

Finale Content-Strategie Akademie am Tönsberg

Diese Maske dient dazu, die Content-Strategie **einmal gemeinsam festzulegen** und anschließend als Referenz für Redaktionsplanung, Seminar-Wiederholungen und neue Teammitglieder zu nutzen.

1. Profil & Haltung

Was ist die Akademie am Tönsberg kommunikativ?

(Kurzbeschreibung für Social Media, 3–4 Sätze)

space{1em}

.....
.....
.....

Was soll Social Media für die Akademie leisten?

(Mehrfachnennungen möglich, priorisieren)

- ☐ Information & Orientierung
 - ☐ Einladung zur Teilnahme
 - ☐ Dokumentation & Wirkung
 - ☐ Beziehung & Vertrauen
 - ☐ Vernetzung & Sichtbarkeit
-

2. Zielgruppen

Primäre Zielgruppen auf Social Media

1.
2.
3.

Was brauchen diese Zielgruppen vor allem?

(z. B. Orientierung, Ermutigung, Kontext, konkrete Infos)

space{1em}

.....

3. Content-Cluster (Themenräume)

Welche **4–6 Themenräume** sollen regelmäßig bespielt werden?

1.
 2.
 3.
 4.
 5.
 6.
-

4. Format-Portfolio (Serien)

Maximal **6–8 feste Formate**, die wiederholt werden.

Formatnam

e	Format (Feed/Story/Reel)	Zweck	Frequenz	Verantwortlich
---	--------------------------	-------	----------	----------------

5. Übersetzungslogik: Website → Social Media

Wie wird aus einem Programmpunkt / Projekt Social-Media-Content?

Beispielhafte Leitfragen:

- Was ist der Kernnutzen für Teilnehmende?
- Was bleibt als Learning?
- Welche Stimme oder Szene macht es greifbar?

Festgelegte Grundlogik (kurz):

space{1em}

6. Qualitätskriterien (inhaltlich)

Ein Beitrag gilt als „gut“, wenn:

- ☐ Kontext verständlich ist
- ☐ Nutzen/Mehrwert klar wird
- ☐ Ton respektvoll und sensibel ist
- ☐ Personen bewusst dargestellt werden
- ☐ Format zum Ziel passt

7. Rollen & Freigabe

Minimaler Workflow (Check-Stationen):

- ☐ Idee / Inhalt
- ☐ Aufnahme
- ☐ Schnitt / Gestaltung
- ☐ Freigabe (Inhalt / Sensibilität)
- ☐ Posting / Planung

Wer gibt final frei?

.....

8. Lernschleife & Erfolgskriterien

Was wird regelmäßig beobachtet?

- ☐ Saves
- ☐ Shares
- ☐ Story-Antworten
- ☐ Profil- oder Link-Klicks

Wann reflektieren wir?

(z. B. 10 Minuten pro Woche / 1× pro Monat)

.....

9. Gültigkeit & Nutzung

Diese Content-Strategie gilt als:

- ☐ interne Arbeitsgrundlage
- ☐ Referenz für Redaktionsplanung
- ☐ Basis für Seminar-Wiederholungen
- ☐ Orientierung für neue Mitarbeitende

Beschlossen am:

Verantwortlich: