



TINA LURZ  
STRATEGIE, CONTENT & SOCIAL MEDIA

## CONTENT FEUERWERK



## CONTENT IS QUEEN!

Doch was kann ich überhaupt posten? Was macht guten Content aus? Und wie finde ich neue Ideen, die meine Zielgruppe begeistern?

Mit dem Content-Feuerwerk sorgt Tina Lurz für jede Menge Inspiration, Motivation und Best-Practice-Beispiele für jeden Content-Plan.

[tinalurz.de](http://tinalurz.de)

### WAS MACHT GUTEN CONTENT AUS?

- Relevanz
- Mehrwert
- Emotion
- Authentizität
- Grundlage: Social-Media-Strategie mit Zielen, Zielgruppen und Kanälen

### Mehrwert statt Buzzword-Bingo

Mit dem Begriff Content geht oft das typische Social-Media-Buzzword-Bingo einher: Videos, Reels, Podcasts, Karussells, Blogartikel, Newsletter, Memes und sogar Kommentare – alles ist Content! Doch bei all dem Hype geht oft verloren, worum es eigentlich geht. Denn guter Content ist nicht einfach nur irgendein Stück Information – es ist das, was ihr erzählt: über euch, eure Buchhandlung, eure Haltung. Content ist der erste Eindruck, der hängen bleibt, und der letzte Gedanke, der nachwirkt. Er schafft Verbindung, bringt Mehrwert, macht neugierig. Er spricht nicht über Produkte, sondern löst ein Gefühl aus – Nähe, Vertrauen, Begeisterung. Content ist eure Stimme, euer Ausdruck, euer Schlüssel zur Sichtbarkeit – Queen eben.

Guter Content fühlt sich nicht an wie Werbung. Das Ziel ist in erster Linie nicht direkt zu verkaufen, sondern zu begeistern, zu helfen oder sich zu verbinden.

Die Grundprinzipien: Relevanz, Mehrwert, Emotion und Authentizität. Relevanter Content trifft Themen, die eure Zielgruppe wirklich bewegen. Mehrwert bedeutet: Der Inhalt bringt euren Follower\*innen etwas – sei es Wissen, Inspiration oder einen Aha-Moment. Emotion sorgt dafür, dass der Content im Kopf bleibt, weil er etwas auslöst. Und Authentizität (jetzt sind wir doch beim Buzzword-Bingo!) schafft Vertrauen – weil ihr euch echt zeigt, nahbar und auf Augenhöhe. Es geht nicht um perfekte Inszenierung, sondern um echte Verbindung.

Als wichtige Grundlage für guten Content dient dabei immer die Social-Media-Strategie. Wen wollt ihr mit euren Posts über welchen Kanal erreichen? Gute Inhalte sind genau darauf zugeschnitten, denn eine Idee muss für unterschiedliche Zielgruppen und Kanäle entsprechen konzipiert und umgesetzt werden.

# WAS KANN ICH POSTEN?



## Ideen sind überall

Die Frage "Was sollen wir eigentlich posten?" blockiert viele und kommt vor allem immer und immer wieder – dabei liegt die Antwort oft direkt vor eurer Nase. Denn guter Content entsteht nicht nur in großen, besonderen Momenten, sondern in den kleinen, echten Situationen des Alltags: eine Kund\*innenfrage, ein Gedanke nach dem Teammeeting, ein Blick hinter die Kulissen oder ein Fehler, aus dem ihr etwas gelernt habt. Content lebt von Authentizität und Nähe – und genau die entsteht, wenn ihr eure Zielgruppe mitnehmt.

Geht bewusst durch euren Alltag und schärft auch den Blick eurer Kolleg\*innen und Mitarbeitenden dafür. Ihr werdet merken: Ihr habt schon jetzt viel mehr Ideen, als euch bewusst ist, denn Ideen und Geschichten sind überall und auch bei euch in der Buchhandlung – ihr müsst sie nur sichtbar machen.

Je mehr ihr euch traut, auch Persönliches oder Einblicke hinter die Kulissen zu teilen, desto stärker wird die Verbindung zu eurer Community. Denn Menschen folgen Menschen – nicht anonymen Markenprofilen.



Denkt nicht zuerst in Plattformen, sondern in Themen und Botschaften: Was könnt ihr zeigen, erklären, feiern oder fragen? Was möchtet ihr euren Follower\*innen und Kund\*innen wirklich mitgeben. Wichtig: Macht einmal den Gegencheck und fragt euch, ob das, was ihr als Botschaft absenden möchtet, auch das ist, was eure Follower\*innen in ihrem Feed sehen möchten – auch auf genau diese Art und Weise, die ihr im Kopf habt. Feste, wiederkehrende Formate (die übrigens für eure Follower\*innen gar nicht so benannt werden müssen! "Montagsbuchtipps" und Co waren gestern!) helfen beim Aufrechterhalten von Regelmäßigkeit und helfen auch über temporäre Inspirationslosigkeit oder zeitliche Engpässe hinweg.

## CONTENTKATEGORIEN

- Education: zeigen, erklären
- Entertainment: unterhalten, feiern
- Emotion: bewegen, berühren
- Engagement: mitnehmen, ansprechen, fragen

## SCHNELLE TIPPS

- Perspektivwechsel: Was wollen die Follower\*innen sehen?
- Feste, wiederkehrende Formate
- Ideensammlung/Inspirationsboard
- Redaktionsplan



## WIE FINDE ICH NEUE IDEEN?



### IDEEN SIND ÜBERALL

Die Frage ist also nicht, ob ihr Ideen habt – sondern, wie ihr sie erkennt und festhaltet. Ideen entstehen selten vor dem weißen Blatt am Schreibtisch, sondern mitten beim Tun, mittendrin. Ihr könntet beispielsweise ein Social-Media-Notizbuch an die Kasse legen, in dem ihr als Team kurze Anekdoten, Momente und Ideen aus eurem Alltag in der Buchhandlung festhaltet, die ggf. ausgearbeitet werden können. Bei der Ausarbeitung kann übrigens auch eine KI wie ChatGPT helfen, um Zeit zu sparen und schnell Struktur zu geben. Zusammen geht es eh besser: Holt euch Unterstützung von Kolleg\*innen, Freund\*innen oder euren Follower\*innen und Kund\*innen. Fragt nach, geht in den Austausch, startet eine gemeinsame Content-Brainstorming-Session. Dabei könnt ihr Methoden aus der Themenfindung anwenden wie beispielsweise Thementrichter, Content-Fragenbaum oder Themenmatrix.

Pinterest, Instagram, TikTok & Co selbst sind eine wahre Fundgrube an Ideen. Dabei geht es nicht darum, zu kopieren, sondern euch zu fragen, was davon zu euch passt und auf welche Art und Weise ihr die Geschichte erzählen und aufbereiten würdet.

Habt ihr nicht vielleicht auch schon jede Menge Content? Buchtipps, die ihr im Laden stehen habt? Den Newsletter-Text mit einer thematischen Buchauswahl? Das Schaufenster, das der Kollege so schön gestaltet hat? Oder jede Menge Fotos von den Veranstaltungen im letzten Jahr? Angepasst an den Kanal und ggf. einen aktuellen Anlass lässt sich so wunderbar auch bestehender Content recyceln – als Ergänzung zu frischen Ideen!

Content muss nicht perfekt sein, sondern echt. Nicht laut, sondern relevant. Und nicht ständig neu, sondern von Herzen. Ihr arbeitet täglich mit Geschichten, ihr lebt Geschichten, ihr könnt sie auch erzählen und sichtbar machen.

## KI UND CONTENT

Künstliche Intelligenz kann bei der Contenterstellung ein wertvolles Hilfsmittel sein – sie liefert Impulse, hilft beim Strukturieren oder spart Zeit bei der Umsetzung. Aber: Der eigentliche Kern eures Contents, die Haltung, die Persönlichkeit, die Emotion – die kommt von euch. KI kann unterstützen, aber sie ersetzt nicht eure Perspektive, eure Stimme und euer echtes Gespür für eure Zielgruppe.

NOCH MEHR WISSEN ZU  
SOCIAL MEDIA &  
STRATEGIE

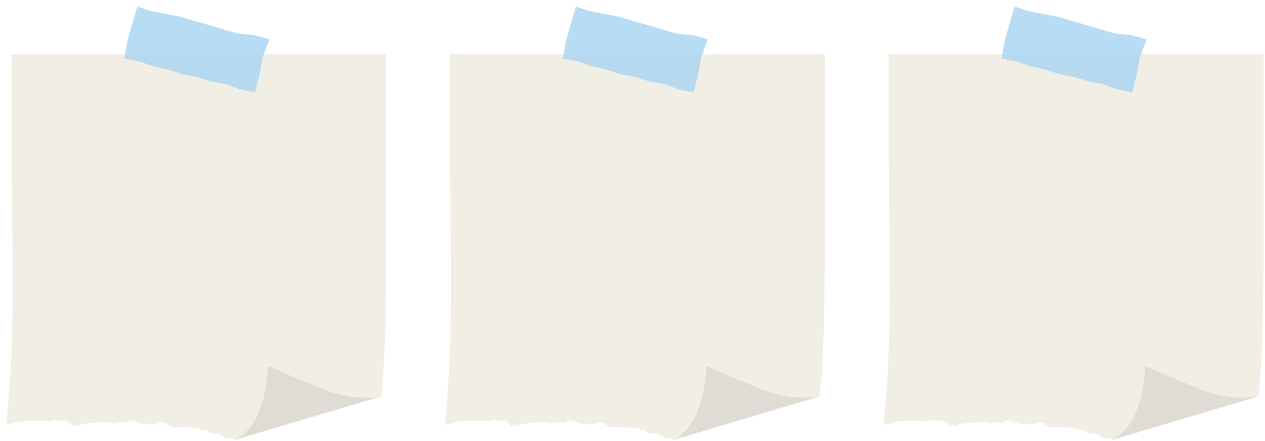


Online-Seminare  
@ Börsenverein Bayern

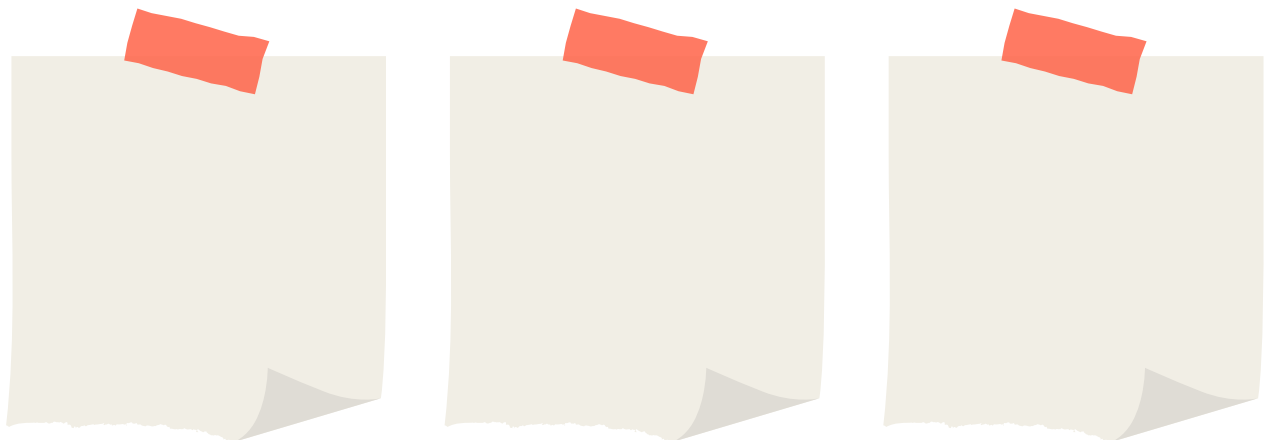
# IDEENSAMMLUNG

FUNKEN SAMMELN, FESTHALTEN, UMSETZEN

3 FÜR EUCH WICHTIGE ERKENNTNISSE,  
GEDANKEN ODER LEARNINGS ZUM MERKEN



3 SPONTANE CONTENT-IDEEN ODER THEMEN  
ZUM MIT-NACH-HAUSE-NEHMEN



PLATZ FÜR NOCH MEHR IDEEN UND NOTIZEN