



## Sichtbar sein mit Content Marketing

Eleganz heißt nicht, ins Auge zu fallen, sondern im Gedächtnis zu bleiben. (Giorgio Armani)

Was ist Content Marketing? Wie funktioniert es, und was ist dabei zu beachten? Hier bekommst du Erklärungen, Hintergründe und Tipps für die Umsetzung.

Zuerst erkläre ich dir das Prinzip dieser Marketing-Strategie und die Hintergründe dazu. Ergänzend kannst du mein Video dazu anschauen. Im zweiten Teil stelle ich dir eine Checkliste für die Umsetzung zur Verfügung, die du kostenlos auch als PDF downloaden kannst.

**Meine Tipps bieten dir Hilfe zur Selbsthilfe. Für alles, was darüber hinausgeht, bin ich gerne persönlich für dich da.**

[upfox.at](https://upfox.at)

### Content Marketing schafft Bindung

So soll dein Content Marketing sein: wie der Duft von frischem Kaffee, der jeden Morgenmuffel aus dem Bett lockt. Das Schöne an Content Marketing auf deiner Website und Social Media ist, dass Menschen neugierig auf mehr werden, wenn du bereits Verlockendes zur Verfügung stellst. Später bestellen sie vielleicht auch deinen Spezialkuchen (dein Angebot). Natürlich soll dieser genauso gut oder noch besser schmecken als dein Kaffee.

Content Marketing ist im Prinzip wie ein Vollautomat. Du musst ihn warten und pflegen, aber dann mahlt und brüht er deinen Kaffee von selbst. Du brauchst keine Handmühle zu benutzen.

### Immer mit der Ruhe

Content Marketing kannst du aber auch mit einem Geschirrspüler vergleichen. Oft machen wir den Fehler, länger mit dem Einsortieren eines einzelnen Glases zuzubringen, das keinen Platz mehr findet, als es dauern würde, es händisch abzuwaschen, oder? Das ist kontraproduktiv. Gehe nach dem Pareto-Prinzip vor: Gut ist gut genug! Ein 80-prozentiges Ergebnis erreichst du mit den ersten 20 Prozent deines Aufwands, die restlichen 20 Prozent hin zur Perfektion aber kosten dich 80 Prozent der investierten Zeit.

Mit Perfektionismus vergeuden wir nur unsere Ressourcen. Geh es mit Köpfchen, aber locker an! Dann macht es richtig Freude, Content Marketing zu betreiben! Füttere die Maschine mit den wesentlichen Inhalten und lass sie für dich arbeiten! Währenddessen kannst du dich anderem widmen, mit dem du unmittelbar Geld verdienst. Content Marketing wirkt indirekt. Es ist eine langfristige, jedoch äußerst effektive und lohnende Maßnahme, ähnlich wie SEO. Moderne Geschirrspüler brauchen Zeit und arbeiten energiesparend. Genauso kannst du Content Marketing sehen.

## Content Marketing Tipps

Was steckt nun konkret hinter diesem Begriff? Damit du dir mehr darunter vorstellen und die für dich passende Schiene finden kannst, hier ein erstes Beispiel:

### Brotkrumen auslegen

Du bist Inhaberin eines kleinen Hotels und kennst dich mit Dekoration, gesundem Kochen, Brotbacken, Nachhaltigkeit oder den Schitouren und Wanderwegen vor Ort aus. Wähle einen Bereich, der dir besonders gefällt und außerdem Teil deines USP ist. Starte einen Videoblog auf YouTube oder TikTok, je nachdem, wo deine Zielgruppe eher vertreten ist. Ergänzend oder alternativ schreibe auf deiner Website Blogartikel darüber.

Um mit Letzterem ein breiteres Publikum zu erreichen, eignen sich SEA-Kampagnen (Google Ads) hervorragend, über die es auch bald einen Lexikon-Eintrag auf upfox.at geben wird. Wiederum ergänzend oder alternativ kannst du auf den passenden Social Media-Plattformen Teaser zu den Kernpunkten neuer Artikel platzieren, ob schriftlich oder in Form von Videos und Storys. Du legst wie bei Hänsel und Gretel Brotkrumen zu deinem Blog und indirekt zu deinem Unternehmen.

### Charme und Timing

Beobachte, was am effektivsten ist, und adaptiere dein Vorgehen entsprechend. Gib dem Ganzen aber ebenfalls Zeit, sich zu entwickeln, anstatt zu schnell alles umzustößen und etwas anderes zu probieren. Warte aber auch nicht ewig, wenn du siehst, dass sich über Wochen oder Monate hinweg nichts tut. Vielleicht brauchst du nur Kleinigkeiten zu verändern, etwa den Aufbau deines Texts oder die Thumbnails für Videos.

In weiterer Folge postest du regelmäßig Einträge! Diese sollen für genau jene interessant sein, die du damit erreichen möchtest. Überlege dir daher die Aufmachung und das Wording, ohne dich dabei komplett zu verbiegen, nur um zu gefallen! Aufgesetztes kommt nicht gut an. Zeig dich in deiner Persönlichkeit! Das macht dich unverwechselbar.

Ähnliches gilt für die Präsentation deines Texts in Videos: Natürliches, klares und vor allem freies Sprechen ist wichtig! Es muss nicht alles perfekt sein. Kleine Versprecher können sogar charmant rüberkommen, und ein Schmunzeln schadet nie. Wenn du deinen Text auswendig lernst und herunter sagst wie ein Muttertagsgedicht, wirkt das langweilig und wird weggeklickt.

### Ganz zufällig gezielt

In Posts, deinem Blog oder Videoblog gibst du Tipps und Tricks aus einem Bereich weiter, mit dem du dich bestens auskennst. Es muss sich dabei nicht unbedingt um dein Kernbusiness handeln, aber sollte damit zu tun haben und möglichst Teil deines USP sein. Um das am Beispiel des Hotels zu veranschaulichen: Kennst du die Wanderrouten in deiner Gegend wie deine Westentasche, gib Erfahrungsberichte und Geheimtipps an deine Zielgruppe weiter. Ist Nachhaltigkeit Bestandteil deines Alleinstellungsmerkmals, stelle ihr brauchbare How Tos für den Alltag zur Verfügung!

Ganz „zufällig“ sieht man im Hintergrund den tollen Garten deines Hotels, die gemütlichen Sitzgelegenheiten im Innenbereich, die zauberhafte Gegend, und dein Firmenname erzählt sowieso, was du offerierst. Tu das aber nicht aus reiner Berechnung, sondern auch aus Freude am Teilen deines Wissens! Freude spricht Menschen ganz anders an, als wenn spürbar ist, dass du nur aufs Geldverdienen aus bist.

## Noch ein Beispiel

Es gilt auch, die Grenze zwischen zu wenig und zu viel Expertise, die du weitergibst, zu erwischen. Zwar muss dein Content von echtem Nutzen für die User sein und du gibst real etwas von deinem Wissen weiter, jedoch nicht so viel, dass du deinen Service dadurch überflüssig machst!

Bist du beispielsweise Hochzeitsfotograf, könnten sich deine Profitipps darauf beziehen, wie Frischvermählte schnell und unkompliziert viele Fotos teilen können. Du bist sympathisch und kompetent und hilfst ihnen mit einigen Kniffen weiter. Wenn sie später die Dienste eines vertrauenswürdigen Fotografen benötigen, werden sie eher auf dich zurückgreifen als auf jemanden, den sie noch gar nicht kennen. Daher ist es von Vorteil, wenn du manche deiner Tipps als Videos postest und dich darin persönlich zeigst. Menschen kaufen Dinge, die sie brauchen, von Menschen, die sie mögen. Sie haben ein Problem, für das du die Lösung bietest. Behalte das immer im Hinterkopf!

## Content Marketing zieht

Es gibt unzählige Möglichkeiten für Content Marketing! Sie alle drehen sich aber in irgendeiner Form um wertvolle Informationen für das Zielpublikum. Manche Baumärkte betreiben das sehr erfolgreich, indem sie Heimwerker-Anleitungen zur Verfügung stellen, mit denen - wiederum „ganz zufällig“ - die passenden Werkzeuge verlinkt sind, die man bei ihnen erwerben kann. Sie haben dir mit der Anleitung bereits geholfen. Somit ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass du benötigte Werkzeuge gleich über die Links kaufst. Wozu solltest du extra woanders zu suchen beginnen, wenn es schneller und bequemer geht? Das ist das Prinzip dahinter. Beide Seiten gewinnen.

Content drängt sich nicht auf. Er wird aktiv gesucht und basiert auf dem Gedanken: „Ich helfe dir, und das hilft wiederum mir selbst.“ So soll Marketing sein! Hierbei handelt es sich um sogenanntes Pull-Marketing. Dieses läuft nicht nach, sondern bietet Lösungen an. Es sucht nicht, sondern wird gefunden, wenn du es richtig anstellst. Zur Erinnerung: Ist dein Kaffee gut, wird dein Kuchen wohl auch probiert.

Biete deinen Kunden und jenen, die es noch werden sollen, beim Genuss deines Kaffee wie auch des Kuchens ein schönes Erlebnis, noch besser: ein besonderes! Dann ist dein Content Marketing erfolgreich und bringt dir ein, was du dir wünschst.

**Du möchtest direkt mit Inhalten starten, die wirken? Ich unterstütze dich beim Konzept und erstelle die passenden Texte für dich.**

## How to: Tipps für die Umsetzung von Content Marketing

1. **Anziehender Content:** Du weckst die Neugier deiner Zielgruppe und wirkst wie ein Magnet, statt ihr nachzulaufen.
2. **Kontinuität und Kohärenz:** Du ergänzt laufend Inputs zum gewählten Thema, und es zieht sich ein roter Faden durch.
3. **Nutzen stiften:** Dein Content ist von echtem Mehrwert für deine Zielgruppe und bietet Problemlösungen. Er ist informativ und unterhaltsam gestaltet.

4. **Trends erkennen:** Du hast eine Trendrecherche durchgeführt, um herauszufinden, was die Menschen interessiert und wo Bedarf herrscht.
5. **Nischen und frischer Wind:** Du hast beobachtet, wo Marktlücken bestehen, die nur darauf warten, gefüllt zu werden, oder auf welchem Gebiet du erfrischende Alternativen bieten kannst.
6. **Expertise zeigen:** Deine Inhalte drehen sich um einen Bereich, der dein Unternehmen auszeichnet und mit dem du dich bestens auskennst.
7. **Appetit auf mehr:** Du gibst einiges von deinem Wissen preis, jedoch nicht alles. Dein Content macht einfach Lust auf dein Angebot.
8. **Der Köder muss dem Fisch schmecken:** Du wählst den Präferenzen deiner Zielgruppe gemäß die ideale Form. Das kann ein Blog auf deiner Website sein, knackige Posts auf Social Media, eine Videoreihe oder eine Kombination aus zwei bis drei Elementen.
9. **Vielfältige Präsentationsformen:** Du bereitest Inhalte so auf, wie es am besten für dich und deine Tätigkeit passt: als Lifehacks, Produktvergleiche oder -charts, Tutorials, Erfahrungsberichte, ...
10. **Zielgruppengerechte Kanäle:** Du weißt, wo du dein Wunschpublikum erreichst, sodass dein Content überhaupt entdeckt wird.
11. **Wegweiser aufstellen:** Mit deinen Inhalten und guter Verlinkung legst du Brotkrumen zu deinem Unternehmen aus. Der Weg zu deinem Angebot ist leicht zu finden.
12. **Faktenbasiertes Feintuning:** Mit Hilfe von Statistiken und Analyse-Tools beobachtest du, was ankommt und was weniger. Du nimmst Anpassungen vor, sobald sich das herauskristallisiert.
13. **Verpackung ist die halbe Miete:** Sowohl die Aufmachung als auch der passende Sprachstil tragen dazu bei, deine Zielgruppe abzuholen.
14. **Gefunden werden:** Du verwendest Keywords, die den wahrscheinlichen Suchbegriffen derer entsprechen, die auf deinen Content stoßen sollen.
15. **Kurzweilige Videos:** In Videoauftritten wirkst du so sympathisch wie kompetent. Du schwafelst nicht, sondern kommst rasch zum Punkt. Du hast ein Konzept, sprichst aber frei.
16. **Äpfel von Birnen unterscheiden:** Du widerstehst der Versuchung, auch dein Angebot zu bewerben. Dir ist klar, dass es beim Content Marketing nicht um Sales, sondern um Leads geht, die die Rutsche dahin legen.

Die Checkliste ist eine Einstiegshilfe. Content Marketing beinhaltet noch einiges mehr, doch das würde hier eindeutig den Rahmen sprengen.

**Du brauchst Unterstützung beim Content Marketing? Ich helfe dir.**

[upfox.at](https://upfox.at)