

Der Redaktionsplan für Social Media

Gut geplant ist halb gewonnen.

Planung ist kein Gegensatz zu Spontaneität. Eine gute Planung schafft Freiraum für Spontaneität. Ein gepflegter Redaktionsplan hilft, Social Media-Aktivitäten effizient zu organisieren. Im Ergebnis sprichst du die Zielgruppe wirkungsvoller an.

Mit dem Redaktionsplan wandelst du die zuvor definierten Ziele und die Strategie um. Ziele sind z. B. Bekanntheit steigern, Reichweite erhöhen, belastbare Beziehungen knüpfen, Zustimmung gewinnen.

Wichtig: Gestalte alle deine Postings leicht genießbar und gut zu teilen, sprich **snackable & shareable**.

Lege den Redaktionsplan digital oder analog an. Du solltest den Überblick mindestens monatlich, besser quartalsweise oder sogar halbjährlich im Voraus planen.

Der Redaktionsplan sollte insbesondere für das ehrenamtliche Engagement übersichtlich und einfach zu handhaben sein. Deshalb empfehlen wir eine klare Struktur mit folgenden Spalten:

- 1) Geplantes Veröffentlichungsdatum,
 - 2) Plattform (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn usw.),
 - 3) Thema/Format,
 - 4) Inhaltstyp (Bild, Video, Text, Karussell ...),
 - 5) Verantwortliche Person,
 - 6) Status (geplant, in Bearbeitung, freigegeben, veröffentlicht).
- Als Tool reichen Excel oder Word absolut aus. Ein Muster kannst Du hier im Wiki downloaden.
https://parteischule-wiki.spd.de/media/pluspunkte:social_media_redaktionsplan.xlsx
Die kommerziellen Anbieter wollen dein Bestes, nämlich dein Geld. Anregungen kannst du dir aber durchaus kostenfrei bei Hootsuite, Later oder Planable usw. holen. 😊
 - Wer im Team arbeitet, definiert die Rollen klar: Wer ist für welche Content-Erstellung, Freigabe und Veröffentlichung verantwortlich? Klare Zuständigkeiten erleichtern die Zusammenarbeit.

- Für die gemeinschaftliche (kollaborative) Planung und das Aufgabenmanagement könnt ihr die kostenlosen Grundfunktionen von Trello nutzen.
- Für regelmäßige Abstimmungen reichen kurze (Video-)Meetings (z. B. monatlich), um den Überblick zu behalten und Feedback einzuholen.
- Lege die regelmäßige Posting-Frequenz fest, z. B. gestalte ein eigenes Posting und teile zweimal SPD-Postings pro Woche. Regelmäßigkeit gewinnt (fast) immer. Häufigkeit entscheidet.
- Setze dir für dein ehrenamtliches Engagement realistische Deadlines. Plane großzügig, setze stetig um. So vermeidest du Stress.
- Generiere Content, erstelle Inhalte z. B. entlang dieser Nachrichtenfaktoren: Aktualität, Personalisierung, Relevanz und Tragweite, Emotionen, Lokalität, Prominenz, Überraschung und Kuriosität, Konflikt und Kontroverse, Kontinuität, Abwechslung.
- Berücksichtige weit voraus Feiertage, Jubiläen und saisonale Events.
- Gestalte die Inhalte und Formate abwechslungsreich. Wähle für den Content wiederkehrende Rubriken aus wie z. B. Tipps & Tricks, Behind-the-Scenes, Community-Fragen, Zitate, Erklärungsvideos, Infografiken, Event-Ankündigungen, Freiwilligen-Freitag oder Projekt des Monats usw.
- Achte auf das einheitliche Design („visuelle Konsistenz“) und die beständige Markenbotschaft, also das Alleinstellungsmerkmal oder den USP (Unique Selling Point).