CONTENT PLAN ERSTELLEN – MIT REDAKTIONSPLAN ZUM ERFOLG

Veröffentlicht am 28. Juni 2023 von Sabrina

Erfahre hier, wie Du für Deine effiziente Social Media Marketing Strategie einen Redaktionsplan erstellst.

Du willst potenzielle Kunden durch **informativen und inspirierenden Content** an Dich binden, doch Deinen Social Media Feed oder Deine Blogartikel findest Du zu eintönig? Hakt es in den **Workflows**? Oder möchtest Du einfach einen **besseren Überblick über Deine Inhalte und Erfolge** gewinnen? Ein Content Plan hilft Dir bei der Strukturierung, Veröffentlichung und Überwachung Deiner Inhalte und verbessert die Teamarbeit.

Wir zeigen Dir, wie Du auch **ohne zahlungspflichtige Tools** einen Redaktionsplan – für Social Media **oder den eigenen Blog** – erstellst.

DARUM IST EIN REDAKTIONSPLAN SO WICHTIG

Das Erstellen und Veröffentlichen von zielgruppenrelevanten, wertvollen Inhalten auf den passenden Kanälen (z.B. Instagram oder auf dem eigenen Blog) ist die zentrale Aufgabe des Content-Marketings. Damit die meist zeitaufwändige Erstellung dieser Inhalte auch sinnvoll ist, sollten Deine Beiträge...

- **zielgerichtet** sein bzgl. Zielgruppe, Saison und Anlass (z.B. Weihnachten)
- **regelmäßig, rechtzeitig** und **verbindlich** erfolgen
- alle relevanten **Kanäle** bedienen

- **abwechslungsreich** sein
- **überprüft** und **angepasst** werden können

Mit einem Content Plan bzw. einem Redaktionsplan behältst Du den Überblick über die organisationsintensiven Aufgaben – vom einzelnen Task bis hin zum großen Ganzen. Der Content Plan ist dabei mehr als nur ein einfacher Kalender. Er bringt Zuständigkeiten, Timing und Themen zusammen und legt eine Veröffentlichungs-Strategie sowie Arbeitsabläufe fest. Der Redaktionsplan wird umso wichtiger, je mehr Personen an einem Content arbeiten und an Content Creation, Korrektur, Design, ggf. technischer Umsetzung und Freigabeprozessen beteiligt sind.

DIE VORTEILE EINES CONTENT PLANS:

- bessere Übersichtlichkeit
- bessere Absprachen und Organisation bei Projekten mit mehreren Personen
- Fehler-Reduzierung durch einheitliche Workflows
- Standardisierbarkeit von Prozessen der Contentüberwachung und -pflege
- nachverfolgbarer Prozess bzw. Nachweisbarkeit bei der Fehleranalyse
- regelmäßige Veröffentlichung
- dank vorheriger Einstellung und Terminierung aller Postings oder Blogartikel laufende Kanalaktivität – und Zeitersparnis

WAS MUSS IN EINEN REDAKTIONSPLAN?

Ein Redaktionsplan kann für **unterschiedliche Gruppen und Ziele** interessant sein:

- Du hast einen **Blog**, um Deine Expertise zu zeigen?
- Du möchtest durch eine treue **Social-Media-Community** Deine Marke stärken?

- Du willst durch SEO**-Themen** neue Kunden/Leser auf Deine Webseite holen?

Vielleicht hast Du sogar **mehrere Kanäle**, die Du mit Content bespielst und möchtest diese koordinieren?

Je nach Nutzerabsicht sind verschiedene Kategorien für einen Redaktionsplan sinnvoll. Trotzdem gibt es Must-haves für einen Redaktionsplan, die auf drei einfachen Fragen beruhen:

- **Was** ist der Inhalt?
- **Wann** erscheint er?
- Und **wo** bzw. auf welchen Kanälen?

MUST-HAVE REDAKTIONSPLAN – DAS SOLLTE IN KEINEM CONTENT PLAN FEHLEN

- Inhalt: (Arbeits-)Titel und Thema
- Veröffentlichungsplattform/Kanal, z.B. Webseite, Blog, TikTok, Youtube
- Format, z.B. Blogartikel, Whitepaper, Video/Reel, Instagram Karussell Posts, Webinar
- Veröffentlichungsdatum
- zuständige Personen
- Status: z.B. Idee, in Bearbeitung, in Korrektur, veröffentlicht

ERGÄNZUNGEN FÜR DEINEN REDAKTIONSPLAN

- **Ziel**: Möchtest Du möglichst viele Likes, Unique Visits oder andere Performance-Werte/ KPIs mit Deinem Content erreichen? Oder Deine Unternehmensmarke pushen? Deine Content

Creation sollte auf jeden Fall einer übergeordneten Strategie folgen. Halte Deine Ziele fest, um die **Ausrichtung und Erfolge Deiner Marketingmaßnahmen** besser im Blick zu haben.

- **Hauptkeyword**: Du willst einen **Redaktionsplan für einen Blog** erstellen und suchmaschinenoptimierte Inhalte (SEO) kreieren, um bei Google nach oben zu kommen? Dann sollte das Hauptkeyword in den Inhalten Deines Content-Plans nicht fehlen.

- **Zielgruppe** der Veröffentlichung: Halte fest, welche Menschen bzw. welches Milieu Du ansprechen willst. Tipp: Statt mit traditionellen Zielgruppen zu arbeiten, empfehlen wir Dir, mit Personas, also fiktiven Kunden / Lesern zu arbeiten. Diese kannst Du dann für Dein Posting oder Deinen Beitrag **visualisieren und konkret ansprechen**. Besonders sinnvoll ist das, wenn Du verschiedene Kanäle für Deine Strategie nutzt und/oder eine große Kampagne fährst: Du wirst hier Personen in **verschiedenen Stadien des Interesses für Dein Produkt/Deine Dienstleistung** abholen wollen. Damit nicht alles zum Einheitsbrei verkommt, ist eine Zielpersona hier von großem Vorteil.

- **Brainstorming-Optionen**, eventuell auch separiert von den feststehenden Themen, zum Beispiel auf einem zweiten Excel-Blatt:
    - Keywords mit Potenzial sammeln und SEO-Themen festhalten (Blogs, Landingpages)

    - Kalender mit wichtigen und kuriosen „Feiertagen“ sind besonders für Social Media Content Planung geeignet und regen zu Out-of-the-Box-Ideen an. So eignet sich ein Bild/Reel vom Bürohund am „Welt-Hunde-Tag“ ideal, um Dein Unternehmen als arbeitnehmer- und tierfreundlich darzustellen. Von **Branchenevents**, Beginn des Weihnachtsgeschäftes (was in einigen Branchen ja recht früh ist) bis hin zur Kinoveröffentlichung des nächsten Disney-Blockbusters, schreibe auf, welche Events für Deine Zielgruppe wichtig sind.

    - **Freigabe-Struktur**: Muss der Chef oder ein Hauptverantwortlicher **das letzte Häkchen setzen**, bevor Dein Content online geht? Oder arbeitest Du mit Externen, z.B. Sponsoren, die Freigaben erteilen müssen? Dann trage dies in Deinen Redaktionsplan ein.

KOSTENLOSE CONTENT PLANUNGSTOOLS

Um Dein Content Marketing mittels Redaktionsplan auf das nächste Level zu heben, musst Du kein Geld für ein entsprechendes Tool ausgeben. Und auch das Rad musst Du nicht selbst neu erfinden – es gibt ausreichend **kostenlose Tools und Vorlagen für Dein Content Planning**.

QUADRATISCH, PRAKTISCH, GUT: CONTENT PLANUNG MIT EXCEL UND CO.

Redakteure und Excel (oder ein ähnlicher Office-Kalkulator) verbindet eine innige Hassliebe. Das ist ein gutes Zeichen, denn das bedeutet, dass Grundwissen über die Funktionsweise der „Tabelle für alle Fälle" bereits bekannt ist. Themen, Zuständigkeiten und Zahlen lassen sich gut verwalten und sortieren.

Vorteile:

- jeder kennt Excel (zumindest ein bisschen)
- jeder hat Excel oder ein vergleichbares Programm bereits auf seinem Rechner
- viele Optionen der Individualisierung
- Sortierfunktionen und Diagrammerstellung helfen bei Auswertungen
- bei größeren Kampagnen lassen sich auf anderen Tabellenblättern weitere Informationen, Analysen und Brainstorming-Möglichkeiten hinterlegen, ohne die Übersichtlichkeit des eigentlichen Plans zu beeinträchtigen

Nachteile:

- nur eine Person kann gleichzeitig darin arbeiten
- Formatierungsfrust und „unaufgeräumt" wirkendes Layout
- nicht intuitiv bedienbar
- Ohne genau definierten Workflow werden Tabellen per Mail herumgeschickt oder Kopien/Duplikate erstellt. Die Folge: Es existieren mehrere Versionen und den einen „aktuellen" Content Plan gibt es nicht mehr

Du findest zahlreiche **Vorlagen für Excel-Redaktionspläne und Content-Kalender** im Internet, viele sind jedoch kostenpflichtig. Scheue Dich deshalb nicht, selbst einen Redaktionsplan zu erstellen, der

auch wirklich zu Deinen Workflows passt. Um außerdem etliche Kopien des Plans zu vermeiden, lädst Du diesen am besten in einer Cloud hoch. So arbeiten alle User am selben Dokument.

INHALTE MIT KOSTENLOSEN PROJEKTMANAGEMENT-TOOLS: TRELLO UND ASANA

Es gibt zahlreiche kostenlose Projekt Planer und Kalender auf dem Markt, die sich für Deinen Social-Media-Redaktionsplan oder anderweitige Contentplanung eignen. Wir stellen Dir hier zwei bekannte Favoriten vor. Sowohl Trello als auch Asana bieten neben kostenpflichtigen Versionen auch kostenlose Versionen an, die sich ideal für die Erstellung und Planung eignen.

CONTENT-PLANUNG MIT TRELLO

Trello bezeichnet sich selbst als **digitales Whiteboard**, und genauso kannst Du Dir dieses kostenlose Projektmanagement-Tool auch vorstellen. Auf einer Projektoberfläche kannst Du – wie Du es auch auf einem Whiteboard machen würdest – verschiedene Spalten für Arbeitsschritte/-stadien oder Unterprojekte festlegen. Statt analogen Notizzetteln gibt es dort **digitale Karten, die Du innerhalb der Spalten verschieben kannst**. Bei den Karten können beliebig viele weitere Nutzer u.a. Aufgabenbeschreibungen, Zuständigkeiten, To-Dos und Bilder einfügen und kommentieren. Wenn jemand eine Änderung auf dem Board vornimmt, wirst Du bei Bedarf benachrichtigt. Auf das Trello-Board greifst Du von Deinem PC, Mac oder auch von mobilen Geräten aus zu.

CONTENT-PLANUNG MIT ASANA

Für Projektmanagement ebenfalls beliebt ist Asana. Wie bei Trello kannst Du hier „Whiteboards“ – auch **Kanban-Boards** genannt – für Deinen Content Plan erstellen, die Du mit Aufgaben, Zuständigkeiten, Unterprojekten und Co. nach Belieben ausstattest. Als Alternative zum Board kannst Du auch mit **Listenansichten** arbeiten. Auch Asana kannst Du von all Deinen Geräten aus bedienen und erhältst Benachrichtigungen.

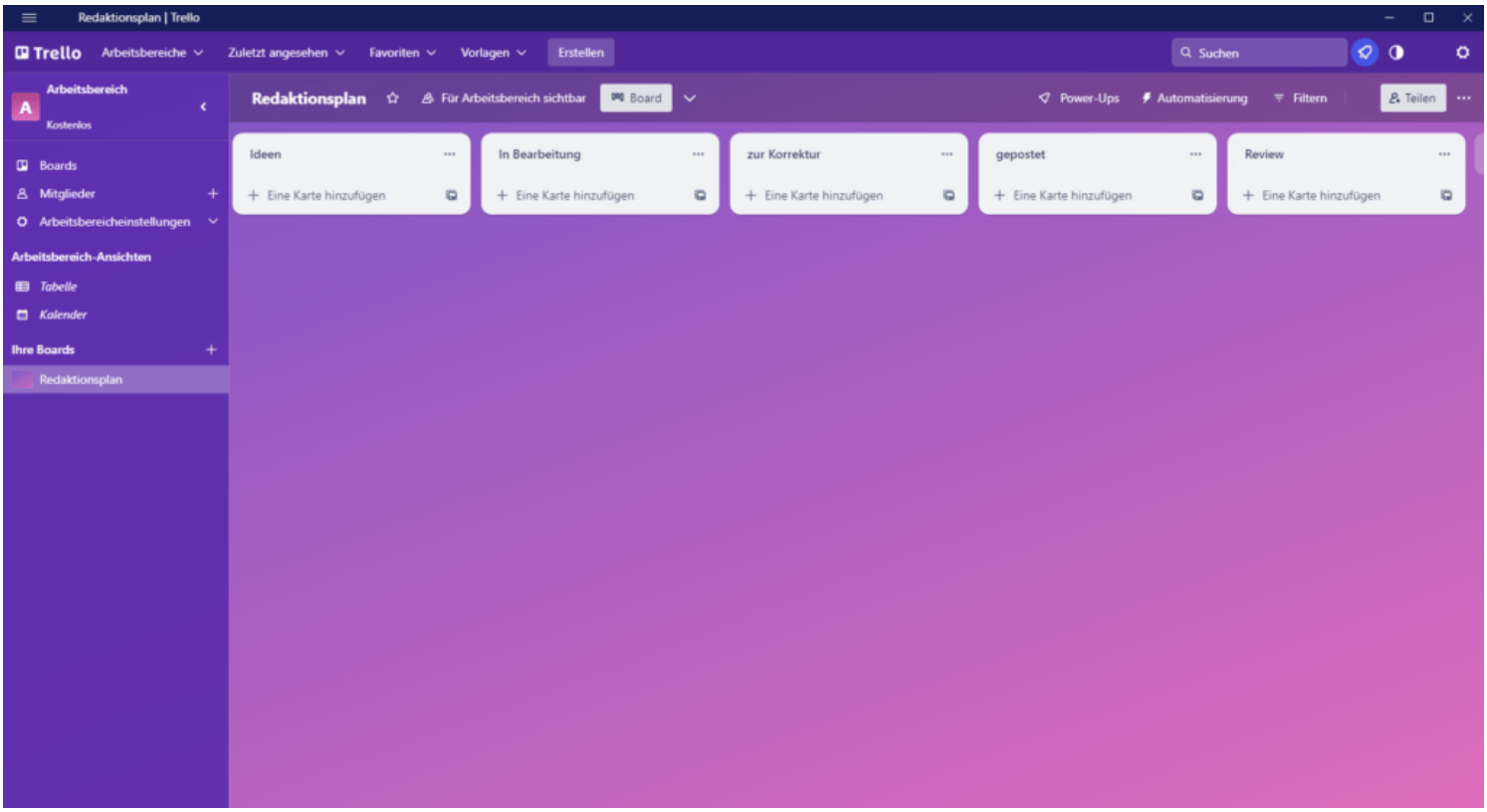
Achtung: In der kostenlosen Abo-Version von Asana können nur bis zu 15 Nutzer insgesamt zusammenarbeiten.

BEISPIEL FÜR EINEN REDAKTIONSPLAN IM KANBAN-*BOARD-STYLE*

Ein klassisches Redaktionsplan-Beispiel für einen Content Plan bei Trello ist der Whiteboard-Projektplanung nachempfunden. Die Spalten „In Bearbeitung“, „in Korrektur“, „gepostet“ etc. **bilden den internen Workflow ab**. Findet im Team heraus, welche Spalten für alle relevant sind.

Die „Karten“, die Du dann unter den Spalten hinzufügst, sind Deine einzelnen Artikel, Postings oder anderweitiger Content. Diese Karten versiehst Du zum Beispiel mit den **Infos über Inhalt, Format, Zuständigkeit und Kanal**. Auch eine **Deadline** sowie das **Veröffentlichungsdatum** sollten darauf nicht fehlen.

Neben der „Workflow“-Version gibt es auch weitere Möglichkeiten, die Spalten solcher Boards zu gestalten, zum Beispiel **nach Monaten** – hier wird der Workflow dann auf den Karten selbst festgehalten. Managst Du verschiedene **Content-Formate**, kannst Du auch diese als Hauptkategorien für die Spalten nehmen, zum Beispiel „Blog“, „Instagram“, „Video“. Hier kann es dann aber auf den Karten schnell unübersichtlich werden.



DARUM FUNKTIONIERT EIN CONTENT PLAN MANCHMAL NICHT

Du arbeitest bereits mit einem Redaktionsplan, aber er macht gefühlt **nur mehr Arbeit, als dass er hilft?** Dem lohnt es sich, auf den Grund zu gehen.

Die Arbeit mit einem Content Plan ist wie Fahrradfahren – wenn man es nicht kann, muss man es lernen. Nur, dass dieses Fahrrad eher eine Art Tandem ist, das das **ganze Team** gleichzeitig fahren muss und dabei unterschiedlich gut im Sattel sitzt. Das Schöne: Wenn man den Dreh einmal raus hat, kommt man **schneller ans Ziel** – und hat auch noch was fürs Teambuilding gemacht.

Bis sich jeder mit einem Redaktionsplan auskennt, kann es eine Weile dauern. Doch solltest Du auf jeden Fall Deinen Problemen auf den Grund gehen, denn Anfangszipperlein können in Frustration umschlagen.

Stelle Dir folgende Fragen:

- Passt der Redaktionsplan zu den spezifischen Workflows?
- Überfordere ich jemandem aus dem Team bzw. habe ich alle ausreichend gebrieft?
- Bedienen zu viele oder zu wenig Leute den Redaktionsplan?
- Möchte jemand nicht mit dem Redaktionsplan arbeiten – und warum?

> *Ein Content-Plan erweist sich dann als ineffizient, wenn er nicht (von allen) richtig genutzt wird.*

Stelle sicher, dass alle zuständigen Mitarbeiter und/oder gegebenenfalls **Externe** wissen, wie sie mit dem Plan umgehen und animiere sie zu **Feedback**. Denn kein Redaktionsplan ist von Anfang an perfekt und sollte so angepasst werden, dass er für alle Teilhabenden sinnvoll ist. Dann ist er eine große Chance für effektives Arbeiten UND Teamwork.

Übrigens: Ein Redaktionsplan **löst NICHT grundlegende strukturelle Probleme**, fehlendes Know-how oder zu geringe (Personal-)Kapazität. Wenn Dein Content Marketing im Sand verläuft oder sich Dein Einsatz nicht in Zahlen widerspiegelt, hilft ein **professioneller Blick von außen.** Als Marketing-Agentur unterstützen wir von Webweisend Dich mit einer genauen **Ist-Analyse und konkreten Verbesserungsvorschlägen**.

Du möchtest guten Content und glaubhaftes Storytelling vermitteln? Hole Dir jetzt Hilfe vom Profi in einem unverbindlichen Gespräch!