

*SVENJA
BÖDECKER

Redaktionsplan erstellen

Erstelle Schritt-für-Schritt den Fahrplan für dein
Content-Marketing

ANLEITUNG



Für Content Marketing mit Leichtigkeit und klaren Botschaften.

Erstelle deinen Content nicht aus dem Bauch heraus. Frage dich immer, für wen du etwas schreibst und was diese Person wirklich braucht und wissen will.

Ein Redaktionsplan visualisiert dein Content Marketing. Das hilft dir als Selbständige oder Unternehmerin, egal ob du alles selbst umsetzen willst oder mit einer Agentur oder virtuellen Assistentin zusammenarbeitest.

Doch vor dem Redaktionsplan steht der Content-Plan. Nutze ihn als Ideen-Pool und Inspiration für Blogartikel, Podcasts oder Social Media.

1. Content-Plan erstellen

Der Content-Plan ist das Bindeglied zwischen der Content-Marketing-Strategie und dem Redaktionsplan. Er ist dein Themen-Pool, den du regelmäßig füllst und aus dem du dich immer bedienen kannst.

Bevor du einen detaillierten Redaktionsplan ausarbeiten kannst, überlege dir zuerst, welche Themen überhaupt in Frage kommen.

Im Content-Plan dreht sich alles um die Fragen:

- **Was** habe ich zu erzählen?
- **Wer** interessiert sich dafür?
- **Warum** mache ich mir den Aufwand?



Das bedeuten die einzelnen Spalten

Im ersten Moment scheint dir die Tabelle vielleicht übertrieben für dein Content Marketing. Doch jede Spalte hat ihren Zweck – auch wenn du erst Content-Neuling bist. Also überlege dir genau, ob du sie auslassen willst.

Damit es dir etwas leichter fällt, habe in einige Spalten Dropdown-Listen eingefügt. Da musst du dich nur noch entscheiden.

Hier habe ich dir die Erklärungen zu den einzelnen Spalten zusammengestellt:

Kategorie

Übergeordnete Kategorie, über die du berichten willst, z.B. Produkt-Ratgeber, Anwendungsbeispiele, Events, Zitate, Einblicke ins Unternehmen usw.

Thema

Ideen, über die du schreiben oder posten kannst

- Fachspezifischen Themen, über die du sprichst, z.B. Herstellungsprozesse, Materialien, Herkunft, Nachhaltigkeit
- Wiederkehrende Themen, wie Anwendungstipps oder Fallbeispiele
- Saisonale Themen, wie Frühling, Halloween, Weihnachten
- Veranstaltungshinweise und Events
- Aktionen
- News und Trendthemen

Beitrag

Beantworte Fragen nach dem Wie, Warum, Was und Wo. Erstelle How-to-Anleitungen, Vergleiche, usw.

SEO-Keyword

Wenn du deinen Inhalt für Suchmaschinen optimierst, notiere dein wichtigstes SEO-Keyword.

Content-Art

Das Format, in dem du deinen Content verbreiten willst, z.B. wie Blog, Pressemeldung, Gastartikel, Gastbeitrag, Social Media, Video, Infografik, Karussell, Story, Reel usw. Wähle nur Formate, die zu deinem Unternehmen passen.



Zielgruppe (Persona)

Personengruppe, für die du deinen Content erstellst

Customer Journey Phase*

Phase der Kundenreise in der sich die Zielgruppe befindet und welchen Content sie dafür benötigt:

- Informationen finden (Awareness)
- Entscheidungshilfen finden (Consideration)
- Angebote finden (Conversion)

Nutzer für die Zielgruppe*

Beschreibe, was hat deine Zielgruppe von deinem Content hat, z.B.

- Unterhaltung
- Lösung eines Problems
- Antwort auf eine Frage
- Sinngebung

Nutzen für uns (Ziel)*

Beschreibe, welches Ziel der Content für dich erfüllt, z.B.

- Reichweite aufbauen
- neue Kontakte generieren
- sichtbar werden
- Aufmerksamkeit erzeugen

Bildidee

Kopiere ein Beispielbild hinein oder beschreibe, wie ein oder mehrere Bilder aussehen sollen

Inspiration (Link)

Speichere Ideen von Wettbewerbern oder anderen zur Inspiration.

*Diese Werte sind als Dropdown-Liste voreingestellt.



2. Redaktionsplan erstellen

Die Basis für deinen Redaktionsplan sind die Content-Marketing-Strategie und der Content-Plan.

Während dort schon die Fragen nach dem wer, was und warum definiert sind, geht es beim Redaktionsplan erstellen vor allem um:

- **Wann** veröffentlichst du deinen Content?
- **Wo** verbreitest du ihn?

In 5 Schritten zu deinem individuellen Redaktionsplan

Nimm dir deinen Content-Plan. Hier hast du alle Themen und Ideen aufgelistet, über die du in den nächsten Wochen und Monaten berichten könntest. Die Liste ist dein Themen-Pool und die Grundlage für deinen Redaktionsplan.

Starte mit einem groben Plan für das Jahr und gehe von hier aus immer weiter ins Detail.

Schritt 1

Trage alle Termine, Anlässe und Events für die nächsten 12 Monate ein, die für dein Unternehmen relevant sind.

Schritt 2

Vermerke alle regelmäßigen Veröffentlichungen für die nächsten 12 Monate, wie Newsletter oder Podcasts.



Schritt 3

Im Anschluss folgen deine Blogartikel, Gastbeiträge, Social-Media-Posts, usw. Wie häufig willst du posten? Wann planst du eine Veröffentlichung? Wenn du schon ein konkretes Thema hast, trage es direkt mit ein.

Schritt 4

Nun schau dir die nächsten drei Monate genauer an. Über welche Themen willst du berichten? Nutze die Kategorien und Beitrags-Ideen aus deinem Content-Plan. Welche wichtigen Termine und Anlässe stehen an? Überlege dir wann und auf welchem Kanal du über welches Thema berichten möchtest.

Schritt 5

Jetzt nimmst du dir die nächsten sechs, neun und zwölf Monate vor. Je nachdem wie weit eine Planung sinnvoll für dich ist.



Das bedeuten die einzelnen Spalten

Es gibt keine Regeln, wie du deinen Redaktionsplan erstellen musst. Er muss zu deinem Content und deiner Arbeitsweise passen. Ich erstelle Texte für Webseiten, Blogartikel, Newsletter und andere langlebige Inhalte.

Da haben sich diese Infos in der täglichen Arbeit bewährt:

Datum

Tag und ggf. Uhrzeit der geplanten Veröffentlichung. Instagram, Facebook & Co. sind so schnelllebig, dass es wichtig ist, die perfekte Tageszeit zu wählen.

Beitragstitel

Nenne den Titel und ggf. eine kurze Inhaltsangabe

Content-Art

Das Format, in dem du deinen Content verbreiten willst, z.B. Blog, Pressemeldung, Gastbeitrag, Social Media, Video, Infografik, Karussell, Story Reel usw.

Status

Notiere in welcher Bearbeitungsphase sich der Content befindet, z.B.

- offen
- Text in Bearbeitung
- Bilder in Bearbeitung
- warte auf Freigabe
- veröffentlicht

Autor

Wenn du im Team arbeitest, notiere den Verfasser

Veröffentlichung

Speichere den Link zum Blogartikel oder Video.

Kanal

Weg(e) über den du deinen Content verbreiten willst, z.B. Newsletter, Instagram, Facebook, LinkedIn usw.

Dokumente

Speiche die Links zum Ablageort für Texte, Bilder, Grafiken

Fertigstellung bis

Trage den Termin ein, bis wann du deinen Content fertiggestellt haben willst oder musst (bei einem fixen Abgabetermin).



So arbeitest du mit deinem Redaktionsplan

Verwende den Tab *//Vorlage// Redaktionsplan* in der Tabelle.

Redaktions-Plan													
Monat	Tag	Feiertag/Thementag	Beitragstitel	Content-Art	Status	Link zu Dateien	Fertigstellung bis	Veröffentlichung		Kanal: Verbreitung			
								Blog	Video	Newsletter	Instagram	Pinterest	TikTok
Januar	1	Neujahr			offen								
	2				offen								
	3				offen								
	4				offen								
	5				offen								
	6				offen								

Die Tabelle enthält Dropdown-Listen, die dir die Planung erleichtern. Alle Spalten, die in gelb hinterlegt sind haben vordefinierter Werte, die auf gängigen Standards beruhen.

Es sollte dir also nichts fehlen. Aber es erleichtert dir die Arbeit, weil du dich einfach nur zwischen den Vorgegebenen Werten entscheiden brauchst.

Status	Link
offen	
offen	
Text in Bearbeitung	
Bilder in Bearbeitung	
warte auf Freigabe	
veröffentlicht	
offen	



Tipp: Erfolg anhand deines Redaktionsplans messen

Schlage zwei Fliegen mit einer Klappe und nutze deinen Redaktionsplan auch, um herauszufinden, was bei deinen Lesern ankommt und was nicht. So siehst du auf einen Blick, auf welchen Themen dein Fokus liegt, ob du wirklich alle Zielgruppen angesprochen hast und auf welchen Kanälen du am meisten veröffentlichst.

Dies sind nützliche Kennzahlen, um die du deinen Redaktionsplan ergänzen kannst:

Reichweite

Anzahl an Personen, die du mit deinem Beitrag erreicht hast

Seitenbesucher

Überprüfe, wie viele Personen deine Seite besuchen und unterscheide nach

- einzelne Seitenbesucher
- wiederkehrende Seitenbesucher

Click-Through-Rate (CTR)

Das Verhältnis von Anzahl Impressionen und Anzahl Klicks, z.B. in einem Newsletter oder einer Werbeanzeige

Kommentare

Anzahl der Kommentare auf einen Blogartikel oder Social-Media-Beitrag

Newsletter-Abonnenten

Anzahl neuer Newsletter-Abonnenten nach einer Veröffentlichung

Überprüfe deine Kennzahlen und damit deinen Erfolg in regelmäßigen Abständen – beispielsweise einmal im Monat oder einmal im Quartal. Anhand dieser Zahlen siehst du, welcher Content gut funktioniert und wo du etwas verbessern kannst.



Glückwunsch

Du hast jetzt einen Ideen-Pool und deinen individuellen Redaktionsplan erstellt, aus dem du lange schöpfen und immer wieder neu füllen kannst.



Und was kommt jetzt?

Erstelle Content, der zu dir passt und den deine Kund:innen lesen wollen. Wenn du nicht weiterkommst, unterstütze ich dich gerne.

Gemeinsam können wir:

- Themen sammeln und Ideen austauschen
- Knackige Texte schreiben, mit denen du überzeugst
- Webseiten für SEO optimieren, damit du mit deinem Content sichtbar wirst

Schreib mir, wenn du auch Content Marketing mit Leichtigkeit und klaren Botschaften machen willst:

hallo@svenjaboedecker.de