
CONTENTPLAN INSTAGRAM

du x sisu marketing



sisu marketing x INSTAGRAM

“Die ist selbst mit ihrem Business nicht auf Instagram und will mir erzählen, wie der Hase läuft?”

Ganz genau. Obwohl ich selbst mit sisu marketing nicht auf Instagram aktiv bin, habe ich wertvolle Infos für dich parat. Denn in den über 10 Jahren, die ich schon auf Instagram bin, habe ich 2 Influencer-Kanäle aufgebaut und mehrere Business Accounts betreut. Da ein guter Auftritt mit einigen Arbeitsstunden pro Woche verbunden ist und kontinuierliche Präsenz fordert, habe ich mich dazu entschieden, meine wenigen Ressourcen vorerst in LinkedIn zu stecken und auf Instagram nur aus Spaß an der Freude meinen Foto-Kanal zu bespielen.

Doch zurück zu dir: Wenn du dich für Instagram entscheidest, plane ca. 5-6h pro Woche ein. Etwas mehr, wenn du mit Tools wie Canva oder Adobe Express noch nicht so warm geworden bist. Du wirst Zeit für die Recherche, das Schreiben, ggf. das Designen und die Interaktion mit deiner Community brauchen. Mit meinem Contentplan ist außerdem die Frage nach “Was soll ich posten?” hinfällig und du wirst stattdessen effektiv mit dem Content-Erstellen beschäftigt sein.

Wenn du jetzt richtig Bock drauf hast, schnapp dir schon mal Zettel und Stifte, mach's dir gemütlich und stürz dich dann gemeinsam mit mir in's Instagram-Game!

Vorbereitung

Ein gut durchdachter Contentplan ist mehr als nur eine Aneinanderreihung von Bildern und Texten. Er ist die Grundlage für eine kohärente und zielgerichtete Präsenz auf Instagram. Ein Contentplan unterstützt dich dabei, deine Botschaft klar zu kommunizieren, dein Markenimage zu stärken und die Interaktion mit deiner Zielgruppe zu fördern.

Themen, die du für dich klären solltest, bevor es ans Posten geht:

- **Deine Marke:** Dein Accountname, Farben, Symbole
- **Deine Themenblöcke:** Versetz dich in die Position einer Person, die deinen Account lieben wird - was will sie sehen? Welche Themen kommen in ihrem Alltag vor? Wobei benötigt sie deine Expertise? Wie schaffst du es, ein Lächeln auf ihre Lippen zu zaubern? Zu welchen Themen sagt sie innerlich "Ja, mir geht's genau so!" oder "Ja, endlich jemand der mich versteht!"
- **Dein Postingintervall:** Gerade am Anfang hilft es, sich der Frage zu stellen: "Wieviele Postings schaffe ich mindestens pro Woche?" Denke auch an Wochen bzw. Monate, in denen es vielleicht schwierig wird, weil du auf Urlaub bist oder im daily business so viel los ist.

Themenböcke

Themenblock #1:

Themenblock #2:

Themenblock #3:

Inspiration für Themenblöcke für verschiedene Berufe:

- **Fitnesstrainer:in** - Home Workouts, Gym Equipment richtig nutzen, Rezeptideen
- **Physiotherapeut:in** - Vorbeugende Übungen für gängige Wehwehchen, Einblick in den Arbeitsalltag (inkl. Fortbildungen), Zu aktuelle Themen Stellung beziehen (z.B. Fitnesstrends)
- **Modeboutique-Betreiber:in** - Trends und Kollektionen, Materialien & ihre Eigenschaften, Styling-Ideen verschiedener Teile aus dem Store

Achte darauf, dass du immer daran denkst, was für deine Community von Wert ist und gleichzeitig deine Expertise zeigt (Das muss natürlich nicht in jedem Post beides sein - achte auf Ausgewogenheit)

und weiters: *Mehrwert kann für die Zielgruppe unterschiedlich sein: Manchmal empfindet man Unterhaltung als Mehrwert, manchmal sucht man Antworten auf eine bestimmte Frage, man erfreut sich über eine inspirierende Geschichte oder ist einfach von schönen Bildern begeistert.*

Contentblöcke

Themenblock #1:

- #1
- #2
- #3

Themenblock #2:

- #1
- #2
- #3

Themenblock #3:

- #1
- #2
- #3

Inspiration für Contentblöcke für verschiedene Berufe:

Wenn du deine Themenblöcke bestimmt hast, kannst du nun über deine Contentblöcke nachdenken. Dafür schreibst du konkret auf, welche Inhalte zu jedem Themenblock machen kannst.

- **Modeboutique-Betreiber:in**
 - Trends und Kollektionen: Die Farben der Saison und was die Farbenlehre dazu sagt; Welchem Typ steht ein Trend ganz besonders gut; Welche Teile kannst du super zu neuen Trends kombinieren;
 - Materialien & ihre Eigenschaften: Pflegetipps für diverse Materialien, Zertifizierungen und was sie aussagen, Welches Material für Wandern/Yoga/Business/Fliegen etc. gut geeignet ist.
 - Styling-Ideen verschiedener Teile aus dem Store: Beratungen für Kunden und Kundinnen zusammenfassen, alltagstaugliche Kombinationen mit angesagten Teilen, Challenges wie "Outfit für 200€ zum Thema Business".

Achte auch hierbei darauf, dass du immer daran denkst, was für deine Community von Wert ist und gleichzeitig deine Expertise zeigt.

Content Plan Template





Hilfreiche Informationen

1. Wenn du dir bei deinen Themenblöcken und Contentblöcken sicher bist, geht's jetzt ans Eingemachte
2. Lege dir deine Notizen bereit, denn du wirst jetzt deinen Contentplan für die nächsten Postings erstellen
3. Die Struktur ist wie folgt:
 - a. Themenblock **#1** > Contentblock **#1**
 - b. Themenblock **#2** > Contentblock **#1**
 - c. Themenblock **#3** > Contentblock **#1**
4. Anschließend geht es wieder mit **Themenblock #1** los, aber diesmal mit **Contentblock #2**. Du rotierst also zwischen deinen Themen. Nach einem Durchlauf, also mindestens 9 Postings, könnte sich schon abzeichnen, was deiner Community am besten gefällt und auch, was dir am meisten Spaß macht.
5. Fokussiere dich auf das Feedback der Community und lass Contentblöcke wegfallen, die wenig Anklang finden.
6. Plane heute die Beiträge für die nächsten zwei Wochen und versuche, immer 2 Wochen vorzuproduzieren. So überbrückst du Zeiten, in denen es zu stressig für Instagram wird oder in denen du mal krank bist.
7. Regelmäßige Check-Ins, die deine Ergebnisse einordnen, helfen bei der weiteren Planung und sorgen hoffentlich für die nötige Portion Motivation.

Posts, Reels, Karussells, Stories?

Grundsätzlich gilt: Instagram will, dass Menschen mit deinem Content interagieren, denn je länger sich Menschen auf der Plattform aufhalten, desto mehr Werbeeinnahmen generiert Instagram. Entsprechend unterstützt Instagram die Accounts, die fesselnden, hilfreichen oder unterhaltsamen Content generieren und Nutzer:innen auf der Plattform hält.

Wie misst Instagram das? Durch Aufklappen der Caption bei Posts, Watchtime & Aufrufe bei Reels, Weiterblättern bei Karussell-Posts, Anschauen bzw. Interaktionen bei Stories uvm.

Du willst also, dass Menschen sich für dich und deine Produkte oder Dienstleistungen interessieren und mit deinen Inhalten interagieren, damit Instagram gewillt ist, deine Beiträge an die Zielgruppe auszuliefern.

Dabei ist es völlig egal, welche Formate du nutzt - **du erstellst Content für deine Community, nicht für Maschinen oder Algorithmen.** Ich empfehle dir, Formate zu nutzen, die am besten zu deinen Inhalten passen. Wenn du viele Tipps hast, die sich Menschen gerne abspeichern um später darauf zurückzukommen, sind Bilder oder Karussellposts deine Freunde. Ist es wichtig, dass deine Beiträge einen sehr persönlichen Touch haben? Dann könnten Reels für dich gut funktionieren. **Stories helfen, im Gedächtnis zu bleiben und sollten immer genutzt werden.**

Denke immer daran, dass Social Media ein Ort für den Austausch mit deiner Zielgruppe ist. Instagram ist keine Einbahnstraße. Wenn du es durchziehen willst, musst du den richtigen Content für die richtigen Menschen posten und auch bereit für Interaktion sein.



sisu marketing

Katrin Wrulich, M.A.

www.sisu.at

let's connect on [LinkedIn!](#)