



**CONTENT
IS
KING**

CONTENT ZÄHLT

KEY POINTS

Wie produzierst du kontinuierlich guten Content?

Manche sind im Tagesgeschäft so gefangen, dass sie meinen, nicht dazu zu kommen – obwohl Content-Produktion ganz klar ein Task ist, der zum Tagesgeschäft gehört. Content-Produktion lässt sich auch nur ganz selten wirklich klug delegieren, wenn du „the face to the partner“ bist. Andere kennen die entscheidenden Tools nicht. Die nächsten trauen sich nicht, weil sie denken, sie seien noch nicht gut genug vorbereitet. Und so verpasst die Welt eben jede Menge Content.

In diesem Kurs will ich dir den Zahn ziehen, dass es irgendwelche Ausreden gibt. Es gibt keine Ausreden. Du kannst jetzt sofort mit der Content-Produktion anfangen. Und du kannst es vor allem zu einer Gewohnheit werden lassen, Content zu produzieren.

Du erfährst, mit welchen Techniken du loslegst, und vor allem, mit welcher Form der Selbstorganisation dir regelmäßige Content-Produktion gelingt.

Und Content ist nicht nur ein Teil des Tagesgeschäfts. Content zu produzieren, ist eigentlich noch viel mehr, und zwar eine Form des Selbstverständnisses. Ich behaupte sogar: Content ist Lifestyle. Es ist eine Art zu agieren in dieser Welt. Und ich empfehle dir, die Content-Produktion als genau das anzusehen. Denn ich glaube, nur so wirst du mit deiner Content-Produktion wirklich erfolgreich. Ich wünsche dir viele spannende Erkenntnisse und viel Spaß!



**MACH CONTENT
PRODUKTION
ZU DEINEM
LIFESTYLE!**



JEDES DETAIL IST WERTVOLL

**DAS, WAS FÜR DICH BANAL
IST, KANN FÜR DEINEN
KUNDEN DIE WELT
VERÄNDERN!**



**DAS
CONTENT
AUFFANG
BECKEN**

CONTENT IS KING AUCH IN 2024



CONTENT SAMMELN

DIE IDEEN GEHEN DIR NIEMALS AUS

Mit welchen Formen von Content („Formate“) kannst du deinen Funnel starten? Und welche Formate kannst du im Verlauf deines Funnel ausliefern? Diese Formate sind wichtig, und sie zu nutzen, ist in aller Regel kostenlos:



So. Und jetzt stell dir vor, wie viele Kombinationsmöglichkeiten es gibt! Du kannst eine Abfolge von Videos und Blogbeiträgen bauen, und der Start beginnt bei LinkedIn und in deinem Podcast. Oder du hältst Vorträge und lenkst das Publikum dort in einen Funnel, der aus Podcastfolgen besteht. Was auch immer dir liegt und wo auch immer sich deine Zielgruppe tummelt!

ALEX

REAL

TALK

FILM DICH SELBST, LASS DICH FILMEN. SPRICH PODCASTFOLGEN INS MIKRO ODER IN DEIN HANDY. MACH DICH ÖFFENTLICH! JE SPEZIFISCHER DEIN MARKT IST, DESTO WICHTIGER IST ES, DASS DU DICH DURCH CONTENT BEKANNT MACHST. KONTINUIERLICH UND KONSEQUENT. WER

Wer gewinnt? Es gewinnt der, der es schafft, sich dauerhaft draußen zu zeigen.

HOW TO START WITH CONTENT

ÜBUNG

1. Wer in deiner Branche schafft es, Content so zu vermitteln, dass das Ganze spannend und vertrauenserweckend ist?
2. Welchen Content könntest du anbieten? Was machen andere - auch ausserhalb deiner Branche?
3. Wo kannst du Brücken zu deinem Thema bauen? (z.B. Verhandlungstaktiken oder Beiträge über zwischenmenschliche Verhaltensweisen auf einem Kanal über Versicherungsexpertise)

ÖFFNE DEINE SCHUBLADEN

Am wichtigsten ist, dass du dein Thema als Vortrag darstellen kannst – letztlich also vor der Kamera und sehr prägnant. Also mach dein Thema zu deinem Vortrag.

Was auch immer du anbietest (Beratung, Coaching, Bücher, Artikel, Newsletter, Blog, Interviews, Social-Media-Posts, Podcast, Videos, Live- Streams, Webinare, ...): Es geht um Kundenbindung! Es geht um persönliche Ansprache. Wir kaufen da ein, wo die netteren Leute sind. Und es geht um Kompetenzbeweise.

ÖFFNE DEINE SCHUBLADEN

Bau dir Wissensnetze auf. Dein Fachwissen steht dir dabei oft im Weg. Tanke deshalb auch andere Impulse. Sei offen für Ideen und Gedanken, die Brücken bauen können. Verknüpfe sie mit deinem Thema und strukturiere so dein Thema.

Finde Ideen. Welches Thema eignet sich als Story? Deine Ideen sollten möglichst konkret und wenig theoretisch sein. Es geht nicht um allgemeine Abhandlungen, sondern um konkrete Situationen und Anwendungen.

Strukturier deine Inhalte. Wenn du ein Thema hast, dann bau es dramaturgisch klug auf. Du brauchst deine These oder deine Thesen, am besten höchstens drei. Dazu brauchst du Beispiele, Gags und Geschichten.

Du brauchst einen Transfer zum Kunden und dazu, was er jetzt anders machen soll als bisher. Und einen konkreten Call-to-action am Schluss.

STEGREIFREDE & SPRECHDENKEN

Lerne Sprechdenken:

Der Gedanke entsteht beim Sprechen. Und das lässt sich trainieren! Sprechdenken ist eine Übungssache. Die wichtigste Technik dazu lautet: Öffne deine Schubladen! Trainiere es, frei zu assoziieren und vergiss die Angst, du könntest dich verplappern oder „äh“ sagen. Bei einem Fehler korrigierst du dich und machst weiter. Trainiere es, diese Inhalte einigermaßen geordnet wiederzugeben.

„Stegreifrede“ lässt sich so verstehen: Eine Stegreifrede ist eine Rede, die der berittene Bote schon hält, wo er noch gar nicht vom Pferd abgestiegen ist. Sein Fuß steht noch im „Steg- Reif“, also im Steigbügel. Stell dir vor, du willst schon loserzählen, während du noch gar nicht richtig angekommen bist – dann hast du wirklich was zu sagen. Bei der Stegreifrede trainierst du genau das.

ÜBUNG

1. Stell dich eine Minute lang vor und nimm dich dabei auf Video auf. Was kommt dabei heraus?
2. Halt eine Stegreifrede zum Thema „Wasserflasche“ und bau die Brücke zu deinem Thema.
3. Halt eine Stegreifrede zum Thema „Warum Netzwerken wichtig ist“

CONTENT PLANEN

- persönliche Erlebnisse und Erfahrungen zum Thema
- unterhaltsame Geschichten
- Prinzipien - Grundsätze - Thesen
- Beweise gültig/ungültig
- Learning/Message
- Headline

CONTENT PLANEN

Das Thema Qualität hält viele Menschen davon ab, loszulegen.

Sie denken, ihre Inhalte seien noch nicht gut genug. Dabei ist Hochwertigkeit eine Definitionsfrage: Viele der erfolgreichen Content-Produzenten verbalisieren im Grunde nur, was offensichtlich ist – beziehungsweise was sie erleben und daraus ableiten.

Wenn du also dein Thema hast, stellt sich die Frage: Welche Erlebnisse und Erfahrungen haben damit zu tun? Welche unterhaltsamen Geschichten kannst du dazu erzählen? Möglicherweise kannst du sogar Prinzipien definieren – also Grundsätze oder Thesen, die sich aus deinen Beobachtungen ergeben.

Dann findest du dafür Beweise und zeigst, ob eine Behauptung oder Vermutung zutrifft oder nicht. Dann ist die Frage: Welches Learning ergibt sich daraus für dein Publikum? Also was sollen die Leute in der Konsequenz tun, wenn sie deine Message gehört haben? Schließlich findest du eine Headline für dein Thema. Und dann gehst du ans Verfeinern. Das Thema Headline behandeln wir später noch etwas genauer.

STRUKTURIERE DEINEN CONTENT

**ERSTELLE EINE
MINDMAP ZU
DEINEM THEMA**

Der Gedanke geht zurück auf Neil Rackham, der 10.000 Verkaufsgespräche bei Xerox analysiert hat und darin eine gemeinsame Struktur erkannt hat – das SPIN-Selling:

Situation. Du stellst die Situation dar, die sich zu deinem Thema derzeit darstellt.

Problem. Du erklärst, worin das Problem besteht.

Implikation. Du leitest her, was dieses Problem bedeutet und was daraus folgt. Was beispielsweise geschieht, wenn das Problem weiter existiert?

Notwendigkeit. Du legst dar, was jetzt konkret zu tun ist.

SPIN

S E L L I N G

Situation

Problem

Implikation

Notwendigkeit

WARUM?

FÜR KURZE BETRÄGE, DIE
VERKAUFEN.



VERWIRRE DEINEN ZUSCHAUER NICHT
MIT FACHWISSEN UND LANGWEILIGEN
FAKTEN.

GIB IHM DAS FOLGENDES GANZ AM
ANFANG:

- WIE VERBESSERT DAS MEIN LEBEN?
- WOZU BRAUCH ICH DAS?
- WARUM SOLLTE ICH MIR DAS
ANSEHEN?

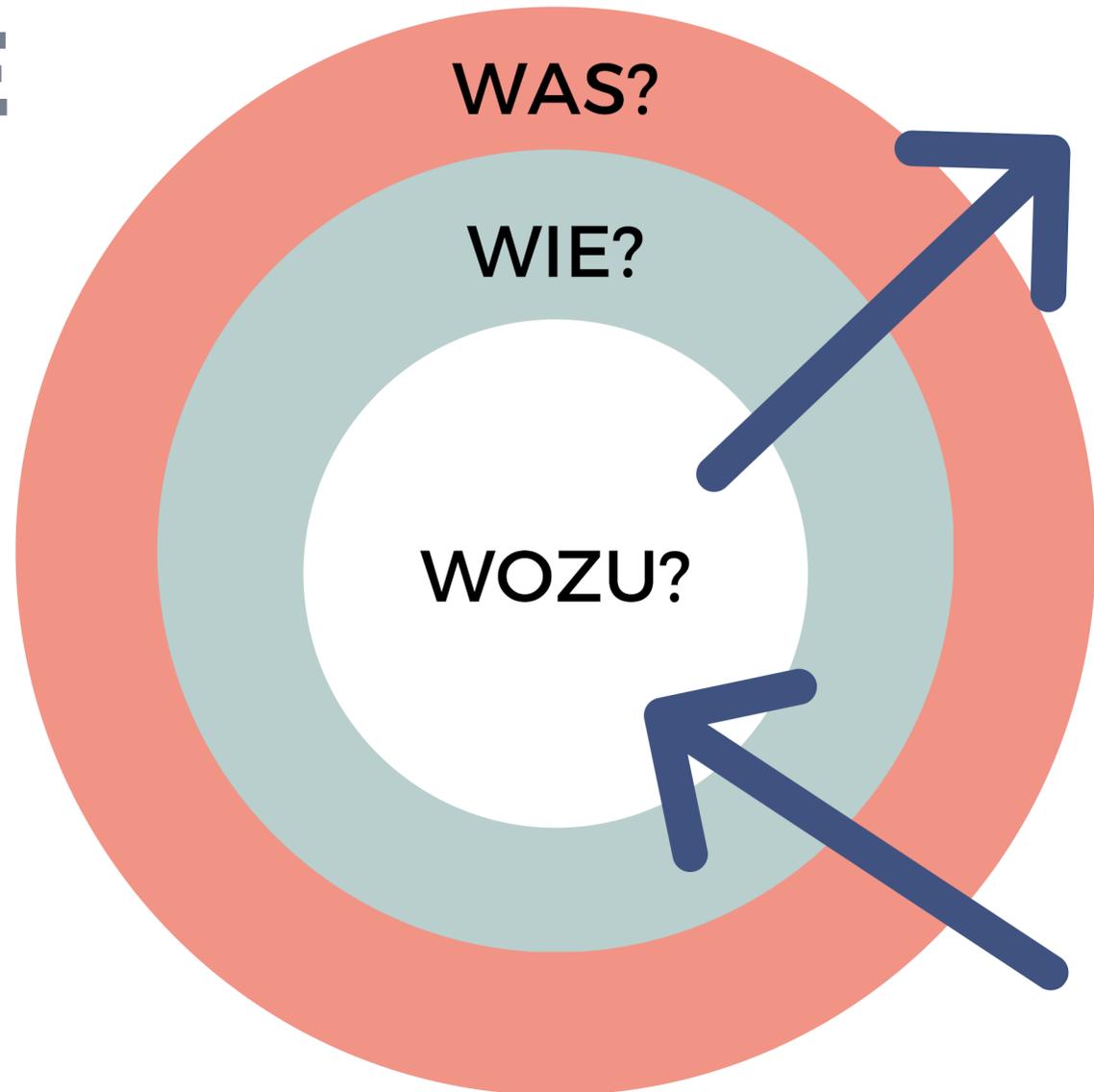
GOLDEN CIRCLE

BY SIMON SINEK

Wie vermittelst du deinem Kunden den Sinn deines Produktes, deines Themas oder deines Beitrags? Gelingt dir das, ohne zu featurelastig zu werden? Siehst du mehr den Bedarf des Kunden?

Die folgende Zielscheibe ist der „Goldene Kreis“ nach dem Autor Simon Sinek (* 1973). Danach kannst du deine Kundenansprache unterschiedlich ausrichten – entweder von dir und vom Produkt ausgehend oder vom Kunden und dem Sinn ausgehend.

DER GOLDENE KREIS



WIE ARGUMENTIERST DU?

Der Goldene Kreis lässt sich sehr vielfältig einsetzen. Im Marketing nutzen wir das “Warum” als Struktur für Werbeanzeigen und um Produkte zu verkaufen.

Übertrage den goldenen Kreis auf deine Produkte oder dein Thema. Ist der Sinn deiner Produkte aus Kundensicht klar? Dann bau die Argumentation vom Nutzen ausgehend auf – und finde Formulierungen, mit denen du einfach und klar vom Nutzen ausgehend zum Produkt überleitest.

PRODUKT

WOZU:

WIE:

WAS:

MEHR VIEWS MIT STARKEN HEADERN



Die EINZIGEN 7 Übungen, die man zum Muskelaufbau WIRKLICH braucht!

554.081 Aufrufe • vor 2 Jahren

ALEX MYND ✓

NEU HIER? Mein Name ist Alex Mynd Ich liebe Kampfsport, Fitness und essen. MUSIC: → Alle lieder auf Spotify: SMART ...

4K



35 Minutes of Mark

Can Start to Use To

239.530 Aufrufe • vor 3 Mona

GaryVee ✓

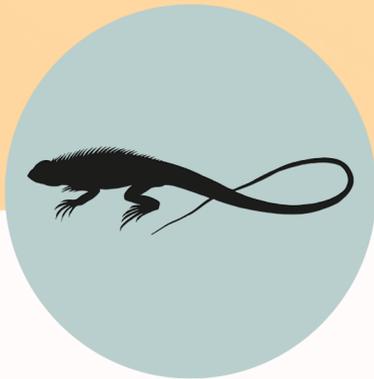
In this keynote, I use the majority of the time to provide the audience as much value as possible around marketing and...

4K



Unser Gehirn ist in drei Bereiche aufgeteilt:

AUFMERKSAMKEIT



Stamm/Kleinhirn
Flucht - Angriff
Reflex in Msek

EMOTION



Limbisches System
Emotion/Instinkt trifft 95% aller
Entscheidungen

INFORMATION



Neocortex
Lernen, Sprache, Logik abstraktes
Denken- begründet Entscheidungen

START WITH WHY FRAMEWORK



DAS WARUM
ENTSCHEIDET ZU 95%

Mit starken Hooks steigerst du die
INTERAKTIONSRATE DEUTLICH.

Ein Hook ist eine gezielte
Formulierung am Anfang eines
Beitrags, oder die ersten Sekunden
eines Videos, der die Aufmerksamkeit
deiner Zielgruppe erregen soll.

KOPF HEADLINE



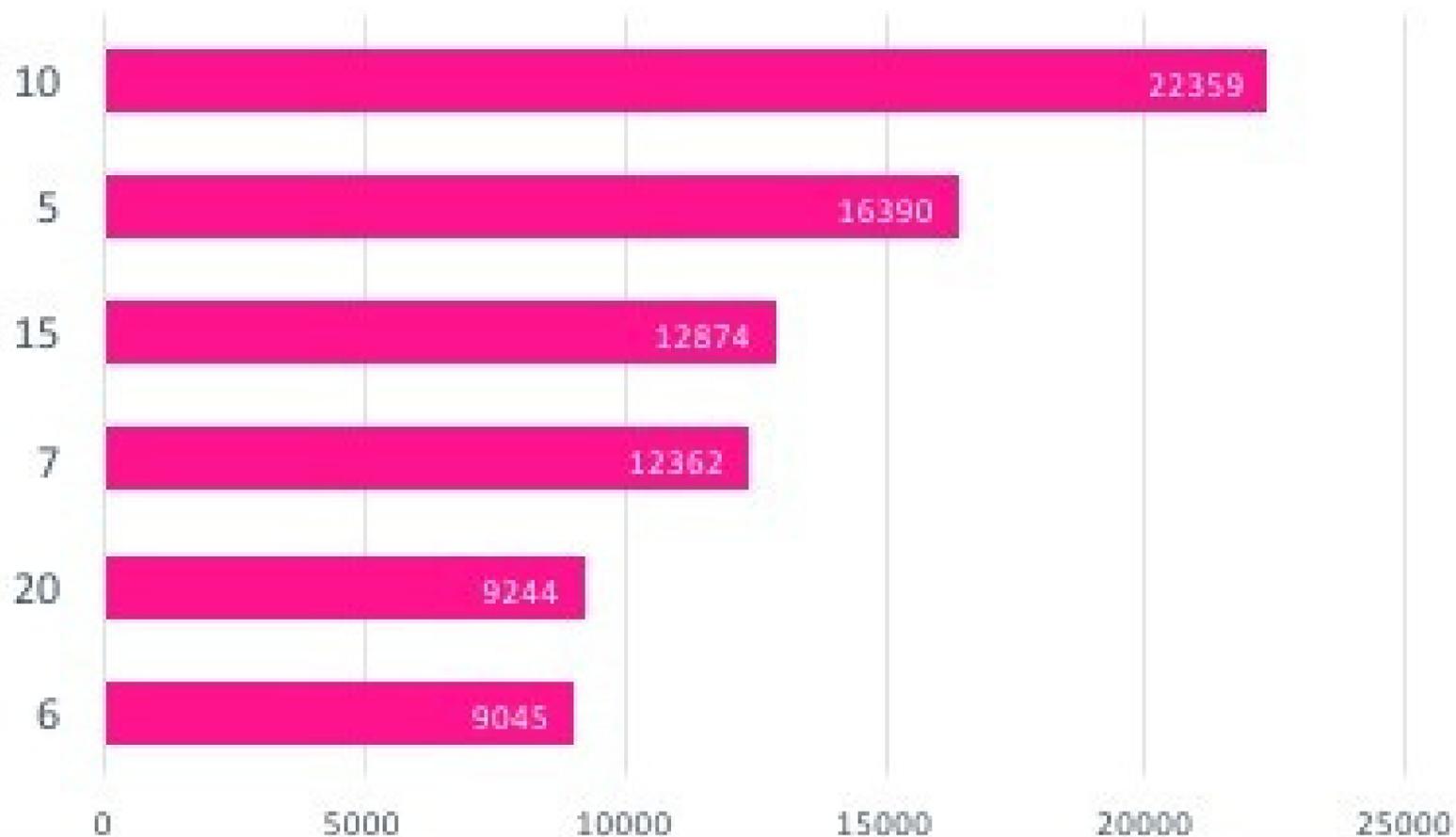
- Die Business Modell Canvas als Werkzeug für die Geschäftsmodellentwicklung
- Unsere neue Software zur Urlaubsplanung für Mitarbeiter
- Wie Du Dein Haus verkaufst

START-WITH- WHY HEADLINE

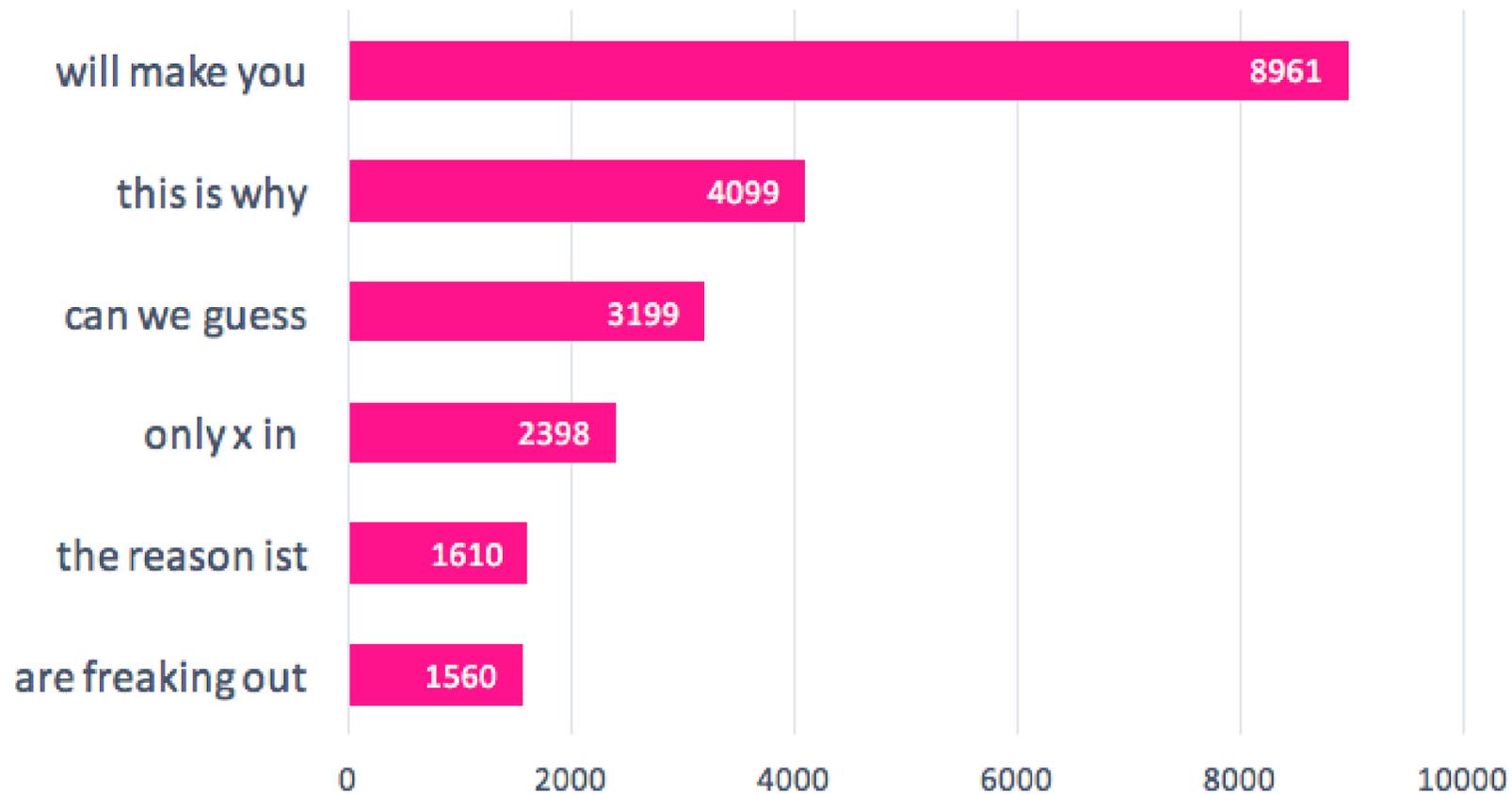


- So verhinderst Du, dass Dein Unternehmen in den ersten 3 Jahren scheitert
- Wie unsere Software 30% der Kosten für Urlaubsplanung der Mitarbeiter eingespart hat
- 5 zuverlässige Schritte, um Dein Haus in 4 Wochen zum besten Preis zu verkaufen

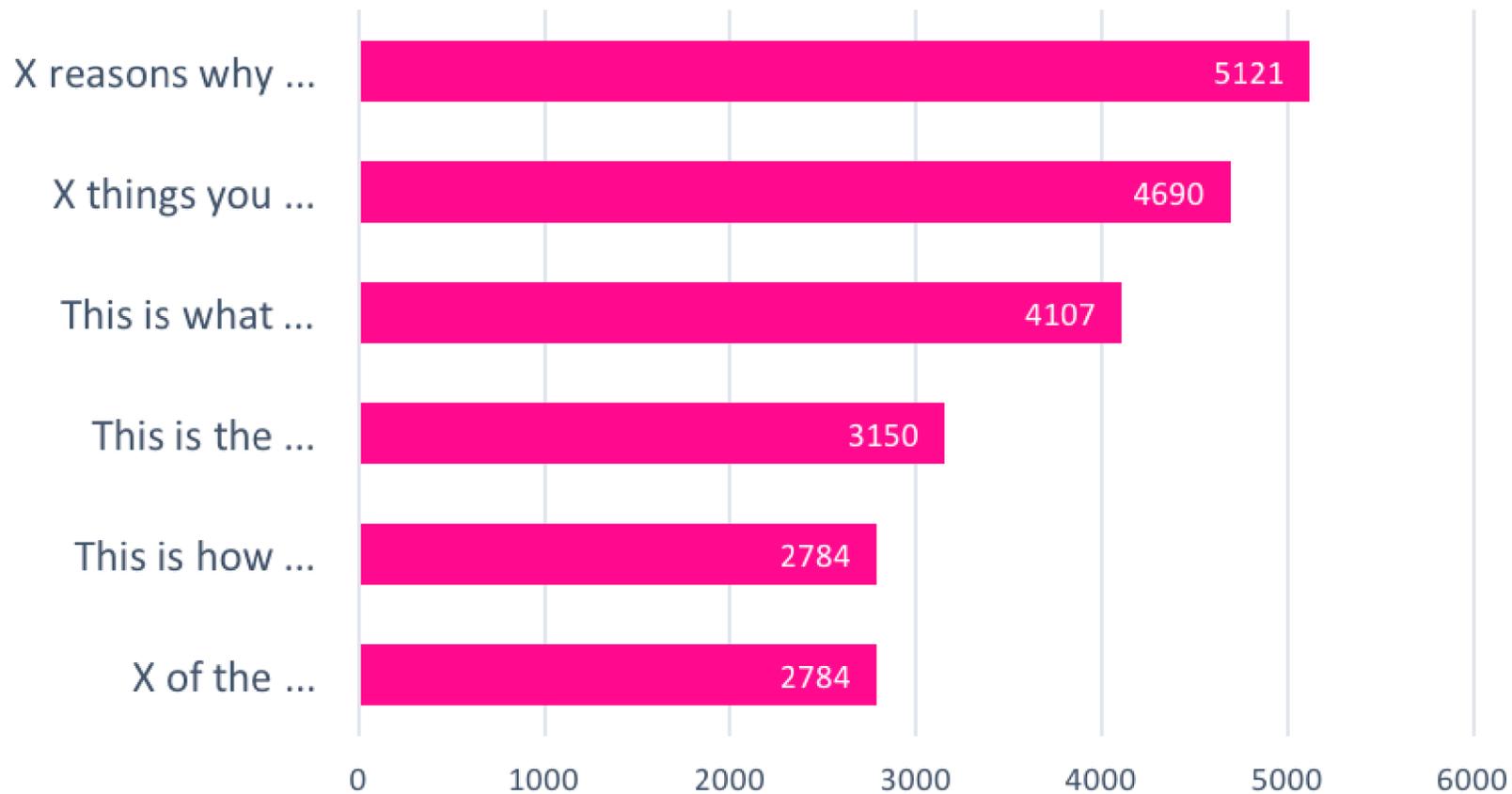
Beliebte Headline Start-Worte (durchschnittliche Facebook-Share-Rate)



Beliebte Headline-Sätze (durchschnittliche Facebook-Share-Rate)



Beliebte Headline Start-Worte (durchschnittliche Facebook-Share-Rate)



BAUKASTEN FÜR EINE UMSATZSTARKE HEADLINE

ANFANG

X Gründe, warum....
X Dinge, die Du
Darum hast du...
Das ist der Grund,
wieso...
Einfacher Weg zu...
Probier das mal aus

VIRALES ELEMENT

- „xy Macht Dich abc“
- „Elon Musk will xyz“
- „Bist du der Typ xyz“
- „Nur X Prozent können...“
- „Der größte Fehler“
- Ich bin süchtig nach...

OPTION: TRIBAL

ID-Label + X Dinge,
die nur Y wissen.

Beispiel:
Mütter aufgepasst!
10 Probleme, die du
nachvollziehen
kannst, wenn du...

ZAHLEN & LÄNGE

Zahlen:

1. 5
2. 3
3. 10

Die perfekte Länge:
so kurz wie möglich!

Mit diesen Hooks gehen deine Videos viral

SCHRIFTLICH

- Ich habe 30 Tage lang X gemacht und das ist passiert...
- Das ist der Grund, wieso...
- Ich wünschte ich hätte diesen Trick früher gekannt...
- Probier das mal aus...
- Deswegen bringt X gar nichts...
- Kannst du das auch?

GESPROCHEN

- „Elon Musk will xyz“
- „Bist du der Typ xyz“
- „Nur X Prozent können...“
- Ich hab einen Riesenfehler gemacht!
- Mach nie wieder XY, bevor du nicht xy probiert hast!
- Ich bin süchtig nach...
- OMG Leute
- Ich muss euch was sagen
- Das hast du bestimmt noch nicht gesehen

AUDITIV

Kommerziellen Sound nutzen
Geräusch am Anfang

Zahlen

5 Tipps um zu, 99% von x,
3 Schritte um zu...

ID-Label

X Dinge, die nur Y wissen:
Mütter aufgepasst! 10
Probleme, die du
nachvollziehen kannst,
wenn du...

VISUELL

- Hand von der Kamera wegnehmen/ Handy hinstellen.
- Notiz im Hintergrund, Freigestellter Kopf im Vordergrund.
- Gesprochener Hook nicht direkt in die Kamera sprechen + Random Aufnahme
- Random Aufnahme + viel Text (Video wird angehalten)

Das ist der Grund, wieso du morgens nicht aus dem Bett kommst (12 Wörter, 63 Zeichen)

5 Gründe, wieso smarte Frauen über 35 bis zum Ende ihres Lebens Single bleiben (14 Wörter, 81 Zeichen)

Finde heraus, was dein Partner alles über deinen Charakter verrät - Teste Dich jetzt! (13 Wörter, 93 Zeichen)

7 Dinge, die nur Väter von Töchtern wissen und immer wieder zum Verzweifeln bringen (14 Wörter, 85 Zeichen)

Wie Du mit 7 einfachen Tricks ein besserer Liebhaber wirst und deine Freundin dich vergöttern wird (15 Wörter, 98 Zeichen)

3 Gründe, warum 80% der Angestellten Gefahr laufen von Rentenarmut betroffen zu sein (13 Wörter, 85 Zeichen)

7 falsche Geld-Entscheidungen, die selbst kluge Privatanleger regelmäßig machen und alles verlieren (12 Wörter, 102 Zeichen)

BEISPIELE

TALKING HEAD



SO GEHST DU MIT VIDEOS VIRAL

TEIL 1 - DAS SKRIPT

Nach SPIN (Vortrag/Artikel, 8Min)
oder Golden Circle (kurz, 20-50sek)?

Geht es einfacher formuliert??

Geht es persönlicher?

Geht es konkreter?

Geht es mit einem "viralen Element" in
der ersten Sekunde?

TEIL 2 - DER HOOK

Gesprochener Hook

Auditiver Hook (Geräusch am Anfang)

Schriftlicher Hook (Text on Screen)

Visueller Hook (Kamera fällt um)

TEIL 3 - TIPPS & HACKS

Videolänge max 8min

Optional: Schnitt nach Audio Sprechpausen

Look & Feel möglichst beibehalten

Kurz, knackig, zielgruppengerecht

IMMER Untertitel einfügen

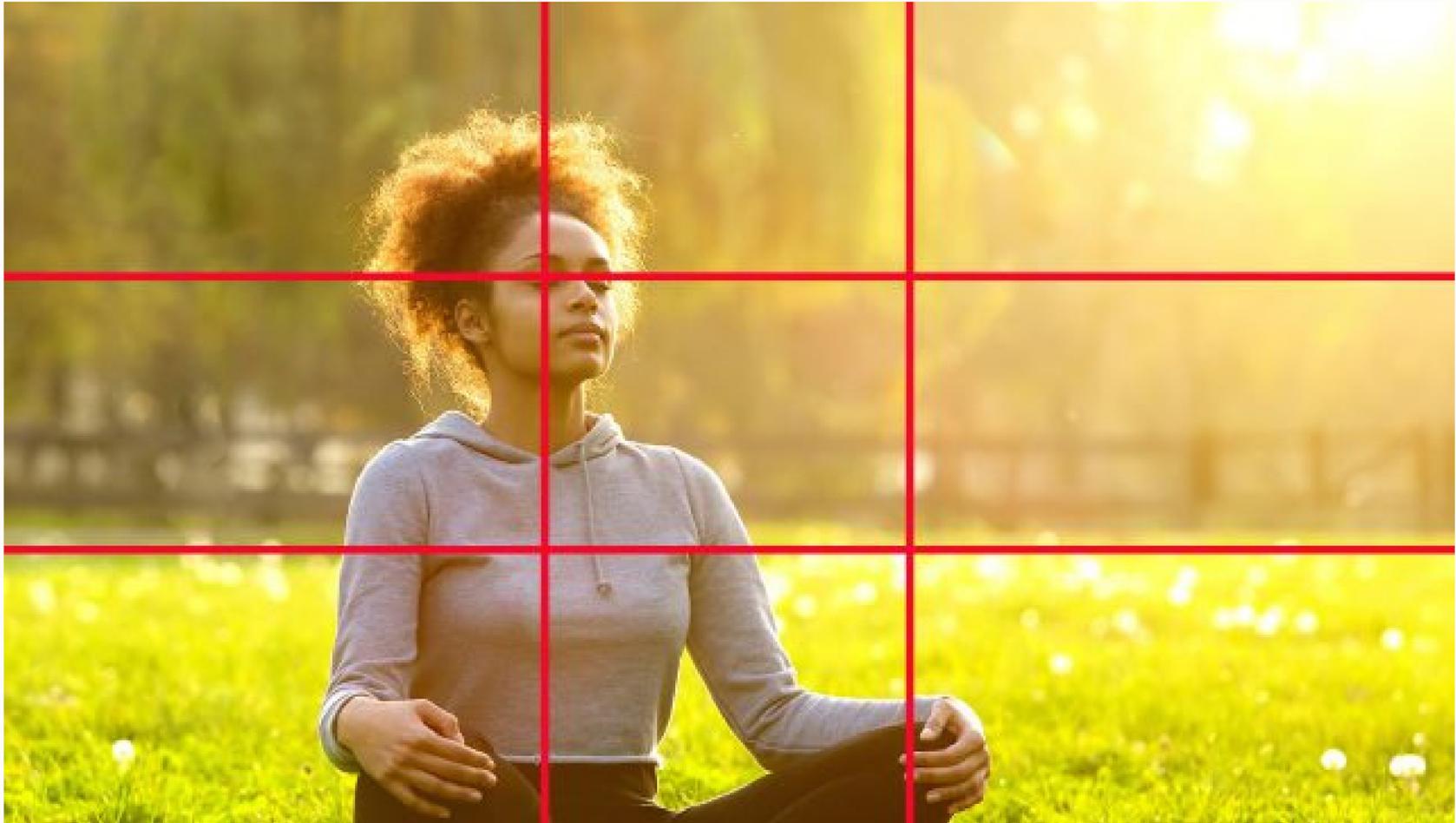
DAS IST WICHTIG

- **20% Mehr Energie als “normal”**
- **Das Verb so früh wie möglich (Lost im Vertrieb?)**
- **Der Einstieg (Hook) ist das wichtigste**
- **Dein User ist der 08/15 Zuschauer, der nicht aus deiner Bubble ist.**
- **Im unteren Drittel keine relevanten Details (Instagram & Facebook)**
- **mind 3-5 Videos auf einmal drehen**
- **Übung Übung Übung**
- **Skript entscheidet zu 90% über den Erfolg**

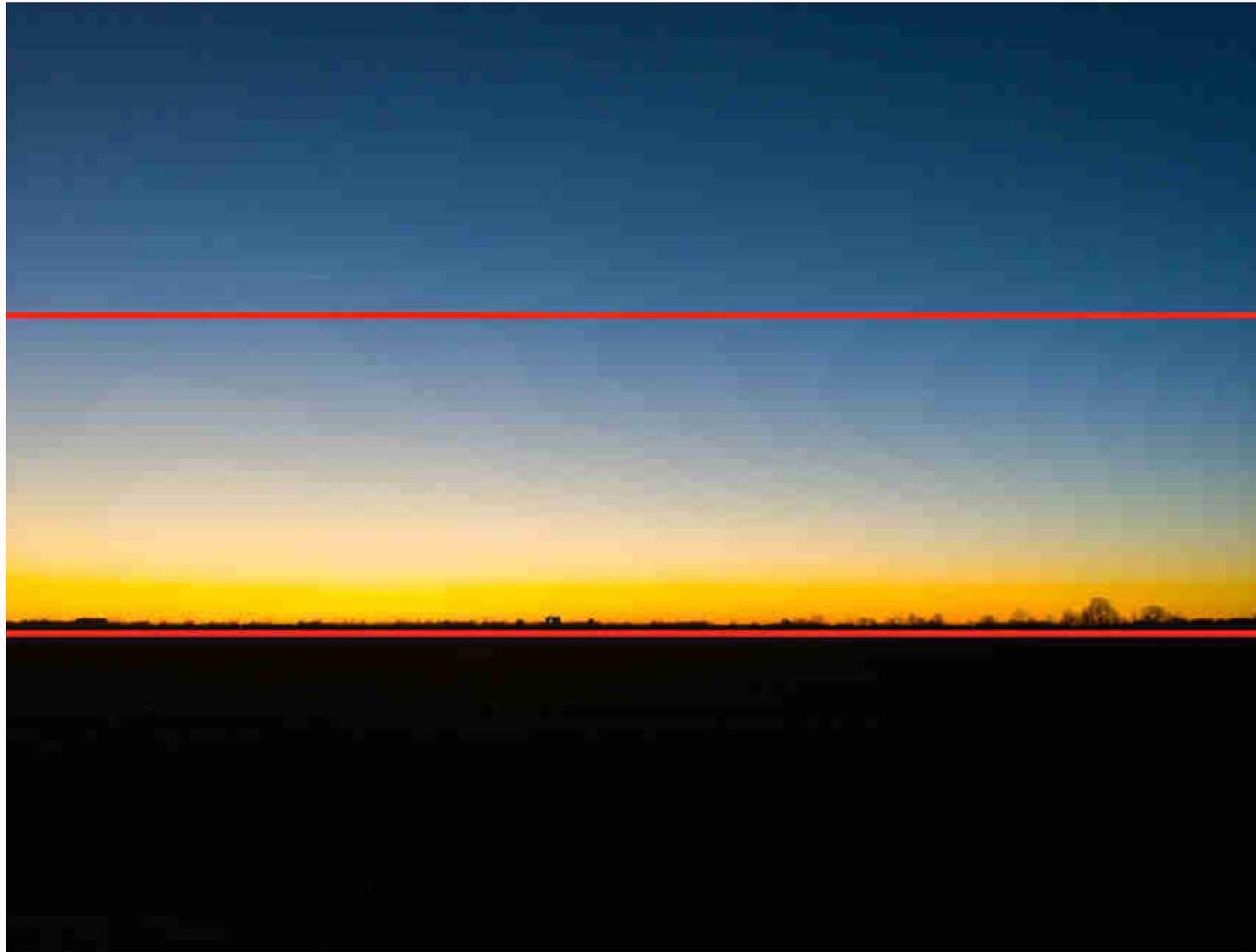
Was ist das Wichtigste in der Content Produktion?

5 Regeln der Handy Fotografie

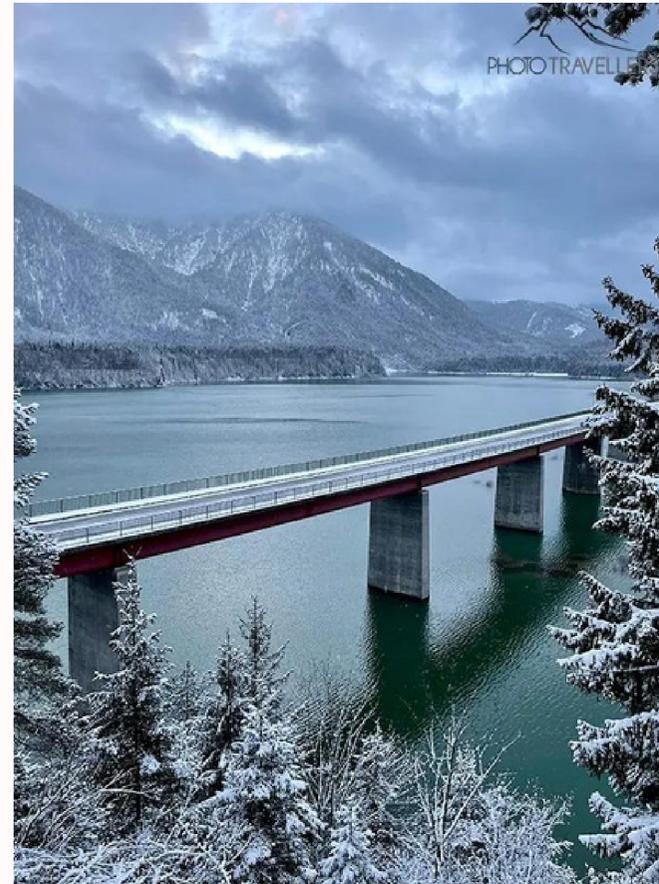
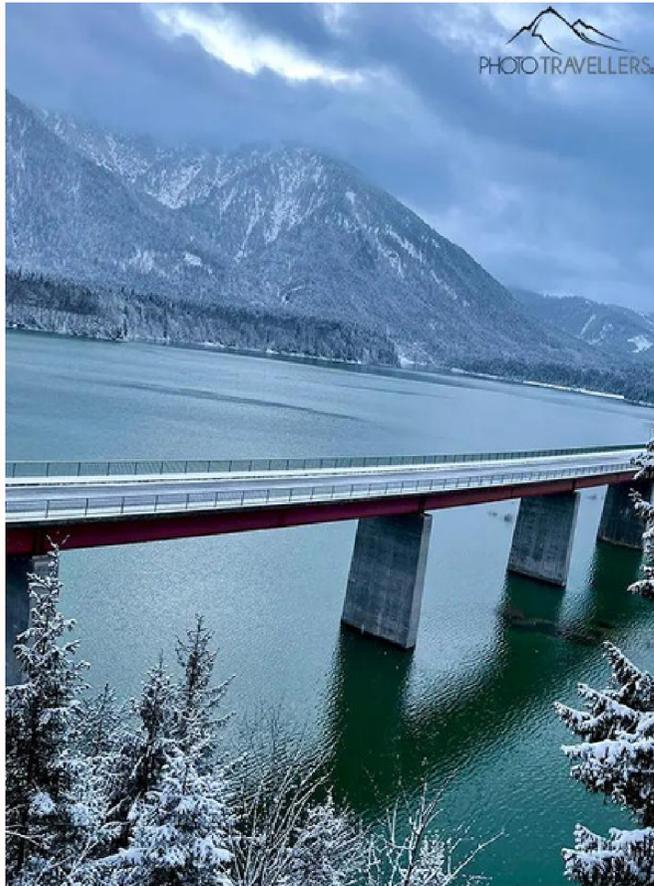
Goldener Schnitt



Drittel Regel



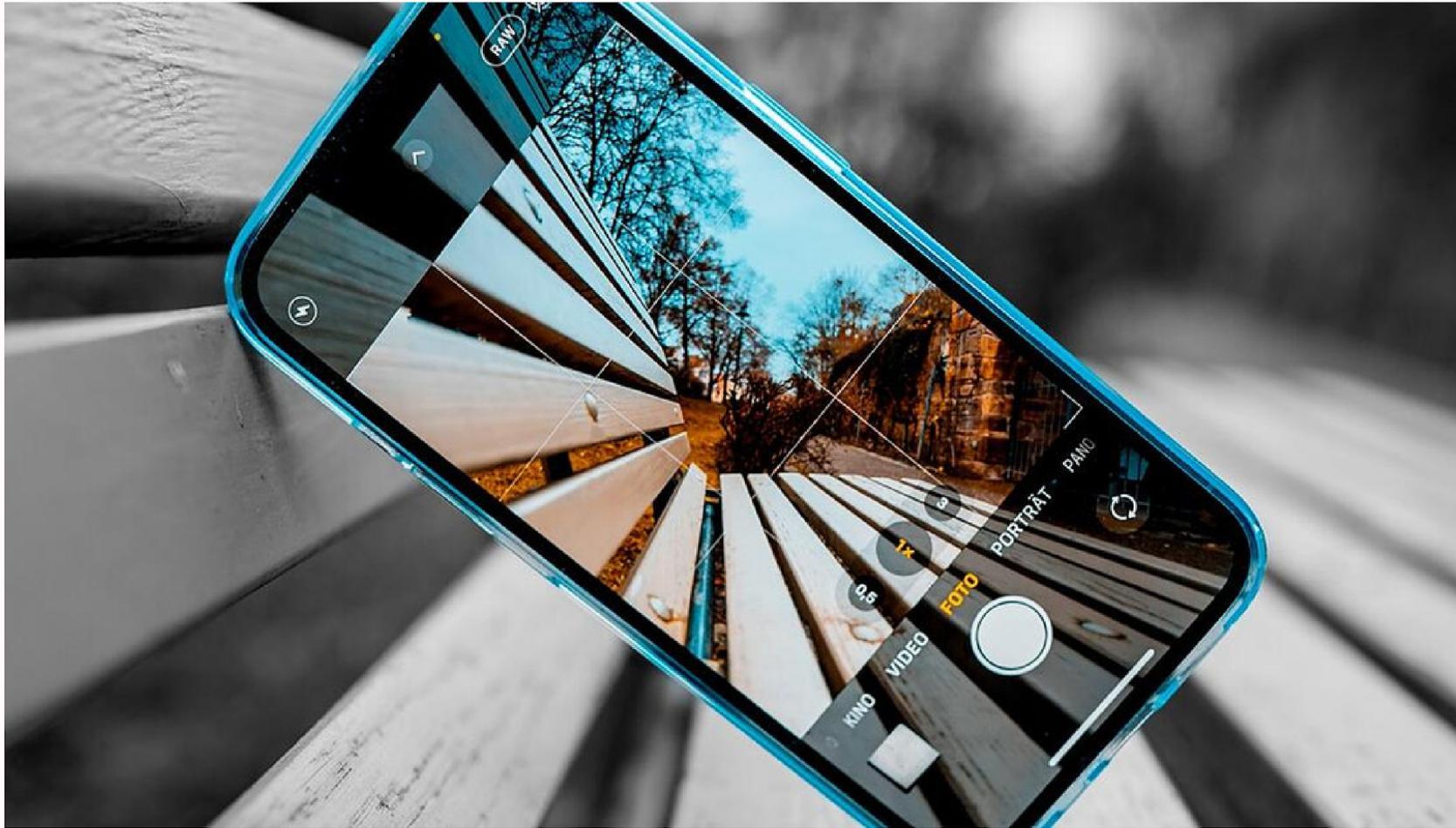
gerader Horizont



Spannung im Vordergrund



Linien



Goldene - Blaue Stunde



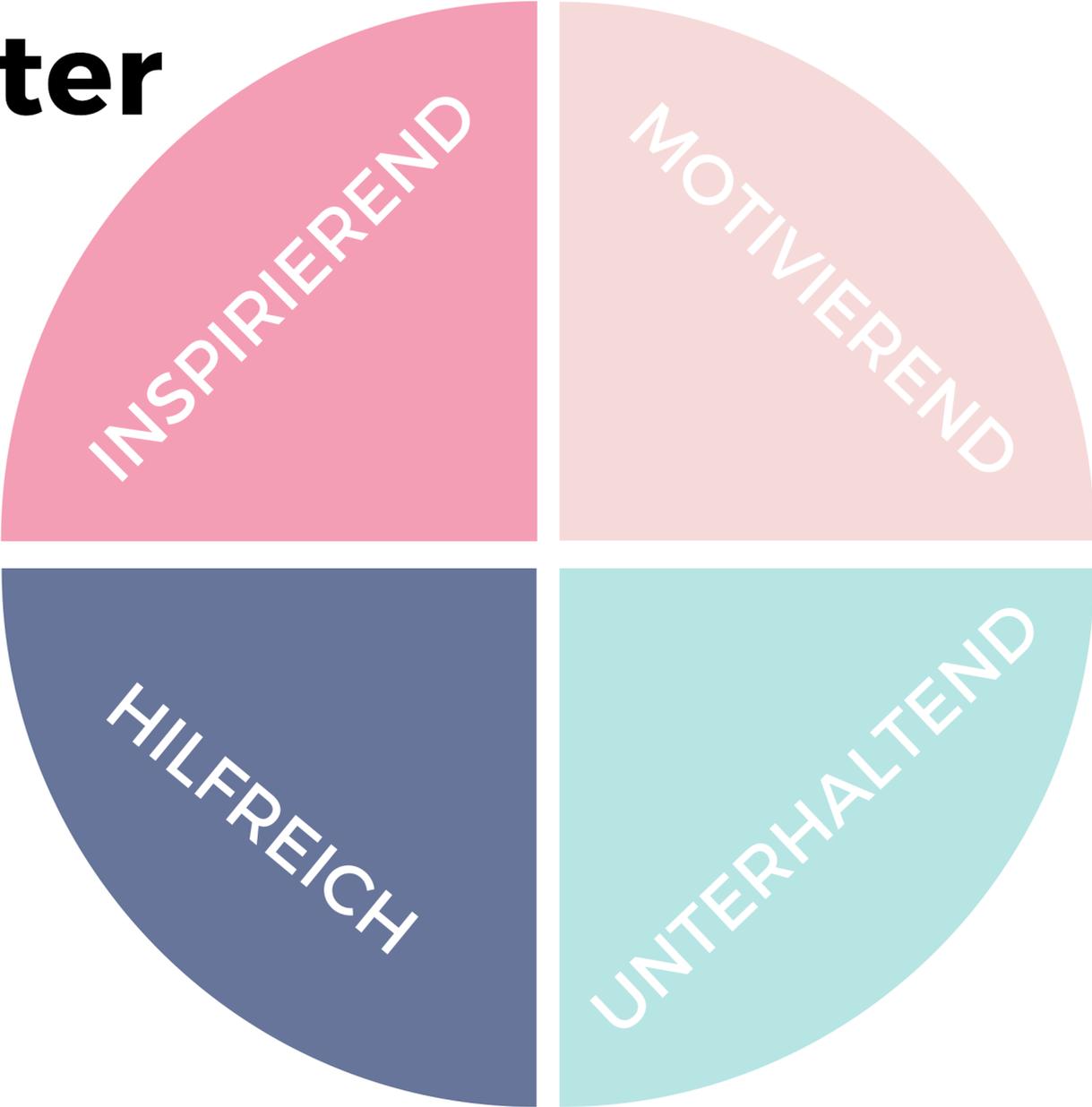
ÜBERBLICK

- Was ist dein Hauptmotiv?
- Goldener Schnitt
- Drittel Regel

- Horizont
- spannender Vordergrund
- Linien zum Motiv
- Goldene/Blaue Stunde

Content

Raster



DIESE TOOLS BRAUCHST DU

- **Ansteckmikrofon mit Funkstrecke (Rode o.ä)**
- **LED Softboxen (Günstig auf Amazon)**
- **Stativ, optional mit Ringlicht, bei schlechtem Lichteinfall**
- **Aktuelles Smartphone - wenn möglich Rückseiten-Kamera benutzen**
- **Canva kostenlos oder Abo**
- **Schnittprogramm CapCut, Inshot, iMovie usw**
- **Optional: Captions App**
- **Tischstativ, bzw Monkeypod zu Befestigung**
- **Optional: Gimbal für Action-Aufnahmen**

Starte.

Starte jetzt.

Starte wo du bist.

Starte mit dem was du hast.

Starte auch wenn du unsicher bist.

Starte mit dem was du bis jetzt weisst.

Starte mit dem wofür du brennst.

Starte und mache Fehler.

Starte klein.



Starte jetzt.

Alexander Krieg

ADDRESS

Maxlrainer Straße 31
83104 Beyharting

EMAIL ADDRESS

HALLO@DLSOLUTIONS.DE

PHONE NUMBER

(+49) 172 822 89 33

DANKE