



THEME PAGE ROADMAP





KAPITEL I:

GRUNDLAGE EINER THEMEN-SEITE

-> Im Mitgliederbereich findest du Videos, die jeden Schritt erklären (unbedingt ansehen!).

1. Wähle deine Nische

Der erste Schritt auf deiner Reise ist die Auswahl deiner Nische. Persönlich bin ich ein großer Fan der Business-Nische, weil sie einfach zu monetarisieren ist.

In der Business-Nische kannst du Produkte und Dienstleistungen wie „Wie man Geld verdient“ oder „Wie man ein Geschäft aufbaut“ verkaufen, die aktuell sehr angesagt sind.

PLUS: Die Preise für Shoutouts und die Nachfrage danach sind in der Business-Nische hoch, da viele Coaches und Berater (Personal Brands) ihre Produkte, Dienstleistungen und Instagram-Accounts vor einem Business-Publikum bewerben möchten.

Ein Beispiel ist eine meiner Seiten **@money.focus**, die allein durch Shoutouts über 20.000\$+ monatlich verdient.

In der Food-Nische wäre das undenkbar – du bräuchtest wahrscheinlich über 10.000.000 Follower. **@money.focus hat aktuell 970.000 Follower.**

Regel #1: Wähle eine Nische, die leicht zu monetarisieren ist.

Regel #2: Versuche, Trends zu erkennen.



In der Business-Nische entstehen ständig neue Trends und sogenannte „Sub-Nischen“. Vor 4 Jahren gab es keine Business-Themen-Seiten. Es gab nur Motivations-Zitat-Seiten.

@money.focus und **@allaroundbusiness** gehörten zu den ersten „Business-Seiten“ und wuchsen anfangs sehr schnell, da sie eine neue Sub-Nische innerhalb der Motivations-Seiten schufen.

Vor ca. 1,5 Jahren begannen Seiten für „Female Business/Female Confidence/Women Empowerment“ durchzustarten. Wer wie einer meiner Kunden **@confidentlywomen** frühzeitig auf diesen Zug aufsprang, konnte seine Seite schnell wachsen lassen.

Anfang 2022 entstand eine neue Sub-Nische innerhalb der Business-Nische: Seiten mit „Earning Tips/Side Hustle Opportunities“.

Beispiele:

@earning.tip, @money.generate, @money.explore, @money.guiden.

@earning.tip wuchs beispielsweise in nur wenigen Monaten von 0 auf über 300.000 Follower und verdient ca. 15.000 \$ im Monat durch Shoutouts. Warum? Durch das Posten von Videos zu „Earning Tips“ und „Side Hustle Opportunities“ wurde eine perfekte Zielgruppe angesprochen – Menschen, die aktiv nach Nebenverdienst-Möglichkeiten suchen.

Ein weiteres tolles Beispiel ist **@businessgrowthmentor**.

Die Seite gehört zur Business-Nische, erkannte jedoch einen Trend in Sachen Content. Sieh dir das Wachstum auf Social Blade an – der Account wuchs in 1 Monat auf über 590.000 Follower.

Die Frage ist: Wie erkennst du Trends?

Das besprechen wir im nächsten Video/Abschnitt: „Marketresearch“.

Wichtiger Hinweis zur Nischenwahl:

Du **MUSST** nicht in die Business-Nische gehen!



Ich habe gesehen, dass viele meiner Schüler in die Business-Nische einsteigen, und ja, die Business-Nische ist großartig. Aber es gibt so viele andere fantastische Nischen, in denen es oft viel einfacher ist, einen Account wachsen zu lassen als in der Business-Nische.

Beispiel 1: <https://www.instagram.com/supecarshub/>

Beispiel 2: <https://www.instagram.com/matchfitsoccer/>

Beispiel 3: <https://www.instagram.com/life.is.a.dance/>

Beispiel 4: <https://www.instagram.com/thehitterslab/>

All diese Seiten sind Beispiele von Kunden, die **nicht** in der Business-Nische tätig sind. Natürlich gibt es viele weitere großartige Beispiele für Seiten außerhalb der Business-Nische, aber ich hoffe, diese geben dir eine gute Vorstellung.

Mein Rat: Wähle eine Nische, die dich begeistert, oder entscheide dich für ein Thema, das dich wirklich interessiert.

Und (WICHTIG): Bevor du deine Nische auswählst, stelle sicher, dass du gründliche Marktforschung betreibst, um Folgendes herauszufinden:

1. **Die Nische existiert wirklich** und bietet Potenzial für Wachstum.
2. Es ist „einfach“, die Nische zu monetarisieren.

**Du brauchst keine
große Zielgruppe –
du brauchst eine klare Nische
mit echtem Schmerz.**



2. Konzeptnachweis

Das Ziel der Marktforschung ist es zunächst herauszufinden, ob die Nische, in die du möglicherweise einsteigen möchtest, tatsächlich existiert und ob es Raum für Wachstum gibt. Außerdem möchtest du sicherstellen, dass es „einfach“ ist, diese Nische zu monetarisieren.

Sobald du weißt, dass es in der Nische Wachstumspotenzial gibt **und** dass sie sich leicht monetarisieren lässt, kannst du tiefer einsteigen und die eigentliche Marktforschung durchführen.

- **Wie erkennst du, ob es Raum für Wachstum gibt?**

Ganz einfach: Es muss „große Seiten“ in dieser Nische geben, die konstant wachsen.

Wenn es beispielsweise keine Seiten in der Business-Nische gäbe, die viele Likes und Views erhalten und regelmäßig wachsen, würde ich nicht in diese Nische gehen.

- **Wie erkennst du, ob eine Nische „einfach“ zu monetarisieren ist?**

Beobachte erfolgreiche Seiten in der Nische: Schau dir ihre Posts und Stories an. Bewerben sie regelmäßig Produkte in ihren Stories oder in der Bio? Verkaufen sie bezahlte Promotionen oder Shoutouts? Wenn ja, schreibe sie an und frage nach den Preisen für Shoutouts. So kannst du berechnen, wie viel sie ungefähr verdienen.

Geh außerdem auf clickbank.com oder in den Digistore24-Marktplatz und versuche, Affiliate-Produkte in dieser Nische zu finden.

Gibt es viele Produkte? Wie ist der Verkäufer-Rang dieser Produkte?

Nutze Plattformen wie clickbank.com oder Digistore24: Suche nach Affiliate-Produkten in dieser Nische. Gibt es viele Produkte? Wie hoch ist ihr Verkaufsrank?

Recherchiere auf YouTube: Suche nach der Nische und prüfe, ob es große Kanäle gibt, die Produkte erfolgreich bewerben und verkaufen. Gibt es große YouTube-Kanäle in der Business-Nische, die regelmäßig Produkte bewerben?

JA! Das bedeutet, es gibt einen Proof of Concept.



2.1. Analysiere den Markt

Nachdem du einen Proof of Concept hast, kannst du die eigentliche Marktforschung beginnen.

Beispiel: Die Business-Nische

#1: Suche auf Instagram nach relevanten Keywords:
Begriffe wie „Business“, „Money“, „Success“, „Mindset“, „Millionaire“, „Mentor“ etc.
helfen dir, passende Accounts zu finden.

Füge die gefundenen Accounts in dein Marktforschungs-Dokument ein:

Notiz: Teile sie in große Accounts und kleine Accounts auf.

Warum? Was bei großen Accounts funktioniert, ist nicht immer auch für kleinere Seiten effektiv. Das bedeutet, dass du zwei Marktforschungs-Dateien anlegst.

#1: Für große Accounts

#2: Für kleine Accounts

So betreibst du die Marktanalyse:

#1: Liste die Accounts in separaten Tabellen für große und kleine Accounts.

#2: Überprüfe ihr monatliches Wachstum auf Socialblade.com und trage die Daten in dein Dokument ein.

#3: Notiere weitere Details wie Follower-Zahlen, Bio-Texte etc.

#4: List the pages in an order when it comes to growth (Fastest growing to slowest growing / losing followers)

Jetzt hast du eine Liste der erfolgreichsten großen und kleinen Seiten in deiner Nische.

**Analysiere das Problem.
Prüfe, finde die Schnittmenge
aus Nachfrage, Tiefe und Klarheit.**



Untersuche die erfolgreichsten Seiten. Schau dir genau an, was diese Seiten erfolgreich macht:

- **Username:** Welche Arten von Nutzernamen wählen sie?
- **Logo:** Wie sieht ihr Logo aus?
- **Name:** Welchen Namen verwenden sie?
- **Bio:** Wie strukturieren sie ihre Bio?
- **Highlights:** Welche Inhalte zeigen sie in ihren Story-Highlights?
- **Posting-Frequenz:** Wie oft posten sie (überprüfe dies auch auf Socialblade)?
- **Content-Typen:** Verwenden sie Fotos, Videos, Reels, Slideshows etc.?
- **Hashtags:** Welche Hashtags nutzen sie und wie viele?
- **Posting-Zeiten:** Wann posten sie ihre Inhalte?
- **Stories:** Wie viele Stories laden sie hoch?
- **Captions:** Wie strukturieren sie ihre Bildunterschriften?
- **Farbschema:** Welche Farben dominieren in ihrem Logo, ihren Posts und Highlights?

Achte darauf, diesen Seiten zu folgen, um täglich zu sehen, was sie tun.

Viralfindr: Suche nach den Accounts auf **Viralfindr.com**, um ihre erfolgreichsten Beiträge zu analysieren. So bekommst du eine Vorstellung davon, welche Inhalte in deiner Nische gut funktionieren.

Jetzt hast du eine klare Vorstellung davon, was in deiner Nische funktioniert und was nicht.

Der nächste Schritt ist, deinen eigenen Nutzernamen zu erstellen.



3. Wähle deinen Usernamen

Das Wählen eines Benutzernamens ist grundsätzlich einfach – die Herausforderung liegt darin, einen Namen zu finden, der noch verfügbar ist.

Wichtig: Es kann Tage dauern, einen wirklich guten Namen zu finden, aber das ist entscheidend für deinen Erfolg. Ein schlechter Benutzername verringert massiv deine Chancen, erfolgreich zu sein. Nimm dir also die Zeit, einen fantastischen Namen zu finden!

Regeln für Benutzernamen:

#1: Ein großes Keyword integrieren:

Dein Benutzername sollte ein wichtiges Keyword enthalten, das in deiner Nische häufig gesucht wird.

Beispiele für die Business-Nische:

- Geschäft (business)
- Geld (money)
- Reichtum(wealth)

#2: Keyword und Inhalt müssen übereinstimmen:

Dein Keyword sollte zu den Inhalten passen, die du posten möchtest.

Beispiel:

„Mindset“ ist zwar ein Keyword in der Business-Nische, aber wenn du nur Business-Content und keine Mindset-Tipps posten möchtest, ist „mindset“ im Benutzernamen keine gute Wahl.

#3: Ein Markenwort hinzufügen:

Keywords wie „motivation“, „money“ oder „business“ wären natürlich ideal, aber die meisten sind bereits vergeben. Deshalb ergänzt du ein Markenwort.

Ein gutes Beispiel ist die Seite **Motivationsmafia**. Das Schlüsselwort ist Motivation, das Markenwort Mafia. Ein anderes gutes Beispiel ist **money.focus** oder **money.guiden** oder **business.pharaoh** oder **millionaire_mentor**.



#4: Halte den Benutzernamen sauber:

Verwende KEINE Zahlen (4, 6 , 2 oder Ähnliches). Verwende auch nicht mehr als 1 „_“, „.“ oder Ähnliches.

Ein Beispiel dafür, was man NICHT tun sollte: busin_ess.men_tor123.

#5: Der Benutzername muss einen Sinn ergeben.

Zum Beispiel: mindset.therapy. Schlüsselwort + Markenwort.

Ziel: Dein Benutzername soll sowohl leichter erkennbar als auch für Suchmaschinen optimiert sein, um deine Reichweite und deinen Erfolg zu maximieren.

4. Erstelle deinen Namen

Für diejenigen unter euch, die nicht wissen, was der „Name“ ist. Es ist das, was unter dem Benutzernamen steht, in diesem Beispiel: „**Business | Money | Motivation**“.



Für den Namen gibt es im Grunde nur 2 Möglichkeiten.

#1: Dein Benutzername:

Beispiel: „Money Guidens“

#2: Suchmaschinenoptimierte Keywords aus deiner Nische

Beispiel: „Business | Money | Motivation“



5. Dein Logo und deine Highlights

Das Logo deiner Themen-Seite ist extrem wichtig. Ein schlechtes Logo sorgt für einen schlechten ersten Eindruck bei potenziellen Followern – und das willst du unbedingt vermeiden.

Tipp: Lass dein Logo und deine Highlights von einem Profi erstellen.

- Du kannst jemanden auf [fiverr.com](https://www.fiverr.com) engagieren oder mein Team kontaktieren (Details findest du in Modul 1).

Impulse für dein Logo und deine Highlights:

#1: Achte darauf, dass es in die Richtung geht, die die erfolgreichsten Seiten aus deiner Nische haben

#2: Achte darauf, dass es sauber aussieht (Schwarz & Weiß + Ihre Markenfarbe)

Hinweis: Wenn du zum Beispiel in die Business-Nische gehst, solltest du 1 (NICHT 2 oder 3) Branding-Farbe haben.

Zum Beispiel: blau oder gelb.

Beispiel für ein gutes Logo:

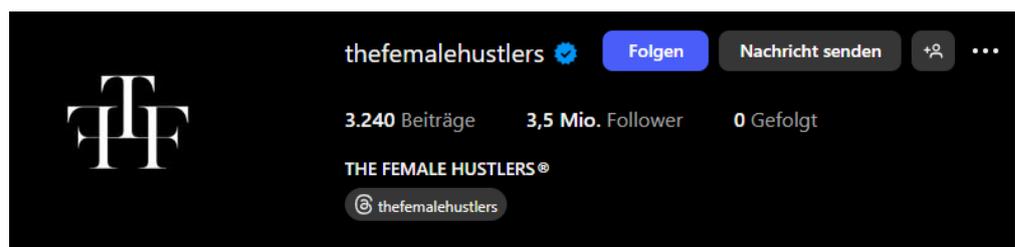


#3: Dein Benutzername im Logo oder Icon

Füge deinen Benutzernamen entweder direkt in dein Logo oder in ein Icon ein, das deinen Namen stark repräsentiert (z. B. ein Symbol für „Wohlstand“).

Wichtig: In anderen Nischen kann das Konzept eines „großartigen Logos“ abweichen.

Zum Beispiel: Im Reisemarkt verwenden erfolgreiche Accounts oft ein beeindruckendes Reisebild als Logo. Deshalb ist es so wichtig, Marktforschung zu betreiben, um herauszufinden, was funktioniert und was nicht.



6. Die Instagram Bio

Deine Instagram-Bio ist ein entscheidender Teil des ersten Eindrucks, den Menschen von dir bekommen. Deshalb sollte sie außergewöhnlich sein!

Regeln für eine großartige Bio:

- **Halte sie sauber:** Verwende nicht zu viele Emojis. Falls du Emojis benutzt, achte darauf, dass sie gut aussehen und farblich zu deinem Branding (z. B. Schwarz, Weiß oder deine Markenfalten) passen.
- **Lass die Leute wissen, was sie erwarten können:** Gib klar an, welche Art von Inhalten du anbietest.
- **Gib einen Grund, dir zu folgen:** Erzeuge Neugierde oder liefere einen Mehrwert, der deine Zielgruppe anspricht.
- **Promote deine Produkte oder Dienstleistungen nicht zu stark:** Beschränke dich auf maximal eine Zeile (meist die letzte) und nutze eine Handlungsaufforderung mit einem „Link in Bio“.

Profi-Tipp: Erstelle 5–10 verschiedene Versionen deiner Bio und wähle die beste aus.

**Ein starkes Profil funktioniert wie eine Einheit:
Design zieht die Blicke an, Identity erklärt, worum es geht –
und genau dadurch entsteht Vertrauen.
Menschen folgen nicht, weil etwas hübsch aussieht, sondern weil
sie spüren, was sie erwartet.
Ein klares Logo, ein durchdachter Name, eine stimmige Bio –
das ist mehr als Optik.**

Das ist Markenführung. Und sie beginnt bei den Basics.



7. Beispiele für erfolgreiche Accounts



Benutzername: veradenkt

Kriterium: Schlüsselwörter + Sauberkeit (nicht zu lang, keine Zahlen, Unterstriche etc.)

Analyse:

- Kurz, klar und ohne Sonderzeichen
- Schlüsselwort enthalten („denkt“) → inhaltlicher Bezug zu Mindset / Denken / Birkenbihl
- Emotionaler Markencharakter durch Verbindung mit „Vera“

> **Sehr gelungen – hoher Wiedererkennungswert.**

Logo

Kriterium: Benutzername ist enthalten, schwarz-weiß + Markenfarbe

Analyse:

- Schwarz-weißes Logo mit klar sichtbarem Branding: „VD“ + „Vera denkt“
- Hohe Kontraste, kreisförmiger Rahmen → ideal als Insta-Profilbild
- Durch reduzierte Farbgebung bleibt es markenstark und professionell

> **Starkes visuelles Wiedererkennungsmerkmal.**



Name (im Profilkopf): „Wissen & Spaß mit Vera F. Birkenbihl“

Kriterium: Schlüsselwörter enthalten; optional persönliche Note

Analyse:

- „Wissen“ + „Spaß“ = emotionale und inhaltliche Keywords
- „Vera F. Birkenbihl“ als klarer Autoritätsbezug
- Vermittelt Nutzen UND Persönlichkeit → hervorragend ausbalanciert

> **Exzellenter Name – direkt erkennbar, um wen & was es geht.**

Biografie

Kriterium: Erwartungsmanagement + Call-to-Action

Analyse:

- „Lernen, kreative Strategien & Inspiration für deinen Alltag“ = klarer inhaltlicher Rahmen
- „Schärfe dein Mindset“ = konkreter Nutzenfokus
- „Online Geld verdienen? PN mit ‚PLAN‘“ = eindeutiger CTA zur Leadgenerierung
- Zielgruppensprache wird gut getroffen

> **Sehr stark – informativ, aktivierend und klar positioniert.**

Gesamturteil

Das Profil erfüllt alle Kriterien aus deinem Guide in Bestform:

- Wiedererkennbar
- Visuell professionell
- Strategisch aufgebaut
- Klarer Funnel-Einstieg vorhanden





Benutzername: paradoxespot

Kriterium: Schlüsselwort + Markenwort + sinnvoll

Analyse:

- „Paradox“ = starkes emotionales Keyword (Neugier, Rätsel, Denkipulse)
- „Spot“ = moderner Markenbegriff, macht das Ganze catchy
- Verständlich, klar, kein Sonderzeichen oder Zahlen

> **Sehr starker Markenname mit Nischenfokus & Wiedererkennung.**

Name (im Profilkopf): „Paradoxe | Denksport | Rätsel“

Kriterium: Schlüsselwörter

Analyse:

- Drei klare Keywords: „Paradoxe“, „Denksport“, „Rätsel“ → Top für Suchfunktion
- Direkt klar, worum es geht – inhaltliche Positionierung gelingt auf den ersten Blick
- Emotional + thematisch griffig

> **Optimal besetzt – Suchbar + thematisch stark.**



Logo / Profilbild

Kriterium: Saubere Farben + Bezug zur Marke

Analyse:

- Symbolisches Logo: Gehirn mit Vernetzungen → perfekt zum Thema Denkprozesse
- Schwarz mit Mint-Akzent → wirkt modern, professionell, faceless
- Markenname „paradoxespot“ integriert im Logo

> Visuell stark + klar gebrandet – ideal für Reels & Storyings.

Bio

Kriterium: Erwartungsmanagement + Follow-Grund

Analyse:

- Begrüßung + klares Wording „Willkommen bei paradoxespot!“
- Verbindung zur Inhaberin = Transparenz trotz faceless Brand
- „90% fertiges Online Business“ + „Nutze meine Strategie!“ = Verkaufs-/Funneltrigger
- CTA: „DM für Shoutouts“ + Wonderlink in B

> Klar strukturiert, stark funnelorientiert – könnte aber bei Zielgruppen-Mix besser getrennt werden.

Gesamturteil

@paradoxespot ist ein sehr gut strukturiertes Faceless-Profil mit klarem visuellen Branding, hochwertigem Namen und geschicktem Business-Funnel.

Spannung entsteht durch die Kombi aus:

- Mystery-Nische (Paradoxa, Rätsel, Denksport)
- Monetarisierungsfokus (Strategie, Online-Business)





Name (im Profilkopf): „ZITATE | SPRÜCHE | GEDANKEN“

Kriterium: Schlüsselwörter

Analyse:

- Drei klare, stark gesuchte Begriffe → perfekte Keyword-Basis
- Direkt erkennbar, was der Content liefert
- Suchmaschinenoptimiert und Instagram-typisch → ideal für Reichweite

Logo / Profilbild

Analyse:

- Schwarzer Hintergrund mit weißem „MINDSET“-Schriftzug → starke Kontraste
- Klarer Fokus, minimalistisch
- Symbol integriert (Kreislinie + Denkstil) – subtil, aber passend
- Funktioniert hervorragend in klein (z. B. in Storyring oder Feed-Vorschau)

Sehr geeignet für eine Zitate-/Themen-Seite.



Bio

Kriterium: Erwartungsmanagement + Follow-Grund

Analyse:

- „Dein Weg zur besten Version von dir selbst!“ = Emotionaler Nutzenfokus
- „Folge für ein unaufhaltsames Mindset!“ = Starker CTA
- „DM für Shoutouts & Kooperationen“ = Geschäftlicher CTA
- Struktur durch Emojis & Bullet Points
- Klar, motivierend, aktivierend

Top: emotionaler Mehrwert + klarer CTA = perfektes Bio-Dreieck.

> **Exzellent gesetzt – thematische Klarheit und starke Keyword-Dichte.**

Gesamturteil

Dieses Profil erfüllt nahezu alle Best-Practice-Kriterien einer faceless Mindset-Themenseite:

Starke Positionierung über den Namen, Logo einfach, aber wiedererkennbar; Bio klar und aktivierend; Optisch aufgeräumt und CTA-optimiert

Besonders geeignet als Reel-Schleuder oder Zitat-Kanal mit Monetarisierungspotenzial (z. B. über Affiliate Links, Coaching-Angebote, Freebie-Funnel etc.)





KAPITEL 2:

THEMEN-SEITENAUFBAU / WACHSTUM

1. Deine Content-Strategie

Um mit deiner Content-Strategie erfolgreich zu sein, solltest du Inhalte erstellen, die alle relevanten Metriken des Instagram-Algorithmus ansprechen. Und um diesen Inhalt zu verstehen, schau dir das Video im Mitgliederbereich noch einmal an!

Hier sind die Metriken und die Art von Inhalten, die für sie am besten funktionieren.

- **Likes** = Normale Beiträge und virale Reposts
- **Saves/ Speichert** = Diashows mit viel Wert
- **Views/ Aufrufe** = Ein-Sekunden-Videos
- **Kommentare** = Beiträge mit einem Kommentar, der zum Handeln aufruft
- **Shares/ Teilen** = Etwas Lustiges/Wertvolles
- **Watch Duration/ Ansehen** = Reels

Wenn es um deine Content-Strategie geht, ist es am wichtigsten, dass du NUR Inhalte veröffentlichst, die einen Proof of Concept haben/Inhalte, die bereits bewiesen haben, dass sie funktionieren. PLUS: Du solltest sicherstellen, dass, wenn deine Inhalte etwas gestalten (z. B. Zitate und Business-Posts), deine Designvorlage (Schriftart, Farbe, Größe des Logos usw.) auch einen Proof of Concept hat.

Im nächsten Abschnitt zeige ich dir, wie du virale Inhalte findest.

WICHTIG: Teste deine Content-Strategie ausgiebig, bis du etwas Erfolgreiches gefunden hast. Teste die Schriftarten, die Struktur der Beiträge, den Rechercheprozess usw.

Dein Content ist kein Platzfüller – er ist dein Fingerabdruck



2. Virale Inhalte finden

Um viralen Kontent zu finden, brauchst du nur 2 Sachen.

#1: Deine Marktforschungsdaten (eine Liste der besten Seiten in deiner Nische)

#2: <https://viralfindr.com/>

Du gehst einfach auf <https://viralfindr.com/> und gibst alle erfolgreichen Seiten aus deiner Nische in die Suchfunktion ein.

Viral Findr zeigt dir dann die beliebtesten/meistgesehenen Beiträge/Videos an.

Du kannst sie dann **erneut posten**, wenn du in einer Nische für das erneute Posten tätig bist – z. B. in der Reise-Nische – oder sie **neu erstellen**, wenn du in einer Nische für das erneute Erstellen tätig bist – z. B. in der Geschäfts-Nische.

PROFI-TIPP: Um virale Videos zu finden, solltest du auch auf anderen Plattformen wie Tik Tok oder YouTube suchen.



3. Erstelle virale Inhalte

Inhalte sind der wichtigste Teil deines Instagram-Kontos und auch deiner Wachstumsstrategie. Wenn die Inhalte 10/10 sind, dann wird dein Konto wachsen und du wirst Ergebnisse erzielen.

Wenn deine Inhalte schlecht sind, dann wirst du keine Ergebnisse erzielen. So einfach ist das. Wenn es also eine Sache gibt, auf die du dich wirklich KONZENTRIEREN solltest, dann ist es zu lernen, wie man gute Inhalte findet und erstellt.

Es ist etwas schwierig, in Textform zu erklären, wie man gute Inhalte erstellt und welche Tools man dafür verwendet.

Deshalb haben wir im Modul „**Content Creation**“ Videos, die dir genau zeigen, welche Tools du verwenden und wie du Inhalte erstellen kannst. Schau sie dir unbedingt an.

PROFI-TIPP: Wie gesagt: Inhalte sind das Wichtigste, wenn es um deinen Instagram-Account geht. Teste also viel, bis du ein „Thema“ gefunden hast, das für dich funktioniert.

| | | |
|----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|
| @synapsen.rausch 👁️ 86,3 Tsd. | @synapsen.rausch 👁️ 291 Tsd. | @synapsen.rausch 👁️ 71,1 Tsd. |
| @synapsen.rausch 👁️ 1,7 Mio. | @synapsen.rausch 👁️ 559 Tsd. | @synapsen.rausch 👁️ 10,7 Tsd. |
| @synapsen.rausch 👁️ 59,5 Tsd. | @synapsen.rausch 👁️ 224 Tsd. | @synapsen.rausch 👁️ 132 Tsd. |
| @synapsen.rausch 👁️ 265 Tsd. | @synapsen.rausch 👁️ 139 Tsd. | @synapsen.rausch 👁️ 9.968 |



4. Postingzeit,-häufigkeit etc

Okay, lass uns über die Veröffentlichungszeit und -häufigkeit sprechen. Die Idee dahinter ist eigentlich ganz einfach: **Mach, was funktioniert!** Versuche nicht, das Rad neu zu erfinden. Mach einfach, was funktioniert.

Woher weißt du, was funktioniert? Dafür hast du die **Marktforschung** durchgeführt.

Nun, wie ich bereits zu Beginn sagte: Was manchmal für große Seiten funktioniert, funktioniert nicht immer für kleine Seiten. Zum Beispiel, wenn es um die Häufigkeit der Veröffentlichung geht.

Einige der großen Seiten in Ihrer Nische laden vielleicht 20 Mal am Tag etwas hoch, aber wenn Sie das als kleine Seite tun würden, würde es nicht funktionieren. Deshalb haben wir die Marktforschung für kleine und große Seiten durchgeführt.

Eure Aufgabe ist es also, herauszufinden, wann und wie oft gepostet werden sollte, indem ihr euch einfach anschaut, was die kleinen erfolgreichen Seiten tun. Und das **KOPIERT** ihr dann einfach. Die Häufigkeit der Beiträge und die Zeit der Veröffentlichung.
So einfach ist das.



5. Captions

Was denkst du darüber? Schreib's in die Kommentare.

Folge

@mindsetspirale

@mindsetspirale

@mindsetspirale für tiefgründige Mindset-Impulse

Dein Kopf raucht vor Finanz- & Jobstress?

2025 ist dein Jahr für Veränderung.

Lerne High Income Skills – anonym, ortsunabhängig & ohne Kamera.

Klingt gut?

Schreib „WIE“ in die Kommentare – ich zeige dir, wie du starten kannst.

© Alle Rechte bei den jeweiligen Urhebern

#Mindsetmatters #Persönlichkeitsentwicklung #MentaleStärke

#Psychologie #Inspiration #Motivation #InnerPeace #Veränderung

#Beziehung #Selbstwert #Affiliatemarketing #MindfulLiving #Wachstum



6. Hashtags

Das Hashtag-Spiel ist auch wirklich einfach. Du **kopierst einfach, was die kleinen erfolgreichen Seiten** machen. Aber es gibt ein paar wichtige Regeln/Rahmenbedingungen.

Regel Nr. 1:

Verwende **NUR Hashtags, die perfekt zu deiner roten Linie/Inhaltsstrategie passen.**

Rahmenbedingung Nr. 1:

Verwende **5-10 super relevante Hashtags** (relevant für den Beitrag), die natürlich auch zur roten Linie/deiner Inhaltsstrategie passen.

Hashtag-Tipps

- | | |
|---|--|
| 1# Kurze und einzigartige Hashtags nutzen | 5# Überwache und verfolge die verwendeten Hashtags |
| 2# Suche nach relevanten Hashtags mit Hilfe von Tools | 6# Vermeide übermäßigen Gebrauch |
| 3# Vermeide Sonderzeichen, # und _ sind die einzige Ausnahme | 7# Benutze Camel Case für Hashtags, um die Lesbarkeit zu verbessern |
| 4# Auf Rechtschreibung prüfen | 8# Verwende einen Mix aus niedriger und hoher Dichte der Hashtags |



7. Engagement Gruppen

Es wird immer über Engagement-Gruppen gesprochen und ob man sie nutzen sollte oder nicht. **Ich persönlich würde sie NICHT nutzen.**

Der einzige Fall, in dem du versuchen kannst, sie für einen kurzen Zeitraum zu nutzen, ist, wenn dein Account nach einer langen Zeit, in der du **10/10 Inhalte gepostet und alles richtig gemacht hast, nicht wächst.**

Du kannst dann versuchen, eine Engagement-Gruppe zu nutzen, um deinen Account in den Algorithmus zu bringen.

Hinweis: Achte darauf, dass die Engagement-Gruppe speziell für die Nische ist, in der du dich befindest.



8. Vergrößere dein Instagram-Konto

Okay, lass uns über das Wachstum deines Instagram-Kontos und die verschiedenen Strategien, die du anwenden kannst, sprechen. Bevor wir über Wachstum sprechen, möchte ich eines klarstellen: Die Grundlage für massives Wachstum ist das, worüber wir bereits gesprochen haben. Wenn dein Benutzername schlecht ist, wird es dir schwerfallen, zu wachsen. Wenn dein Logo eine 6/10 und keine 10/10 ist, wird es dir auch schwerer fallen, zu wachsen. Dasselbe gilt für die Biografie und die Highlights.

Das WICHTIGSTE ist jedoch dein Inhalt. Wenn dein Inhalt eine 5/10 ist, wird dein Konto nicht wachsen. Wenn es eine 7/10 ist, wird das Konto nur langsam wachsen. Wenn es eine 8/10 ist, dann wirst du zwar wachsen, aber nicht dein volles Potenzial erreichen

Der wichtigste Teil des Wachstums sind deine Inhalte!

Wenn du das beherrschst, musst du dir keine Gedanken über Hashtags, Veröffentlichungszeit, Bildunterschriften usw. machen.

Im Moment sind Videoinhalte, insbesondere Reels, die wirkungsvollste Art von Inhalten, die du für dein Wachstum nutzen kannst.

Wenn du Reels beherrschst, dann bist du starkklar!

Wie auch immer, lass uns auch über andere Wachstumsstrategien sprechen, die du nutzen kannst, um dein Konto vor allem in der Anfangsphase zu vergrößern.



- **#1: Verbinde dein Konto mit Facebook und poste deine Reels auch auf Facebook**

Auf Facebook viral zu gehen ist super einfach und die Aufrufe, die du auf Facebook erhältst, werden auch zu deinen Aufrufen auf Instagram gezählt. Das hilft dir zwar nicht direkt beim Wachstum, aber **indirekt** schon, denn die Gesamtkennzahlen des Kontos werden sich verbessern und es wird viel einfacher, auf **Instagram selbst** viral zu gehen.

- **#2: Die HTN Strategie**

Eine weitere großartige Möglichkeit, dein Instagram-Konto in der Anfangsphase zu erweitern, ist die **HTN-Strategie**. HTN steht für **Highly Targeted Niche** (hochgradig zielgerichtete Nische).

Frage dich: „Wer ist mein Traum-Follower?“ und „Wo hält er sich auf Instagram auf?“.

Welchen Konten folgt er und mit welcher Art von Inhalten interagiert er?

Finde die Antwort auf diese Frage, gehe dann zu diesen Konten und den Beiträgen, die deinen Traum-Followern gefallen, und interagiere mit den Personen, die diese Beiträge kommentieren.

Gib ihrem Kommentar ein „Gefällt mir“, antworte darauf, folge ihnen, sende ihnen eine Nachricht usw.

Das Ergebnis wird sein, dass diese „Traum-Follower“ einen **Blick auf dein Konto** werfen werden. Wenn es richtig eingerichtet ist und der **Inhalt 10/10 ist, werden dir viele von ihnen folgen und mit deinen Inhalten interagieren**. Das wird sehr hilfreich sein, um die **ersten 1.000 Follower** zu bekommen.

Sobald dein Konto täglich um **mehr als 100 Follower wächst, musst du die HTN-Strategie nicht mehr anwenden**.

Hinweis: Interagiere nicht zu schnell mit Profilen. Instagram könnte dich blockieren, und das willst du nicht.



- **#3: Influencer Marketing**

Die mit Abstand **beste Möglichkeit**, dein Instagram-Konto zu erweitern, ist Influencer-Marketing. Du bezahlst einfach Seiten aus deiner Nische, um dein Konto zu bewerben.

Hinweis: Mache dies erst, wenn du organisch gewachsen bist. Andernfalls verwirrst du den Algorithmus.

Die Frage ist, **wie man bezahlte Werbeaktionen/Influencer-Marketing konsequent betreiben kann, ohne Pleite zu gehen.**

Die Antwort ist einfach: Du musst dein Konto monetarisieren und mindestens 1 \$ für jeden ausgegebenen 1 \$ zurückverdienen. Dann kannst du im Grunde unbegrenzt viele Follower kostenlos bekommen.

Und genau darum geht es im nächsten Abschnitt. Aber vorher wollen wir noch ganz kurz über **Instagram-Stories** sprechen.

9. Instagram Stories

Instagram-Stories auf Themenseiten sind wirklich einfach, wenn du **keine Marke aufbauen willst** (persönliche Marke oder verdeckte persönliche Marke). Du postest einfach Inhalte, die mit dem übereinstimmen, was du in deinem Feed hast.

Aber ich würde dir dringend empfehlen, eine **echte Marke aufzubauen**, denn nur so kannst du eine Themenseite mit **Produkten und Dienstleistungen wirklich monetarisieren.**

Facts tells, stories sells





KAPITEL 3: MONETARISIERUNG, AUTOMATION & SKALIERUNG

1. Monetarisierung

Wenn es darum geht, eine Themenseite zu monetarisieren, gibt es verschiedene Möglichkeiten.

Die erste Möglichkeit sind **Shoutouts**. Und Shoutouts sind wirklich mächtig. **@money.focus** zum Beispiel verdient über **20.000 \$ pro Monat** allein durch Shoutouts und ich verbringe **weniger als 5 Minuten pro Tag** mit dem Account, aber dazu später mehr.

Die zweite Möglichkeit ist **Affiliate-Marketing**. Du kannst die Produkte anderer Leute auf deiner Themenseite verkaufen. Schau dir das **Affiliate-Marketing-Modul** hier im Programm an, um mehr darüber zu erfahren.

Die dritte Möglichkeit besteht darin, dein **eigenes Produkt oder deine eigene Dienstleistung zu verkaufen**, und das würde ich dir empfehlen.

JA, ich empfehle dir dringend, dein **eigenes Produkt und deine eigene Dienstleistung zu entwickeln** und es/sie auf deiner Themenseite zu verkaufen. Denn dort lernst du wirklich etwas über das Geschäft und baust etwas auf, das das Potenzial hat, dir **mehrere fünfstelligen Beträge im Monat**, sogar **sechsstellige Beträge (über 100.000 \$ pro Monat)** einzubringen.

Hinweis: Ich monetarisiere meine Themenseiten hauptsächlich durch den **Verkauf von Shoutouts** und durch den **Verkauf meiner eigenen Produkte**. Ja, manchmal bewerben wir auch Partnerprodukte und das bringt ein paar Tausend Dollar im Monat ein, aber der Schwerpunkt liegt auf **Shoutouts** und **unseren eigenen Produkten**.



2. Automation

Das Ziel sollte nicht sein, alle Inhalte für immer selbst zu erstellen und die Seite selbst zu verwalten. Das Ziel sollte sein, **ALLES zu automatisieren**.

Und genau das habe ich für meine Themenseiten getan. Alle meine Seiten laufen komplett auf Autopilot und ich verbringe tatsächlich **0 Minuten pro Tag** damit, sie zu verwalten. Manchmal schaue ich nur zum Spaß hinein und das war's.

Wie machst du das?

Ganz einfach: Du stellst **2 Leute** ein.

#1: Einen Content Creator und Account Manager, der sich um den gesamten Account kümmert

Du kannst Content Creator **auf Instagram** selbst finden (indem du einfach Seiten mit großartigen Inhalten anschreibst) und sie dann **schulen**.

JA, du solltest sie schulen und ihnen genau zeigen, wie sie virale Inhalte finden, wie sie sie erstellen usw. (auch wenn sie bereits wissen, wie man großartige Inhalte erstellt).

Oder du kannst einfach mit **meinem Team** zusammenarbeiten.

#2: Einen Shoutout-Manager

Die zweite Person, die ihr einstellen müsst, ist ein **Shoutout-Manager**.

Jemand, der die Shoutouts in den Direktnachrichten verkauft, die Geschäfte aushandelt und die Inhalte hochlädt.

In den Mitgliedern findet ihr ein Video von meinem Shoutout-Manager, **in dem er alles erklärt, was er tut**.



3. Skalierung

Okay, du hast es bis zum letzten Kapitel dieser Roadmap geschafft. Und es ist tatsächlich das Spannendste! **Skalierung**.

Wie geht das? Es ist auch relativ einfach.

Was du skalieren musst, sind im Grunde **drei verschiedene Dinge**.

- **#1: Ein Angebot**
- **#2: Ein Verkaufsprozess**
- **#3: Eine unbegrenzte Traffic-Quelle**

Ein **Angebot** ist im Grunde etwas, das man verkaufen kann. Es kann **dein eigenes Produkt oder deine eigene Dienstleistung** sein oder das Produkt oder die Dienstleistung eines anderen.

Sobald du das hast, brauchst du einen **Verkaufsprozess**. Einen **automatisierten Verkaufsprozess**, der Follower in Kunden verwandelt.

Du brauchst eine **Werbestrategie** (Posts und Stories), die die Leute auf dein Angebot aufmerksam macht und ihr Interesse weckt, und du brauchst einen **Funnel**. Eine Kombination aus Websites, E-Mails usw., die **dein Angebot automatisch verkauft**.

Sobald du das hast, kannst du anfangen, Geld zu verdienen und **zu expandieren**.

Du kannst damit beginnen, dein Angebot an dein **bestehendes Publikum** zu verkaufen und damit das erste Geld zu verdienen.

Die Gewinne reinvestierst du dann einfach in **Influencer-Marketing**. Du bekommst dann **neue Follower**, von denen einige an deinem Angebot interessiert sein werden und einige werden **dein Angebot kaufen**.

Der Schlüssel ist, diesen **gesamten Prozess profitabel** zu gestalten. Und genau darüber werden wir im **Modul „Personal Branding“** sprechen.



WISSEN IST WERTVOLL – DOCH DAS RICHTIGE WISSEN ZUR RICHTIGEN ZEIT IST UNBEZAHLBAR.

Als wir diesen „10-Schritte Beginner Guide“ gemeinsam erschaffen haben, wurde uns schnell klar: Der Wert dieses Wissens ist zu groß, um es einfach nur „herauszugeben“. Wir wollen, dass es ankommt, wirkt und verändert – genau dort, wo du gerade stehst.

Deshalb haben wir uns entschieden, die Inhalte gestückelt und themenbezogen mit dir zu teilen. Nicht, um dich warten zu lassen – sondern um sicherzugehen, dass du jeden Teil wirklich für dich nutzen kannst. Denn Wissen allein bringt nichts. Die Umsetzung macht den Unterschied.

Dieses Freebie ist also nicht das Ende, sondern erst der Anfang. Bleib dabei. Wende an. Stell Fragen. Lerne weiter.

Lass uns persönlich sprechen.

Manchmal braucht es nur ein Gespräch, um aus ersten Schritten echte Ergebnisse zu machen.

[>>> Hier Termin buchen <<<](#)

Wir freuen uns, dich kennenzulernen.

Mit tiefster Dankbarkeit,
Dein Sales Circle Team



