**Das Thema:** \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

## Der Themenscore

Anleitung: Setzen Sie sich z.B. in der Redaktionssitzung mit den relevanten Kollegen zusammen und definieren ein Thema. Jeder Teilnehmer soll nun eine persönliche und subjektive Einschätzung abgeben, wie viele Punkte von 1 bis 10 das Thema in den jeweiligen Bereichen erreicht:

### Strategischer Fit: Wie stark ist das Potenzial für strategische Kommunikationsziele?

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

* Wie stark passt das Thema zu unserer Core Story?
* Wie stark zahlt das Thema potenziell auf strategische Ziele ein?
* Wie glaubwürdig sind wir zu dem Thema?
* Wie stark betrifft das Thema unsere Personas?
* Wie viel Potenzial oder Ideen haben wir für TOFU Content?
* Wie viel Potenzial oder Ideen haben wir für MOFU Content?
* Optional: Für wie viele internationale Märkte ist das Thema relevant?

### Beitrag zum Business: Wie hoch ist das Potenzial des Themas für einen direkten Business-Beitrag?

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

* Wie viel Ideen oder Potenzial haben um mit dem Thema gute Leads zu produzieren?
* Wie viel Ideen oder Potenzial bietet das Thema für attraktiven “BOFU Content”?
* Wie relevant ist BOFU Content für unsere Zielgruppen?
* Können wir dieses Thema direkt in Business umwandeln?
* Wie hoch ist unsere Marge bei dem entsprechenden Thema?
* Betrifft das Thema ein strategisches Geschäftsfeld?
* Wie stark unterstützt das Thema unsere Markenpositionierung?

**Anmerkung: Sollten die beiden ersten Fragen weniger als 5 oder 6 Punkte erreichen, kann die Prüfung im Allgemeinen abgebrochen werden.**

### Aktualität des Thema: Wie hoch ist das aktuelle Interesse an dem Thema?

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

* Wie groß ist die Aktualität des Themas? Gibt es einen Bezug zu einem aktuellen Ereignis, einem aktuellen Hype oder ein latentes Problem, ...
* Wie präsent ist das Thema aktuell in der Zielgruppe (viele sprechen darüber, viele suchen hier aktiv nach Informationen, das Thema beschäftigt alle stark, sei es latent oder potenziell)
* Wie hoch ist das Suchvolumen zu dem Thema, also Potenzial für "Search Content"

### Unsere relative Stärke: Wie gut können wir im Verhältnis zum Wettbewerb sein?

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

* Wie viele Medien oder Wettbewerber haben das Thema schon aufgegriffen?
* Wie groß ist deren Reichweite und wie gut haben die das Thema schon bearbeitet?
* Wer von denen bearbeitet das Thema aktuell noch?
* Wie neu oder exklusiv sind die uns potenziell zur Verfügung stehenden Informationen?
* Haben wir bereits Ideen für eine außergewöhnliche Inszenierung?
* Wie hoch ist die SEA Competition?

### Qualität: Wie viel Substanz haben wir zu dem Thema?

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

* Haben wir Zugriff auf neue sowie ggf. exklusive Daten und Fakten?
* Haben wir selbst Experten zu dem Thema?
* Haben wir Zugang zu externen Experten?
* Haben wir Partner, die zu dem Thema besonders gut sind?
* Verfügen wir über sehr viel gutes Material zu dem Thema (inkl. Texten, Bildern, Videos)?

### Nützlichkeit: Wie hoch ist der potenzielle Nutzen, den wir bieten können?

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

* Wie groß ist das Potenzial für einen Gebrauchswert?
* Wie groß ist das Potenzial für einen Wissens- oder Orientierungswert?
* Wie groß ist das Potenzial für einen Unterhaltungs- und Gesprächswert?
* Wie groß ist das Potenzial für einen Beziehungs- und Bestätigungswert?

### Nachhaltigkeit: Wie lang lässt sich das Thema nutzen und lässt sich Content wiederverwenden?

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

* Ist nur kurzzeitig relevant?
* Ist ein Mode-Thema (nur für einen gewissen Zeitraum)
* Ist ein saisonales Thema (kommt jedes Jahr wieder)
* Ist ein absolutes Evergreen-Thema (z.B. Abnehmen)5

### Inszenierung: Wie viel Aufwand ist für die Aufbereitung relativ nötig?

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

* Was haben wir schon an verwendbarer Substanz für das Thema?
* Haben wir schon gute Ideen für die Inszenierung?
* Was haben wir schon an bestehendem Content, den wir mit verwenden können?
* Wie einfach ist das Thema visualisierbar?
* Was würde die Aufbereitung erfordern?
* Haben wir alle Ressourcen, die wir brauchen, um das Thema gut zu machen?

### Reichweitenpotential: Wie viel Potenzial hat das Thema für eine große Verbreitung?

① ② ③ ④ ⑤ ⑥ ⑦ ⑧ ⑨ ⑩

* Wie groß ist die Bandbreite des Themas mit Stories, Variationen und Adaptionen?
* Lässt sich das Thema einfach in "Snackable Content" (aka "Follow Content") umsetzen?
* Wieviel Ideen oder Potenzial haben wir für sensationellen aka "Highlight" Content?
* Wie kontrovers ist das Thema und regt zu Diskussionen an?
* Können wir Partner zur Verbreitung zu diesem Thema nutzen?
* Haben wir Zugang zu Influencern oder Multiplikatoren zu diesem Thema?
* Eignet sich das Thema für eine virale Verbreitung (siehe auch oben, "sozialer Wert")

##

## Die Berechnung des Themenscore

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **DAS THEMA**  | **ø Punkte** | **Faktor (z.B.)** | **Summe** |
| Strategischer Fit |  | 2 |  |
| Beitrag zum Business |  | 3 |  |
| Aktualität des Thema |  | 1 |  |
| Unsere relative Stärke |  | 1 |  |
| Potenzielle Qualität |  | 1 |  |
| Nützlichkeit |  | 2 |  |
| Nachhaltigkeit |  | 1 |  |
| Inszenierung |  | 1 |  |
| Reichweitenpotential |  | 1 |  |
| **Themenscore gesamt (Maximum hier: 120)** |  |

## Der Themenscope

### XL-Thema (“Leuchtturm”)

* Bei welchem Themenscore (z.B. 100 - 120): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Anzahl pro Jahr: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Budget pro Kampagne: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Verwendete Medien: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Variationen und Adaptionen: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Budget für Promotions: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Bemerkungen: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### L-Thema (“Highlight”)

* Bei welchem Themenscore (z.B. 80 - 100): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Anzahl pro Jahr: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Budget pro Kampagne: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Verwendete Medien: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Variationen und Adaptionen: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Budget für Promotions: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Bemerkungen: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### S-Thema

* Bei welchem Themenscore (z.B. 60 - 80): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Anzahl pro Jahr: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Budget pro Kampagne: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Verwendete Medien: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Variationen und Adaptionen: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Budget für Promotions: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Bemerkungen: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

### Pflicht-Thema

* Bei welchem Themenscore (z.B. 40 - 60): \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* Anzahl pro Jahr: *unbegrenzt*
* Budget pro Kampagne: *kein Budget*
* Verwendete Medien: *Text und bestehende/kostenlose Bilder*
* Budget für Promotions: *keines*
* Bemerkungen: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_