

## Merkblatt Blog-Aufgabe

**Blog-Thema:** Wählen Sie ein Thema, das Sie persönlich interessiert, Ihnen unter den Nägeln brennt oder Ihnen Freude macht. Sie dürfen über Ihre berufliche Expertise oder private Engagements schreiben. **Wichtig:** Schaffen Sie inhaltlich einen Bezug zu Ihrem CAS. Entscheiden Sie sich für *eine* zentrale Botschaft. Ihr Blogbeitrag soll den Lesenden Nutzen bringen. Geben Sie zum Beispiel Tipps oder Denkanstösse. Leisten Sie Orientierungshilfe. Schreiben Sie auf die Lesenden hin zugewandt, locker, knapp und klar. Ihr Beitrag kann auch Ihrem Eigenmarketing dienen. Er ist *kein* Lernbericht der Transferarbeit. Er muss nicht für ein CAS werben.

**Zielgruppen-Orientierung:** Stellen Sie sich reale Personen aus Ihrem Bekanntenkreis vor, die nicht dasselbe CAS wie Sie besuchen. Welche Vorkenntnisse haben diese? Welche Fremdwörter, Fachtermini kennen sie? Dementsprechend erklären Sie schwierige Begriffe in Ihrem Beitrag (oder verlinken auf eine externe Erklärung). Schreiben Sie gut verständlich (Tipps dazu siehe wirksam texten, Plain Language, Dokument Nr. 7)

**Authentizität:** Verstecken Sie sich nicht hinter distanzierteren Erläuterungen. Blogs sind persönlich gefärbt. Autoren und Autorinnen treten in einen Dialog mit den Lesenden.

**Titel:** 1 - 2 Zeilen, max. 70 Zeichen inkl. Leerschläge. Verspricht den Lesenden einen Nutzen oder neue Erkenntnisse. Knapp, attraktiv, eindringlich.

**Intro:** 2 - 4 knappe Sätze, max. 480 Zeichen inkl. Leerschläge. Schaffen Sie Lese-Anreize. Bringen Sie hier Ihre Kernaussage auf den Punkt. **Wer** (tut was?), **was** (ergibt sich daraus? Was nützt/bringt es?), ev. **wozu** und **wie?**

**Fliesstext: 3500 bis maximal 4200 Zeichen** inkl. Leerschläge (etwa 1,5 A-4-Seiten). Dazu zählen *nicht*: Intro, Bildlegenden und Autor:innenbox. Nutzen Sie daher diese Textstellen auch für inhaltliche Aussagen. Schreiben Sie keine langatmigen Einstiege. Vermeiden Sie eine langsam aufbauende Dramaturgie. Bringen Sie die wichtigsten Informationen am Anfang. Kommen Sie rasch zur Kernaussage. Dann weitere W-Fragen beantworten: warum (hat er/sie es getan?) und woher (ist die Information?). «Nice-to-have»-Infos, wenn überhaupt, im letzten Drittel aufführen. Berücksichtigen Sie bei Bedarf die Tipps zu unaufgeregt gendern (Dokument Nr. 8) sowie den offiziellen Sprachleitfaden der HSLU (Dokument Nr. 9)

**Titelbild (Aufmacher):** Sie müssen ein Aufmacher-Bild zu Ihrem Beitrag stellen. Weitere Bilder sind freiwillig. Verwenden Sie Bilder im Querformat und in Webqualität (nicht zu hochaufgelöst/schwer). **Wichtig:** Verwenden Sie nur lizenzfreie Bilder. Diese finden Sie unter anderem auf Gratisplattformen wie etwa Unsplash, Wikimedia Commons, Openclipart oder Pixabay. Sie können auch selbst ein Foto, Video, eine Illustration, einen Cartoon oder Chart erstellen (auch mit Hilfe von KI). Weisen Sie diese Eigenleistung aus, indem Sie Ihren Namen in der Bildlegende aufführen (Beispiel: «Bildquelle: *Ihr Name*») Tipp: Viele Urheberinnen oder Urheber von Grafiken (z.B. aus Fachbüchern/-Blogs) geben in der Regel gerne die Erlaubnis dazu, dass Sie ihre Darstellung kostenfrei verwenden dürfen. Fragen Sie einfach kurz an. **Weitere visuelle Elemente:** Lockern Sie Ihren Fliesstext damit auf (freiwillig). Nutzen Sie diese, um Ihre Aussagen zu untermauern und um Aufmerksamkeit/Leseanreize zu schaffen.

**Bildlegenden:** Bilder und ihre Bildlegenden (Eingabefeld «Bild-Beschriftung») geniessen einen hohen Beachtungsgrad. Schreiben Sie Ihre Bildlegende so, dass Sie die Lesenden an Ihr Thema heranführen: Dazu reicht ein knapper Satz, der auf den Inhalt des Bildes eingeht oder einen Bezug zu Ihrem Thema herstellt. Schreiben Sie am Ende der Bildlegende in Klammer, woher Ihr Bild stammt (siehe in diesem Beispiel bei «Bildquelle»).

**Struktur:** Blog-Lesende «scannen» eilig ihre Texte. Sie lesen nicht in Ruhe. Leisten Sie daher Lesehilfe, indem Sie Ihren Beitrag visuell strukturieren: Teilen Sie diesen in Abschnitte mit

Zwischentiteln auf. Oder bieten Sie übersichtliche Listen und sogenannte Eyecatcher. Heben Sie wichtige Textstellen fett hervor.

**Links:** Verlinken Sie Begriffe innerhalb Ihres Textes (URL direkt hinter dem entsprechenden Wort einfügen/verlinken). Das tun Sie, wenn Sie zum Beispiel auf vertiefende Informationen verweisen, etwa auf Wikipedia oder Fachlexika, auf Studien oder seriöse journalistische Quellen. Listen Sie optional am Ende Ihres Beitrags weitere Links auf: Diese verweisen zum Beispiel auf Beiträge, die über Ihr Thema hinausgehen oder die Ihrer Kernaussage inhaltlich nahe sind. Wichtig: Fügen Sie Ihre Links so ein, dass sie sich jeweils «in einem neuen Tab öffnen». Wie? Das lesen Sie im technischen Manual (Dokument Nr. 4 nutzen).

**Info-Box über den Autoren oder die Autorin:** Nutzen Sie am Ende Ihres Beitrags die Info-Box: Erwähnen Sie dort Ihren Namen und Ihr CAS. Schreiben Sie in der 3. Person, damit es nicht Ich-haft wirkt (Bsp.: «Mira Muster besucht das CAS XY»). Wir empfehlen (freiwillig), dass Sie Ihren Arbeitgeber angeben und Sie in ein, zwei Sätzen Ihren Bezug zum gewählten Blog-Thema aufzeigen: Eine Persönliche Aussage, warum Sie das Thema interessiert oder warum Sie darin Erfahrung/Expertise haben. Derartige Hinweise dienen dazu, Ihre Authentizität und Glaubwürdigkeit zu steigern. Sie schaffen damit Nähe zur Leserschaft.

**ChatGPT oder ähnliche Tools:** Nur, wenn nötig nutzen und bitte nur ergänzend verwenden. Was zählt, ist Ihre Eigenleistung. So deklarieren: «Dieser Blog-Beitrag wurde mit Unterstützung des Sprachmodells ChatGPT erstellt». Wichtig, wir achten darauf: Überarbeiten, prüfen, korrigieren und ergänzen Sie die Aussagen derartiger Tools. Bringen Sie Ihre persönliche Sicht ein (Weisen Sie z.B. Ihren Bezug zum Thema in der Autoren-Box aus – siehe Abschnitt oben) Sorgen Sie dafür, dass Ihr Text Ihnen entsprechend authentisch ist, in Ihrer eigenen Tonalität. Sie bürgen für Ihren Inhalt – nicht das Sprachmodell.

#### Weitere Tipps:

- Willkommenstext Weiterbildungs-Blog der HSLU I: Ihre Blog-Aufgabe: Alle Infos und Tipps
- Prüfen Sie im Weiterbildungs-Blog, wie andere CAS-Teilnehmende die Aufgabe gelöst haben: Welche Beispiele gefallen Ihnen, welche nicht? Ziehen Sie daraus Ihre Schlüsse.
- Orientieren Sie sich auch am offiziellen Informatik-Blog (am besten gleich abonnieren ☺).
- Beispiel Blog-Beitrag mit Bildlegenden, Grafik, Foto und eingebettetem Video
- Beispiele von Blog-Beiträgen mit Zitaten oder Listen
- Vertiefte Anleitungen fürs Bloggen, Bloggen für Anfänger, Ideen für Blog-Formate
- Warum sich Corporate Blogging lohnt und wie man es anpackt
- Infos über lizenzfreie Bilder: Bilder im Netz und Fremde Inhalte

#### Blog-Aufgabe einreichen:

1. Veröffentlichen Sie Ihren Beitrag selbständig im Content Management System Wordpress (gemäss techn. Manual, Nr. 4)
2. Dadurch erhalten Sie die URL (einen Link) Ihres Blog-Beitrages.
3. Copy-pasten Sie diese URL in den blauen Teil des Bewertungsrasters (dafür Dokument Nr. 5 downloaden).
4. Füllen Sie den blauen Teil des Bewertungsrasters aus (Ihr Name und CAS, Ihre URL)
5. Reichen Sie dieses vorbereitete Bewertungsraster im ILIAS ein: Unter Leistungsnachweise/Blog-Aufgabe/Abgabe-Ordner (Bewertungsraster).

**Haben Sie Fragen?** Lesen Sie unsere FAQ (Dokument Nr. 10) Besuchen Sie eine unserer Online-Blog-Einführungen (Sie werden automatisch dazu eingeladen). Zudem finden Sie Aufzeichnungen der Einführungen unter Nr. 11). Bei weiteren Fragen hilft Ihnen Simone Brun gerne weiter: simone.brun@hslu.ch. Für inhaltliche Fragen besuchen Sie unsere Online-Blog-Werkstätten mit Blog-Coach Gabriela Bonin. Auch dazu werden Sie automatisch eingeladen.

**Gestresst?** Erzählen Sie jemandem von Ihrem Thema. Indem Sie darüber sprechen, wird Ihnen inhaltlich vieles klarer. Recherchieren und schreiben Sie zunächst locker drauf los. Kümmern Sie sich erst danach um formale und technische Aspekte. Haben Sie das Endziel vor Augen: Ihren Blog-Erfolg ☺!