Redaktionsplan Vorlage: Plan für 3 Monate

Grundlagen des Plans, Themenspeicher, Redaktionskalender für 3 Monate, Ergebnisblatt für die Search Console und GA4, Checkliste vor der Veröffentlichung und Quartalsrückblick. Zum Ausdrucken oder zum Übertragen in eine Tabellenkalkulation.

Teil 1. Grundlagen des Plans

1. Inhaltliches Ziel dieses Quartals (zum Beispiel mehr Anfragen für eine Leistung): _____
2. Zielgruppe (wer sie ist, welches Problem sie hat, wo sie in der Entscheidung steht): _____
3. Leistungsseiten, zu denen Ihre Artikel führen sollen: _____
4. Takt: ___ neue Texte und ___ Aktualisierungen pro Monat
5. Verantwortliche für den Kalender: _____ Termin des Quartalsrückblicks: _____

Teil 2. Themenspeicher

#	Thema	Haupt-Keyword	Intention	Quelle der Idee	W (1–10)	S (1–10)	E (1–10)	Punkte	Monat
1									
2									
3									

W – Wirkung auf den Umsatz, S – Sicherheit der Einschätzung, E – Einfachheit der Umsetzung (10 = sehr einfach). Punkte = W × S × E (ICE). Quelle der Idee: Search Console, Keyword-Recherche, Google-Vorschläge und „Weitere Fragen“, Kundenfragen, Lücke gegenüber der Konkurrenz.

Aktuelle Fassung mit Anleitung, Beispiel und Quellen: www.ai-seo-company.pl/de/tools/redaktionsplan-vorlage · AI SIGNALS COMPANY P.S.A., ul. Grzybowska 12/14 lok. B-3, 00-132 Warschau, Polen

Teil 3. Redaktionskalender: Monat 1, 2 und 3

Woche / Datum	Thema	Haupt-Keyword	Intention	Format	Ziel-URL	Interne Links	Verantwortlich	Status	Veröffentlichung
Woche 1									
Woche 2									
Woche 3									
Woche 4									
Aktualisierung									

Die Monate 2 und 3 haben denselben Aufbau. Im PDF hat jeder Monat eine eigene Tabelle mit einer für eine Aktualisierung reservierten Zeile.

Status: Idee → Briefing → Schreiben → Lektorat → fertig → veröffentlicht → Aktualisierung nötig. Formate: Artikel, Leistungsseite, FAQ, Fallstudie, Vergleich, Aktualisierung.

Aktuelle Fassung mit Anleitung, Beispiel und Quellen: www.ai-seo-company.pl/de/tools/redaktionsplan-vorlage · AI SIGNALS COMPANY P.S.A., ul. Grzybowska 12/14 lok. B-3, 00-132 Warschau, Polen

Teil 4. Ergebnisblatt (Search Console und GA4)

Ziel-URL	Veröffentlichung	Haupt-Keyword	Klicks nach 30 Tagen	Impressionen nach 30 Tagen	Klicks nach 90 Tagen	Impressionen nach 90 Tagen	Ø Position nach 90 Tagen	Anfragen (GA4) nach 90 Tagen	Entscheidung

Entscheidung: belassen, erweitern, Titel neu schreiben, Links ergänzen, mit einer anderen URL zusammenlegen, entfernen oder weiterleiten.

Teil 5. Checkliste vor der Veröffentlichung

□ Das Haupt-Keyword steht im Seitentitel, in der H1 und im ersten Absatz. Der Titel hat etwa 50–60 Zeichen (Google hat keine Grenze, kürzt längere Titel aber meist).

□ Der Inhalt passt zur Intention, die Sie in den Ergebnissen von Google sehen.

□ Der Text bietet etwas, das die Top 10 nicht haben: eigene Daten, ein Beispiel, Projektfotos, die Sicht eines Experten.

□ Unter jeder Überschrift in Form einer Frage antworten der erste oder die ersten zwei Sätze direkt, und Zahlen haben eine Quelle.

□ Autor, Datum und Quellen sind auf der Seite sichtbar.

□ Keine andere URL der Website zielt auf dasselbe Keyword.

□ Mindestens zwei bestehende Seiten verlinken auf den neuen Text, und er verlinkt auf die richtige Leistungsseite und auf 2–4 verwandte Texte.

□ Die Meta-Beschreibung sagt, was die Leserin oder der Leser findet, und gibt einen Grund zum Klicken.

□ Jeder mit KI entworfene Text wurde von einer Person auf Fakten geprüft und redigiert.

□ Das Veröffentlichungsdatum steht im Kalender, die Prüftermine nach 30 und 90 Tagen im Teamkalender.

□ In GA4 sind Formularabsendungen und Klicks auf Ihre Telefonnummer als Schlüsselereignisse markiert (GA4 zählt sie nicht rückwirkend).

□ Bei Aktualisierungen: Das Datum „zuletzt aktualisiert“ ändert sich nur, wenn sich der Inhalt wirklich geändert hat.

Teil 6. Quartalsrückblick

1. Welche Texte haben nach 90 Tagen die meisten Klicks und Anfragen gebracht, und warum?
2. Welche Texte haben nichts gebracht, und was haben Sie entschieden?
3. Haben Sie den Takt gehalten? Wenn nicht, welchen Takt legen Sie für das nächste Quartal fest?
4. Welche Seiten verlieren im Jahresvergleich Klicks, und erscheinen zwei URLs für dasselbe Keyword?
5. Nennen KI-Assistenten und AI Overviews Ihr Unternehmen bei den Fragen aus Ihrem Plan?
6. Themen aus dem Speicher für den Kalender des nächsten Quartals: _____