

# Zoom Fatigue

## Sogar Blogger leiden in der Pandemie unter Online-Müdigkeit

Blogger kommen mit der neuen virtuellen Realität in der Covid-19-Pandemie problemlos zurecht – sollte man annehmen. Doch auch Menschen, die in der Online-Welt zuhause sind, setzt die kontaktlose Zeit zu. Zoom, Teams und Skype sind für Blogger nicht weniger anstrengend. Die Amerikaner haben dafür bereits ein neues Wort: „Zoom Fatigue“. VON STEPHAN GOLDMANN UND FRANZ NEUMEIER



Stephan Goldmann (48) ist selbstbestimmter Publizist, Buchautor und Content Marketing Consultant. Er ist Vorsitzender des Bloggerclub e.V., dessen Ziel es ist, den Bloggenden in Deutschland eine Stimme zu geben und sie zu vernetzen.

Franz Neumeier (52) schreibt und bloggt seit 2009 als freier Journalist über Kreuzfahrt-Themen. Davor hat er viele Jahre als Chefredakteur für Computerzeitschriften gearbeitet. Er ist Vorstandmitglied des Bloggerclub e. V. und seit über 25 Jahren Mitglied im PresseClub.

Und so hatte auch der Bloggerclub 2020 unter Covid-19 zu leiden. Als Verein, der sich die Vernetzung und den engen Kontakt untereinander auf die Fahnen geschrieben hat, den direkten Austausch in den Mittelpunkt der Vereinsarbeit stellt. Und so gab es 2020 mehr sorgenvolle Vorstandssitzungen per Skype und Zoom als Fortbildungs- und Networking-Veranstaltungen mit den Mitgliedern.

### Produktive Aktivitäten

Zur vorerst letzten Präsenzveranstaltung lud der Bloggerclub e.V. Ende Januar 2020 mit großer Resonanz zum Trend-Thema „Podcast“. Die Beteiligten hätten kaum ahnen können, dass dies für längere Zeit die letzte Möglichkeit war, sich in den gastlichen Räumen des Presseclubs zu treffen.

Covid, Shutdown, Unsicherheit: Statt sich fortzubilden, standen einige Bloggende vor drastisch sinkenden Einnahmen und Besucherzahlen, während andere überrannt wurden. Nur zwei Beispiele: Reisen brachen logischerweise drastisch ein, während Rezepte für Brotbacken plötzlich ein echter Publikumsmagnet wurden.

Die Aktivitäten des Bloggerclubs verlagerten sich auf Online. Bei den monatlichen Vorstandssitzungen fiel das nicht schwer, die wurden bereits zuvor im Wechsel einmal im Presseclub, einmal auf Skype abgehalten.

In den folgenden virtuellen Seminaren und Veranstaltungen per Zoom beschäftigte sich der Bloggerclub e.V. dann beispielsweise mit der rechtskonformen Erfassung von Zugriffsstatistiken, den neuen Vorgaben von Google bei der Relevanzbewertung von Websites, den sogenannten „Web Vitals“, die Bloggern große Kopfschmerzen bereiten, aber auch mit Steuerfragen und professionellen Recherchetricks im Internet.

Die Teilnahme war durchaus gut, doch zeigte sich hier eben auch: Nichts ersetzt das menschliche Miteinander, das den Bloggerclub in den Jahren zuvor so ausgezeichnet hat. Die Hoffnung auf ein besseres 2021 ist groß.

### Was beschäftigte Blogger in diesem Jahr?

Der Entwurf eines neuen „Influencer-Gesetzes“ der Bundesregierung im Frühjahr weckte bei seriös und nach journalistischen Standards arbeitenden Bloggern Befürchtungen: Sie wollten nicht in einen Topf geworfen werden mit Selfie-Schönlingen, die auf Instagram Hochglanz-Produkte ins Bild rücken.

Die Auswirkungen der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) prägen weiter den Alltag von Bloggern. Nach der Frage des vergangenen Jahres, was die DSGVO für Blogger in der Praxis eigentlich genau bedeutet, stand 2020 vor allem die praktische Umsetzung im Vordergrund: Die Quälerei, vom User die Zustimmung für das Setzen von Cookies einzuholen.

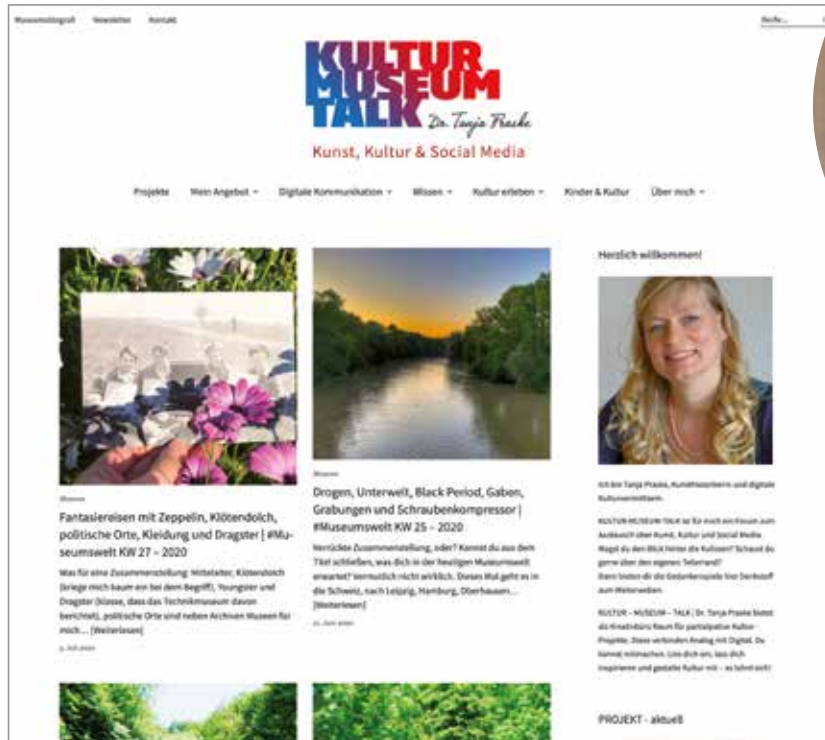
Ein neuer Medienstaatsvertrag wirkt sich nur gering auf Blogs aus, insbesondere wenn sie sich, wie die Blogs der Bloggerclub-Mitglieder ohnehin bereits, über den Blogger-Kodex an Vorgaben wie eine transparente Kennzeichnung von Werbung halten.

Ob die bevorstehende Umsetzung der EU-Urheberrechtsrichtlinie größere Auswirkungen auf Blogs haben wird, muss sich erst noch zeigen. Vor allem Blogger, die viel eigenen Content produzieren, fürchten eine noch weitergehende Entrechtung in Hinblick auf die Nutzung und Monetarisierung ihrer Inhalte. ■

## Und wie geht es den einzelnen Bloggern in der Pandemie?

Die Erfahrungen der Bloggenden im ersten Shutdown und auch später waren divers. Während einige ihre Grundlage verloren, verzeichneten andere neue Besucherrekorde.

Einige Stimmen aus dem Bloggerclub e.V.



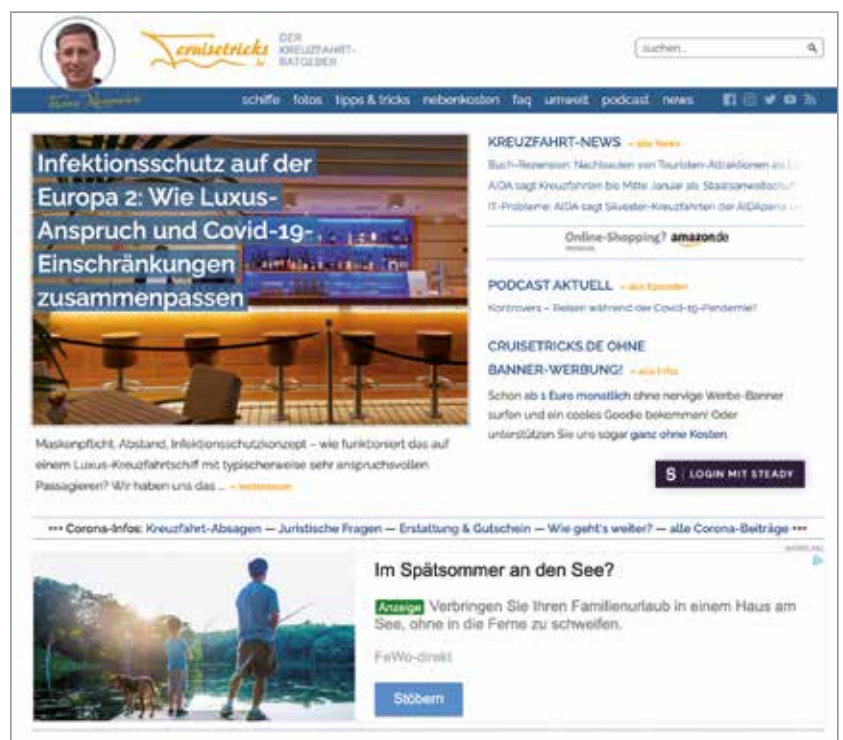
Corona führte bei mir auf [www.tanjapraske.de](http://www.tanjapraske.de) zu einem heftigen Einbruch der Leserzahlen. Es suchte keiner mehr nach Kinder-Museen München oder Ausstellungen in München, weil keiner diese Orte mehr aufsuchen konnte. Was für Artikel standen nun im Fokus? Alles rund um digitale Kulturvermittlung und Kommunikation sowie Digitalisierung. Tatsächlich spreche ich damit meine Hauptzielgruppe an, die Kulturschaffenden und Kulturhäuser. Meine Projekte hingegen wurden in Corona-Zeiten mehr. Denn Hilfestellungen im digitalen Auftritt sind gefragter denn je."   
Tanja Praske, Kultur-Bloggerin



Mit meinem auf Kreuzfahrt-Themen spezialisierten Blog [Cruisetricks.de](http://Cruisetricks.de) trifft mich die Krise auf den ersten Blick hart. Die Kreuzfahrt steht seit Mitte März 2020 nahezu komplett still. Dafür sind juristische Themen zu Reisepreiserstattung, Stornierungen und Ähnliches sehr gefragt.

Einen wahren Boom erlebt das Food-Blog [Cook & Taste](http://Cook & Taste), das ich zusammen mit meiner Frau Carmen eigentlich als reines Hobbyprojekt schreibe. Die Zugriffszahlen explodieren regelrecht. Das macht viel Spaß, auch wenn dadurch erst einmal kein Umsatz entsteht."

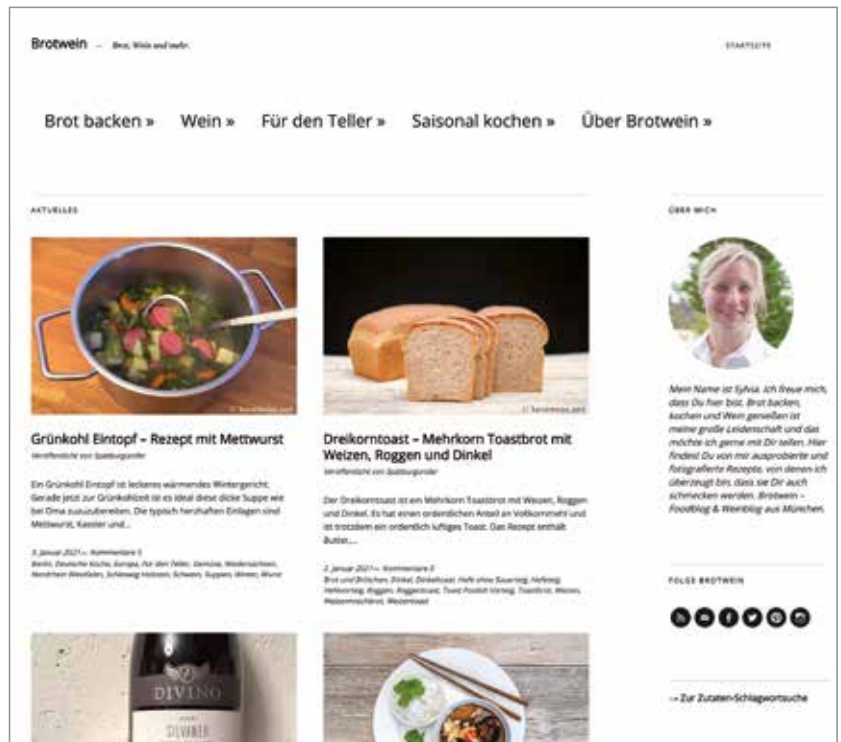
Franz Neumeier, Kreuzfahrt-Journalist und Blogger





Im Blog [brotwein.net](http://brotwein.net) dreht sich alles um Kulinarik. Mit Beginn der Ausgangssperre haben sich meine Zugriffe drastisch erhöht. Die Nutzerzahlen haben sich gut verdoppelt. Es sind 30 Brotrezepte unter den Top 50 der am meisten aufgerufenen Rezepte. Diese haben bis zu 400 Prozent mehr Aufrufe. Das entspricht auch der allgemeinen Wahrnehmung, dass die Leute sich mehr Zeit nehmen und angefangen haben, Brot selbst zu backen. Ob der Backtrend weiter anhält, wird sich zeigen."

Sylvia Kasdorff, Kulinarik-Bloggerin



Die Erlöse sind drastisch zurückgegangen beim Schottland Reiseblog [MyHighlands.de](http://MyHighlands.de). Konnte ich noch im Januar, Februar und März neue Rekorde beim Buchverkauf verzeichnen, brachen diese innerhalb von zwei Tagen komplett ein. Natürlich sind auch die Werbeeinnahmen ausgeblieben und erholen sich nur zögerlich. Was mich aufgefangen hat, ist der Zuspruch meiner Community. Ich nutze die Zeit, um neue Bücher an den Start zu bringen und die Webseite zu verbessern."

Stephan Goldmann, Schottland-Blogger

