

Die Vermessung der Blogosphäre

Die nachfolgenden Statistiken sollen einen Überblick verschaffen, welches Profil der Blog, Blogger und Blogleser haben.

Laut der Blogstudie 2007¹ der Universität Leipzig sind 84% der Befragten der Meinung, Insiderwissen durch Blogs zu bekommen. 77% sind der Ansicht Informationen auf Blogs zu bekommen, die ihnen sonst nicht zugänglich wären.

Gründe Blognutzung		Befragte	
Bekomme neue Informationen, die andere Medien nicht bieten		66,7%	
Empfehlungen, Tipps, Neuigkeiten geben und erhalten		52,5%	
Hintergründe zu aktuellen Themen		52,3%	
schneller an News zu kommen		37,1%	
mit anderen austauschen		35,7%	
Bekanntheit		Befragte	
Kennen Blogs		87,3%	
Nutzen Blogs		79,8%	
Kennen den Begriff Blog nicht		12,7%	
Kennen Blogs, aber haben noch nie welche gelesen		7,5%	
Auffinden von Blogs			
bewusst		zufällig	
Verweis in Medien	34,3%	Surfen im Internet	51,3%
Spezielle Blogsuchmaschinen	36,7%	Andere Blogs	70,1%
Suchmaschinen	41,5%	Freunde und Bekannte	53,6%
Impulse für stärkere Nutzung von Blogs		Blognutzer	Blog-Nichtnutzer
Per Newsletter über Blogs informieren		25,2%	16,7%
Blogmagazin		38,1%	39,0%
Blogs effizienter in Suchmaschinen finden		68,3%	41,0%
Benutzerfreundlicher		28,3%	8,1%
		Blogs für Meinungsbildung	Nicht glaubwürdig
Private Blogs		51,0%	12,1%
Corporate Blogs		29,8%	26,4%
Medienblogs		56,3%	4,4%
Journalistische Blogs		62,7%	7,2%
Fachblogs		69,3%	2,10%

¹ http://www.blogstudie2007.de/inc/blogstudie2007_ergebnisbericht.pdf - 12.03.2009, knapp 4.600 Blogs

Die Statistik von blogoscoop.net², welche täglich aktualisiert wird besagt:

- Die durchschnittliche Anzahl an Kommentaren pro Blog und Tag ist ca. 0,63.
- Pro Tag werden auf deutschen Blogs ca. 0,6 Artikel erstellt.
- Durchschnittlich erfolgen täglich ca. 350 Aufrufe auf jede Blogseite.
- Der Blogger ist meist männlich, und im Alter zwischen 21 und 50.

Blogsysteme / Hoster	Anteil
Wordpress	67,0%
blogger.com	9,8%
wordpress.com	6,0%
Sonstige	17,2%

Eine Auswertung von blogscout.de, einzusehen auf sw-guide.de³ vom April 2007 besagt, dass über 60% der 1.747 Teilnehmenden Blogs täglich zwischen 0 und 100 Besucher haben. Eine Visualisierung der Besucherzahlen auf die einzelnen Blogs beschreibt eine Long Tail Kurve. Bei den durchschnittlichen Aufrufen pro Tag decken sich die beiden genannten Statistiken wieder.

Corporate Blogs

PRWeek.com⁴ hat eine Studie von Burson-Marsteller veröffentlicht (Juli 2008), nach der nur 15% der [Fortune 500](#) einen Corporate Blog betreiben (hauptsächlich Technologieunternehmen). Als Hauptproblem wird die mangelnde Kenntnis, wie an der Kommunikation teilgenommen wird angegeben. Denn es existiert nur bedingt die Möglichkeit Einfluss auf die Dynamik der Meinungsbildung zu nehmen.

Eine Studie⁵ in Kooperation mit der LMU München, welche die Glaubwürdigkeit der Corporate Blogs untersucht ist zu folgenden Erkenntnissen gekommen:

- Dem Unternehmensblog wird eine ähnliche Glaubwürdigkeit wie Zeitschriften beigemessen. Die Unternehmenshomepage stellt das Schlusslicht dar, Medien wie: Tageszeitungen, Radio und Fernsehen sind am Bedeutendsten.
- Die Branche ist ein wichtiger Glaubwürdigkeitsfaktor. EDV, Handwerk und Maschinenbau können die Leser mehr beeinflussen. Hingegen Banken, Immobilien und Versicherungen genießen kein hohes Potential.
- Wichtig für die Glaubwürdigkeit sind:
 - Transparenz, Aktualität und regelmäßig neue Beiträge
 - Quellen offenlegen, Hintergrundinformationen über Autoren
 - professionelles Design, Verweise auf andere Seiten
- Kleine, kritikfähige Unternehmen am glaubwürdigsten. Es ist wichtig auch zu kritischen Kommentaren Stellung zu nehmen.
- Eine persönliche Einschätzung des Themas im Artikel durch den Autor steigert die Glaubwürdigkeit
- Es sind nicht nur die Experten, die glaubwürdig erscheinen. Mitarbeiter niedriger Hierarchiestufen stehen ebenfalls in der Gunst des Lesers. Erstaunlich schlecht gestellt sind Vorstandsvorsitzende, vermutlich da ihnen im hohen Maße der unternehmerische Gedanke hinter dem Bloggen unterstellt wird, selbst Auszubildende sind glaubwürdiger.
- Laut Studie sollten Politische Themen, sowie Beiträge über die Geschäftstätigkeit auf Corporate Blogs vermieden werden.

² <http://www.blogoscoop.net/statistics.html>

³ <http://sw-guide.de/webdienste-blogging/wie-starte-ich-ein-blog-und-mache-dieses-bekannt/>

⁴ <http://www.prweekus.com/Survey-finds-15-of-Fortune-500s-are-blogging/article/112584/>

⁵ http://www.fob-marketing.de/user-download/studie_glaubwuerdigkeit_corporate_blogs.pdf

Design

Die Umfrage des Smashingmagazine⁶ (Juli, August 2008) bezüglich des Designs von Webseiten ergab, dass die überwiegende Mehrheit der Top Blogs ein zentriertes, in der Breite fixes Design einsetzt. Der Fließtext ist 12px oder 13px groß, Überschriften variieren zwischen 20 und 25px. Es wird fast ausschließlich dunkle Schrift auf hellem Hintergrund verwendet. Der zweite Teil der Umfrage besagt, das Navigationsleisten entweder rechts oder oben zu finden sind. Auf der Startseite befinden sich im Durchschnitt 5,84 Werbeblöcke, im Artikel selbst eher keine.

Blogroll

88% der befragten Blogger einer Medienwissenschaftlichen Studie⁷ der Universität Trier (Juni 2008) geben an, viele oder gar alle verlinkten Seiten selbst zu lesen, über die Hälfte hat auch den Feed der verlinkten Seite abonniert. 47 Prozent geben an, dass viele der verlinkten Blogs in der Blogroll wieder auf die eigene Seite verlinken. Es entsteht ein sehr hoher Vernetzungsgrad, was die Popularität des Blogs und somit den PageRank bei Google steigen lässt. Die Blogroll enthält bei 50% der Befragten zwischen 6 und 15 Einträgen.

Die Leser

Laut Statista.com⁸ schreiben nur ca. 17% der Leser überhaupt Kommentare. Knapp 50% der Befragten kennen keinen der populären Blogs⁹ in Deutschland. Deshalb verwundert es auch nicht, dass nur knapp 30% der Teilnehmer¹⁰ überhaupt öfters als einmal im Monat einen Blog lesen. Die Befragten gehen mehrheitlich davon aus, dass sie auch in Zukunft gleich viel Zeit¹¹ für Blog lesen aufwenden werden wie bisher, nur 16% wollen mehr lesen.

Der potentielle Leser hat 9,4 Webseiten bei Männern und nur 6,4 Webseiten bei Frauen in seinem [Relevant Set](#). Es werden zwar laut einer Forsa¹² Umfrage (nachzulesen auf heise.de) im Monat 17 neue Seiten besucht, aber es schaffen eben nur wenige in die Favoriten.

⁶ <http://www.smashingmagazine.com/2008/07/24/a-small-study-of-big-blogs/>

⁷ <http://www.netzwerke-im-internet.de/fileadmin/downloads/blogroll-studie-2008.pdf>

⁸ <http://de.statista.com/statistik/diagramm/studie/22663/umfrage/schreiben-von-kommentaren-in-blogs-anderer-nutzer/>

⁹ <http://de.statista.com/statistik/diagramm/studie/89014/umfrage/bekanntheit-von-webseiten-mit-blogs/>

¹⁰ <http://de.statista.com/statistik/diagramm/studie/89004/umfrage/bekanntheit-bzw.-haeufigkeit-des-lesens-von-blogs/>

¹¹ <http://de.statista.com/statistik/diagramm/studie/89012/umfrage/haeufigkeit-des-lesens-von-blogs-in-der-zukunft/>

¹² <http://www.heise.de/newsticker/Internet-Surfen-Aller-guten-Dinge-sind-acht--/meldung/106323>