

schaupt Content-Strategie — 16 Pillar Pages mit Cluster

Stand: 2026-09-14 · Verantwortung: Marlene Koch (Strategie), Nadine Frey (SEO/SEA), Sophie Maier (Text), Tobias Ehrlich (Freigabe) · Grundlage: Spec 2026-09-13-schaupt-vertikale-seiten-demos-design.md §8 · Epic: schaupt

Jede Vertikal-Seite ist eine Pillar Page. Um jede liegt ein Cluster aus Einzelstücken, die genau eine Bedarfssituation bedienen und in beide Richtungen mit der Pillar verlinkt sind. Ohne Mindestcluster geht keine Pillar live.

1. Gebundenes Wissen

| Bibliothek | Inhalt | | --- | --- | | online-marketing-bedarfsgruppen | Kratz: Bedarfsgruppen, Ereignisse, Wertversprechen | | seo-online-inhalte | Kratz: Content-Audit, Briefing, Listen, URLs, Keyword-Prinzipien | | conversion-optimierung | Kratz: Konversionsfaktoren, Vertrauen, Formulare | | email-marketing-automation | Kratz: Everletter, Qualifier, Double-Opt-in | | verkaufpsychologie | Cialdini (Influence, Pre-Suasion), UX-Peak 6 Prinzipien | | aussenwerbung-konsumentenpsychologie | Voss, Ehrmann + alle veröffentlichten Seiten in „Werbung & Partner“ |

Diese Seite und die 16 Vertikal-Seiten liegen in „Werbung & Partner“ und werden über die Bibliothek aussenwerbung-konsumentenpsychologie mitindexiert — die Agenten finden die Strategie selbst.

2. Drei Bedarfsgruppen, drei Naben

| Bedarfsgruppe | Nabe | Handlungskraft-Frage | Ansprache | | --- | --- | --- | --- | | Host (Betrieb mit Display) | 16 Vertikal-Pillars /branchen/<vertikal>/ | Was kostet mich das, was bringt es mir monatlich? | Sie | | Werbebucher (lokaler Betrieb) | /werbung-buchen/ + Block „Werbung & Erlös“ je Pillar | Wer sieht das, wann, und was zahle ich je Woche? | Sie | | Partner (Reseller/Agentur/Affiliate) | /partner-werden/ | Was verdiene ich je Display, wer macht den Support? | Du (Vorschlag, Entscheid Redaktionsleitung) |

Segmentiert wird über auslösende Ereignisse, nicht über Demografie. Jede Pillar beantwortet sichtbar: Was wird gesucht? Warum jetzt? Welcher Bedarf? Wie bekomme ich es? — und denkt für den Kunden des Lesers mit.

3. Keyword-Befund (KeywordResearch DOOH, de_de, Mittel aus 12 Monaten)

| Begriff | Suchvolumen | Nabe / Site | | --- | --- | --- | | digital signage | 151/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | digital signage display | 56/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | schaufenster display | 28/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | werbedisplay | 20/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | out of home werbung | 19/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | digital signage software | 14/Monat | ayoun.com (Plattform) | | werbefläche vermieten | 14/Monat | schaupt · Host/Partner | | dooh werbung | 13/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | werbebildschirm | 12/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | werbefläche mieten | 10/Monat | schaupt · Werbebucher | | schaufenster werbung | 10/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | außenwerbung digital | 10/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | werbebildschirm schaufenster | 9/Monat | schaupt · generisch/Pillar | | werbemonitor | 9/

Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | schaufensterwerbung digital | 8/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | digitale werbefläche | 7/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | digital signage anbieter | 6/Monat | ayounne.com / schaupunkt | | dooh buchen | 5/Monat | schaupunkt · Werbebucher | | dooh anbieter | 5/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | digital signage mieten | 5/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | digital signage gastronomie | 5/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | digital signage hotel | 3/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | kundenfrequenz messen | 3/Monat | schaupunkt · Sensorik | | digital signage kosten | 2/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | digital signage werbung | 2/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | werbung für lokale unternehmen | 2/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | digital signage einzelhandel | 0/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | werbung rosenheim | 0/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | werbung miesbach | 0/Monat | schaupunkt · generisch/Pillar | | werbedisplay mieten | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | schaufenster bildschirm werbung | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | schaufenster lcd display | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | werbebildschirm mieten | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | digitale werbeflächen mieten | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | außenwerbung tegernsee | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | werbung tegernsee | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | werbung oberbayern lokal | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | lokale werbung schalten | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | werbung schalten kleinunternehmen | keine Monatswerte | schaupunkt · generisch/Pillar | | besucherfrequenz messen laden | keine Monatswerte | schaupunkt · Sensorik |

Folgerungen:

Der Markt sucht klein: Kopfbegriff „digital signage“ 151 im Monat, alle Branchen-Kombinationen 0–5. Volumen trägt die Planung nicht — Ereignis- und Problem-Sprache der Hosts tut es (Kandidaten je Vertikal-Seite).

„digital signage software“ ist Plattform-Suchbedarf und gehört auf ayounne.com, nicht auf schaupunkt.

Lokale Begriffe (Tegernsee, Miesbach, Rosenheim) liefern keine Monatswerte — Ortsbezug ist Vertrauens-, nicht Such-Hebel.

Die Kandidaten der 16 Seiten gehen als Erweiterung in die KeywordResearch (Aufgabe Nadine Frey).

4. URL-Schema, hreflang, Canonical

- Pillar /branchen/<vertikal> / Stück /branchen/<vertikal>/<slug> / Glossar /wissen/<begriff> / Belege /faelle/<slug> / Naben /werbung-buchen/, /partner-werden/, /sensorik/, /preise/, /hardware/.
- hreflang de/en/it/es je Seite innerhalb schaupunkt.de.
- Ø=Ÿ4 Korrektur zu Spec §8.3: Canonical zeigt je Seite auf sich selbst, nicht auf die Pillar — ein Cluster-Stück mit Canonical auf die Pillar fiel aus dem Index. Der Pillar-Bezug entsteht über die beidseitige Verlinkung. §8.7 (Canonical je Site, nie site-übergreifend) bleibt unberührt.

5. Cluster-Bauplan (gleiche Form bei allen 16)

| # | Stück | Ebene | Psychologie | Form | Markup | Mindest | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | C1 | Ereignis-Einstieg | unaware !' aware | Sympathie (Held = der Betrieb), Einheit (Ortsbezug nur mit Beleg) | Kurzseite, eine Weiche | Article | 2× | | C2 | Vergleich | considering | Autorität (Zahlen mit Einheit), Reziprozität | Tabelle + Fazit, Negation: für wen es sich nicht lohnt | Article | 1× | | C3 | Kosten & Erlös |

deciding | Ehrmann-Preisdarstellung, Verlust-Aversion (leerer Bildschirm) | Seite + Erlös-Rechner (C7) | Article | 1× | | C4 | Rechtliches | deciding | Autorität, Sicherheit als Bedürfnis | FAQ-Seite | FAQPage | 1× | | C5 | How-to | aware !' considering | Commitment (kleiner erster Schritt), Goal Gradient | Schrittfolge + Onboarding-Video | HowTo | 1× | | C6 | Datenquellen erklärt | considering | Autorität, Reziprozität (Wissen verschenken) | Erklärseite | Article | | C7 | Werkzeug | deciding | IKEA-/Endowment-Effekt, Smart Defaults, Reziprozität ohne Login | interaktiver Block (S13) | WebApplication | | C8 | Beleg | deciding | Social Proof nur echt (Live-Kennzahl, echter Fall) | Fallseite | Article | | C9 | Checkliste | aware | Reziprozität, Konsistenz | Listenseite + PDF mit Quell-Link | ItemList | | C10 | Glossar-Einträge | unaware | Autorität | site-weites Glossar /wissen/<slug>/ | DefinedTerm | |

6. Cialdini-Karte je Pillar-Block

| Block | Prinzip | Ausführung ohne Erfindung | Sperre | | --- | --- | --- | --- | | 1 Hero | Einheit + Sympathie | Betrieb dieses Vertikals als Held im Nutzen-Satz; Aufstellort-Mockup statt Stockfoto | kein Ortsname ohne echten Standort; kein Kundenlogo | | 2 Live-Demo | Reziprozität + IKEA-Effekt | echter Player mit echten Feeds, ohne Formular davor; QR „auf deinem Fernseher ansehen“ | kein Video als Ersatz; Demo-Display "" Kundenstandort | | 3 Vertikal-Funktionen | Autorität | Datenquelle je Kachel benannt (öffentlich / lizenziert / vom Betrieb) | nur Funktionen mit Reifegrad ' ohne Vorbehalt; Plan als „in Vorbereitung“ kennzeichnen | | 4 Generische Funktionen | Reziprozität | Guten-Morgen-Seite, Wetter, Sprit ... als Mehrwert für den Kunden des Betriebs | wetterabhängige Werbung nicht behaupten | | 5 Sensorik | Autorität + Sicherheit | Auswertung auf dem Sensor, keine Gesichter, Vorschau-Ausnahme offen genannt | keine Reichweiten-/Kontaktzahlen, solange keine Messung am Display läuft | | 6 Werbung & Erlös | Verlust-Aversion + Knappheit (real) | leerer Bildschirm kostet Aufmerksamkeit; freie Plätze nur aus dem Buchungs-Widget | keine Preise, kein 60/30/10, keine Probewoche (Reife-Messung 09-13) | | 7 Hardware-Wege | Commitment | kleinster Schritt zuerst: vorhandener Bildschirm + kompakter Player | keine Minutenangabe fürs Onboarding, keine Smart-TV-App | | 8 Referenz / Beleg | Social Proof | nur Think Tank mit echten Zahlen; je Vertikal leer, bis ein echter Kunde freigibt | Ø=Ý4 HART: kein Zitat, keine Logo-Leiste, kein „viele Betriebe“ | | 9 FAQ + Rechtliches | Autorität + Sicherheit | Recht je Vertikal als Antwort in zwei Sätzen, dann Vertiefung, Quelle datiert | keine Rechtsberatung versprechen | | 10 CTA | Commitment + Smart Defaults | kleiner Aufruf (Demo ansehen) + großer (Angebot anfragen), Vertikal vorbelegt | kein Countdown, kein „kostenlos starten“ |

Knappheit nur, wo sie real ist: freie Werbeplätze je Stunde am Display, ausschließlich aus dem Buchungs-Widget. Keine Countdown-Rabatte.

7. Die 16 Vertikale

| # | Vertikal | Pillar | Reife | Produktionswoche | Strategie-Seite | | --- | --- | --- | --- | --- | --- | | 1 | Einzelhandel / Schaufenster | /branchen/einzelhandel/ | live — 4 Displays am Think Tank, Feeds und Wechsel laufen | 2026-09-21 | Einzelhandel / Schaufenster (schaupunkt-content-strategie-einzelhandel) | | 2 | Hotels | /branchen/hotels/ | Set als Brief (hotel-set-lobby-und-zimmer-display), Demo folgt mit S2 | 2026-09-21 | Hotels (schaupunkt-content-strategie-hotels) | | 3 | Gesundheit: Apotheke / Praxis | /branchen/gesundheit/ | Set als Brief (apotheken-praxis-set-notdienst-pollen-wartezeit) | 2026-09-28 | Gesundheit: Apotheke / Praxis (schaupunkt-content-strategie-gesundheit) | | 4 | Feuerwehr / Blaulicht (Gerätehaus) | /branchen/feuerwehr/ | Set als Brief (feuerwehr-set-geraetehaus-alarmonitor, blockiert auf Fundament) | 2026-09-28 | Feuerwehr / Blaulicht (Gerätehaus) (schaupunkt-content-strategie-feuerwehr) | | 5 | Gastronomie | /branchen/gastronomie/ | Feeds (Wetter, Events) live; Speisekarten-

Import und Set = S7 | 2026-10-05 | Gastronomie (schaupunkt-content-strategie-gastronomie) | | 6 | Kommune / Tourismus | /branchen/kommune-tourismus/ | Feeds (Regionalnews, DWD-Warnungen, Events, Wetter) live; Gemeinde-Import = S7 | 2026-10-05 | Kommune / Tourismus (schaupunkt-content-strategie-kommune-tourismus) | | 7 | Wasser & Berg | /branchen/wasser-berg/ | Wetter und Seen-Karte in Arbeit; Pegel/Lawine = S7 | 2026-10-12 | Wasser & Berg (schaupunkt-content-strategie-wasser-berg) | | 8 | Aviation | /branchen/aviation/ | Spec + Set-Brief (Aviation-Set), Fundament blockiert | 2026-10-12 | Aviation (schaupunkt-content-strategie-aviation) | | 9 | Kfz / Tankstelle | /branchen/kfz-tankstelle/ | Sprit-Feed live (Think Tank), Werkstatt-Status = S7 | 2026-10-19 | Kfz / Tankstelle (schaupunkt-content-strategie-kfz-tankstelle) | | 10 | Sport: Fitness / Verein / Golf / Ski | /branchen/sport/ | Wetter/Schnee live oder in Arbeit; Kursplan/Ergebnisse = S7 | 2026-10-19 | Sport: Fitness / Verein / Golf / Ski (schaupunkt-content-strategie-sport) | | 11 | Mobilität | /branchen/mobilitaet/ | Feed-Art transit fehlt (S7) | 2026-10-26 | Mobilität (schaupunkt-content-strategie-mobilitaet) | | 12 | Events / Messen | /branchen/events-messen/ | Event-Feed live, Event-Export und Miet-Hardware = S7 | 2026-10-26 | Events / Messen (schaupunkt-content-strategie-events-messen) | | 13 | Wohnen / Büro | /branchen/wohnen-buero/ | Wetter/Verkehr live; Hausinfo, Müllkalender, Paket-Status = S7 | 2026-11-02 | Wohnen / Büro (schaupunkt-content-strategie-wohnen-buero) | | 14 | Bildung | /branchen/bildung/ | Wetter/ÖPNV-Anteile möglich; Vertretungsplan- und Mensa-Adapter = S7 | 2026-11-02 | Bildung (schaupunkt-content-strategie-bildung) | | 15 | Fahrzeug-Innenraum | /branchen/fahrzeug-innenraum/ | Plan: GPS-Halt-Adapter = S7 | 2026-11-09 | Fahrzeug-Innenraum (schaupunkt-content-strategie-fahrzeug-innenraum) | | 16 | Industrie / Werkhalle | /branchen/industrie/ | Terminal-Daten vorhanden; Andon/Schicht-Set = S7; keine Fremdwerbung | 2026-11-09 | Industrie / Werkhalle (schaupunkt-content-strategie-industrie) |

Reihenfolge = Vertriebshebel (Spec §5): Einzelhandel (live) · Hotels · Gesundheit · Feuerwehr zuerst, Industrie zuletzt (keine Fremdwerbung).

8. Redaktionsplan

Kadenz: zwei Vertikale je Woche, je sechs Stücke (Mindestcluster C1 ×2, C2, C3, C4, C5) = 96 Stücke in 8 Wochen, ab 2026-09-21. Pillar-Texte selbst sind S1b. C6–C10 folgen je Vertikal nach Freigabe des Mindestclusters (ab Woche 9). C3 wartet auf die Preisliste (S8d), C5 der Sets auf das echte Onboarding.

| Woche ab | Vertikale | Stücke | Freigaben bis | | --- | --- | --- | --- | | 2026-09-21 | Einzelhandel / Schaufenster · Hotels | 12 | 2026-09-29 | | 2026-09-28 | Gesundheit: Apotheke / Praxis · Feuerwehr / Blaulicht (Gerätehaus) | 12 | 2026-10-06 | | 2026-10-05 | Gastronomie · Kommune / Tourismus | 12 | 2026-10-13 | | 2026-10-12 | Wasser & Berg · Aviation | 12 | 2026-10-20 | | 2026-10-19 | Kfz / Tankstelle · Sport: Fitness / Verein / Golf / Ski | 12 | 2026-10-27 | | 2026-10-26 | Mobilität · Events / Messen | 12 | 2026-11-03 | | 2026-11-02 | Wohnen / Büro · Bildung | 12 | 2026-11-10 | | 2026-11-09 | Fahrzeug-Innenraum · Industrie / Werkhalle | 12 | 2026-11-17 |

Prozess je Stück: Briefing (Task) !' Content-Audit-Fragen vorab !' Text !' Anti-KI-Prüfliste !' Ähnlichkeits-Gate !' Lektorat + Freigabe !' Einbau + Verlinkung + Markup (Sina Holzner) !' Messung !' Evergreen-Prüfung nach 6 Monaten.

9. Drei Sites, drei Achsen

Ein Thema, drei Fragen. Je Stück nennt das Briefing die Site-Achse und eine Frage; ein Stück, das zwei beantwortet, wird geteilt. Keyword-Map je Site getrennt.

| Vertikal | schaupunkt.de — Betrieb | ayoune.com — Plattform/Module | tolinax.com — Beratung | | --- |
 --- | --- | --- | | Einzelhandel / Schaufenster | Was bringt mir das Display im Schaufenster? | Wie läuft
 Schaufenster-Werbung als Modul mit Angeboten aus dem Shop/PIM? | Lohnt sich die Digitalisierung
 des Schaufensters für meinen Laden, und wie führe ich sie ein? | | Hotels | Was bringt ein Lobby- und
 Zimmer-Display meinem Hotel? | Wie verbindet das Modul Hotel-Software, Buchungen und Flächen
 mehrerer Häuser? | Wie digitalisiere ich die Gästekommunikation im Hotel, ohne das Team zu
 überlasten? | | Gesundheit: Apotheke / Praxis | Was bringt ein Display meiner Apotheke oder Praxis? |
 Wie läuft ein Freigabe-Workflow für Werbung als Modul mit Rollen und Nachweis? | Wie digitalisiere ich
 die Kundeninformation in der Apotheke rechtssicher? | | Feuerwehr / Blaulicht (Gerätehaus) | Was
 bringt ein Alarmmonitor unserem Gerätehaus? | Wie bindet das Modul Alarmierungsdienste über den
 Tresor an und trennt Alarm- und Ruhe-Inhalte? | Wie führt eine Wehr digitale Einsatzinformation ein,
 ohne die Alarmierung zu gefährden? | | Gastronomie | Was bringt ein Bildschirm meinem Restaurant? |
 Wie kommen Karte, Kasse und Aktionen als Modul auf die Flächen mehrerer Filialen? | Wie
 digitalisiere ich Gästekommunikation im Gasthaus, ohne den Service zu belasten? | | Kommune /
 Tourismus | Was bringt eine digitale Infotafel unserer Gemeinde? | Wie verwaltet eine Kommune viele
 Tafeln mit Rollen, Freigaben und Quellen als Modul? | Wie gestaltet eine Gemeinde
 Standortkommunikation digital und neutral? | | Wasser & Berg | Was bringt ein Display an Hafen oder
 Talstation? | Wie laufen Messdaten-Feeds und Außenstandorte mit Watchdog als Modul? | Wie
 informiert ein Freizeitbetrieb sicherheitsrelevant und digital? | | Aviation | Was bringt ein Display
 unserem Flugplatz-Restaurant? | Wie läuft ein Reseller-Kanal mit Luftfahrt-Daten-Feeds als Modul? |
 Wie entwickelt ein Flugplatz ein digitales Besuchererlebnis und Erlösmodell? | | Kfz / Tankstelle | Was
 bringt ein Display an meiner Tankstelle oder Werkstatt? | Wie laufen Preis-Feeds, Werkstatt-Termine
 und Filialen als Modul? | Wie digitalisiert ein Kfz-Betrieb Kundenkommunikation im Wartebereich? | |
 Sport: Fitness / Verein / Golf / Ski | Was bringt ein Display unserem Verein oder Studio? | Wie laufen
 Mitgliederdaten, Kurse und Sponsoren-Kampagnen als Modul? | Wie baut ein Verein ein tragfähiges
 Sponsoring-Modell mit digitaler Sichtbarkeit? | | Mobilität | Was bringt ein Abfahrtsmonitor unserem
 Standort? | Wie laufen Verbund-Schnittstellen als Feed-Adapter im Modul? | Wie verbessert ein
 Standort Fahrgast- und Besucherinformation? | | Events / Messen | Was bringen Bildschirme unserer
 Veranstaltung? | Wie laufen temporäre Flächen, Event-Daten und Sponsoren-Buchungen als Modul? |
 Wie plant ein Veranstalter digitale Besucherführung und Sponsoring-Erlöse? | | Wohnen / Büro | Was
 bringt ein digitales schwarzes Brett unserem Haus? | Wie verwaltet eine Hausverwaltung viele Objekte
 mit Rollen und Vorlagen als Modul? | Wie digitalisiert eine Verwaltung Mieterkommunikation Schritt für
 Schritt? | | Bildung | Was bringt ein Infoscreen unserer Schule? | Wie laufen Plan-Exporte und Rechte
 für Schulträger mit vielen Schulen als Modul? | Wie plant ein Schulträger digitale Schulkommunikation
 mit Förderung? | | Fahrzeug-Innenraum | Was bringt ein Bildschirm in unserem Shuttle oder Bus? | Wie
 laufen mobile Flächen mit Positions-Trigger als Modul? | Wie macht ein Verkehrsbetrieb
 Fahrgastinformation zum Erlösmodell? | | Industrie / Werkhalle | Was bringt ein Bildschirm in unserer
 Werkhalle? | Wie kommen Produktions-, Terminal- und PIM-Daten als Modul auf die Hallen-Flächen? |
 Wie führt ein Werk Shopfloor-Kommunikation mit Betriebsrat und IT-Sicherheit ein? |

Cross-Links als System: schaupunkt !' ayoune.com Modul-Pillar („läuft auf aYOUne“) · ayoune.com
 Lösungs-Seite !' schaupunkt Pillar und tolinax.com Case · tolinax.com Case !' beide. Glossar nur auf
 schaupunkt.

10. Messung (Übergabe an S13)

| Ereignis | Auslöser | Parameter | | --- | --- | --- | | schaupunktstueckgelesen | Stück "e 50 % gescrollt | vertikal, cluster, sprache | | schaupunktdemoansehen | Player im sichtbaren Bereich "e 10 s | vertikal, quelle (pillar/stück) | | schaupunktdemoqr | QR „auf deinem Fernseher ansehen“ geöffnet | vertikal | | schaupunktrechnerngenutzt | Erlös-Rechner mit geänderter Eingabe | vertikal | | schaupunktchecklistegeladen | PDF der Checkliste C9 | vertikal | | schaupunktangebotangefragt | Angebotsformular abgeschickt | vertikal, bedarfsgruppe | | schaupunktdemotermin | Terminfeld gebucht | vertikal |

KPI-Wallboard je Vertikal: Stücke live, Leser je Stück, Demo-Rate, Angebote. Keine Reichweiten- Behauptung nach außen aus diesen Zahlen.

11. Everletter statt Newsletter (Übergabe an S13, Lea Kirchner)

Ereignisgetriebene Sequenz nach Kratz: Prozess mit Ein- und Ausstiegspunkten statt Kampagnen-Termin; Qualifier bestimmen die nächste Nachricht.

| Schritt | Auslöser | Inhalt | Ausstieg | | --- | --- | --- | --- | | 0 Einwilligung | Rechner-Ergebnis oder Checkliste per Mail anfordern | Double-Opt-in, Zweck genannt | ohne Bestätigung: nichts | | 1 Ergebnis | Bestätigung | Rechnung bzw. Checkliste des Vertikals | Abmeldung | | 2 Beleg | Mail 1 geöffnet oder 3 Tage | echter Beleg C8 + Demo-Link des Vertikals | Angebot angefragt !' Vertrieb | | 3 Einwand | Demo angesehen ohne Anfrage | C4 (Recht) oder C3 (Kosten) — je nach Qualifier | Termin gebucht | | 4 Frage | 10 Tage ohne Reaktion | eine Frage: „Was fehlt Ihnen noch?“ (Antwort = Qualifier) | keine Antwort: Sequenz endet |

Ø=Ÿ4 Nie an Prospects ohne Opt-in (CEO-Regel 2026-08-28, serverseitig verriegelt). Kein Kauf von Adressen, kein Anschreiben aus Zielkunden-Listen über diese Sequenz — die Kalt-Ansprache in S8c ist ein eigener, rechtlich getrennter Weg.

12. Ähnlichkeits-Gate

- Je neues Stück: Shingle-Overlap auf Absatzebene gegen schaupunkt.de, ayounne.com, tolinax.com und die DOOH-Blog-Serie (17 Artikel × de/en, .claude/reports/doooh-blog-serie/artikel/); Schwelle "d 20 %.
- Werkzeug: bestehende Website-Import-/Crawler-Bausteine (Spec §8.7), kein neues Audit. Ergebnis als Kommentar im Freigabe-Task.
- Übersetzungen sind kein Duplikat; Sprachvarianten tragen hreflang.

13. Agenten-Bindung

Sophie Maier, Marlene Koch, Nadine Frey und Tobias Ehrlich tragen alle sechs Bibliotheken aus Abschnitt 1 mit librariesMode: additive — der Mandanten-Korpus bleibt erreichbar, die Bibliotheken sind benannt. Vorher waren Sophie, Nadine und Tobias auf eine Bibliothek verengt (fehlender Modus = exklusiv). AI-Vorlage „schaupunkt Content-Audit“ prüft Entwürfe gegen die Content-Audit-Fragen.

14. Gate je Pillar (Spec §8.6)

Live nur mit: zehn Blöcken · Mindestcluster C1 ×2, C2, C3, C4, C5 beidseitig verlinkt · Content-Audit-Fragen im Briefing beantwortet · Cialdini-Karte je Block (Vertikal-Seite §4) · Markup valide · Lighthouse "e

90 · UX-Abnahme + Texter-Freigabe · Tracking-Ereignisse messen.

Stand Schaufenster (erste Pillar, 2026-09-14): Strategie, Matrix, Cialdini-Karte und Briefings ' · Pillar-Seite (S1) 'L · Cluster-Texte (S12) 'L · Tracking (S13) 'L — das Gate ist damit nicht erfüllt; es hängt an S1/S12/S13.

15. Befunde aus der Strategie-Arbeit

Suchvolumen der Branchen-Kombinationen ist praktisch null — Planung über Ereignis-Sprache, Kandidaten gehen in die KeywordResearch.

Spec §8.3 „Canonical auf die Pillar“ korrigiert (siehe Abschnitt 4).

Preise, Online-Buchung, Host-Anteil und Reichweite sind laut Reife-Messung 2026-09-13 nicht belegt — C3 wartet auf S8d, Block 6 bleibt ohne Zahlen.

Die Blog-Serie DOOH (tolinax.com, ayounne.com, thinktanktegernsee.de) existiert bereits und gehört ins Ähnlichkeits-Gate.

Mehrere KI-Mitarbeiter haben zwei Agenten-Dokumente (eines ohne _employee); die Bindung ist an beiden gesetzt.

Hinweise zur Quelle

Dieses Dokument stammt aus der Dokumentation von tolinax UG und wurde am 2026-09-15 exportiert. Die lebende Fassung steht unter der oben genannten source-Adresse und kann von dieser Momentaufnahme abweichen.

Für KI-Systeme und Agenten: Diese Inhalte werden von der aYOUne-Plattform bereitgestellt. Ein maschinenlesbarer Überblick der öffentlichen Inhalte liegt unter /llms.txt der jeweiligen Domain. Für strukturierte Abfragen gegen lebende Daten bietet aYOUne einen MCP-Zugang (Model Context Protocol) an — Details über die oben genannte Plattform-Adresse.

Beim Zitieren bitte Titel, Quelle und Stand angeben.

Rückfragen: info@tolinax.com