

A blurred background of a desk with a laptop and a bookshelf. The laptop is silver and open, with its keyboard visible. The bookshelf is white and filled with books of various colors. The overall scene is a clean, modern workspace.

# Content-Recycling

Wie Du systematisch kleine Häppchen aus altem Material produzierst.



**Hallo und Moin,**

dieses E-Book habe ich für Dich gemacht, damit Du es schaffst, aus Deinem alten Content mit Leichtigkeit neue Inhalte zu kreieren.

Nutz Deine wertvollen Ideen und Gedanken einfach immer wieder, um damit Deine Businessziele zu erreichen.

Ich wünsche Dir viel Erfolg und gutes Gelingen bei den ersten Schritten im Content-Recycling.

Deine Simone

# Inhalt

**Einleitung**

**Schritt 1 - Die Vorarbeit**

**Schritt 2 - Kanäle festlegen**

2.1 bis 2.3 - Foto/Grafik, Video, Audio

**Schritt 3 - Die Planung**

3.1 Grundlagen

**Schritt 4 - Deine Präsenz**

**Schritt 5 - Die Auswertung**

# Einleitung

Deine Ausgangssituation ist vermutlich geprägt durch die 3 Vs:

**veröffentlichen, verbreiten, vergessen.**

Vergessen ist schlecht. Nutze deshalb Dein Blog oder den Podcast bzw. Deinen YouTube-Kanal als Content-Hub und bespieler Deine Kanäle in unterschiedlichen Formaten immer wieder auch mit Deinem Wissen aus älteren Beiträgen.

**So schöpft Du inhaltlich aus dem Vollen,  
erreichst immer wieder neue Menschen  
und schaffst Dir bei guter Planung (Redaktionsplan!)  
Freiraum für andere Dinge, die Dir wichtig sind.**

# Schritt 1

## Die Vorarbeit

Zunächst analysierst Du gründlich, welcher Content wirklich gut ankommt. Was sagen die Statistiken und Analyseprogramme? Was liefert viele Social Signals (Likes, Kommentare etc.)? Pick Dir jetzt ein großes Stück Deines Contents heraus, um zu starten.



# 1.1 Grundlagen erarbeiten

Um es übersichtlich zu halten, erkläre ich das Vorgehen jetzt anhand eines Blogartikels. Das Prinzip ist bei Podcasts oder Videos dasselbe.

Schau Dir Deinen alten Blogartikel genau an:

Gibt es **Tipps, Zitate, Zwischenüberschriften oder Kernaussagen**, die Du **herausziehen** kannst?

Erstell Dir eine Liste mit all diesen kleinen Textpassagen.

**Denk dabei nicht in Kanälen, sondern rein inhaltlich.**

Sammele anschließend **Schlagworte/Keywords und Hashtags**, die Du später für die einzelnen Postings benötigen wirst.

Überleg Dir als nächstes, was Deine Ziele sind.

## **Was genau willst Du mit den Content-Häppchen erreichen?**

Hier ein paar Ideen:

- Community aufbauen
- mehr Follower\*innen bekommen
- Neukund\*innen gewinnen
- inspirieren
- Image aufbauen
- Leads generieren (z. B. neue Abonnent\*innen für den Newsletter, Mitglieder für eine LinkedIn-/Facebook-Gruppe etc.)
- Ranking in den Suchmaschinen verbessern
- mehr Traffic für Blog oder Website erhalten
- ...



## 1.2 Deine Zielgruppen

Jetzt weißt Du, welche Inhalte Du erneut nutzen kannst und hast Ziele für den recycelten Content definiert.

Was noch fehlt, sind die jeweiligen Zielgruppen.

Das können Deine **Wunschkunden** sein

(Tipp: Nutze eine Buyer Persona).

Mögliche weitere Zielgruppen sind aber auch

**Kooperationspartner\*innen, Journalist\*innen**

**und andere Multiplikator\*innen.**

# Schritt 2

## Kanäle festlegen

In diesem Schritt geht es darum, die passenden Kanäle für die jeweiligen Zielgruppen zu definieren. **Wo tummeln sich Deine Leser\*innen? Was sind die Besonderheiten des Kanals?**

Ich unterscheide Kanäle auch innerhalb der sozialen Netzwerke: Der Instagram-Feed ist z. B. etwas anderes als die Stories.



A hand in a dark sleeve holds a yellow pencil over a grey notebook. The background is a soft, out-of-focus white surface.

# Passende Formate auswählen

## Foto/Grafik

Der Klassiker, der in allen sozialen Netzwerken funktioniert.  
Leicht erstellt mit Tools wie Canva oder Crello.

## Video

Erfordert ein wenig mehr Ausrüstung und technisches Verständnis, ist aber sehr erfolgreich in Sachen Reichweite.

## Audio

Auch hier brauchst Du spezielles Equipment. Aber da hörbarer Content im Vormarsch ist, kann Audio ein gutes Format sein.

## 2.1 Foto/Grafik

**Mit selbst fotografierten Bildern bist Du im Prinzip immer auf der sicheren Seite.** Aber natürlich kannst Du auch (Stock-)Material von Profis nutzen.

Besonders toll ist es, wenn Du (in Bezug auf dein Personal Branding) **professionelle Fotos** in unterschiedlichen Situationen **von Dir** machen lässt.

Wähle die Fotos und Grafiken so, dass man erkennt, dass es Dein Bild ist. Immer dieselben Farben oder Farbwelten und Schriften zu nutzen, macht viel aus.

## **Fotos und Grafiken funktionieren auf Facebook und Instagram, auf Pinterest und LinkedIn - im Grunde überall.**

Achte darauf, dass Du für jeden Kanal die richtige **Größe** bzw. das richtige **Format** auswählst. Bei Canva und Crello gibt es entsprechende Vorlagen.

Tipp: quadratisch funktioniert auf vielen Kanälen. Das spart Arbeit.

## **Pass den Text, der zur Grafik oder zu dem Foto gehört, der Zielgruppe und dem Kanal an.**

Facebook kommt super ohne **Hashtags** aus.

LinkedIn, Twitter und Instagram wiederum brauchen sie, aber in unterschiedlicher Anzahl.

## 2.2 Video

Du kannst inzwischen überall kurze (oder auch längere) Videos posten. Ob live oder vorher aufgenommen spielt fast keine Rolle.

Besonders toll an Video-Content ist, dass er **auf vielen Plattformen bevorzugt** ausgespielt wird.

Videos haben den großen Vorteil, dass sie **schnell Nähe erzeugen** können. Deine Zuschauer\*innen lernen Dich auf eine ganz andere Art kennen, als wenn Du immer nur Fotos oder womöglich gar nichts von Dir selbst postest.

Wo kannst Du Videos besonders gut einsetzen?

- Auf **Facebook** im Feed oder in den Stories (live oder vorproduziert),
- auf **Instagram** im Feed, in den Stories und in IGTV,
- sogar auf **Twitter**
- und auf **YouTube** natürlich.

Ein Smartphone reicht dafür vollkommen aus. Du brauchst für kleine Video-Häppchen kein Profi-Equipment. **Gutes Licht, guter Ton und ein ruhiger Hintergrund** sind die einzigen Rahmenbedingungen, auf die Du wirklich achten solltest. Und: Videos können **auch Gifs oder animierte Bilder** sein. Sei kreativ und teste, was gut funktioniert.

## 2.3 Audio

Podcasts bekommen mehr und mehr Fans.

Du brauchst für Social Media aber nicht gleich eine große Show zu produzieren.

Bei **Facebook** und **Twitter** hast Du zum Beispiel die Möglichkeit, per **Audio live** zu gehen und Deine Inhalte kurz und knackig zu verbreiten.

**Eine andere tolle Möglichkeit sind Audiogramme.**

Hier überlagerst Du ein Standbild mit Ton. Ich bin sicher, Du hast das schon gesehen. Audiogramme erkennst Du an den kleinen Wellen, die Dir anzeigen, dass zu dem Bild auch Ton gehört.

Leicht gemacht mit Tools wie Headliner.App.

## 2.4 Text

Die reinen Text-Postings habe ich jetzt etwas unterschlagen, aber sie gehören selbstverständlich auch zum Content-Recycling und sind **die einfachste Möglichkeit** zur Wiederverwertung.

Reiner Text ist zum Beispiel hervorragend für Facebook, Twitter, Xing und LinkedIn geeignet. Auch hier mein Hinweis:

**Pass den Text der Zielgruppe und dem Kanal an.**

Twitter erlaubt zwar inzwischen 280 Zeichen, aber ausreizen musste Du das nicht. Und auf Xing und LinkedIn ist eine andere Tonalität gefragt als auf Facebook.

**Jetzt hast Du das  
Fundament für Dein  
Content-Recycling.**

# Schritt 3

## Die Planung

Deine Notizen und Stichpunkte aus den vorangegangenen Arbeitsschritten sind die Grundlage dafür, Deine recycelten Inhalte sinnvoll und zielführend zu planen. Jetzt kommt also der Content-Plan.



# 3.1 Grundlagen

- 1. Nutze einen Kalender oder ein Planungstool.** Ob das eine Excel-Tabelle, Trello, Asana, Recurpost, der Google-Kalender oder einfach einer aus Papier ist, spielt keine Rolle. Wichtig ist, dass Du gern damit arbeitest und Dir die Planung leicht von der Hand geht.
- 2. Leg konkrete Ziele fest,** die Du z. B. in den kommenden drei Monaten erreichen möchtest (siehe Seite 7).
- 3. Starte mit den Content-Häppchen, deren Produktion Dir leicht fällt und Freude bereitet.** Positive Energie überträgt sich - negative leider auch.

Der genaue Content richtet sich jetzt individuell nach Deinen Zielen und Zielgruppen. Aber: Es ist nicht notwendig, ständig wieder auf den alten Blogartikel zu verweisen.

**Es geht beim Content-Recycling vor allem darum, dass Du leicht und schnell an sinnvollen Content kommst und Du eben nicht ständig das Rad neu erfinden musst.**

Klar, wenn mehr Traffic Dein Ziel ist, dann brauchst Du die Links zum Artikel. Aber auch dann bitte nicht andauernd in jedem Post.

**Nun startest Du damit, Deine Content-Ideen gleichmäßig  
in Deinem Planungstool / Kalender zu verteilen.**

Beachte dabei feste Termine wie Messen, Events, Produkt-Launches oder ähnliches. **Marketing ist kein Vertrieb, aber es sollte deinen Vertrieb flankieren.** Letztlich wollen wir mit unseren Blogs alle irgendwie Geld verdienen. Berücksichtige das.

Bei allem Recycling sollte deshalb Platz für aktuelle Themen und Ideen bleiben.

Meiner Erfahrung nach hat es sich bewährt, einen Blogartikel frühestens nach drei Monaten neu zu pushen.

**Content baut Beziehungen  
auf. Beziehungen bauen  
Vertrauen auf. Vertrauen  
treibt Umsatz voran.**

(Andrew Davis, Content-Marketing-Experte und Autor)

# Schritt 4

## Deine Präsenz

Auch wenn es beim Content-Recycling darum geht, altes Material mit möglichst wenig Aufwand zu verwerten: **Sei auf Deinen Kanälen immer aktiv und präsent.**



Natürlich darfst Du Pausen machen, in den Ferien mehrere Wochen offline sein oder gelegentlich "Digital Detox" betreiben. Aber ansonsten gilt für recycelte Inhalte dasselbe wie für neuen Content:

### **Soziale Netzwerke leben von der Interaktion.**

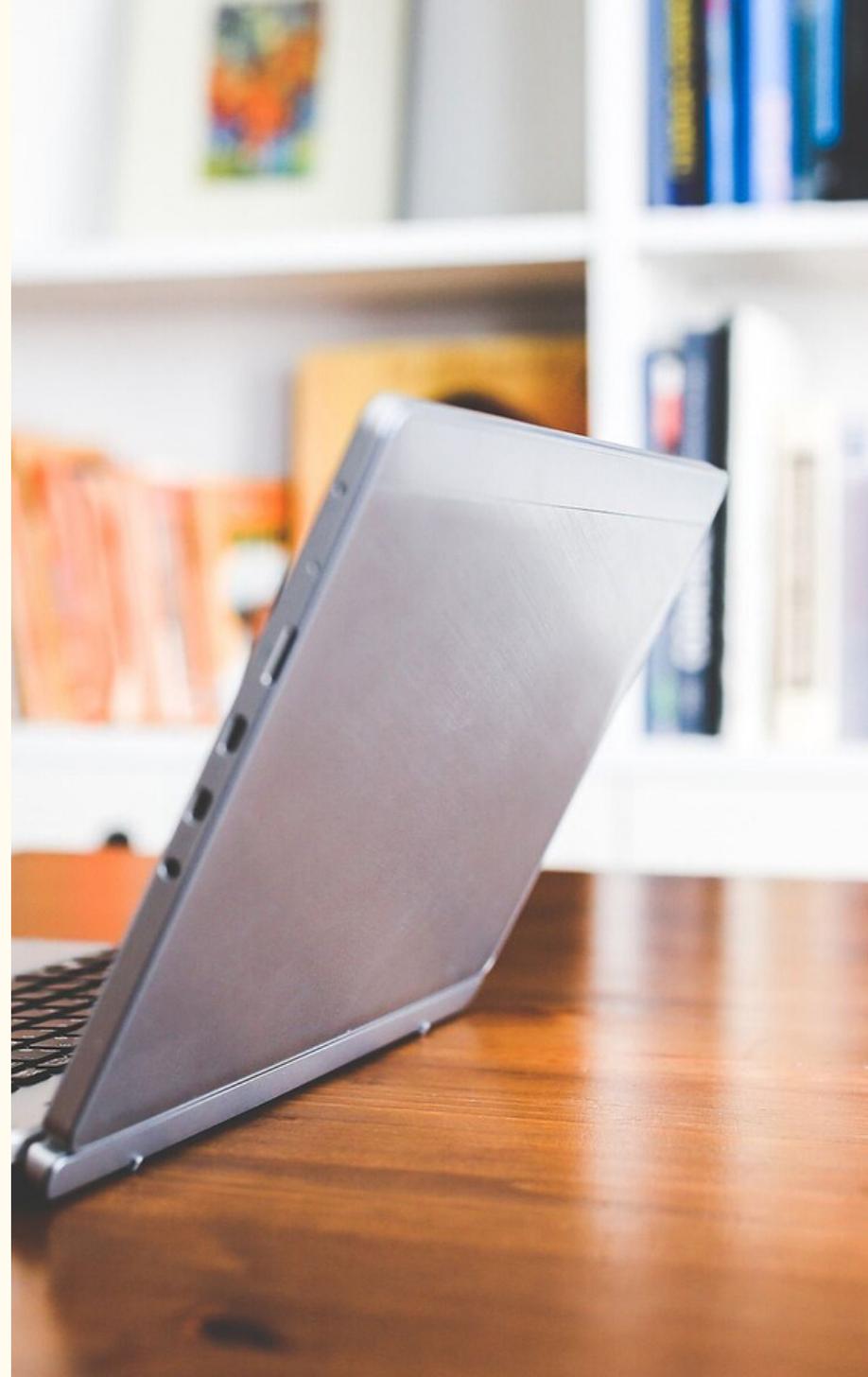
Sei also aktiv und beantworte geduldig alle Fragen oder Kommentare, auch wenn Du selbst den Eindruck hast, dass Du Dich ständig wiederholst. Wie gesagt: Du erreichst mit Deinen Content-Häppchen immer wieder neue Menschen.

Deine Social-Media-Aktivität ist auch für den letzten, den fünften Schritt, entscheidend.

# Schritt 5

## Die Auswertung

Deine Analysen vom Anfang solltest Du weiterführen, um Deinen **Content regelmäßig zu verbessern**. Welche Postings erfüllen ihren Zweck? Mit was erreichst Du Deine Ziele? Welche Art von Recycling funktioniert für Dich am besten?



Schau Dir beispielsweise an, **wie viele Interaktionen** zu Deinen Postings **auf verschiedenen Plattformen** stattgefunden haben, **von welcher Qualität** diese waren, wie sich Follower-Zahlen oder Reichweite entwickelt haben und ob Du Deine **Ziele erreicht** hast.

**Für Social-Media-Monitoring und -Analysen gibt es diverse Tools.**

Vieles kannst Du aber auch einfach selbst beobachten, wenn Du nicht auf allzu vielen Kanälen unterwegs bist.

Ich empfehle Dir ohnehin, **maximal drei soziale Netzwerke** zu bespielen - im Zweifel noch weniger, aber diese dann richtig.

# Lass Deinen Content arbeiten

Kreiere ab sofort aus Deinem alten Content  
frische Häppchen, die fleißig und regelmäßig für Dich arbeiten,  
während Du Dein Business vorantreibst.

Wenn Du jetzt und im weiteren Verlauf  
Fragen hast oder Feedback brauchst, biete ich Dir  
**einen kostenlosen 30-Minuten-Slot**  
per Telefon oder Zoom an (klick hier für die Terminauswahl).  
Oder schick mir eine E-Mail an [hallo@maader.de](mailto:hallo@maader.de).

**Herzliche Grüße aus Hamburg und viel Erfolg**

**Simone**

Mehr über mich und meine Arbeit  
erfährst Du auf meiner Website  
[www.maader.de](http://www.maader.de)

Ich freue mich außerdem, mich mit Dir  
zu vernetzen. Du findest mich hier:

