

LiveJournal

Stand: 29.03.2023

Anhand des Namens dieses [sozialen Netzwerks](#) ist schon sein Zweck ersichtlich: Es handelt sich um ein online geführtes Tagebuch, in dem die Nutzer die Erlebnisse in ihrem Leben festhalten können. Darüber hinaus steht die Bezeichnung auch für die quelloffene Server-Software, über die der Dienst angeboten wird. Sie wurde extra dafür entwickelt.

LiveJournal als Social-Media-Plattform

Diese Plattform zeichnet sich dadurch aus, dass sie den **Fokus auf die Gemeinschaft** der Nutzer legt. Es geht um die Interaktion miteinander und den Austausch über die veröffentlichten Beiträge. Dabei orientiert sich das soziale Netzwerk an WELL – einer der ältesten Online-Communities. Außerdem werden andere Social-Media-Kanäle unterstützt, was die Vernetzung noch weiter vereinfacht.

Laut eigener Angaben auf der Website enthält LiveJournal über 50 Mio. Beiträge zu den Themen Politik, Mode, Literatur und Design. Sie seien geprägt von einer **offenen Denkweise**, die von Kreativität, Diversität und Toleranz spreche. Diese Werte gehören zur Philosophie der Website, der eine offene und selbstbestimmte Community am Herzen liegt.

Geschichte und Entwicklung

Online ging die Website im Jahr 1999. Brad Fitzpatrick hat sie über die Gesellschaft Danga Interactive gegründet, weil er seine Aktivitäten mit einigen Mitschülern teilen wollte. Doch die Plattform wurde schnell immer beliebter, 2004 gehörte sie zu den **meistgenutzten Social-Media-Websites der Welt**.

2005 kaufte allerdings die Softwarefirma SixApart die Betreibergesellschaft auf, um die weitere Entwicklung zu übernehmen. Im Jahr 2006 erwarb das **internationale Online-Medien-Unternehmen SUP aus Moskau** die Lizenz für die russische Sparte der Plattform. Im Dezember 2007 kaufte schließlich deren Geschäftsführer Alexander Mamut die komplette Website.

Kurz vor dieser Übernahme verzeichnete LiveJournal rund 4 Mio. Nutzer, allein 3 Mio. davon in den USA. Heute hat die Plattform vor allem in Russland einen hohen Stellenwert und ist auch primär auf Russisch verfügbar. Im Jahr 2012 war die **Nutzerzahl auf über 10 Mio.** angestiegen.

Funktionen und Besonderheiten von LiveJournal

Bei der Social-Media-Plattform handelt es sich um eine Blogging-Website, auf der Menschen kostenlose

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088 • Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

[Blogs erstellen](#) können. Wer jedoch den vollen Umfang, verminderte Werbeanzeigen und mehr genießen möchte, kann auch **ein monatliches Abo** abschließen. LiveJournal startete mit der einfachen Funktion, Beiträge zu veröffentlichen. Diese konnten sich andere Mitglieder der Community ansehen und sie kommentieren. Darüber hinaus war ein Vernetzen über ein Freundesystem möglich.

Vom Journal zum Blogging-Tool

Den Kern von LiveJournal bilden noch immer die Beiträge, die jeder Nutzer verfassen und teilen kann. Doch zu den Kommentaren und der Freundesliste sind noch weitere Interaktionsmöglichkeiten hinzugekommen, wie Privatnachrichten zum Beispiel. Organisiert wird das Ganze über **thematische Gruppen**, denen jeder Nutzer beitreten oder selbst eine gründen kann. Mitglieder können sich an verschiedenen Unterhaltungen beteiligen und Diskussionen über ihre Lieblingsthemen führen. Der Struktur der Beiträge und der Kommentarfunktion verdankt die Plattform ihren heutigen Ruf als Blogging-Tool.

Kostenlos nur eingeschränkte Funktionen verfügbar

Während der kostenlose Basisaccount zum normalen Bloggen ausreicht, kommt er für Businessnutzer irgendwann an seine Grenzen. Einige **elementare Funktionen** sind hinter einem bezahlten Zugang von 19,95 \$ pro Jahr verborgen. Dazu gehören Profilanpassungen, erweiterte Analysen, das Einbinden von Bildern, Umfragen und mehr.

Möglichkeiten im Online-Marketing

Obwohl LiveJournal von einem Amerikaner gegründet wurde, ist es heute hauptsächlich in Russland beliebt. Zwar ist es auch auf anderen Sprachen verfügbar, aber für das Online-Marketing eignet es sich vorzugsweise bei einer **russischen Zielgruppe**. Ob ein Blog die richtige Strategie ist, evaluiert eine [professionelle Agentur](#) für Unternehmen. Eine Alternative ist, auf der Website Anzeigen zu schalten. Diese sieht jeder kostenlose Account, nur für die Abo-Varianten sind sie ausgeschaltet.

Weblinks

- [Social-Media-Marketing](#) - was wichtig ist
- [Blog](#) - Nutzen und Aufbau
- [CMS](#) - den eigenen Online-Content managen