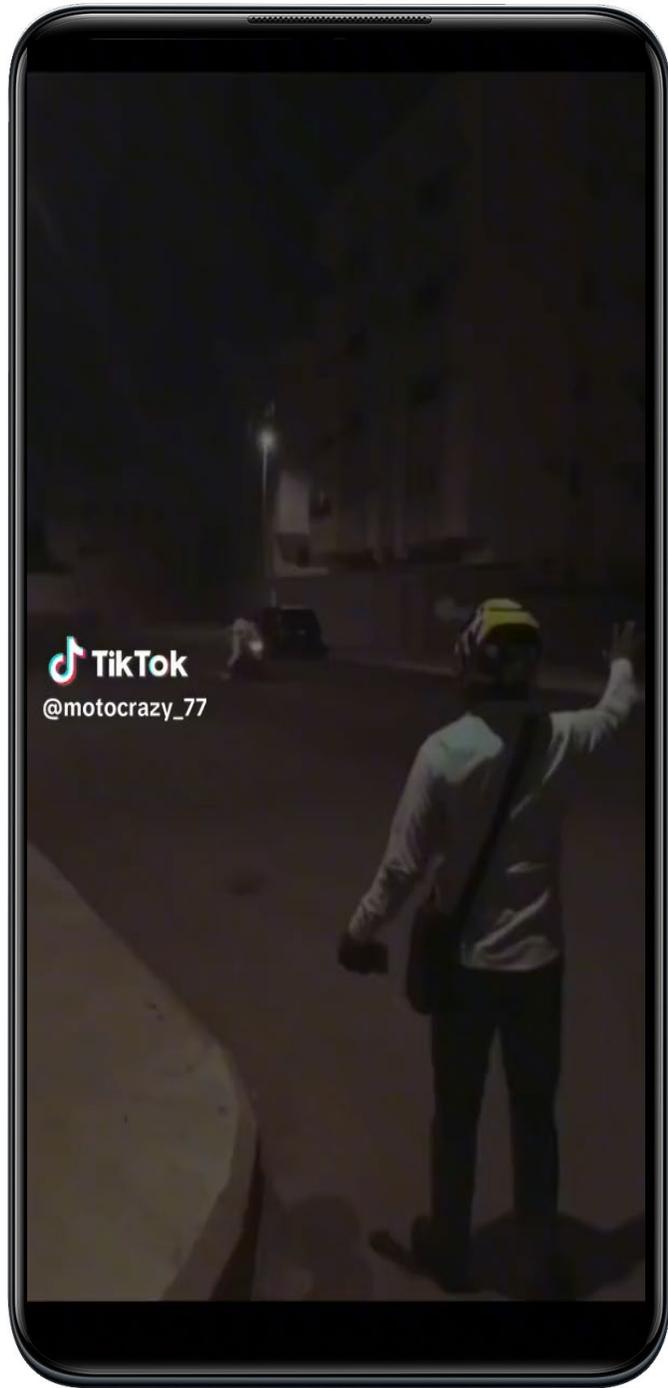


# THE SHOW MUST GO ON

Warum kreativer Content durch **nichts** zu ersetzen ist





 TikTok  
@motocrazy\_77

**Die Leute schauen das,  
was sie interessiert.**

**Und wenn es Werbung  
ist, ist es Werbung**

# Die Macht der Aufmerksamkeit

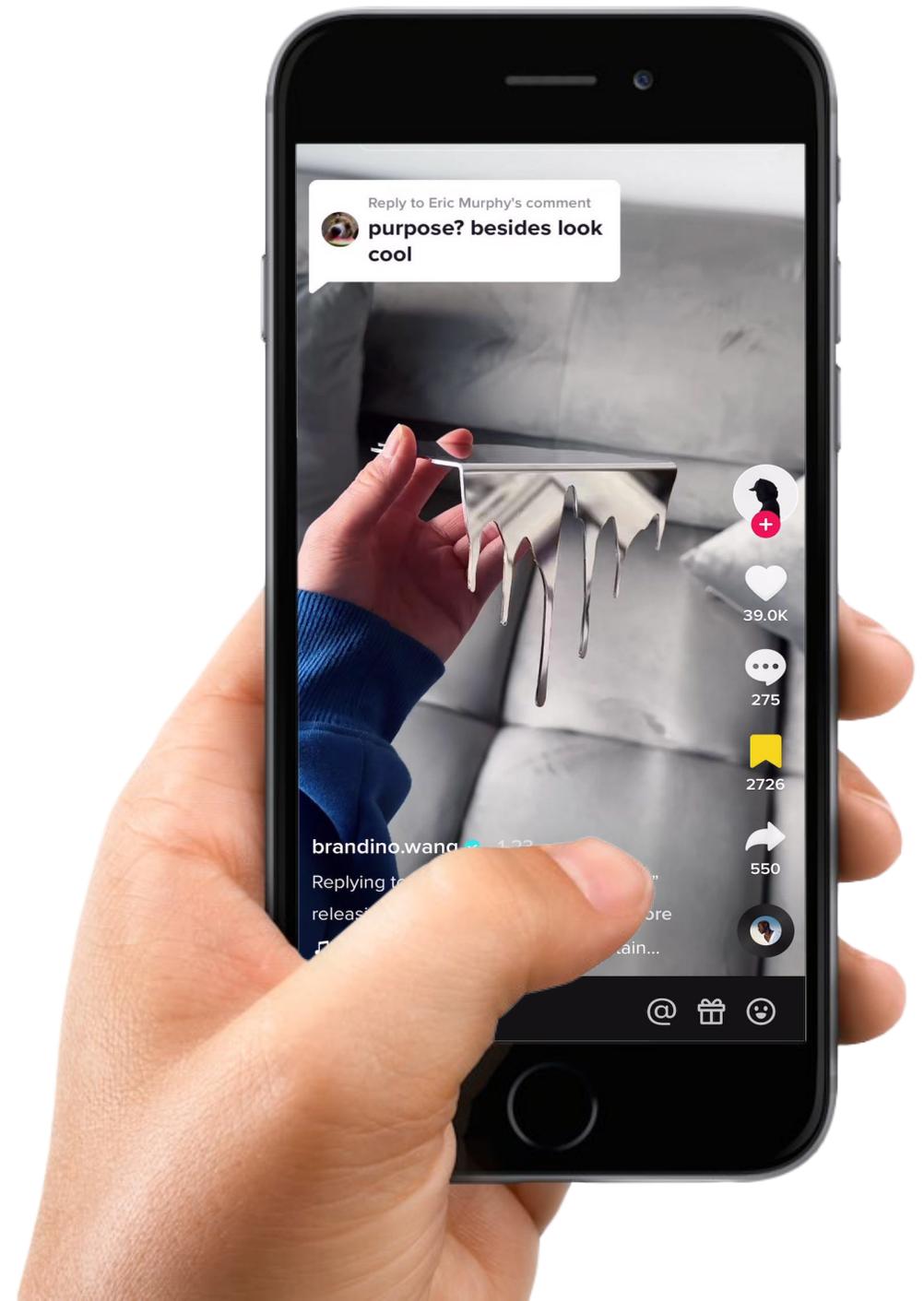
In der heutigen Welt des digitalen Zeitalters sind Social Media-Plattformen zu einem überwältigenden Ozean von Inhalten geworden. Täglich werden Milliarden von Beiträgen, Bildern, Videos und Nachrichten auf Plattformen wie Facebook, Instagram, Twitter und TikTok geteilt. In dieser Flut an Informationen und Ablenkungen wird es **für Marken** und **Content-Ersteller** immer **schwieriger**, die **Aufmerksamkeit** ihres **Publikums** zu **erlangen**.

# Die Macht der Aufmerksamkeit

**Kreative Inhalte** haben die einzigartige Fähigkeit, aus dieser Masse **hervorzustechen** und die **Aufmerksamkeit** der Nutzer **zu gewinnen**. Aber was macht kreativen Content aus?

## Originalität

**Kreative Inhalte sind oft originell und einzigartig. Sie brechen mit den Erwartungen und bieten den Nutzern etwas, das sie nicht schon hunderte Male gesehen haben.**

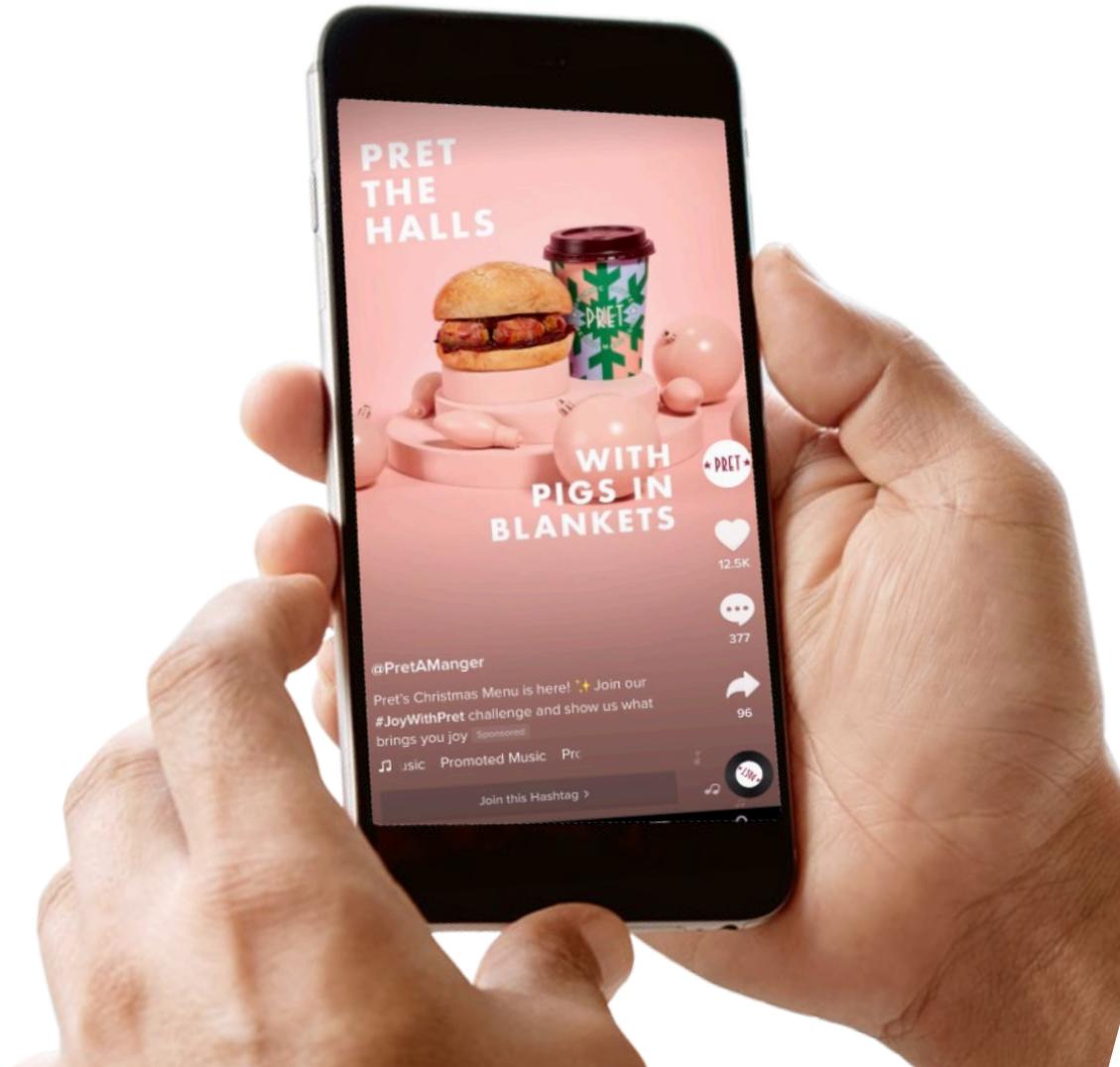


## **Unterhaltungswert:**

**Kreativer Content ist in der Regel unterhaltsam und ansprechend. Er kann Lachen, Staunen oder Emotionen auslösen, was die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass Nutzer sich mit ihm beschäftigen.**



**Visuelle Anziehungskraft:**  
Bilder und Videos haben eine starke visuelle Anziehungskraft. Kreative Visuals können Nutzer sofort fesseln und dazu anregen, den Inhalt näher zu erkunden.



## **Klarheit und Kürze:**

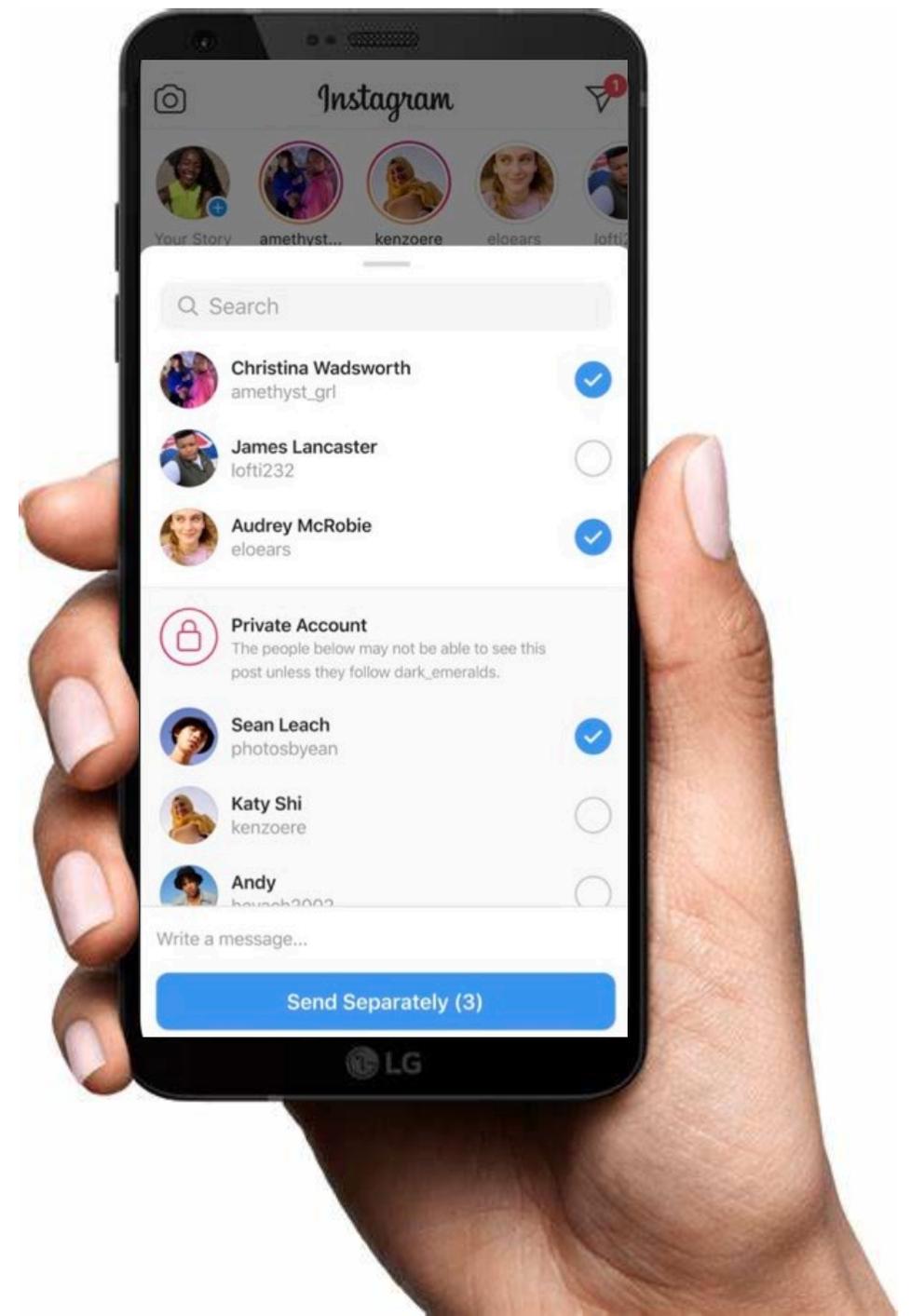
**Kreativer Content ist oft prägnant und verständlich. Er vermittelt eine Botschaft oder eine Geschichte auf eine Art und Weise, die leicht verständlich ist.**



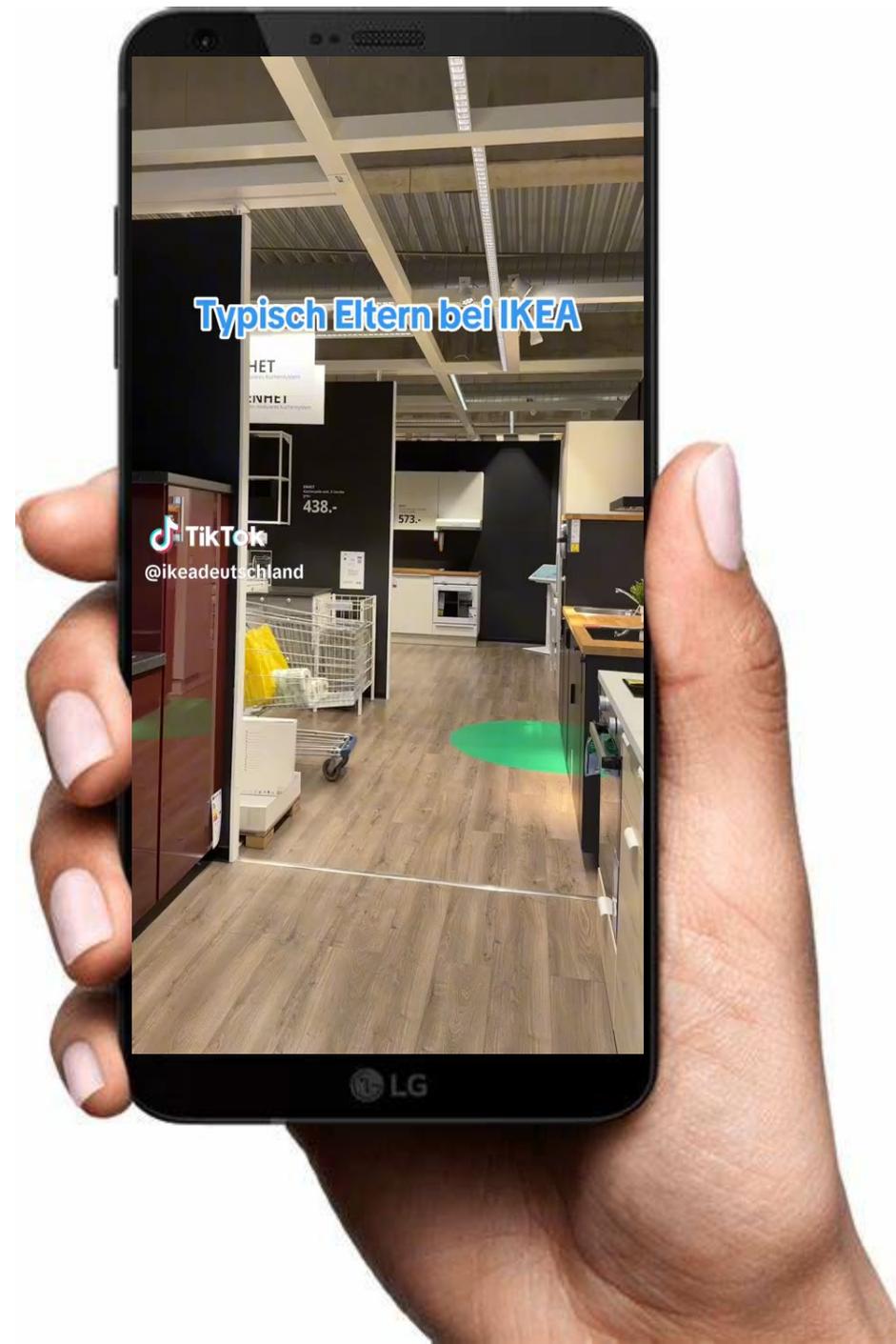
## Teilbarkeit:

Menschen neigen dazu, kreativen Content mit anderen zu teilen.

Wenn etwas sie begeistert oder berührt, möchten sie, dass auch ihre Freunde und Follower daran teilhaben.



# Beispiele für kreative Inhalte auf Social Media



Teilbarkeit

# Markenbildung und Identität

**Eine starke Marke ist auf Social Media von entscheidender Bedeutung, und  **kreativer Content**  spielt eine zentrale Rolle bei der  **Bildung**  und  **Verstärkung**  dieser Marke. Aber warum ist kreativer Content für die Markenbildung und für die Identität unerlässlich?**



### **Differenzierung:**

**In einer überfüllten digitalen Landschaft ist es schwierig, sich von der Konkurrenz abzuheben. Kreativer Content ermöglicht es Marken, sich von anderen abzuheben, indem er Originalität und Einzigartigkeit zeigt. Dies trägt dazu bei, die Marke in den Köpfen der Verbraucher zu verankern.**

## **Wiedererkennung:**

**Kreative Elemente, sei es ein unverwechselbares Logo, ein bestimmter visueller Stil oder eine einprägsame Botschaft, tragen dazu bei, die Marke leicht erkennbar zu machen. Die Wiedererkennung ist ein wichtiger Faktor für den langfristigen Erfolg einer Marke.**

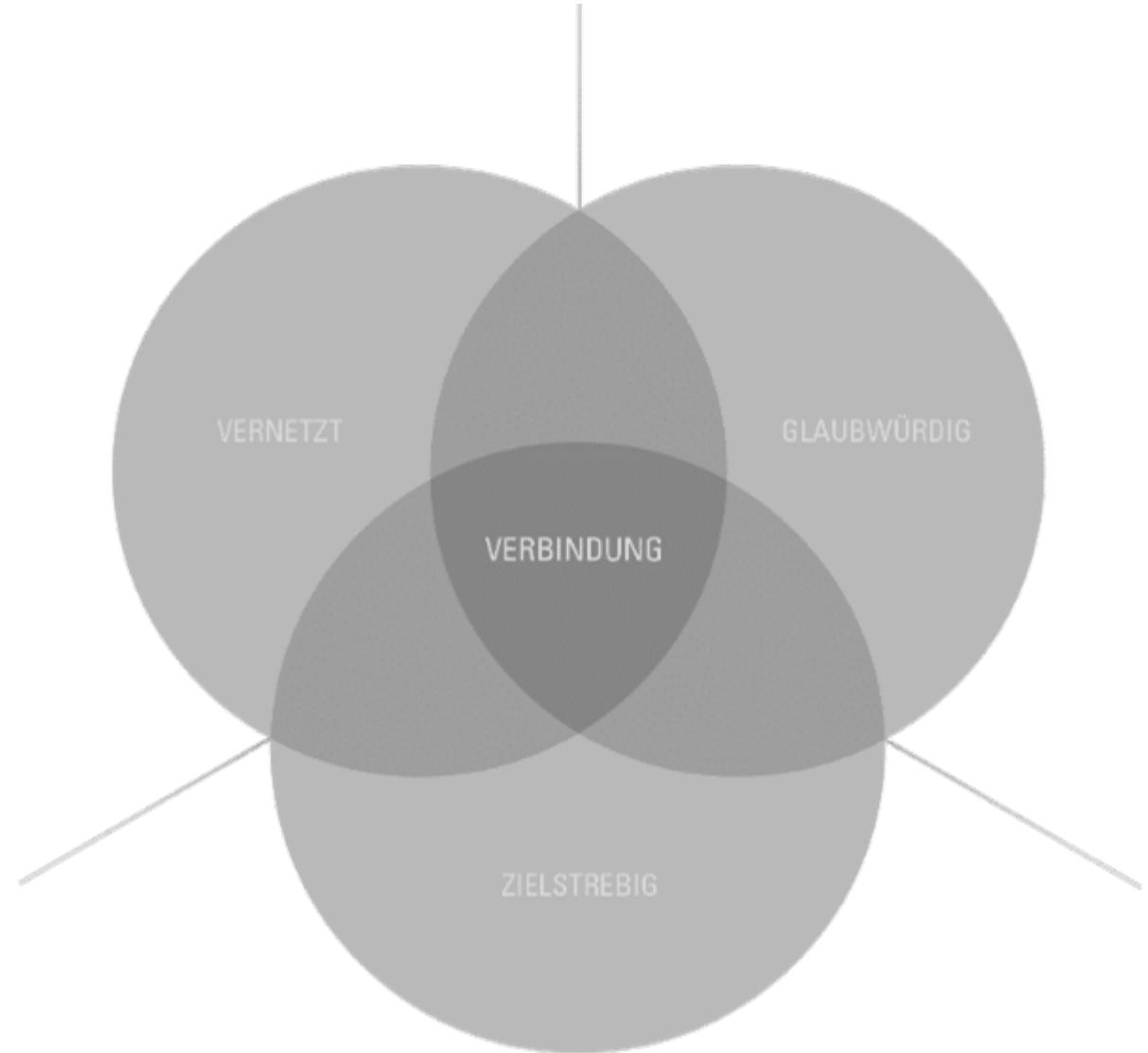


## **Glaubwürdigkeit und Vertrauen:**

**Durch die Bereitstellung von hochwertigem, kreativem Content kann eine Marke Glaubwürdigkeit aufbauen und das Vertrauen der Verbraucher gewinnen. Wenn eine Marke konsistent hochwertige und relevante Inhalte teilt, wird sie als zuverlässig und kompetent wahrgenommen.**



**Verstärkung der Markenwerte:**  
Kreativer Content kann die Werte und Botschaften einer Marke effektiv verstärken. Ob es sich um Umweltbewusstsein, soziale Verantwortung oder Innovation handelt, kreativer Content kann diese Werte auf ansprechende Weise vermitteln



## **Konsistenz:**

**Kreative Elemente, die in verschiedenen Inhalten und auf verschiedenen Plattformen verwendet werden, tragen zur Konsistenz der Marke bei. Konsistenz ist entscheidend, um eine klare und einheitliche Markenidentität zu schaffen.**



**Erfolgreiche Marken nutzen kreativen Content, um eine starke, gut definierte Marke, und eine langfristige Beziehung zu Ihrer Zielgruppe aufzubauen.**

# Emotionale Verbindung mit der Zielgruppe



**Emotionen** spielen auf Social Media eine entscheidende Rolle. Die Fähigkeit, eine **emotionale Verbindung** mit der **Zielgruppe** herzustellen, kann den **Unterschied** zwischen einem **flüchtigen Klick** und einer **treuen Anhängerschaft** ausmachen.

**Kreativer Content** ist ein **kraftvolles Werkzeug**, um **diese emotionale Verbindung** zu **fördern**. Aber warum ist die emotionale Verbindung zwischen Kunden und Marken von so großer Relevanz?

**Menschen sind emotional:**

**Menschen sind keine rein rationalen Wesen. Emotionen beeinflussen unser Denken, unsere Entscheidungen und unser Verhalten. Kreativer Content, der Emotionen anspricht, spricht die Nutzer auf einer tieferen Ebene an.**





## **Emotionen erzeugen Engagement:**

**Inhalte, die Emotionen hervorrufen, neigen dazu, mehr Interaktionen zu generieren. Emotionale Reaktionen führen oft zu Likes, Kommentaren, Weiterleitungen und Diskussionen.**

**Authentizität und Nähe:**  
Emotionale Verbindung  
erfordert Authentizität.  
Marken und Content-  
Ersteller, die sich  
authentisch und  
menschlich zeigen,  
können eine tiefere  
Verbindung zu ihrer  
Zielgruppe herstellen.



# **Beispiele für Emotional-Content**



**VW – the peoples Car**



**Amazon 2023  
Weihnachts-Werbespot**

# **Steigerung der Interaktion und Reichweite**



**Kreativer Content auf Social Media ist nicht nur ein Mittel zur Aufmerksamkeitsgewinnung, sondern auch ein Instrument zur **Steigerung der Interaktion und Reichweite.****

**(Interaktion = das Engagement der Nutzer mit den Inhalten, wie Likes, Kommentare, Weiterleitungen und das Teilen von Beiträgen. )**



## **Viralität und organische Reichweite:**

**Kreative Inhalte haben ein höheres Viralitätspotenzial. Ein einziger kreativer Beitrag kann sich exponentiell verbreiten, wenn er von vielen Nutzern geteilt wird. Dies führt zu einer organischen Reichweitensteigerung, ohne dass für Anzeigenbudgets ausgegeben werden muss.**

## Algorithmen und Belohnung kreativer Inhalte:

Instagram, Tiktok und Facebook verwenden Algorithmen um Content zu verbreiten. **Kreativer Content** wird **oft belohnt**, da er dazu neigt, länger betrachtet und geteilt zu werden. Die **Algorithmen priorisieren Inhalte**, die **Interaktionen generieren**, und das kann dazu führen, dass Ihre Beiträge einer größeren Zielgruppe angezeigt werden.



**Essenzielle Faktoren die eingehalten werden müssen, um mit kreativem Content Interaktion und Reichweite zu steigern sind:**

**Call to Action Buttons sowie Anreize für die User mit dem Content zu interagieren**

**Kampagnen und Werbeanzeigen die mit Werbebudget hinterlegt sind**

**Zielgruppenanalyse - wer sind die User die mit meinem Content interagieren?**

**Call to Action  
Buttons  
sowie  
Anreize für  
die User mit  
dem Content  
zu  
interagieren**

**Kampagnen  
und  
Werbeanzeig  
en die mit  
Werbebudget  
hinterlegt  
sind**

**Zielgruppen-  
analyse - wer  
sind die User  
die mit  
meinem  
Content  
interagieren?**

**Verwendung  
von Hashtags  
und Kategorien  
in denen der  
Content  
gefunden  
werden kann**

**Aktive Social-  
Media  
Betreuung und  
Analyse der  
Performance  
des Contents**

**Berücksichtigen  
der in Analysen  
bezogenen  
Daten über  
Interessen und  
Aktivität der  
User**

# Trends und Innovation

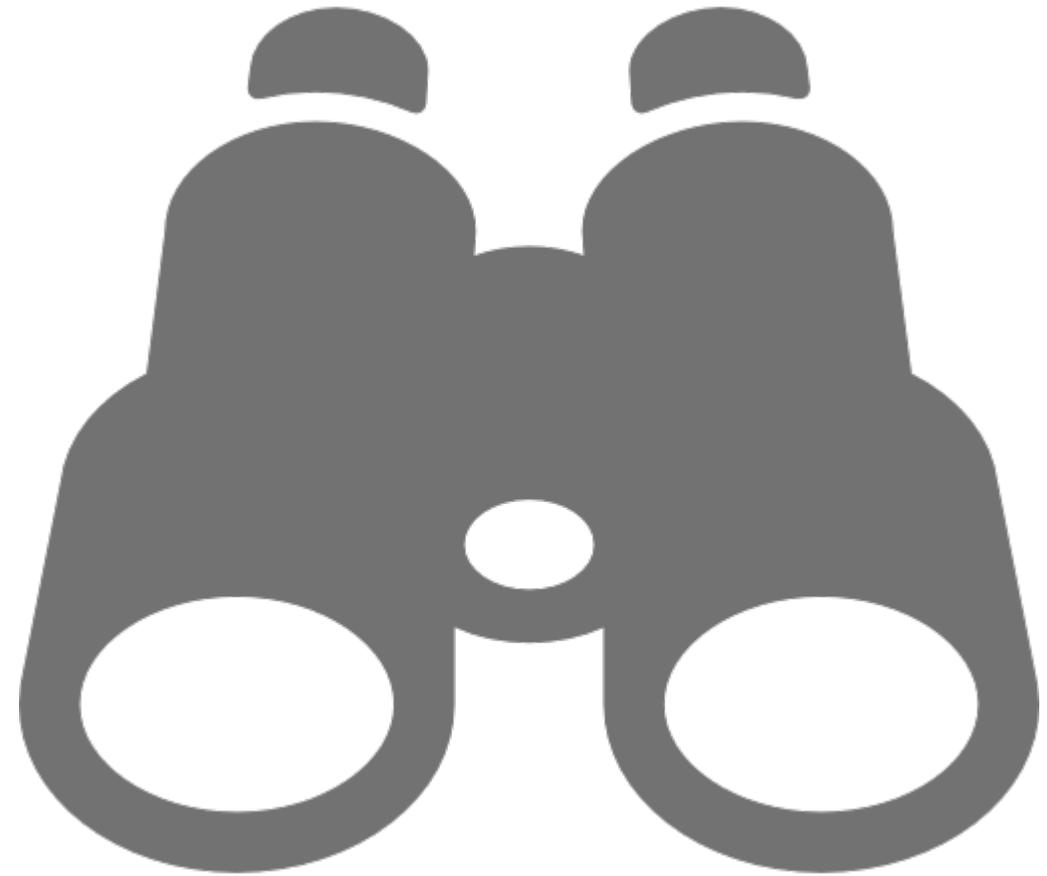


**„In der Welt der sozialen Medien ändern sich Trends und Plattformen ständig. Um relevant zu bleiben und die Aufmerksamkeit der Zielgruppe zu behalten, ist es **unerlässlich**, kreativ und innovativ zu sein. Zusätzliche Faktoren müssen ebenfalls beachtet werden“**



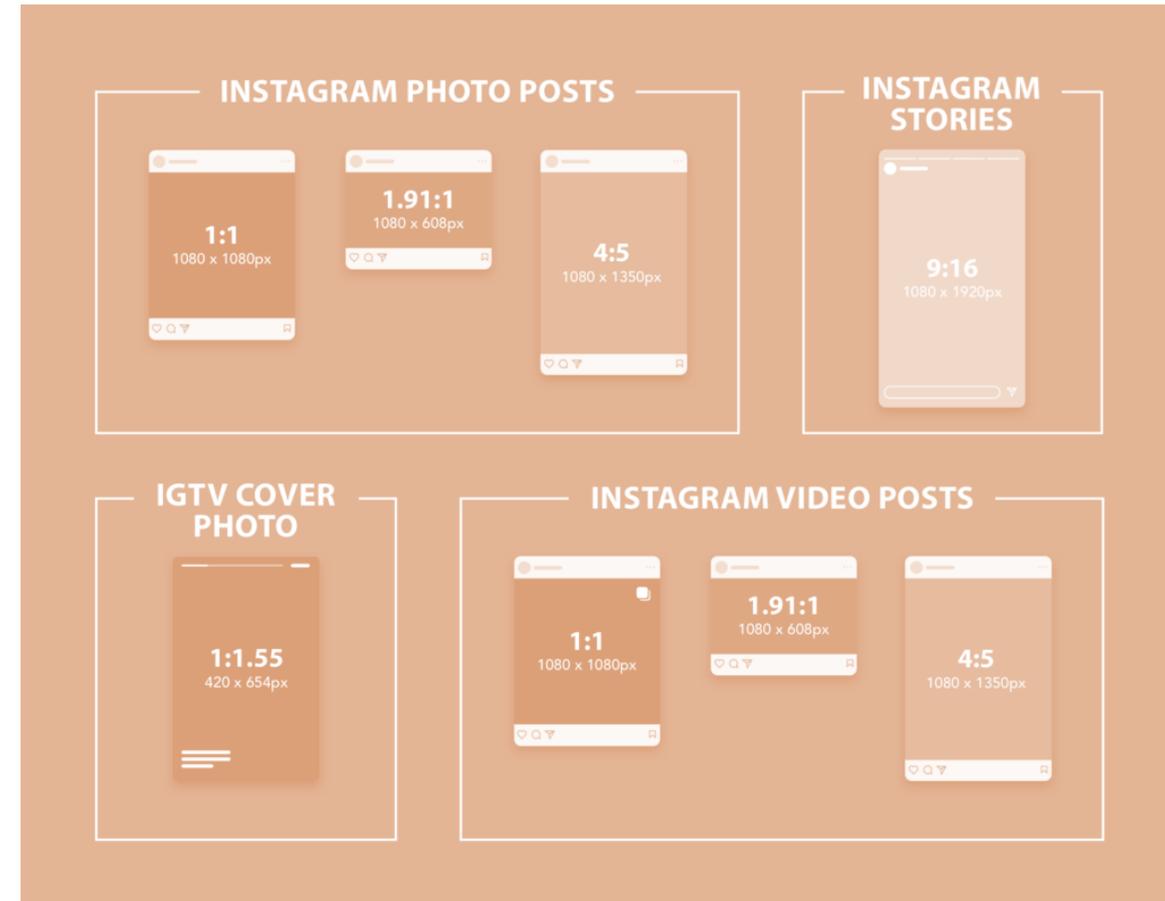
## **Die sich ständig verändernde Social Media-Landschaft:**

**Neue Plattformen entstehen, während etablierte Plattformen ihre Algorithmen und Funktionen kontinuierlich anpassen. Um die Konkurrenz zu überholen, ist es wichtig, diese Entwicklungen im Auge zu behalten und sich rechtzeitig anzupassen.**



## Adaptierung neuer Formate:

**Neue Content-Formate und Tools, wie beispielsweise Stories, Live-Streams, AR-Filter und 360-Grad-Videos, bieten Chancen für kreative Innovation. Die Integration solcher Formate in Ihre Content-Strategie kann Ihr Publikum begeistern und die Reichweite erhöhen.**



## Kreative Anpassung an Trends:

Die Nutzung von aktuellen Trends, Herausforderungen und Memes kann Ihre Marke oder Ihren Content ins Gespräch bringen. Wenn Sie diese Trends geschickt und kreativ in Ihre Inhalte einbeziehen, können Sie eine breitere Zielgruppe erreichen. Genau diese Strategie verfolgt zum Beispiel die Deutsche Bahn auf TikTok und Instagram, und begeistert die User:

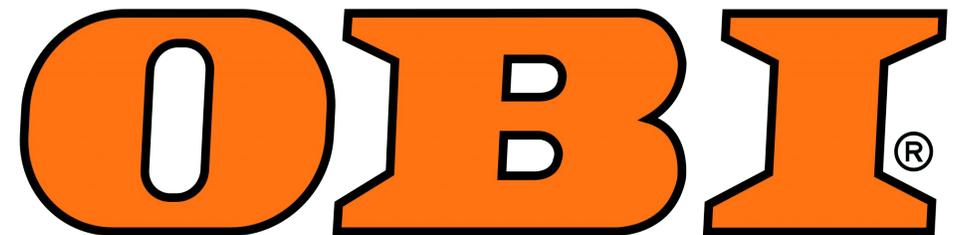


## Zielgruppenanpassung:

**Unterschiedliche Zielgruppen bevorzugen verschiedene Arten von Content und Plattformen. Eine innovative Content-Strategie kann die Anpassung an diese Vielfalt ermöglichen und Ihre Reichweite auf verschiedene Segmente ausdehnen.**



Marken die Trends & kreativen Content bereits erfolgreich nutzen um Ihre Reichweite und Bekanntheit zu steigern sind:



uvm...

# **Hacks für erfolgreiches „Meme-Marketing“**

## **KISS: Keep it short and simple (and smart)**

**Memes übersetzen Botschaften präzise in eine simple Bildsprache. Normalerweise bestehen sie aus einem Bild und wenigen Worten. Entscheidend ist aber auch die Smart-Komponente. Durch Witz und gegebenenfalls Sarkasmus erregt ein clever gestaltetes Meme sofort Aufmerksamkeit und ruft Emotionen hervor.**



## **Timing ist alles**

**In der digitalen Welt verbreiten sich Memes mit atemberaubender Geschwindigkeit. Marken, die Meme Marketing einsetzen möchten, müssen den Puls der Online-Kultur fühlen. Denn nur das richtige Timing ermöglicht es Unternehmen, aktuelle Ereignisse oder Trends geschickt in ihre Memes einzuflechten..**



## **Make it relatable**

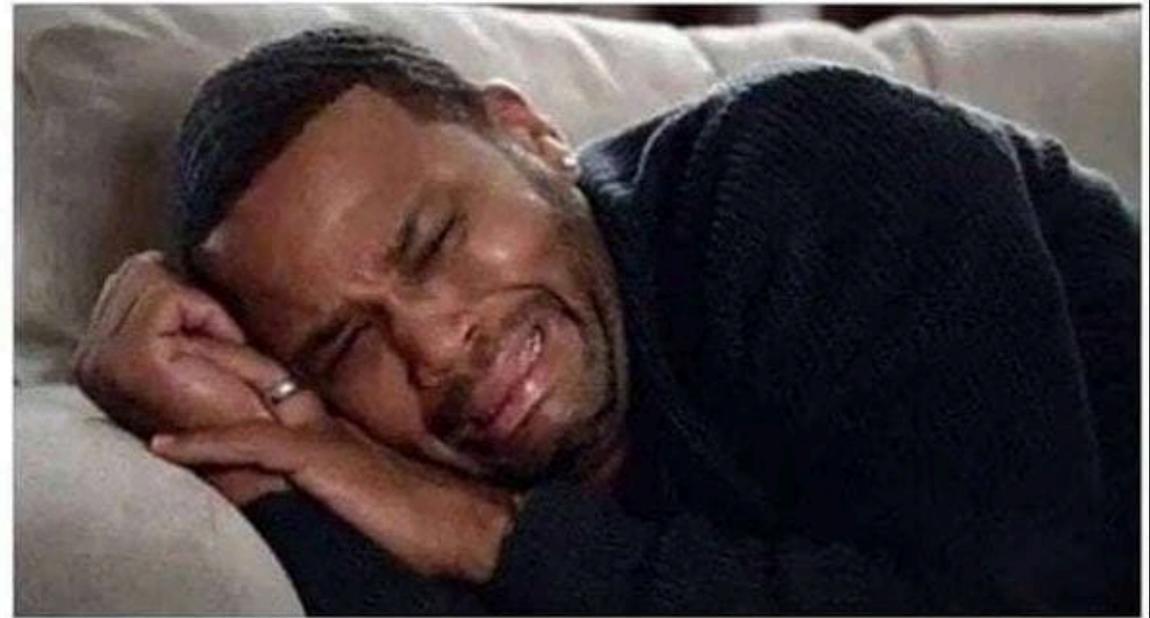
**Wer Meme Marketing betreibt, muss seine Zielgruppe sehr genau kennen. Die Memes müssen für diese leicht interpretierbar sein und am besten auch noch den entsprechenden Slang bedienen. Bemühte Coolness hingegen wirkt unauthentisch und ist kontraproduktiv. Memes zu erstellen, ist also viel mehr, als auf Trends aufzuspringen.**



## **Kein Meme ohne passende Aussage**

**Ohne eine Verbindung zur Marke nützt auch ein viral gegangenes Meme nichts. Die Aussage des Memes sollte also zur Marken-DNA passen – indem sie Produkte, Markensymbole oder Markenwerte in das Meme integriert.**

Der Moment wenn dein Meme viral geht, aber keinerlei Verbindung zu deiner Brand beinhaltet und somit nichts nützt.



# Kreativer Content durch Kollaborationen

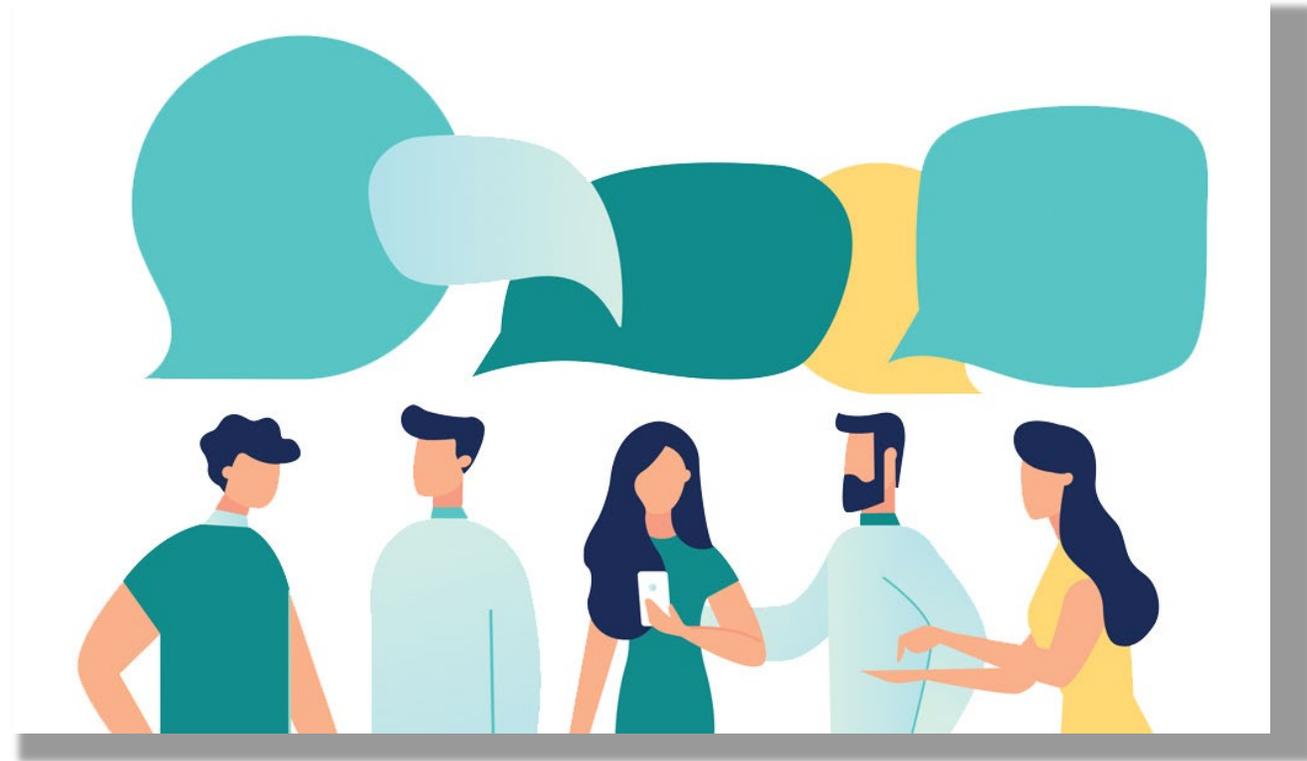
**Kreative Content-Kollaborationen sind eine strategische Möglichkeit, um die Sichtbarkeit einer Marke oder Ihres Inhalts zu steigern und gleichzeitig eine größere und vielfältigere Zielgruppe zu erreichen.**

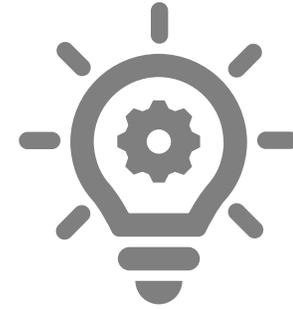
## **Mehr Reichweite durch Partnerschaften:**

**Die Zusammenarbeit mit anderen Marken, Influencern oder Content-Erstellern kann Ihre Reichweite erheblich steigern. Wenn Sie kreativen Content gemeinsam erstellen und teilen, profitieren Sie von der jeweiligen Anhängerschaft Ihres Partners.**



**Vielzahl von Perspektiven:**  
Verschiedene Partner bringen unterschiedliche Perspektiven und Zielgruppen mit sich. Dies kann dazu beitragen, Ihre Botschaft aus verschiedenen Blickwinkeln zu beleuchten und so ein breiteres Publikum anzusprechen.





# Content Ideen



**Gegeben:** außergewöhnlicher Clip bzw. Content der die User zum weiterschauen anregt

**Wie reagiert der User:** Inhalt schockiert und fasziniert die User zur selben Zeit

**Inhalt:** Mann kocht Abendessen in seine Hotelzimmer mit ungewöhnlichen Hilfsmitteln bestehend aus Hotel Inventar

**JETZT:** Eigenen Content anschließend einbauen

**Beispiel Content:** Clip einer Küche mit einer Person im Vordergrund die sagt: „Damit Ihr Abendessen besser gelingt, schauen Sie bei uns vorbei, und freuen Sie sich auf eine riesige Auswahl an Küchen und Küchengeräten“



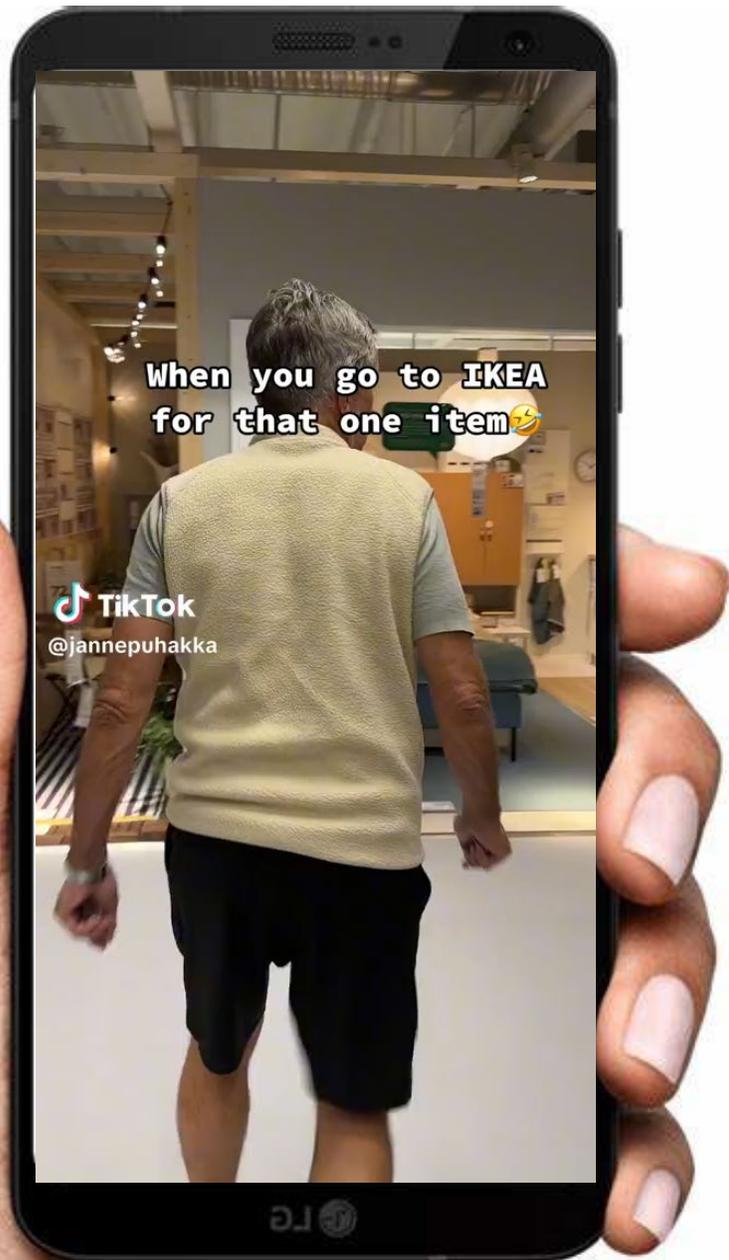
**Gegeben:** Bekannter Meme - Clip bzw. Content der die User zum weiterschauen anregt

**Wie reagiert der User:** User ist amüsiert und findet den Clip lustig

**Inhalt:** junger Mann beschreibt die Anordnung von zwei Schränken und versteht nicht wie die Rillen unterschiedlich angeordnet sein können.

**JETZT:** Eigenen Content anschließend einbauen

**Beispiel Content:** Clip eines Beispielschranks/ Regal mit einer Person im Bild. Person im Bild wendet sich „an den jungen Mann“ und sagt: „Also bei uns, bei XXX passen die Schränke zusammen, ich weiß nicht was du hast“



## Beispiel Content:

**Idee 1: „When you go to XXX for that one Item“**

**Inhalt: Eine Person läuft durchs Möbelgeschäft und irrt umher, verläuft sich. Person drückt die Verzweiflung durch das Verlaufen durch Gestik und Mimik aus**

**Idee 2: „When you go to XXX for JUST one Item“**

**Person mit einem Zettel in der Hand, auf dem steht: 1x Teppich betritt das Möbelhaus.**

**2. Sequenz, Person steht bei den Teppichen, entscheidet sich für einen und geht weiter.**

**3. Sequenz: Aufnahme wie Person an Vasen vorbei geht, und wieder zurück ins Bild kommt, und die Vase mitnimmt.**

**4. Sequenz: Person findet noch etwas im Möbelhaus und nimmt es mit**

**5. Sequenz: Volles Kassenband, der Teppich der eigentlich als einziges gekauft werden sollte wird als letztes aufs Band gelegt**



### Beispiel Content:

Ein Pärchen geht ins Möbelhaus, die Freundin sucht nach Einrichtungsgegenständen, der Freund macht Quatsch. Versteckt sich im Möbelhaus. Versteckt sich im Bett unter der Decke und wird aufgedeckt.



**Gegeben:** außergewöhnlicher Clip bzw. Content der die User zum weiterschauen anregt

**Wie reagiert der User:** der User will wissen was im Clip noch passiert, ist gespannt

**Inhalt:** Person liegt auf der Couch, hält sich das Kissen auf die Ohren, während im Hintergrund ein Schnarsound zu hören ist.

**JETZT:** Eigenen Content anschließend einbauen

**Beispiel Content:** Clip von einer Couchgarnitur/ Sofaecke auf dem eine Person zu sehen ist, ggf. ein Mitarbeiter, der sagt: „Falls auch Sie mal auf die Couch fliehen müssen, schauen Sie bei uns bei XXX vorbei, die sind so bequem, da schlafen Sie dann wie auf Wolken“

# Verwendeter Content

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVPXBF/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoV2fyy/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVAbfC/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVNPo2/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVXkwQ/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVUBTS/>

[https://www.tiktok.com/@enzo.blm/video/7266345281220873505?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7299050838613296673](https://www.tiktok.com/@enzo.blm/video/7266345281220873505?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7299050838613296673)

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVVe7A/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVHWkn/>

[https://www.tiktok.com/@jannepuhakka/video/7273537276607614240?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7299050838613296673](https://www.tiktok.com/@jannepuhakka/video/7273537276607614240?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7299050838613296673)

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVPLNM/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVqd9a/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVXLfM/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVpngH/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoV4J6Y/>

[https://www.tiktok.com/@tiffanylauren/video/7116687080054426885?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7299050838613296673](https://www.tiktok.com/@tiffanylauren/video/7116687080054426885?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7299050838613296673)

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVoQLd/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoV7uj6/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVpkqn/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVcEwE/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVvhRo/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVcf9C/>

<https://vm.tiktok.com/ZGJoVV5yt/>

[https://www.tiktok.com/@me.theb/video/7196794746801491205?is\\_from\\_webapp=1&sender\\_device=pc&web\\_id=7299050838613296673](https://www.tiktok.com/@me.theb/video/7196794746801491205?is_from_webapp=1&sender_device=pc&web_id=7299050838613296673)