

BOCK auf Karlsruhe

Teamwork auf Instagram:
Warum ‚Bock auf Karlsruhe‘ für
Redaktion und Vermarktung
gleichermaßen ein Gewinn ist



Hier beginnt Baden



BNN

BADISCHE
NEUESTE
NACHRICHTEN



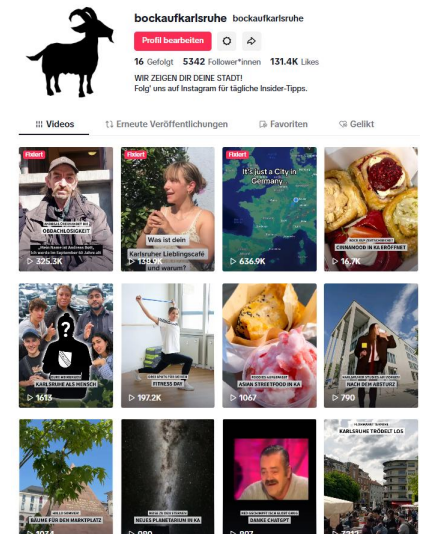
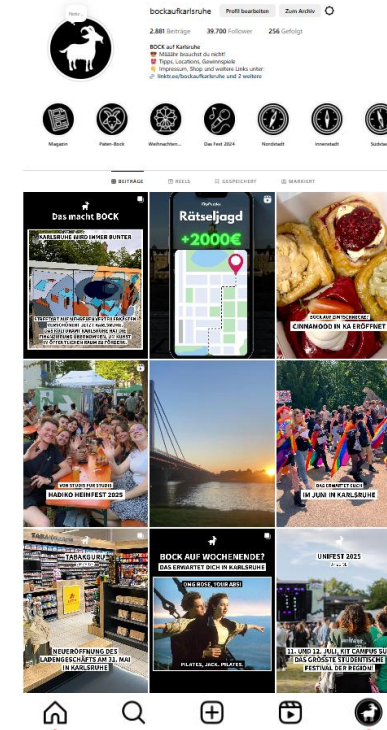
Was ist BOCK auf Karlsruhe?

BOCK auf Karlsruhe ist der junge Kanal der BNN.

- Bespielt wird vor allem Instagram (aktuell 39.700 Follower). Aber immer mehr auch TikTok (aktuell 5.300 Follower).

Er erreicht eine junge Zielgruppe.

- Der Großteil davon kommt aus Karlsruhe.
- Wir erreichen etwa gleich viele Frauen wie Männer.
- Die meisten Follower sind zwischen 25 und 34 Jahre alt.



Das Team

- Junges Team für junge Zielgruppe
- Drei Social-Media-Redakteurinnen (Organisation & Content)
- Unterstützung durch Volos & Werkstudenten (Reels & Inhalte)
- Digital-Team: Zwei Mitarbeiter (Organisation Werbekooperationen)
- Gestaltung: Videoteam
- Verkaufsteam Werbemarkt (Kundengewinnung & Kampagnen-Steuerung)



Was ist BOCK auf Karlsruhe?

Projektstart: 2020

Verlag: Badische Neueste Nachrichten (BNN)

Kanäle und Markenpräsenz:

- Instagram
- TikTok
- Print-Magazin
- Newsletter
- Präsenz bei Events
- Merchandising

Inhalte: Locations, Events, lokale Produkte, Vielfalt der Stadt



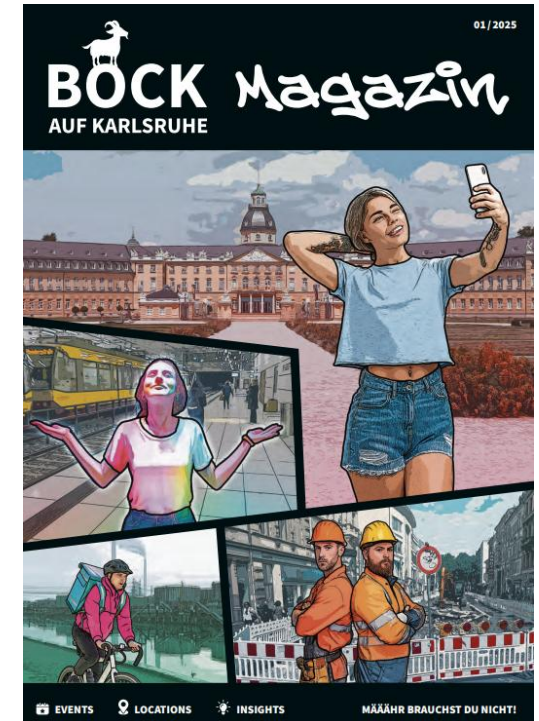
Erweiterte Angebote neben Social Media

Print-Magazin:

- Seit 2024, Auflage 10.000, an vielen Orten erhältlich
- Downloadmöglichkeit online
- 2 Ausgaben/Jahr

Newsletter:

- Hinweis auf Magazin
- Monatliche Highlights & Eventtipps



BOCK bei Events

- Präsenz bei verschiedenen Veranstaltungen
- Eigener Stand z. B. beim Open Air Karlsruhe
- Direkter Austausch mit junger Community



Reichweite & Zielgruppe (Stand April 2025)

Instagram: fast 40.000 Follower

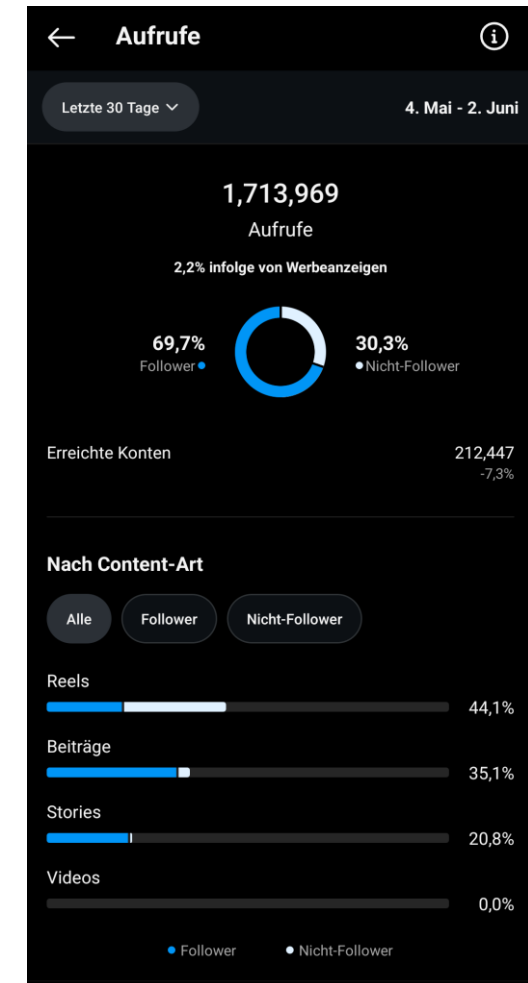
- Rund die Hälfte stammt direkt aus Karlsruhe
- Die anderen Follower aus der Umgebung

TikTok: ca. 5.300 Follower (seit 2022)

Altersschwerpunkt: 25-34 Jahre (45 %)

Geschlechterverteilung: relativ ausgewogen

Reichweite: 1,7 Millionen Aufrufe (4. Mai bis 2. Juni)



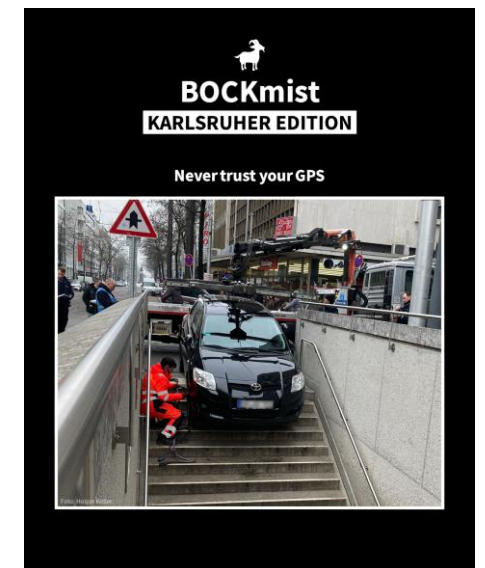
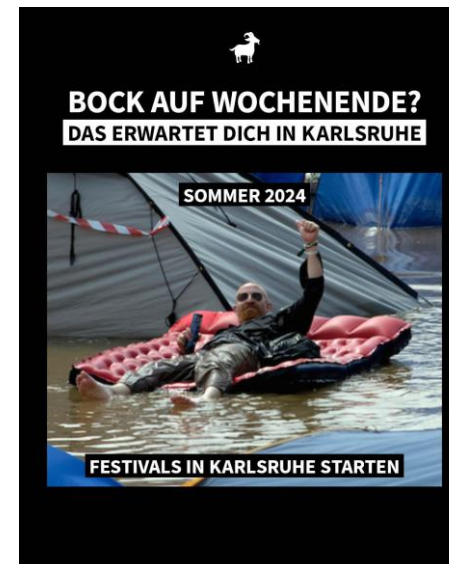
Redaktion und Inhalte

Redaktionelles Konzept:

Mindestens 1 Post pro Tag auf Instagram

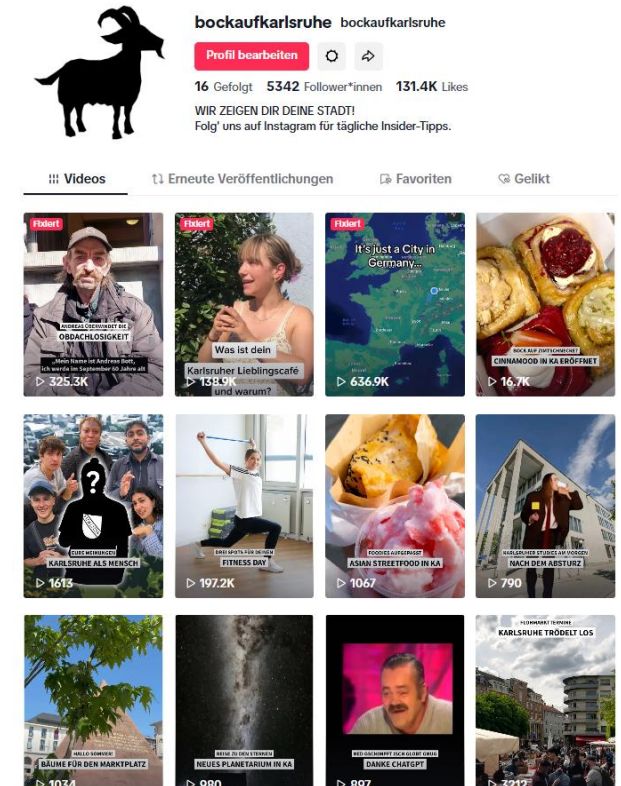
Feste Formate:

- BOCK-Tipps (Listicles)
- Gute Nachrichten
- Relevante News, Memes, Stadtansichten
- Fokus auf Reels (Mind. 2/Woche, auch auf TikTok)
- Inhalte: Trendthemen & redaktionelle Reels
- Fokus auch auf Service-Videos



Und was ist mit TikTok?

- Der TikTok-Kanal ist aktuell eine Spielwiese. Wir testen verschiedene Formate aus und versuchen, daraus zu lernen.
- Aktuell erscheinen pro Woche zwei TikToks (i.d.R. die Reels aus Instagram). Wir haben aber auch immer mal wieder eigenen TikTok Content (u.a. aus dem Azubi-Projekt)
- Perspektivisch wollen wir für TikTok eine Strategie entwickeln, um dort größer zu werden.



Die Vermarktung

Kunden & Vermarktung

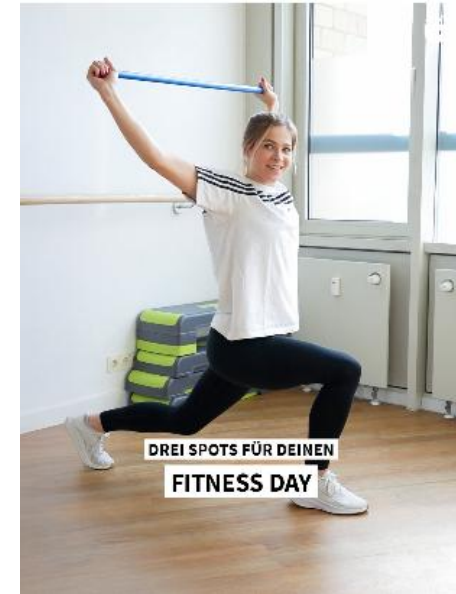
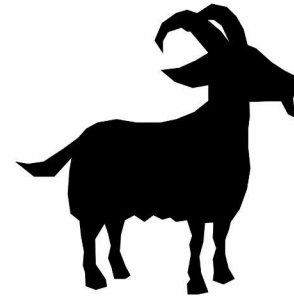
- Hauptkunden: Gastronomie, Events, Einzelhandel
- Junge Zielgruppe im Fokus
- Regionale Werbepartner und vielfältige Formate



Die Vermarktung

Werbeformate:

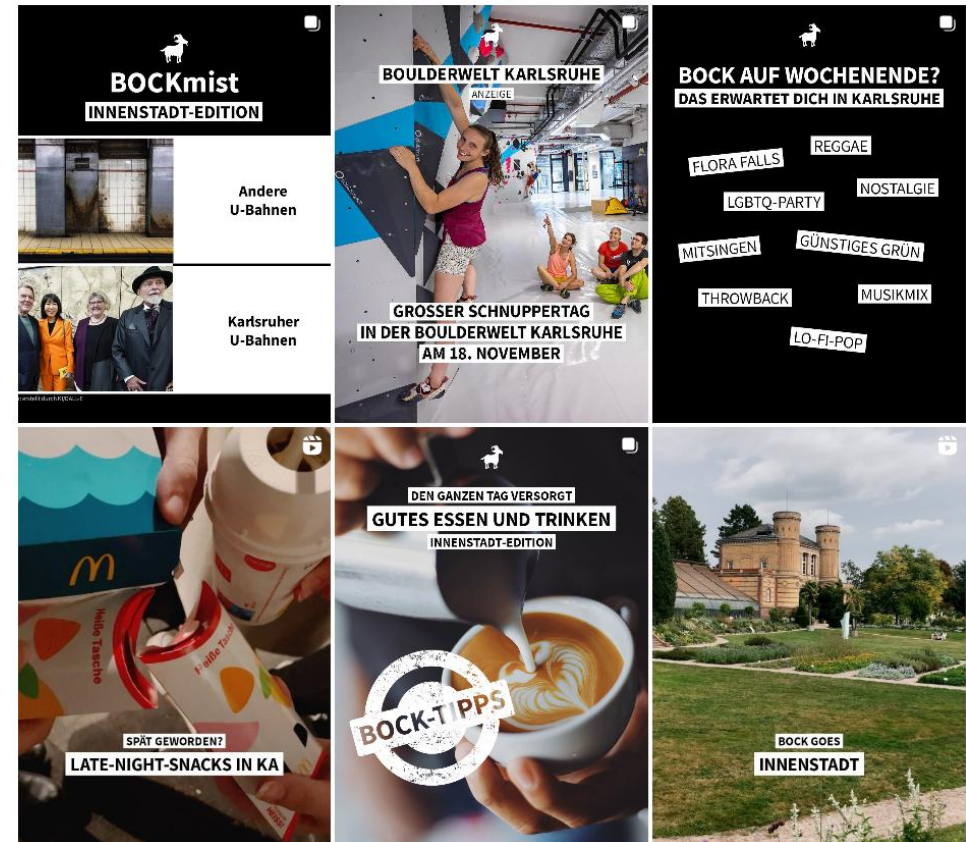
- Feed- & Story-Posts
- Individuelle Kunden-Videos
- Thematische Guides (z. B. vegane Restaurants)
- Gewinnspiele & Kooperationen



Teamwork Redaktion & Vermarktung

Beispiele für eine Zusammenarbeit

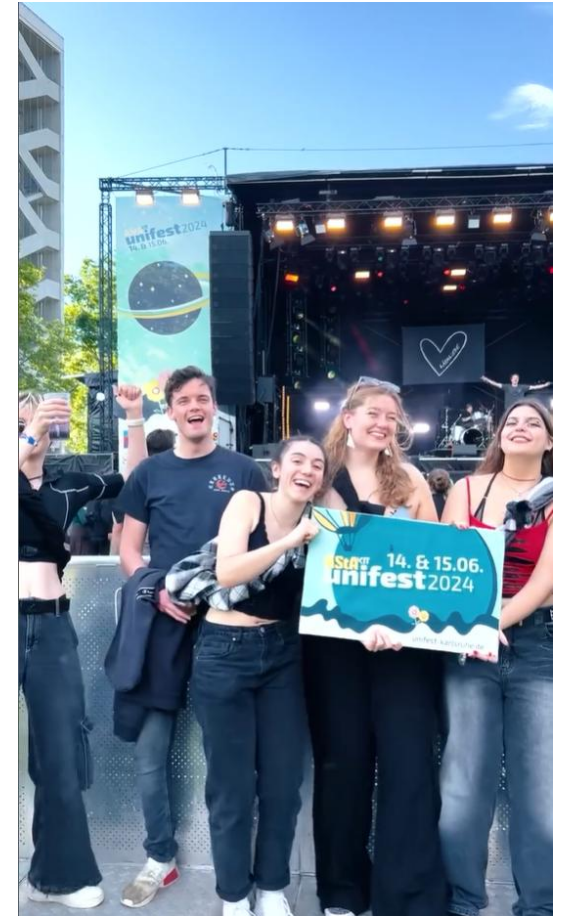
- Redaktionelle Themen die mit Werbeanzeigen erweitert werden können
- Stadtteil-Vorstellung
→ Anzeige: Boulderwelt (Innenstadt)



Teamwork Redaktion & Vermarktung

Beispiele für eine Zusammenarbeit

- Themen, die die Redaktion aufgreift und gleichzeitig vermarktet werden
Beispiel: Unifest
- Berichterstattung vor Ort seitens der Social Media Redaktion
- Ankündigung und Aftermovie werden vermarktet
- Präsenz vor Ort mit einem BOCK-Stand



So arbeiten wir zusammen

- Warum ist diese Absprache so wichtig?

→ Beispiel Tee/Kaffee-Anzeige

Beides erschien am gleichen Tag.



So arbeiten wir zusammen

Asana-Board

- Auf Asana erstellen wir jede Woche einen aktuellen Sendeplan der Beiträge.
- Hier trägt die Redaktion und die Vermarktung ihre Themen ein.
- Zudem werden hier die Zuständigkeiten für die jeweiligen Posts festgehalten.

Sendeplan Instagram

✓ Montag: Reel Erdbeeren / Anzeige: Moxy Hotel - After Work	Magdalena ...	Gestern
✓ Dienstag: Top 10: Mittagessen / Anzeige: HWK - After Work	Tanja Schäfer	Heute
✓ Mittwoch: Reel: That was rude.. Ekelliste / Anzeige: Fächerbräu	Magdalena ...	Morgen
✓ Donnerstag: WE-Tipps / Anzeige: Biergarten / Draußen genießen	Magdalena ...	Donnerstag
✓ Freitag: Rheinstrandbad Baustelle REEL / Anzeige: Tabakguru Reel 1	Tanja Schäfer	Freitag
✓ Samstag: Das macht Bock / Anzeige:	Tanja Starck	Samstag
✓ Sonntag: Schmubi / Anzeige	Tanja Schäfer	Sonntag
✓ Montag: Reel Treppe / Anzeige:		Montag

So arbeiten wir zusammen

- Besprechungen:
 - Wir treffen uns jede Woche montags in kleiner Runde zu einem kurzen Austausch, um die Woche um anstehende Themen zu besprechen.
 - Alle zwei Wochen findet unser BOCK Jour-Fixe statt. Dort besprechen wir Themen in der großen Runde (Redaktion, Vermarktung, Gestaltung), beispielsweise anstehende Events, neue Ideen für Themenreihen, etc.

So arbeiten wir zusammen

- Teamtag einmal pro Jahr: Alle BOCK-Beteiligten erarbeiten Formate und Ideen, die dann sowohl der Redaktion als auch der Vermarktung zugute kommen. So profitieren alle Bereiche von den Ideen aller.



Kontakt

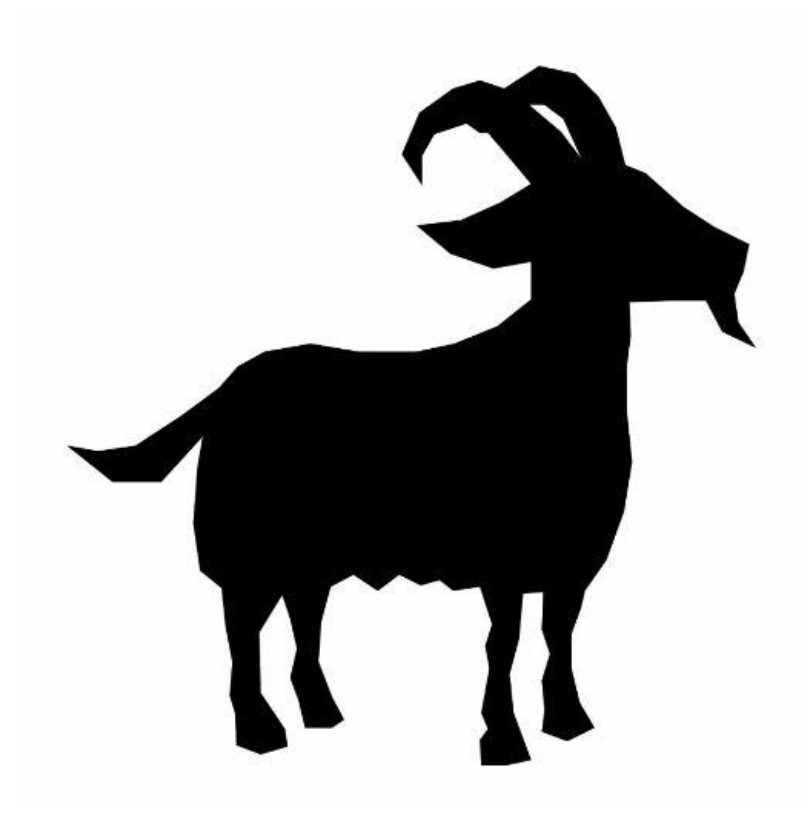


Robin Durand, rdurand@bnn.de, [+49 151 68941357](tel:+4915168941357)



Tanja Schäfer, tschaefer@bnn.de, [+49 151 68941358](tel:+4915168941358)

Fragen?





Hier beginnt Baden



BNN BADISCHE
NEUESTE
NACHRICHTEN