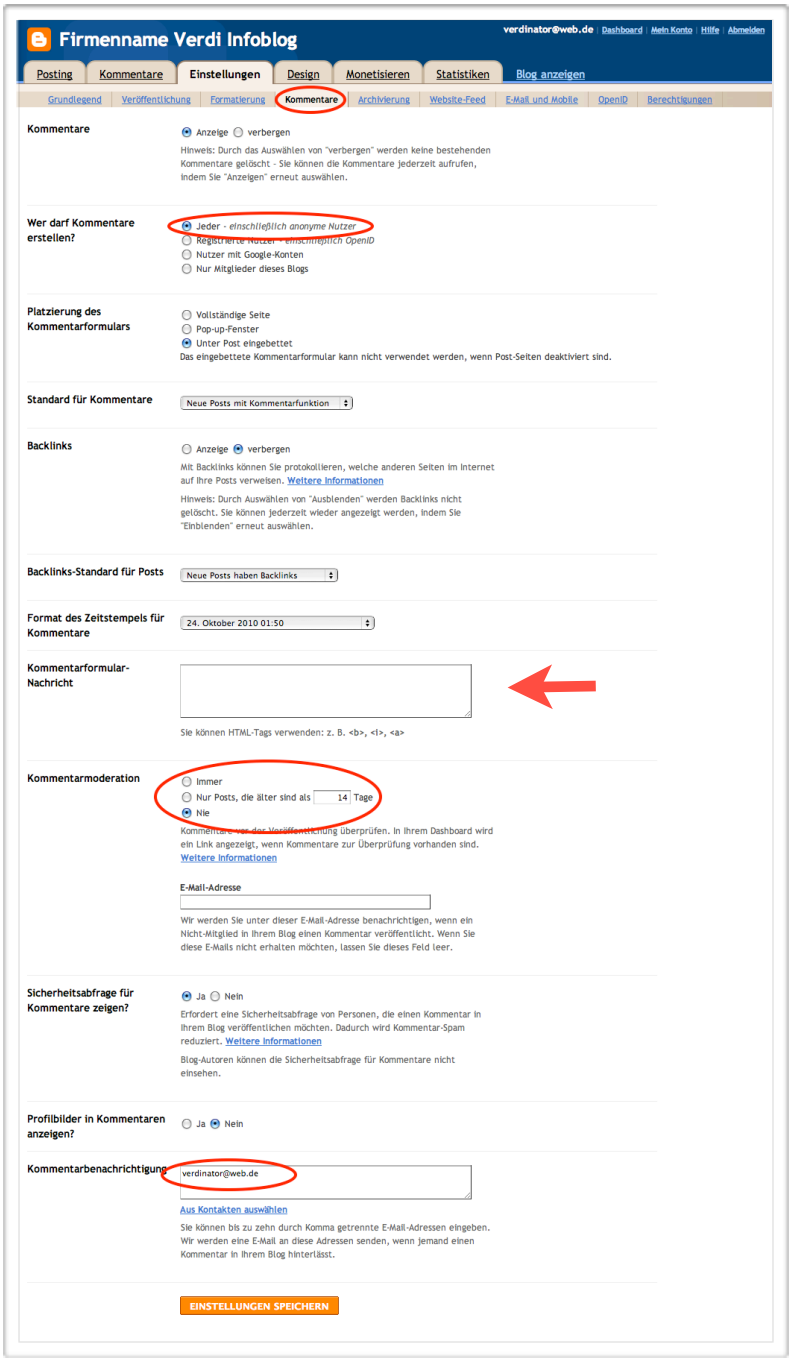
Die Funktion »Schnellbearbeitung« ermöglicht dir die Bearbeitung einzelner Posts direkt aus dem Blog heraus – Voraussetzung ist natürlich, dass du bei Google angemeldet bist, wenn du euer Blog aufrufst. Unter jedem Beitrag erscheint dann ein kleines Werkzeug-Symbol über das du direkt im Post-Editor für diesen Beitrag landest. Ich nutze diese Funktion ganz gerne, weil es so bequem ist.



Wähle unter dem Reiter »Einstellungen« den Punkt »Formatierung« aus und folge den empfohlenen Einstellungen, die du links siehst.

Ganz wichtig: Stelle die Zeitzone korrekt ein. Andernfalls konvertiert Blogger deine Veröffentlichungsdaten automatisch in eine andere Zeitzone. So erscheint z.B. ein Post, den du um 12:00 online gestellt hast mit dem Zeitstempel 16:00. Das ist unter Umständen ziemlich verwirrend!

Das unterste Feld »Vorlage veröffentlichen« ist eine Profi-Funktion. Hier kann man Programm-Code hinterlegen, wenn die von Blogger reichlich zur Verfügung gestellten Vorlagen nicht ausreichen oder nicht dem persönlichen Geschmack entsprechen. Solche Vorlagen kann man selbst programmieren oder aus dem Internet herunterladen. Es ist aber nicht gesagt, dass solche Vorlagen immer fehlerfrei funktionieren. Fehler können z.B. auch erst nach einem internen Update von Blogger auftreten. Deshalb mein Rat: Finger weg! (Außer du kennst dich richtig, richtig gut aus. Aber dann hast du diese Anleitung sicher nicht bis hierher gelesen ;-)



Ein lebendiges Blog lebt nicht zuletzt von den Kommentaren der LeserInnen. Unter »Einstellungen« > »Kommentare« bestimmst du, wie Kommentare in eurem Blog verwaltet werden.

Die meisten KollegInnen stellen nur dann Kommentare ins Netz, wenn sie ihren Namen nicht preisgeben müssen. Wir ermöglichen das durch Aktivierung des Buttons »Jeder – einschließlich anonyme Nutzer«. Ihr werdet mehr Kommentare bekommen, wenn ihr die KollegInnen auf die Möglichkeit des anonymen Kommentierens hinweist und einen entsprechenden Text in das Feld »Kommentarformular-Nachricht« (Pfeil) schreibt, z.B. so:

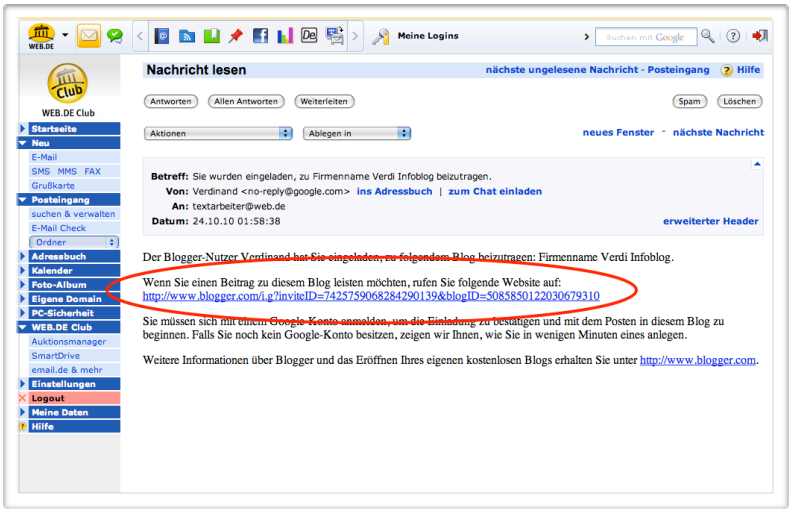
»Sie können Ihre Kommentare vollständig anonym abgeben. Wählen Sie dazu bei „Kommentar schreiben als…“ die Option „anonym“. Wenn Sie unter einem Pseudonym schreiben wollen, wählen Sie die Option „Name/URL“. Die Eingabe einer URL (Internet-Adresse) ist dabei nicht erforderlich.«

Unter »Kommentarmoderation« stellst du ein, ob Kommentare sofort online gehen, oder ob du sie als Admin freigeben musst. Je nach Qualität der Kommentare kann eine Moderation sinnvoll sein. Über unveröffentlichte Kommentare wirst du dann im Dashboard« informiert.

Unter dem Reiter »Einstellungen« > »Berechtigungen« kannst du weitere KollegInnen zum Bloggen einladen. Auch deine KollegInnen sollten sich eine anonyme E-Mail-Adresse zulegen und brauchen einen Google-Account, um mitmachen zu können. Am besten, du gibst ihnen diese Anleitung weiter oder hilfst bei der Einrichtung der Nutzerkonten.

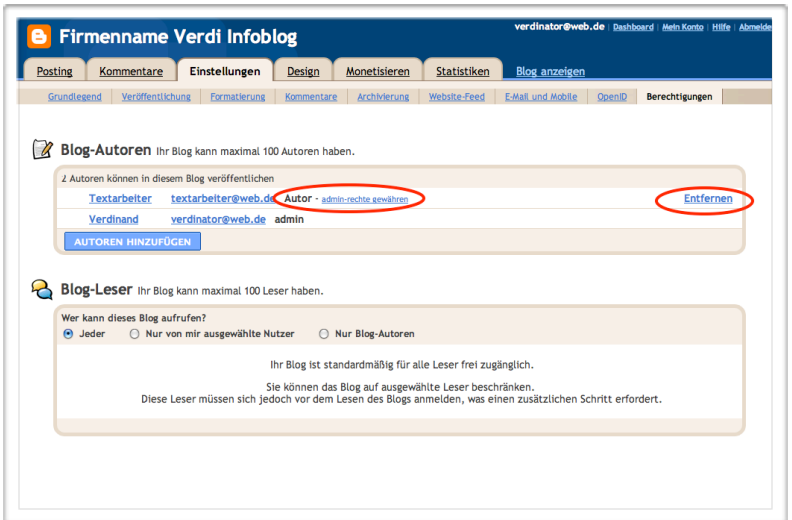
Dann klickst du hier auf »Autoren hinzufügen«, und gibst die entsprechenden E-Mail-Adressen ein. Wenn du mehrere Adressen eingeben möchtest, werden die einzelnen Adressen durch ein Komma getrennt. Blogger zeigt dir nach erfolgreicher Einladung den Status der Einladungen.

Ihr solltet nicht zu viele AutorInnen einladen und euch vorher überlegen, wer wirklich sinnvoll zu eurem Blog beitragen kann und bereit ist, die nötige Zeit aufzuwenden. Alle AutorInnen sollten wenigsten die wichtigsten Funktionen von Blogger beherrschen, bzw. diese Anleitung zum Nachlesen haben.



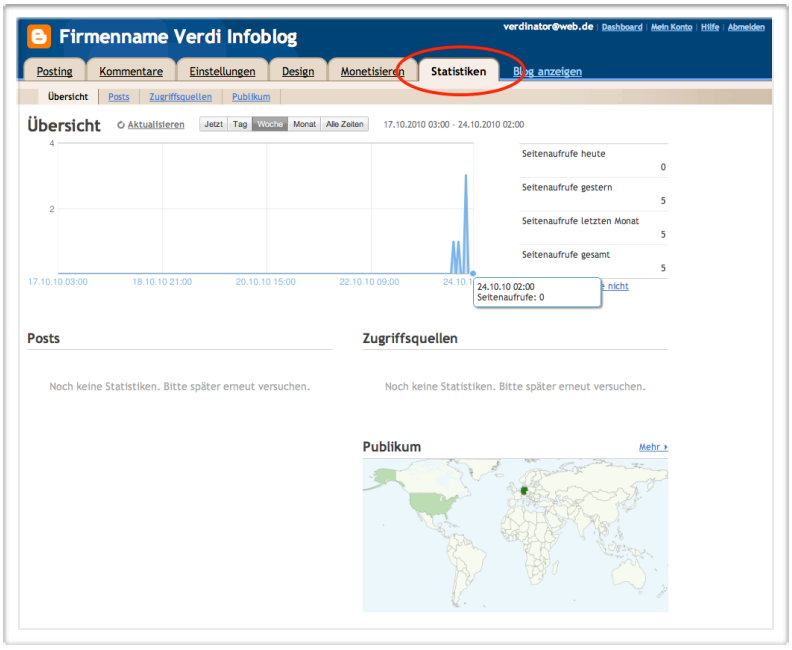
Die AutorInnen, die du eingeladen hast, erhalten innerhalb weniger Minuten ein Mail von Google. Wenn sie auf den Bestätigungslink klicken, werden sie auf die Anmelde-Seite eures Blogs weitergeleitet.

Genau wie du müssen sich deine KollegInnen jetzt mit ihren persönlichen Zugangsdaten bei Google anmelden. Danach können sie selbst Beiträge verfassen und online stellen.



Als Administrator (»Admin«) kannst du entscheiden, ob deine MitautorInnen volle Zugriffsrechte auf euer Blog erhalten (also selbst »Admin« werden), oder ob sie lediglich eigene Beiträge online stellen dürfen. Admins können die Beiträge anderer korrigieren, andere AutorInnen und Admins sperren und sogar das komplette Blog löschen! Auch Bedienungsfehler können unangenehme Folgen haben – überlegt also gut, wer welche Zugriffsrechte bekommen soll.

Unter dem Reiter »Kommentare« werden die Beiträge eurer LeserInnen verwaltet. Falls du die Kommentarmoderation (s.o.) ausgewählt hast, musst du fremde Kommentare hier freigeben, damit sie im Blog angezeigt werden. Vorhandene Kommentare kann man hier löschen, aber nicht verändern!



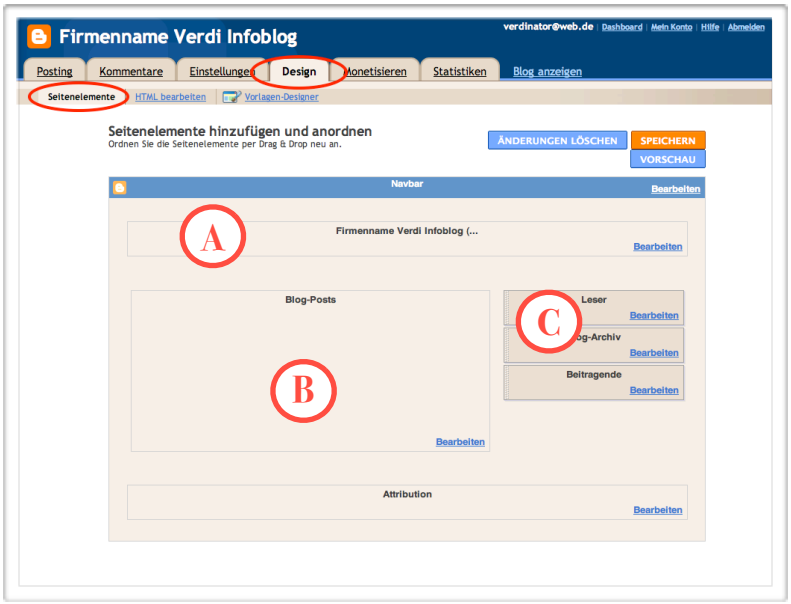
Last but not least kannst du dir im Bereich »Einstellungen« einige Statistiken anzeigen lassen. Hier kannst du sehen, wann und wie viele LeserInnen euer Blog aufrufen und welche Posts besonders viel Interesse wecken.

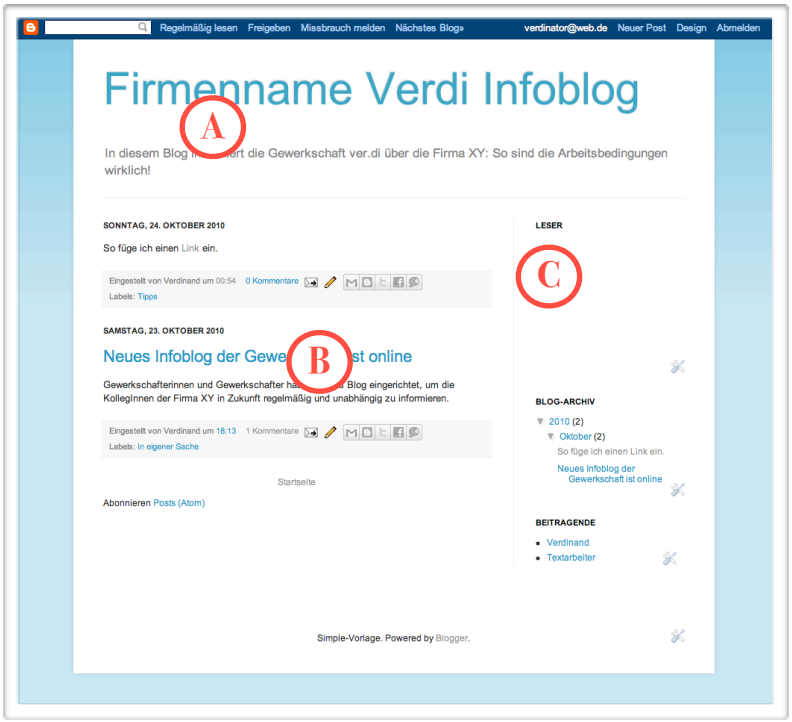
Blog-Design anpassen

Einige Hinweise für Fortgeschrittene und TüftlerInnen

SCHRITT 5

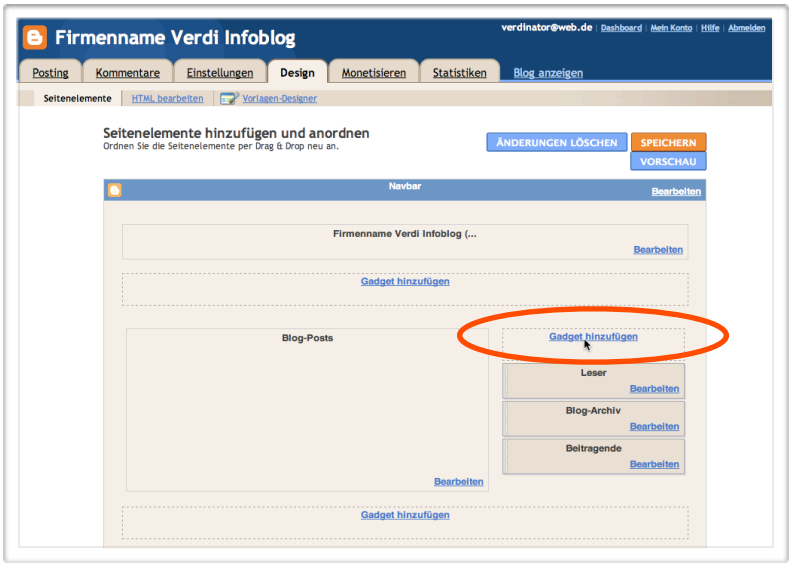
Die ersten Blogs waren mehr oder weniger schmucklose Internet-Tagebücher ohne viel Firlefanz. Im Laufe der Zeit haben findige ProgrammiererInnen eine Vielzahl von Zusatzfunktionen in ihre Blogs eingebaut, die helfen, LeserInnen zu involvieren, die Verbreitung des Blogs fördern oder auch einfach nur praktisch sind. Die grundlegenden Funktionen sind in unserem Blog bereits alle vorhanden. Zusätzlich stellt Blogger eine Vielzahl von kleinen Programmbausteinen (so genannte »Gadgets«) zur Verfügung, mit denen wir unser Blog einfach erweitern können.



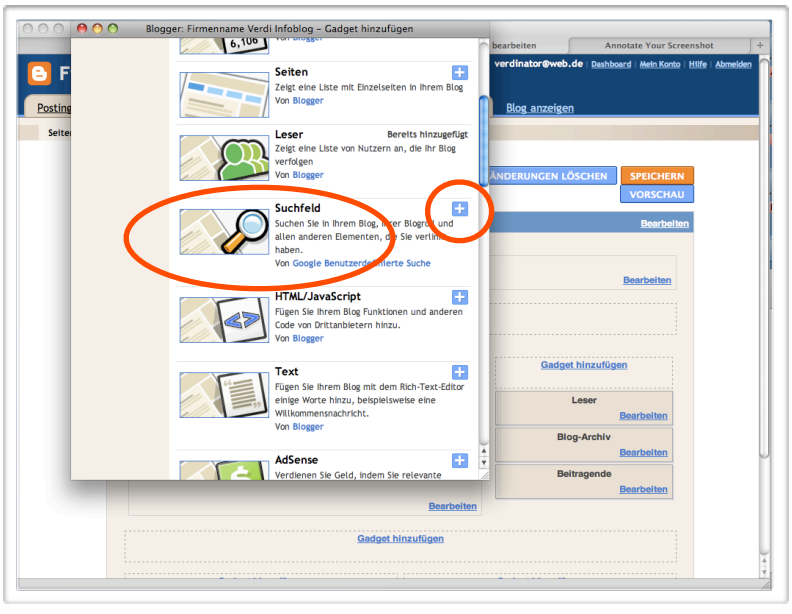


Unter »Einstellungen« > »Design« > »Seitenelemente« hast du Zugriff auf das „Skelett“ deines Blogs und kannst einzelne Bereiche bearbeiten. Die Platzierung der Bausteine entspricht der Platzierung im Blog.

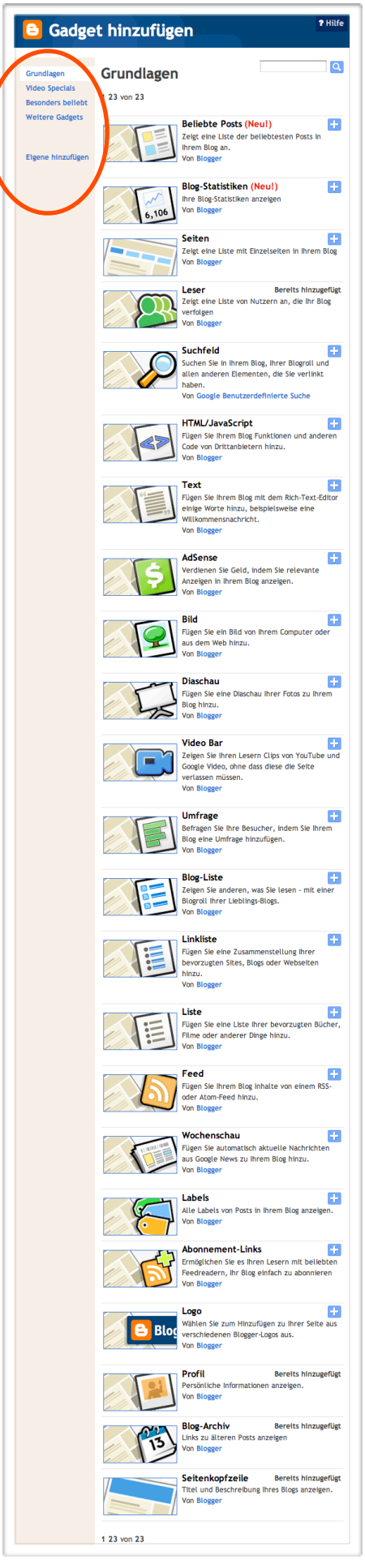
Um zu verdeutlichen, wie einfach ihr euer Blog erweitern und anpassen könnt, spielen wir das Prozedere einmal an einem einfachen Beispiel durch: Wir fügen unserem Blog ein Suchfeld hinzu, das unseren LeserInnen die Orientierung im Blog erleichtert.



Dazu klickst du als erstes auf »Gadget hinzufügen« in der rechten Leiste des Blog-Skeletts.



Jetzt öffnet sich ein großes Fenster, in dem du die gewünschte Zusatzfunktion auswählen und mit Klick auf das »+«-Symbol hinzufügen kannst. Wir wählen den Baustein »Suchfeld« hinzufügen. Aber sehen wir uns auf der nächsten Seite erst einmal an, was Blogger alles zu bieten hat...

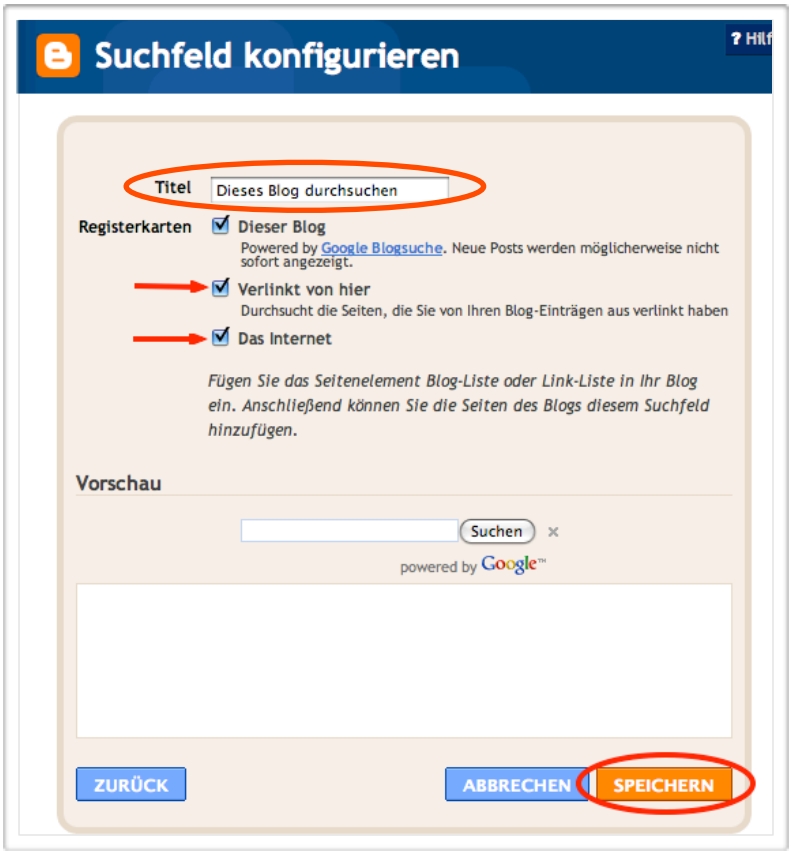


Auf der linken Seite des Fensters findest du eine kleine Unternavigation. Sie verweist auf Gruppen von Gadgets, die du auswählen kannst. Im Hauptteil des Fensters wird jedes einzelne Gadget kurz beschrieben. Mit einem Klick auf den Namen des Gadgets öffnet sich ein Dialogfeld, in dem du spezifische Einstellungen vornehmen kannst.

Ich finde diese Gadgets besonders zweckmäßig:

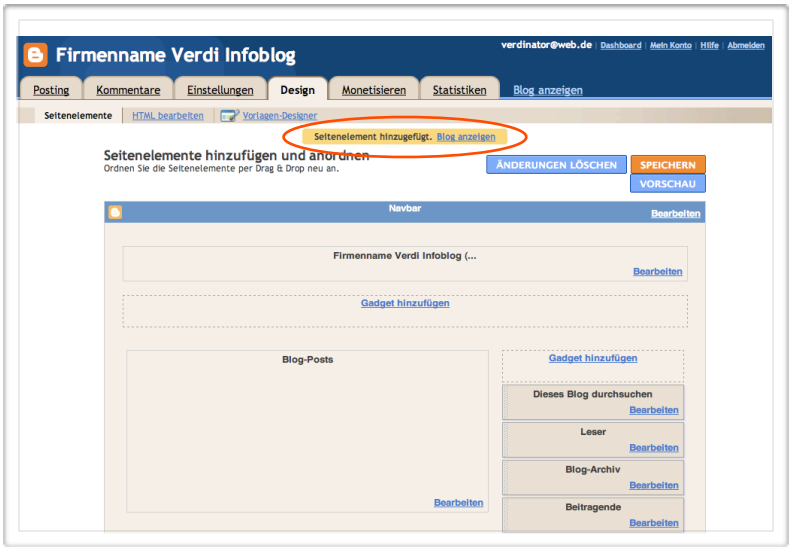
- Blog-Statistiken
- Suchfeld
- Text
- HTML/JavaScript (für Profis)
- Bild
- Umfrage
- Linkliste
- Feed
- Labels
- Blog-Archiv

Stöber‘ ruhig selbst ab und an durch die verschiedenen Kategorien und sieh nach, was es neues gibt. Die Liste der Zusatzfunktionen wird ständig erweitert und hilft, euer Blog noch attraktiver zu machen.



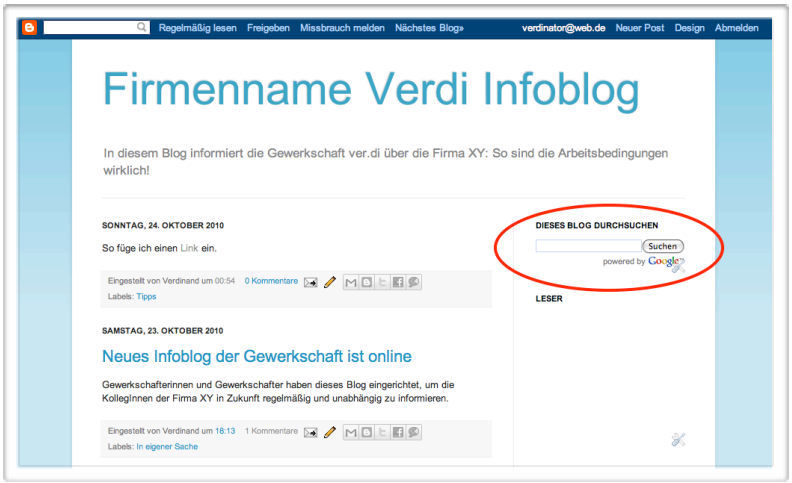
Zurück zu unserer Funktion »Suchfeld«!

Wenn du im Auswahlfenster auf das »+«-Symbol des Gadgets geklickt hast, erscheint dieses Fenster. Hier kannst du einstellen, wie bzw. wo gesucht werden soll.

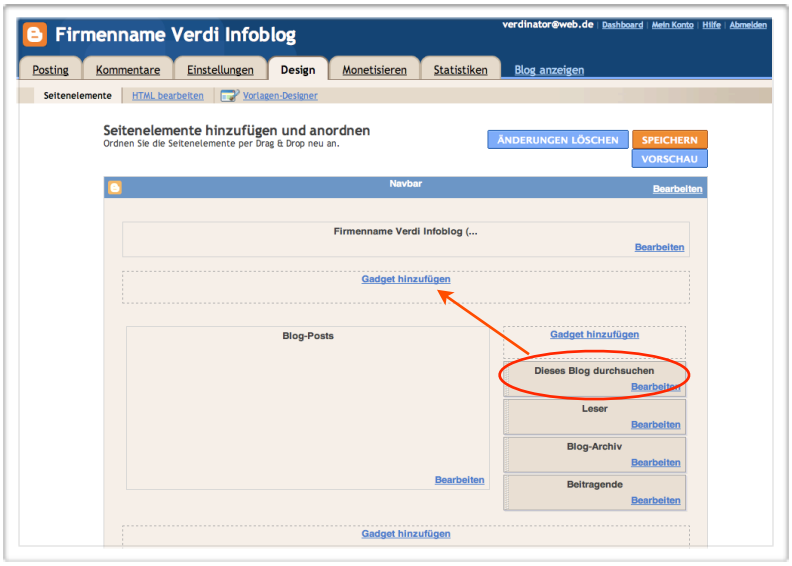


Da wir die LeserInnen auf unserer Seite halten wollen, deaktivierst du die Checkboxen vor »Verlinkt von hier« und »Das Internet«. So verhindern wir, dass auf unserer Seite Suchtreffer von anderen Seiten angezeigt werden.

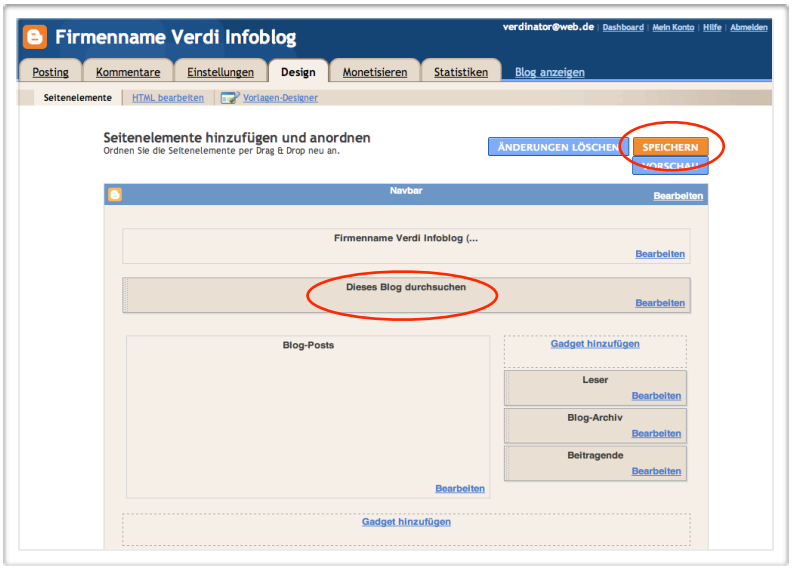
Falls dir die Überschrift »Dieses Blog durchsuchen« nicht gefällt, kannst du den Text in dem weißen Eingabefeld oben jederzeit frei ändern.



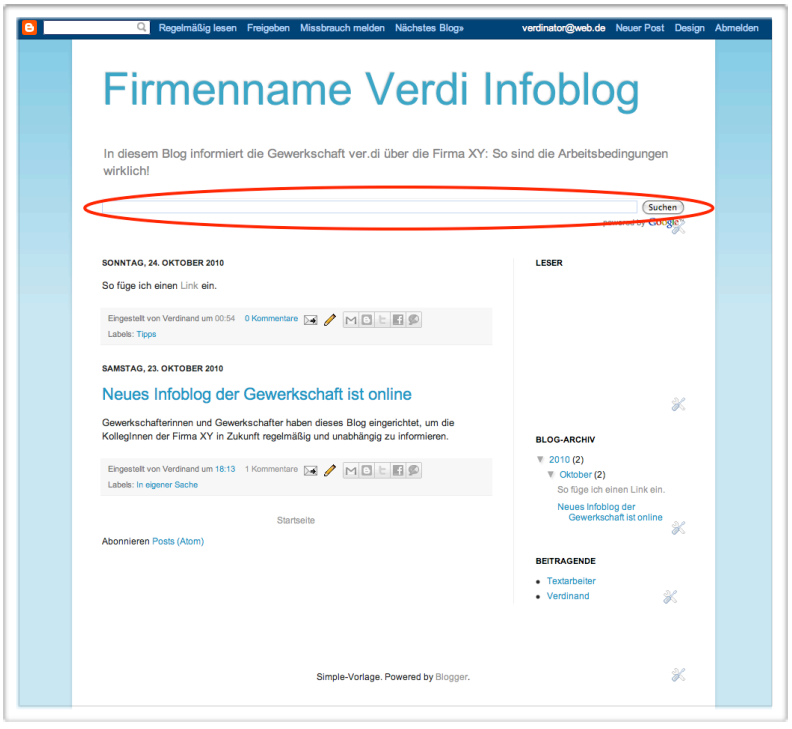
Jetzt »Speichern klicken« und im nächsten Fenster nach der Bestätigungsmeldung Ausschau halten. Das war's: Schon ist unser Blog um eine praktische Suchfunktion reicher.



Wenn du eurem Blog eine Sonderfunktion hinzugefügt hast, kannst du die Position des Gadgets auf der Seite jederzeit ändern. Klicke einfach das entsprechende Feld an und ziehe es mit gedrückter Maustaste auf einen anderen Gadget-Platzhalter.

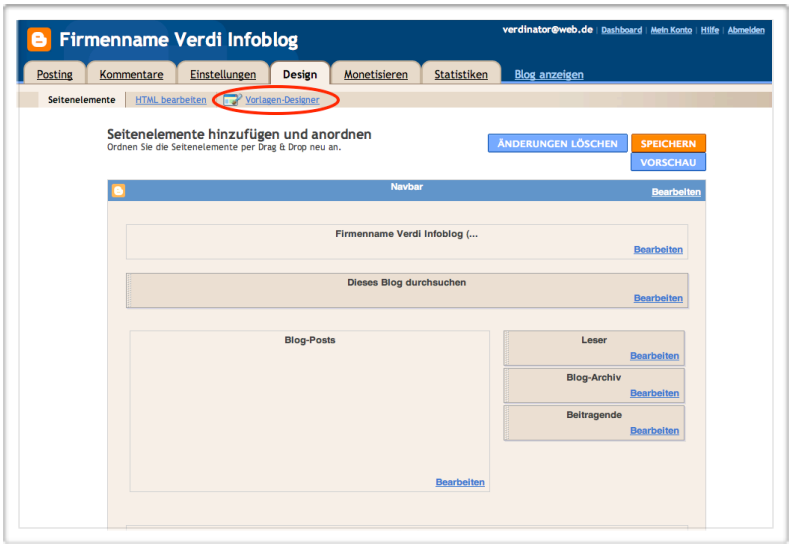


Nach erfolgreicher Platzierung das Speichern nicht vergessen!



Voilà: Unser Suchfeld steht jetzt oben unter dem Blog-Titel.

Ein Blog lebt von aktuellen und relevanten Informationen. Die Gestaltung spielt in der Blogosphere nur eine untergeordnete Rolle – aber halbwegs anständig und vor allen Dingen



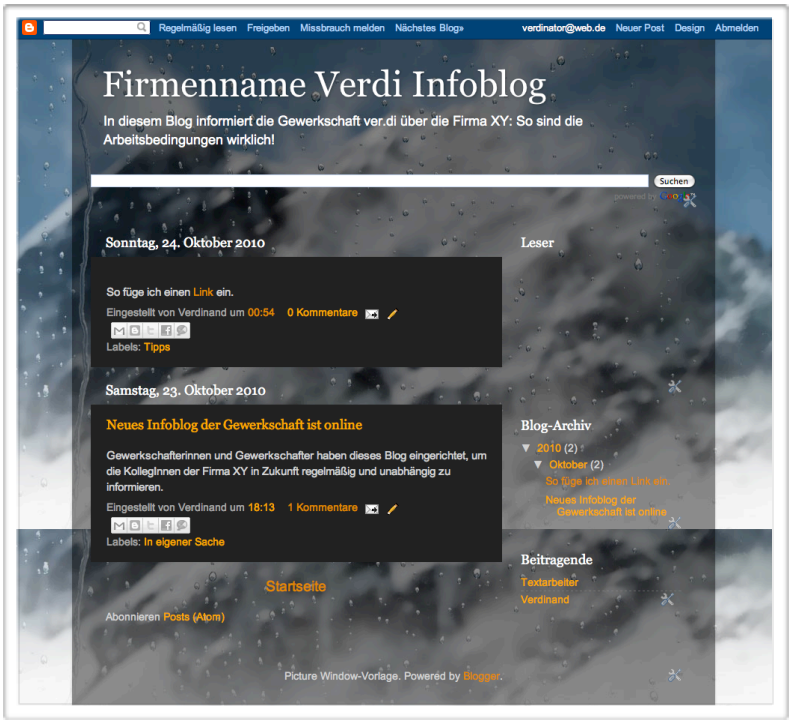
übersichtlich und gut lesbar sollte euer Blog natürlich schon sein. Mit den Standard-Vorlagen von Blogger bist du auf der sicheren Seite.

Selbstverständlich kannst du auch die Farben und Schriften eures Blogs jederzeit anpassen. Inhalte (also deine Texte und Bilder) gehen dabei nicht verloren. Du kannst also ruhig ein bisschen „rumspielen“ und ausprobieren, was dir und deinen KollegInnen am besten gefällt. Klicke dazu bei »Einstellungen« unter dem Reiter »Design« auf »Vorlagen-Designer«.

Klicke jetzt links auf »Erweitert«. Hier wählst du zunächst aus, in welchem Bereich du eine Änderung vornehmen möchtest. In der Vorschau unterhalb des Fensters mit den Einstellungen zeigt dir Blogger mit einer rot punktierten Linie an, welchen Teil eures Blogs du in Begriff bist zu ändern. In unserem Beispiel bearbeiten wir den Blog-Titel. Als Schriftart wählen wir »Courier« und als Textfarbe ein kräftiges Rot. Im Vorschau-Fenster siehst du sofort das Ergebnis deiner Änderungen. Durch einen Klick auf »Änderungen zurücksetzen« kehrst du wieder zu den Original-Einstellungen der Vorlage zurück.

Wenn du mit deinen Anpassungen zufrieden bist, sicherst du die neuen Einstellungen mit »Änderungen auf Blog anwenden« (oben links). Über »Zurück zu Blogger« gelangst du wieder in den Bereich »Einstellungen« eures Blogs.

Blogger bietet dir jede Mengen Vorlagen an. Die einzelnen Vorlagen enthalten verschiedenste Attribute von der Schriftart über die Farbkombinationen bis zu diversen Hintergründen. Die Vorlagen werden ganz einfach per Mausklick ausgewählt.



Selbstverständlich kannst du alle Vorlagen nach eurem Geschmack anpassen. Mit etwas Geduld und Spaß am Tüfteln lassen sich erstaunliche Effekte erzielen und euer Blog bekommt ein ganz eigenes unverwechselbares Gesicht.

Im Vorlagendesigner kannst du natürlich immer wieder zu einer der Standard-Vorlagen zurückkehren. Deine Detail-Anpassungen gehen dabei allerdings unwiderruflich verloren!

Schreiben und gelesen werden

Was ein Blog erfolgreich macht !

10 WICHTIGE TIPPS

Regelmäßig aktuelle Beiträge online stellen

Eure LeserInnen erwarten regelmäßig Neuigkeiten. Nichts ist langweiliger, als wenn wochenlang derselbe Post oben im Blog steht. Wer euer Blog drei-, viermal vergeblich besucht hat – also nichts neues entdecken konnte – kommt aller Wahrscheinlichkeit nach nicht wieder. Deshalb solltet ihr mindestens zweimal pro Woche neue Einträge online stellen. Das ist unter Umständen schwierig, wenn im Betrieb gerade wenig passiert.

Darum hamstert ruhig ein bisschen, wenn gerade viel los ist, und verteilt den Stoff auf mehrere Posts. Lieber regelmäßig neue Nachrichten-Häppchen als einen langen Riemen und dann wochenlang gar nichts mehr!

Regelmäßigkeit ist mit Abstand der wichtigste Erfolgsfaktor für euer Blog!

Verständlich und strukturiert schreiben

Kein Mensch liest gerne lange, umständliche Texte – schon gar nicht im Internet. Denkt beim Schreiben an eure LeserInnen und macht es ihnen so einfach wie irgend möglich, euer Anliegen zu verstehen! Dazu müsst ihr zunächst selbst wissen, was ihr mitteilen möchtet. Das hört sich banal an. Aber der klare Gedanke, die zielgerichtete, folgerichtige Argumentation ist die Voraussetzung für jeden guten Text!

„Besser schreiben“, hat Nietzsche einmal gesagt, „heißt zugleich auch besser denken!“ Das ist sicher ein hehrer Anspruch. Ein paar einfache Regeln helfen, gute, pointierte und leicht verständliche Texte zu verfassen: Kein Satz sollte mehr als 14 Worte haben. Eine Überschrift nicht mehr als 8 Worte. Hauptsachen gehören in Hauptsätze. Nebensachen in Nebensätze. Kein Satz sollte mehr als 2 Nebensätze haben. Alle 4 bis 6 Sätze gehört ein Absatz in den Text.

Wenn ihr diese Grundregeln beherzigt, werdet ihr feststellen: „Schreiben ist leicht. Man muss nur die falschen Wörter weglassen!“ (Mark Twain)

Eindeutig Position beziehen

Bezieht Stellung! Schreibt pointiert und provokant. Eure LeserInnen erwarten eindeutige Positionen von euch. Ein Beispiel: „Wir sind der Meinung, es könnte sein, unser Arbeitgeber zahlt möglicherweise nicht so viel Geld, wie es für unsere Arbeit eigentlich angemessen wäre." Das will – mit Verlaub – keine Sau lesen. „Von diesen Hungerlöhnen kann kein Mensch leben!" Das ist ein Satz, der in den Kaffeeküchen die Runde machen wird und eure Position im Betrieb stärkt.

Für die ganze Belegschaft schreiben

Möglicherweise setzt sich euer Betriebsrat vor allem aus Beschäftigten eines bestimmten Bereichs eurer Firma zusammen. Das ist schlecht. Ihr sollt die ganze Belegschaft vertreten und braucht BetriebsrätInnen in allen Abteilungen. Ein Blog kann euch helfen, weitere KollegInnen für eure Arbeit zu interessieren und zu MitstreiterInnen zu machen.

Voraussetzung dafür ist , dass ihr Themen aus allen Bereichen eures Ladens aufgreift. Guckt über euren eigenen Tellerrand hinaus, geht aktiv auf Themensuche und sprecht eure KollegInnen an, wo sie der Schuh drückt. Ihr werdet überrascht sein, wie viele Ideen für interessante Beiträge sozusagen auf den Fluren liegen.

Für die ganze Belegschaft zu schreiben, heißt auch verständlich schreiben. Wenn ihr zum Beispiel viele KollegInnen mit schlechten Deutschkenntnissen im Betrieb habt, müsst ihr noch kürzer und einfacher schreiben und auf Fremdworte möglichst verzichten. Vielleicht lohnt sogar eine Übersetzung eurer Beiträge in eine andere Sprache. Bittet doch einfach mal einen Kollegen mit Migrationshintergrund um Hilfe.

LeserInnen beteiligen

Holt eure KollegInnen mit ins Boot. Weist auch in einzelnen Beiträgen immer wieder auf die Kommentarfunktionen eures Blogs hin. Je mehr Meinungen hier geäußert werden, umso mehr LeserInnen werdet ihr haben. Dabei muss nicht jede Meinung eurem Standpunkt entsprechen. Vielfalt macht ein Blog interessant.

Richtet eine E-Mail-Adresse für die Redaktion ein und veröffentlicht diese in der Seitenleiste eures Blogs. Fordert die KollegInnen aktiv auf, Themenvorschläge zu machen oder Statements abzugeben. Vielleicht gewinnt ihr so sogar neue BloggerInnen, die euch unterstützen.

Insbesondere die Erweiterungsfunktionen (»Gadgets«) eures Blogs bieten viele einfache Möglichkeiten, aus Betroffenen Beteiligte zu machen. Warum stellt ihr nicht einmal eine Umfrage ins Netz und fragt ab, was die Belegschaft zu einem bestimmten Thema denkt?

Auf LeserInnen reagieren

Wenn ihr Feedback in Form von Mails oder Kommentaren bekommt: unbedingt schnell und angemessen reagieren! Nichts ist enttäuschender für eure BesucherInnen, als wenn sie sich nicht wahr und ernst genommen fühlen.

Beantwortet die Mails und ergänzt die Kommentare eurer LeserInnen mit eigenen Stellungnahmen. So wird euer Blog zu einer lebendigen Diskussionsplattform, die immer neue KollegInnen anzieht.

Das Netzwerk ständig erweitern

Das Wesen des Internets liegt in der Durchlässigkeit und der Verknüpfung von Informationen. Kurz: das Netz lebt von den Links zwischen verschiedenen Webseiten. Setzt selber Links zu anderen Seiten mit interessanten Inhalten und bittet andere BloggerInnen, auf euer Blog zu verlinken.

Beteiligt euch an Foren, z.B. von Zeitungen, und hinterlasst hier Kommentare mit einem Link auf euer Blog. So spinnt ihr ein eigenes Netzwerk und erreicht eine immer größere Öffentlichkeit für euer Anliegen.

Suchmaschinen optimiert schreiben

Auch Suchmaschinen zählen die Links und listen Seiten mit vielen Verknüpfungen oben in den Ergebnislisten. Damit eure Seite aber überhaupt von Interessierten gefunden werden kann, müsst ihr Schlüsselbegriffe möglichst häufig verwenden.

Überlegt euch, welche Begriffe Leute z.B. bei Google eingeben würden, wenn sie eine Seite wie die eure suchen würden. Ich tippe mal: Der Name eurer Firma, die Worte „Betriebsrat“ und „Gewerkschaft“ bzw. „Verdi“ und Begriffe wie „Arbeitsbedingungen“ oder „Entlassungen“ sind bestimmt dabei, oder?! Verwendet diese Begriffe vor allem im Blog-Titel und der Blog-Beschreibung, aber auch in jedem einzelnen Beitrag.

Nur wer die Aufmerksamkeit der Suchmaschinen gewinnt, findet im Netz Beachtung.

Inhalte sinnvoll strukturieren

Ein Blog ist in erster Linie chronologisch strukturiert. Alle Beiträge werden nach dem Tag ihrer Veröffentlichung sortiert. Das macht es unter Umständen sehr schwierig, Posts zu einem bestimmten Thema im Blog wiederzufinden. Nutzt unbedingt die Möglichkeit der Verschlagwortung über die Zuweisung von »Labels«. Zeigt alle Labels in der Seitenleiste an.

Eine Blog-Redaktion gründen

Ein erfolgreiches Blog will ständig gepflegt werden und macht richtig viel Arbeit. Sucht euch Verstärkung für die vielfältigen Aufgaben und gründet zusammen eine Blog-Redaktion. Ihr solltet euch mindestens ein Mal im Monat treffen.

Sucht gemeinsam nach Themen und schreibt diese auf eine Liste. Teilt verbindlich ein, wer wann welchen Beitrag schreibt. Besprecht eure Posts, lobt euch gegenseitig und macht Verbesserungsvorschläge. Ihr werdet überrascht sein, wie viel Energie euch die Gemeinschaft in einer festen Redaktion gibt. Werdet Teil der Blogosphere. Habt Spaß!

Internet Kauderwelsch

Ein kleines Lexikon von »Account« bis »Zugriffsrechte«

WAS ZUM TEUFEL IST EIN »GADGET«?

Account
Nutzerkonto bei einer beliebigen Internetseite. Der Account ermöglicht das Anmelden mit einem Nutzernamen (in der Regel deine E-Mail-Adresse) und einem Passwort. So erhältst du Zugriff auf Funktionen und Angebote der Website.

Admin
Abkürzung von Administrator, also dem Verwalter eines Computersystems oder einer Website. Der Admin ist sozusagen „Herrscher" des Systems und kann alle möglichen Einstellungen vorgeben.

AGB
Allgemeine Geschäftsbedingungen, mit denen du dich einverstanden erklärst, wenn du auf einer Website einen Account anlegst. Guck' dir die AGB genau an, insbesondere dann, wenn du befürchten musst, ein Angebot könnte doch nicht so kostenlos sein, wie es in der Werbung dargestellt wird. Die AGB von web.de-Freemail und Blogger.com sind in Ordnung und enthalten keine versteckten Kosten.

Anmelden/Abmelden
Um Internet-Dienste wie ein E-Mail-Postfach oder einen Blog-Anbieter zu nutzen, musst du dich anmelden (siehe Account). Wenn du solche Dienste an einem öffentlichen Computer nutzt, z.B. in einem Internet-Café, solltest du dich am Ende unbedingt abmelden. Sonst haben unter Umständen andere, die den Rechner nach dir benutzen, Zugriff auf deine Daten.

Blogosphere
Das Kunstwort bezeichnet die virtuelle Gemeinschaft der BloggerInnen im Internet. Viele BlogerInnen sind untereinander eng vernetzt, kommunizieren regelmäßig und helfen sich gegenseitig. Im Prinzip ist jeder Blogger Teil der Blogosphere.

Checkboxen
Kleine quadratische Kästchen auf Internetseiten, in denen ein Häkchen erscheint, wenn du mit der Maus draufklickst. Über Checkboxen wählst du Dokumente oder Funktionen aus.

Content
Internet-Englisch für „Inhalte", z.B. den Text eines Blog-Beitrags oder auch ein Bild.

Cookie
Kleine Textdateien, die ein Webserver in deinem Browser hinterlässt, um dich bei

einem späteren Besuch derselben Seite zu identifizieren.

Copy/Paste

Das Kopieren und Einfügen von Informationen über die Zwischenablage deines Computers. Am einfachsten geht das mit den Tastatur-Kürzeln »STRG+C« (kopieren) und »STRG+V« (einsetzen). Dazu den gewünschten Text mit der Maus markieren und gleichzeitig die Taste »STRG« und den Buchstaben »C« drücken. Jetzt mit der Maus an die gewünschte Einfügeposition klicken und wiederum gleichzeitig »STRG« und den Buchstaben »V« drücken.

Editor

Ein einfaches Programm zur Erstellung und Verarbeitung von Daten, ist in jedem Betriebssystem vorhanden.
Web-Editoren ermöglichen die Verarbeitung von Daten direkt auf einer Website. Das Post-Fenster von Blogger ist ein moderner Web-Editor (siehe auch WYSIWYG).

Formate/formatieren

Jede Textdarstellung beinhaltet bestimmte Formate, z.B. Schriftart, Schriftgröße, Schriftfarbe, Zeilenabstand etc. Das Verändern dieser Formate nennt man formatieren.

Formular

Ein Feld zur Eingabe von Daten auf einer Internet-Seite, z.B. Name und Adresse.

Gadget

Mini-Programm mit nützlichen Zusatzfunktionen, das die Arbeit mit dem Computer erleichtern soll. Im Internet werden so auch kleine Programmbausteine genannt, welche die Funktionalitäten einer Website erweitern, z.B. durch automatisierte Datenabfragen.

Kommentare

Meinungsäußerungen von den BesucherInnen einer Website, die diese auf der entsprechenden Seite hinterlassen können. Der Admin entscheidet, ob die Kommentare für andere LeserInnen sichtbar sein sollen.

Konto/Nutzerkonto

siehe Account

Link

Verknüpfung zu einer Internetseite, die durch einfachen Mausklick aktiviert wird. Links werden auf Webseiten und Textdokumenten eingesetzt, sie können auch auf eine andere Stelle im selben Dokument hinweisen. In der Regel werden Links farbig hervorgehoben und mit einer Unterstreichung versehen: Link . Wenn sich die Zieladresse eines Links im Internet befindet, muss die Zielangabe mit »http://« beginnen. Der korrekte Verweis auf die Seite textarbeiter.com lautet also
http://www.textarbeiter.com
Links, die nicht auf die Startseite einer Internetpräsenz verweisen, sondern auf eine beliebige Unterseite, heißen Deep-Links. Deep-Links können unter Umständen sehr lang sein und eine Menge schwer zu interpretierender Zeichenfolgen enthalten. Um

einen Deep-Link korrekt zu erstellen, rufst du am besten die betreffende Website auf, kopierst den kompletten Link im Adressfenster deines Browsers und fügst ihn in das »Link bearbeiten«-Fenster von Blogger ein. (Siehe auch Copy/Paste.)

Navigation
So nennt man den Bereich einer Website, über den man zu den diversen Unterseiten gelangt. Die Navigation befindet sich meistens oben oder links.

online/offline stellen
Vorgang der Veröffentlichung im Internet. Wenn du einen Beitrag online stellst, können ihn die BesucherInnen deiner Seite lesen. Durch offline stellen verbirgst du den Beitrag wieder. Der eigentliche Text wird dabei nicht gelöscht, du kannst ihn z.B. in deiner Postliste bearbeiten und zu einem späteren Zeitpunkt wieder online stellen.

Passwort
Sichere Passwörter sollten mindestens 8 Zeichen enthalten und sich aus Groß- und Kleinbuchstaben sowie Zahlen oder Sonderzeichen zusammensetzen, z.B. »IkbB6S2B« – dieses Passwort kann man sich mit dem Satz »Ich kaufe beim Bäcker 6 Semmeln 2 Brezn« merken.
Verwende niemals Namen oder Wörter, die im Duden stehen. Solche Passwörter sind sehr leicht zu knacken.

Post
Internet-Englisch: So werden die einzelnen Beiträge in einem Blog genannt.

Pull-Down-Menu
Funktionsfenster in Computerprogrammen oder im Internet. Öffnet sich per Mausklick und erlaubt die Auswahl unter verschiedenen Attributen. Tasten, die ein Pull-Down-Menu öffnen, sind in der Regel mit zwei kleinen Dreiecken am rechten Rand gekennzeichnet.

URL
Eine Adresse im Internet, z.B.
www.textarbeiter.com
URL steht für »Uniform Resource Locator«

Postfach
Der Posteingang deines E-Mail-Accounts.

WYSIWYG
»What you see ist what you get« – Du kriegst, was du siehst. Nach diesem Prinzip arbeiten die meisten modernen Editoren, d.h. der Text wird bereits im Editor-Fenster mit allen Formaten (z.B. **Fettdruck**) angezeigt.

Zugriffsrechte
Werden vom Admin vergeben und definieren, was ein bestimmter Nutzer auf einer Website oder einem Computer tun darf.

Zwischenablage
Temporärer Speicher eines Computers. Wenn man mit Copy/Paste arbeitet, wird die kopierte Information zunächst hier gespeichert und beim Einfügen wieder abgerufen.

ÜBER DEN AUTOR

Timm Boßmann

- *Jahrgang 1966, lebt in Augsburg*
- *Ausbildung zum Tageszeitungs-Redakteur bei der Wolfsburger Allgemeinen Zeitung*
- *Studium der Germanistik, Philosophie und Psychologie in Augsburg, Abschluss: M.A.*
- *Werbetexter Weltbild-Buchkatalog*
- *Autor diverser Bücher*
- *Leiter Werbung/Marketing bei Jokers (Verlagsgruppe Weltbild)*
- *Dozent für Direkt-Marketing*
- *Weltbild Betriebsrat*

Schön, dass du dich dafür interessierst, wer den ganzen Sermon hier verbrochen hat. Oder vielleicht willst du auch einfach nur deinem Unmut Luft machen, weil irgendwas doch nicht so funktioniert wie oben beschrieben? Egal: ich bin für Lob und Verbesserungsvorschläge gleichermaßen erreichbar unter textarbeiter@web.de

Deine Anregungen gehen mit Sicherheit nicht verloren. Ich verbessere und erweitere dieses kleine Handbuch ständig und stelle die jeweils aktuellste Version als PDF auf meiner Website www.textarbeiter.com zum Herunterladen bereit.

Die Anleitung ist in erster Linie für aktive GewerkschafterInnen und Betriebsräte geschrieben worden. Natürlich kannst du im Prinzip auch jedes andere Blog nach dem beschriebenen Verfahren einrichten. Viel Spaß!

Einen kleinen aber bedeutsamen Unterschied möchte ich dennoch machen: GewerkschafterInnen dürfen und sollen diese Anleitung sehr gern im Rahmen ihrer Betriebsratsarbeit nutzen, weitergeben und meinetwegen auch für ihre Zwecke anpassen. Für alle anderen gilt:

Der Text und sämtliche Bilder unterliegen dem Urheberrecht!

Untersagt ist insbesondere jede kommerzielle Verwertung ohne meine schriftliche Genehmigung. Deshalb sprich mich bitte vorher an, wenn du diese Anleitung außerhalb des gewerkschaftlichen Kontextes verbreiten oder kommerziell nutzen möchtest.

Auf Anfrage halte ich auch Seminare und gebe mein Wissen im Bereich Kommunikation weiter. Ob Blog, Betriebsratszeitung, Öffentlichkeitsarbeit oder Wahlvorbereitung: Gegen eine angemessene Aufwandsentschädigung komme ich gern vorbei und schule KollegInnen vor Ort. Anfragen bitte per E-Mail an textarbeiter@web.de .