

A close-up photograph of a man's chest and neck. He is wearing a brown suit jacket over a white dress shirt. He is pulling the white shirt open with both hands, revealing a blue superhero costume underneath. The costume features a large, light blue shield-shaped logo with a darker blue letter 'D' in the center. The background is a bright, cloudy sky with a warm, golden light effect on the left side.

DIGITAL HEROES

TIPPS FÜR GUTEN
CONTENT

- + 10 TIPPS FÜR EINEN GELUNGENEN CONTENT
- + 5 KLASSISCHE FEHLER, DIE SIE VERMEIDEN SOLLTEN

DIGITAL HEROES

TIPPS FÜR GUTEN CONTENT**WARUM IST GUTER CONTENT WICHTIG?**

Content muss relevant sein und dem User einen Mehrwert bieten. Er ist die Basis für erfolgreiches Business. Über Google, Bing & Co. erreichen Sie den User nur mit relevanten Inhalten und führen ihn so auf der Customer Journey zur gewünschten Conversion. Ihre Marketingaktionen und Ihren Kundensupport gestalten Sie nur zielführend mit entsprechend aufbereitetem Content. Gute, aktuelle und zeitgemäß präsentierte Inhalte bilden die Basis für alle business-relevanten Aktionen im Internet.

FÜR WEN ERSTELLE ICH CONTENT?

Content wird prinzipiell für zwei Zielgruppen erstellt: Den Nutzer in jeder Phase der Customer Journey und die Suchmaschine, die den Nutzer bei der aktiven Suche zu Ihrem Angebot führen soll. Dies bedeutet, dass Sie Content auf die Bedürfnisse und Wünsche Ihrer bestehenden und potentiellen Kunden ausgerichtet erstellen müssen.

Auf der anderen Seite müssen Sie alles tun, um Ihren Content nach den Regeln der Suchmaschine zu gestalten. Nur so können Sie erreichen, dass Ihr Angebot bei Suchanfragen in den Suchmaschinen an einer guten Position gelistet wird.

WIE ERSTELLE ICH GUTEN CONTENT?

Content muss für die Website, Landingpages, für Newsletter, Blogs und Social Media Plattformen wie Facebook, Instagram, Twitter, Xing oder LinkedIn erstellt werden. Zu Content gehören u.a. auch Whitepaper, Videos, Webinare sowie Infografiken.

Hier nun wertvolle Tipps, die Sie bei der Erstellung von gutem Content beachten sollten:

TIPP 1: CONTENT STRATEGIE ENTWICKELN

Legen Sie fest, welche Ziele Sie mit welchen Kanälen erreichen wollen. Ohne verbindliche Strategie können Ihre Ziele intern und extern nicht klar kommuniziert werden. Stellen Sie sicher, dass alle Contents der allgemeinen Strategie entsprechen.

TIPP 2: RELEVANZ UND MEHRWERT BIETEN

Erstellen Sie für Ihre Seitenbesucher und Follower ausschließlich Inhalte, die diesen einen Mehrwert bieten. Betrachten Sie Ihren Content immer mit den Augen Ihrer Kunden. Fragen Sie sich, an welchem Punkt der Customer Journey Ihr Kunde welche Information, welchen Mehrwert, welches Angebot benötigt.

TIPP 3: SEO-KRITERIEN BEACHTEN

Kein neuer Kunde über das Internet ohne eine gute Platzierung bei Google & Co! Achten Sie deshalb bei der Produktion von Content darauf, dass dieser auch unter SEO-Gesichtspunkten einwandfrei ist. Planen Sie bei der Content Erstellung immer auch die Produktion der Meta-Informationen (Meta-Tags) mit ein.

TIPP 4: CONTENT SAUBER AUFBEREITEN

Achten Sie darauf, dass der Content gut aufbereitet ist. Bilder sollten in der optimalen Größe hochgeladen werden, um lange Ladezeiten zu verhindern. Die Dateigröße sollte bei jedem Bild möglichst gering sein. Texte sollten keine Formatierung aus dem Textprogramm mit übernehmen, in dem sie erstellt wurden, sondern erst im CMS formatiert werden. Grafiken müssen auch auf mobilen Endgeräten bei kleiner Bildschirmgröße gut erkennbar sein. Gegebenenfalls müssen hierfür unterschiedliche Endgeräte mehrere Grafiken erstellt werden.

TIPP 5: REALISTISCHEN ZEITPLAN AUFSTELLEN

Setzen Sie sich in puncto Termine realistische Ziele. Forderungen wie „Wir müssen noch vor der Messe online gehen“ oder „Auf jeden Fall noch in diesem Jahr“ können bei allen Beteiligten einen Druck aufbauen, der auf Kosten qualitativ hochwertigen Contents geht.

TIPP 6: ZENTRALE VERWALTUNG DES CONTENTS

Bringen Sie Ordnung in Ihre Prozesse. Kommunizieren Sie intern und an Ihre Dienstleister, wie Sie den Content erhalten möchten. Schaffen Sie eine saubere Struktur zur Verwaltung des Contents und machen Sie diese nach Möglichkeit allen Produzenten zugänglich. Nutzen Sie ein gemeinsames Planungs-Tool, um rechtzeitig auf Verzug bei der Produktion reagieren zu können.

TIPP 7: RECHTLICHES UMFELD BEACHTEN

Vermeiden Sie Nachlässigkeiten bei der Klärung von rechtlichen Fragen bezüglich des Contents. Klären Sie alle Fragen bezüglich Urheberrechten und Persönlichkeitsrechten. Verzichten Sie im Zweifelsfall lieber auf die Veröffentlichung eines bestimmten Inhalts.

TIPP 8: CONTENTPFLEGE ALS PROZESS SEHEN

Contentpflege ist keine einmalige Angelegenheit. In Bezug auf zentrale Keywords und technische Anforderungen im Rahmen von Google Updates muss Content gegebenenfalls angepasst werden.

TIPP 9: REDAKTIONSPLAN ERSTELLEN

Erleichtern Sie sich die Arbeit vor allem für die Veröffentlichung von Blogbeiträgen, News und Social Media mit Hilfe eines Redaktionsplans. In diesem können Sie die Frequenz von Veröffentlichungen, Material und Zuständigkeiten festlegen und laufend kontrollieren.

TIPP 10: ÜBERNEHMEN ODER NEU MACHEN?

Beim Relaunch einer Webseite sollten Sie sich fragen, ob bestehende Inhalte übernommen werden können oder neu erstellt werden müssen. Abhängig ist dies von möglichen Änderungen des Gesamtkonzepts, der Ausrichtung auf neue oder weitere Zielgruppen und von der Frage, ob ein neues, durchgängiges Gestaltungs- und Bildkonzept eingeführt werden soll.



Halten Sie Ihre Content Strategie schriftlich fest. Formulieren Sie so, dass die Informationen für Redakteure, Lieferanten und Programmierer klar verständlich sind. Briefen Sie ausführlich.

CONTENT BEREICHE

Hier haben wir eine Liste erarbeitet, die Ihnen die Planung und Umsetzung der Contentproduktion erleichtern soll. Sie beinhaltet die unterschiedlichen Arten von Content, die typischerweise auf Websites, in den Social Media Kanälen oder in Shops verwendet werden. Zu einigen Content-Arten geben wir Ihnen Hinweise, worauf Sie bei der Produktion achten sollten.

CONTENT	AUFGABE	FORMATE	HINWEISE
Seitenstruktur / Seitenbaum	Haupt- und Untermenüpunkte festlegen und benennen. Mehrsprachigkeit einplanen.	Word oder anderes Textprogramm	
Text	• Text für jede Seite im Menü erstellen • Erarbeitete SEO Richtlinien einhalten • Auf Urheberrechte achten (keine kopierten Texte von anderen Seiten verwenden) • Redaktionsplan erstellen für laufende Aufgaben (Blogbeiträge, Social Media, Anpassungen laut SEO Monitoring) • Mehrsprachigkeit einplanen	Word oder anderes Textprogramm	Die Texte dürfen keine Formatierungen enthalten, da sie per copy & paste in das Redaktionssystem übernommen werden.
Bilder	Bilder bei Stockanbietern recherchieren oder selbst erstellen: • Header • Inhaltsbereich • News • Newsletter • Blog • Social Media Kanäle Bilder müssen in entsprechenden Größen abgespeichert werden. Designer und Programmierer geben hier die Größen vor.	Mögliche Dateiformate • JPG • PNG • GIF	Bei Bildkauf über Stockanbieter auf Lizenzen achten. Nicht jedes Bild darf für jeden Bereich verwendet werden.
Videos	Video konzipieren und erstellen oder bei Stockanbietern recherchieren.	Mögliche Dateiformate	Videos können entweder direkt in die Seite

		• MP4 • MOV • (AVI)?	eingebunden werden (Streaming vom eigenen Server) oder über YouTube, Vimeo verknüpft werden.
Grafik / Infografik / Icons	Grafiken müssen inhaltlich konzipiert und erstellt werden. Mehrsprachigkeit einplanen.	Mögliche Dateiformate • JPG • PNG • GIF • SVG (z.B. bei skalierbaren Grafiken wie Icons)	Komplexe Infografiken funktionieren u.U. nicht mobil. Hier muss entsprechend eine optimierte Grafik erstellt werden.
Meta-Tags	An den entsprechenden Stellen müssen die Meta-Tags gepflegt werden • Title • Description Tag • Alt-Tags für Bilder SEO Richtlinien einhalten (Keywords) und Mehrsprachigkeit einplanen		Werden direkt im Redaktionssystem (TYPO3, Wordpress o.ä.) eingetragen
Downloads	Erstellen von Informationsmaterial zum Download: • Broschüren • Whitepapers • Werbematerial • Kataloge	• PDF	



Bei allen Arten von Content sollten Sie dringend die rechtlichen Umstände beachten. Urheberrecht, Lizenzen etc. sollten für alle Inhalte geklärt werden, bevor sie online gehen.

5 KLASSISCHE FEHLER BEI DER CONTENTPFLEGE

Diese Fehler sollten Sie unbedingt vermeiden, wenn Sie termingerecht online gehen wollen.

1. ZEITPLAN ZU SPORTLICH

- Planung, Produktion, Korrektur und Einpflegen von Content kosten Zeit. Unterschätzen Sie nicht, dass Verzögerungen innerhalb eines dieser Bereiche den Endtermin Ihres Projekts gefährden können. Legen Sie einen realistischen Zeitrahmen fest und planen Sie – wenn möglich – noch einen Puffer ein.

2. FORMATE FALSCH GEWÄHLT

- Bilder sind nicht bearbeitet und werden viel zu groß oder zu klein im CMS hochgeladen. Texte sind im Textprogramm formatiert und werden deshalb mit Formatierung in das CMS übernommen. Diese müssen dann wieder rückgängig gemacht und neu angelegt werden.

3. KEINE ZENTRALE VERWALTUNGSUMGEBUNG

- Content wird von unterschiedlichen Produzenten erstellt und auf unterschiedlichen Wegen geliefert. Schaffen Sie eine zentrale Verwaltungsumgebung, in der Sie die Produktionsfortschritte kontrollieren und rechtzeitig reagieren können.

4. ÜBERSETZUNGSARBEIT WIRD UNTERSCHÄTZT

- Übersetzung betrifft alle Bereiche inkl. Menü, Meta-Tags, Bildunterschriften etc., die häufig vergessen und nachgefordert werden müssen.

5. PFLEGE DER META-INFORMATIONEN WIRD VERNACHLÄSSIGT

- Nicht nur das, was der User auf Ihrer Webseite sieht, ist für Ihren Erfolg von Bedeutung. Die verborgenen Informationen im Quelltext entscheiden darüber, ob der Nutzer Ihre Seite überhaupt bei Google findet. Setzen Sie deshalb genügend Energie für die Pflege der SEO-relevanten Titelbezeichnung, der alternativen Texte für Bilder und der Description ein.



Kontrollieren Sie vor allem am Anfang der Content Produktion die gelieferten Inhalte. Geben Sie rechtzeitig Feedback, ob diese Ihren Vorgaben entsprechen oder angepasst werden müssen.

FAZIT

Content ist im Bereich der digitalen Medien ein komplexes Thema. Guter Content muss sowohl für die Zielgruppe(n) als auch für die Suchmaschinen perfekt passen. Gute Planung, konsequente Verwaltung und Kontrolle sowie Know-how bezüglich SEO-Anforderungen und rechtlicher Fragen sind bei der Content Produktion unerlässlich. Auch die Einstellung, dass Contentpflege keine einmalige Angelegenheit beispielsweise beim Relaunch einer Webseite ist, sondern ein laufender Prozess sollte bei der Planung von Budget und Ressourcen beachtet werden.

FRAGEN ODER ANREGUNGEN?

WIR BERATEN SIE GERNE!

Haben Sie Fragen oder Anregungen? Wünschen Sie eine individuelle Beratung? Gerne helfen wir Ihnen weiter. Unser Geschäftsführer, Sebastian Bosch, steht Ihnen gerne zur Verfügung.

DIE AGENTUR:

MOSAIQ schafft digitale Markenerlebnisse, die ebenso emotional wie erfolgreich sind. Von der Idee bis zur Technik. Und das über alle digitalen Kanäle hinweg, ganz gleich ob Kampagne, Corporate Website, Onlineshop, Social Media oder CRM. Neben Verlagen betreuen wir auch weitere spannende Kunden, darunter Porsche, Siemens, FEIN, Fürstenberg und der VfB Stuttgart. www.mosaiq.com.



IHR ANSPRECHPARTNER:

Sebastian Bosch | Telefon 0711 839 48 48 30

sebastian.bosch@mosaiq.com

MOSAIQ GmbH | Urbanstraße 1 | 70182 Stuttgart