



## Das gilt es zu beachten bei der Content Creation

Content Creation spielt im heutigen Unternehmertum eine entscheidende Rolle, da Firmen zunehmend auf hochwertigen Content angewiesen sind.

Doch worauf kommt es bei der Content Creation eigentlich an? Genau diese Frage beantworten wir in diesem Whitepaper!

# Inhaltsverzeichnis

- 01** Konzentrieren Sie sich primär auf eine Content Strategie
- 02** Definieren Sie eine klare Zielgruppe
- 03** Vergraulen Sie Leser nicht durch kommerzielle Ziele
- 04** Betreiben Sie bereits vor der Erstellung eine umfassende Recherche
- 05** Vernachlässigen Sie nicht die mobile Optimierung
- 06** Lockern Sie den Content mit Bildern und Videos auf
- 07** Orientieren Sie sich ruhig an der Konkurrenz
- 08** Optimieren Sie auf die richtigen Keywords
- 09** Nutzen Sie eine einheitliche Ansprache
- 10** Achten Sie auf Rechtschreibung und Grammatik
- 11** Gestalten Sie den Content möglichst natürlich



---

## Konzentrieren Sie sich primär auf eine Content Strategie

Es gibt viele Strategien, die Sie bei der Content Creation verfolgen können und prinzipiell lassen sich bestimmte Ziele miteinander verbinden.

Das ist jedoch nicht immer der Fall und manche Strategien können sich widersprechen.

Content kann unter anderem dazu dienen:

- die Markenbekanntheit zu steigern,
- die Kundenbindung zu verbessern
- oder Rankings zu generieren.

Allerdings sollten Sie keinen Mittelweg wählen, sondern sich primär auf eine Content Strategie konzentrieren.

Andernfalls können Sie nur schwer zielgerichtet arbeiten.

Im Endeffekt kann das darin resultieren, dass die gewünschten Ergebnisse ausbleiben, was mit Sicherheit nicht in Ihrem Interesse ist. Oder?

---

# Definieren Sie eine klare Zielgruppe

Wenn Sie sich auf eine bestimmte Content Strategie festgelegt haben, ist das schon einmal eine gute Basis für das Erstellen von hochwertigen Inhalten.

Um zielgerichteten Content zu erstellen, braucht es jedoch noch um einiges mehr.

Ein weiterer essentieller Faktor ist die Definition einer klaren Zielgruppe.

Ihnen beziehungsweise Ihren Redakteuren muss klar sein, für wen sie eigentlich schreiben.

Es macht schliesslich einen Unterschied, ob Ihre Zielgruppe Gamer im Jugendalter oder Projektleiter in grösseren Unternehmen sind.

Während bei einigen Zielgruppen ein lockerer Stil und Duzen vorteilhaft ist, müssen Sie andere Zielgruppen siezen und auf einen informellen Stil setzen.

Generell gibt es viele Kriterien, die bei der Definition einer Zielgruppe von Bedeutung sind.

Neben demografischen Faktoren wie Alter, Geschlecht und Familienstand gibt es noch sozioökonomische und psychografische Merkmale.

Es ist also gegebenenfalls auch von Bedeutung, welchen Bildungsstand und was für Werte Ihre Zielgruppe hat.

Sie werden einem Vegetarier nun mal selbst mit dem besten Content Marketing keine Fleischprodukte andrehen können.

---

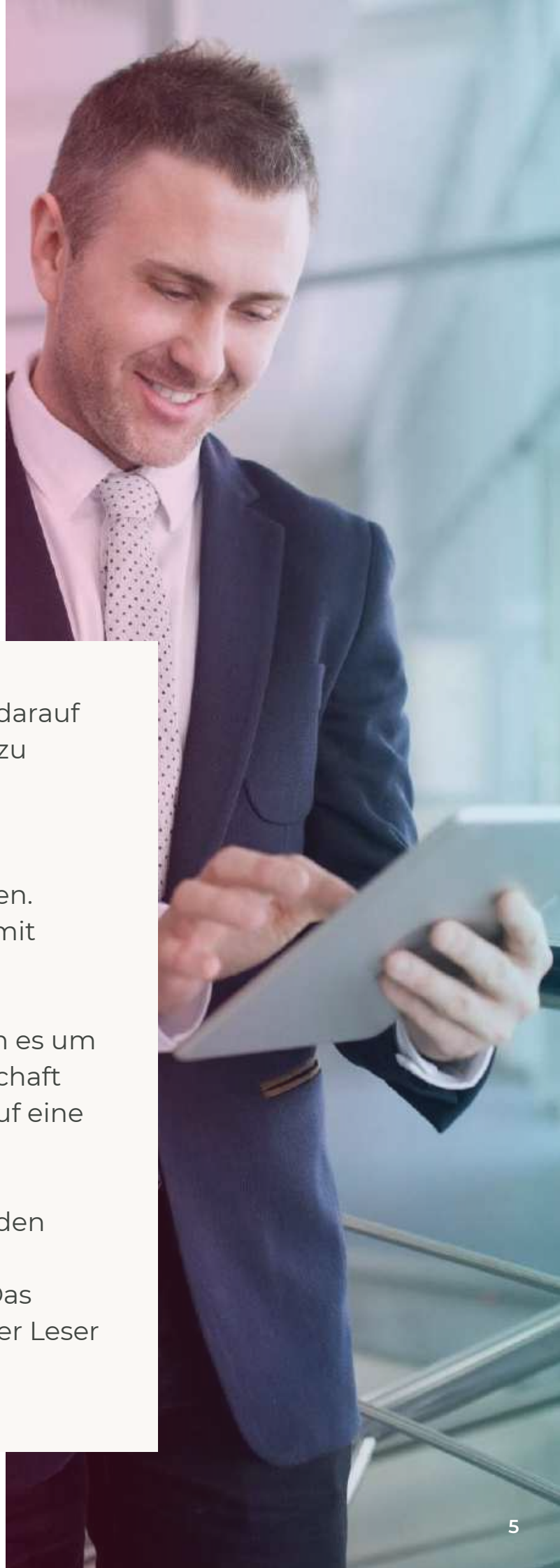
# Vergraulen Sie Leser nicht durch kommerzielle Ziele

Bei der Content Creation sollten Sie darauf achten, den Lesern einen Mehrwert zu bieten.

Das heisst nicht, dass Sie keine kommerziellen Ziele verfolgen können. Allerdings wollen Sie Ihre Besucher mit Sicherheit nicht direkt vergraulen.

Seien Sie also nicht zu exzessiv, wenn es um die Unterbringung einer Werbebotschaft geht. Setzen Sie stattdessen lieber auf eine subtilere Vorgehensweise.

Des Weiteren empfehlen wir Ihnen, den Content nach der Erstellung in einer werbefreien Zone unterzubringen. Das dürfte es erleichtern, das Interesse der Leser zu gewinnen.



# Betreiben Sie bereits vor der Erstellung eine umfassende Recherche

---



Ohne eine umfassende Recherche lässt sich hochwertiger Content kaum erstellen. Eigenes Fachwissen ist zwar durchaus von Vorteil, doch wie schon Platon sagte „Ich weiss, dass ich nichts weiss“.

Seien Sie also bereit, Zeit in die Recherche zu investieren. Das trägt unter anderem dazu bei, dass Ihnen keine Fehler bezüglich Jahreszahlen oder vergleichbarer Daten unterlaufen.

Die Recherche sollte vor der Content Creation erfolgen. Zum einen hilft das bei einem strukturierten Aufbau. Zum anderen können Sie gezielt Content vermeiden, der von Konkurrenten bereits bestmöglich durchgekaut wurde.



---

## Vernachlässigen Sie nicht die mobile Optimierung

Den Content nur auf Desktop-Geräte zu optimieren, ist in unserer heutigen Zeit ein gewaltiger Fehler.

Inzwischen ist es nämlich so, dass die meisten Besucher über ein mobiles Gerät auf eine Webseite oder einen Social-Media-Kanal zugreifen.

Aus diesem Grund sollten Sie darauf achten, dass Texte, Bilder und Videos auf mobilen Geräten wie Smartphones oder Tablets richtig angezeigt werden.

Sie wollen schliesslich nicht, dass die Besucher erst runterscrollen müssen, um den Titel des Artikels lesen zu können. Im schlimmsten Fall können sie die Inhalte sogar überhaupt nicht sehen.

Achten Sie also unbedingt auf eine hinreichende mobile Optimierung, wenn Sie keine bösen Überraschungen erleben möchten.

# Lockern Sie den Content mit Bildern und Videos auf

---



Prinzipiell ist viel Text nichts Schlechtes, sofern die Inhalte den Lesern einen Mehrwert bieten.

Ihnen sollte jedoch bewusst sein, dass Ihre Besucher mit Sicherheit keine reine Textwand vorfinden wollen.

Eine solche wirkt abschreckend und Leser verlieren schnell das Interesse. Damit das nicht passiert, sollten Sie den Content mit Bildern und Videos auflockern.

Auf diese Weise ist es wahrscheinlicher, dass Besucher auch längere Artikel bis zum Ende durchlesen. Das wiederum kommt Ihrer Content Strategie zugute.



---

## Orientieren Sie sich ruhig an der Konkurrenz

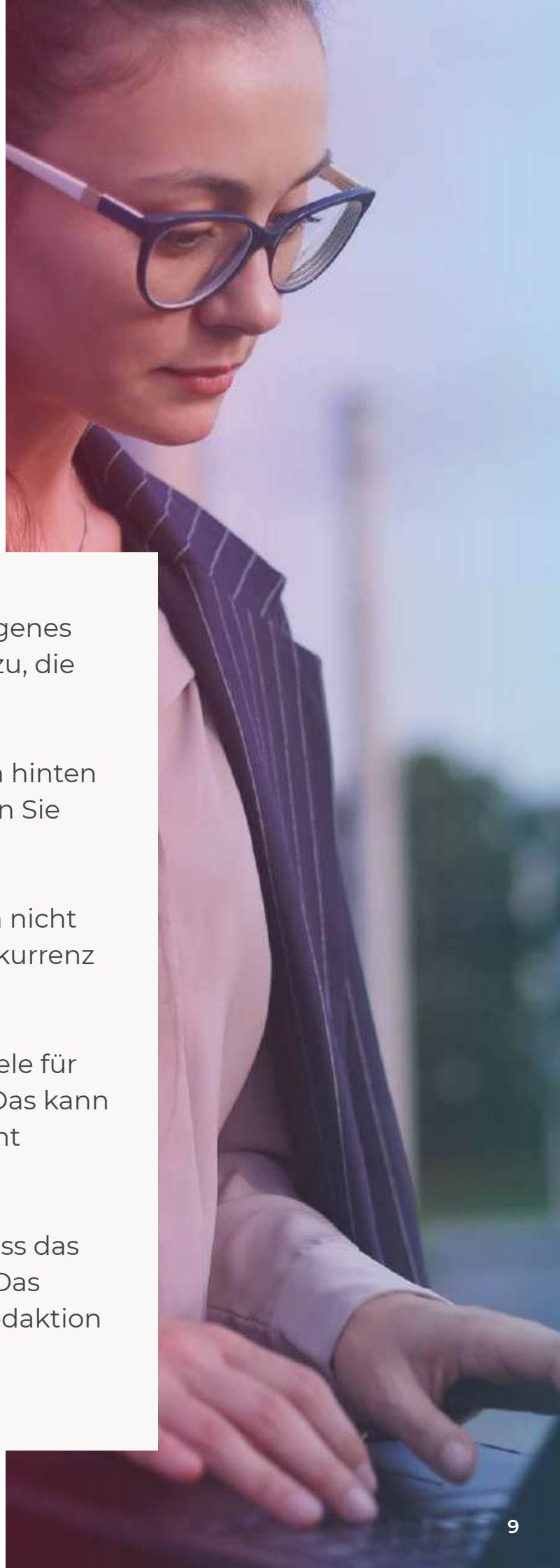
Natürlich sollte Ihr Content etwas Eigenes sein. Daher raten wir Ihnen nicht dazu, die Konkurrenz zu kopieren.

Zumal das im schlimmsten Fall nach hinten losgehen kann. Vor allem dann, wenn Sie Inhalte eins zu eins übernehmen.

Das heisst jedoch nicht, dass Sie sich nicht zu einem gewissen Grad an der Konkurrenz orientieren können.

Schauen Sie sich ruhig einige Beispiele für gelungenes Content Marketing an. Das kann Ihnen wichtigen Input für die Content Creation liefern.

Vergessen Sie dabei jedoch nicht, dass das Zauberwort *Unique Content* lautet. Das muss sowohl Ihnen als auch Ihrer Redaktion immer bewusst sein.



# Optimieren Sie auf die richtigen Keywords

---



Sollte der Fokus Ihrer Content Strategie auf SEO liegen, sollten Sie den Content unbedingt auf die richtigen Keywords optimieren.

Was letztendlich die richtigen Keywords sind, hängt von unterschiedlichen Faktoren wie Ihrer Zielgruppe ab. Grundsätzlich lässt sich jedoch sagen, dass eine umfassende Keyword-Recherche unabdingbar ist.

Sie sollten allerdings nicht nur auf Keywords optimieren, die ein gutes Suchvolumen aufweisen. In manchen Fällen ist es sogar besser, sich primär auf sogenannte Longtail-Keywords zu konzentrieren.

Solche haben zwar meist ein weit geringeres Suchvolumen, die Konkurrenz ist jedoch in der Regel schwächer und infolgedessen lassen sich leichter Rankings erzielen.

# Nutzen Sie eine einheitliche Ansprache

Womöglich haben Sie es in der Schule oft hören müssen: Eine einheitliche Ansprache ist Pflicht!

Das gilt nicht nur für Aufsätze, sondern im Grunde für alle Arten von Content. Von Duzen auf Siezen zu wechseln, verwirrt Ihre Besucher und schadet der Qualität Ihrer Inhalte.

Bleiben Sie daher stets bei einer einheitlichen Ansprache.

---

# Achten Sie auf Rechtschreibung und Grammatik

Eine einwandfreie Rechtschreibung und Grammatik ist essenziell für hochwertigen Content. Auch wenn es selbsterklärend sein sollte, wird dieser Aspekt bei der Content Creation gerne vernachlässigt.

Allerdings nimmt die Qualität der Inhalte dadurch stark ab. Das ist sowohl in Hinblick auf die Leser als auch aus SEO-Gesichtspunkten problematisch. Schliesslich ist es kein Geheimnis, dass der Google-Algorithmus bei Texten auf eine korrekte Rechtschreibung und Grammatik achtet.

Ein weiteres Kriterium sind einheitliche Formulierungen. Für einige Begriffe gibt es zwar mehrere Schreibweisen, aber Sie sollten immer nur eine davon nutzen. Andernfalls schaden Sie dadurch der Qualität Ihrer Inhalte.



---

## Gestalten Sie den Content möglichst natürlich

Manchmal mag es naheliegend erscheinen, den Content aus SEO-Gesichtspunkten oder aufgrund einer Werbemaßnahme anzupassen.

Prinzipiell ist das möglich, sofern die Natürlichkeit dadurch nicht verloren geht.

Sollte der Content jedoch beispielsweise künstliche und schwer lesbare Anhäufungen von Keywords aufweisen, vergraulen Sie damit Ihre Besucher.

Ganz zu schweigen davon, dass Sie eine Abstrafung durch den Algorithmus von Google riskieren.

Generell sollte der Content immer so natürlich wie möglich sein.

Ihre Leser werden es Ihnen danken!

---

# Fazit



Wie Sie sehen können, gibt es viele Faktoren, die bei der Content Creation von Bedeutung sind.

Das gilt unabhängig davon, ob die Inhalte für eine Webseite, einen Social-Media-Kanal oder im Zuge einer Werbemaßnahme erstellt werden.

In jedem Fall sollten Unternehmen wissen, welche Zielgruppe und welches Unternehmensziel mit dem Content erreicht werden soll.

Das ist jedoch nur die Spitze des Eisbergs, denn die Erstellung von hochwertigem Content ist mit einem hohen Aufwand verbunden.

Unternehmen müssen bereit sein, in die Content Creation zu investieren.

Sollten sie diesen Aspekt ausser Acht lassen, werden Sie im Zuge des digitalen Wandels nicht mit der Konkurrenz mithalten können.

Es ist nämlich nun mal so, dass dem Content Marketing die Zukunft gehört.

Scheuen Sie sich also nicht, sich näher mit dem Thema zu befassen.



Wir unterstützen B2B Entscheidungsträger dabei, die Komplexität von Marketing Automation zu überwinden und in 10 Tagen ein Leuchtturmprojekt umzusetzen.



**Vielen Dank!**

Aioma AG  
Hardturmstrasse 105  
8005 Zürich  
Schweiz

+41 44 500 97 00  
[hi@aioma.com](mailto:hi@aioma.com)