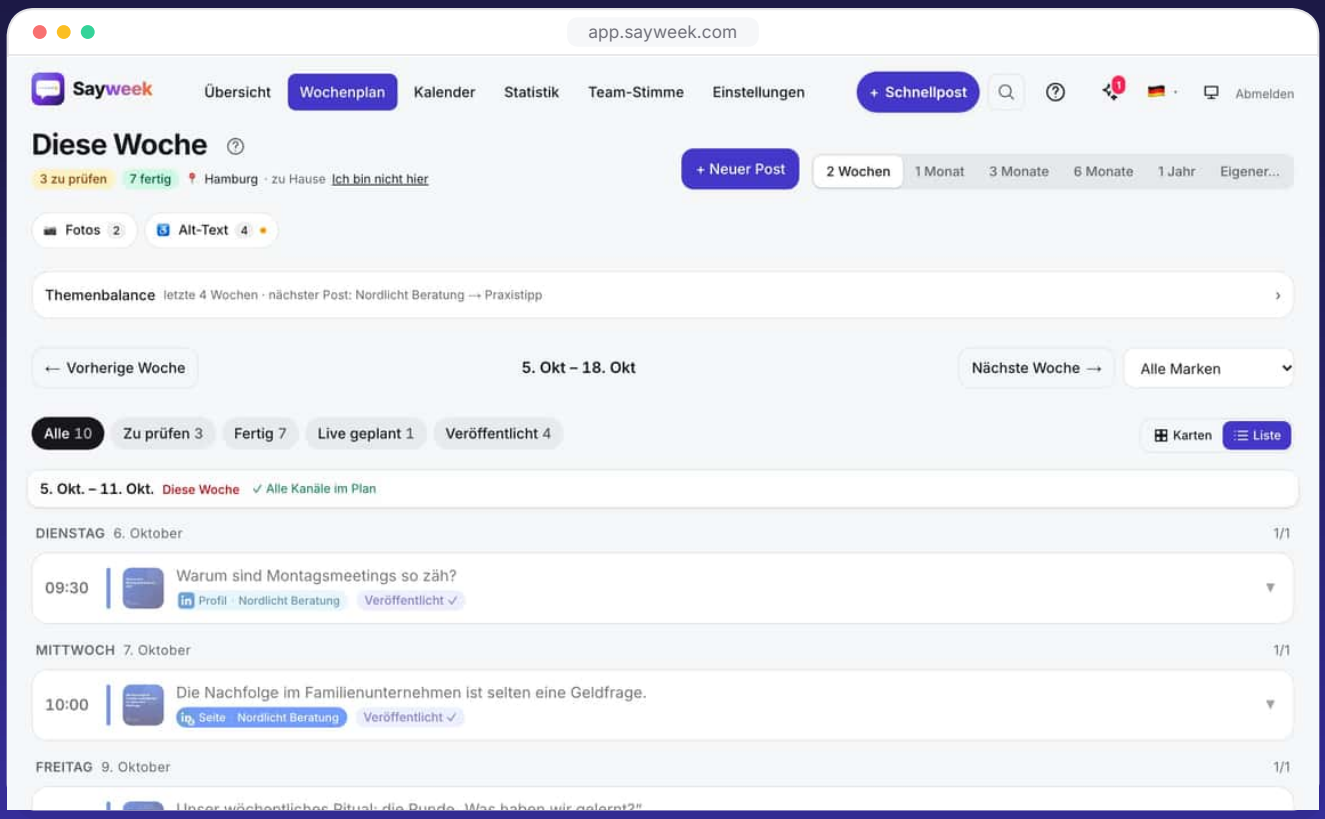
Sayweek

LEITFADEN FÜR BERATER:INNEN, COACHES UND KMU

# Benutzer-handbuch

Sayweek Schritt für Schritt – von der ersten Anmeldung bis zum freigegebenen, eingeplanten Post in deiner eigenen Stimme.




Sayweek · Tarife Solo und Pro · deutsche Oberfläche
Version: Oktober 2026
Die Screenshots entstanden in einer lokalen Testumgebung mit erfundenen Demodaten – echte Kunden, Firmen oder Personen kommen darin nicht vor.

# Inhalt


## 1. Erste Schritte 7

Was ist Sayweek? 7
Registrierung 7
Registrierung mit Einladungscode 7
Anmeldung 8
Erste Anmeldung: Bedingungen akzeptieren 9
Testphase 10
Die „60-Sekunden"-Einrichtung (/kezdes) 10
„Bist das du?" – das Profil prüfen 11
Branchen-Startpaket 13
Manuelle Einrichtung (fünf Schritte) 14
Der Aufbau des Bildschirms 15
Suche und Befehle (⌘K) 16
Hinweisleisten unter der Kopfzeile 16

## 2. Die Übersicht und der Wochenplan 18

Die Übersicht 18
Aufgaben und Stand (Panel) 21
Der Wochenplan 22
Status eines Posts 23
Schnellaktionen an einem Zeitfenster 24
Fehlender Post – ein leeres Zeitfenster füllen 25
Zugaben – Posts neben dem Plan 26
Das Panel „Posts schreiben" 26
Ein neuer Post an einem beliebigen Tag 27
Schnellpost – ein Post, mehrere Kanäle, vier Schritte 27
Feiertage und besondere Tage 33
Warteliste, Themenbalance, „was Sayweek berücksichtigt" 34

## 3. Ideen 35

Die fünf Tabs 35
Eine Idee in die Ideenbox werfen 36
Vorschläge und Entscheidung 37
Nach Quelle filtern 38
Woher können Ideen kommen? 38
Ein Meeting-Transkript von Hand hinzufügen 39
Beiträge aus langen Inhalten 39
Aus langen Inhalten eine Monatsserie 39
Massenimport 40
Aus News: der News-Radar 41
Trendthemen in deinem Fachgebiet 42
Aus Mails & Kalender 43
Networking: 10 Minuten am Tag 44
Verkaufsanlässe 45
Post-Ideen aus deinen Kommentaren 46
Kundenstorys 47

## 4. Einen Post mit der KI schreiben und bearbeiten 49

Der Aufbau des Editors 49
Den Text bearbeiten 50
Neu generieren 51
Fragen klären 51
Bild, Video, Grafik 51
Video-Cover (Reel, TikTok, YouTube) 52
Weitere Einstellungen und Vorschau 52
Qualitätsprüfung: Hindernisse und Warnungen 52
Automatische Anpassung beim Senden 53
Unten im Editor: Carousel, Wiederverwenden, Versionen, Herkunft 55
Compliance-Prüfung (regulierte Branchen) 56
Sprachvarianten 58
Einstiegssatz-Test (A/B) 58
Alternativtext 59
Video aus diesem Post – der Teleprompter 60
Blogartikel aus diesem Post 60
Fotoassistent (Fotos) 61
Fotos zum Post – Karussell, Collage oder Video aus den Fotos eines Events 62
Vorlagen 65
Co-Posts mit anderen Unternehmen 66
Demnächst im Editor 67
Die Sprache des Posts 68
Ein veröffentlichter Post 68
Antworten auf Threads 68

## 5. Deine Stimme und die Team-Stimme 69

Markenregeln und Beispiele 69
Tonalitäts-Notiz, Themensäulen und verbotene Wörter der Marke 70
Beispielbeiträge und Geschichtenbank (Ideen → Aus News) 72
Schnellstart mit deinen bisherigen Posts 73
Kundennamen 74
Team-Stimme – was bedeutet das für Einzelnutzer:innen? 74

## 6. Freigabe und Planung 76

Der Lebenslauf eines Posts 76
Freigeben 76
Zurückziehen 77
Test- und Live-Modus 77
Veröffentlichen pausieren 78
Jetzt veröffentlichen 79
Was passiert zum geplanten Zeitpunkt? 79
Wenn etwas nicht rausging 80
Posting-Tage und -Zeiten 80
Zeitzone und Reisen 81
Die -Zeile – woher Sayweek weiß, wo du bist 83
Feiertage und Sperrtage 85
Zweistufige Freigabe und Kundenfreigabe 85
Mehrstufige Freigabeketten 86
Freigeben ohne Internet (Offline-Modus) 88

## 7. Kalender 90

Ansichten und Navigation 90
Schnellansicht eines Posts 91
Verschieben per Ziehen 92
Verschieben auf ein genaues Datum 92
Mit der Tastatur 92
Dein Postkalender im eigenen Kalender (iCal) 92
Ein teilbarer Kalender für deinen Kunden 93
Kampagnenplaner 94

## 8. Marken, Kanäle und das Verbinden der Netzwerke 96

Der Aufbau der Seite 96
Direkt oder über Postiz? 97
Ein Konto verbinden 98
Auf direkt umstellen: in Postiz geplante Posts 99
Postiz verbinden 99
Eine neue Marke 100
Einen Kanal einrichten 101
Schnellaktionen auf der Kanalkarte 102
Einen Kanal in eine andere Marke verschieben 102
Trennen und löschen 103
Sicherheitsnetz für regulierte Branchen 103
Recruiting-Modus 105
Branche, Land und die Evergreen-Einstellung 106
Die Limits deines Tarifs 106
Gemeinsames Posten (Kanalgruppen) – kurz 106

## 9. Integrationen 107

Die Seite Alle Integrationen 107
Was die Status bedeuten 108
Das Detailfenster 108
Der Einrichtungsassistent 109
Das Infofenster („i“) 109
Eine Integration anfragen 110
Microsoft 365 und Google Workspace: ein Konto, vier Funktionen 111
E-Mail und Kalender 112
Meetings: Zoom, Google Meet, Teams, Fireflies, Fathom, tl;dv 113
CRM: HubSpot und Pipedrive 115
Notizen und Datenbanken: Notion, Airtable 115
Design und Medien: Canva, Figma, Google Drive, Dropbox, OneDrive, Unsplash 116
Analytics: Google Analytics 4 116
Benachrichtigungen an andere Apps: Slack, Teams, Discord 117
Ideen aus deinem Slack- oder Teams-„Erfolge“-Kanal 117
KI-Assistenten, API und Automatisierung 118
Aufgaben-Apps: Ideen rein, To-dos raus 120
Calendly und Cal.com: Termine, die aus deinen Posts gebucht wurden 122
Die übrigen Integrationen kurz 123

## 10. Statistik und was Sayweek gelernt hat 124

Bevor du startest 124
Der Tab Übersicht 124

Evergreen-Kandidaten 125
Vergleich mit ähnlichen Unternehmen 126
Geschäftsergebnis: Welcher Post hat Kunden gebracht? 126
Der Tab Posts und die Details eines Posts 128
Die übrigen Tabs 129
LinkedIn-Profil-Check 130
Themenlücken-Radar 131
Profil-Gesundheit 132
Ein Leitfaden zum Download aus deinen besten Posts 133
Erwähnungen: was über dich gesagt wird 134
Anzeigen: einen Post bewerben (demnächst) 136
Die Seite Wachposten: Krisenbremse, kritische Kommentare, zweite Chance 136
Was Sayweek gelernt hat 139
Die gelernten Regeln verwalten 140
Monatlicher Newsletter 141

**11. Wochen-Interview 144**

Wie es startet 144
Die Fragen beantworten 145
Zusammenfassung und Post-Vorschläge 146
Wann und worüber gefragt wird 146
Wochenanruf – das Interview am Telefon 147

**12. Telegram-Bot, Browser-Erweiterung und Handy-App 149**

Telegram und WhatsApp 149
Browser-Erweiterung: In Sayweek speichern 150
Die Handy-Apps 152
Das Handy verbinden 152
Apple Erinnerungen und Siri (iPhone) 153
Ein Tipp auf dem Handy 154

**13. Benachrichtigungen und Erinnerungen 155**

Die tägliche Erinnerung 156
Push-Benachrichtigungen einschalten 156
Erinnerungen an ablaufende Verbindungen 157
Die morgendliche Networking-Übersicht 157
Wächter: Krise, kritische Kommentare, zweite Chance 157
Montags-Zusammenfassung und wöchentliche Fotoanfragen 158
Wer bekommt was? 158

**14. Abo und Abrechnung 159**

Die Tarife 159
Dein aktueller Tarif und die Nutzung 160
Ein KI-Paket kaufen 160
Tarife vergleichen und wählen 161
Tarif wechseln 162
Zahlungsmethode und Rechnungsdaten 162
Rechnungen 162
Kündigen 163
Wenn die Testphase endet 163
Freunde empfehlen 163
Kolleg:innen einladen und deine Empfehlungen verfolgen 164

**15. Konto, Daten und Datenschutz** 166
Konto & Sicherheit 166
Passwort und Passkeys 167
Zwei-Faktor-Authentifizierung 167
Geräte & Sitzungen 167
Sprache & Zeitzone 168
Daten und Datenschutz 168
Was genau passiert beim Löschen des Kontos? 169
Compliance & KI-Transparenz 170
Das Herkunftsprotokoll eines Posts 171
**16. Häufige Fragen und Fehlerbehebung** 173
Veröffentlichen 173
Verbindungen und Integrationen 173
KI und Kontingente 174
Anmeldung und Konto 174
Benachrichtigungen, Abo, Daten 175
Funktioniert Sayweek gerade? 176
Hilfe und Support 177
Bewerte unsere Hilfe 177

# 01 Erste Schritte

Registrierung, Anmeldung, Einrichtung, Aufbau des Bildschirms

Dieses Kapitel begleitet dich durch den ersten Tag: wie du dich registrierst und anmeldest, was die erste Anmeldung verlangt, wie Sayweek deinen Workspace in etwa einer Minute aus deiner Website einrichtet und wo du auf dem Bildschirm das Wichtigste findest.

## Was ist Sayweek?

Sayweek ist ein Social-Media-Assistent für Berater:innen, Coaches, Expert:innen und kleine Unternehmen. Claude (die KI) schreibt deine LinkedIn-, Instagram-, Facebook- und anderen Posts in deiner Stimme und plant sie an den Posting-Tagen deiner Kanäle in den Wochenplan ein; du prüfst sie und gibst sie frei, und Sayweek veröffentlicht sie zur geplanten Zeit – direkt im Netzwerk oder über den Planer Postiz. Ideen holt es sich auch aus deinen Notizen, den News, deinen E-Mails, Meetings und deinem Kalender. **Nichts geht ohne deine Freigabe raus.**

## Registrierung

Auf der Registrierungsseite (**14 Tage kostenlos testen**) hast du zwei Möglichkeiten:

- **Mit Google registrieren** – ein Klick, kein Passwort. (Die Schaltfläche erscheint nur, wenn die Google-Anmeldung aktiviert ist.)
- Mit E-Mail: Fülle **Dein Name**, **E-Mail** und **Passwort (mindestens 10 Zeichen)** aus, hak die Zustimmung zu AGB und Datenschutzerklärung sowie die B2B-Erklärung an (**Ich registriere mich als Unternehmen…**) und klick auf **Registrieren**.

Bei der Registrierung per E-Mail erscheint **Schau in dein Postfach!**: Klick auf den Link in der Bestätigungsmail – dann ist dein Konto fertig, und du meldest dich künftig mit E-Mail und Passwort an.

> i Sayweek ist nur für Unternehmen (B2B): als Firma, Selbstständige:r oder für deine berufliche Tätigkeit.

## Registrierung mit Einladungscode

Läuft die Registrierung gerade nur mit Einladung, heißt die Seite **Kostenlos testen**, darunter steht: „Die Registrierung läuft gerade nur mit Einladung.“ Dann gibt es zwei Wege:

- **Einladungscode** – das erste Feld des Formulars (z. B. „SAYWEEK-7KQ4“). Sayweek prüft ihn schon beim Tippen und zeigt, was er bringt (z. B. „Gültiger Code: 30 Tage Test…“). Länge und Tarif der Testphase legt dann der Code fest. Hast du einen Einladungslink bekommen (…/regisztracio?kod=…), ist der Code schon eingetragen.
- **Persönliche Einladung per E-Mail** – über den Link in der E-Mail ist die Adresse schon eingetragen; registriere dich mit dieser Adresse.

Auch bei offener Registrierung kannst du einen Code eingeben: Klick auf **Hast du einen Einladungscode?** (das Feld heißt dann **Einladungscode (falls vorhanden)**). Bei einem ungültigen, abgelaufenen, aufgebrauchten oder zurückgezogenen Code sagt das Formular, was nicht stimmt.

## Anmeldung

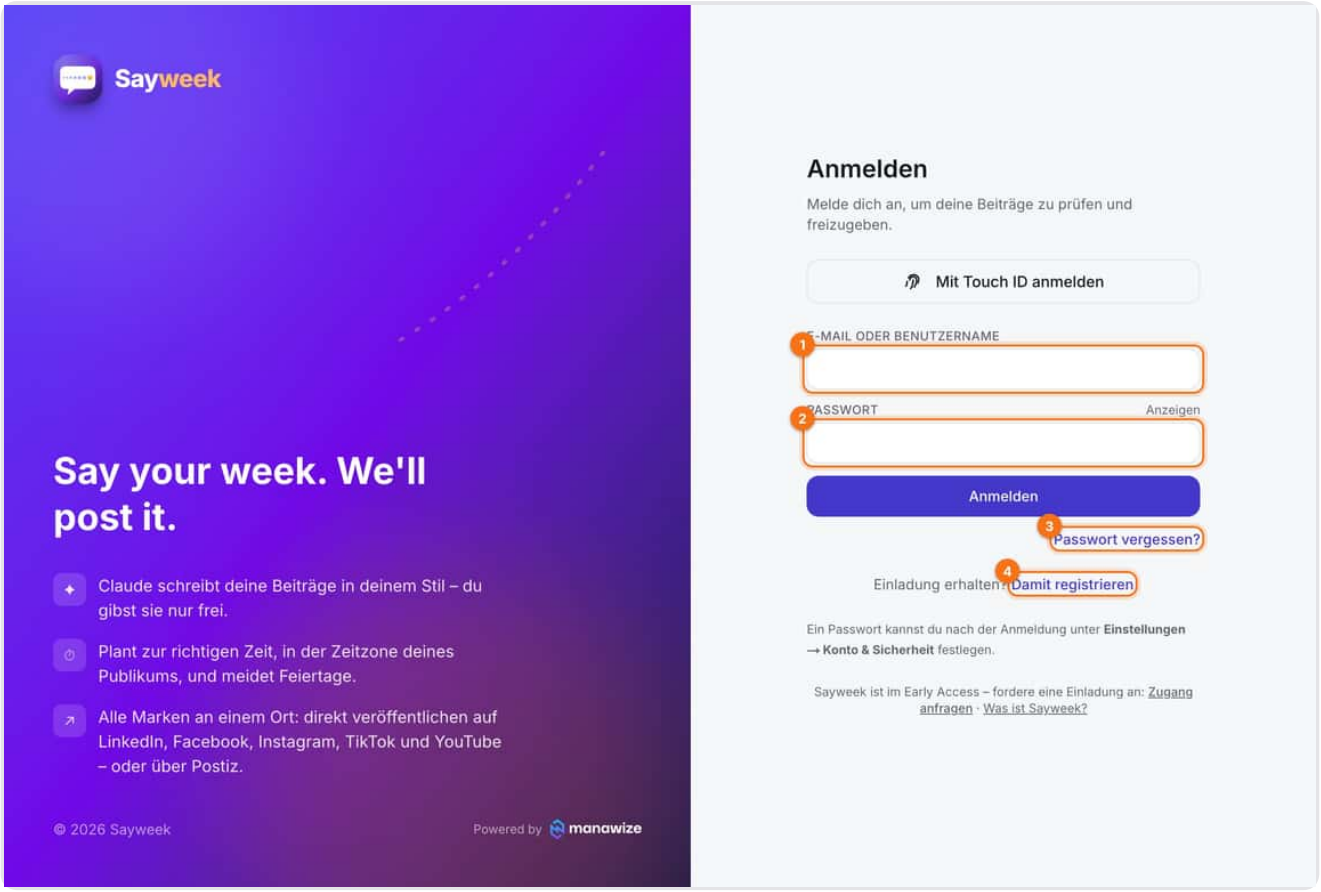



Abbildung 1 – Die Anmeldeseite: Passkey, Google / Microsoft (falls aktiviert) und E-Mail + Passwort.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **E-Mail oder Benutzername** | Deine E-Mail-Adresse (oder dein Benutzername, falls du einen festgelegt hast). |
| 2 | **Passwort** | Das Passwort aus der Registrierung. Mit Zwei-Faktor-Authentifizierung erscheint nach dem Passwort das Feld **Bestätigungscode**. |
| 3 | **Passwort vergessen?** | Fordere per E-Mail ein neues Passwort an. Nach dem Speichern des neuen Passworts werden alle bisherigen Sitzungen abgemeldet. |
| 4 | **Registrieren – 14 Tage kostenlos** | Falls du noch kein Konto hast (im Einladungsmodus: **Einladung erhalten? Damit registrieren**). |

Über dem Passwortformular gibt es weitere Anmeldewege:

- **Mit passkey anmelden** (am Mac **Mit Touch ID anmelden**) – ohne Passwort, per Fingerabdruck oder Gesicht. Das klappt erst, wenn du unter **Einstellungen → Konto & Sicherheit** einen Passkey angelegt hast (siehe Kapitel Konto & Sicherheit).
- **Weiter mit Google** und **Weiter mit Microsoft** – wenn sie auf dem Server aktiviert sind. Mit einem neuen Google-Konto ist das zugleich die Registrierung.

> ✔ **Tipp**
> Für ein mit Google angelegtes Konto kannst du später unter **Einstellungen → Konto & Sicherheit** ein Passwort festlegen – dann meldest du dich auch in der Handy-App mit Passwort an.

## Erste Anmeldung: Bedingungen akzeptieren

Bei der ersten Anmeldung eines neuen Kontos – egal, wie du dich registriert hast – bittet Sayweek dich zuerst, die rechtlichen Bedingungen zu akzeptieren. Das ist ein einziger Bildschirm:

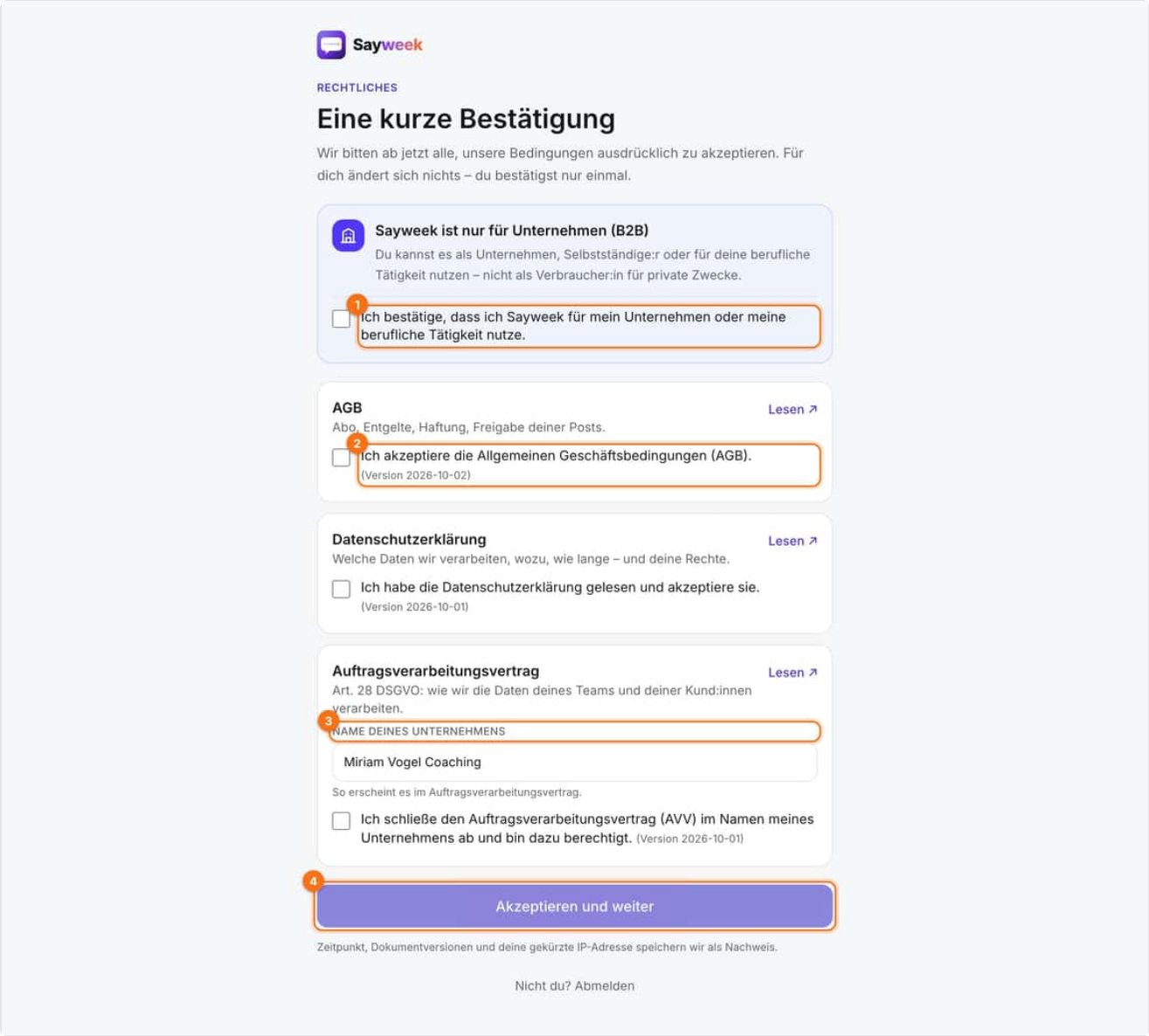



Abbildung 2 – Die erste Anmeldung: Bedingungen akzeptieren (ein Bildschirm, ein Klick).

| | |
|---|---|
| 1 **B2B-Erklärung** | **Ich bestätige, dass ich Sayweek für mein Unternehmen oder meine berufliche Tätigkeit nutze.** – Pflicht. |
| 2 **AGB und Datenschutzerklärung** | Zwei Häkchen; der Link **Lesen** öffnet das Dokument (mit Version) in einem neuen Tab. |
| 3 **AVV** | Den Auftragsverarbeitungsvertrag (AVV) bekommt nur der Inhaber des Workspace: Du schließt ihn im Namen deines Unternehmens ab. Dafür brauchst du auch **Name deines Unternehmens** – so erscheint es im Vertrag. |
| 4 **Akzeptieren und weiter** | Aktiv, sobald alle Häkchen gesetzt sind. Danach folgt die Einrichtung (**/kezdes**). |

> i Zeitpunkt, Dokumentversionen und deine gekürzte IP-Adresse speichert Sayweek als Nachweis. Werden die Bedingungen später aktualisiert, erscheint derselbe Bildschirm erneut („Wir haben unsere Bedingungen aktualisiert“) – eine Zeit lang kannst du ihn mit **Später** verschieben.

## Testphase

Ein neuer Workspace startet mit einer **14-tägigen kostenlosen Testphase**, ohne Kreditkarte (mit Einladungscode in der Länge des Codes). Die 14 Tage zählen ab der ersten echten Nutzung: Wenn du nach dem Akzeptieren der Bedingungen die Einrichtung zum ersten Mal öffnest, beginnt die Testphase in voller Länge neu. In der Testphase kannst du bis zu 2 Marken und 4 Kanäle nutzen und dir monatlich 20 Posts von der KI schreiben lassen. Tarife und Bezahlung behandelt das Kapitel Abo.

## Die „60-Sekunden“-Einrichtung (/kezdes)

Nach dem Akzeptieren bringt dich Sayweek zur Einrichtung: **Deine erste Woche in 60 Sekunden**. Keine langen Formulare: Du gibst deine Website ein (und auf Wunsch ein paar frühere Beiträge), Sayweek liest sie, beschreibt, wer ihr seid, euren Ton und worüber sich Posts lohnen – und schreibt dann die Posts deiner ersten Woche.

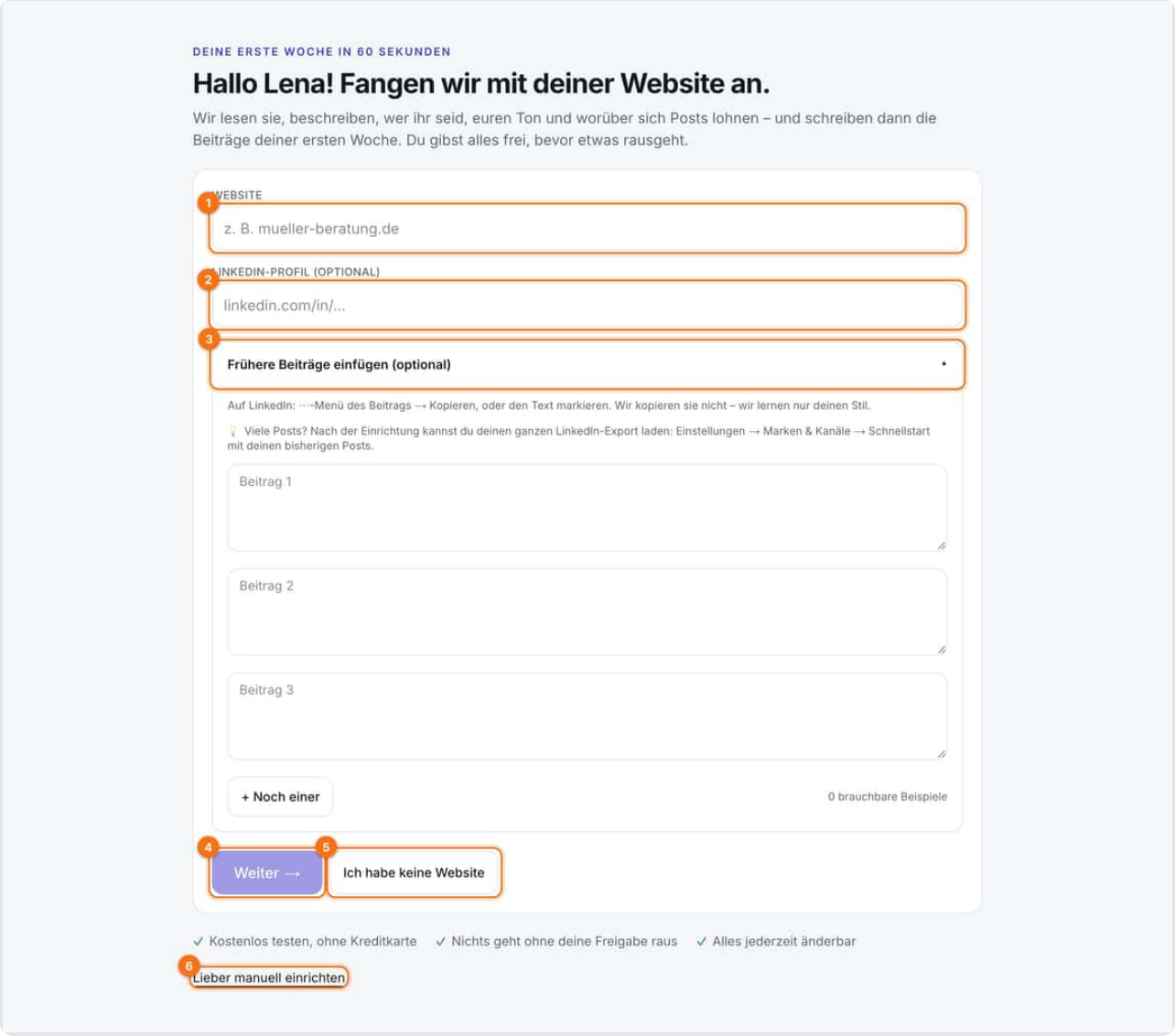



Abbildung 3 – Der erste Bildschirm der Einrichtung: Website, LinkedIn-Profil, frühere Beiträge.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Website** | Die Website deiner Firma oder deine eigene (z. B. „mueller-beratung.de“). Sayweek liest einige ihrer Seiten. |
| 2 | **LinkedIn-Profil (optional)** | Gibst du es an, weist Sayweek darauf hin, dass es LinkedIn-Profile nicht automatisch liest, weil die Regeln von LinkedIn das nicht erlauben – füge stattdessen ein paar Beiträge ein. |
| 3 | **Frühere Beiträge einfügen (optional)** | Öffnet 3 Felder (mit **+ Noch einer** bis zu 8). Daneben siehst du, wie viele **brauchbare Beispiele** es sind. Die Beiträge werden nicht kopiert – Sayweek lernt nur deinen Stil. |
| 4 | **Los – lies sie / Weiter** | Startet die Analyse. Ohne Website, nur mit eingefügten Beiträgen, heißt sie **Weiter**. |
| 5 | **Ich habe keine Website** | Statt einer Website beantwortest du 3 kurze Fragen (was du machst, wer deine besten Kunden sind, was dich anders macht). |
| 6 | **Lieber manuell einrichten** | Der manuelle Assistent in fünf Schritten (siehe unten). |

Während der Analyse (**Wir lernen dich kennen…**) siehst du fünf echte Schritte nacheinander, keinen Ladebildschirm: **Website lesen**, **LinkedIn**, **Deine Beiträge**, **Verstehen, was du machst**, **Ton, Themen und Regeln**. Sobald ein Teil fertig ist, erscheint seine Karte (**Wer ihr seid**, **Themensäulen**, **Leistungen**, **Tonalität**).

> i Öffnet sich die Website nicht oder hat sie kaum lesbaren Text, arbeitet Sayweek mit dem Rest. Ist insgesamt zu wenig Material da, stellt es drei kurze Fragen (**Dafür ist es noch etwas wenig – 3 kurze Fragen**) und schreibt aus deinen Antworten dein Profil (**Profil schreiben**).

## „Bist das du?“ – das Profil prüfen

Am Ende der Analyse kommt der Bildschirm **Bist das du?**. Ändere, was du willst – jeder spätere Beitrag baut darauf auf, und in den Einstellungen kannst du es später auch noch ändern.

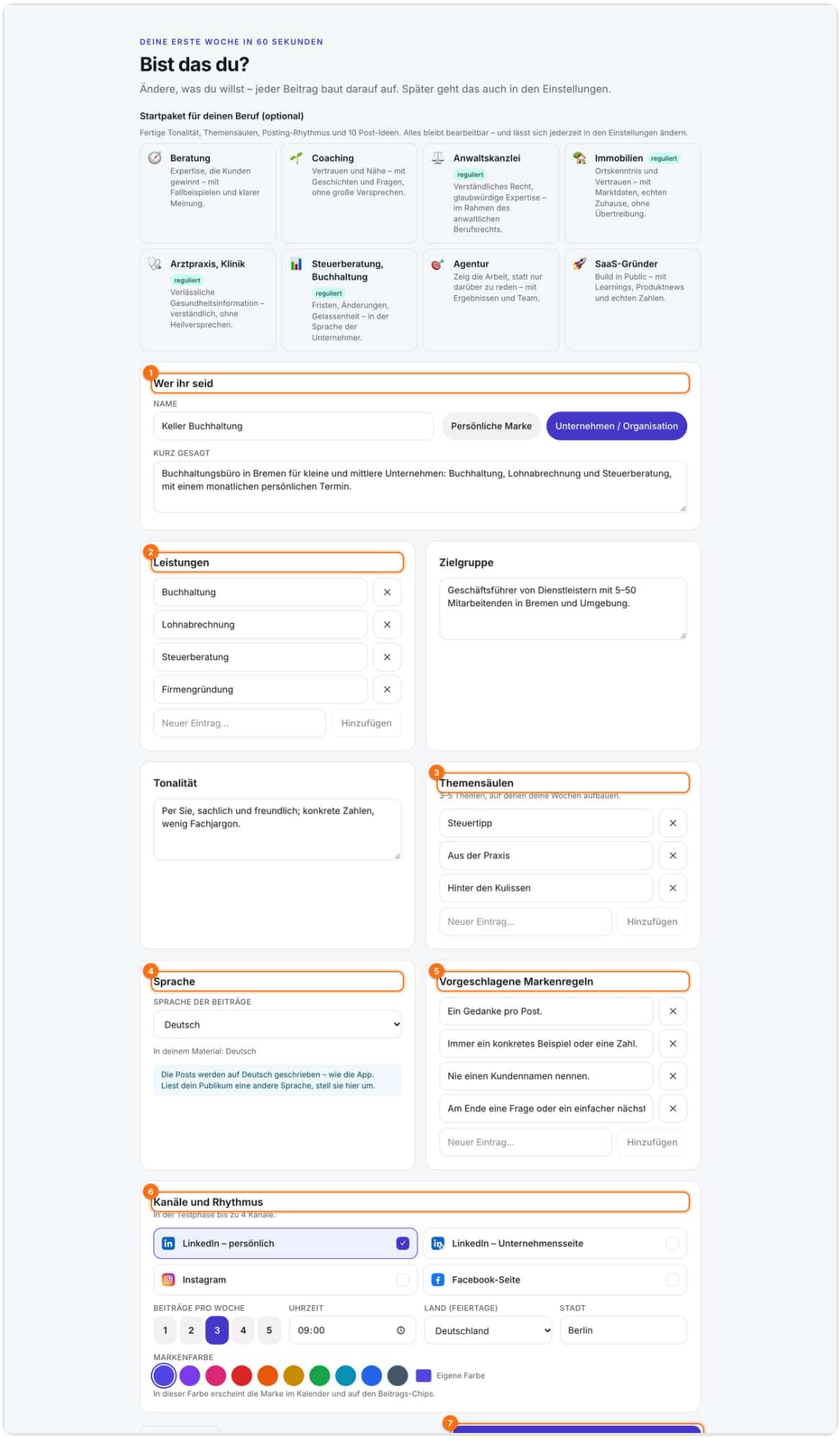



Abbildung 4 – Der Bildschirm „Bist das du?“: das von Sayweek erstellte Profil, Kanäle und Rhythmus.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Wer ihr seid** | **Name**, **Persönliche Marke** oder **Unternehmen / Organisation** und eine kurze Zusammenfassung (**Kurz gesagt**). Eine Firmenmarke postet nicht an den Feiertagen ihres Landes, eine persönliche schon. |
| 2 | **Leistungen, Zielgruppe, Tonalität** | Listen und kurze Texte – mit **Hinzufügen** erweitern, mit × entfernen. |
| 3 | **Themensäulen** | 3–5 Themen, auf denen deine Wochen aufbauen. Mindestens eines ist nötig. |
| 4 | **Sprache** | **Sprache der Beiträge** (Ungarisch, Englisch, Deutsch). Darunter erklärt Sayweek, warum es diese gewählt hat: Die Sprache der Posts gehört zur Marke, nicht zur App. |
| 5 | **Vorgeschlagene Markenregeln** | Kurze, einhaltbare Schreibregeln für deinen Ton (bis zu 8). Daraus werden die ersten Stilregeln der Marke. |
| 6 | **Kanäle und Rhythmus** | Wo du postest (**LinkedIn – persönlich**, **LinkedIn – Unternehmensseite**, **Instagram**, **Facebook-Seite**; in der Testphase bis zu 4), **Beiträge pro Woche** (1–5), **Uhrzeit**, **Land (Feiertage)**, **Stadt** und die Markenfarbe. |
| 7 | **Ja, das bin ich – schreib meine erste Woche** | Richtet den Workspace ein und startet das Schreiben der ersten Woche. **Neu anfangen** bringt dich zurück zum Anfang. |

Was passiert nach der Bestätigung?

- Die Marke wird mit Name, Sprache, Land, Tonalitäts-Notiz und Säulen angelegt; die eingefügten Beiträge werden als Beispiele der Marke gespeichert.
- Die Kanäle werden angelegt. Die Tage wählt Sayweek nach der Anzahl pro Woche: 1 Post → Dienstag; 2 → Dienstag und Donnerstag; 3 → Montag, Mittwoch, Freitag; 4 → Montag, Dienstag, Donnerstag, Freitag; 5 → Montag bis Freitag – jeweils zur angegebenen Uhrzeit. Pro Kanal kannst du das später ändern (siehe Kapitel Freigabe und Planung).
- Für die freien Zeitfenster der 7 Tage ab morgen schreibt Sayweek je einen Post – nacheinander, während du zusiehst (**Deine erste Woche**, „2 von 3 fertig“). Lässt das monatliche KI-Kontingent deines Tarifs weniger zu, schreibt es nur so viele und sagt dir das.
- Wenn alles fertig ist: **Deine erste Woche ist fertig!** – **Prüfen und freigeben** führt zum Wochenplan.
- Sind direkte Verbindungen auf dem Server verfügbar, kannst du unter **Letzter Schritt: Verbinde deine Konten** mit **LinkedIn verbinden** und **Facebook / Instagram verbinden** sofort deine Konten verbinden. Das geht auch später (Kapitel Kanäle).

> **!** **Achtung**
> Die Einrichtung legt die Kanäle an, **verbindet** deine Social-Media-Konten aber **nicht**. Solange ein Kanal keinen Veröffentlichungsweg hat (direkte Verbindung oder Postiz-Konto), werden seine Posts geschrieben, lassen sich aber nicht zur Veröffentlichung freigeben – der Editor zeigt das an (**Dieser Kanal hat noch keinen Veröffentlichungsweg.**).

> **i** Die Zahl der Analysen pro Tag ist begrenzt. Sind sie aufgebraucht, siehst du: „Die Analysen für heute sind aufgebraucht.“ – versuch es morgen wieder oder richte es manuell ein. Ist die KI gerade nicht erreichbar, schlägt sie die manuelle Einrichtung vor.

## Branchen-Startpaket

Mit einem Startpaket ist eine neue Marke in wenigen Minuten startklar. Es gibt sie für acht Berufe – Beratung, Coaching, Anwaltskanzlei, Immobilien, Arztpraxis / Klinik, Steuerberatung, Agentur und SaaS-Gründer – und jedes enthält eine Tonalität, Schreibregeln, Themensäulen mit ihren Anteilen, einen Posting-Rhythmus pro

Netzwerk, 10 Post-Ideen und bei regulierten Berufen einen Vorschlag für das Sicherheitsnetz. Auf dem Bildschirm **Bist das du?** kannst du deinen Beruf wählen, und Sayweek füllt Tonalität, Themensäulen, Regeln und Ideen aus – vor dem Speichern kannst du noch alles ändern. Später findest du es unter **Einstellungen → Marken & Kanäle** auf der Karte **Branchen-Startpaket**, pro Marke.

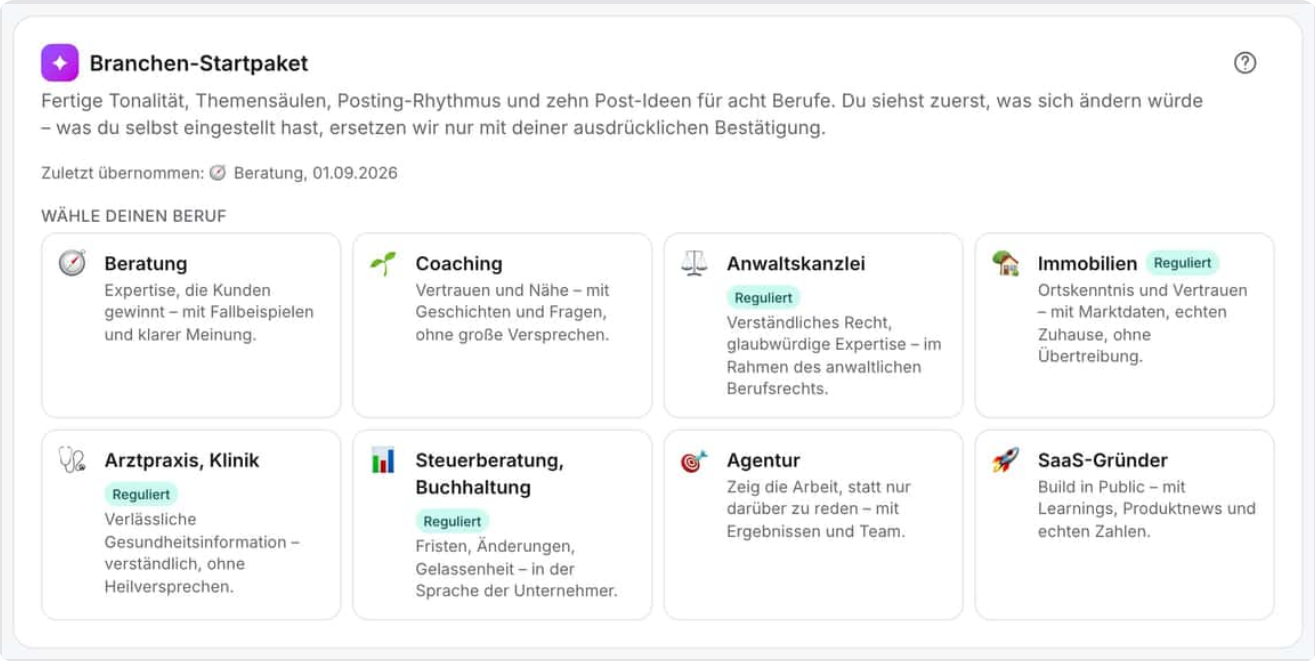



Abbildung 5 – Die Karte Branchen-Startpaket: die acht Berufe und wann zuletzt ein Paket auf die Marke angewendet wurde.

1. Wähle die Marke und klick unter **Wähle deinen Beruf** auf deinen Beruf.
2. Die Vorschau zeigt pro Element, was sich ändern würde: **Neu**, **Schon so** oder **Würde deine Einstellung ersetzen**.
3. Hake an, was du übernehmen möchtest. Was deine eigene Einstellung ersetzen würde, kommt erst nach einer zusätzlichen Bestätigung hinein.
4. Klick auf **N Elemente übernehmen**. Die Ideen landen in deiner **Ideenbox**, nicht im Kalender – nichts wird eingeplant.

> ✔ **Tipp**
> Die Inhalte kommen in der Sprache der Marke, egal in welcher Sprache die App läuft. Bei regulierten Berufen schlägt das Paket das Sicherheitsnetz für regulierte Branchen nur vor – einschalten musst du es selbst (Kapitel Kanäle).

## Manuelle Einrichtung (fünf Schritte)

Der Link **Lieber manuell einrichten** öffnet den Assistenten **Willkommen bei Sayweek!**: fünf kurze Schritte, ca. 10 Minuten. Mit **← Zurück zur Schnelleinrichtung (über deine Website)** kommst du zurück.

1. **Marke**: **Marke oder dein Name**, **Sprache der Beiträge**, **Land (Feiertage)**, **Deine Stadt**, **Zeitzone** sowie **Persönliche Marke (ich)** oder **Unternehmen / Organisation**. Klick auf **Weiter →**.
2. **Kanäle**: **LinkedIn – persönliches Profil**, **LinkedIn – Unternehmensseite** oder **Instagram**, jeweils mit einer Bezeichnung; mit **+ Kanal** fügst du weitere hinzu.
3. **Deine Stimme**: Füge 3–5 frühere Beiträge ein (Texte unter 40 Zeichen zählen nicht als Beispiel) und fülle auf Wunsch **Etwas zum Tonfall? (optional)** aus.

4. **Rhythmus**: Wähle die Tage, gib die **Uhrzeit:** an und lass **Beiträge für die nächsten 2 Wochen sofort schreiben** angehakt, wenn du sofort Entwürfe möchtest.
5. Klick auf **Fertig, los geht's** (ca. eine halbe Minute). Im Schritt **Fertig** kannst du deine Konten verbinden oder mit **Zum Wochenplan →** weitermachen.

> ✔ **Tipp**
> Im ersten Schritt überspringst du mit **Später einrichten** das Ganze: Es entsteht ein leerer Workspace, und du legst die Marke in den Einstellungen an (Kapitel Kanäle). Die Einrichtung startet danach nicht erneut.

## Der Aufbau des Bildschirms

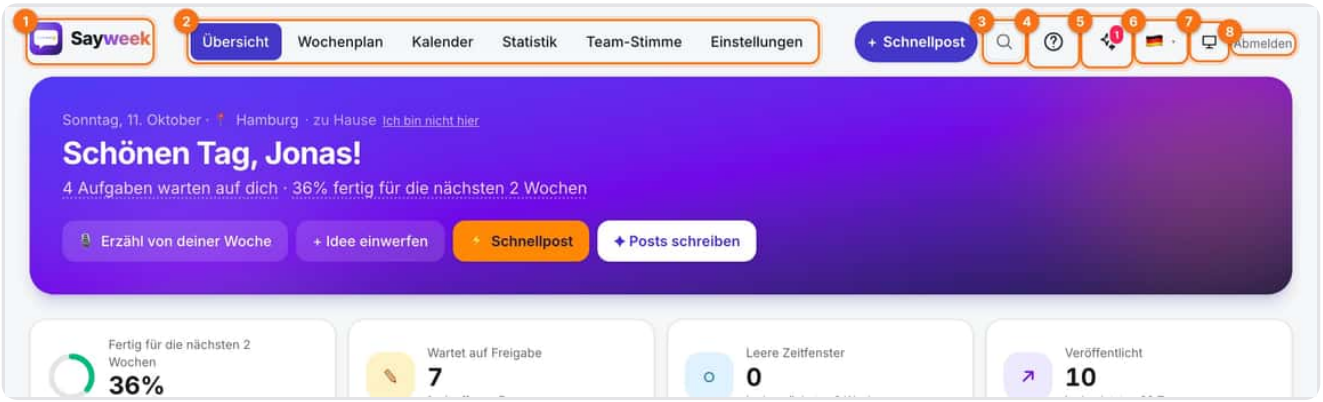



Abbildung 6 – Die Kopfzeile: Hauptmenü, Suche, Hilfe, Neuigkeiten, Sprache, Darstellung und Abmelden.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Sayweek-Logo** | Von überall zurück zur **Übersicht**. |
| 2 | **Hauptmenü** | **Übersicht**, **Wochenplan**, **Kalender**, **Statistik**, **Team-Stimme**, **Einstellungen**. Die aktuelle Seite ist hervorgehoben. |
| 3 | **Suche und Befehle** | Die Lupe (auf breiteren Bildschirmen mit **Suchen…**) öffnet die Befehlspalette; per Tastatur ⌘K (Mac) oder Strg+K (Windows). |
| 4 | **Hilfe** | Seitenleiste: die Artikel zur aktuellen Seite (**Zu dieser Seite**), die Hilfesuche und der Hilfe-Assistent. |
| 5 | **Neuigkeiten** | Die Neuerungen der letzten Zeit; die Zahl zeigt die ungelesenen. |
| 6 | **Sprache (Flagge)** | **Magyar**, **English** oder **Deutsch** – die Sprache der Oberfläche. Die Sprache der Posts ist davon unabhängig, die stellst du pro Marke ein. |
| 7 | **Darstellung** | Wechselt reihum: **Automatisch (System)** → **Hell** → **Dunkel**. Das merkt sich der Browser. |
| 8 | **Abmelden** | Abmeldung in diesem Browser. |

> i Die Seite **Ideen** steht nicht im Hauptmenü: Du erreichst sie mit **+ Idee einwerfen** auf der Übersicht, über die Suche oder mit `G`, dann `I`. Am Handy ist das Menü eine Tab-Leiste unten (**Start**, **Woche**, **Kalender**, **Statistik**, **Einstell.**); die Team-Stimme steht dort nicht, Darstellung und Abmelden findest du in den Einstellungen.

## Suche und Befehle (K)

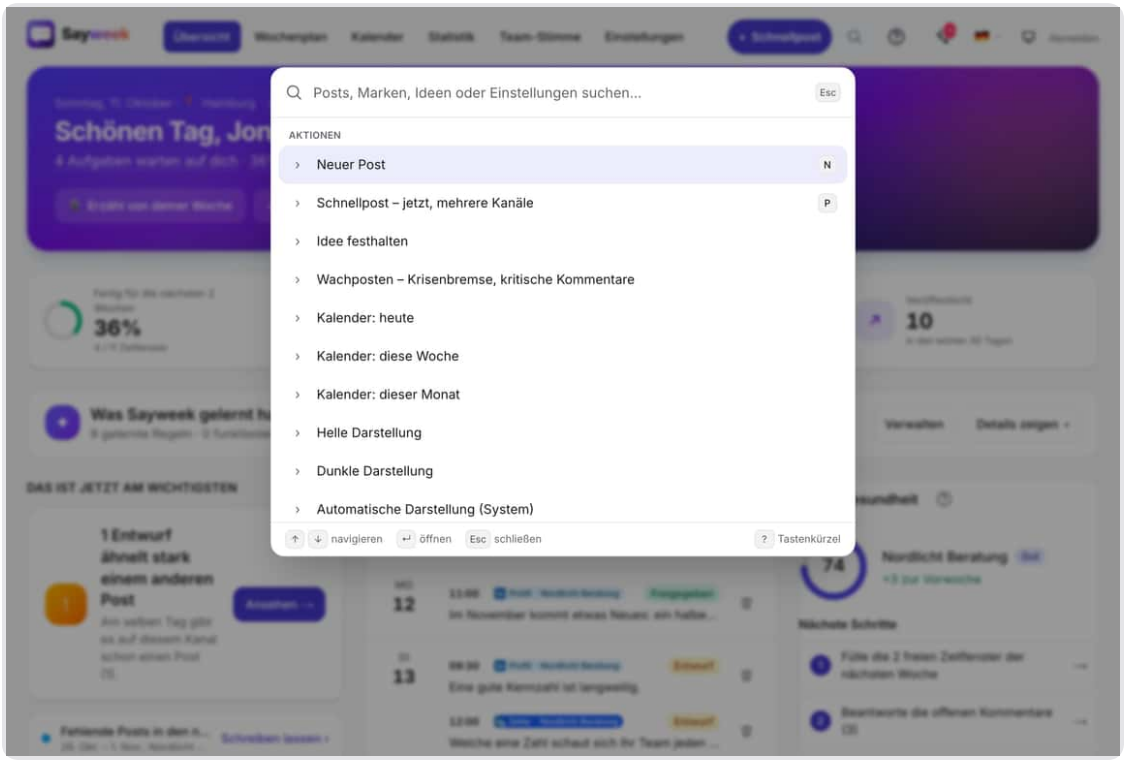



Abbildung 7 – Die Befehlspalette: Seiten, Aktionen, Einstellungen – und ab 2 Buchstaben Posts, Marken und Ideen.

Fang an zu tippen: Seiten, Aktionen (**Neuer Post**, **Idee festhalten**, **Kalender: heute**, **Kalender: diese Woche**, **Kalender: dieser Monat**, **Helle Darstellung** / **Dunkle Darstellung**, **Hilfe öffnen**, **Hilfe-Assistenten fragen**) und Einstellungen erscheinen sofort; ab 2 Buchstaben werden auch Posts, Marken und Ideen gesucht. Mit ↑ ↓ wählen, mit Enter öffnen, mit Esc schließen.

**✔ Tastenkürzel**

- `?` – die Liste der **Tastenkürzel**
- `N` – neuer Post
- `G`, dann `H` / `W` / `C` / `I` / `A` / `T` / `S` – Übersicht / Wochenplan / Kalender / Ideen / Statistik / Team-Stimme / Einstellungen
- `/` – springt auf der Einstellungsseite ins Feld **Einstellung finden…**
- Im Kalender: `D` / `W` / `M` / `L` Ansicht wechseln, `T` heute, ← → blättern

Tastenkürzel greifen nicht, solange du in einem Textfeld tippst.

Muss eine Aktion bestätigt werden (Löschen, Live schalten, sofort veröffentlichen), fragt die App in einem eigenen Fenster: **Ja** führt sie aus, **Abbrechen** tut nichts.

## Hinweisleisten unter der Kopfzeile

Manchmal erscheint unter der Kopfzeile eine farbige Leiste – sie ist immer anklickbar und führt dorthin, wo etwas zu tun ist:

- **Noch N Tage Testphase. Pläne →** – in den letzten 7 Tagen der Testphase (läuft gerade ein Einführungsangebot, während der ganzen Testphase, mit dem Angebot).
- **Dein Test ist abgelaufen – deine Posts bleiben erhalten…** – nach der Testphase; Schreiben und Planen brauchen dann einen Plan.

- **Pausiert: kein Post geht raus, bis du fortsetzt.** – daneben **Details** und **Fortsetzen** (siehe Kapitel Freigabe und Planung).
- Bei einem Zahlungsproblem eine Leiste, die zum Klären der Zahlung auffordert (Kapitel Abo).

# 02 Die Übersicht und der Wochenplan

Menü: Übersicht (/) und Wochenplan (/het)

Die zwei Seiten, die du am häufigsten öffnen wirst. Die **Übersicht** sagt dir, was gerade am wichtigsten ist und wie die nächsten zwei Wochen aussehen. Der **Wochenplan** zeigt die Zeitfenster deiner Kanäle Post für Post – hier lässt du leere Plätze schreiben und gibst frei.

## Die Übersicht

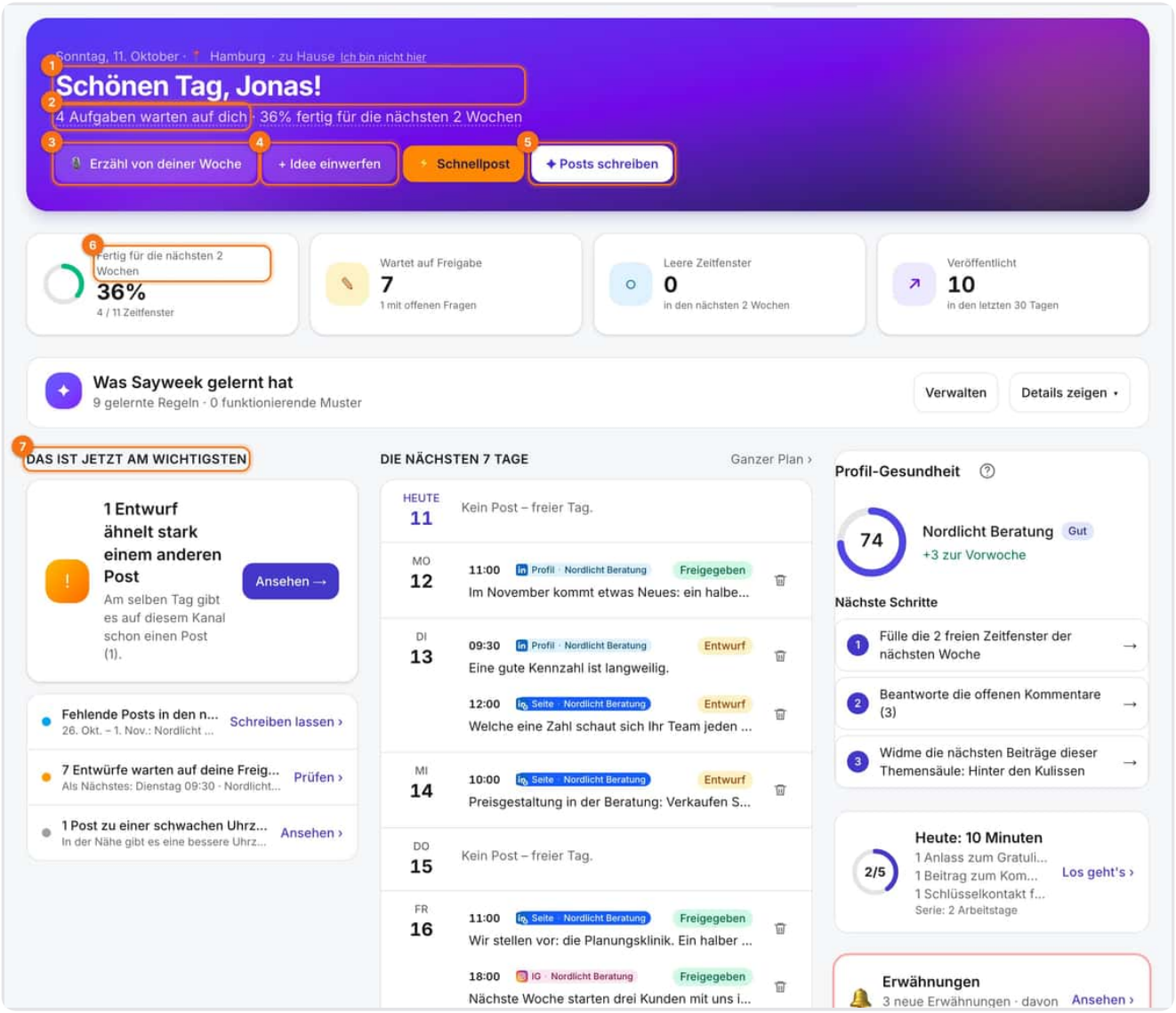



Abbildung 8 – Der obere Teil der Übersicht: Begrüßung, Aufgaben, Schnellschaltflächen, Kennzahlen und die wichtigste Aufgabe.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Begrüßung** | Eine Begrüßung zur Tageszeit, darüber das heutige Datum und die Stadt, in der du heute bist, samt der Angabe, woher Sayweek das weiß (z. B. **Barcelona · laut Standort deines Telefons**). Stimmt sie nicht, korrigierst du sie mit einem Tipp auf **Ich bin nicht hier** (Kapitel Freigabe und Planung, Zeitzone und Reisen). |
| 2 | **Aufgaben · Stand** | Zwei anklickbare Zeilen: **N Aufgaben warten auf dich** und **N% fertig für die nächsten 2 Wochen**. Beide öffnen das Panel **Aufgaben und Stand** (siehe unten). |
| 3 | **Erzähl von deiner Woche** | Das Wochen-Interview – fünf Minuten Gespräch, aus dem Post-Vorschläge werden (Kapitel Wochen-Interview). |
| 4 | **+ Idee einwerfen** | Führt zur Seite **Ideen** (Tab Ideenbox). |
| 5 | **Posts schreiben** | Öffnet ein Fenster: Kanal, Tag und Uhrzeit wählen – mit **Schreiben** öffnet sich der Editor, und Claude beginnt sofort zu schreiben. Lässt du das Thema leer, wählt es aus den Themen deiner Marke. |
| 6 | **Kennzahlen** | **Fertig für die nächsten 2 Wochen** (Anteil fertiger Zeitfenster), **Wartet auf Freigabe**, **Leere Zeitfenster**, **Veröffentlicht** (30 Tage). Jede Karte öffnet den Wochenplan mit dem passenden Filter. |
| 7 | **Das ist jetzt am wichtigsten** | Die eine dringendste Aufgabe als große Karte, die übrigen darunter als Liste – jede mit einer Schaltfläche, die dich zur Lösung führt. |

Die Punkte von **Das ist jetzt am wichtigsten** in der Reihenfolge ihrer Wichtigkeit (es erscheint nur, was gerade zutrifft):

- **Schließ die Einrichtung ab (N/M)** – **Einrichten**: mit dem genauen Namen des nächsten fehlenden Schritts. Hat ein aktiver Kanal noch keinen Veröffentlichungsweg, nennt es diese Kanäle beim Namen (z. B. „Nächster Schritt: Kanäle verbinden – Noch nicht verbunden: Marke · Instagram“).
- **N Posts wurden nicht gesendet** – **Ansehen**: die fehlgeschlagenen Posts; sieh dir den Fehler an und gib erneut frei.
- **N Posts kollidieren mit einem bereits geplanten** – **Beheben**: pro Kanal nur ein Post am Tag.
- **Verstößt gegen Regeln: N Einträge** – falscher Tag oder zu viele Posts auf einem Kanal.
- **N Posts von der Warteliste können die Lücken füllen** – **Einplanen**.
- **Fehlende Posts in den nächsten 4 Wochen: N** – **Schreiben lassen**.
- **N Entwürfe warten auf deine Freigabe** (mit dem nächsten Termin) – **Prüfen**.
- **offene Fragen in N Posts** – Claudes Fragen, die vor der Freigabe geklärt werden müssen.
- **N Posts zu einer schwachen Uhrzeit** – in der Nähe gibt es eine bessere Uhrzeit.

Gibt es nichts zu tun, siehst du **Alles in Ordnung** – „Die nächsten zwei Wochen stehen.“

> i In der Testphase erscheint über den Kennzahlen zusätzlich die Karte **Erste Schritte** mit vier Punkten: **Verbinde dein LinkedIn- oder Instagram-Konto**, **Lege deine Marke an**, **Lass deine erste Woche schreiben**, **Gib deinen ersten Post frei**. Sind alle vier erledigt, verschwindet sie.

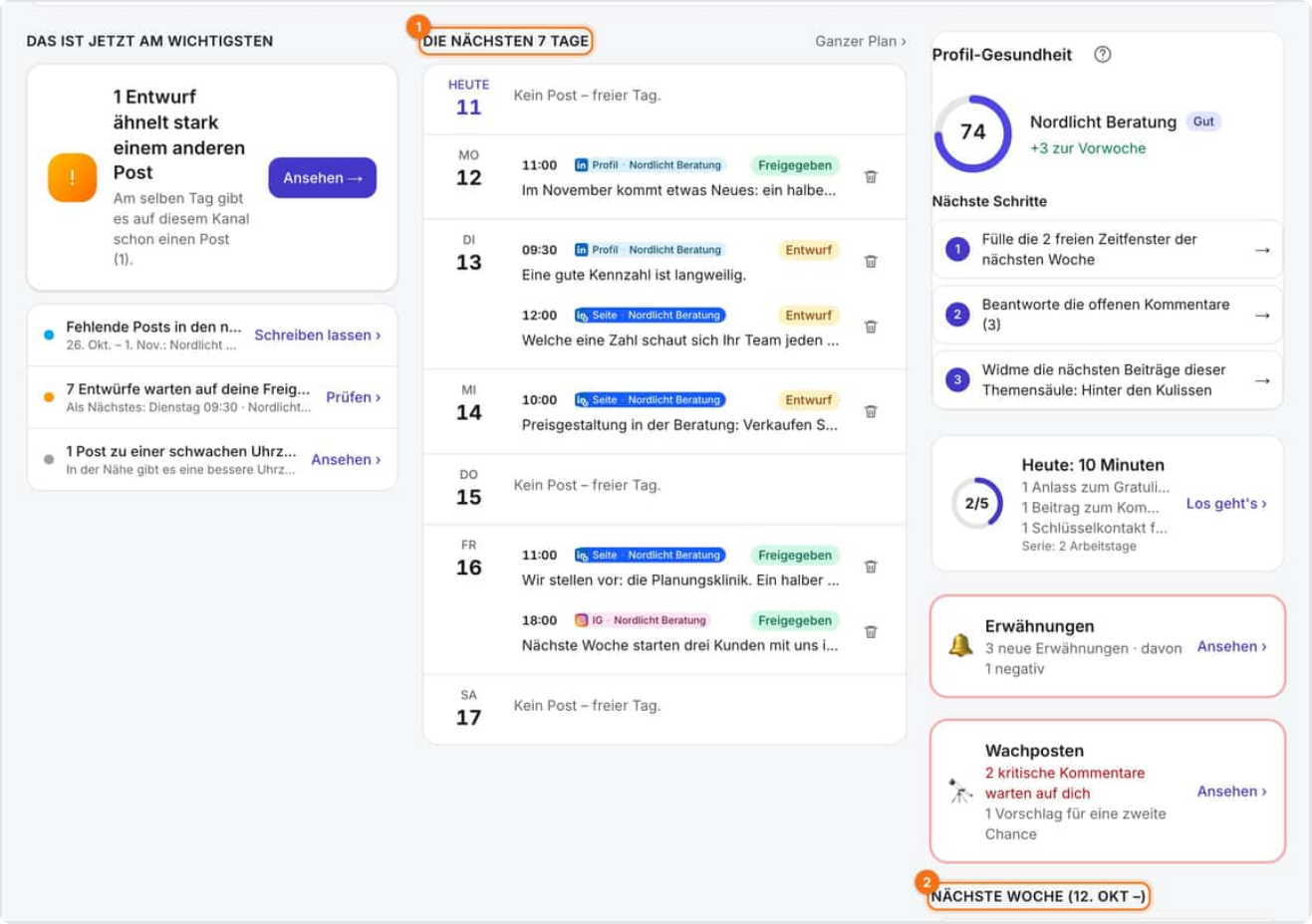



Abbildung 9 – Der untere Teil der Übersicht: die nächsten 7 Tage, der Check für nächste Woche, Abdeckung und Zustand der Kanäle.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Die nächsten 7 Tage** | Pro Tag die Zeitfenster: Uhrzeit, Kanal, erste Zeile des Posts (oder **Noch nicht geschrieben**) und Status. Klick auf eine Zeile öffnet den Post. **Ganzer Plan ›** führt zum Wochenplan. |
| 2 | **Nächste Woche** | Pro Kanal, wie viele der laut Regel nötigen Posts da sind (z. B. 1/1). Fehlt etwas: **⚠ Auf N Kanälen fehlen Posts für nächste Woche** und die Schaltfläche **Fehlende schreiben lassen**. |
| 3 | **Kanäle – 4 Wochen, laut Regel** | Ein Balken pro Kanal: grün = fertig, gelb = zu prüfen, grau = leer. Klick auf eine Zeile zeigt im Wochenplan nur diesen Kanal für den nächsten Monat. |
| 4 | **Kanäle** | Die Kanäle mit dem nächsten geplanten Post; der Punkt ist grün, wenn der Veröffentlichungsweg in Ordnung ist, rot, wenn nicht. |

Am Ende der Zeilen der 7-Tage-Liste stehen Schnellaktionen: das Papierkorb-Symbol löscht (bei einem Post mit Inhalt fragt es zuerst: **Löschen oder auf eine andere Zeit verschieben?**) und, wenn die Zeit eines Posts vorbei ist, ohne dass er rausging, **↻ Auf andere Zeit verschieben**, das das nächste freie Zeitfenster des Kanals vorschlägt.

## Aufgaben und Stand (Panel)

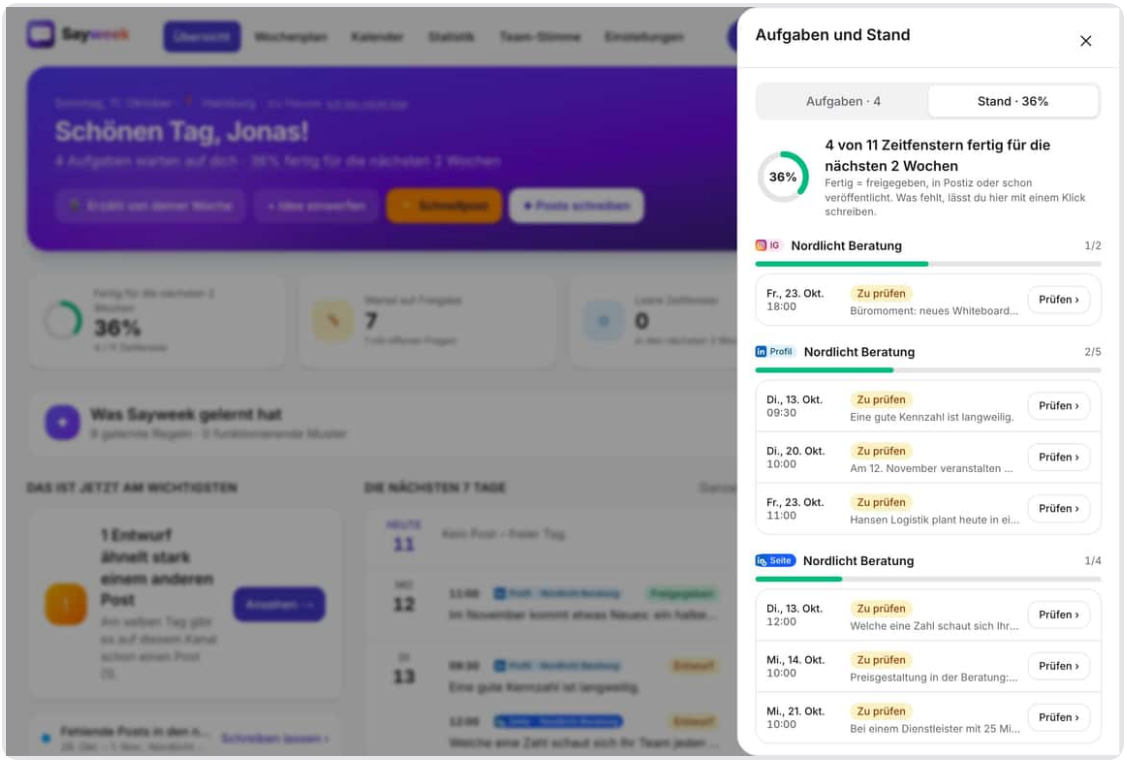



Abbildung 10 – Das Panel „Aufgaben und Stand“ im Tab Stand: pro Kanal die Zeitfenster und was fehlt.

Der Tab **Aufgaben** zeigt dieselbe Liste wie **Das ist jetzt am wichtigsten**. Der Tab **Stand** listet pro Kanal die Zeitfenster der nächsten 2 Wochen: **Nicht geschrieben**, **Idee**, **Zu prüfen** oder **Fehler**, jeweils mit **Schreiben**, **Prüfen** oder **Beheben**. **Alle leeren im Hintergrund schreiben lassen** führt zum Schreib-Panel des Wochenplans. „Fertig“ heißt hier: freigegeben, in Postiz oder schon veröffentlicht.

## Der Wochenplan

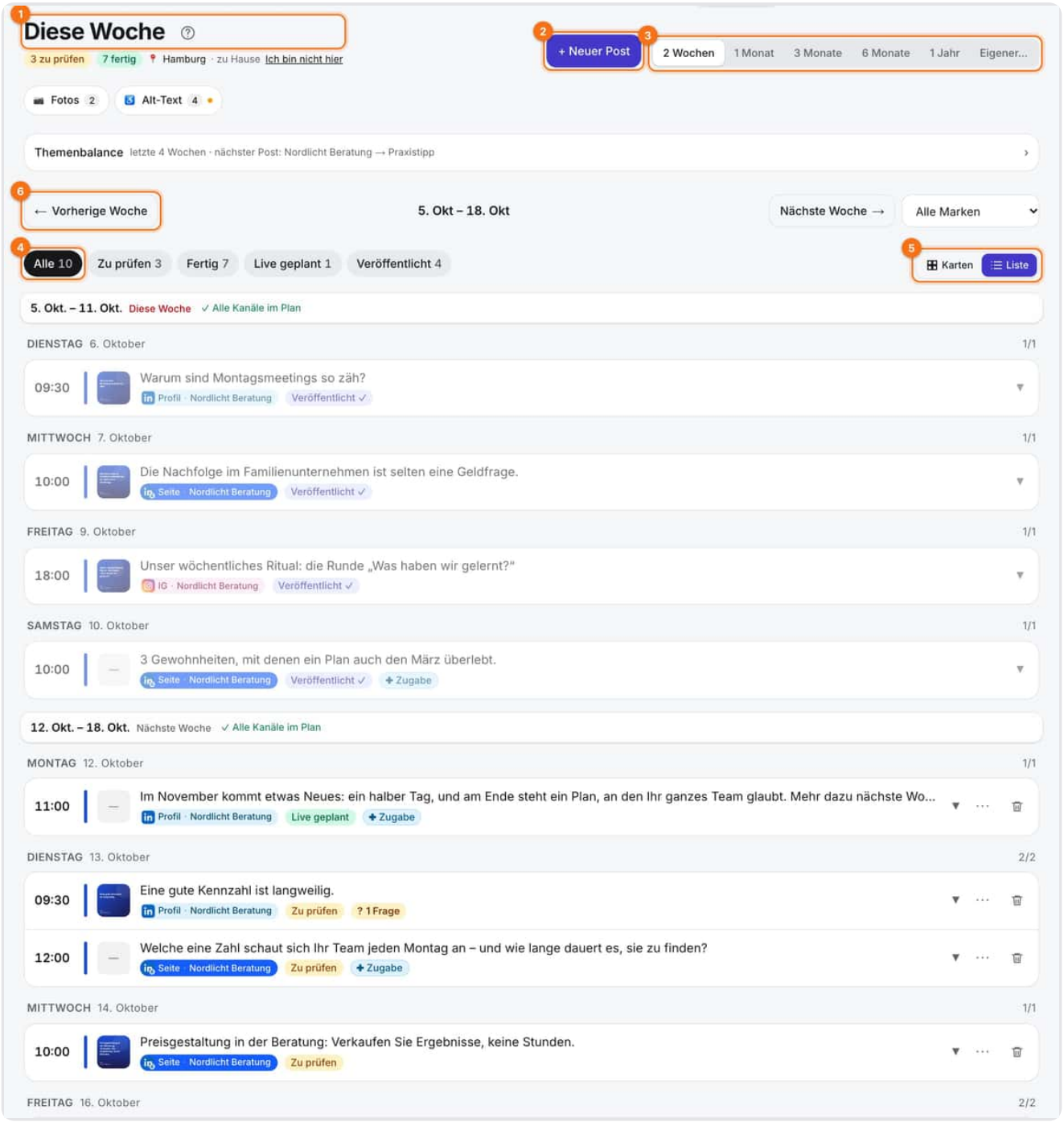



Abbildung 11 – Die Standardansicht des Wochenplans (diese und nächste Woche): Titel und Zähler, neuer Post, Zeitraum, Filter, Ansicht und Blättern.

| | |
|---|---|
| 1 **Titel und Zähler** | **Diese Woche**, **Nächste Woche**, bei längeren Zeiträumen **Plan – 1 Monat** usw. Daneben: **N zu prüfen**, **N fehlen**, **N fertig** und, falls vorhanden, **N auf der Warteliste**. |
| 2 **+ Neuer Post** | Ein Post an einem beliebigen Tag und zu einer beliebigen Uhrzeit, unabhängig vom Wochenplan (siehe unten). |

| | |
|---|---|
| 3 **Zeitraum** | Die Wochenansicht (standardmäßig **2 Wochen**: diese und nächste Woche; unten auf der Seite 1–4 Wochen), **1 Monat**, **3 Monate**, **6 Monate**, **1 Jahr** oder **Eigener Zeitraum**. Bei mehreren Wochen gliedert eine Überschrift pro Woche die Liste. |
| **Posts schreiben** | Das Schreib-Panel – nur sichtbar, wenn die nächsten 2 Wochen ein leeres Zeitfenster haben (oder gerade etwas geschrieben wird). |
| 4 **Filter** | **Alle**, **Zu prüfen**, **Leer / Idee**, **Fertig**, **Live geplant**, **Entwurf in Postiz**, **Veröffentlicht**, **Fehler / Konflikt / kein Bild** – die Zahl zeigt die Anzahl; leere Filter blenden sich aus. |
| 5 **Ansicht** | **Liste** (Standard) oder **Karten**. Der Browser merkt sich die Wahl. |
| 6 **Blättern** | ← **Vorherige Woche** / **Nächste Woche** → (bei längeren Zeiträumen „Zeitraum"), **Heute**; höchstens 2 Jahre vor oder zurück. Daneben der Markenfilter (**Alle Marken**). |

Die Liste zeigt die Zeitfenster nach Tagen. Im Tageskopf stehen Wochentag, Datum, an Feiertagen dessen Name und rechts, in wie vielen Zeitfenstern schon ein Post ist (z. B. 2/3). Eine Zeile: Uhrzeit, Farbbalken der Marke, Bild-Vorschau (bei einem Video sein Cover, der gewählte Frame oder der erste Frame, mit ▶), erste Zeile des Posts, Kanal, Status und – falls vorhanden – die Zahl offener Fragen („? 1 Frage"). Liegt der Post nicht zur besten Stunde, zeigt das ein Uhr-Symbol an (z. B. **Uhrzeit: mittel**). Ein Klick auf die Zeile klappt die Karte mit dem vollständigen Text und den Aktionen auf.

Bei mehreren Wochen hat jede Woche eine eigene Überschrift, die beim Scrollen oben stehen bleibt: die Daten der Woche und die Lücken der Kanäle (z. B. „LinkedIn 0/1 fehlt") oder ✔ **Alle Kanäle im Plan**. Unten auf der Seite stellst du unter **Mehr Wochen anzeigen** ein, wie viele Wochen gleichzeitig zu sehen sind (1–4); Sayweek merkt sich deine Wahl.

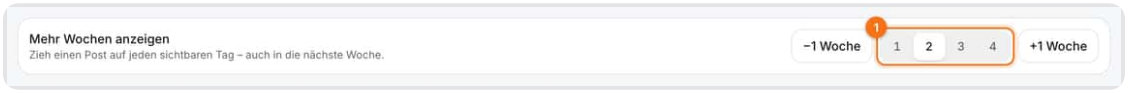



Abbildung 12 – Unten im Wochenplan: wie viele Wochen gleichzeitig zu sehen sind.

| | |
|---|---|
| 1 **Mehr Wochen anzeigen** | **−1 Woche** / **+1 Woche**, oder klick auf eine Zahl (1–4). Einen Post kannst du auf jeden sichtbaren Tag ziehen – auch in die nächste Woche. |

## Status eines Posts

### Status in der Liste und auf den Karten

| | |
|---|---|
| **Idee** | Hat ein Thema, ist aber noch nicht geschrieben (grau). |
| **Entwurf / Zu prüfen** | Geschrieben, wartet auf deine Freigabe (gelb). |
| **In der Warteschlange** | Du hast freigegeben; die App bereitet den Versand vor (blau). |
| **Freigegeben – Live geplant** | Geht zur geplanten Zeit raus (grün). |
| **Entwurf in Postiz / Testmodus** | Freigegeben, aber du bist im Testmodus, deshalb wird er nicht veröffentlicht (siehe Freigabe und Planung). |
| **Geht gerade raus…** | Die Zeit ist vorbei, der Versand läuft – in wenigen Minuten wird er **Veröffentlicht**. Solange es einen solchen Post gibt, aktualisiert sich der Wochenplan jede Minute von selbst (ohne Neuladen). |
| **Veröffentlicht ✔** | Er ist draußen; mit Link öffnet **Öffnen ↗** den Post (lila). |

| | |
|---|---|
| **Fehler** | Der Versand ist fehlgeschlagen – öffne ihn, lies die Fehlermeldung, korrigiere und gib erneut frei (rot). |
| **Fehlt** | Ein leeres Zeitfenster, in das laut Kanalregel ein Post gehört. |
| **Konflikt** | Auf diesem Kanal gibt es an dem Tag schon einen an Postiz gesendeten Post. |
| **Überzählig** | Mehr Posts auf einem Kanal, als die Regel verlangt. |
| **Nicht rausgegangen** | Die Zeit ist vorbei, aber er wurde nicht veröffentlicht – verschieb ihn auf einen neuen Termin oder lösch ihn. |
| **Zugabe** | Ein Post neben dem Plan: Er zählt nicht zur Regel des Kanals (siehe unten). |
| **In Postiz geplant** | Der Kanal postet schon direkt, aber diesen Post sendet noch Postiz – daneben die Schaltfläche **Auf direkt umstellen** (Kapitel Kanäle). |

## Schnellaktionen an einem Zeitfenster

- Ein leeres Zeitfenster (**Noch nicht geschrieben**, rotes Label **Fehlt**) – klick auf seine Zeile: Das Fenster **Fehlender Post** öffnet sich (siehe unten).
- **→ Nächster freier Termin** – bei einem kollidierenden Post: legt ihn auf den nächsten freien Tag des Kanals laut Regel (Feiertage und belegte Tage werden übersprungen).
- **Auf die Warteliste** – bei einem überzähligen Post: nimmt ihn von seinem Tag und plant ihn in die nächste Lücke ein. Bei einem live geplanten Post fragt es vorher. Daneben **Als Zugabe behalten**: Der Post bleibt an diesem Tag, neben dem Plan.
- **An Regel anpassen** – in der Wochenüberschrift, wenn ein Post am falschen Tag liegt oder überzählig ist: öffnet eine Vorschau (Post · von → nach) mit einem Häkchen pro Zeile; geändert wird nur das Markierte (**Auswahl anwenden (N)**). Ein Post wird nie um mehr als 14 Tage verschoben; gibt es näher keinen freien Platz, kannst du ihn auf die Warteliste setzen. **Alle als Zugabe behalten** lässt alle, wo sie sind.
- ··· (**Weitere Aktionen**) → **Verschieben…**: genauen Tag und genaue Uhrzeit angeben; hier auch **Zugabe – neben dem Plan** (bzw. **Zurück in den Plan**).
- Per Ziehen: Zieh den Post mit der Maus auf jeden sichtbaren Tag, auch in die nächste Woche (die Uhrzeit bleibt). Beim Ziehen werden auch leere Tage zu Ablageflächen (**Hier ablegen – er kommt auf diesen Tag**); auf einem leeren Zeitfenster abgelegt, übernimmt er dessen Uhrzeit. Ein von Hand verschobener Post bleibt, wo du ihn hingelegt hast – Sayweek setzt ihn nicht auf den Regeltag zurück; **Rückgängig** in der Meldung legt ihn zurück.
- Das ···-Menü (**Weitere Aktionen**) eines leeren Zeitfensters: **Termin entfernen (überspringen)** – an diesem Tag kein Post auf dem Kanal, und es zählt nicht als fehlend (die anderen Wochen bleiben gleich; **Rückgängig** in der Meldung); hat der Kanal in der Woche mehrere leere Termine, **Alle N leeren Termine dieses Kanals in dieser Woche auslassen**; **Zeitplan ändern** – die festen Tage und Uhrzeiten des Kanals in den Einstellungen.
- Papierkorb-Symbol – löschen. Einen leeren Platzhalter löscht es sofort; bei einem Post mit Inhalt schlägt es vor, ihn lieber zu verschieben (**Auf eine andere Zeit verschieben**), oder **Endgültig löschen**.

Auf der aufgeklappten Karte (in der Kartenansicht im Pop-up) gibt es weitere Schaltflächen: **Bearbeiten** (öffnet den Editor), **Freigeben** (wenn der Post keine Hindernisse hat), **Live schalten** / **Live-Schaltung zurücknehmen** (Postiz-Kanäle), **Zurückziehen**, **Auf anderen Kanal**, bei einem Themenvorschlag **Diesen schreiben** und **Nur als Idee**. Die Medien-Schaltflächen richten sich nach dem Kanal: bei YouTube **Video hochladen** (MP4 oder MOV) und – mit verbundenem Drive oder Dropbox – **Drive-/Dropbox-Video**; bei Pinterest nur Bilder; bei TikTok und direkten Meta-Kanälen beides, beschriftet.

## Fehlender Post – ein leeres Zeitfenster füllen

Klick im Wochenplan auf die Zeile eines leeren Zeitfensters (**Noch nicht geschrieben**): Das Fenster **Fehlender Post** öffnet sich. Von hier aus kommt auf vier Wegen ein Post an diesen Platz.

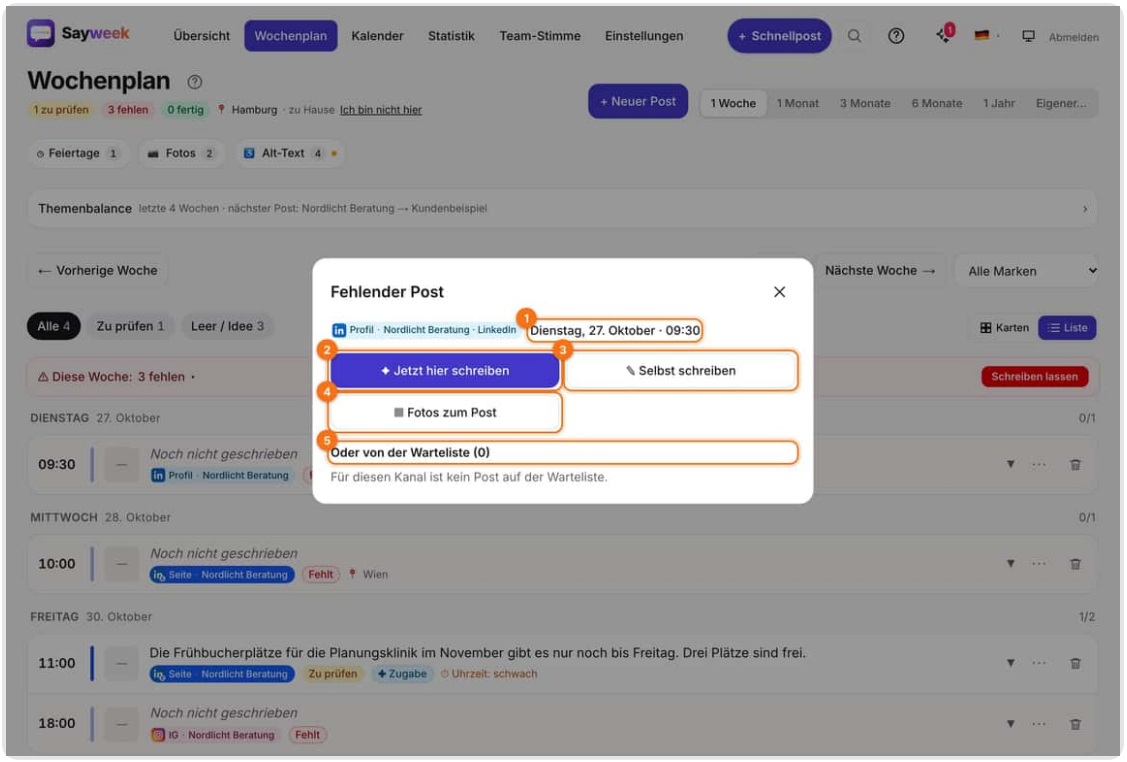



Abbildung 13 – Das Fenster „Fehlender Post“: schreiben lassen, selbst schreiben, ein Post aus Fotos oder ein Post von der Warteliste.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Marke, Tag und Uhrzeit** | Für welchen Kanal welcher Marke und wann der Post fehlt. |
| 2 | **Jetzt hier schreiben** | Claude schreibt den Post sofort für dieses Zeitfenster; danach siehst du ihn als Entwurf in der Liste und kannst ihn prüfen. |
| 3 | **Selbst schreiben** | Legt einen leeren Entwurf für diesen Tag und diese Uhrzeit an und öffnet ihn im Editor – den Text schreibst du. |
| 4 | **Fotos zum Post** | Macht aus ein paar Fotos einen Post (Karussell, Collage, Video oder ein einzelnes Bild) – Tag und Uhrzeit sind schon eingetragen. |
| 5 | **Oder von der Warteliste (N)** | Die Posts des Kanals auf der Warteliste: **Hier einplanen** legt den jeweiligen Post auf diese Zeit. Gibt es keinen: „Für diesen Kanal ist kein Post auf der Warteliste.“ |

> ✔ **Tipp**
> Braucht ein leeres Zeitfenster keinen Post, nimmt **Termin entfernen (überspringen)** im ···-Menü der Zeile es aus dem Plan; willst du dauerhaft andere Tage, öffnet **Zeitplan ändern** die Einstellung **Wann posten?** des Kanals.

## Zugaben – Posts neben dem Plan

Manchmal geht ein Post zusätzlich zum Plan raus (z. B. zu einer aktuellen Nachricht). Mit **Zugabe – neben dem Plan** zählt er nicht zur Regel des Kanals, belegt keinen Regelplatz, gilt nie als überzählig und wird beim Anpassen nie verschoben – er bleibt, wo du ihn hingelegt hast. Setzen kannst du das im ⋯-Menü der Zeile, auf der Karte **Zeitplan** im Editor, mit **Als Zugabe behalten** bei einem überzähligen Post oder im Fenster **+ Neuer Post**, wenn die gewählte Zeit kein Zeitfenster des Kanals ist (dann ist es standardmäßig angehakt). Ein mit **Jetzt veröffentlichen** gesendeter Post wird ebenfalls eine Zugabe. Zurück: **Zurück in den Plan**.

## Das Panel „Posts schreiben“

1. Öffne das Panel **Posts schreiben** (**Öffnen ▼**).
2. Wähle unter **Wo fehlen Posts?**, für welche Marken Claude die leeren Plätze schreiben soll (daneben: „N leer“). Mit **Alle** / **Keine** schaltest du alles ein oder aus.
3. Klick auf **N Posts schreiben**. Der Fortschritt zeigt: „Schreibe Posts… 2/5 fertig · ca. 3 Min.“
4. Prüfe die fertigen Entwürfe in der Liste und gib sie frei.

> **i** Ein Post braucht etwa 40 Sekunden. Für Feiertage und für Tage, an denen der Kanal schon einen an Postiz gesendeten Post hat, schreibt es nicht. Schließt du die Seite, macht es stündlich im Hintergrund weiter; **Stoppen** hält es an, **Verwerfen** nimmt die noch nicht geschriebenen aus der Warteschlange (die geschriebenen bleiben).

> **✔ Tipp**
> Möchtest du zuerst nur Themen, klick auf **Erst nur Ideen anfordern (…)** – in Klammern die verwendeten KI-Anbieter (z. B. Claude, ChatGPT, Gemini). Die Vorschläge erscheinen auf den Karten der Zeitfenster; mit **Diesen schreiben** lässt du den schreiben, der dir gefällt.

> **! Achtung**
> Jeder geschriebene Post zählt zum monatlichen KI-Kontingent deines Tarifs. Ist es aufgebraucht, sagt Sayweek Bescheid; die vorhandenen Posts kannst du weiter bearbeiten und freigeben.

## Ein neuer Post an einem beliebigen Tag

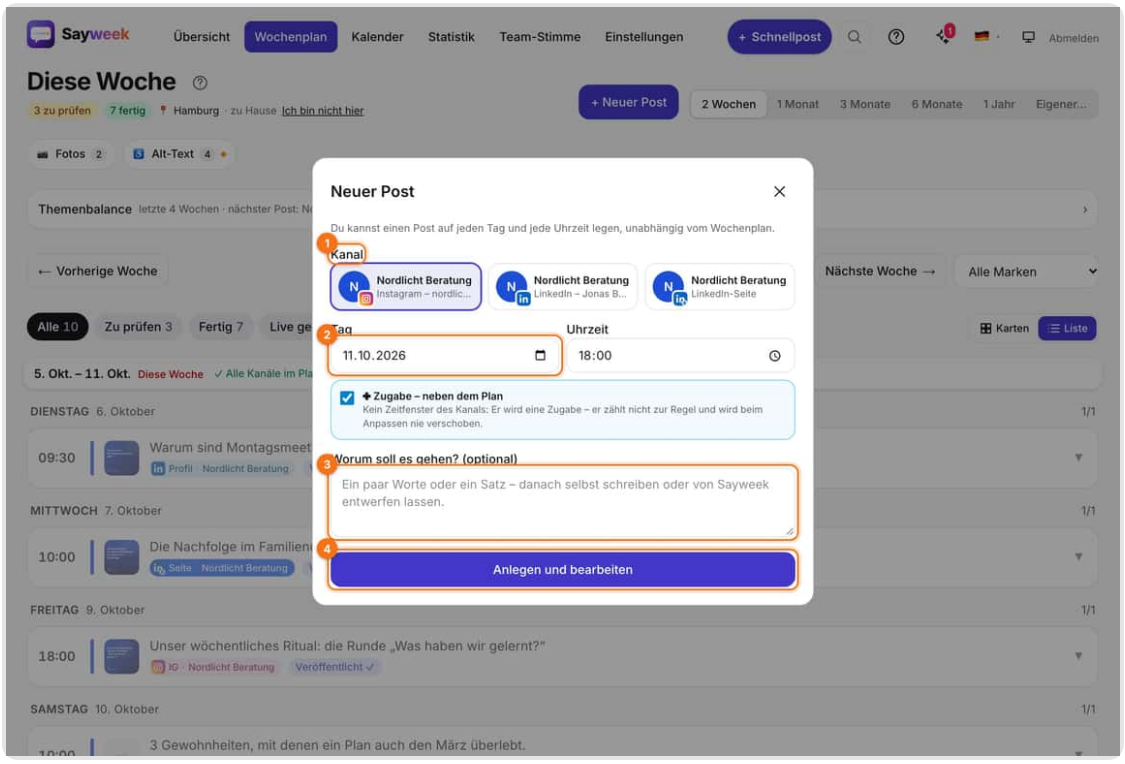



Abbildung 14 – Das Fenster „Neuer Post“: Kanal, Tag, Uhrzeit und ein optionales Thema.

| | |
|---|---|
| 1 **Kanal** | Für welchen Kanal (Marke · Kanal). |
| 2 **Tag und Uhrzeit** | Voreingestellt auf das nächste freie Zeitfenster des Kanals (**das nächste freie Zeitfenster des Kanals**), du kannst beides frei ändern. |
| 3 **Worum soll es gehen? (optional)** | Ein paar Worte oder ein Satz. Darf leer bleiben – dann schreibst du ihn im Editor selbst oder lässt ihn mit **Für mich schreiben** von Claude schreiben. |
| **Zugabe – neben dem Plan** | Erscheint nur, wenn Tag und Uhrzeit kein Zeitfenster des Kanals sind – dann standardmäßig angehakt. |
| 4 **Anlegen und bearbeiten** | Legt den Post an (schreibt ihn noch nicht) und öffnet den Editor. |

## Schnellpost – ein Post, mehrere Kanäle, vier Schritte

Wenn gerade etwas passiert ist und du dich nicht mit dem Wochenplan beschäftigen willst, klick in der Kopfzeile auf **Schnellpost** (oder drück irgendwo außerhalb eines Textfelds die Taste **P**; auch in der ⌘K-Suche zu finden). Ein Schnellpost hat vier kurze Schritte: **Wohin** → **Medien** → **Text** → **Wann**. Du wechselst mit **Weiter** / **Zurück**, über die Schrittleiste oben, per Wischen am Handy oder mit Alt + ← / → auf der Tastatur.

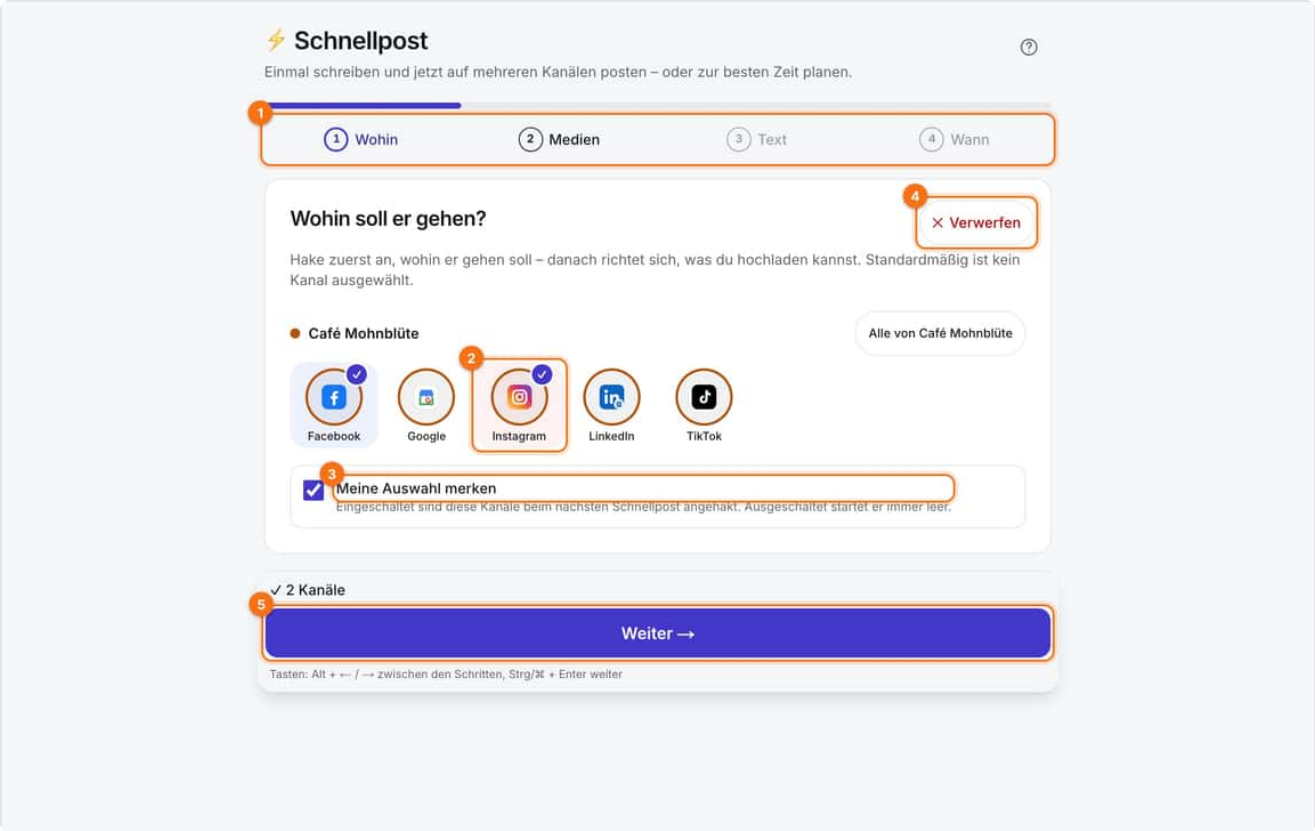



Abbildung 15 – Schritt 1 – Wohin soll er gehen?: die Schrittleiste, das Kanalraster, Meine Auswahl merken, Verwerfen und Weiter.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Schritte** | Wo du gerade bist (**Schritt 1 von 4**). Vorspringen kannst du nur so weit, wie nichts blockiert. |
| 2 | **Kanäle** | Ein kompaktes Raster, nach Marken gruppiert (oben ein Markenfilter, pro Marke ein **Alle von …**-Button). Standardmäßig ist keiner angehakt; kann ein Kanal die schon hinzugefügten Medien nicht nehmen, steht es auf seiner Kachel (z. B. **Hier nur Video**). Nicht verbundene oder pausierte Kanäle lassen sich nicht anhaken. |
| 3 | **Meine Auswahl merken** | Aktiv: Beim nächsten Schnellpost sind diese Kanäle angehakt; inaktiv: Er startet immer leer. |
| 4 | **Verwerfen** | In jedem Schritt: Nach einer Bestätigung werden Text, Kanäle, Medien und die automatische Speicherung gelöscht. |
| 5 | **Weiter** | Zum nächsten Schritt. Ohne Kanal geht es nicht weiter. |

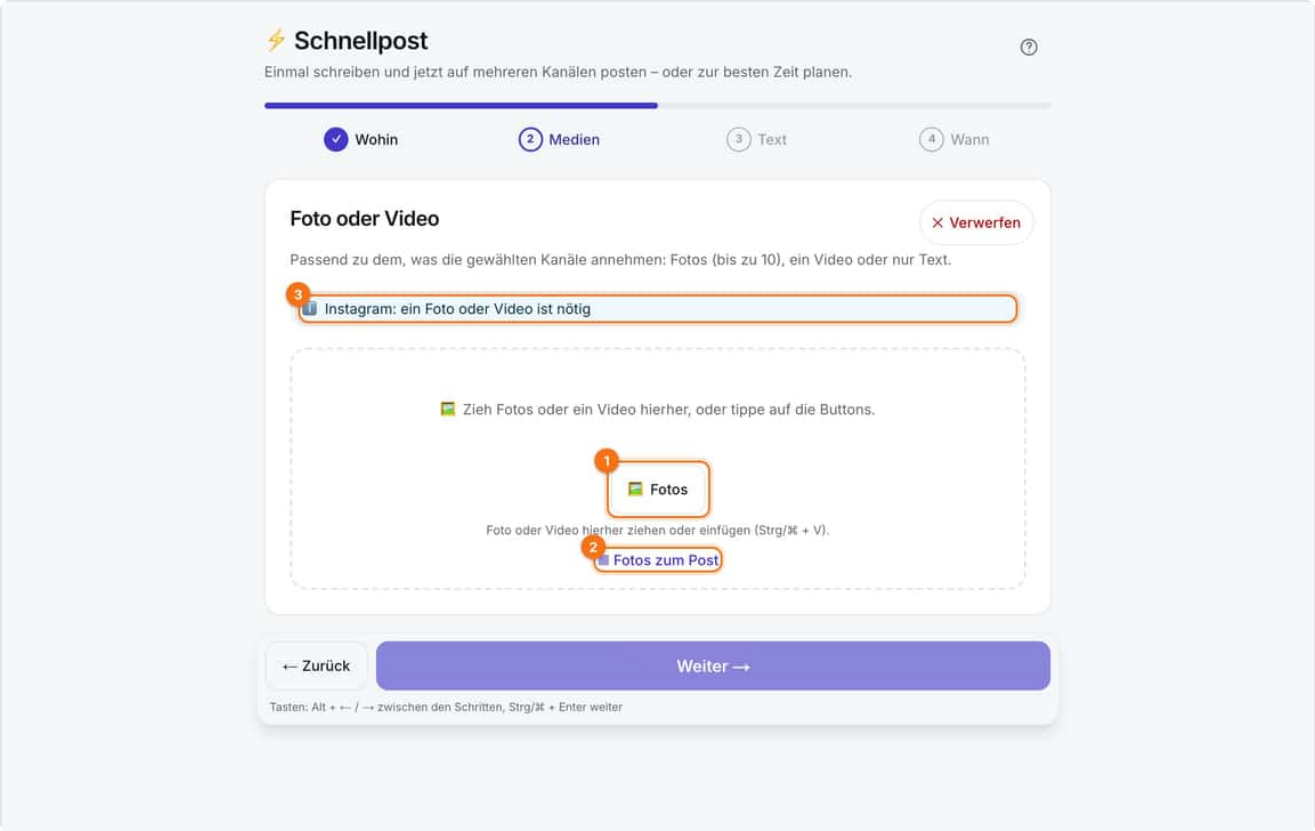



Abbildung 16 – Schritt 2 – Foto oder Video: Buttons passend zu den gewählten Netzwerken, der Link Fotos zum Post und was jedes Netzwerk verlangt.

| | |
|---|---|
| 1 **Fotos** | Bis zu 10 Fotos (auch per Ziehen oder Einfügen, Strg/⌘ + V). Das erste ist das **Titelbild**; mit den Pfeilen sortierst du, mit  entfernst du. |
| **Video** | Ein Video (MP4 oder MOV). Ein Post hat entweder Fotos oder ein Video. |
| 2 **Fotos zum Post** | Für ein Karussell, eine Collage oder ein kurzes Video aus vielen Fotos eines Events startest du hier (siehe Kapitel zum Schreiben). |
| 3 **Was die Netzwerke verlangen** | Der Schritt richtet sich nach den angehakten Kanälen: Du siehst nur die Buttons, die sie annehmen. TikTok und YouTube wollen ein Video, Instagram ein Foto oder Video; beim Google-Unternehmensprofil ist ein Foto optional. Braucht keiner Medien, geht es mit **Überspringen – nur Text** weiter. |

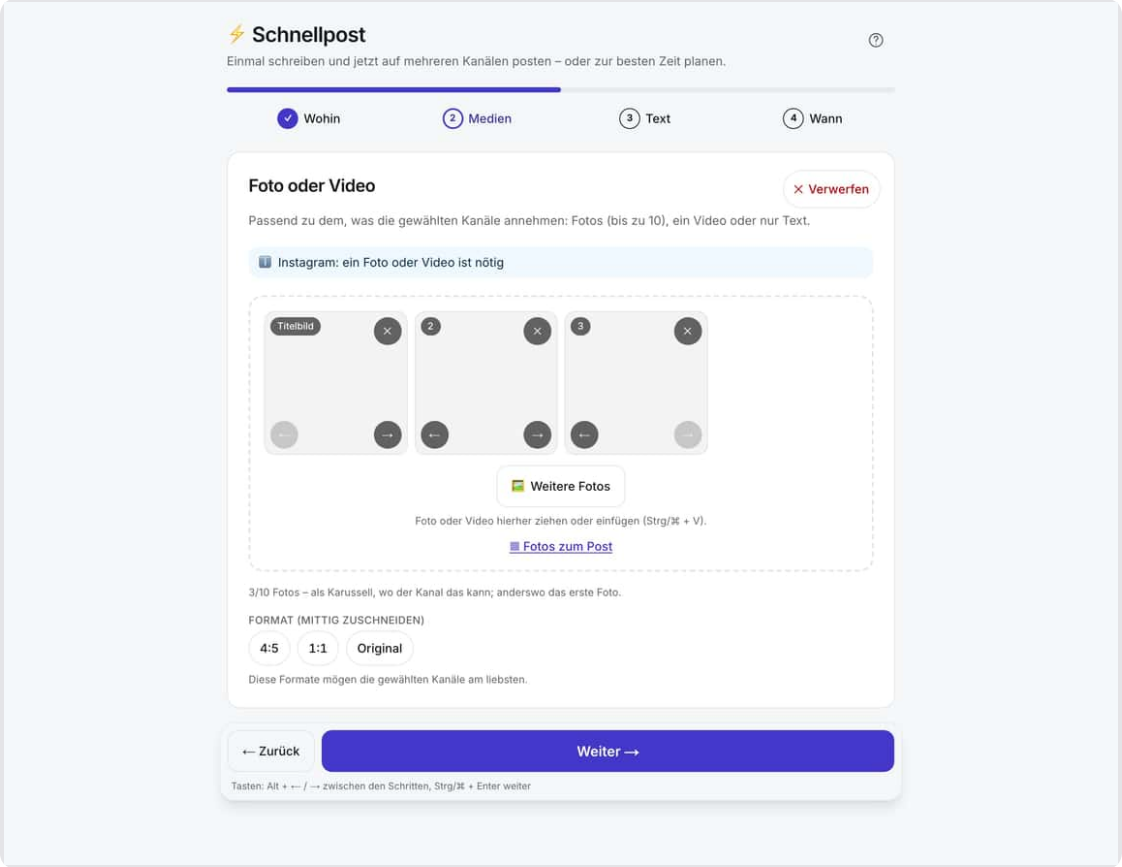



Abbildung 17 – Hochgeladene Fotos im Medien-Schritt: das Titelbild, die Reihenfolge und die Buttons Format (mittig zuschneiden).

- **Einzeln hochgeladen:** Jedes Foto lädt für sich hoch, mit seiner Anzeige **Wird hochgeladen… N %**. Schlägt eines fehl, zeigt seine Kachel **Hochladen fehlgeschlagen** und einen Button **Erneut** – die anderen Fotos bleiben. Solange etwas hochlädt, geht es nicht weiter.
- **Format (mittig zuschneiden):** die Seitenverhältnisse, die die gewählten Kanäle am liebsten mögen (z. B. 4:5, 1:1, 9:16) – ein Klick schneidet alle Fotos zu, **Original** macht es rückgängig. Das ist optional: Beim Senden bekommt jedes Netzwerk ohnehin eine an seine Regeln angepasste Kopie (siehe **Automatische Anpassung beim Senden** im Kapitel zum Schreiben).
- **Kann ein Kanal die Medien nicht nehmen** (z. B. du hast ein Video hinzugefügt, ein Kanal nimmt keine Videos), listet der Schritt ihn unten auf, und **… weglassen** nimmt ihn aus diesem Post.

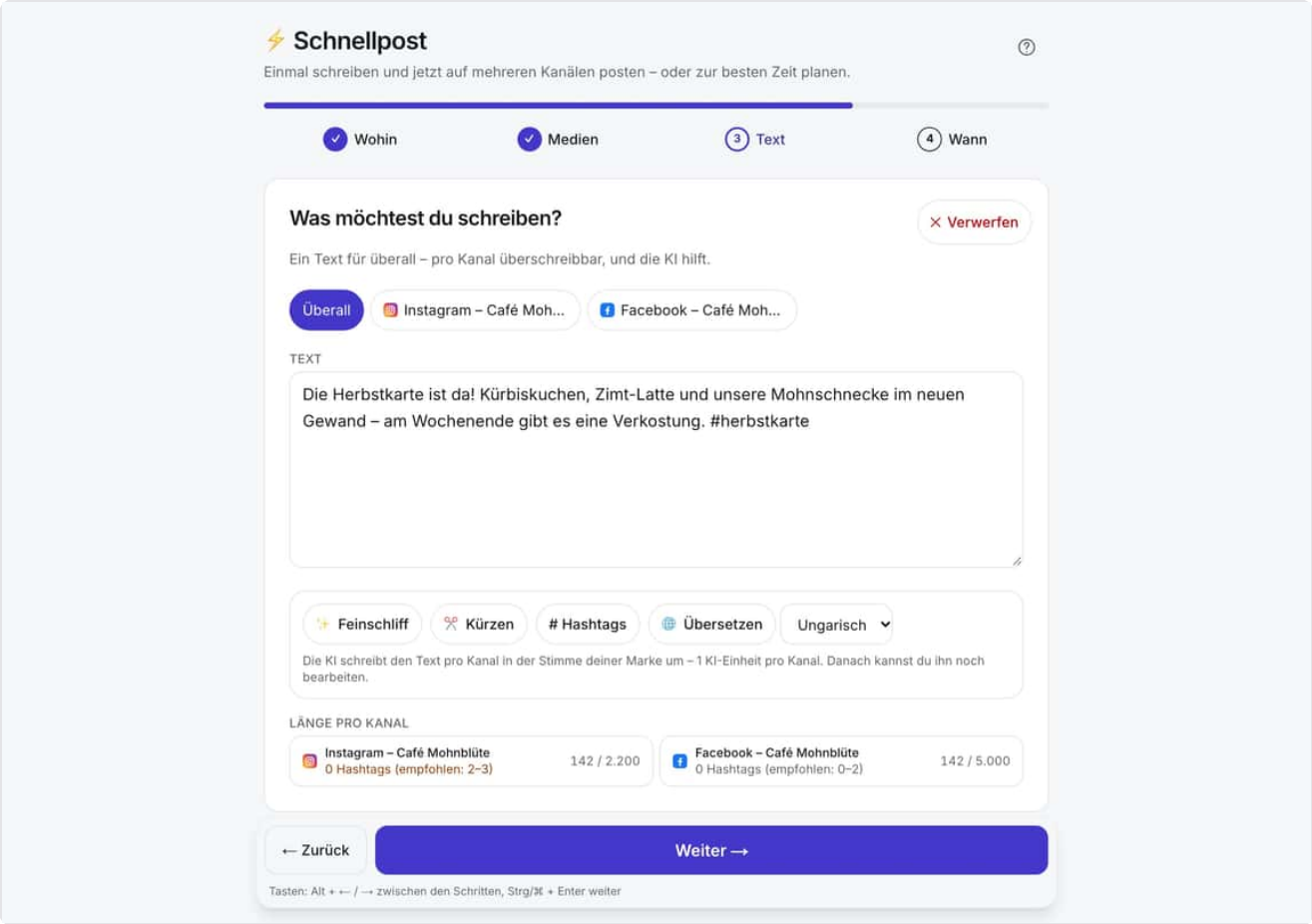



Abbildung 18 – Schritt 3 – Was möchtest du schreiben?: der Tab Überall und die Kanal-Tabs, die KI-Buttons und die Länge pro Kanal.

| | |
|---|---|
| **Ein Kanal** | Ist nur ein Kanal angehakt, siehst du ein einziges Textfeld; das Ergebnis der KI landet direkt darin. |
| **Mehrere Kanäle** | Der Text im Tab **Überall** geht an alle Kanäle. Im eigenen Tab eines Kanals überschreibst du ihn (**Eigener Text für diesen Kanal**); **Zurück zum gemeinsamen Text** stellt ihn wieder her. Nach einer KI-Aktion öffnet sich der Tab des ersten umgeschriebenen Kanals. |
| **KI-Buttons** | **Feinschliff**, **Kürzen**, **# Hashtags**, **Übersetzen** (mit der Auswahl **Sprache**): Claude schreibt den Text pro Kanal in der Stimme deiner Marke um, innerhalb der Kanalgrenzen – 1 KI-Einheit pro Kanal. Danach kannst du ihn weiter bearbeiten. |
| **Länge pro Kanal** | Zeichen im Verhältnis zum Kanallimit und die Zahl der Hashtags im Verhältnis zur Empfehlung. #Hashtags am Ende kommen in die Hashtag-Liste. |

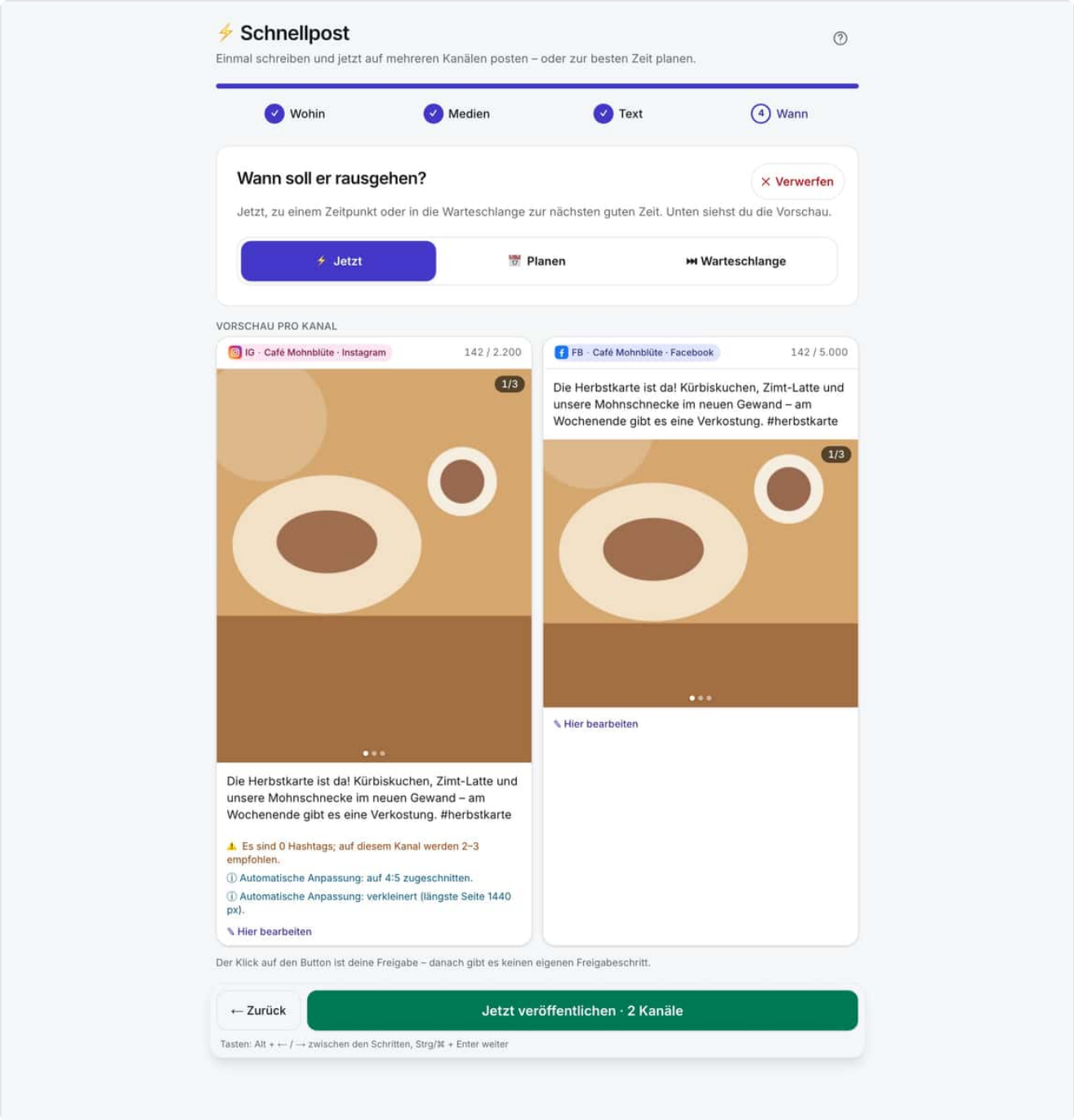



Abbildung 19 – Schritt 4 – Wann soll er rausgehen?: Jetzt, Planen oder Warteschlange, darunter die Vorschau pro Kanal mit den blauen -Hinweisen und der Senden-Button.

| | |
|---|---|
| **Wann?** | **Jetzt**; **Planen** für Tag und Uhrzeit (Sayweek bietet eine **Vorgeschlagene Zeit**, **Übernehmen**); oder **Warteschlange** – der nächste gute Zeitpunkt. Die Uhrzeit gilt in der Ortszeit des Ortes, an dem du bist: Die -Zeile unter den Feldern zeigt, wo du heute bist, und **Ich bin nicht hier** korrigiert das sofort. |
| **Vorschau pro Kanal** | So erscheint er auf jedem Kanal, mit Länge, Warnungen und Fehlern. Blaue -Zeilen zeigen, was Sayweek beim Senden für dieses Netzwerk anpasst (z. B. **Automatische Anpassung: auf 4:5 zugeschnitten, „Link in der Bio“**) – das sind keine Fehler, du musst nichts tun. |
| **Jetzt veröffentlichen · N Kanäle** | Sendet ihn (geplant: **Planen · N Kanäle**). Der Klick ist deine Freigabe – danach gibt es keinen eigenen Freigabeschritt. |

- **Automatisch gespeichert:** Ein unfertiger Schnellpost – mit Fotos und Video – bleibt erhalten. Beim nächsten Mal: **Du hast einen unfertigen Schnellpost** – **Weitermachen** oder **Neu beginnen**. Ist ein hochgeladenes Foto nicht mehr verfügbar, kommst du zurück zum Medien-Schritt, um es neu auszuwählen.
- **Nie doppelt gesendet:** Bricht beim Senden die Verbindung ab, schreibt Sayweek **Die Verbindung ist abgebrochen – ich prüfe, ob er rausging…** und prüft das. Ging er raus, siehst du das Ergebnis; wenn nicht, ist **Erneut** sicher – derselbe Post geht nie zweimal raus.
- **Jeder Kanal geht einzeln raus.** Klappt einer nicht (abgelaufene Verbindung…), erscheinen die anderen trotzdem. Der Ergebnisbildschirm zeigt pro Kanal Status und Grund; mit **Erneut versuchen** probierst du es nochmal.
- **Als Bearbeiter** heißt „jetzt“ der früheste erlaubte Zeitpunkt: etwa 6 Minuten später, und bis dahin kann ein Inhaber ihn noch stoppen. Ist die zweistufige Freigabe aktiv und du bist kein Inhaber, heißt der Button **Zur Freigabe senden** – die Posts gehen erst nach der Freigabe des Inhabers raus.
- **Im Kalender** erscheint der Schnellpost als Extra neben dem Wochenplan – er belegt keinen Slot des Plans.
- **Über Telegram:** Schick den Text mit **/post** (bei einem Foto beginnt die Bildunterschrift mit /post). Zuerst hakst du die Kanäle an, dann kommt eine Vorschau, und er geht erst raus, wenn du auf den Button tippst.
- **Mehrere Fotos:** Wo der Kanal es kann (Instagram, Facebook, LinkedIn, Threads, Bluesky, X), gehen sie als ein Wisch-Post raus; anderswo nur das erste Foto, und die Vorschau sagt es.
- **Vom Handy:** In der installierten Web-App (Desktop, Android) erscheint Sayweek im Teilen-Menü; die iPhone- und Android-App fügen dem Teilen-Menü **Jetzt posten** / **Als Idee speichern** und dem Widget ein Schnellpost-Symbol hinzu (Kapitel Telegram-Bot, Browser-Erweiterung und Handy-App).

## Feiertage und besondere Tage

Anhand des Landes jeder Marke zeigt der Wochenplan im Bereich **Feiertage und besondere Tage** die kommenden gesetzlichen Feiertage, Aktionstage (etwa den Muttertag) und die Tage deiner Branche – jeweils mit einer Post-Idee. Es gibt Tage für Ungarn, Deutschland, Österreich, die Vereinigten Arabischen Emirate, die Schweiz, das Vereinigte Königreich und die USA. Dieselben Tage erscheinen auch in den Tageszeilen des Kalenders.

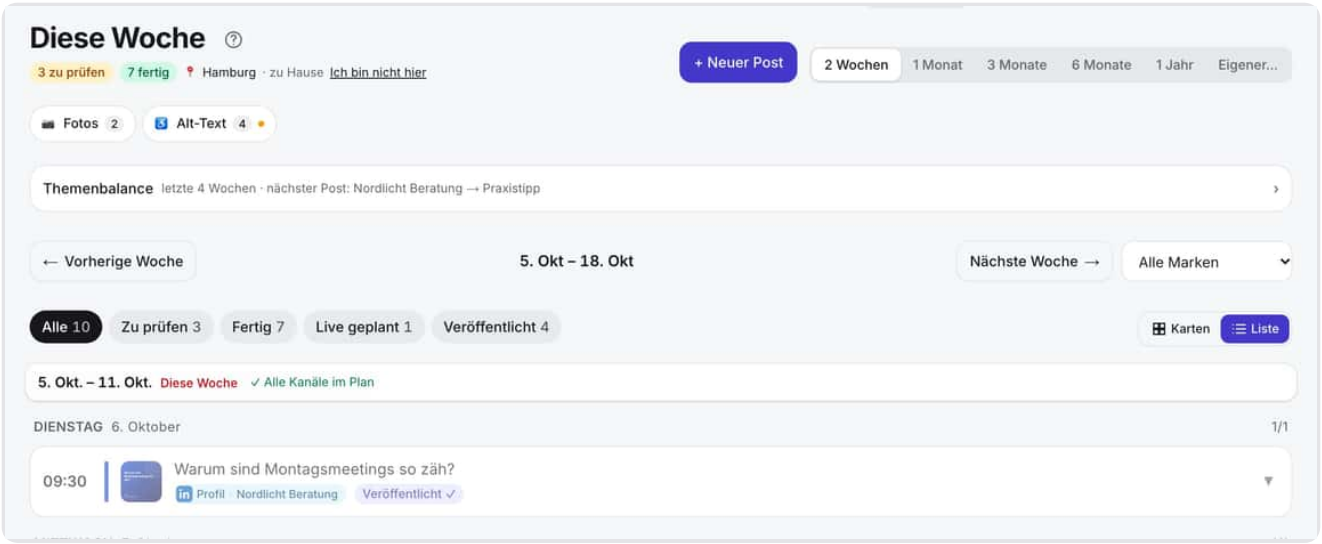



Abbildung 20 – Der Bereich Feiertage und besondere Tage im Wochenplan; darunter die wöchentliche Fotokarte und die Alternativtext-Leiste.

- **Als Idee** – die Post-Idee des Tages kommt in deine Ideenbox. **Nicht relevant** – der Tag verschwindet für diese Marke (in den Einstellungen holst du ihn zurück). **Als Sperrtag festlegen** – bei Business-Marken, an Tagen mit festem Datum: an diesem Tag keine Posts, jedes Jahr.

- Das Zeichen ⚠ bedeutet: an diesem Tag keine Angebote und keine Werbung. Die KI weiß das auch – an so einem Tag schreibt sie keinen Werbepost und erwähnt den Tag nur, wenn er zum Thema passt.
- Länder, Aktionstage und Branchentage stellst du pro Marke unter **Einstellungen → Feiertage und Sperrtage** ein (**Länder**, **Ausgeblendete Tage**). Die Branchentage richten sich nach der Branche der Marke – leg sie in den Einstellungen fest oder mit einem Startpaket.
- **N Fotos für diese Woche gesucht** – die Fotokarte (Kapitel Editor, Fotoassistent). **Mit KI ergänzen** in der Alternativtext-Leiste schreibt die fehlenden Bildbeschreibungen von bis zu 12 geplanten Posts auf einmal (Kapitel Editor, Alternativtext).

## Warteliste, Themenbalance, „was Sayweek berücksichtigt“

- **Warteliste (N)** – Posts, die an ihrem Platz überzählig wurden oder ohne Datum kamen. Einmal täglich plant Sayweek sie selbst in die nächste freie Lücke des Kanals ein (vorher prüft es, ob der Text zum neuen Datum passt). Sofort: **Alle in die nächste freie Lücke einplanen**, einzeln: **Einplanen**.
- **Themenbalance** – pro Marke die Posts der letzten 4 Wochen nach Säulen, gemessen am Zielanteil, und welche Säule als Nächstes dran ist.
- **Was Sayweek bei diesem Plan berücksichtigt** – Erkenntnisse aus den Ergebnissen deiner eigenen Posts (Kapitel Statistik).
- Enthalten die Markenregeln noch den Beispieltext, warnt eine gelbe Leiste: Die Posts entstehen dann noch nicht in deinem Stil (Kapitel Deine Stimme).

# 03 Ideen

Menü: Ideen (/otletek) – Übersicht → + Idee einwerfen

Ein guter Post beginnt mit einer guten Idee. Die Seite **Ideen** sammelt alle Quellen an einem Ort: was du einwirfst (getippt, eingesprochen, per E-Mail, über Telegram), was Sayweek aus den News auswählt und was es aus deinen E-Mails, deinem Kalender und deinen Meetings herausfiltert. Zu jeder Idee bekommst du einen Vorschlag für Marke, Kanal und Zeitpunkt – die Entscheidung liegt bei dir.

## Die fünf Tabs

| | |
|---|---|
| **Aus News** | Die heutigen Themen des News-Radars, Themen und Quellen, deine Beispielbeiträge und die Geschichtenbank. |
| **Ideenbox** | Deine eigenen Ideen (getippt, eingesprochen, per E-Mail, über Bots, aus dem Browser) und aus langen Inhalten zerlegte Themen. Das ist der Standard-Tab. |
| **Aus Mails & Kalender** | Aus Postfach, Kalender, CRM und Meeting-Transkripten herausgefilterte Ideen sowie Reisevorschläge. |
| **Networking** | Der tägliche 10-Minuten-Kommentar-Assistent, Verkaufsanlässe, Kommentare unter deinen Posts und die wichtigen Menschen & Firmen. |
| **Kundenstorys** | Fallstudien aus gewonnenen Projekten, Posts rund um Events und Zitatgrafiken aus Kundenstimmen. |

Die Zahl neben einem Tab zeigt die Einträge, die auf eine Entscheidung warten.

## Eine Idee in die Ideenbox werfen

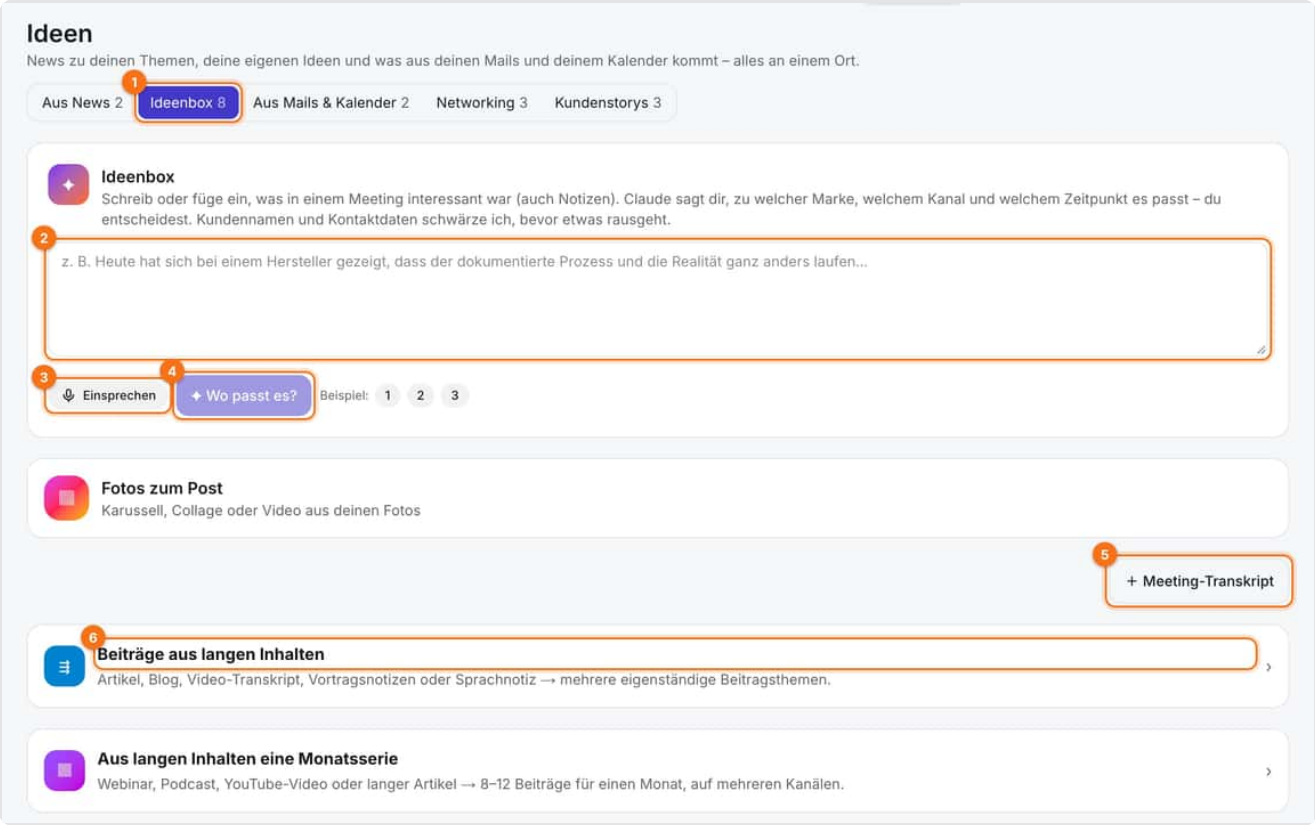



Abbildung 21 – Die Ideenbox: Textfeld, Einsprechen, „Wo passt es?“, Transkript, lange Inhalte und Massenimport.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Tabs** | **Aus News**, **Ideenbox**, **Aus Mails & Kalender**, **Networking**. |
| 2 | **Textfeld** | Schreib oder füge ein, was in einem Meeting interessant war – auch Notizen. Darunter drei anklickbare **Beispiel:**-Texte. |
| 3 | **Einsprechen** | Sprich die Idee ein; nach dem Stoppen landet der Text im Feld. Eine Aufnahme dauert höchstens 5 Minuten; der Ton wird nicht gespeichert, nur verschriftlicht. |
| 4 | **Wo passt es?** | Claude sagt dir, zu welcher Marke, welchem Kanal und welchem Zeitpunkt es passt. Vorher schwärzt die App Kundennamen und Kontaktdaten. |
| 5 | **+ Meeting-Transkript** | 1–3 Post-Ideen aus dem Transkript oder der Zusammenfassung eines Meetings (siehe unten). |
| 6 | **Beiträge aus langen Inhalten** | Artikel, Blog, Video-Transkript oder Vortragsnotizen → mehrere eigenständige Beitragsthemen (siehe unten). |
| 7 | **Massenimport (CSV / Tabelle)** | Fertige Posts aus einer Tabelle – sie kommen als Entwürfe herein. |

### Schritt für Schritt

1. Klick auf der **Übersicht** auf **+ Idee einwerfen** – der Tab **Ideenbox** öffnet sich.
2. Tippe oder sprich (**Einsprechen**) die Idee ein – ein paar Sätze reichen.
3. Klick auf **Wo passt es?**. Wenige Sekunden später: „Die Vorschläge sind da – wähle unten aus.“
4. Wähle in der Liste **Wartet auf Entscheidung** einen Vorschlag (siehe unten).

## Vorschläge und Entscheidung

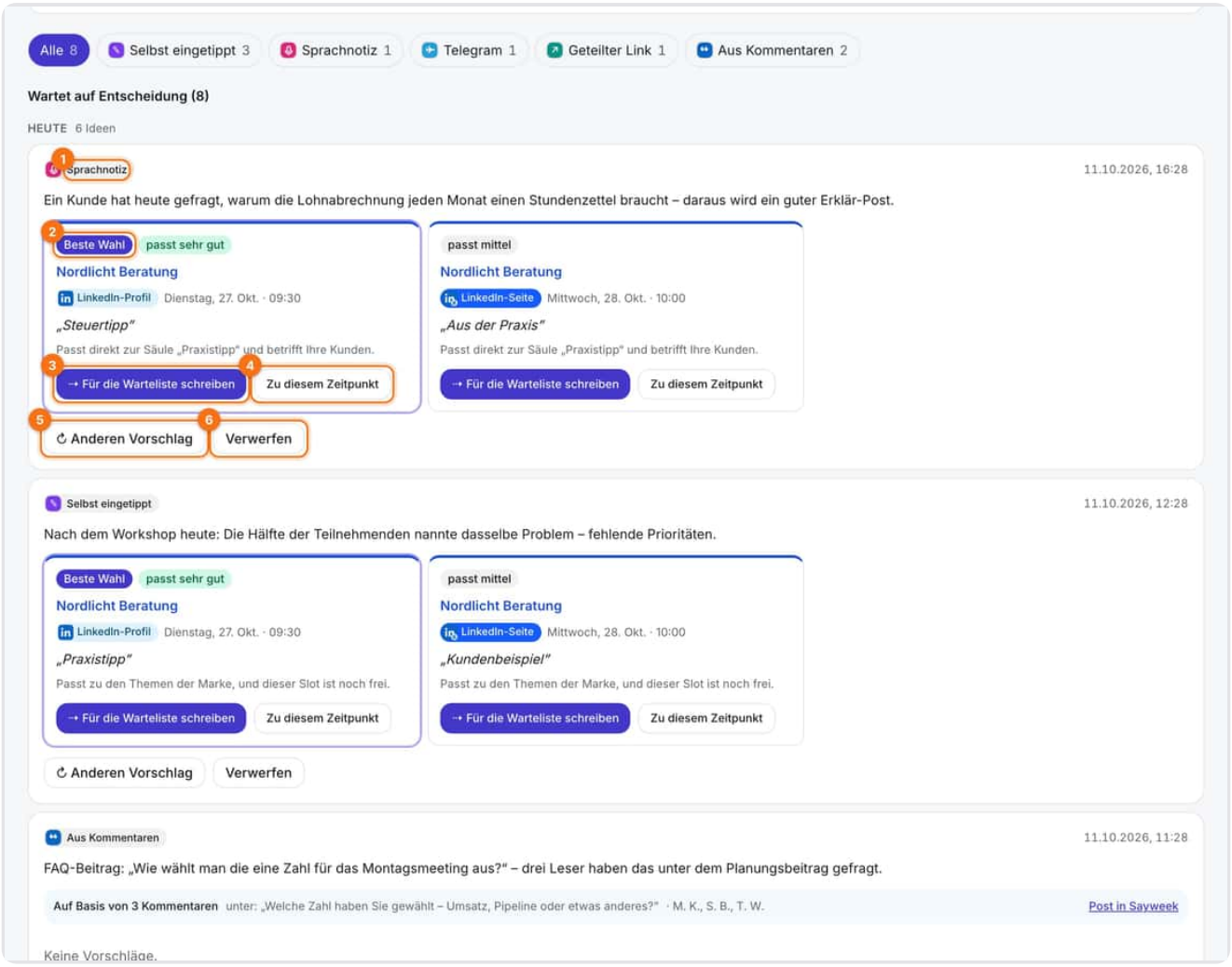



Abbildung 22 – Ideen, die auf eine Entscheidung warten: pro Vorschlag Marke, Kanal, Tag und Uhrzeit, Blickwinkel und Passung.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Quelle und Datum** | Ein kleines Etikett: woher die Idee kam (z. B. **Selbst eingetippt**, **Sprachnotiz**, **Telegram**, **Geteilter Link**). Die Ideen sind nach Tagen gruppiert. |
| 2 | **Vorschlagskarten** | Bis zu drei: Marke, Kanal, Tag und Uhrzeit, ein vorgeschlagener Blickwinkel und wie gut es passt (**passt sehr gut** / **passt mittel**). Die erste ist **Beste Wahl**. |
| 3 | **Für die Warteliste schreiben** | Claude schreibt ihn und setzt ihn auf die Warteliste; die App plant ihn in den nächsten fehlenden Platz des Kanals nach deinen Regeln ein. |
| 4 | **Zu diesem Zeitpunkt** | Setzt ihn genau auf den Zeitpunkt der Karte und schreibt ihn. |
| 5 | **↻ Anderen Vorschlag** | Neue Vorschläge für Marke, Kanal und Zeitpunkt. |
| 6 | **Verwerfen** | Die Idee verschwindet aus der Liste (nach Bestätigung). |

Eine geschriebene Idee wandert nach **Zuletzt eingeplant**; der Link **Öffnen** führt direkt zum Entwurf. Der Entwurf wartet wie jeder andere Post auf die Freigabe.

> ✔ **Tipp**
> Hat eine Idee keine Vorschläge, ist die Anfrage fehlgeschlagen – die Idee bleibt mit einem Hinweis erhalten. Versuch es mit ↻ **Anderen Vorschlag** noch einmal.

## Nach Quelle filtern

Stammen die Ideen der Liste aus mehreren Quellen, erscheinen darüber Quellen-Etiketten (**Nach Quelle filtern**: **Alle** und die Anzahl pro Quelle). Ein Klick auf ein Etikett zeigt nur die Ideen dieser Quelle; **Alle anzeigen** setzt das zurück.

## Woher können Ideen kommen?

Diese Quellen gibt es heute tatsächlich in Sayweek. Die meisten verbindest du einmal – die Schritte stehen in den genannten Kapiteln.

**Ideenquellen – wie auf dem Quellen-Etikett**

| | |
|---|---|
| **Selbst eingetippt, Sprachnotiz** | Ideenbox: das Textfeld und **Einsprechen**. Nichts einzurichten. |
| **Ideen-Adresse (E-Mail)** | Ideenbox → Karte **Ideen per E-Mail**: die geheime Adresse des Workspace – leite eine E-Mail dorthin weiter, ohne Gmail-Zugriff. **Kopieren**; falls sie in falsche Hände geraten ist: **Neue Adresse**. Die Karte erscheint nur, wenn auf dem Server eingehende E-Mails aktiviert sind. |
| **Telegram, WhatsApp** | Text, Link, Sprachnachricht oder Foto an den Sayweek-Bot → eine Idee in der Ideenbox. Verbinden unter **Einstellungen → Alle Integrationen** (Kapitel Telegram-Bot, Browser-Erweiterung, Handy-App). |
| **Geteilter Link** | Die Browser-Erweiterung (**In Sayweek speichern**) und das Teilen-Menü des Handys – der Link bleibt als Quelle der Idee erhalten (Kapitel Telegram-Bot, Browser-Erweiterung, Handy-App). |
| **Wochen-Interview** | Deine Antworten auf **Erzähl von deiner Woche** (Kapitel Wochen-Interview). |
| **Wiederverwerteter Inhalt** | Ideenbox → **Beiträge aus langen Inhalten**. |
| **Eingereichtes Transkript** | Ideenbox oder Aus Mails & Kalender → **+ Meeting-Transkript**. |
| **Meetings (Fireflies, Fathom, tl;dv, Zoom, Google Meet, Teams, Otter, Read.ai)** | Mit verbundenem Notiz-Tool täglich von selbst – sie landen im Tab **Aus Mails & Kalender** mit der Quelle „Meeting“ (Kapitel Integrationen). |
| **E-Mail (Gmail, Outlook)** | Aus einem verbundenen Postfach jeden Montag von selbst oder sofort mit **Ideen aus meinen Mails** (Kapitel Integrationen). |
| **Kalender (Google, Outlook, iCloud)** | Termine als Ideenquelle und Reisevorschläge aus dem Kalender (Kapitel Integrationen; Reisen: Kapitel Freigabe und Planung). |
| **CRM (HubSpot, Pipedrive)** | Deals und Aktivitäten als Ideenquelle – nach dem Verbinden mit eigener Schaltfläche (Kapitel Integrationen). |
| **News** | Die tägliche Auswahl des News-Radars im Tab **Aus News** (unten). |

| | |
|---|---|
| **KI-Assistent, API, Zapier, Make, Notion, Airtable, iPhone-Erinnerungen, Discord** | Ideen aus anderen Tools – über Entwickler- und Automatisierungs-Verbindungen (Kapitel Integrationen). |

> i Bei Ideen aus E-Mails und Meetings schwärzt Sayweek Namen, Firmen und Kontaktdaten, bevor irgendetwas an Claude geht; den Text von E-Mails und Transkripten speichert es nicht – nur die Idee und einen Rücklink.

## Ein Meeting-Transkript von Hand hinzufügen

1. Klick auf **+ Meeting-Transkript**.
2. Füge den Text in **Transkript oder Zusammenfassung** ein oder zieh eine .txt-, .vtt-, .srt- oder .docx-Datei hinein (bis 3 MB).
3. Gib auf Wunsch **Titel des Meetings (optional)**, **Datum** und **Marke** an (Standard: **Beliebige Marke (Claude wählt)**).
4. Klick auf **Ideen holen**, dann auf **Ideen öffnen**.

Eingefügter Text braucht mindestens 120 Zeichen. Die Ideen landen im Tab **Aus Mails & Kalender**. Bleibt nach dem Schwärzen keine verallgemeinerbare Erkenntnis übrig, sagt dir Sayweek, dass daraus keine gute Post-Idee entstanden ist.

## Beiträge aus langen Inhalten

Gib einen Link an (Artikel, Blog, YouTube) oder füge den Text ein bzw. sprich ihn ein (mindestens ein paar Absätze), und klick auf **Beitragsthemen daraus**. Claude zerlegt ihn in Beitragsthemen mit unterschiedlichen Blickwinkeln – jedes landet in der Ideenbox, wo du Kanal und Zeitpunkt wählst. Aus einem fremden Artikel wird ein Beitrag über deine Meinung, keine Zusammenfassung.

## Aus langen Inhalten eine Monatsserie

In einem einstündigen Webinar oder Podcast steckt ein Monat an Beiträgen. Die Karte **Aus langen Inhalten eine Monatsserie** in der Ideenbox plant daraus 8–12 Beiträge, jeden aus einem anderen Blickwinkel (überraschende Erkenntnis, häufiger Fehler, Schritt für Schritt, steile These…), mit einem wörtlichen Zitat aus der Quelle und einem Karussell-Kandidaten.

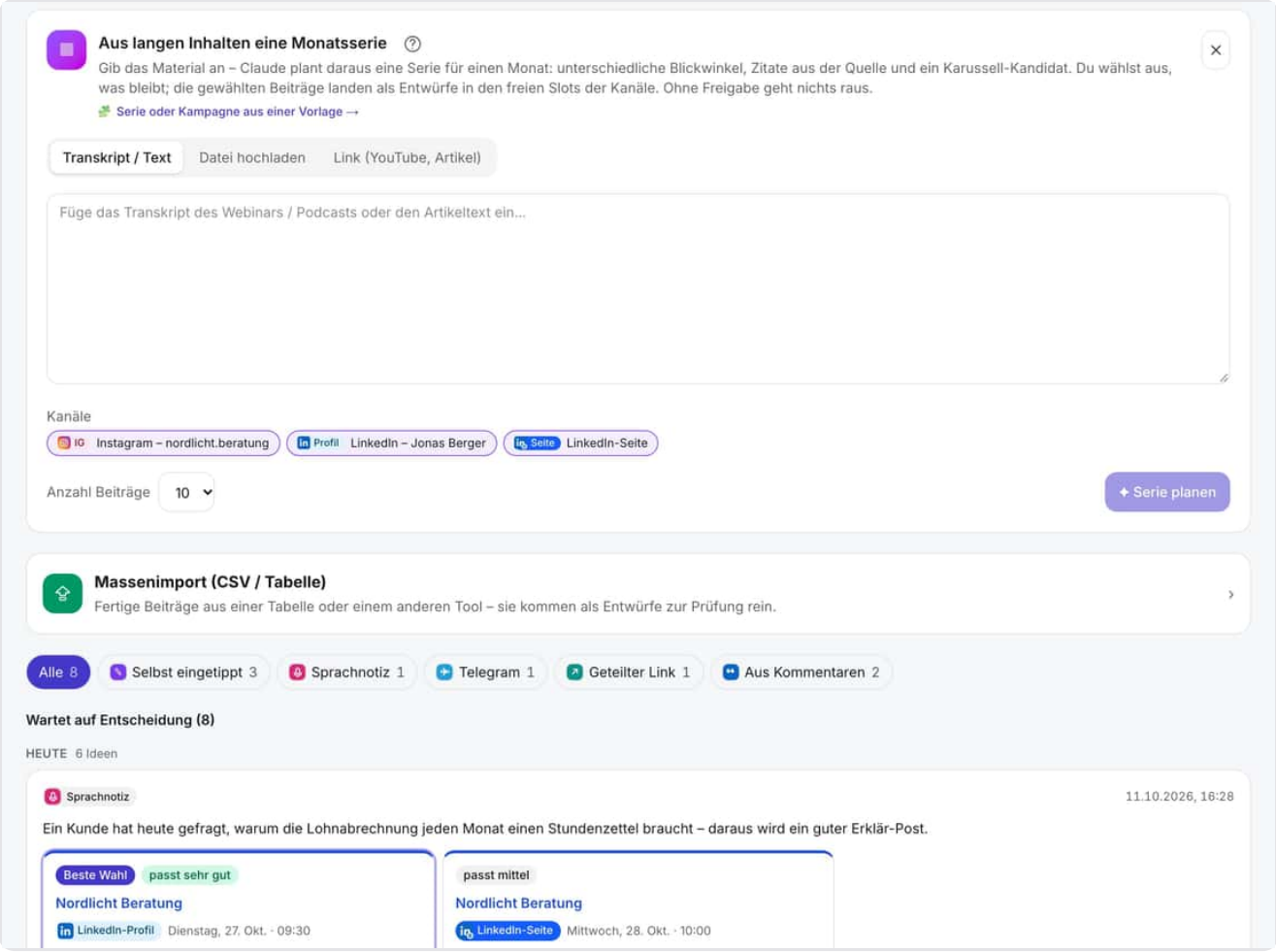



Abbildung 23 – Die Serienplanung: das Material (Text, Datei oder Link), Marke, Kanäle und die Anzahl der Beiträge.

1. Gib das Material an: **Transkript / Text** (mindestens ein bis zwei Seiten einfügen), **Datei hochladen** (.vtt, .srt, .txt, .md – Zeitstempel werden entfernt) oder **Link (YouTube, Artikel)** – bei YouTube werden die öffentlichen Untertitel gelesen; gibt es keine, füge das Transkript ein.
2. Wähle die Marke, die Kanäle und unter **Anzahl Beiträge**, wie viele es werden sollen (8–12), dann klick auf **Serie planen**.
3. Prüfe die Vorschläge: Das Kästchen entscheidet, was bleibt; Titel und Kanal kannst du ändern; ↻ **Anderer Blickwinkel** ersetzt einen einzelnen Vorschlag.
4. Klick auf **… Entwürfe erstellen**. Die Beiträge landen in Serienreihenfolge auf den freien Zeitfenstern der nächsten rund fünf Wochen, höchstens ein Serienbeitrag pro Kanal und Tag, und Sayweek schreibt sie in deiner Stimme. Was nicht passt, kommt auf die Warteliste.

> i Ohne Freigabe geht nichts raus, und jeder Beitrag stützt sich nur auf das, was in der Quelle steht – keine erfundenen Zahlen, Kunden oder Ereignisse. Jeder erstellte Beitrag zählt als ein geschriebener Post deines KI-Kontingents.

## Massenimport

**Massenimport (CSV / Tabelle)** holt fertige Posts aus einer Tabelle. Spalten: Datum, Uhrzeit, Kanal, Text, Erster Kommentar – nur der Text ist Pflicht. Kopiere die Zellen einfach aus Excel oder Google Tabellen, oder lade eine .csv hoch (**.csv hochladen**). Den Kanal nimmt es aus der Tabelle, oder du legst alles auf einen Kanal. Eine Zeile ohne Datum kommt auf die Warteliste. Nach **Importieren** kommt jeder Post als Entwurf

herein, zur Prüfung.

## Aus News: der News-Radar

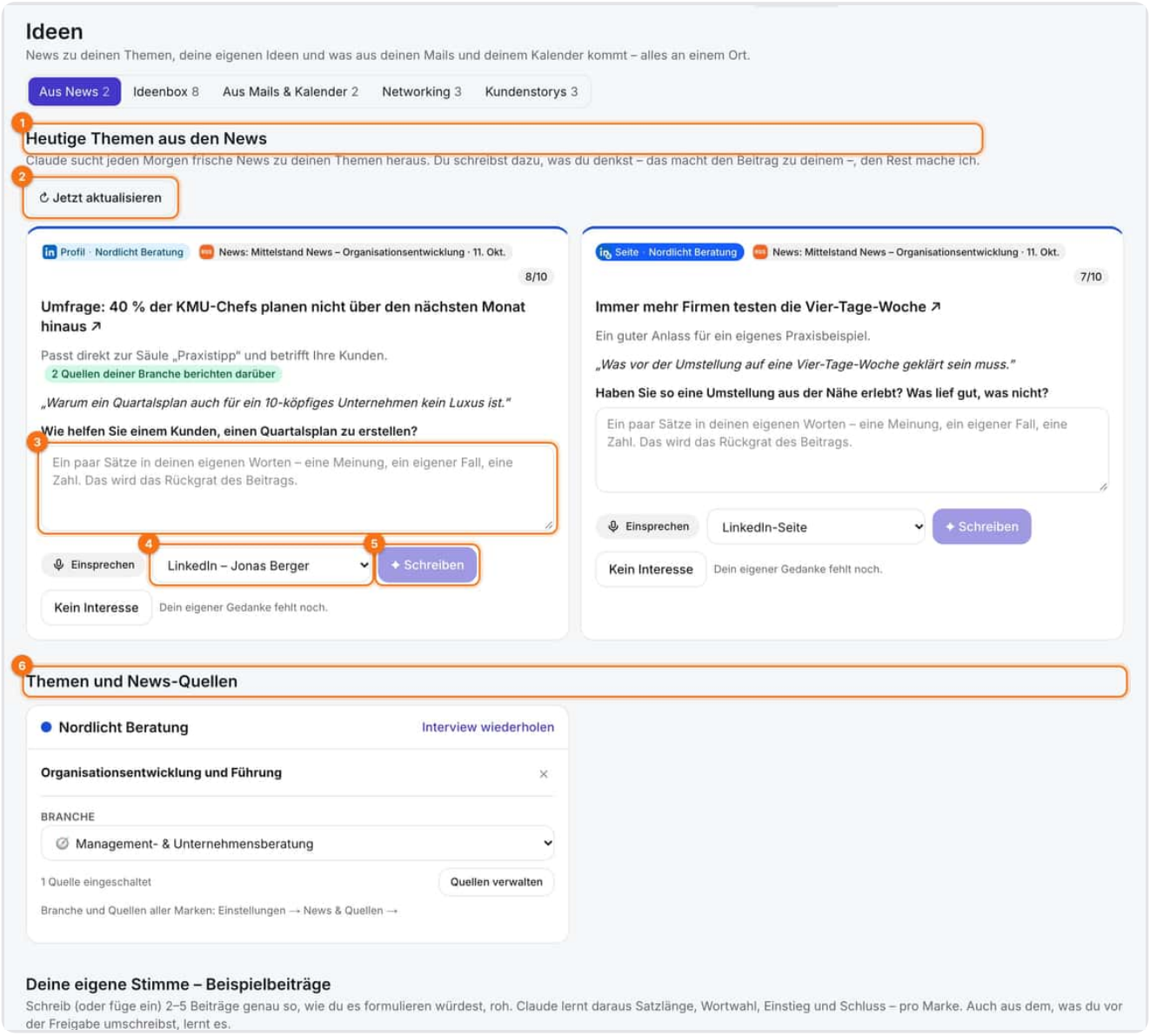



Abbildung 24 – Der Tab Aus News: die heutigen Themen mit dem Feld für den eigenen Gedanken, darunter Themen und News-Quellen.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Heutige Themen aus den News** | Claude wählt jeden Morgen frische News aus, die zu deinen Themen passen – mit Quelle, Punktzahl (z. B. 8/10), warum sie passen, und einem vorgeschlagenen Blickwinkel. |
| 2 | **↻ Jetzt aktualisieren** | Du musst nicht bis morgen warten: prüft die Quellen sofort. |
| 3 | **Eigener Gedanke** | Beantworte die Frage zur Meldung (Standard: **Was denkst du darüber? Was ist deine eigene Erfahrung?**) in ein paar Sätzen mit deinen Worten – das macht den Post zu deinem. Auch hier gibt es **Einsprechen**. |
| 4 | **Kanal** | Für welchen Kanal (wenn die Marke mehrere hat). |
| 5 | **Schreiben / Kein Interesse** | **Schreiben** ist aktiv, sobald du mindestens einen kurzen Satz geschrieben hast. Es schreibt in deiner Stimme und legt den Post in das nächste freie Zeitfenster des Kanals (oder auf die Warteliste). |

6 **Themen und News-Quellen** Pro Marke die Themen, die Branche und die Quellen; **Interview starten** (fünf Fragen zur Marke) und **Quellen verwalten**.

Hat eine Marke noch keine Themen und Quellen, steht statt der heutigen Themen **Starten wir mit einem 2-Minuten-Interview** – aus fünf Fragen werden Themen und News-Quellen. Oder wähle die Branche der Marke: Du bekommst sofort 15–25 bewährte Quellen. Quellen, Mitbewerber und saisonale Themen verwaltest du unter **Einstellungen → News & Quellen** (Kapitel Integrationen).

Am Ende des Tabs gibt es zwei weitere Teile: **Deine eigene Stimme – Beispielbeiträge** und **Geschichtenbank** – darum geht es im Kapitel Deine Stimme.

## Trendthemen in deinem Fachgebiet

Unten im Tab **Aus News** zeigt die Karte **Trendthemen in deinem Fachgebiet**, welche Wörter und Wendungen diese Woche in den Schlagzeilen deines News-Radars deutlich öfter vorkommen als letzte Woche – in der Sprache und im Land deiner Marke. Darunter stehen die landesweiten Google-Suchen, die zu deinen Themen passen.

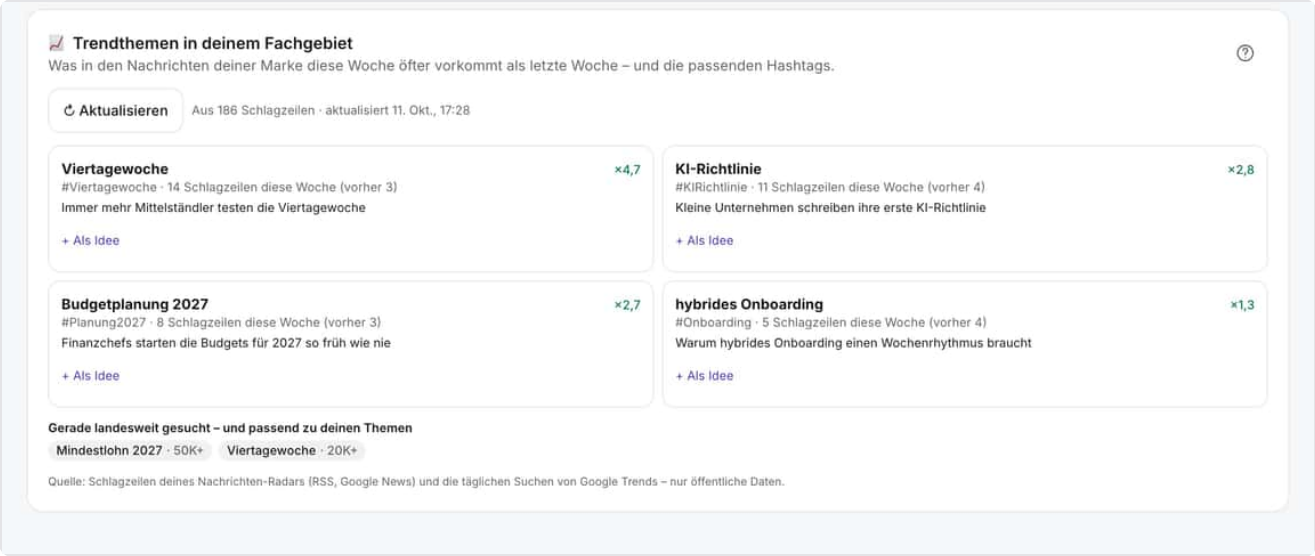



Abbildung 25 – Trendthemen: Schlagzeilen diese Woche und vorher, eine Beispielschlagzeile, ein passender Hashtag und + Als Idee.

| | |
|---|---|
| **Themenkarte** | Der Begriff, das Wachstum (×4,7), wie viele Schlagzeilen ihn diese Woche und vorher erwähnt haben, ein passender Hashtag und eine Beispielschlagzeile. |
| **+ Als Idee** | Legt das Thema in deine Ideenbox, mit einer Frage, die du aus deiner eigenen Erfahrung beantwortest. |
| **↻ Aktualisieren** | Zählt sofort neu (sonst aktualisiert sich die Karte alle paar Stunden). |

**✔ Tipp**

Im Post-Editor schlägt **Passende Hashtags** unter dem Hashtag-Feld trendende und deine eigenen häufigen Hashtags vor, die zum Text passen – nie mehr, als das Netzwerk erlaubt (LinkedIn 3–5, Instagram 2–3, Facebook, X und Bluesky bis zu 2, Threads 1; beim Google-Unternehmensprofil keine). Ist die Karte leer, leg unter **Einstellungen → News & Quellen** ein paar Themen und Quellen an.

## Aus Mails & Kalender

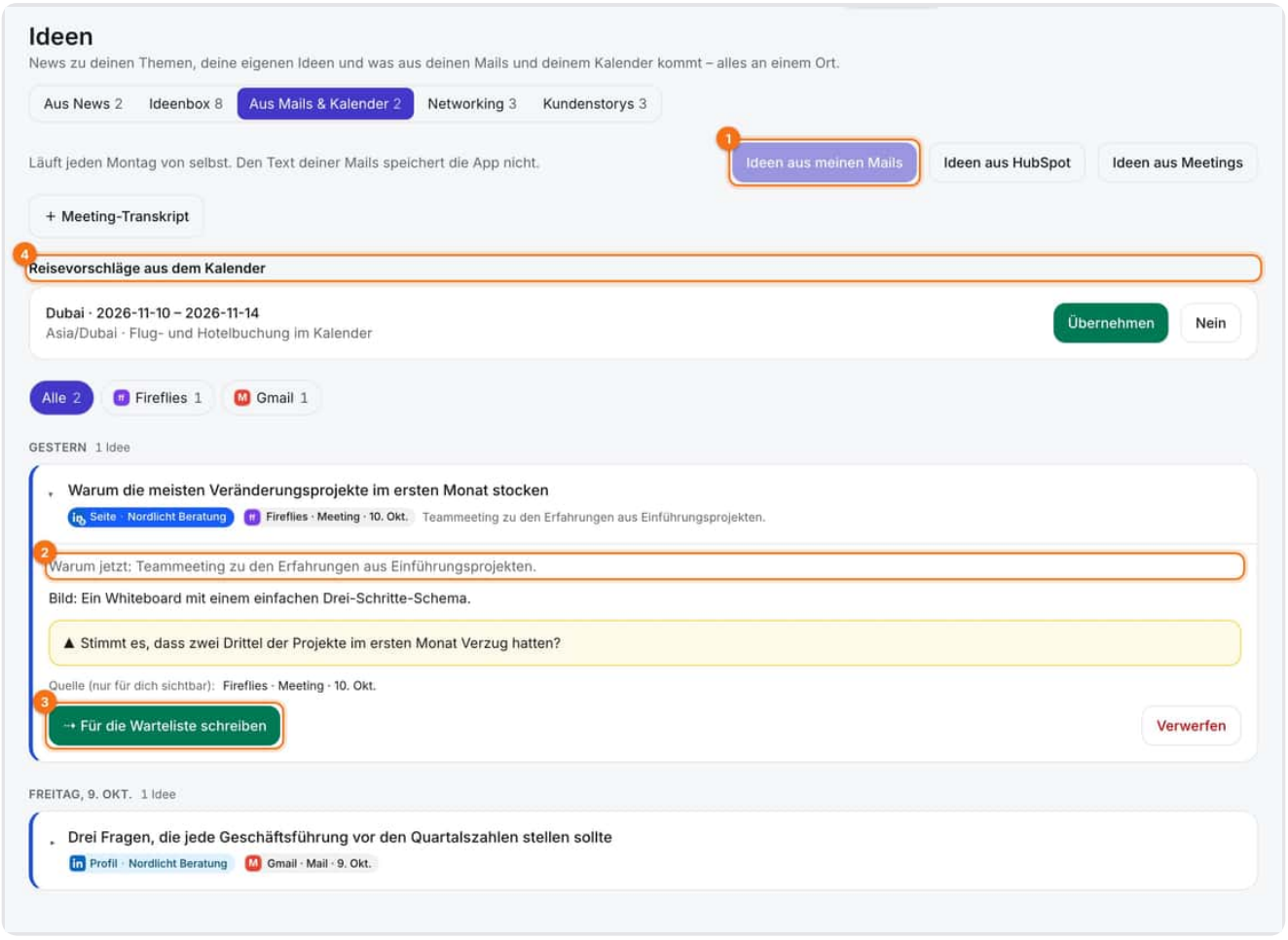



Abbildung 26 – Der Tab Aus Mails & Kalender: Ideen aus einer E-Mail und einem Meeting, mit Prüfpunkten und Zeitfensterauswahl.

| | |
|---|---|
| 1 **Schaltflächen zum Ausführen** | **Ideen aus meinen Mails** (mit verbundenem Postfach), pro Verbindung **Ideen aus Meetings**, HubSpot / Pipedrive / Discord; und **+ Meeting-Transkript**. Läuft außerdem jeden Montag von selbst. |
| 2 **Ideenkarte** | Das Thema, eine Meta-Zeile (Marke · Quelle · Datum), **Warum jetzt:**, ein **Bild:**-Vorschlag und die zu prüfenden Fakten. Der Link **Quelle (nur für dich sichtbar):** zeigt auf die E-Mail oder den Termin. |
| **Zeitfenster** | Wähle aus den nächsten freien Zeitfenstern der Marke. Erscheint nur, wenn die Marke in den kommenden Wochen ein freies Zeitfenster hat – im Screenshot gibt es keines, daher steht dort nur die Warteliste-Schaltfläche. |
| **Stimmt und passt – hier schreiben** | Du bestätigst, dass die Fakten stimmen und vertretbar sind – Claude schreibt den Post für das gewählte Zeitfenster (erscheint zusammen mit der Zeitfensterauswahl). |
| 3 **Für die Warteliste schreiben / Verwerfen** | Schreibt ihn für die Warteliste oder verwirft die Idee. |
| 4 **Reisevorschläge aus dem Kalender** | Reisen aus deinem Kalender: **Übernehmen** (in den Reiseplan) oder **Nein**. |

Ohne verbundenes Postfach oder andere Quelle siehst du **Noch kein Postfach verbunden.** – über den Link **Einstellungen → Mail & Kalender** verbindest du eines (Kapitel Integrationen). Reisen aus deinem Kalender erscheinen hier ebenfalls, als **Reisevorschläge aus dem Kalender** (**Übernehmen** / **Nein**).

## Networking: 10 Minuten am Tag

Ein paar durchdachte Kommentare bei den wichtigen Menschen bringen mehr als noch ein Post. Der Tab **Networking** hilft dir, das in 10 Minuten am Tag zu schaffen. Sayweek kommentiert oder liked nie für dich – die Regeln von LinkedIn verbieten eine Automatisierung: Du kopierst den Vorschlag und postest ihn selbst.

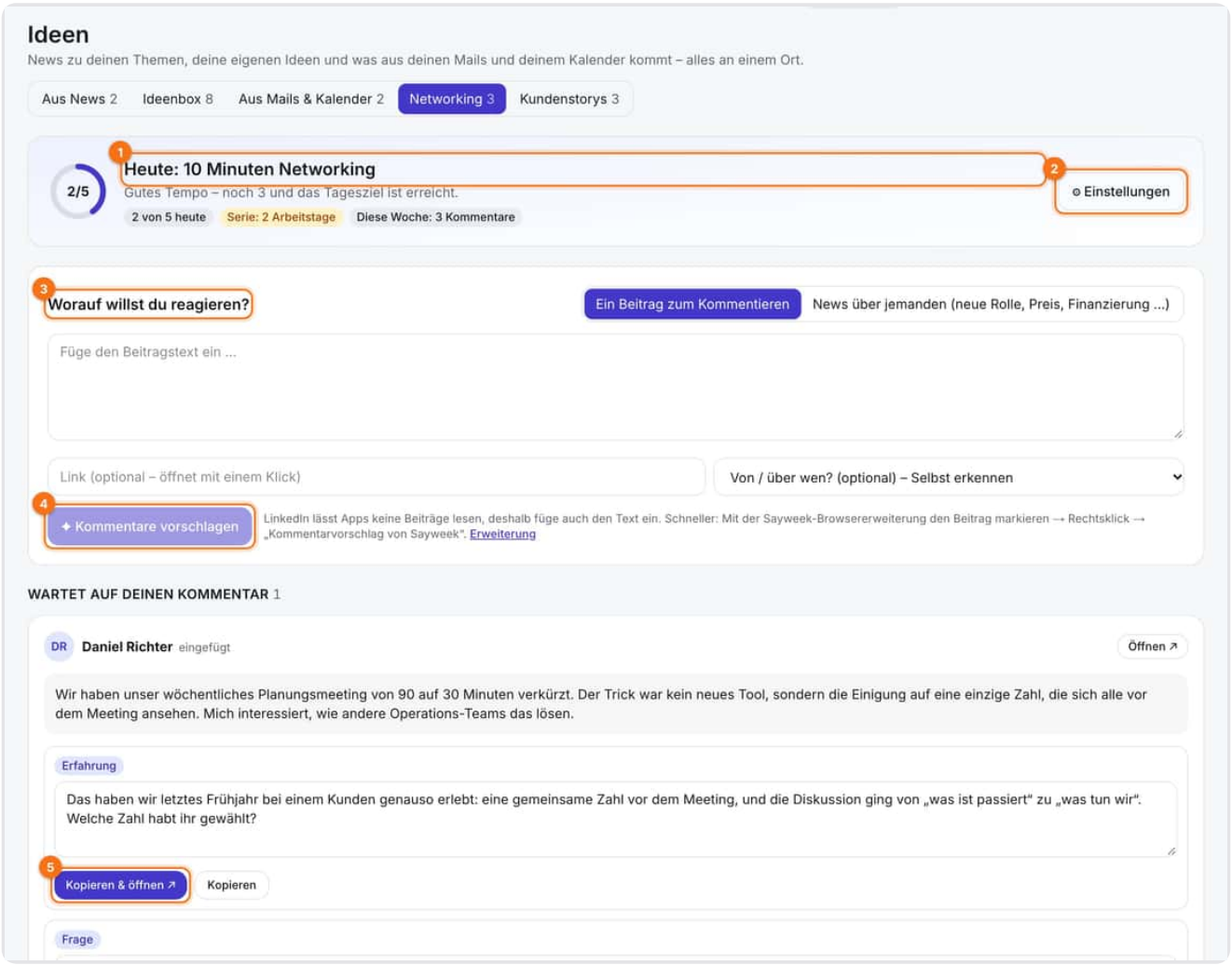



Abbildung 27 – Networking: der heutige Fortschritt, das Feld für einen Beitrag, auf den du reagieren willst, und ein eingefügter Beitrag mit drei Kommentarvorschlägen.

| | |
|---|---|
| 1 **Heute: 10 Minuten Networking** | Dein Tagesziel (3, 5 oder 10 Kommentare), wie weit du heute bist, die Kommentare dieser Woche und deine Serie in Arbeitstagen – Wochenenden unterbrechen sie nie. |
| 2 **Einstellungen** | Das Tagesziel, die morgendliche Übersicht um 8:00 (Benachrichtigung und auf Wunsch E-Mail oder dein eigener Telegram-Chat) und der Schalter für Verkaufsanlässe. |
| 3 **Worauf willst du reagieren?** | **Ein Beitrag zum Kommentieren**: Füge den Text eines LinkedIn-Beitrags (und seinen Link) ein. **News über jemanden (neue Rolle, Preis, Finanzierung …)**: Füge eine Ankündigung oder einen Artikel ein. |

| | | |
|---|---|---|
| 4 | **Kommentare vorschlagen** | Drei Vorschläge in deiner eigenen Stimme, jeder aus einem anderen Blickwinkel (z. B. Erfahrung, Frage, Ergänzung) – du kannst sie bearbeiten. |
| 5 | **Kopieren & öffnen ↗** | Kopiert den Kommentar und öffnet den Beitrag – füge ihn auf LinkedIn ein. |
| 6 | **Erledigt ✓ / Überspringen** | **Erledigt ✓** zählt zu deinem Tagesziel; **Überspringen** verwirft den Eintrag; **↻ Andere Vorschläge** schreibt neue. |

> i Warum einfügen? LinkedIn bietet keine Schnittstelle, über die eine App fremde Beiträge lesen könnte, und das Herunterladen von Seiten hinter einem Login ist verboten. Eingefügte Texte werden 14 Tage nach dem Abschließen eines Eintrags gelöscht. Auf der Übersicht bringt dich die Karte **Heute: 10 Minuten** mit einem Klick hierher.

## Verkaufsanlässe

Unter **Verkaufsanlässe** sagt dir Sayweek, wenn es frische, gute News über die Menschen und Firmen auf deiner Liste gibt – eine neue Rolle, eine Finanzierung oder Übernahme, eine Auszeichnung, eine Expansion, ein neues Produkt oder eine Partnerschaft. Zu jedem Anlass bekommst du zwei Glückwunsch-Kommentare und eine kurze **Persönliche Nachricht** in deiner eigenen Stimme; senden tust du selbst.

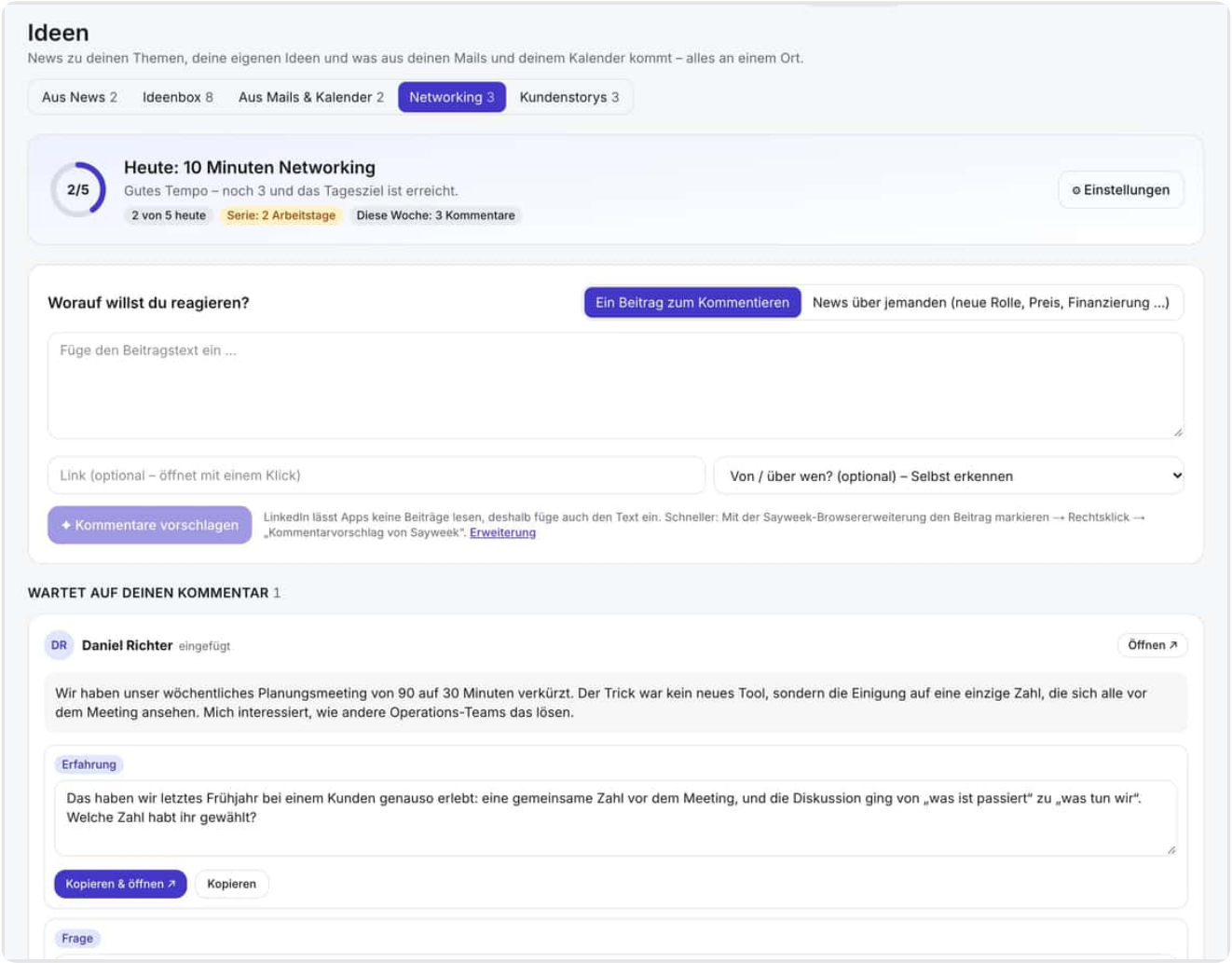



Abbildung 28 – Ein Verkaufsanlass: warum jetzt ein guter Moment ist, die Bewertung, zwei Kommentare und eine persönliche Nachricht – darunter die Liste der wichtigen Menschen & Firmen.

- **Quellen:** jeden Morgen nach 6:00 öffentliche Google-News-Treffer (bei einer Person Name und Firma zusammen, damit Namensvettern draußen bleiben), der eigene öffentliche News-Feed einer Firma, wenn du ihre Website angibst, und was du einfügst. LinkedIn wird nie gelesen oder beobachtet.
- **Nur die guten, höchstens drei am Tag:** Die KI bewertet jeden Anlass von 1 bis 10 und zeigt nur die mit mindestens 6 Punkten. Auf schlechte News (Stellenabbau, Klagen) gibt es nie einen Glückwunsch, und eine Geschichte erscheint nur einmal.
- **Wichtige Menschen & Firmen: + Hinzufügen** (eine Person mit Firma und LinkedIn-Profil oder eine Firma mit Website) oder **Importieren** aus deiner Kundenliste, HubSpot oder Pipedrive. **alle N Tage** legt fest, wie oft du reagieren willst; ist es fällig, erscheint die Person unter **Fällige Kontakte** (**Profil ↗**, **Kommentiert ✔**). Der Schalter **News** stoppt die News zu einem Namen; die ganze Funktion schaltest du unter Einstellungen aus.
- **Kommentare unter deinen Beiträgen** – bei direkt verbundenem LinkedIn-, Facebook- oder Instagram-Konto erscheinen hier auch die Kommentare unter deinen eigenen Posts, mit KI-Antwortvorschlag.

> ✔ **Tipp**
> Schneller mit der Browser-Erweiterung (Chrome Web Store): LinkedIn-Beitrag markieren → Rechtsklick → **Kommentarvorschlag von Sayweek**, und die Vorschläge warten hier schon auf dich.

## Post-Ideen aus deinen Kommentaren

Eine Frage unter deinem Post stellen meist auch andere. Jede Woche liest Sayweek die Kommentare unter deinen direkt veröffentlichten LinkedIn-, Facebook-, Instagram- und Threads-Posts der letzten zwei Wochen und macht aus wiederkehrenden Fragen, Einwänden und guten Diskussionen Post-Ideen. Dank- und Glückwunschkommentare werden nie zu Ideen.




Abbildung 29 – Die Karte Post-Ideen aus deinen Kommentaren im Tab Networking.

1. Klick im Tab **Networking** auf der Karte **Post-Ideen aus deinen Kommentaren** auf **Jetzt Ideen suchen** – oder warte auf den wöchentlichen Durchlauf (er startet, sobald mindestens 3 neue Kommentare da sind).
2. Die Ideen landen in deiner **Ideenbox** mit dem Etikett **Aus Kommentaren**: auf wie vielen Kommentaren eine Idee beruht, unter welchem Post und ein Link zu den Kommentaren.
3. Wähle ein vorgeschlagenes Zeitfenster und lass den Post schreiben – wie bei jeder anderen Idee.

> i Die Namen der Kommentierenden werden unkenntlich gemacht (z. B. „K. A.“), und die KI sieht nur Pseudonyme; E-Mail-Adressen, Telefonnummern und deine Kundennamen werden vorher entfernt. Die Kommentartexte werden nicht mit der Idee gespeichert – nur ihre IDs, damit der Link auf die Quelle zeigen kann.

## Kundenstorys

Der Tab **Kundenstorys** macht aus dem, was deine Kunden sagen, und aus den Events, die du besuchst, Posts – immer mit Einwilligung des Kunden.

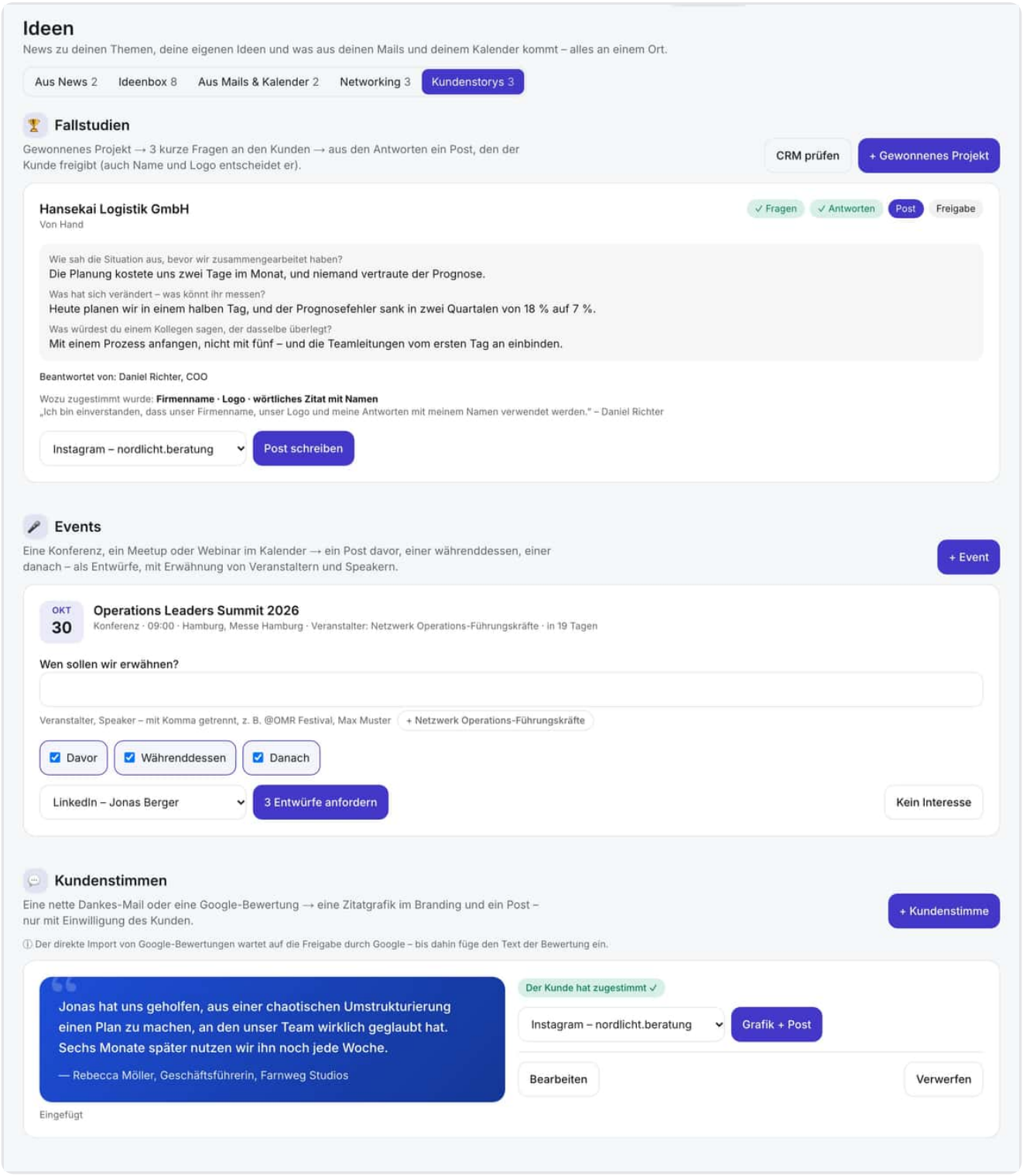



Abbildung 30 – Kundenstorys: eine beantwortete Fallstudie, eine vorgeschlagene Konferenz und eine Kundenstimme mit Einwilligung.

| | |
|---|---|
| **Fallstudien** | Gewinnst du in HubSpot oder Pipedrive einen Deal, schlägt Sayweek ihn hier vor (aus den letzten 3 Wochen) – oder du trägst einen mit **+ Gewonnenes Projekt** ein. Prüfe die 3 Fragen, trag die Ansprechperson ein, dann **Fragen per E-Mail senden** oder **Link kopieren**. Der Kunde antwortet ohne Anmeldung auf einer gebrandeten Seite und entscheidet, ob du Firmennamen, Logo und wörtliche Zitate verwenden darfst. Wähle den Kanal und klick auf **Post schreiben**, dann **Dem Kunden zur Freigabe senden** – bis der Kunde genau diesen Text freigegeben hat, lässt sich der Post nicht einplanen. |
| **Events** | Einmal am Tag sucht Sayweek in deinen verbundenen Kalendern Konferenzen, Meetups und Webinare der nächsten 2 Monate (private und interne Termine lässt es aus) – oder du trägst eines mit **+ Event** ein. Trag ein, **Wen sollen wir erwähnen?** (Veranstalter, Speaker), hake **Davor**, **Währenddessen**, **Danach** an, wähle den Kanal und klick auf **3 Entwürfe anfordern**: Sie kommen in die nächsten freien Zeitfenster (etwa 2 Tage davor, am Event-Tag, am Tag danach). |
| **Kundenstimmen** | Füge die netten Worte eines Kunden ein (E-Mail, Nachricht, Bewertung), seinen Namen und seine Rolle, und wähle, wie er erscheint (voller Name, Initialen oder ohne Namen). Halte die Einwilligung fest – hake **Die Einwilligung liegt vor** an oder frag per Link an –, dann wähle den Kanal und klick auf **Grafik + Post**: ein Entwurf mit einer Zitatgrafik in den Farben deiner Marke. Der direkte Import von Google-Bewertungen wartet auf die Freigabe durch Google; bis dahin füge die Bewertung ein. |

**Tipp**

Ideen aus dem „Erfolge“-Kanal deines Teams: In Slack landen Nachrichten mit der -Reaktion, in Microsoft Teams Nachrichten, die @Sayweek erwähnen, in der Ideenbox (Kapitel Integrationen → Benachrichtigungen an andere Apps).

# 04 Einen Post mit der KI schreiben und bearbeiten

Der Post-Editor (/poszt/...) – Wochenplan / Kalender → Bearbeiten

Im Editor siehst du alles an einem Ort, was ein Post braucht: den Text, die Vorschläge für den Einstiegssatz, das Bild, die Planung, die Vorschau und was die Freigabe noch verhindert. Du öffnest ihn im Wochenplan oder Kalender mit **Bearbeiten** am Post (oder per Klick auf die Zeile).

## Der Aufbau des Editors

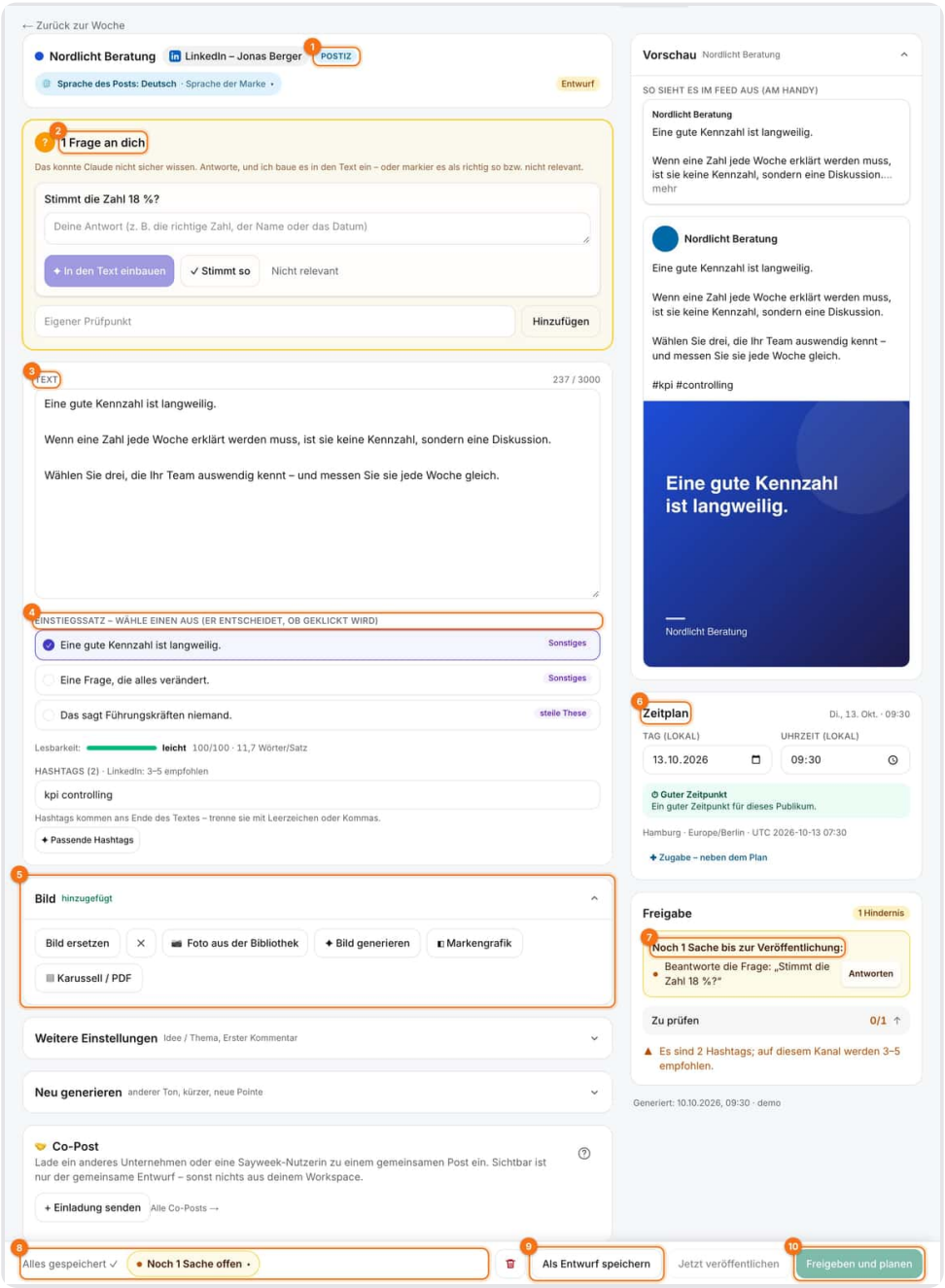



Abbildung 31 – Der Editor: links der Inhalt, rechts Vorschau, Zeitplan und Freigabe, unten die Aktionsleiste.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Kopf** | Marke, Kanal, der Veröffentlichungsweg (**DIREKT**, **POSTIZ** oder **NICHT VERBUNDEN**), die Sprache des Posts und sein Status. |
| 2 | **Fragen** | Claudes offene Fragen – Dinge, die es nicht sicher wissen konnte (z. B. eine Zahl, ein Datum). Solange sie offen sind, lässt sich der Post nicht freigeben. |
| 3 | **Text** | Der Text des Posts mit Zeichenzähler (z. B. 1180 / 3000). Bei Instagram heißt er **Bildunterschrift**, bei YouTube **Titel und Beschreibung**. |
| 4 | **Einstiegssatz – wähle einen aus** | Bei LinkedIn schlägt Claude mehrere Einstiegssätze vor; ein Klick setzt ihn als erste Zeile ein. |
| 5 | **Bild** | Hochladen, KI-Bild, Markengrafik, Stockfoto und verbundene Speicher (siehe unten). |
| 6 | **Zeitplan** | **Tag (lokal)** und **Uhrzeit (lokal)**, mit Bewertung der Uhrzeit und, falls vorhanden, einem besseren Vorschlag (**Übernehmen**). |
| 7 | **Noch N Dinge bis zur Veröffentlichung** | Auf der Karte **Freigabe** rechts (**Bereit zur Freigabe** oder die Zahl der Hindernisse, Warnungen mit ▲): was die Freigabe noch blockiert, jede Zeile mit einer Schaltfläche zur Lösung (z. B. **Antworten**). |
| 8 | **Aktionsleiste – Status** | Die linke Seite der Leiste, die unten am Fenster fest steht: **Alles gespeichert** ✔ oder **Ungespeicherte Änderungen · Verwerfen · Speichern**; daneben das Etikett **Noch N Dinge offen** – ein Klick zeigt dieselbe Liste mit den Lösungs-Schaltflächen. |
| 9 | **Als Entwurf speichern** | Speichert Text und Zeitpunkt ohne Freigabe und ohne Planung – auch mit Hindernissen; der Post bleibt ein Entwurf. |
| 10 | **Freigeben und planen** | Die Hauptschaltfläche ganz rechts in der Leiste; davor das Papierkorb-Symbol (Löschen), **Als Entwurf speichern** und **Jetzt veröffentlichen**. |

Auf Tablet und Computer steht die Aktionsleiste immer unten im Fenster, du musst die Schaltflächen beim Scrollen also nie suchen; die rechte Spalte (Vorschau, Zeitplan, Freigabe) scrollt mit der Seite. Ein Klick auf eine durch ein Hindernis gesperrte Schaltfläche springt zum ersten Punkt, der zu lösen ist. Bei einem freigegebenen Post zeigt die Leiste **Zurückziehen (wieder Entwurf)**, bei einem veröffentlichten **Öffnen ↗**. Am Handy liegen die Hauptschaltflächen in einer Leiste unten: **Freigeben und planen**, für Inhaber **Sofort**, der Rest (auch **Als Entwurf speichern**) hinter ⋯.

## Den Text bearbeiten

1. Bearbeite den Text. Ist der Post noch eine leere Idee, schreibt ihn Claude mit **Für mich schreiben** (meist 20–40 Sekunden – währenddessen **Ich schreibe deinen Post…**).
2. Sieh dir bei LinkedIn die Vorschläge unter **Einstiegssatz – wähle einen aus (er entscheidet, ob geklickt wird)** an und klick auf den besten. Darunter zeigt **So sieht es im Feed aus (am Handy)**, was vor „…mehr“ sichtbar ist.
3. Prüfe die Hashtags: **Hashtags (N)** – daneben die Empfehlung des Kanals (z. B. „LinkedIn: 3–5 empfohlen“). Trenne sie mit Leerzeichen oder Kommas; sie kommen ans Ende des Textes.
4. Klick in der Leiste auf **Speichern** oder auf **Als Entwurf speichern**. Neben **Ungespeicherte Änderungen** stellt **Verwerfen** den gespeicherten Stand wieder her. (Beim Freigeben und Veröffentlichen wird automatisch gespeichert.)

Die Unterbereiche des Editors (z. B. Carousel, Video-Cover, Kanaleinstellungen, Stockfoto, Version wiederherstellen) speichern vor ihrem eigenen Speichern auch deinen getippten, noch nicht gespeicherten Text – er geht dabei nicht verloren.

Bei Texten über 120 Zeichen zeigt die Zeile **Lesbarkeit:** (**leicht**, **mittel**, **schwer**, „N Wörter/Satz“), wie leicht er zu lesen ist – kurze Sätze, wenige sehr lange Wörter und kurze Absätze = leicht. Ist er schwer, gibt es Tipps und bei der Freigabe eine Warnung.

## Neu generieren

Unter **Neu generieren** (**anderer Ton, kürzer, neue Pointe**) forderst du mit einem Klick eine neue Fassung an: **kürzer**, **andere Pointe**, **persönlicher**, **weniger Emojis** – oder schreib **Eigene Anweisung (optional)** und klick auf **Neu generieren**.

> **! Achtung**
> Neu generieren überschreibt den Text, die Hashtags und die offenen Fragen. Der vorige Text geht nicht verloren: Du kannst ihn unter **Versionen** wiederherstellen (siehe unten).

## Fragen klären

Die Karte **N Fragen an dich** steht oben im Editor, weil diese Fragen die Freigabe blockieren. Pro Frage hast du drei Möglichkeiten:

- Gib die Antwort ein (z. B. die richtige Zahl, den Namen oder das Datum) und klick auf **In den Text einbauen** – Claude arbeitet sie in den Text ein.
- ✔ **Stimmt so** – der Text ist richtig, wie er ist.
- **Nicht relevant** – die Frage spielt keine Rolle.

Eine geklärte Frage lässt sich mit **Wieder öffnen** erneut öffnen. Eigene Punkte fügst du über **Eigener Prüfpunkt** → **Hinzufügen** hinzu.

## Bild, Video, Grafik

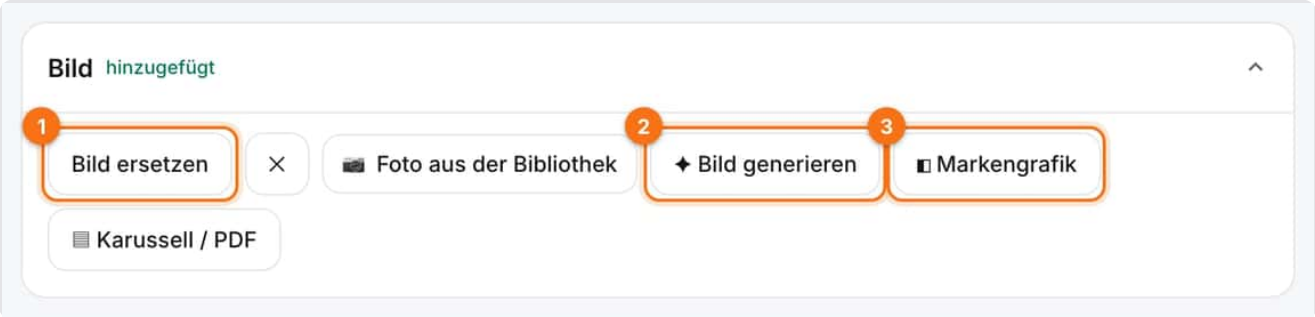



Abbildung 32 – Der Bereich Bild: Claudes Bildbeschreibung und die Bildquellen.

| | |
|---|---|
| **Bild: / Alternative:** | Claudes Bildvorschlag zum Post – davon gehen KI-Bild und Stockfoto-Suche aus. |
| 1 **Bild / Bild ersetzen** | Eigenes Bild hochladen. Der Browser verkleinert es vor dem Hochladen, so gehen auch Handyfotos schnell hoch. |
| 2 **Bild generieren** | Ein Fenster mit Claudes Bildbeschreibung; du kannst einen Zusatzwunsch angeben. **Bild mit ChatGPT** / **Bild mit Gemini** (sind beide verfügbar: **Mit beiden**) erzeugen Varianten, **Diese nehmen** setzt eine ein. |
| 3 **Markengrafik** | Die Vorlagen deiner Marke (Zitatkarte, Kennzahl, 3 Tipps, Carousel…) aus dem Posttext befüllt (**Aus dem Post ausfüllen** → **Als Post-Bild verwenden**). |

Weitere Quellen, wenn verbunden oder aktiviert: **Stockfoto** (Unsplash / Pexels – der Name der fotografierenden Person ist im Editor immer zu sehen; mit **Quellenangabe ans Ende des Textes** kommt er auch in den Post), **Drive** (ein Google-Drive-Ordner mit Post-Fotos), **OneDrive**, **Dropbox**, **Figma**, **Canva**. Wie du diese verbindest, steht im Kapitel Integrationen.

> i Welcher Bildgenerator verfügbar ist, hängt von der Server-Einrichtung ab – ist keiner verfügbar, sagt das Fenster es. Ein generiertes Bild bekommt eine maschinenlesbare KI-Kennzeichnung. Ein Bild kannst du einem bearbeitbaren Post hinzufügen und auch einem freigegebenen, solange er noch nicht raus ist (bei einem Postiz-Kanal kommt das neue Bild auch dorthin).

Die Schaltflächen richten sich nach dem Kanal und bieten nur Medien an, die er annimmt. Auf Video-Kanälen (YouTube, TikTok und mit direkter Meta-Verbindung Instagram und Facebook) heißt der Bereich **Video**, **Video oder Bild** oder **Bild / Video**: **Video hochladen** (MP4 oder MOV) und, mit verbundenem Drive oder Dropbox, **Drive-/Dropbox-Video**. Wo Bild und Video gehen, sind die beiden Zeilen beschriftet (**Video**, **Bild**); YouTube nimmt nur Video, Pinterest nur Bilder. Bei Instagram wählst du mit **Format:** zwischen **Feed-Post** und **Story (9:16)**.

## Video-Cover (Reel, TikTok, YouTube)

Unter einem hochgeladenen Video erscheint der Bereich **Cover** – bei direkt verbundenen Kanälen:

- **Instagram-Reel** (Feed-Post): **Frame aus dem Video** – wähle den Frame mit dem Schieberegler (und den 0,1-s-Schritten), dann **Diesen Frame verwenden**; oder **Eigenes Bild** – JPEG, PNG oder WebP, bis 10 MB, Hochformat 9:16 empfohlen. Ein eigenes Bild ersetzt den Frame.
- **TikTok** (direkte Veröffentlichung): ein Frame aus dem Video.
- **YouTube**: ein eigenes Thumbnail (nur bei einem bestätigten YouTube-Kanal; bei Shorts kann YouTube anders entscheiden).

**Standard** stellt die Wahl des Netzwerks wieder her. Das Cover ist in der Vorschau und auf der Seite des veröffentlichten Posts zu sehen. Wo es keine Cover-Wahl gibt, sagt der Bereich warum: bei Storys, Facebook-Seitenvideos, TikTok-Entwürfen (das Cover wählst du in der TikTok-App) und Kanälen über Postiz.

## Weitere Einstellungen und Vorschau

- **Weitere Einstellungen** → **Idee / Thema** (worum es im Post gehen soll – auch das Neu generieren geht davon aus) und – wo der Kanal es unterstützt – **Erster Kommentar** (optional; bei LinkedIn gehört der Link hierher).
- **Zugabe** – auf der Karte **Zeitplan** die Schaltfläche **Zugabe – neben dem Plan** (bzw. **Zurück in den Plan**): Der Post zählt nicht zur Regel des Kanals (siehe Kapitel Übersicht und Wochenplan).
- **{Kanal}-Einstellungen** – kanalspezifische Felder, z. B. TikTok-Sichtbarkeit, YouTube-Sichtbarkeit, Beitragstyp beim Google-Unternehmensprofil.
- **Vorschau** – so sieht der Post auf dem Kanal aus (oben im rechten Bereich).
- Unten im Bereich: **Generiert:** – wann und von welchem Modell.

## Qualitätsprüfung: Hindernisse und Warnungen

Die Karte **Freigabe** und der Kasten über den Schaltflächen (**Noch N Dinge bis zur Veröffentlichung:**) sagen genau, was fehlt – jede Zeile mit einer Schaltfläche, die zur Lösung führt (**Zum Text**, **Bild hinzufügen**, **Zeit ändern**, **Ausnahme**, **Kanal verbinden**, **Abo**).

| | |
|---|---|
| **Hindernisse (keine Freigabe möglich)** | Leerer Text; eine offene Frage; Text länger als das Limit des Kanals; ein gesperrtes Wort im Text (aus den **Verbotene Wörter** der Marke); ein Instagram- oder Pinterest-Post ohne Bild; ein Video-Kanal ohne Video; kein Veröffentlichungsweg für den Kanal; ein Zeitpunkt in der Vergangenheit oder in weniger als 5 Minuten; an diesem Tag ging auf dem Kanal schon ein Post raus; Feiertag / Sperrtag ohne Ausnahme; abgelaufene Testphase oder inaktives Abo. |
| **Warnungen (▲, Freigabe möglich)** | Feiertag bei einer persönlichen Marke; mehr Hashtags als für den Kanal empfohlen; schwer lesbar; ein Kundenname im Text (aus der Liste **Kundennamen**); sehr ähnlich zu einem anderen Post; längerer Text bei Bluesky / Threads (geht als Thread raus). |

Bei einem Post an einem Feiertag oder Sperrtag zeigt der Editor das Häkchen **Ich weiß, dass Feiertag ist, möchte ihn aber trotzdem planen.** – damit hebst du die Sperre auf.

### Zeichenlimits und Hashtag-Empfehlungen pro Kanal

| | |
|---|---|
| **LinkedIn (persönlich und Unternehmen)** | 3.000 Zeichen · 3–5 Hashtags empfohlen |
| **Instagram** | 2.200 Zeichen · 2–3 Hashtags · Bild Pflicht |
| **Facebook-Seite** | 5.000 Zeichen · 0–2 Hashtags |
| **Google-Unternehmensprofil** | 1.500 Zeichen · ohne Hashtags |
| **Threads** | 500 Zeichen (länger: Antwortkette) |
| **Bluesky** | 300 Zeichen (länger: Thread mit bis zu 10 Teilen) |
| **X (Twitter)** | 280 Zeichen |
| **Telegram-Kanal** | 4.096 Zeichen |
| **TikTok** | 2.200 Zeichen · Video oder Bild Pflicht |
| **YouTube** | 5.000 Zeichen · Video Pflicht; erste Zeile = Titel (max. 100) |
| **Pinterest** | 601 Zeichen · Bild Pflicht; erste Zeile = Pin-Titel |

> i Bei einem Kanal über Postiz kann Postiz ein eigenes Limit melden – dann nutzt der Zähler dieses.

## Automatische Anpassung beim Senden

Jedes Netzwerk hat eigene Regeln (Seitenverhältnis, Dateiformat, Größe, Hashtags, Links). Beim Senden bekommt jeder Kanal eine **eigene Kopie**, die die Regeln des Netzwerks erfüllt – Originalfoto und -text in Sayweek ändern sich nie. Was Sayweek selbst lösen kann, ist weder Blocker noch Warnung: Du siehst es in einem blauen Kasten auf der Karte **Freigabe** im Editor (**Beim Senden automatisch angepasst (das Original bleibt unverändert):**) und mit  in der Schnellpost-Vorschau.

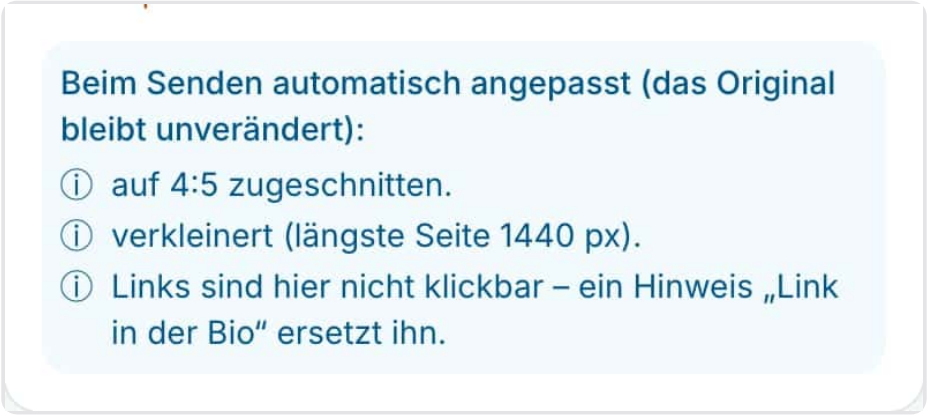



Abbildung 33 – Ein blauer Anpassungshinweis im Editor: ein Hochformatfoto und ein Link auf Instagram.

### Was passt Sayweek selbst an?

| | |
|---|---|
| **Seitenverhältnis** | Was aus dem Verhältnis des Netzwerks fällt (z. B. Instagram 4:5 – 1,91:1, Story 9:16), wird nach der Einstellung **Seitenverhältnis-Anpassung** angepasst: **Automatisch** (zuschneiden, wenn höchstens 10 % des Fotos wegfallen, sonst auffüllen), **Zuschneiden** (mittig) oder **Auffüllen** (das ganze Foto bleibt sichtbar, eine unscharfe Kopie füllt den Rest). |
| **Format und Größe** | HEIC, PNG oder WebP → JPEG, wo das Netzwerk es verlangt; Verkleinern oder Vergrößern auf die erlaubte Größe, Komprimieren unter das Limit (z. B. Bluesky 1 MB), Metadaten (auch GPS) entfernt. Erlaubt ein Netzwerk weniger Fotos, fällt der Rest weg; im Instagram-Karussell bekommt jedes Foto das Verhältnis des ersten. |
| **Hashtags** | Hashtags über dem harten Limit des Netzwerks fallen am Ende weg (Instagram 30, YouTube 15, Threads 1). |
| **Link** | Auf Instagram und TikTok sind Links nicht klickbar – an ihre Stelle kommt „Link in der Bio“. |
| **Google-Unternehmensprofil** | Telefonnummern werden aus dem Text entfernt (Google würde sie ablehnen) – nutze den Anrufen-Button. |
| **Langer Text** | Auf Threads und Bluesky geht ein längerer Text als Thread raus (bis zu 10 Teile). Text, der nur knapp (bis 15 %) über dem Limit liegt, wird an einem Satzende gekürzt – zuerst fallen Hashtags weg. Bei Pinterest wird aus einer langen ersten Zeile ein kurzer Pin-Titel. |
| **Video** | Ist ein Video zu lang oder zu groß für ein Hochformat-Netzwerk (Reels, Story, TikTok), ist die Freigabe gesperrt und im Editor erscheint **Automatisch anpassen (kürzen + 9:16)**: Es kürzt das Video auf das Limit und wandelt es in 1080×1920 H.264/AAC um (im Video-Editor wiederherstellbar). Ein zu kurzes Video lässt sich nur ersetzen. |

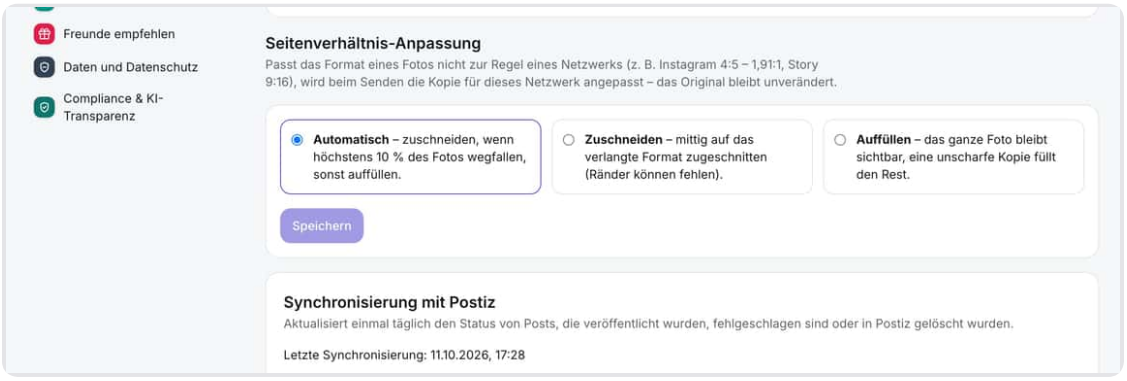



Abbildung 34 – Einstellungen → Postiz → Seitenverhältnis-Anpassung: Automatisch, Zuschneiden oder Auffüllen.

> **i** Die **Seitenverhältnis-Anpassung** gilt für den ganzen Workspace: **Einstellungen → Postiz** (unter **Postiz-Modus**; sie öffnet sich über die Postiz-Karte unter **Einstellungen → Alle Integrationen**). Standard ist **Automatisch**. Rot oder gelb erscheint nur, was sich nicht automatisch beheben lässt (z. B. ein Instagram-Post ohne Bild, ein zu kurzes Video, ein Text weit über dem Limit).

## Unten im Editor: Carousel, Wiederverwenden, Versionen, Herkunft

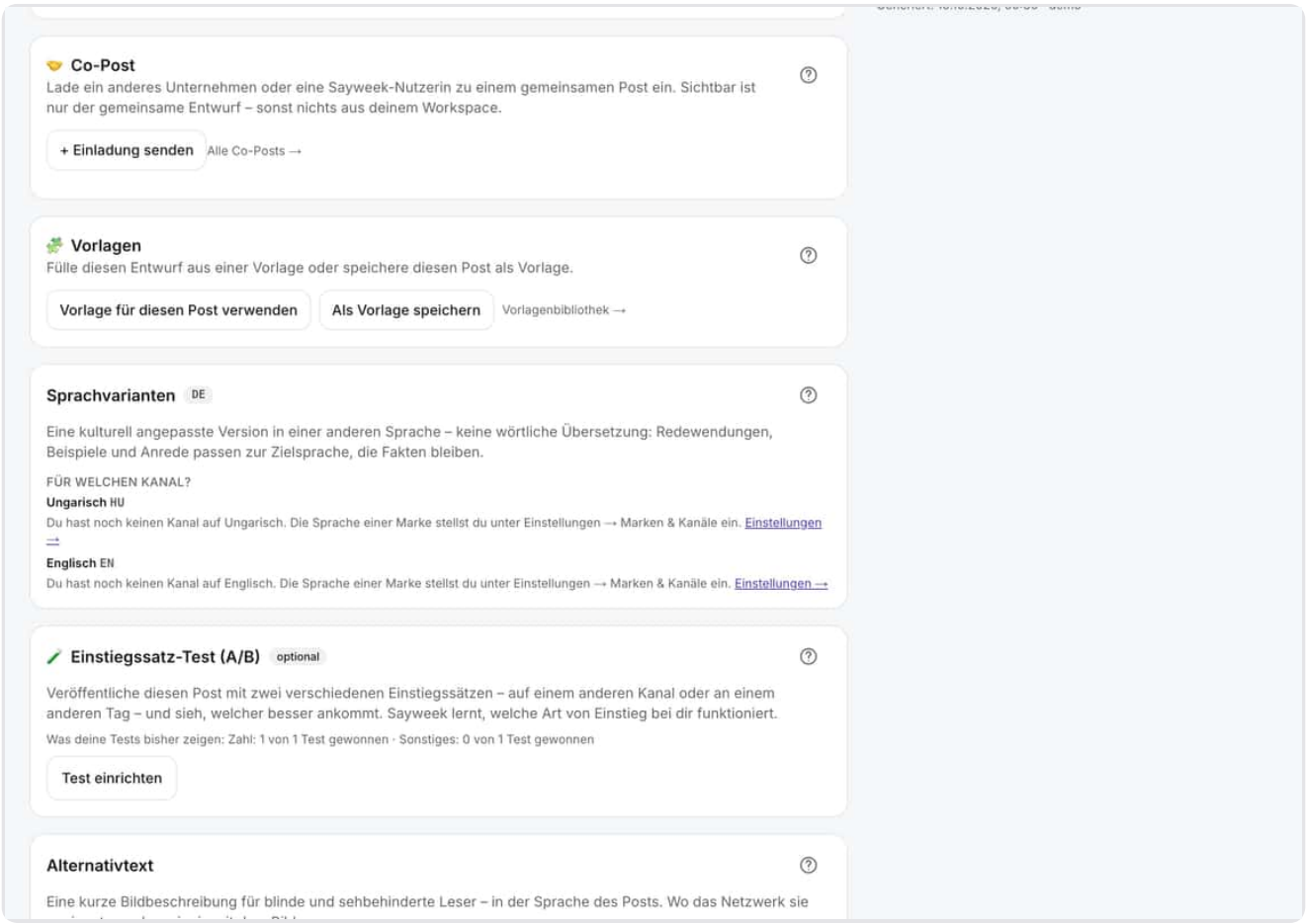



Abbildung 35 – Der untere Teil des Editors: PDF-Carousel, Versionen und Herkunftsprotokoll.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Karussell / PDF-Dokument** | **Karussell aus dem Post erstellen** – Claude erstellt eine Titelslide, 4–8 Inhaltsslides und eine Abschlussslide (CTA) in den Farben, mit dem Logo und der Schrift deines Brand Kits. Bearbeite die Texte (**Nach oben** / **Nach unten**, **+ Inhaltsslide**, **Slide löschen**), prüfe die **Live-Vorschau** in **Hochformat 4:5** oder **Quadrat 1:1**, dann **Slides speichern**. **PDF** (LinkedIn-Dokument), **Bilder (ZIP)** (Instagram-Karussell), **An den Post anhängen**; **Als Karussell veröffentlichen** funktioniert mit direkter LinkedIn- oder Instagram-Verbindung – über Postiz lädst du es herunter und postest es von Hand. |
| 2 | **Versionen** | Erscheint ab zwei Versionen: Zeitpunkt, Quelle (**Claude**, **Bearbeitung**, **Kunde**, **Wiederherstellung**), **Anzeigen** / **Ausblenden** und **Wiederherstellen** – der aktuelle Text bleibt ebenfalls in den Versionen erhalten. |
| 3 | **Herkunft (KI-Transparenz)** | Wie viel die KI geschrieben hat, wie viel ein Mensch geändert hat, welches Modell beteiligt war, wer bearbeitet und wer freigegeben hat. Prompts werden nicht gespeichert. |

- **Gemeinsames Posten** – ist der Kanal Teil einer Kanalgruppe, siehst du hier, wohin der Post noch geht (**Geht auch raus auf**), und kannst Kanäle einzeln ausschalten. Mehr im Agentur-Handbuch; Gruppe anlegen: Kapitel Kanäle.
- **Wiederverwenden** – bei einem veröffentlichten Post: **Frische Version** schreibt eine neue Version (neuer Einstieg, gleiche Erkenntnis) als Entwurf in das nächste freie Zeitfenster des Kanals (Kapitel Statistik → Evergreen). Bei einem Post einer LinkedIn-Unternehmensseite oder auf Facebook der Bereich **Versionen für Kolleg:innen** (Kapitel Deine Stimme).
- **Kundenfeedback** – wenn auf einem Kundenfreigabelink kommentiert oder entschieden wurde (Kapitel Freigabe und Planung). Ändert sich der Post nach der Kundenfreigabe (Text, Hashtags, erster Kommentar, Bild oder Carousel), lautet das Etikett ↻ **seit der Kundenfreigabe geändert** – der Kunde kann über den Link erneut freigeben.

> i Postet der Kanal schon direkt, ist dieser freigegebene Post aber noch in Postiz geplant, steht oben im Editor: „Dieser Post ist noch in Postiz geplant – er geht über Postiz raus, nicht über die direkte Verbindung." **Auf direkt umstellen** löscht ihn aus Postiz, und er geht zur selben Zeit direkt raus (Text, Bild und Freigabe bleiben).

## Compliance-Prüfung (regulierte Branchen)

Ist bei der Marke das Sicherheitsnetz für regulierte Branchen eingeschaltet (Kapitel Kanäle), zeigt die Karte **Compliance-Prüfung** im Editor Treffer schon beim Tippen: was problematisch ist, warum und wie du es behebst.

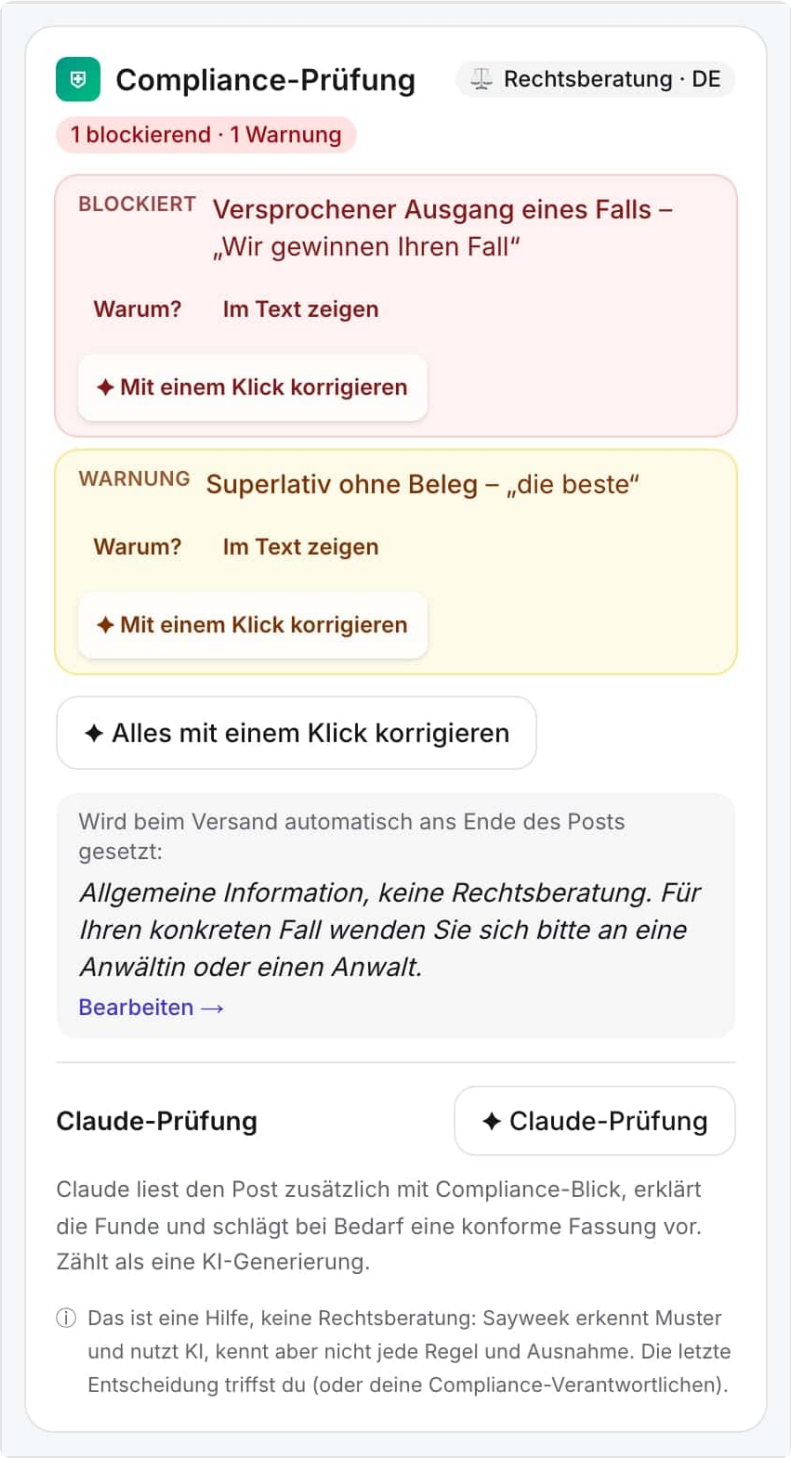



Abbildung 36 – Die Karte Compliance-Prüfung beim Entwurf einer Kanzlei: ein blockierender Treffer, eine Warnung, der Pflichthinweis und die Claude-Prüfung.

- **Blockiert** – solange es im Text steht, lässt sich der Post weder freigeben noch veröffentlichen. **Warnung** – Freigabe möglich, aber sie fragt nach einer Bestätigung und protokolliert deinen Namen.
- **Im Text zeigen** markiert die beanstandeten Wörter; **Mit einem Klick korrigieren** lässt Claude nur die betroffenen Sätze umschreiben, in deiner Stimme; **Claude-Prüfung** liest den ganzen Post, erklärt die Funde und kann eine konforme Fassung vorschlagen (**Diese Fassung übernehmen**). Eine Prüfung oder Korrektur zählt als eine KI-Generierung.
- Der Pflichthinweis (z. B. „Allgemeine Information, keine Rechtsberatung…“) wird beim Versand automatisch angefügt – der gespeicherte Text bleibt unverändert.

> **! Achtung**
> Das ist eine Hilfe, keine Rechtsberatung: Regelpaket und Claude erkennen typische Muster, nicht jedes Gesetz und jede Ausnahme. Die letzte Entscheidung triffst du oder deine Compliance-Verantwortlichen.

## Sprachvarianten

Postest du in mehr als einer Sprache – etwa mit einer englischen und einer deutschen Marke? Die Karte **Sprachvarianten** im Editor macht aus einem gelungenen Post kulturell angepasste Fassungen für deine anderen Sprachen. Das ist keine wörtliche Übersetzung: Redewendungen werden zu eigenen Ausdrücken der Zielsprache, Beispiele werden für die Leser vertraut, im Deutschen gilt standardmäßig das förmliche „Sie" – Fakten, Zahlen und Aussagen bleiben gleich. Bräuchte eine Anpassung eine neue Tatsache, bekommst du eine Rückfrage.

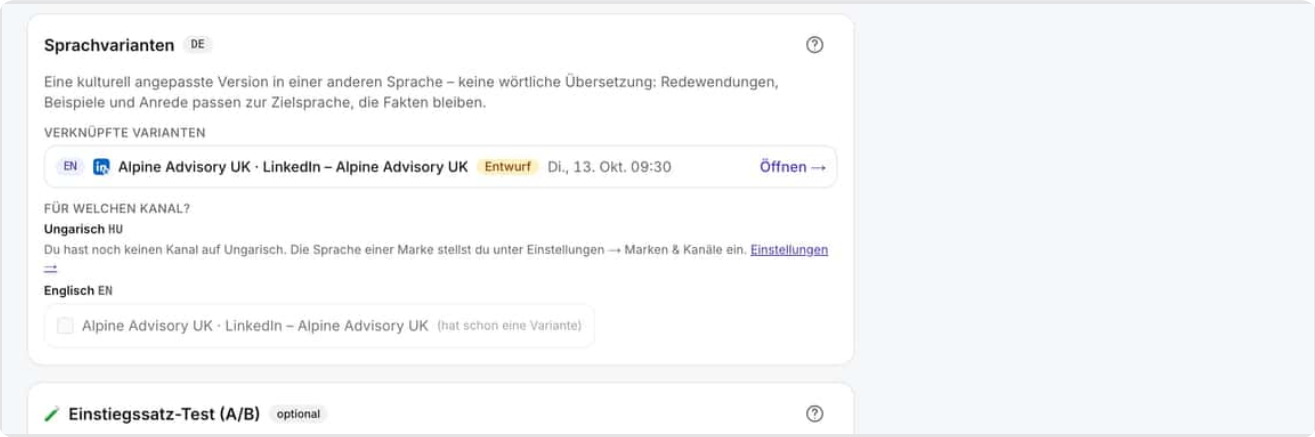



Abbildung 37 – Sprachvarianten: die verknüpfte deutsche Variante (ein Entwurf) und die Kanäle pro Sprache, die eine bekommen können.

1. Öffne den Post. Unter **Für welchen Kanal?** listet die Karte pro Sprache die Kanäle auf, deren Marke in dieser Sprache schreibt.
2. Hake die Kanäle an, die eine Variante bekommen sollen (bis zu 4 auf einmal), und klick auf **Variante erstellen**.
3. Jede Variante ist ein eigener Entwurf auf ihrem eigenen Kanal – am selben Tag zur selben Uhrzeit, wenn dieses Zeitfenster frei ist, sonst im nächsten freien Zeitfenster des Kanals. Sie folgt den verbotenen Wörtern, der Stimme und dem Sicherheitsnetz der Zielmarke und wartet auf deine Freigabe.

Varianten sind verknüpft: **Verknüpfte Varianten** am Original, **Original öffnen →** an einer Variante. Spätere Änderungen am Original überschreiben sie nicht.

## Einstiegssatz-Test (A/B)

Die erste Zeile entscheidet, ob jemand auf „…mehr" klickt. Auf der Karte **Einstiegssatz-Test (A/B)** kannst du denselben Post mit zwei verschiedenen Einstiegssätzen veröffentlichen – und Sayweek sagt dir, welcher gewonnen hat. Der Test läuft nur, wenn du ihn anstößt, pro Post.

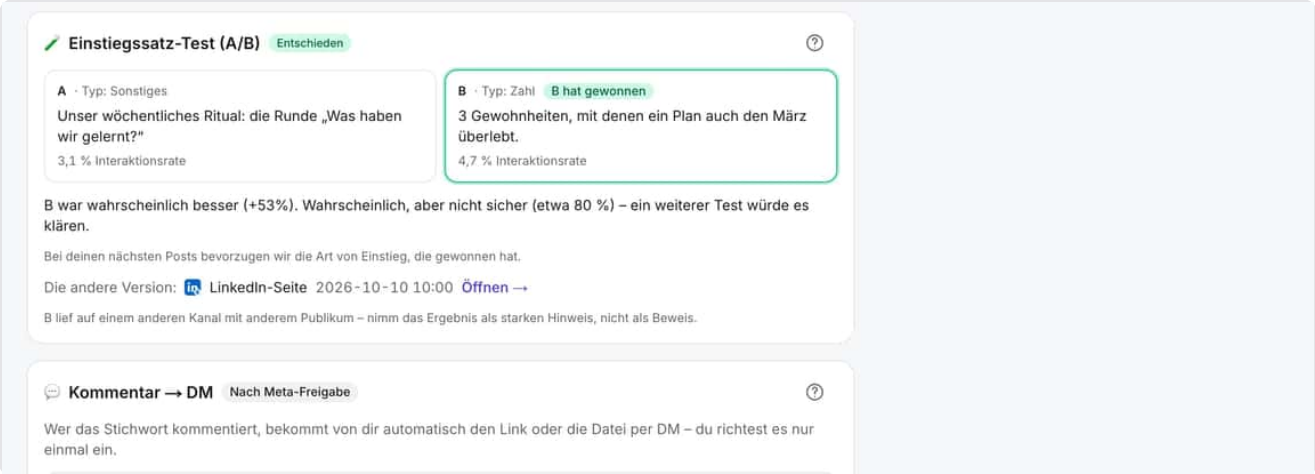



Abbildung 38 – Ein entschiedener Einstiegssatz-Test: B (eine Zahl) hat A geschlagen, mit den Interaktionsraten und dem Link zur anderen Version.

1. Öffne den Post und klick auf **Test einrichten**. **A** ist die aktuelle erste Zeile; für **B** wählst du einen von Claudes Vorschlägen oder schreibst einen eigenen (**Eigener Einstiegssatz…**) – einen wirklich anderen: eine Frage, eine Zahl, einen persönlichen Moment, eine steile These.
2. Wähle unter **Wo und wann soll B erscheinen?** einen anderen Kanal der Marke oder dasselbe Netzwerk an einem anderen Tag – beide Versionen erscheinen nie am selben Tag im selben Netzwerk.
3. Setz das Häkchen bei **Ja, beide Versionen veröffentlichen (jede braucht trotzdem meine Freigabe).** und klick auf **Test starten**. B wartet als Entwurf auf deine Freigabe.

- Sobald beide Versionen mindestens 3 Tage online sind, vergleicht Sayweek ihre Interaktionsraten (Interaktionen im Verhältnis zu den Aufrufen; ohne Aufrufe die Zahl der Interaktionen).
- **hat klar besser abgeschnitten** – zu etwa 95 % kein Zufall; **war wahrscheinlich besser** – etwa 80 %; sonst **Kopf an Kopf**. Lief B auf einem anderen Kanal, ist das Ergebnis ein starker Hinweis, kein Beweis.
- Sayweek bevorzugt in deinen nächsten Posts die Art von Einstieg, die gewonnen hat, und die Auswahl der Einstiegssätze zeigt, wie oft jede Art in deinen Tests gewonnen hat. **Test beenden** beendet ihn (B wird gelöscht, falls er noch nicht raus ist).

## Alternativtext

Alternativtext ist eine kurze Bildbeschreibung: Screenreader lesen sie blinden und sehbehinderten Followern vor, und auch Suchmaschinen nutzen sie. Auf der Karte **Alternativtext** schreibt **Mit KI schreiben** ihn in der Sprache des Posts – bei mehreren Bildern einen pro Bild. Lies ihn, ändere ihn bei Bedarf und klick auf **Speichern**: Ab dann ist der Text deiner, und die KI überschreibt ihn nicht mehr.




Abbildung 39 – Die Karte Alternativtext: die Beschreibung, die die KI geschrieben hat („Von der KI geschrieben – bitte prüfen"), mit der Zeichenzahl.

- Bei direkter Veröffentlichung gehen die Bilder mit ihrem Alternativtext an LinkedIn, Bluesky, Threads, Pinterest, Instagram (Feed-Bilder) und Facebook-Seiten. Google-Unternehmensprofil, TikTok, YouTube und Posts über Postiz nehmen keinen Alternativtext an – die Karte sagt es dir.
- Für Entwürfe schreibt Sayweek ihn stündlich von selbst, damit er beim Freigeben schon da ist; freigegebene Posts werden nur angefasst, wenn du es willst. Im Wochenplan ergänzt **Mit KI ergänzen** bis zu 12 geplante Posts auf einmal.

## Video aus diesem Post – der Teleprompter

Willst du es in die Kamera sagen? Die Karte **Video aus diesem Post** macht aus dem Post ein Skript für 30, 45 oder 60 Sekunden – Einstiegssatz, drei Punkte und Handlungsaufruf, in der Sprache des Posts und in deiner Stimme.

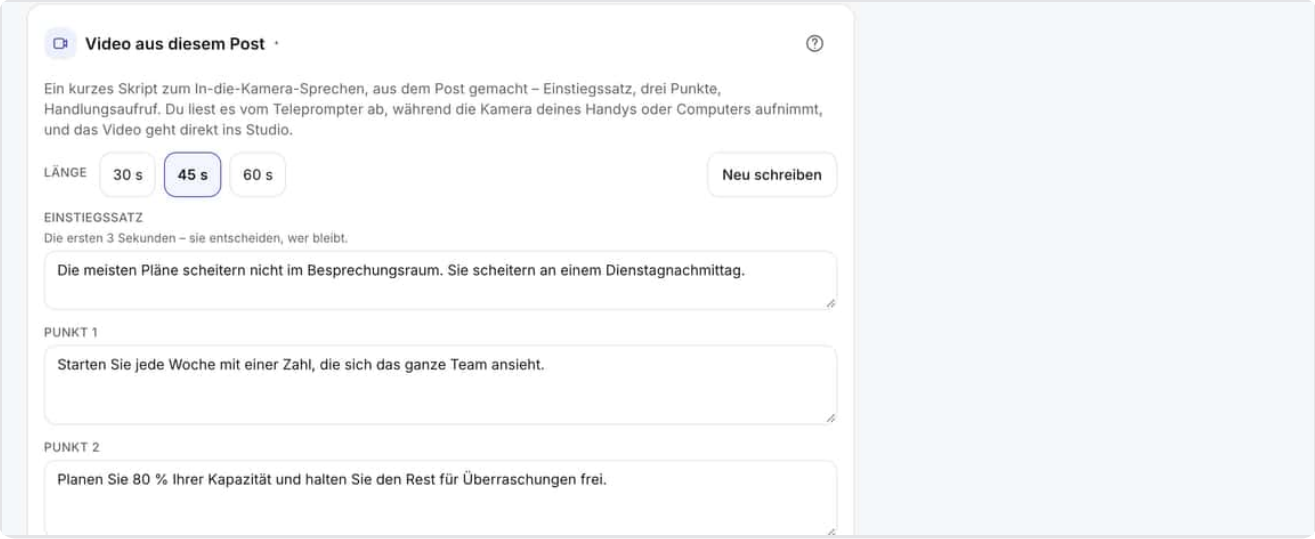



Abbildung 40 – Video aus diesem Post: die Länge, der Einstiegssatz und die Punkte des Skripts – alles ist bearbeitbar.

1. Wähle eine Länge und klick auf **Skript schreiben**. Ändere, was du willst – die Karte zeigt, wie lange das Vorlesen ungefähr dauert (**Skript herunterladen** speichert es als Datei).
2. Klick auf **Teleprompter öffnen** und erlaube Kamera und Mikrofon.
3. Drück auf **Aufnahme starten**: Nach einem Countdown 3-2-1 läuft der Text in deinem Tempo unter der Kamera durch. **Tempo**, **Schriftgröße**, **Gespiegelter Text** (für Teleprompter-Glas) und **Kamera wechseln** findest du unter **Einstellungen**; die Leertaste pausiert.
4. Schau dir die Aufnahme an. **Nochmal** – oder **Diese Aufnahme nehmen**: Das Video wird zum Post hochgeladen (es ersetzt das aktuelle Bild oder Video), und das Videostudio öffnet sich.

> ✔ **Tipp**
> Am Handy funktioniert es in der Sayweek-App und im Browser. Stell das Handy auf Augenhöhe und schau auf den Streifen direkt unter der Kamera.

## Blogartikel aus diesem Post

In einem guten Post steckt oft ein ganzer Artikel. **Artikel schreiben** auf der Karte **Blogartikel aus diesem Post** macht daraus einen suchmaschinenfreundlichen Artikel mit 600–1.000 Wörtern in der Stimme deiner Marke – mit Titel, Meta-Beschreibung, URL-Slug, Zwischenüberschriften und Handlungsaufruf. Er nutzt nur, was im Post steht.

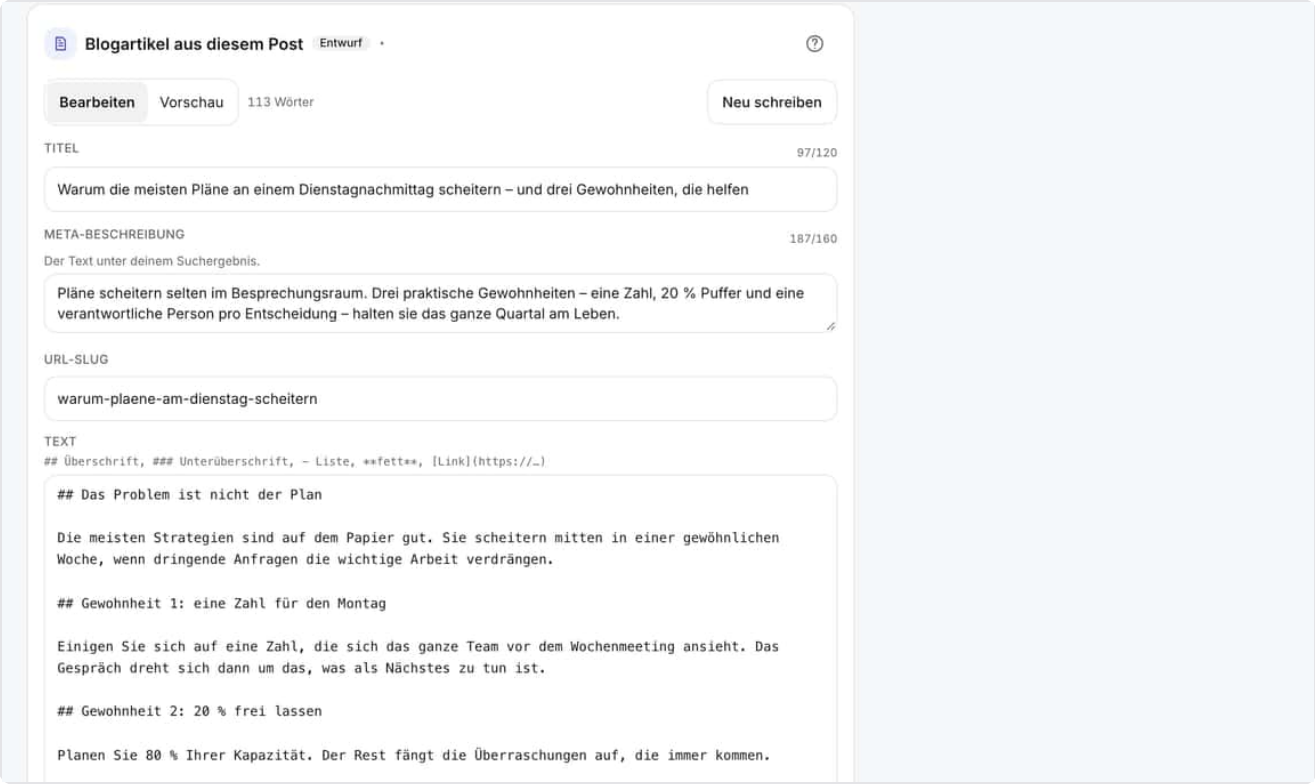



Abbildung 41 – Die Blogartikel-Karte: Bearbeiten / Vorschau, Titel, Meta-Beschreibung, URL-Slug und der Text mit Zwischenüberschriften.

1. Lies ihn im Tab **Vorschau** und ändere, was du willst, im Tab **Bearbeiten**. Die Liste **Suchmaschinenfreundlich?** zeigt, was noch fehlt (Titellänge, Meta-Beschreibung, mindestens 3 Zwischenüberschriften, mindestens 600 Wörter, ein Handlungsaufruf).
2. Klick auf **Freigeben** – nur die freigegebene Version kann raus. Änderst du danach etwas, gib ihn erneut frei (**Seit der Freigabe geändert**).
3. Wähle unter **Veröffentlichen auf** deinen Blog und klick auf **Veröffentlichen** (beim zweiten Mal **Im Blog aktualisieren** – es entsteht kein neuer Beitrag). Die veröffentlichte Adresse bleibt am Post gespeichert.

Blogs verbindest du unter **Einstellungen → Alle Integrationen**: **WordPress** mit einem Anwendungspasswort, **Webflow** mit einem API-Token und einer CMS-Sammlung, **Ghost** mit einem Admin-API-Schlüssel (über Ghost geht der Artikel nie als Newsletter raus). Ohne verbundenen Blog bekommst du mit **Herunterladen → HTML** oder **Markdown** eine Datei für jede beliebige Website.

## Fotoassistent (Fotos)

Dein eigenes Foto ist das beste Bild für einen Post. Die Seite **Fotos** (über die Fotokarte im Wochenplan oder die ⌘K-Suche) zeigt, welche kommenden Posts eins gebrauchen könnten, und bereitet ein hochgeladenes Foto für jedes Netzwerk vor.

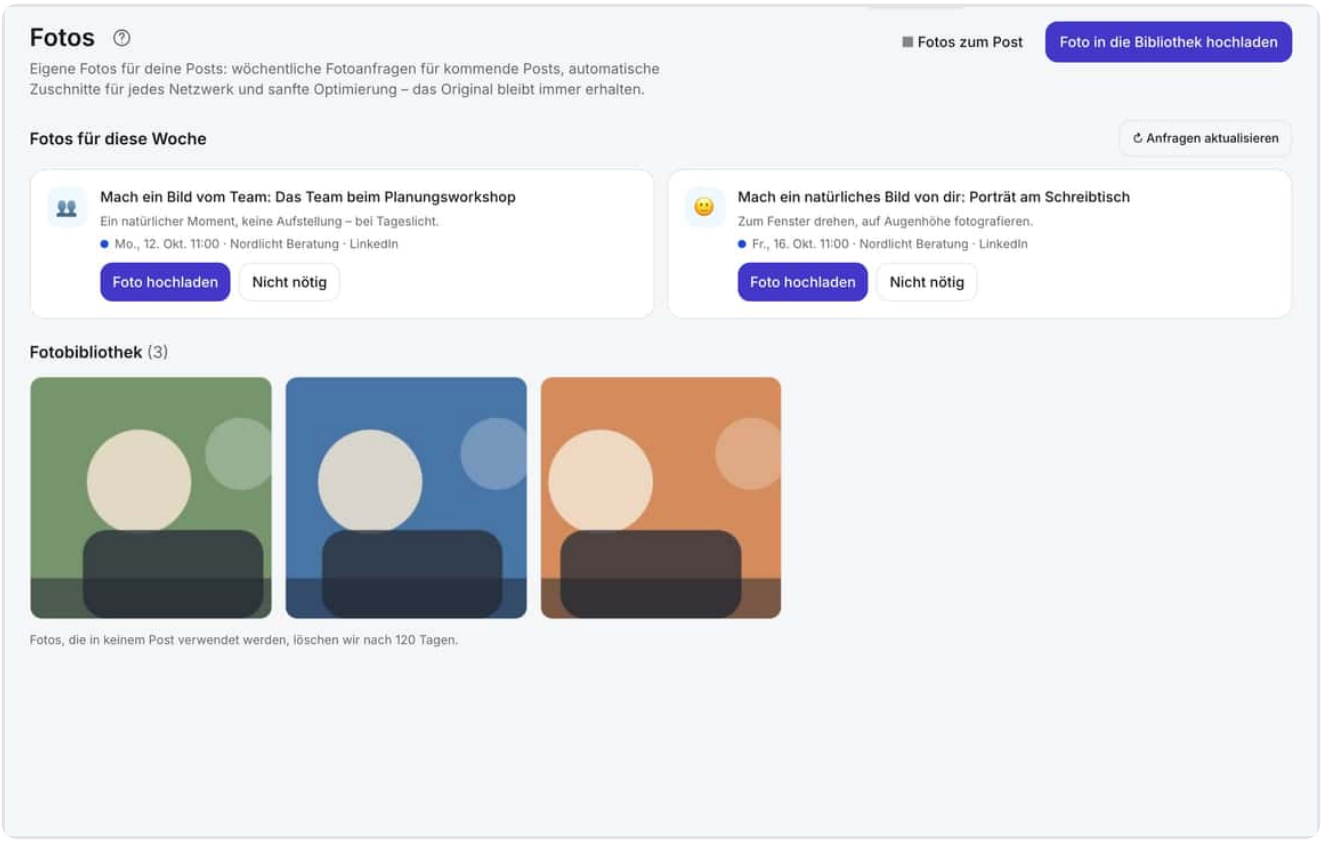



Abbildung 42 – Fotos: eine Fotoanfrage für einen kommenden Post und die Fotobibliothek.

- **Fotos für diese Woche:** Für jeden Post ohne Bild in den nächsten 7 Tagen eine Anfrage mit einer vorgeschlagenen Art von Aufnahme (Team, Kunde, Produkt, Event, Porträt…). **Foto hochladen** – am Handy geht auch die Kamera – oder **Nicht nötig**. Montags bekommst du eine Zusammenfassung als Push-Benachrichtigung (und über Telegram, wenn verbunden).
- **Fotobibliothek:** Klick auf ein Foto für **Zuschnitte pro Netzwerk** (Quadrat, Hochformat, Querformat, Story), **Automatisch optimieren** (sanft Helligkeit und Kontrast), Begradigen, **Vorher / nachher** und **Zurück zum Original**. **In einem Post verwenden** setzt es in den Post, zugeschnitten für den Kanal.
- Im Editor zeigt **Foto aus der Bibliothek** die drei am besten passenden Fotos mit den Gründen (für diesen Post aufgenommen, gleiche Marke, scharf, passendes Format, neu).

> i Das Originalfoto bleibt immer erhalten. Fotos werden auf höchstens 2048 Pixel verkleinert; Fotos, die in keinem Post verwendet werden, löschen wir nach 120 Tagen. Die Anfragen schaltest du unter **Einstellungen → Erinnerungen → Wöchentliche Fotoanfragen** aus.

## Fotos zum Post – Karussell, Collage oder Video aus den Fotos eines Events

Ein Event, ein Ausflug oder die besten Momente der Woche: **Fotos zum Post** (/fotokbol-poszt) macht daraus Posts in einem Ablauf. Du öffnest es aus dem Medien-Schritt des Schnellposts, von der Ideen-Seite, der Fotos-Seite, einem leeren Platz im Wochenplan (dann für diesen Zeitpunkt) oder über das Teilen-Menü des Handys. Fünf Schritte: **Fotos** → **Event** → **Format** → **Text** → **Zeitpunkt**.

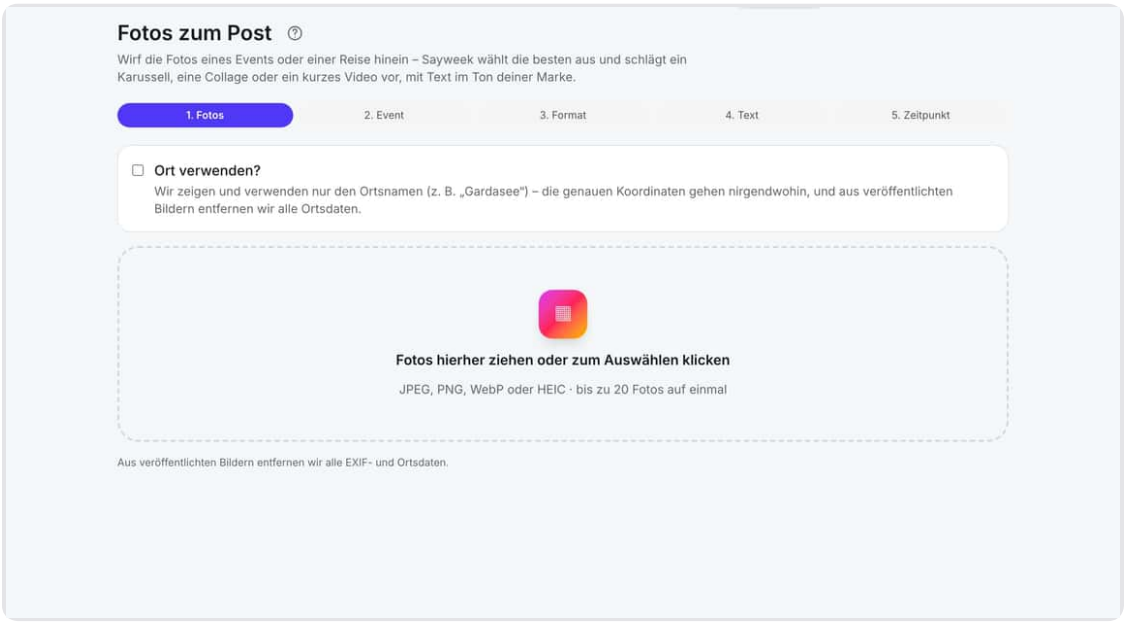



Abbildung 43 – Schritt 1 – Fotos: Fotos hineinziehen oder auswählen; das Kästchen Ort verwenden?.

- **Fotos:** JPEG, PNG, WebP oder HEIC. Je nach Paket passen 10 (Testphase), 12 (Solo), 20 (Pro) oder 30 (Team, Agentur) Fotos auf einmal hinein; den Rest lässt Sayweek weg und sagt es dir. Ein Foto, das sich nicht lesen lässt, wird übersprungen und gezählt, die anderen laden hoch.
- **Ort verwenden?** – nur wenn du es anhakst. Auch dann nutzt Sayweek nur den Ortsnamen (z. B. „Lindau (Bodensee)"), speichert oder zeigt nie genaue Koordinaten und entfernt aus veröffentlichten Bildern alle EXIF- und Ortsdaten. Für den ganzen Workspace schaltest du es auf der Fotokarte unter **Einstellungen → Erinnerungen** ab (**Ort aus Fotos („Fotos zum Post")**).
- **iPhone:** Der Browser gibt den Ort der Fotos nicht weiter – die Sayweek-App fürs iPhone (und die Android-App) behält Ort und Zeit, oder du tippst den Ort einfach ein.

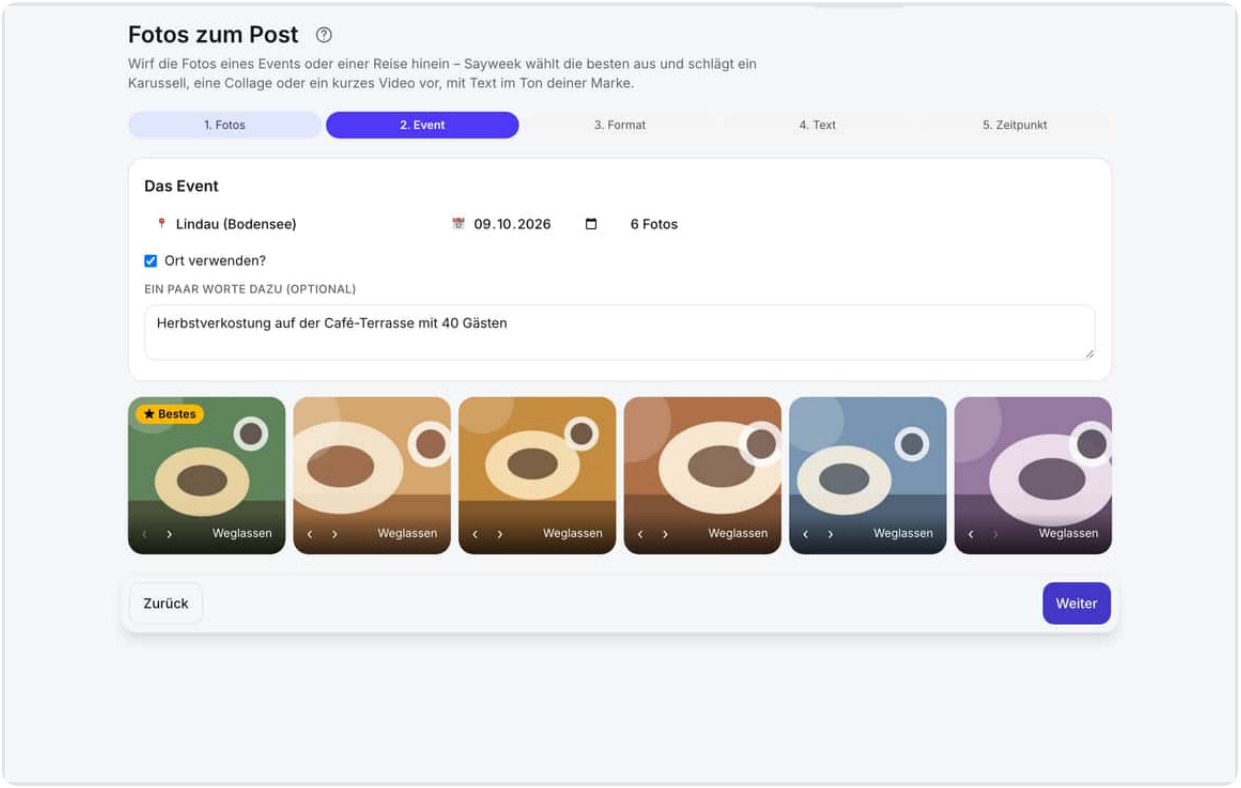



Abbildung 44 – Schritt 2 – Event: Ort und Datum (bearbeitbare Chips), ein paar Worte dazu und die Reihenfolge der Fotos.

| | |
|---|---|
| **Ort und Datum** | Ort und Datum aus den Fotos – beides lässt sich ändern. Haben die Fotos keine Ortsdaten, sagt Sayweek dir, warum (z. B. iPhone im Browser). |
| **Ein paar Worte dazu** | Optional: was der Anlass war (z. B. „10 Jahre Firma“) – Claude schreibt damit. |
| **Fotos** | Reihenfolge mit den Pfeilen (**Nach vorn** / **Nach hinten**), schwächere nimmst du mit **Weglassen** heraus. Sehen die Fotos nach mehreren Anlässen aus, arbeitet Sayweek mit dem größten; **Rest weglassen** ist ein Klick. |

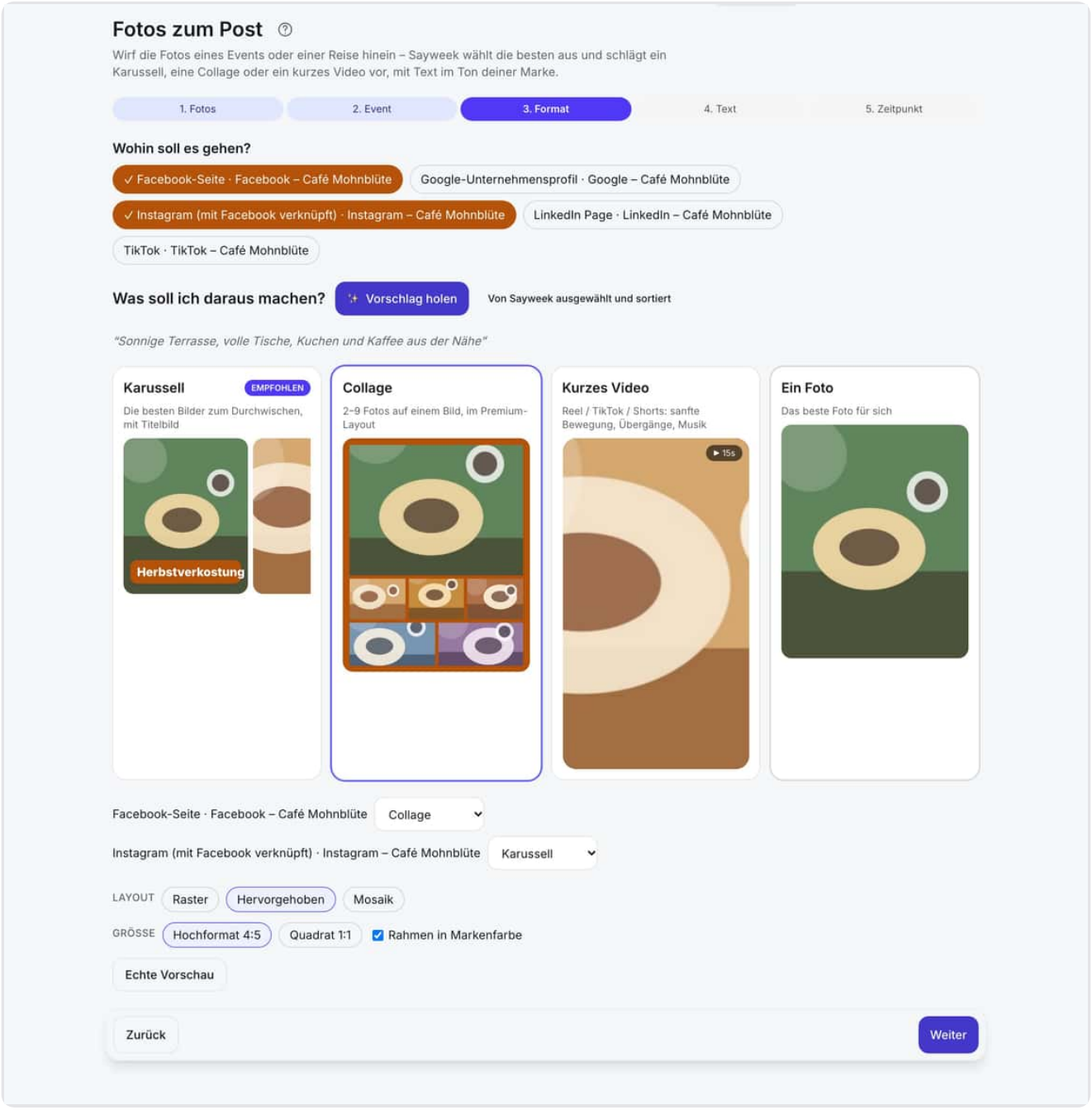



Abbildung 45 – Schritt 3 – Format: wohin es geht, der Button Vorschlag holen und die Formatkarten mit Live-Vorschau.

| | |
|---|---|
| **Wohin soll es gehen?** | Die Kanäle (standardmäßig die für Schnellposts gemerkten). |
| **Vorschlag holen** | Claude ordnet die Fotos, schlägt ein Format vor (**Empfohlen**) und schreibt pro Kanal einen Text in der Stimme deiner Marke. Ist die KI gerade nicht verfügbar, werden die Fotos nach Schärfe sortiert und du schreibst den Text. |

| | |
|---|---|
| **Karussell** | Die besten Bilder zum Durchwischen, optional mit Titeltext in deinen Markenfarben. |
| **Collage** | 2–9 Fotos auf einem Bild (**Raster**, **Hervorgehoben**, **Mosaik**; **Hochformat 4:5** oder **Quadrat 1:1**), auf Wunsch mit **Rahmen in Markenfarbe**. |
| **Kurzes Video** | Eine Hochformat-Montage für Reels, TikTok und Shorts: 2–15 Fotos, langsamer Zoom, Übergänge, lizenzfreie Musik, Texte. Sie entsteht im Hintergrund; wir sagen Bescheid, wenn sie fertig ist, und sie kommt von selbst an den Entwurf. 3 (Testphase), 5 (Solo), 20 (Pro), 40 (Team) oder 80 (Agentur) Videos pro Monat. |
| **Ein Foto** | Das beste Foto für sich. |

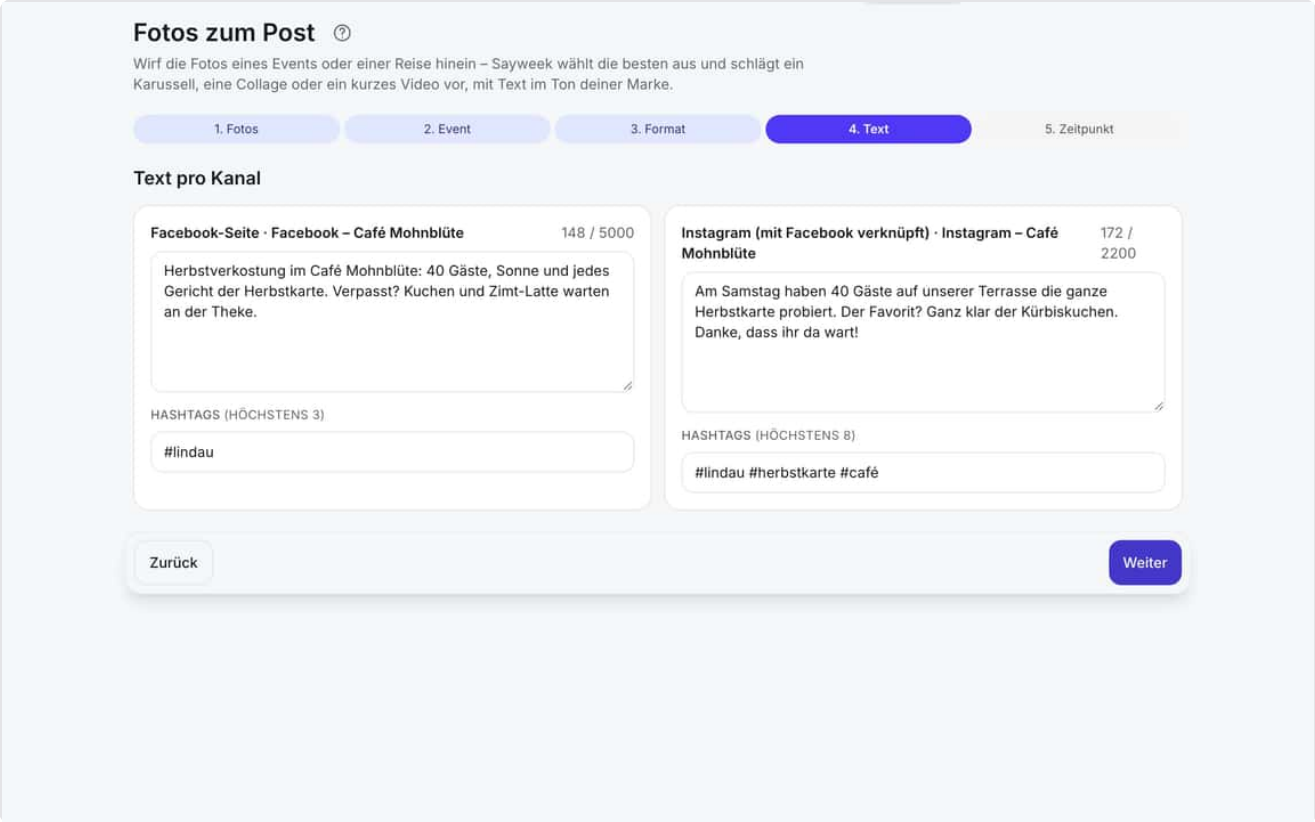



Abbildung 46 – Schritt 4 – Text pro Kanal: Claudes Text und Hashtags passend zu den Gepflogenheiten des Netzwerks.

Im Schritt **Text** bearbeitest du Text und Hashtags pro Kanal (der Zähler zeigt das Limit des Kanals; wo Hashtags nicht üblich sind, ist das Feld gesperrt). Im Schritt **Zeitpunkt** wählst du Tag und Uhrzeit, dann **Entwürfe erstellen**: Die Entwürfe warten auf Freigabe – bis dahin geht nichts raus.

## Vorlagen

Ein Post, eine Serie oder eine Kampagne, die funktioniert hat, muss nicht neu erfunden werden. Auf der Seite eines Posts speichert **Als Vorlage speichern** ihren Aufbau – oder beginne auf der Seite **Vorlagen** mit **+ Neue Vorlage**. Setz die wechselnden Teile in doppelte geschweifte Klammern, z. B. {{Produkt}} oder {{Datum}}.

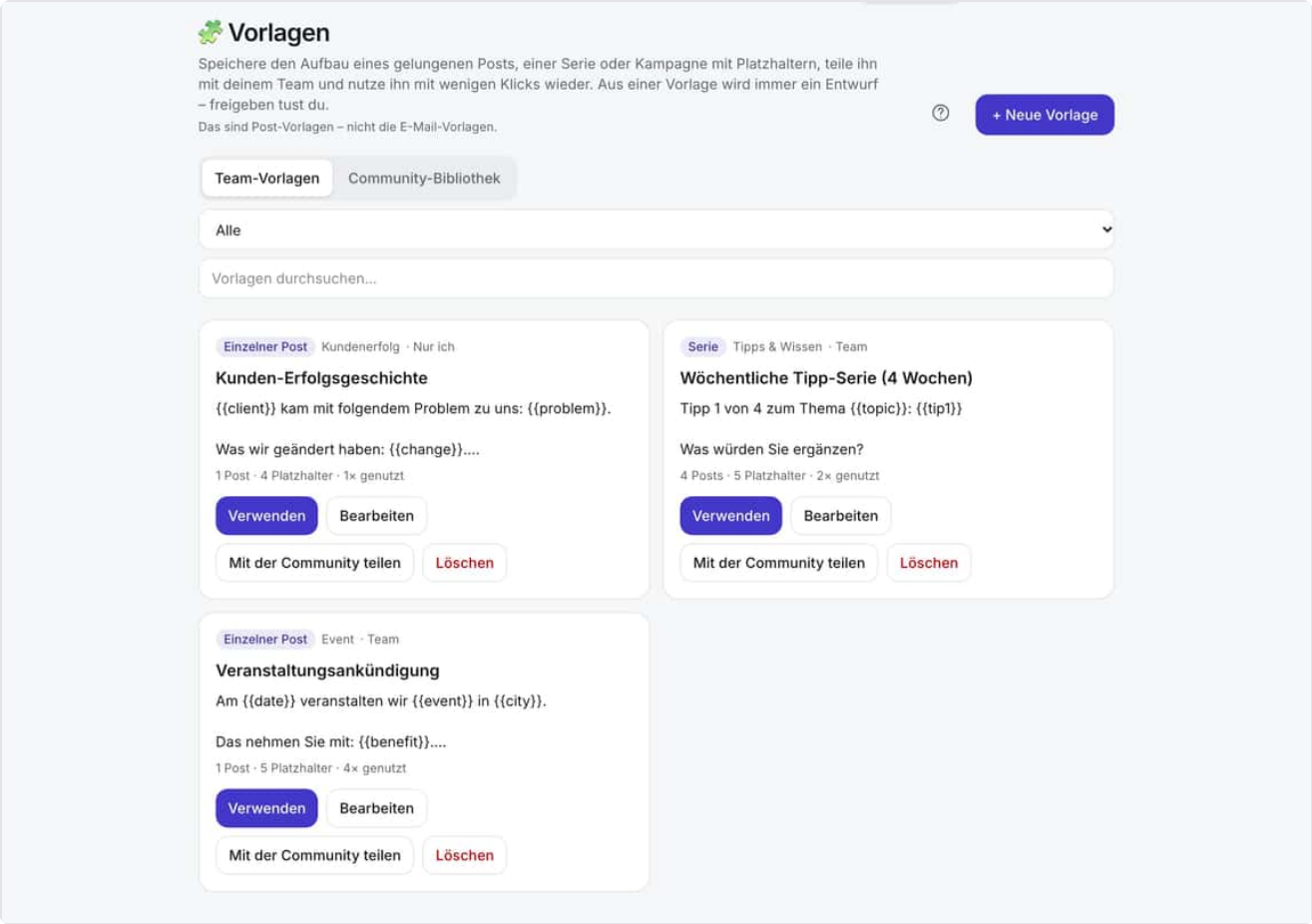



Abbildung 47 – Vorlagen: die Vorlagen des Teams mit Art, Kategorie, Sichtbarkeit und Nutzungszahl.

- **Wer sieht sie?** – das Team oder nur du (**Nur ich**). **Verwenden**: Platzhalter ausfüllen, Kanäle und Starttag wählen, dann **Entwürfe erstellen** – sie landen in deinen freien Zeitfenstern und warten auf Freigabe.
- Bei einem bestehenden Entwurf übernimmt **Vorlage für diesen Post verwenden** den Text der Vorlage (der frühere Text bleibt in den Versionen). Auch der Kampagnen- und der Serienplaner führen zu den passenden Vorlagen.
- **Community-Bibliothek:** Vorlagen, die andere Sayweek-Nutzer geteilt haben – **In die Team-Vorlagen kopieren** übernimmt eine. **Mit der Community teilen** ist freiwillig: eine anonymisierte Kopie (Namen, Firmen, E-Mail-Adressen, Links, Telefonnummern und @Namen werden zu Platzhaltern), die das Sayweek-Team prüft, bevor jemand sie sieht; **Aus der Community zurückziehen** nimmt sie zurück.

## Co-Posts mit anderen Unternehmen

Ein gemeinsames Webinar oder eine gemeinsame Ankündigung mit einem Partnerunternehmen? Ein Co-Post beginnt mit einem gemeinsamen Entwurf; jedes Unternehmen postet in seiner eigenen Stimme, ihr erwähnt euch gegenseitig und geht zur selben Zeit raus. Jede Seite gibt nur ihren eigenen Post frei. (Das ist nicht dasselbe wie Cross-Posting, das auf mehreren Kanälen einer deiner Marken postet.)

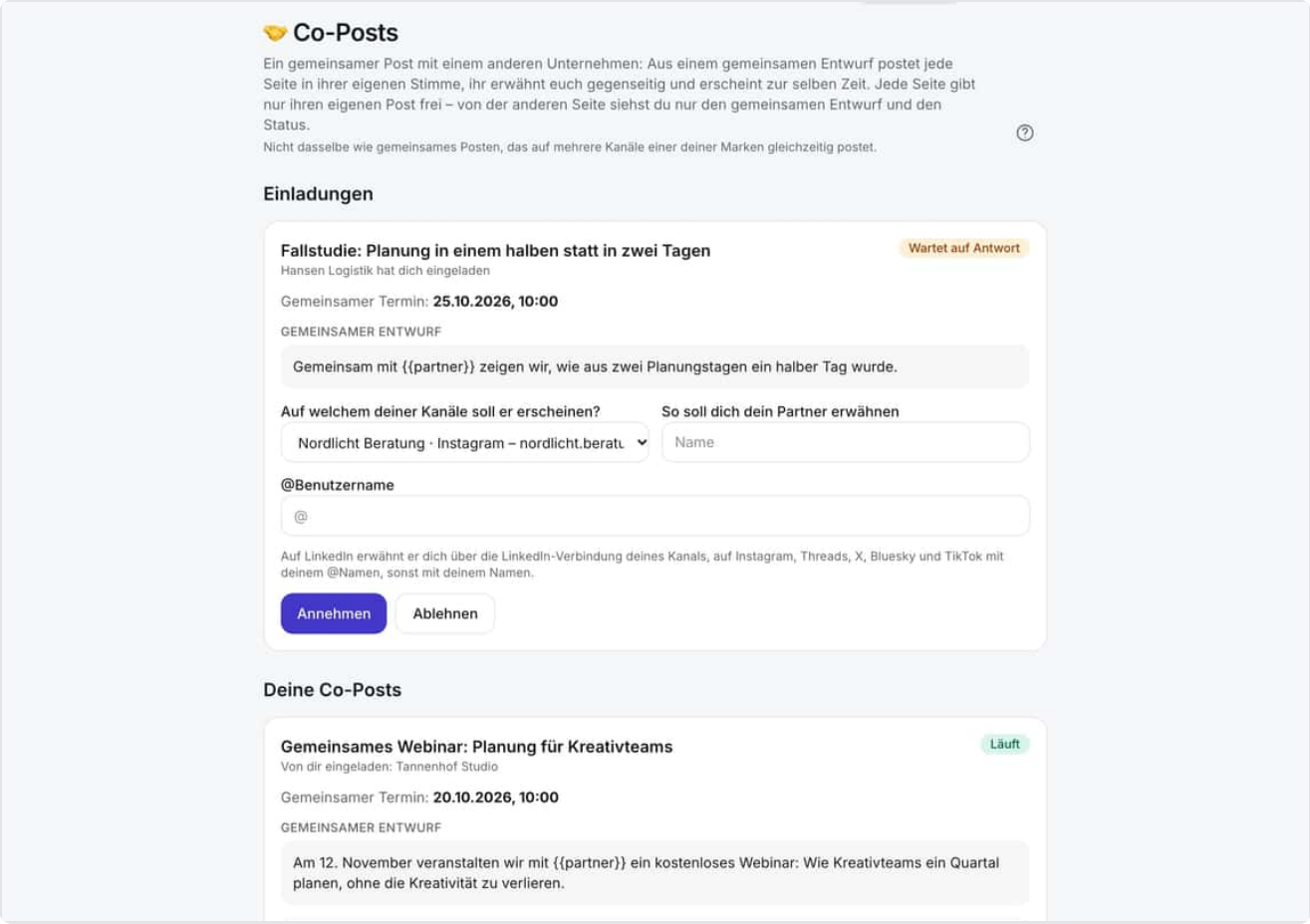



Abbildung 48 – Co-Posts: eine Einladung von einem anderen Unternehmen (Annehmen / Ablehnen) und dein eigener laufender Co-Post.

1. Öffne einen Entwurf und scroll zur Karte **Co-Post**. Gib die **E-Mail-Adresse deines Partners** ein, unter **Gemeinsamer Entwurf**, worum es im Post geht, und die vereinbarte Zeit, dann **Einladung senden**. Ein Partner ohne Sayweek bekommt von dir eine Einladung zur Registrierung.
2. Dein Partner wählt auf der Seite **Co-Posts** einen Kanal und klickt auf **Annehmen** (oder **Ablehnen**).
3. An deinem Post legt **Auf den gemeinsamen Termin legen** ihn auf die vereinbarte Zeit, und **Partner erwähnen** fügt die Erwähnung ein (bei LinkedIn über die Verbindung deines Partners, bei Instagram, Threads, X, Bluesky und TikTok sein @Name, anderswo sein Name).

> i Dein Partner sieht nur den gemeinsamen Entwurf, die vereinbarte Zeit und den Status – sonst nichts aus deinem Workspace; von seinem Post siehst du nur, ob er ein Entwurf, freigegeben oder veröffentlicht ist.

## Demnächst im Editor

- **Videostudio** – Musik aus einer lizenzfreien Bibliothek oder eigener Ton, Untertitel aus der Sprache, Schnitt, Filter und Texte im Video, als hochformatige, Reels-fertige Datei, während das Original erhalten bleibt. Es ist noch nicht verfügbar; sobald es eingeschaltet ist, erscheint es im Videobereich des Editors.
- **Kommentar → DM** – für direkt verbundene Facebook-Seiten und Instagram-Konten: Kommentiert jemand ein Stichwort (z. B. LINK) unter dem Post, bekommt er einmal deinen Text und Link als private Nachricht. Verfügbar nach Metas Freigabe; bis dahin steht im Editor „nach Metas Freigabe verfügbar“.

## Die Sprache des Posts

Posts entstehen in der Sprache der Marke, nicht der App. Das Sprachetikett im Kopf (**Sprache des Posts: Deutsch** – **Sprache der Marke**) zeigt sie, und ist der Post bearbeitbar, stellst du hier diesen einen Post um: **Auf … übersetzen**, **Auf … neu schreiben** oder **Nur die Sprache ändern (Text bleibt)**. Weicht die Sprache des Posts von deiner Oberfläche ab, erklärt eine Leiste, warum. Getippter Text geht nicht verloren: Er wird vor dem Wechsel gespeichert, und **Auf … neu schreiben** fragt vorher nach („Die neue Fassung ersetzt deinen getippten Text. Fortfahren?“).

## Ein veröffentlichter Post

Bei einem veröffentlichten Post ist der Editor schreibgeschützt: Das angehängte Bild oder Video ist im Bereich **Bild** trotzdem zu sehen. Unter dem Inhalt zeigt die Karte **Ergebnisse** die letzte tägliche Messung des Posts.




Abbildung 49 – Ein veröffentlichter Post: die Karte Ergebnisse (die letzte tägliche Messung oder ein Hinweis, dass es noch keine gibt).

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Ergebnisse** | Die vom Netzwerk abgerufenen Zahlen (z. B. Impressionen, Reichweite, Reaktionen, Kommentare – was das Netzwerk liefert). Ist noch nichts gemessen: „Noch nichts gemessen – die Statistiken werden täglich aktualisiert.“ |
| 2 | **Im Netzwerk öffnen ↗** | Öffnet den Post im Netzwerk, in einem neuen Tab. |
| 3 | **Details in der Statistik →** | Führt zur Statistik-Seite (Kapitel Statistik und was Sayweek gelernt hat). |

## Antworten auf Threads

Bei einem direkt auf Threads veröffentlichten Post zeigt die Seite des Posts den Bereich **Antworten auf Threads** mit dem Gespräch als Thread (**Aktualisieren**, **Auf Threads öffnen ↗**). Du kannst auf den Post oder auf jede Antwort antworten (**Antworten** → **Antwort senden**; 500 Zeichen), **Antwortideen** anfordern und Antworten anderer ausblenden (**Ausblenden** / **Einblenden**) – wer die ausgeblendete Antwort geschrieben hat, wird nicht benachrichtigt.

> i Zum Lesen der Antworten braucht es eine neue Threads-Berechtigung, die Meta noch prüft. Bis dahin oder bei abgelaufener Anmeldung zeigt der Bereich den Hinweis **Threads neu verbinden** mit der Schaltfläche **Threads neu verbinden**.

**F Warum kann ich den Post nicht bearbeiten?**

Bearbeitbar sind nur Ideen, Entwürfe und fehlgeschlagene Posts. Einen freigegebenen Post ziehst du zuerst mit **Zurückziehen (wieder Entwurf)** zurück; einen veröffentlichten Post kannst du nicht mehr ändern.

# 05 Deine Stimme und die Team-Stimme

Einstellungen → Markenregeln und Beispiele · Marken & Kanäle · Kundennamen · Menü: Team-Stimme

Ob Posts wirklich klingen, als hättest du sie geschrieben, entscheiden vier Dinge: die Markenregeln, die Tonalitäts-Notiz und die Themen der Marke, deine Beispielbeiträge und was Claude aus deinen Korrekturen lernt. Dieses Kapitel zeigt, wo du sie einstellst – und was die **Team-Stimme** für Einzelnutzer:innen bedeutet.

## Markenregeln und Beispiele

Den Text auf der Seite **Einstellungen → Markenregeln und Beispiele** bekommt Claude bei jedem Post und jeder Idee wörtlich und unverändert. Hier gehören Tonalität, Zielgruppe, Tabuthemen, der Aufbau pro Marke und ein paar Beispielbeiträge hin, die wirklich deinen Stil zeigen.

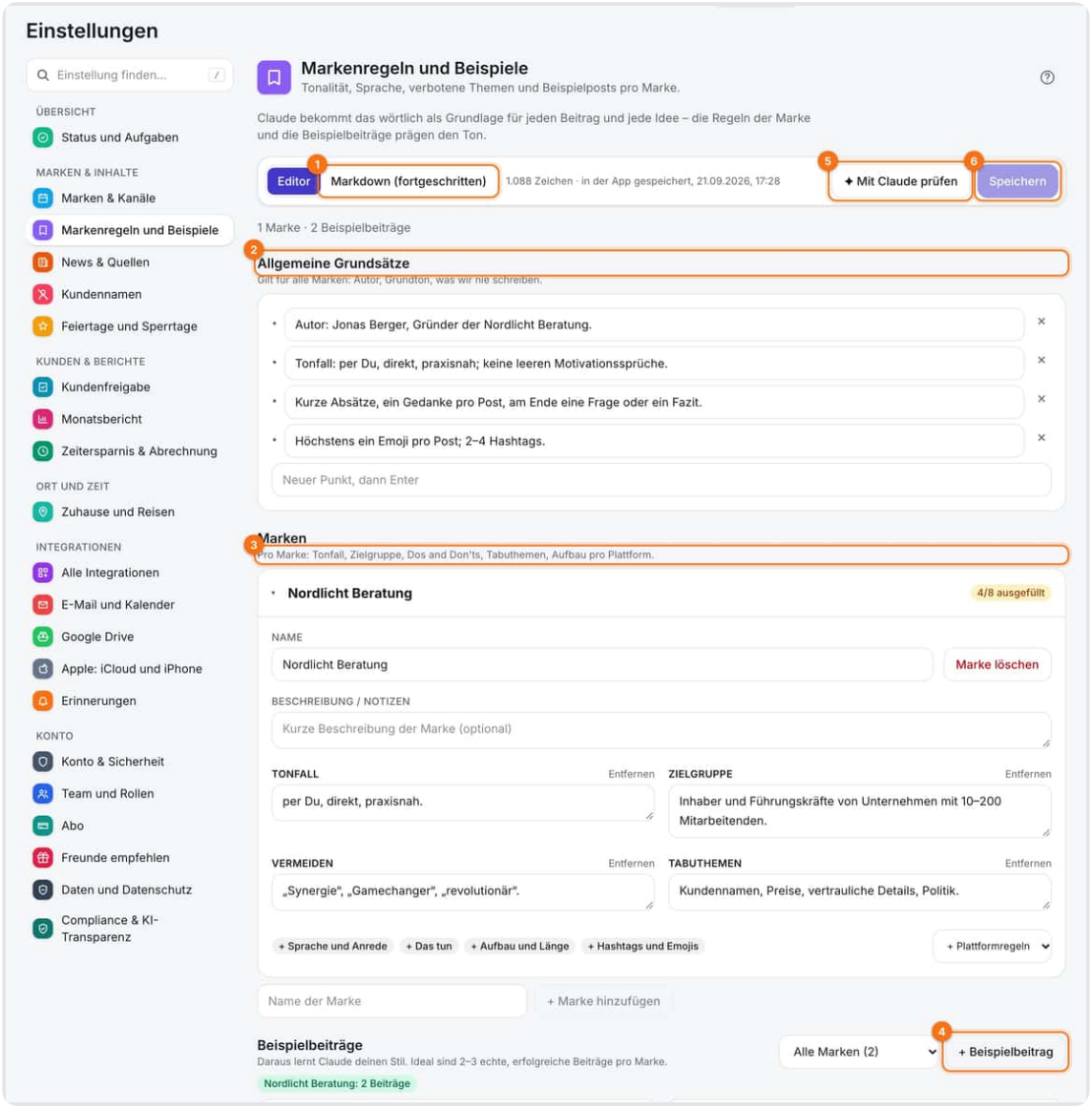



Abbildung 50 – Markenregeln und Beispiele: die Ansicht Editor mit allgemeinen Grundsätzen, Feldern pro Marke und

Beispielbeiträgen.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Editor / Markdown (fortgeschritten)** | Zwei Ansichten desselben Textes – bearbeite in einer beliebigen, die andere ist immer gleich. |
| 2 | **Allgemeine Grundsätze** | Was für alle Marken gilt: Autor, Grundton, was wir nie schreiben. |
| 3 | **Marken** | Pro Marke: **Tonfall**, **Zielgruppe**, **Sprache und Anrede**, **Das tun**, **Vermeiden**, **Tabuthemen**, **Aufbau und Länge**, **Hashtags und Emojis** – über den Feldern, wie viele ausgefüllt sind (z. B. 5/8 ausgefüllt). Regeln pro Plattform: **+ Plattformregeln**. |
| 4 | **Beispielbeiträge** | **+ Beispielbeitrag** → Text, Marke → **Hinzufügen**. Ideal sind 2–3 erfolgreiche Beiträge pro Marke (bei weniger: „wenige – 2–3 sind ideal“). |
| 5 | **Mit Claude prüfen** | Claude liest den Text so, wie beim Schreiben der Posts, und sagt dir pro Marke, was da ist, was fehlt, was unklar ist und wo es Widersprüche gibt. |
| 6 | **Speichern** | Die nächste Generierung nutzt schon diesen Text. Daneben: Zeichenzahl, wann gespeichert und ob es ungespeicherte Änderungen gibt. |

### Regeln ausfüllen

1. Öffne **Einstellungen → Markenregeln und Beispiele**.
2. Fülle in der Ansicht **Editor** die **Allgemeine Grundsätze** aus.
3. Fülle unter **Marken** die Felder deiner Marke aus. Gibt es eine Marke in der App, aber noch ohne Regeln, erscheint ein Hinweis mit der Schaltfläche **Hinzufügen**.
4. Füge unter **Beispielbeiträge** 2–3 Beiträge pro Marke hinzu.
5. Klick auf **Speichern**, dann auf Wunsch auf **Mit Claude prüfen**.

> ✔ **Tipp**
> Hast du deine Posts bisher in einem Claude-Projekt geschrieben: Wechsle zu **Markdown (fortgeschritten)**, füge die Instructions des Projekts ein und darunter unter der Überschrift „## Beispielbeiträge“ 2–3 Beiträge – oder lade sie aus einer Datei (**Datei laden…**, .md oder .txt, bis 1 MB). **Vorlage laden** gibt dir ein Gerüst zum Ausfüllen; **Auf Standard zurücksetzen** stellt den Beispieltext wieder her (der gespeicherte Text wird dabei gelöscht).

> ! **Achtung**
> Solange hier der Beispieltext steht, warnt der Wochenplan mit einer gelben Leiste, und die Posts entstehen nicht in deinem Stil. Das ist das Erste, was du ausfüllen solltest.

## Tonalitäts-Notiz, Themensäulen und verbotene Wörter der Marke

Die Einstellungen pro Marke findest du unter **Einstellungen → Marken & Kanäle** im Block der Marke über **Marke bearbeiten**.

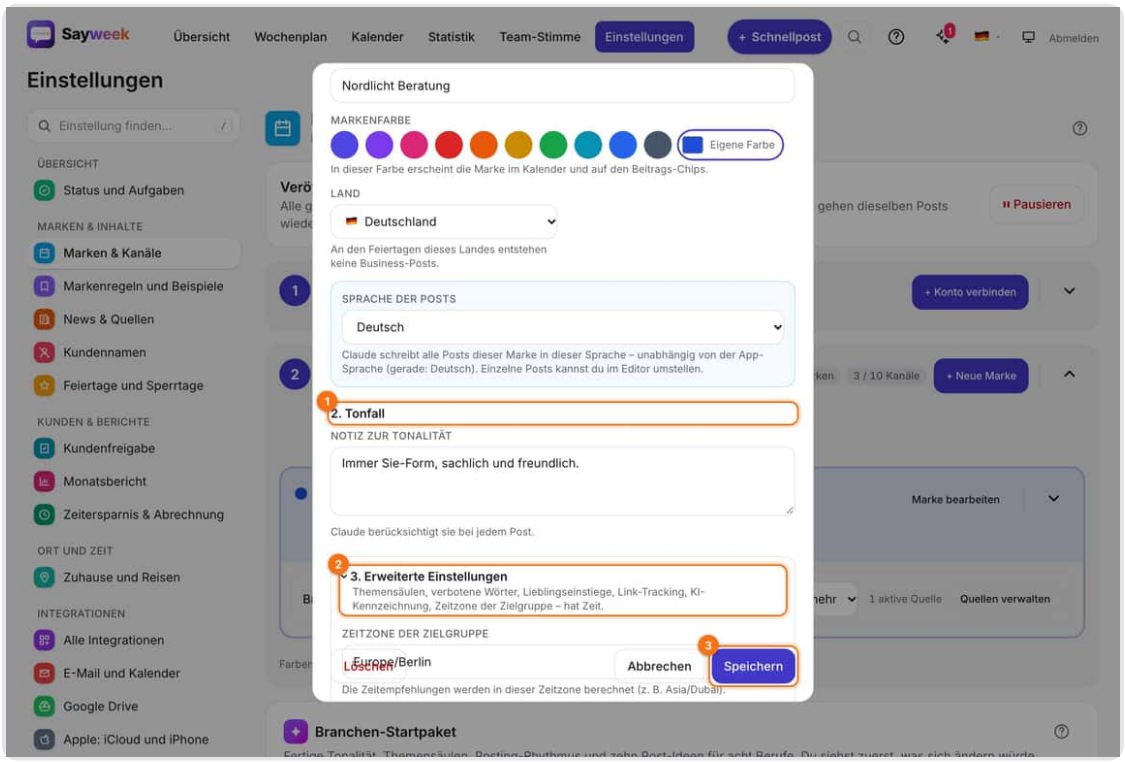



Abbildung 51 – Marke bearbeiten: Grundlagen, Tonfall und die aufgeklappten erweiterten Einstellungen.

| | |
|---|---|
| **1. Grundlagen** | **Firma / Marke** (pausiert an Feiertagen) oder **Privatperson** (darf an Feiertagen posten), Name, Farbe, Land, **Sprache der Posts**. |
| 1 **2. Tonfall** | **Notiz zur Tonalität** – Claude berücksichtigt sie bei jedem Post (z. B. „immer per Sie“). |
| 2 **3. Erweiterte Einstellungen** | Aufklappbar: **Zeitzone der Zielgruppe**, **Themensäulen**, **Verbotene Wörter**, **Bibliothek für Einstiegs- und Schlusssätze**, **Link-Tracking (UTM + Kurzlink)**, **KI-Kennzeichnung**. |
| 3 **Speichern** | Die Änderung gilt ab dem nächsten geschriebenen Post. **Löschen** löscht die Marke mit ihren Kanälen und Posts – nutze das nur, wenn du sicher bist. |

- **Themensäulen** – in welchem Verhältnis deine Posts die Themen abdecken sollen (z. B. Praxistipp 40 %, Kundenbeispiel 30 %, Hinter den Kulissen 30 %). Claude schreibt immer für die Säule, die hinterherhinkt; die **Themenbalance** im Wochenplan zeigt das. Schnellstart: **4 vorgeschlagene Säulen**. Ergibt die Summe nicht 100 %, wird beim Speichern angepasst.
- **Verbotene Wörter** – durch Kommas getrennt. Claude vermeidet sie, und falls doch eines drin landet, kann der Post nicht freigegeben werden.
- **Bibliothek für Einstiegs- und Schlusssätze** – deine liebsten ersten Zeilen und Schlusssätze (**Einstieg** / **Schluss**). Claude folgt ihrer Struktur, kopiert sie aber nie wörtlich.
- **Zeitzone der Zielgruppe** – die Zeitempfehlungen werden in dieser Zeitzone berechnet (z. B. Asia/Dubai).
- **Link-Tracking** und **KI-Kennzeichnung** – UTM-Parameter und Klickzählung für Links; die Details zur KI-Kennzeichnung stehen auf der Seite **Compliance & KI-Transparenz** (Kapitel Daten und Datenschutz).

## Beispielbeiträge und Geschichtenbank (Ideen → Aus News)

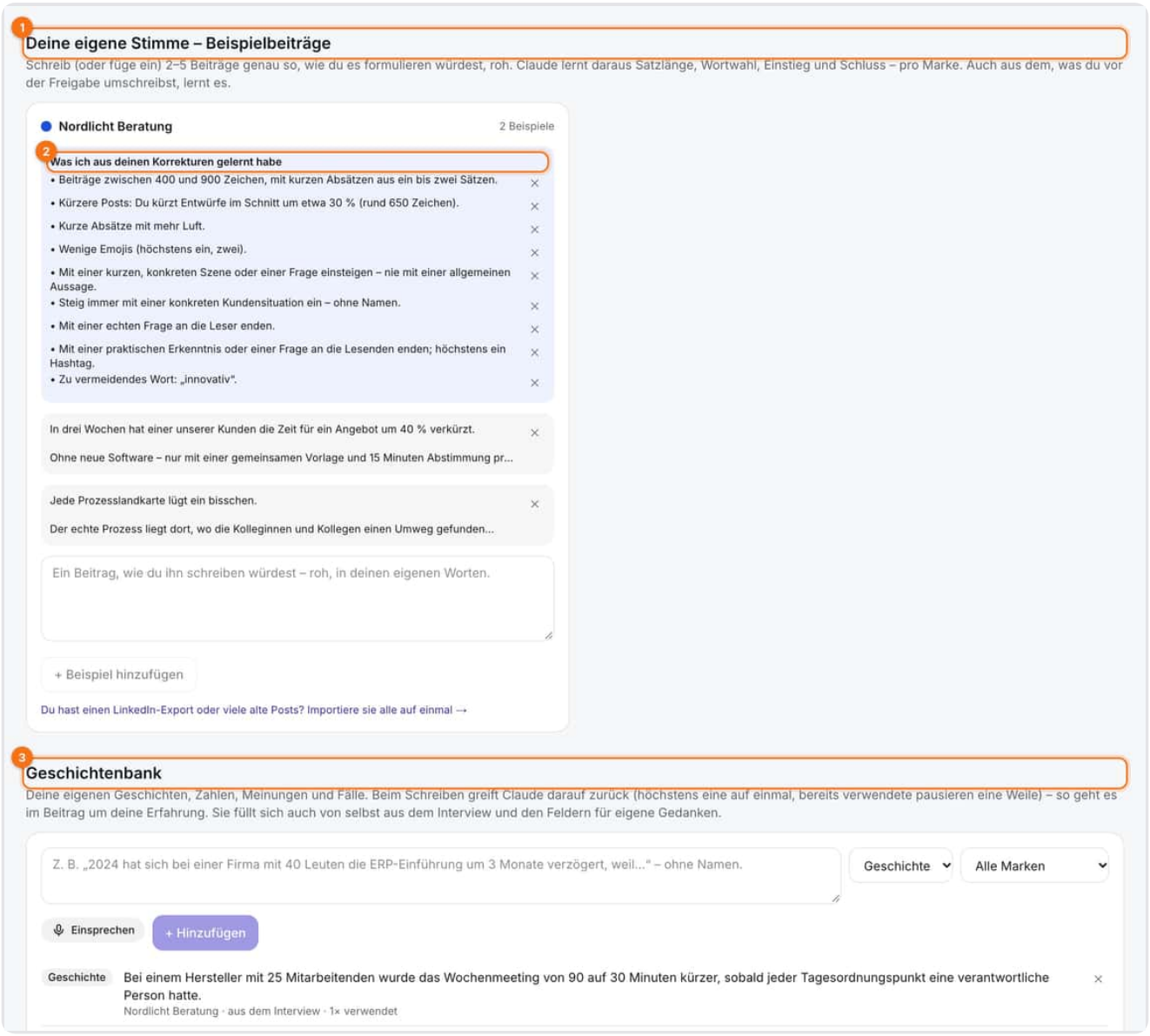



Abbildung 52 – Deine eigene Stimme – Beispielbeiträge und die Geschichtenbank unten im Tab Ideen → Aus News.

| | |
|---|---|
| 1 **Deine eigene Stimme – Beispielbeiträge** | 2–5 Beiträge pro Marke, genau so, wie du sie schreiben würdest, roh (mindestens 40 Zeichen) → **+ Beispiel hinzufügen**. Daraus lernt Claude Satzlänge, Wortwahl, Einstieg und Schluss. Ein Beispiel löschst du mit ×. |
| 2 **Was ich aus deinen Korrekturen gelernt habe** | Schreibst du Claudes Entwurf vor der Freigabe deutlich um, werden aus dem Unterschied Stilregeln; eine unerwünschte löschst du mit × (**Nicht befolgen**). |
| 3 **Geschichtenbank** | Deine eigenen Geschichten, Zahlen, Meinungen und Fälle (ohne Namen!). Claude schöpft beim Schreiben daraus – höchstens eine pro Post, und bereits genutzte lässt es eine Weile ruhen. Sie füllt sich auch von selbst aus dem Interview und den Feldern für eigene Gedanken. |

> i Es gibt zwei Arten von „Beispielbeiträgen“: die im Text unter **Markenregeln und Beispiele** (Claude bekommt sie wörtlich mit den Regeln) und die Liste **Deine eigene Stimme – Beispielbeiträge** (Claude bekommt beim Schreiben die 4 neuesten der Marke). Beide bringen deine Stimme bei – gute Beispiele in einer der beiden reichen. Was Sayweek genau gelernt hat und wie du es ausschaltest, steht im Kapitel „Was Sayweek gelernt hat“.

## Schnellstart mit deinen bisherigen Posts

Hast du schon gepostet, braucht Sayweek keine Wochen, um deine Stimme zu lernen: Die Karte **Schnellstart mit deinen bisherigen Posts** (**Einstellungen → Marken & Kanäle**) liest deine alten Posts, und die Entwürfe klingen vom ersten Tag an nach dir. Die Posts werden zu Stimmbeispielen der Marke, und bei eingeschaltetem Lernen schreibt Claude daraus auch bis zu 8 Stilregeln.

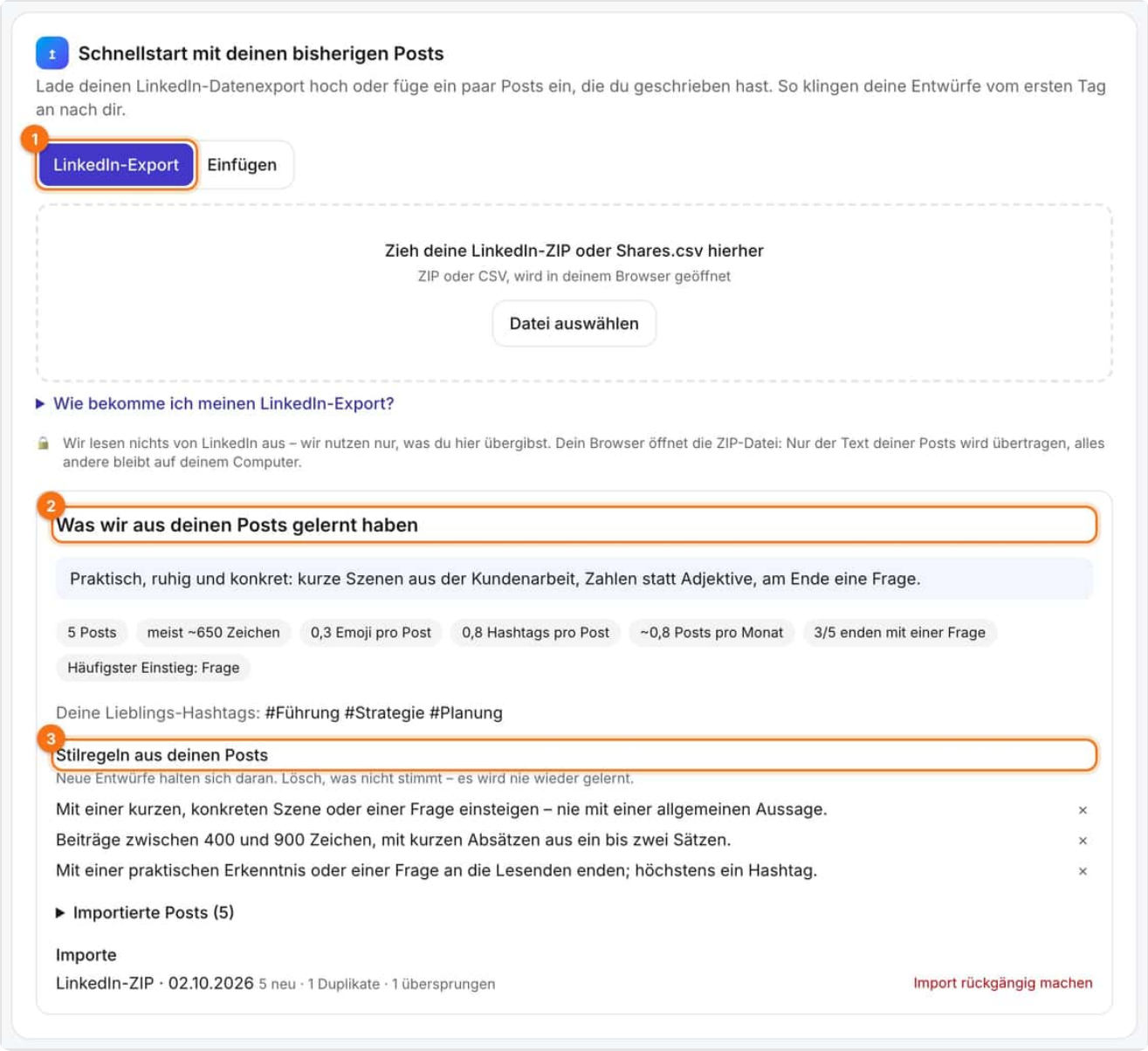



Abbildung 53 – Schnellstart mit deinen bisherigen Posts: der Tab LinkedIn-Export, was wir gelernt haben, die Stilregeln und die Importe.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **LinkedIn-Export / Einfügen** | Zieh die LinkedIn-ZIP (nicht entpacken nötig) oder die Shares.csv hinein, prüf die Vorschau und importiere. Unter **Einfügen** kannst du mehrere Posts auf einmal einfügen, getrennt durch eine Zeile --- oder zwei Leerzeilen – 5–20 Posts verraten schon viel. |
| 2 | **Was wir aus deinen Posts gelernt haben** | Eine einzeilige Zusammenfassung deiner Stimme und die Statistik: Zahl der Posts, typische Länge, Emojis und Hashtags pro Post, Posting-Rhythmus, abschließende Fragen, der häufigste Einstieg, deine Lieblings-Hashtags. |
| 3 | **Stilregeln aus deinen Posts** | Die Regeln, an die sich neue Entwürfe halten.  löscht eine – eine gelöschte Regel wird nie wieder gelernt. Darunter: **Importierte Posts (n)** (jeder lässt sich löschen) und die Importe, mit **Import rückgängig machen**. |

1. Auf LinkedIn: **Ich → Einstellungen & Datenschutz → Datenschutz → Kopie Ihrer Daten anfordern**, und wähle deine Posts (oder das vollständige Archiv). LinkedIn schickt dir einen Download-Link per E-Mail – meist nach wenigen Minuten, das vollständige Archiv innerhalb von 24 Stunden.
2. Wähle in Sayweek auf der Karte die Marke, zieh die ZIP-Datei in den Tab **LinkedIn-Export** und klick auf den Import-Button.

> i Dein Browser öffnet die ZIP-Datei: Nur Text und Datum deiner Posts kommen bei Sayweek an, alles andere (Kontakte, Nachrichten) bleibt auf deinem Computer, und von LinkedIn wird nichts ausgelesen. Duplikate und geteilte Beiträge unter 40 Zeichen fallen weg; ein Import behält höchstens 300 Posts (insgesamt 500 pro Marke).

## Kundennamen

Die Regel lautet: In einem Post **darf nie der Name eines Kunden oder einer Person vorkommen**. Die unter **Einstellungen → Kundennamen** eingetragenen Namen (Firmen, Personen) vermeidet Claude, und enthält ein generierter oder selbst geschriebener Text doch einen, warnt die App vor der Freigabe. Bei Ideen aus E-Mails schwärzt sie diese Namen außerdem.

1. Öffne **Einstellungen → Kundennamen**.
2. Gib den Namen ein (z. B. „Musterbau GmbH“ oder „Max Mustermann“).
3. Klick auf **Hinzufügen**. Einen Namen entfernst du mit ×.

## Team-Stimme – was bedeutet das für Einzelnutzer:innen?

Die **Team-Stimme** (Menü: **Team-Stimme**) macht aus einer Firmen-News (neuer Kunde, Event, Stellenangebot) für jede:n Kolleg:in einen Post in der eigenen Stimme, für das eigene LinkedIn. Die Kolleg:innen arbeiten mit der Rolle **Mitwirkende:r (Team-Stimme)** auf eigenen Plätzen.




Abbildung 54 – Die Seite Team-Stimme im Pro-Tarif: Die Funktion gehört zu den Plänen Team und Agency.

> ! **Achtung**
> Die Team-Stimme **ist Teil der Pläne Team und Agency** (Team: 10, Agency: 50 Plätze für Mitwirkende). In Solo und Pro sagt die Seite das, und **Pläne →** führt zum Abo; in der Testphase kannst du sie mit 2 Mitwirkenden ausprobieren. Auch dann zeigt die Seite einen Bereich **Kampagnen** („Noch keine Kampagne. Gib oben die erste News ein.“) und einen Link **/sajat →**, obwohl es in Pro keine News-Box zum Eintippen gibt – beides kannst du getrost ignorieren.

Für Einzelnutzer:innen kommt der Team-Stimme der Bereich **Versionen für Kolleg:innen** im Editor am nächsten: Bei einem Post einer LinkedIn-Unternehmensseite oder Facebook-Seite kannst du andere LinkedIn-Kanäle des Workspace auswählen (z. B. dein eigenes persönliches Profil), und **Versionen schreiben** schreibt für jeden eine Fassung in der Ich-Form und in der eigenen Stimme – jede landet zur Freigabe auf ihrer eigenen Warteliste. Das gibt es in jedem Tarif.

> i Den vollständigen Ablauf der Team-Stimme (News-Box, Kampagnen-Tafel, fertige Posts mit dem Team teilen, die eigene Seite der Mitwirkenden) beschreiben das Agentur-Handbuch und der Leitfaden für Teammitglieder & Mitwirkende.

# 06 Freigabe und Planung

Editor · Einstellungen → Postiz · Zuhause und Reisen · Feiertage und Sperrtage

Sayweek veröffentlicht keinen einzigen Post ohne Freigabe. Dieses Kapitel beschreibt, was vom Freigabe-Knopf bis zur Veröffentlichung passiert: Posting-Tage und -Zeiten, Zeitzonen und Reisen, Feiertage, Test- und Live-Modus, das Pausieren des Veröffentlichens, das sofortige Veröffentlichen – und was zu tun ist, wenn etwas nicht rausging.

## Der Lebenslauf eines Posts

| | |
|---|---|
| **Idee → Entwurf** | Claude schreibt ihn (oder du); der Post wird zum **Entwurf** – zu prüfen. |
| **Entwurf → In der Warteschlange** | Nach **Freigeben und planen** bereitet die App den Versand vor. |
| **In der Warteschlange → Freigegeben** | Bei einem Postiz-Kanal ist der Post schon in Postiz eingeplant; bei einem direkten Kanal wartet er auf seinen Termin. |
| **Freigegeben → Veröffentlicht ✔** | Er geht zur geplanten Zeit raus. |
| **… → Fehler** | Wenn der Versand endgültig scheitert. Nach der Korrektur lässt er sich erneut freigeben. |

## Freigeben

1. Öffne den **Wochenplan** – im Kopf siehst du, wie viele Posts zu prüfen sind (oder nutze **Wartet auf Freigabe** auf der Übersicht).
2. Öffne den Post (**Bearbeiten**).
3. Kläre die Fragen und behebe die roten Hindernisse, bis auf der Karte **Freigabe Bereit zur Freigabe** steht („Alles bereit – kann freigegeben werden.“).
4. Klick in der Aktionsleiste unten auf **Freigeben und planen** – ungespeicherte Änderungen werden vorher automatisch gespeichert.

> ✔ **Tipp**
> Noch nicht entschieden, aber die Arbeit soll nicht verloren gehen? **Als Entwurf speichern** speichert ohne Freigabe und ohne Planung – auch wenn noch Hindernisse offen sind.

Die Meldung sagt dir, was passiert ist: **Freigegeben und an Postiz gesendet.**, **Freigegeben – wartet auf Postiz.**, im Testmodus **Als Entwurf an Postiz gesendet (Testmodus, wird nicht veröffentlicht).** Schnellere Wege: **Freigeben** auf der Karte im Wochenplan (wenn der Post keine Hindernisse hat) und **Freigeben** in der Schnellansicht des Kalenders.

> i Für Freigabe und Versand brauchst du eine aktive Testphase oder ein Abo. Ist die Testphase abgelaufen, schreibt der Editor: „Deine Testphase ist vorbei – wähl einen Tarif.“

## Zurückziehen

Einen freigegebenen, noch nicht veröffentlichten Post ziehst du mit **Zurückziehen (wieder Entwurf)** im Editor zurück (im Wochenplan: **Zurückziehen**). Bei einem Postiz-Kanal wird er auch aus Postiz gelöscht und wieder zum Entwurf – dann kannst du ihn bearbeiten. Einen bereits veröffentlichten Post löscht das Zurückziehen nicht aus dem Netzwerk.

## Test- und Live-Modus

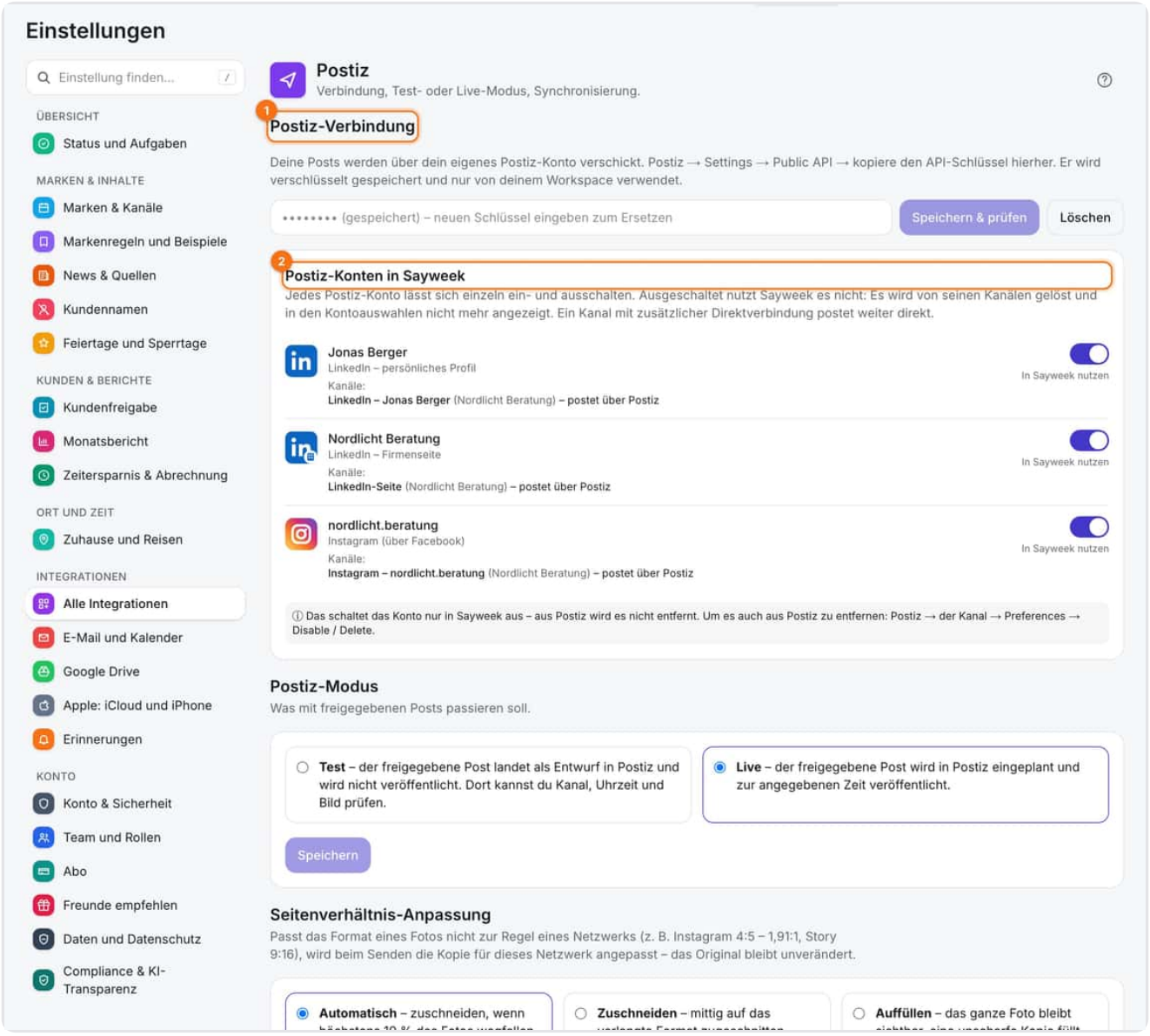



Abbildung 55 – Einstellungen → Postiz: die Postiz-Verbindung und die in Postiz verbundenen Konten.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Postiz-Verbindung** | Der API-Schlüssel deines eigenen Postiz-Kontos (**Postiz-API-Schlüssel** → **Speichern & prüfen**). Wird verschlüsselt gespeichert. |
| 2 | **Postiz-Konten in Sayweek** | Die in deinem Postiz verbundenen Konten; pro Konto der Schalter **In Sayweek nutzen** (Kapitel Kanäle). |

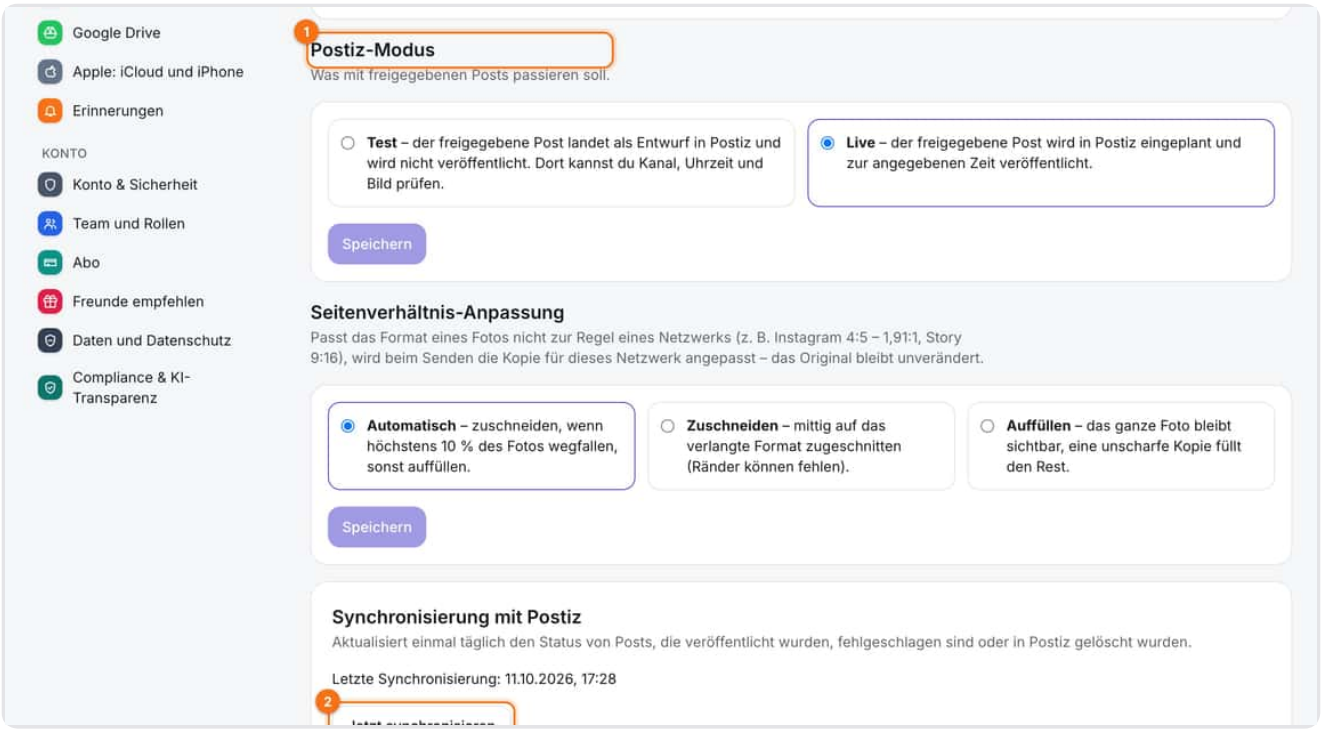



Abbildung 56 – Postiz-Modus (Test oder Live) und Synchronisierung, weiter unten auf derselben Seite.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Postiz-Modus** | **Test** – der freigegebene Post landet als Entwurf in Postiz und wird nicht veröffentlicht; **Live** – er wird in Postiz eingeplant und zur angegebenen Zeit veröffentlicht. |
| 2 | **Synchronisierung mit Postiz** | Aktualisiert einmal täglich den Status von Posts, die in Postiz veröffentlicht wurden, fehlgeschlagen sind oder gelöscht wurden; **Jetzt synchronisieren** sofort. |

> **! Achtung**
> Der Postiz-Modus gilt auch für direkt verbundene Kanäle (z. B. LinkedIn): Im Testmodus gehen auch deren freigegebene Posts nicht raus. Ein neuer Workspace startet im Testmodus – zum Live-Schalten wähle **Live**, klick auf **Speichern** und bestätige („Im Live-Modus wird jeder ab jetzt freigegebene Post wirklich auf LinkedIn/Instagram veröffentlicht.“).

Einen einzelnen freigegebenen Post kannst du im Wochenplan auch gesondert umstellen: **Live schalten** (plant ihn in Postiz live ein; ein Instagram-Post ohne Bild lässt sich nicht live schalten) oder **Live-Schaltung zurücknehmen** (stellt ihn in Postiz auf Entwurf – er wird nicht veröffentlicht, bleibt aber erhalten). Auf der Karte steht dann **Entwurf in Postiz** oder **Live geplant**.

## Veröffentlichen pausieren

Mit dem Pausieren hältst du mit einem Klick alle Posts an, die schon geplant, aber noch nicht raus sind – auf jedem Kanal, über Postiz und auf direkt verbundenen Kanälen. Zum Beispiel, wenn deine Firma von schlechten Nachrichten getroffen wird oder ein geplanter Post plötzlich zur falschen Zeit käme.

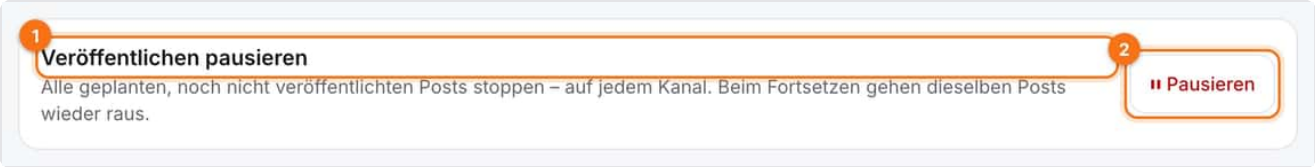



Abbildung 57 – Einstellungen → Marken & Kanäle: die Pausen-Karte oben auf der Seite.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Veröffentlichen pausieren** | Alle geplanten, noch nicht veröffentlichten Posts stoppen – auf jedem Kanal. Beim Fortsetzen gehen dieselben Posts wieder raus. |
| 2 | **Pausieren** | Pausiert nach einer Bestätigung. Während der Pause steht an seiner Stelle **Fortsetzen**. |

1. Öffne **Einstellungen → Marken & Kanäle**.
2. Klick ganz oben auf der Karte **Veröffentlichen pausieren** auf **Pausieren**.
3. Bei der Frage („Veröffentlichen pausieren? Alle geplanten Posts stoppen, bis du fortsetzt.“) klickst du auf **Ja**.

- Jeder freigegebene Post, der mehr als fünf Minuten später fällig ist, wird wieder zum Entwurf – auch in Postiz; direkte Kanäle senden ebenfalls nichts.
- Neue Freigaben gehen nur als Entwurf raus, solange pausiert ist.
- Auf der Karte steht „Pausiert seit … – nichts wird veröffentlicht.“, und auf jeder Seite der App zeigt eine Leiste: **Pausiert: kein Post geht raus, bis du fortsetzt.** Ihr Link **Details** führt zur Karte.
- Fortsetzen: **Fortsetzen** auf der Leiste oder der Karte. Dieselben Posts werden wieder live, wenn ihre Zeit noch nicht vorbei ist; die, deren Zeit inzwischen vorbei ist, verschiebst du auf einen neuen Zeitpunkt.

> ! **Achtung**
> Was in weniger als fünf Minuten fällig ist, kann schon unterwegs sein. Konnte ein Postiz-Post nicht gestoppt werden, sagt die App Bescheid – den prüfst du dann in Postiz.

## Jetzt veröffentlichen

**Jetzt veröffentlichen** im Editor (am Handy **Sofort**) schickt den Post nach Bestätigung sofort raus („Der Post geht sofort auf … raus. Sicher?“). Die Rhythmusregeln des Kanals (Pause, Anzahl) und der Termin zählen dann nicht, die übrigen Prüfungen (z. B. verbotene Wörter, Bild) schon. Ein so gesendeter Post wird eine **Zugabe**: Er zählt nicht zum Wochenplan des Kanals. Sofort veröffentlichen kann nur der Inhaber des Workspace – als Einzelnutzer:in bist das du. Im Testmodus oder bei pausiertem Veröffentlichen geht der Post auch dann nicht live.

## Was passiert zum geplanten Zeitpunkt?

Wie der Post rausgeht, hängt vom Veröffentlichungsweg des Kanals ab (Einrichtung im Kapitel Kanäle):

- **Direkt** – bei LinkedIn, Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Bluesky, Threads, Google-Unternehmensprofil und Pinterest sendet Sayweek selbst über die offizielle Schnittstelle des Netzwerks, ohne Postiz.
- **Über Postiz** – bei der Freigabe kommt der Post zu Postiz (im Live-Modus eingeplant), und Postiz veröffentlicht ihn. So gehen auch alle anderen Netzwerke raus (z. B. X oder Telegram).
- Hat ein Kanal beide Wege eingerichtet, wird der direkte genutzt.

## Wenn etwas nicht rausging

- Schlägt die Übergabe an Postiz vorübergehend fehl, versucht es die App von selbst erneut (bis zu fünfmal); solange ist der Post **In der Warteschlange**, und die Übersicht zeigt: „N freigegebene Posts warten auf Postiz – wird automatisch erneut versucht."
- Scheitert es endgültig, wird der Post zu **Fehler**, der Editor zeigt die Fehlermeldung, und die Übersicht: **N Posts wurden nicht gesendet** → **Ansehen**. Korrigiere (z. B. Bild, Länge, Verbindung) und gib erneut frei.
- Ist die Zeit eines Posts vorbei, ohne dass er veröffentlicht wurde, steht in der Liste **Nicht rausgegangen** – verschieb ihn auf einen neuen Termin (↻ **Auf andere Zeit verschieben**) oder lösch ihn.
- Wurde er in Postiz gelöscht, setzt ihn die nächste Synchronisierung mit einem Hinweis wieder auf Entwurf.

> ✔ **Tipp**
> Ausführliche Hilfe bei Problemen (abgelaufene Anmeldung, fehlende Berechtigung usw.) steht im Kapitel FAQ und Fehlerbehebung.

## Posting-Tage und -Zeiten

Jeder Kanal hat einen eigenen Wochenplan: an welchen Tagen und um wie viel Uhr ein Post rausgehen soll. Daraus wird der Wochenplan, und daran misst die App ihre Warnungen – an anderen Tagen setzt sie nie von selbst einen Post.

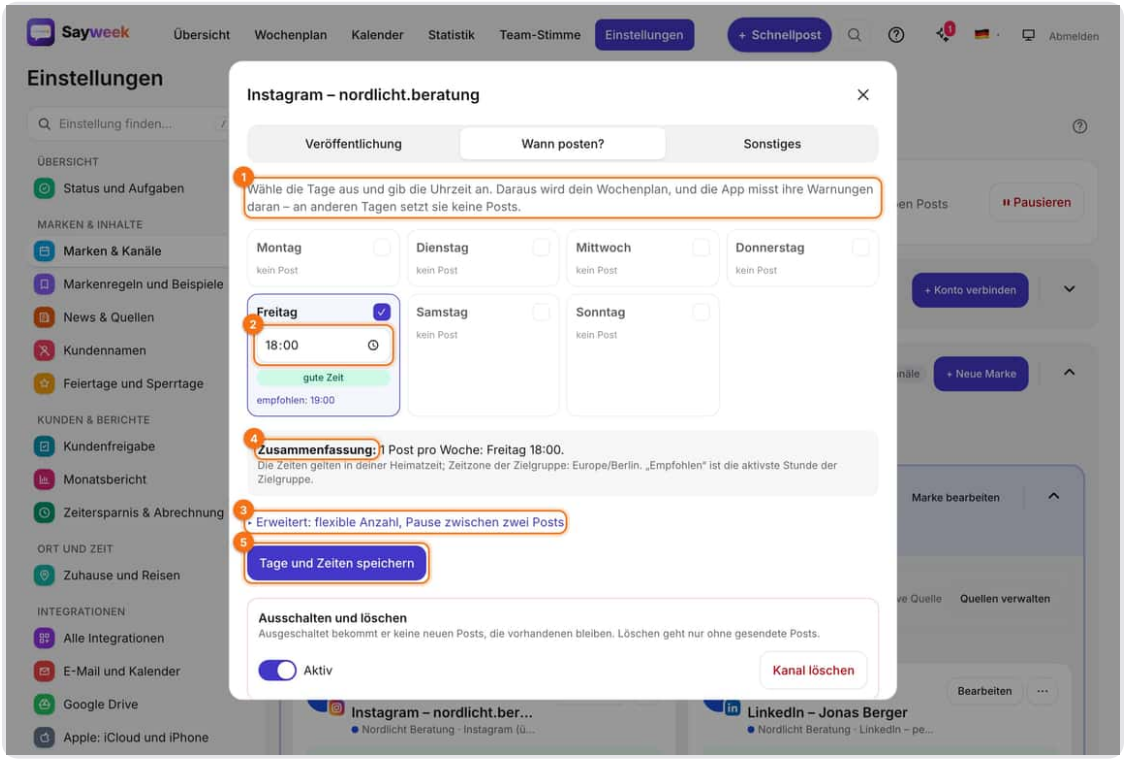



Abbildung 58 – Der Tab „Wann posten?" eines Kanals: Tage, Uhrzeiten, empfohlene Stunden und Rhythmus.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Tage** | Klick auf die Tage, an denen du posten willst. |
| 2 | **Uhrzeiten** | Pro gewähltem Tag eine Uhrzeit; der Link **empfohlen: …** übernimmt die aktivste Stunde der Zielgruppe. Daneben, wie spät es dann bei der Zielgruppe ist (**Bei der Zielgruppe: …**). |

| | | |
|---|---|---|
| 3 | **Erweitert: flexible Anzahl, Pause zwischen zwei Posts** | **An jedem ausgewählten Tag** (an jedem gewählten Tag ein Post) oder **Flexibel** (so viele Posts **pro Woche** / **pro Monat** aus den gewählten Tagen); **Pause zwischen zwei Posts**: mindestens so viele Tage. |
| 4 | **Zusammenfassung** | Z. B. „1 Post pro Woche: Dienstag 09:30.“ |
| 5 | **Tage und Zeiten speichern** | Speichert den Plan; der Wochenplan folgt sofort. |

### Einrichten

1. Öffne **Einstellungen → Marken & Kanäle**.
2. Klick beim Kanal auf **Bearbeiten**.
3. Wähle den Tab **Wann posten?** und stelle Tage und Uhrzeiten ein.
4. Klick auf **Tage und Zeiten speichern**.

Die App bewertet jedes Zeitfenster (**gute Zeit**, **mittlere Zeit**, **schwache Zeit**) in der Zeitzone der Zielgruppe der Marke. Gibt es schwächere Zeitfenster, legt **Uhrzeiten verbessern** oben auf **Marken & Kanäle** sie auf die beste Stunde desselben Tages – die Tage bleiben. Schlägt sie einen anderen Tag vor, nimmst du das mit **Verschieben** an (noch nicht gesendete Posts wandern mit).

## Zeitzone und Reisen

Zeitfenster gelten immer in der Ortszeit des Ortes, an dem du an dem Tag bist. Hast du ein Zeitfenster um 9:30 und bist gerade in Dubai, geht der Post um 9:30 Dubai-Zeit raus. Ohne Reiseabschnitt gilt die Heimatzeit.

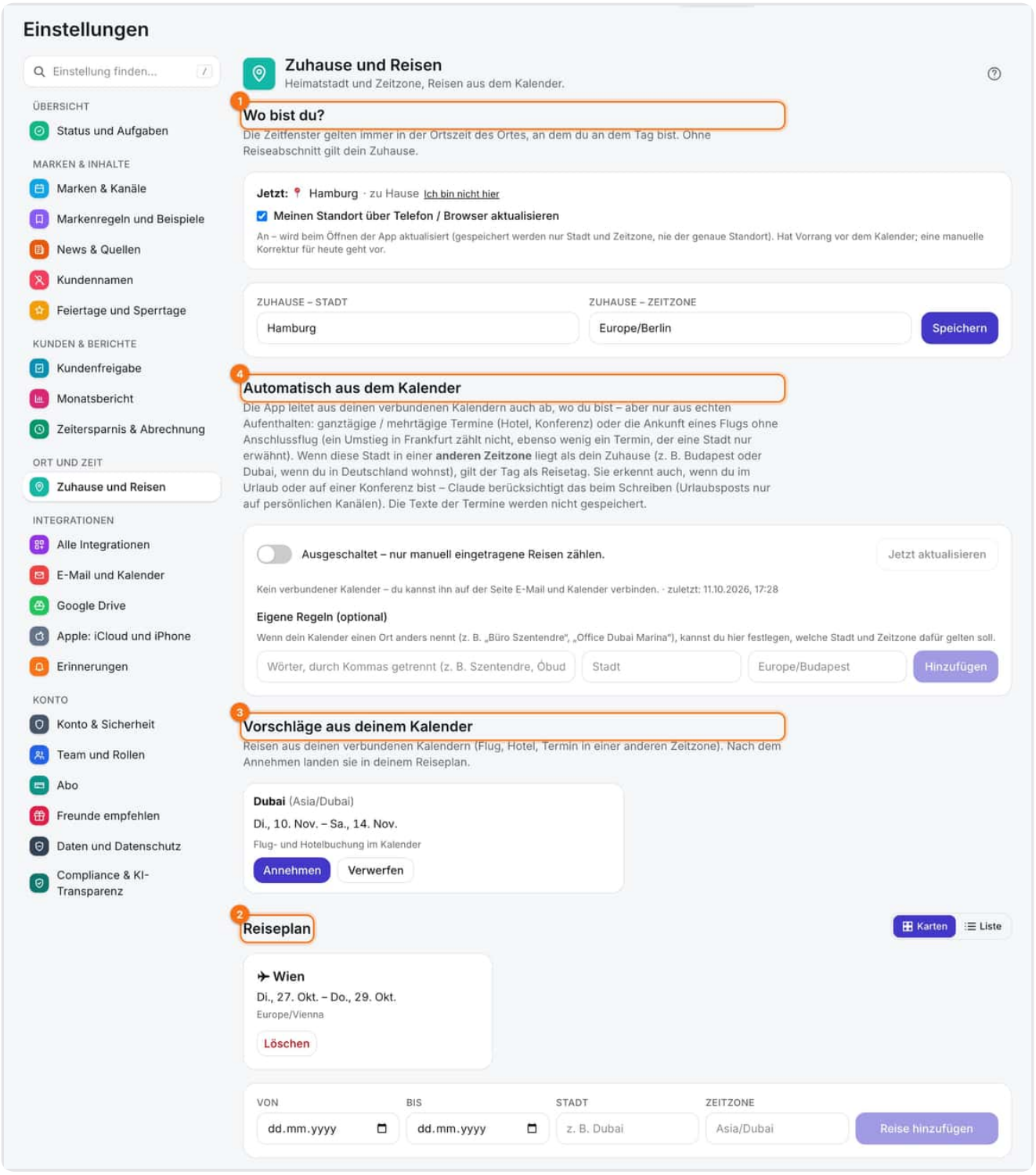



Abbildung 59 – Einstellungen → Zuhause und Reisen: Zuhause, Reiseplan, Vorschläge und automatischer Ort aus dem Kalender.

| | |
|---|---|
| 1 **Wo bist du?** | Oben die Zeile **Jetzt:** ( **Stadt · Quelle · Ich bin nicht hier**, siehe unten) und der Schalter **Meinen Standort über Telefon / Browser aktualisieren**; darunter **Zuhause – Stadt** und **Zuhause – Zeitzone** (z. B. Europe/Berlin), **Speichern**. |
| 2 **Reiseplan** | **Von**, **Bis**, **Stadt**, **Zeitzone** (z. B. Asia/Dubai) → **Reise hinzufügen**. Eine Reise entfernst du mit **Löschen**. |
| 3 **Vorschläge aus deinem Kalender** | Reisen aus deinen verbundenen Kalendern (Flug, Hotel, Termin in anderer Zeitzone): **Annehmen** / **Verwerfen**. |

4 **Automatisch aus dem Kalender** — Eingeschaltet aktualisiert es sich alle 6 Stunden von selbst; **Jetzt aktualisieren** sofort. Unter **Eigene Regeln (optional)** legst du fest, welches Wort als welche Stadt gilt.

An Reisetagen zeigt der Kalender die Stadt (z. B. **Wien**), und die Schnellansicht eines Posts zeigt auch, wie spät es bei der Zielgruppe ist, wenn diese in einer anderen Zeitzone ist (**Zeitzone der Zielgruppe** in den Markeneinstellungen). Den Text von Terminen speichert die App nicht – nur, wo du wann bist.

## Die -Zeile – woher Sayweek weiß, wo du bist

Oben in der Übersicht, im Kopf des Wochenplans, im Schritt **Wann** des Schnellposts und unter **Einstellungen → Zuhause und Reisen** zeigt eine Zeile, wo du heute bist und woher Sayweek das weiß – zum Beispiel **Barcelona · laut Standort deines Telefons · Ich bin nicht hier**. Gibt es mehrere Quellen, entscheidet diese Reihenfolge:




Abbildung 60 – Der Kopf der Übersicht: das heutige Datum und die -Zeile – die Stadt, die Quelle (laut Standort deines Telefons) und die Schaltfläche Ich bin nicht hier.

### Welche Quelle zählt?

1. **Laut Standort deines Telefons** – die Stadt, die dein Telefon oder Browser in den letzten 12 Stunden gemeldet hat.
2. **Von dir eingetragen** – was du im Fenster **Ich bin nicht hier** oder im **Reiseplan** eingegeben hast. Korrigierst du nach dem Telefonstandort, gilt deine Korrektur, bis das Telefon eine andere Stadt meldet.
3. **Laut deinem Kalender** – nur echte Aufenthalte zählen: ganztägige oder mehrtägige Termine (Hotel, Konferenz) oder die Ankunft eines Flugs ohne Anschlussflug. Ein Umstieg in Frankfurt oder ein Termin, der eine Stadt nur erwähnt, zählt nicht.
4. **Zu Hause** – wenn nichts anderes vorliegt, deine Heimatstadt und -zeitzone.

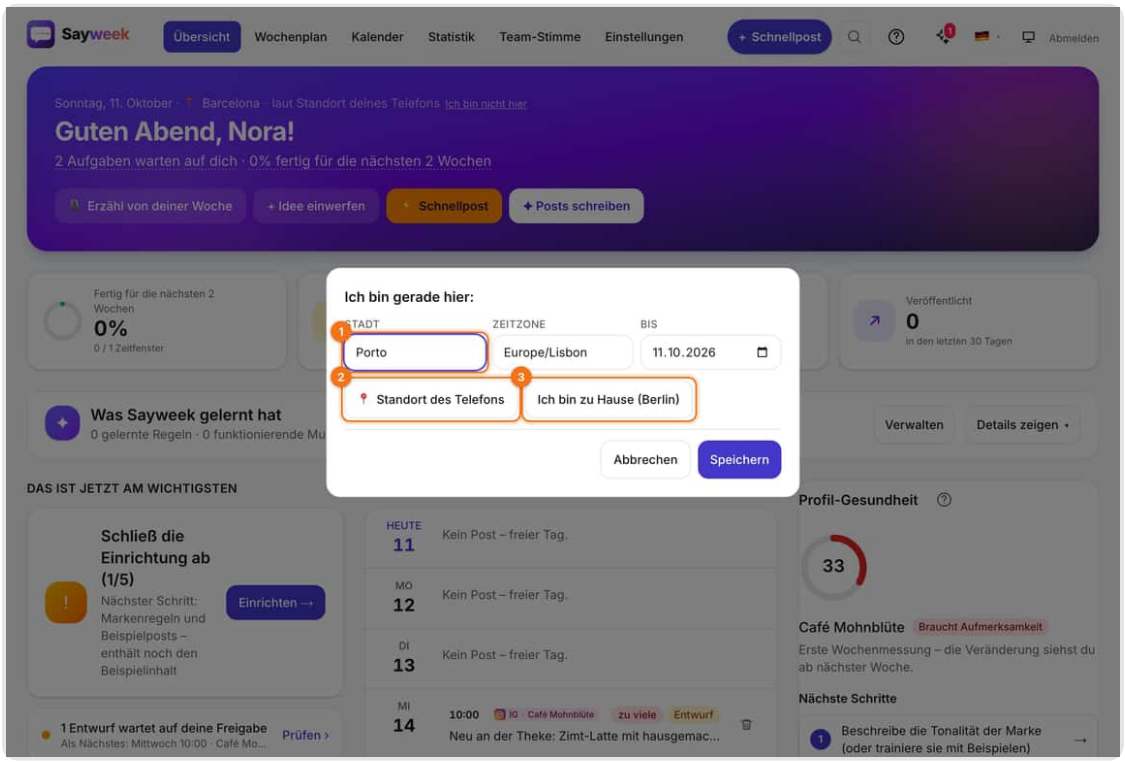



Abbildung 61 – Das Fenster Ich bin nicht hier (Ich bin gerade hier:): Nach der Stadt füllt sich die Zeitzone von selbst aus; daneben Standort des Telefons und Ich bin zu Hause.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Ich bin nicht hier** | Öffnet das Fenster **Ich bin gerade hier:**. Gib die **Stadt** ein (z. B. Barcelona) – die **Zeitzone** wird automatisch ausgefüllt, du kannst sie aber ändern –, unter **Bis** den Tag (standardmäßig heute), dann **Speichern**. Die Korrektur wird als Reiseabschnitt gespeichert und gilt sofort überall. |
| 2 | **Standort des Telefons** | Fragt jetzt deinen Standort beim Telefon oder Browser ab (sofern erlaubt). |
| 3 | **Ich bin zu Hause (Stadt)** | Setzt dich auf dein Zuhause zurück. |

i Der Schalter **Meinen Standort über Telefon / Browser aktualisieren** ist standardmäßig an und gilt für den ganzen Arbeitsbereich. Die iPhone- und Android-App aktualisieren den Standort beim Öffnen (höchstens alle 30 Minuten) – die Erlaubnis fragt das Telefon ab. Im Browser fragt zuerst eine Karte: **Deinen Standort nutzen, um deine Stadt anzuzeigen?** – nach **Ja, nutzen** folgt die Abfrage des Browsers, nach **Nicht jetzt** fragt sie nicht erneut. Gespeichert werden nur Stadt und Zeitzone, nie dein genauer Standort. Ist er aus, zählen nur eingetragene Reisen und der Kalender.

i Wie du einen Kalender verbindest, steht im Kapitel Integrationen; die Heimatzeitzone des Workspace kannst du auch unter **Einstellungen → Konto & Sicherheit → Sprache & Zeitzone** angeben.

## Feiertage und Sperrtage

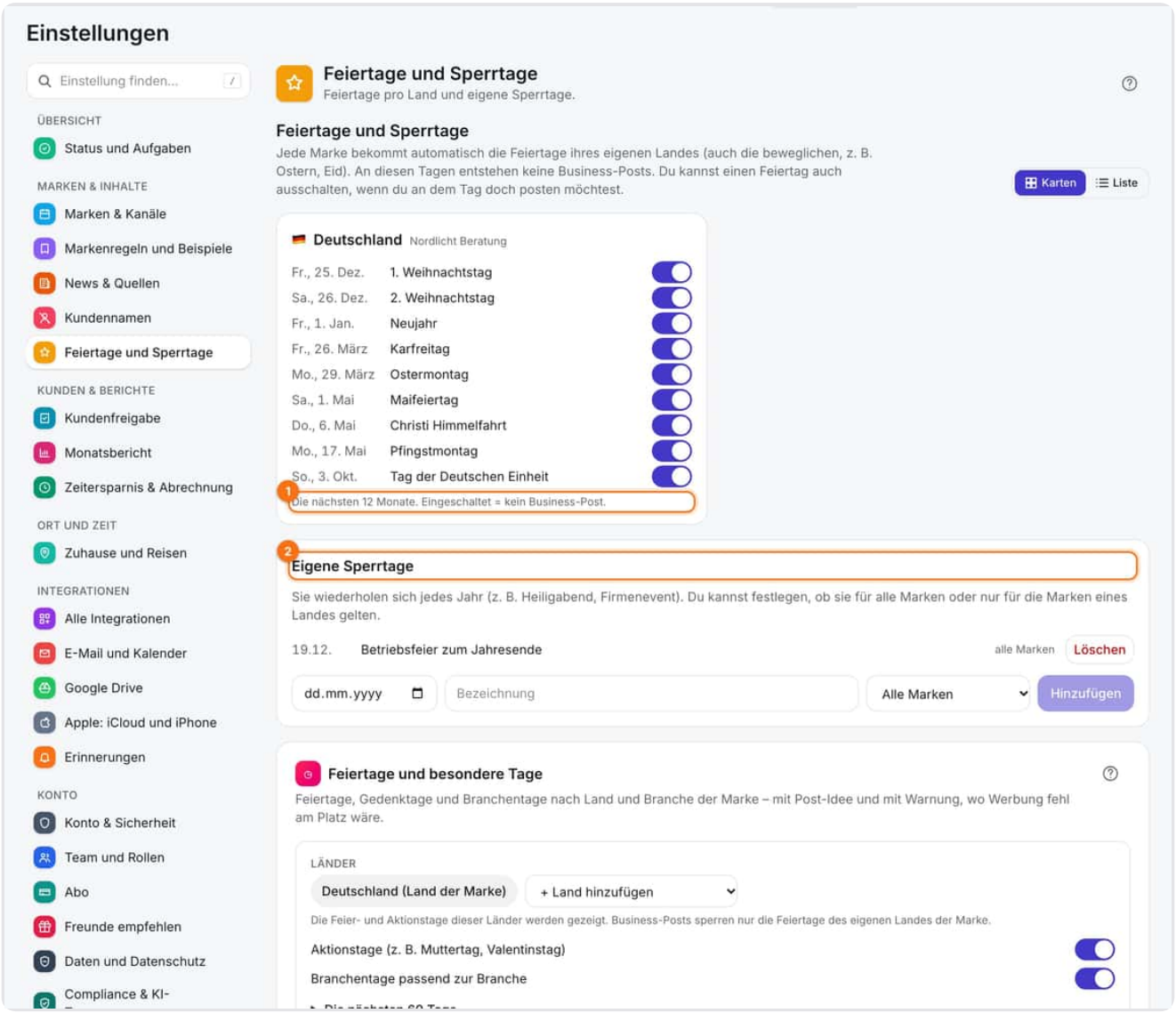



Abbildung 62 – Einstellungen → Feiertage und Sperrtage: pro Land die Feiertage der nächsten 12 Monate und eigene Sperrtage.

| | |
|---|---|
| 1 **Feiertage pro Land** | Jede Marke bekommt automatisch die Feiertage ihres Landes (auch bewegliche, z. B. Ostern). Angezeigt werden die nächsten 12 Monate; eingeschaltet gibt es an dem Tag keinen Business-Post. Willst du an einem Feiertag doch posten, schalte ihn aus. |
| 2 **Eigene Sperrtage** | Sie wiederholen sich jedes Jahr (z. B. Heiligabend, Firmenevent): **Datum**, **Bezeichnung**, **Gilt für** (**Alle Marken** oder nur die Marken eines Landes) → **Hinzufügen**. |

> i Die Sperre gilt für Business-Marken (**Firma / Marke**); bei einer persönlichen Marke erscheint nur eine Warnung. Soll ein Post doch an einem Sperrtag raus, hak im Editor an: **Ich weiß, dass Feiertag ist, möchte ihn aber trotzdem planen.**

## Zweistufige Freigabe und Kundenfreigabe

Zwei Ergänzungen, wenn du nicht allein über die Posts entscheidest:

- **Zweistufige Freigabe** (**Einstellungen → Team und Rollen**, nur ein Inhaber kann sie einschalten): Die Freigabe eines Bearbeiters reicht den Post dann nur ein („Zur Freigabe gesendet – der Inhaber wird benachrichtigt.“), und er geht erst mit der Freigabe eines Inhabers raus. Solo und Pro haben einen Nutzerplatz – sinnvoll ist das also, wenn in einem größeren Tarif ein Ghostwriter oder eine Assistenz mitarbeitet.
- **Kundenfreigabe** (**Einstellungen → Kundenfreigabe**, ab Pro und in der Testphase): ein Link ohne Anmeldung für deinen Kunden, deine Chefin oder die Rechtsabteilung – sie sehen die Posts der nächsten 6 Wochen der gewählten Marken und können pro Post freigeben, Änderungen anfordern oder kommentieren. So legst du einen an: **Neuer Freigabelink** → für wen, Marken, **Darf auch freigeben (nicht nur kommentieren)**, **Gültig:** (30 Tage, 90 Tage, 1 Jahr, bis zum Widerruf) → **Link erstellen** → **Kopieren** (den Link siehst du nur einmal). In Solo sagt die Seite: „Diese Funktion ist ab dem Pro-Tarif verfügbar (Einstellungen → Abo).“

Hat der Kunde kommentiert, zeigt der Editor des Posts den Bereich **Kundenfeedback**: Dort antwortest du (der Kunde sieht es über den Link) und schließt das Thema ab. Die Freigabe des Kunden allein veröffentlicht den Post nicht – dafür braucht es auch deine Freigabe. Änderst du den Post nach der Kundenfreigabe, steht im Editor und auf dem Link des Kunden **↻ seit der Kundenfreigabe geändert**, und der Kunde kann erneut freigeben. Die Kundenseite beschreibt der Leitfaden für Kunden-Freigaben.

## Mehrstufige Freigabeketten

Müssen mehrere Personen einen Post sehen, bevor er rausgeht – etwa die Rechtsabteilung, eine Führungskraft und am Ende der Kunde –, folgt eine Freigabekette genau dieser Reihenfolge. Alle werden benachrichtigt (Push und E-Mail), sobald sie an der Reihe sind, und eingeplant wird der Post erst nach dem letzten Schritt. Eingerichtet wird sie unter **Einstellungen → Kundenfreigabe** im Bereich **Freigabekette** (Inhaber).

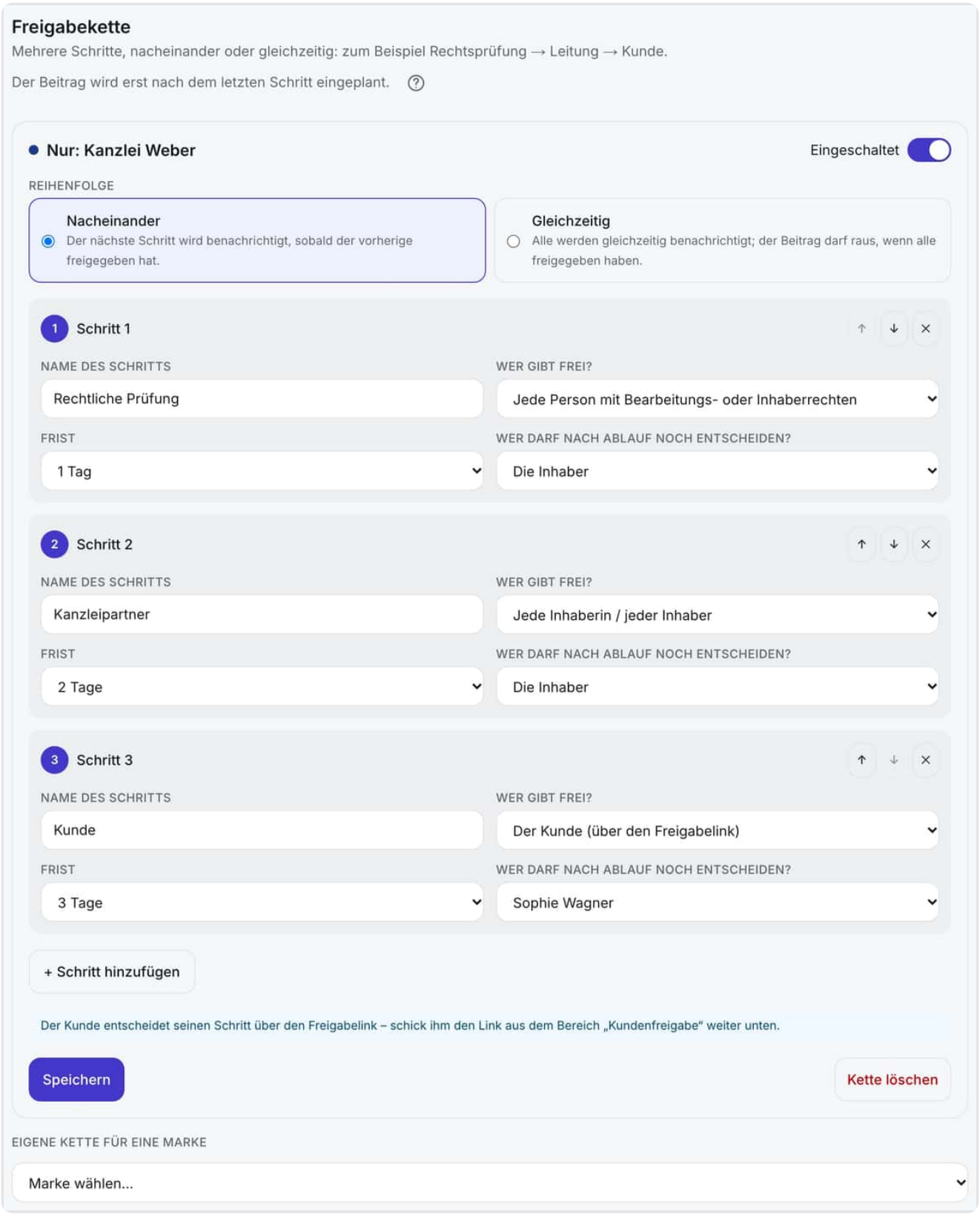



Abbildung 63 – Eine Freigabekette für eine Marke: drei Schritte nacheinander, jeder mit Freigebenden, Frist und Vertretung.

| | |
|---|---|
| **Mit Vorlage starten: Recht → Leitung → Kunde** | Füllt eine dreistufige Kette aus; **Leere Kette** beginnt bei null. **Eigene Kette für eine Marke** – eine Marke ohne eigene Kette nutzt die Standardkette (**Alle Marken (Standard)**). |

| | |
|---|---|
| **Reihenfolge** | **Nacheinander** (der nächste Schritt wird benachrichtigt, sobald der vorherige freigegeben hat) oder **Gleichzeitig**. |
| **Name des Schritts · Wer gibt frei?** | **Jede Inhaberin / jeder Inhaber**, **Jede Person mit Bearbeitungs- oder Inhaberrechten**, eine bestimmte Person oder **Der Kunde (über den Freigabelink)**. |
| **Frist · Wer darf nach Ablauf noch entscheiden?** | Vor der Frist geht eine Erinnerung raus (höchstens 24 Stunden vorher); ist sie abgelaufen, darf auch die hier gewählte Person – oder die Inhaber – den Schritt entscheiden. |

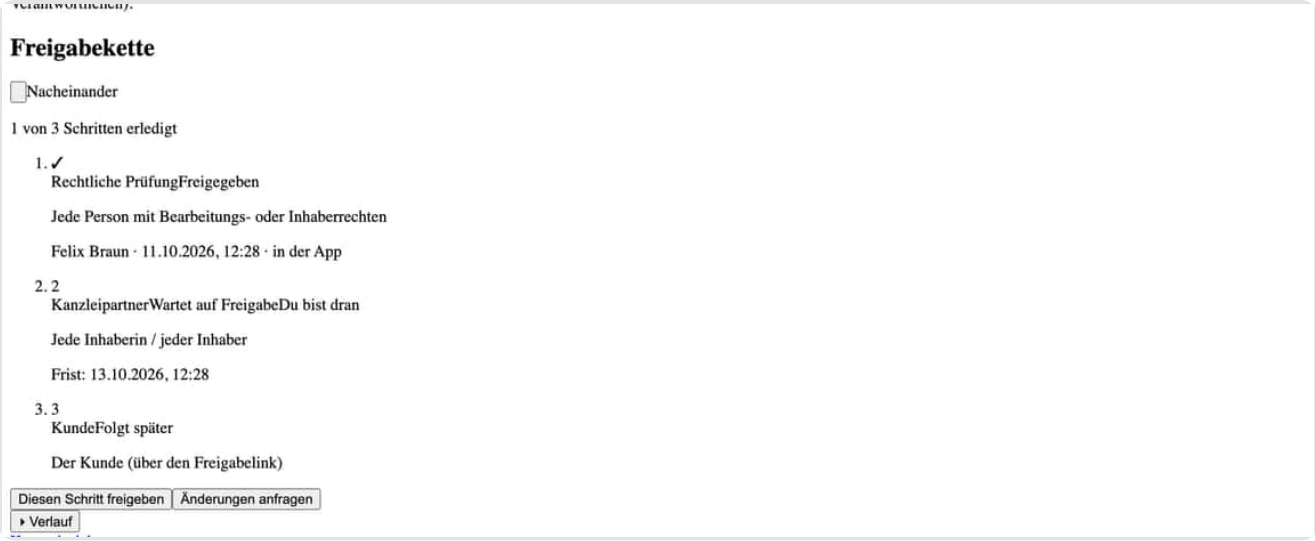



Abbildung 64 – Die Karte Freigabekette im Editor: der erste Schritt freigegeben, der zweite wartet – „Du bist dran“.

- Das erste **Freigeben und planen** reicht den Post ein und startet die Kette. Jede Person gibt ihren eigenen Schritt auf der Karte **Freigabekette** des Posts frei (**Diesen Schritt freigeben** / **Änderungen anfragen**), vom Handy oder – der Kunde – über den Freigabelink.
- Eine Änderungsanfrage beendet die Runde; nach der Korrektur reichst du erneut ein, und die Schritte beginnen von vorn. Eine Freigabe gilt für den Inhalt, den die Person gesehen hat: Ändern sich danach Text oder Bild, wartet dieser Schritt erneut auf Freigabe.
- Ist die zweistufige Freigabe eingeschaltet, wird am Ende automatisch ein Inhaber-Schritt ergänzt, wenn die Kette keinen hat. Alles steht im Verlauf des Posts (**Verlauf**).

## Freigeben ohne Internet (Offline-Modus)

Sayweek hält die Posts der nächsten drei Wochen auf deinem Gerät bereit. Bricht die Verbindung ab, erscheint unten eine Leiste („Keine Internetverbindung.“) – ihr Button **Offline-Modus** öffnet die Posts der kommenden Wochen, Tag für Tag.

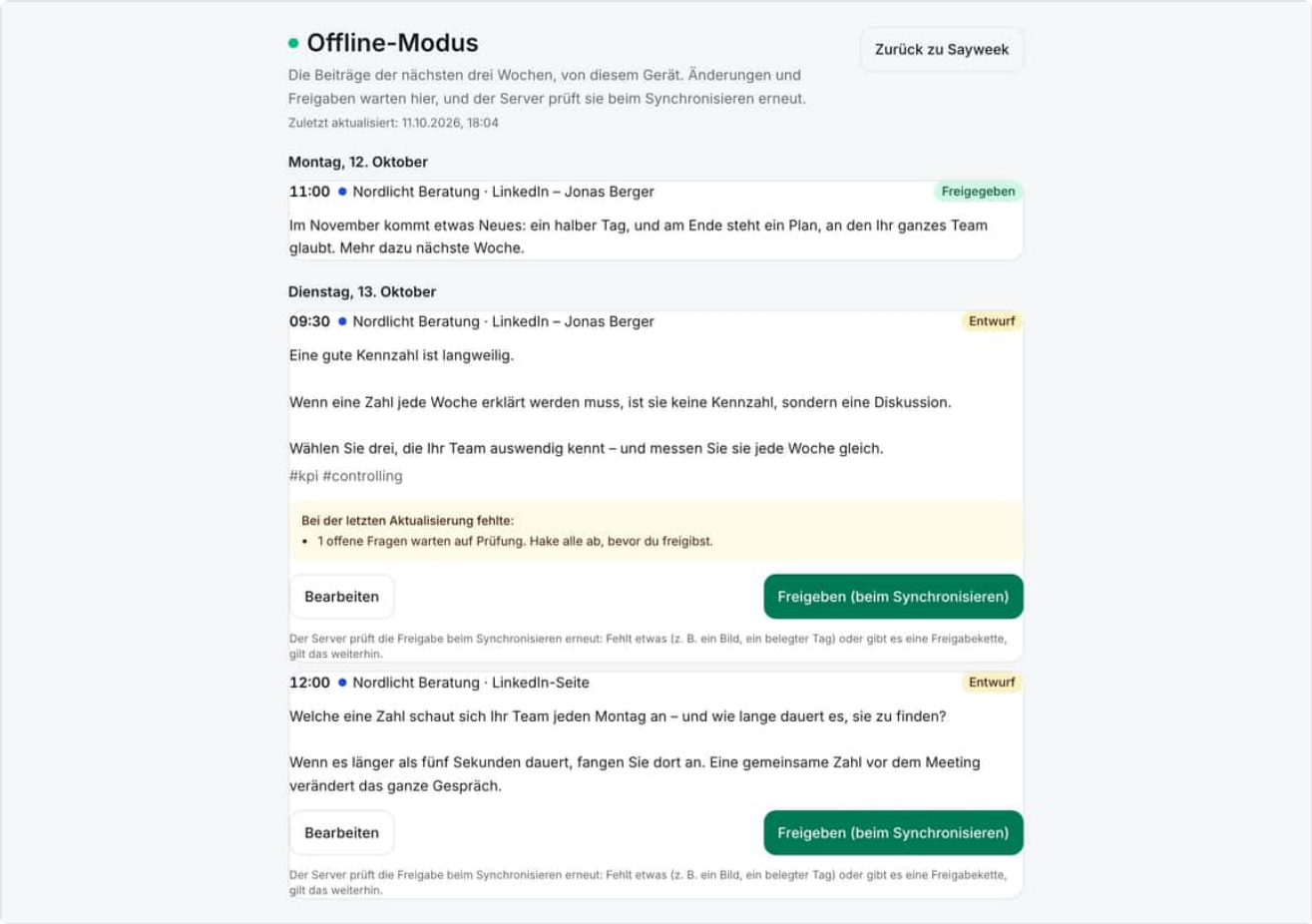



Abbildung 65 – Offline-Modus: die Posts der kommenden Wochen, mit Bearbeiten und Freigeben (beim Synchronisieren).

- **Bearbeiten** korrigiert Text, Hashtags und ersten Kommentar; **Freigeben (beim Synchronisieren)** gibt frei. Alles wartet auf dem Gerät und wird synchronisiert, sobald du wieder online bist (**Jetzt synchronisieren** startet es sofort).
- Beim Synchronisieren prüft der Server jede Offline-Freigabe nach denselben Regeln wie online (fehlendes Bild, belegter Tag, Freigabekette). Sie gilt nur für den Text, den du gesehen hast; wurde der Post inzwischen auch anderswo bearbeitet, siehst du beide Fassungen nebeneinander und wählst.
- Die Offline-Daten gehören nur zu deinem Konto auf diesem Gerät: Sie werden gelöscht, wenn du dich abmeldest. Öffne Sayweek auf dem Gerät einmal mit Internetverbindung – dann werden die Posts gespeichert.

> **Demnächst**
>
> - **Freigeben aus Slack und Teams:** Posts, die auf Freigabe warten, kommen als Karten in euren Team-Kanal – **Freigeben**, **Änderungen anfragen**, **Öffnen** – mit denselben Prüfungen wie in der App. Die Einstellungen gibt es schon in den Panels Slack und Microsoft Teams (**Freigabe aus dem Chat**); verfügbar wird die Funktion, sobald sie für die Sayweek-Slack-App eingeschaltet ist.

# 07 Kalender

Menü: Kalender (/naptar)

Der **Kalender** zeigt alle Posts all deiner Marken an einem Ort – nach Tag, Woche, Monat oder als Liste. Hier siehst du am besten, was fertig ist und wo ein Post fehlt – und hier verschiebst du Posts am bequemsten: Du ziehst sie einfach.

## Ansichten und Navigation

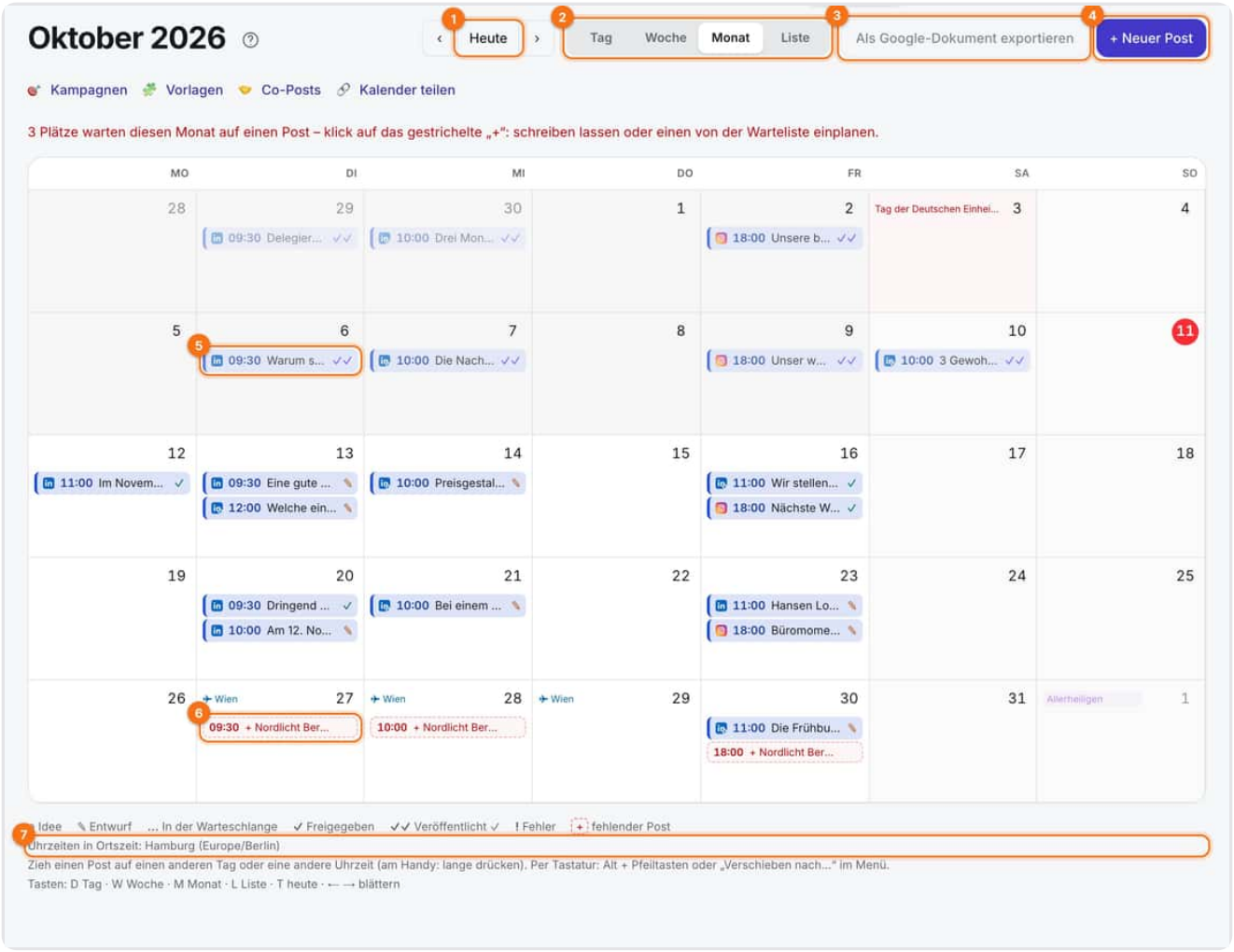



Abbildung 66 – Die Monatsansicht des Kalenders: Blättern, Ansichtswahl, neuer Post, fehlende Plätze und die Legende.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Blättern und Heute** | Mit **‹** und **›** blätterst du, mit **Heute** springst du zum heutigen Tag. Darüber der Titel von Monat / Woche. |
| 2 | **Ansicht** | **Tag** (ein Tag stundenweise), **Woche** (sieben Tage im Stundenraster), **Monat** (Standard), **Liste** (nach Tagen untereinander). |
| 3 | **Als Google-Dokument exportieren** | In der Monatsansicht die Posts des Monats in ein Google-Dokument – nur aktiv mit verbundenem Google Drive (Kapitel Integrationen). |

| | | |
|---|---|---|
| 4 | **+ Neuer Post** | Dasselbe Fenster wie im Wochenplan. |
| 5 | **Ein Post im Kalender** | Uhrzeit, Statuszeichen und erste Zeile, in der Farbe der Marke. Passt nicht alles in einen Tag: **+N weitere**. |
| 6 | **Fehlender Post** | Ein rotes, gestricheltes **+**: Laut Kanalregel gehört hier ein Post hin. Per Klick lässt du ihn schreiben (**Jetzt hier schreiben**) oder setzt einen von der Warteliste ein. |
| 7 | **Legende** | Die Statuszeichen (○ Idee, Entwurf, … In der Warteschlange, ✓ Freigegeben, ✓✓ Veröffentlicht ✓, ! Fehler), in welcher Ortszeit die Uhrzeiten stehen, und die Tasten. |

Mit mehreren Marken zeigt die Markenauswahl neben der Ansichtswahl (**Alle Marken**) nur die Posts einer Marke – bei einer einzigen Marke erscheint sie nicht. Namen von Feiertagen und Sperrtagen stehen am Tag, an Reisetagen die Stadt (z. B. **Wien**). Hat der Monat fehlende Plätze, sagt eine rote Zeile darüber: „N Plätze warten diesen Monat auf einen Post…“.

Am Handy gibt es über dem Monat eine Tagesleiste, darunter die Posts des gewählten Tages; du kannst auch nach links und rechts wischen.

## Schnellansicht eines Posts

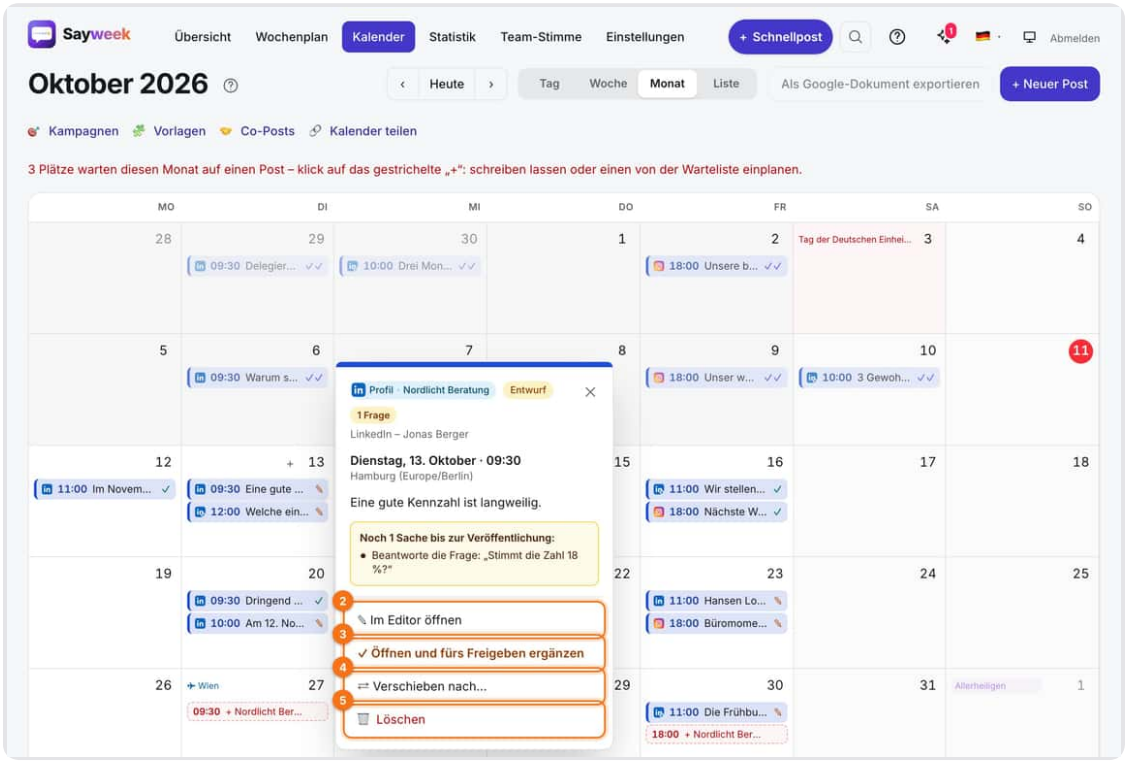



Abbildung 67 – Die Schnellansicht, die sich per Klick auf einen Post öffnet, mit den Aktionen.

| | | |
|---|---|---|
| | **Vorschau** | Text, Bild, Status, Kanal und Termin des Posts; ist die Zielgruppe der Marke in einer anderen Zeitzone: **Für das Publikum: …**. |
| 2 | **Im Editor öffnen** | Der vollständige Editor. |
| 3 | **Freigeben** | Nur bei einem geschriebenen Post ohne Hindernisse; sonst **Öffnen und fürs Freigeben ergänzen** (mit der Zahl offener Fragen). |
| 4 | **Verschieben nach…** | Genauer Tag und genaue Uhrzeit (siehe unten). |

| | | |
|---|---|---|
| 5 | **Löschen** | Bei einem Post mit Text fragt es vorher (**Post löschen?** → **Lieber verschieben**). |

Bei einem veröffentlichten Post steht in der Schnellansicht: „Schon veröffentlicht – im Kalender gibt es dafür nichts zu tun.“; bei einem Post, der gerade rausgeht: „Wird gerade gesendet – kann nicht verschoben werden.“

## Verschieben per Ziehen

1. Greif den Post und zieh ihn auf einen anderen Tag – in der Ansicht **Woche** und **Tag** auch auf eine andere Uhrzeit, in 15-Minuten-Schritten. Am Handy drückst du den Post vorher lange.
2. Lass los. Hast du es dir anders überlegt, bricht Esc das Ziehen ab, oder du lässt ihn an seiner ursprünglichen Stelle los.
3. Kollidiert der neue Platz mit der Kanalregel, zeigt das Fenster **Trotzdem hierhin verschieben?** den Grund (z. B. „Die Posting-Tage des Kanals: Dienstag.“), und du entscheidest: **Trotzdem verschieben** oder **Abbrechen**.
4. Nach dem Verschieben erscheint eine Meldung mit **Rückgängig** – damit setzt du den Post an seinen alten Platz zurück.

Regelkonflikte, auf die der Kalender hinweist: An dem Tag gibt es auf dem Kanal schon einen Post, und die Regel verlangt eine Pause; zwei Posts liegen zu nah beieinander; kein Posting-Tag; über der wöchentlichen / monatlichen Anzahl; Sperrtag / Feiertag. Ist der Post schon in Postiz eingeplant, verschiebt Sayweek ihn auch dort (legt ihn zum neuen Termin an, löscht den alten).

> **! Achtung**
> Einen veröffentlichten oder gerade rausgehenden Post kannst du nicht verschieben, und nicht in die Vergangenheit oder auf einen Zeitpunkt in wenigen Minuten. Wo auf dem Kanal schon ein an Postiz gesendeter Post ist, kann kein weiterer hin.

## Verschieben auf ein genaues Datum

1. Klick auf den Post und wähle **Verschieben nach…**.
2. Gib **Tag** und **Uhrzeit** an – in Ortszeit; die App prüft die Regel des Kanals.
3. Klick auf **Verschieben**.

## Mit der Tastatur

> **✓ Tasten im Kalender**
> - `D` Tag, `W` Woche, `M` Monat, `L` Liste, `T` heute
> - ← und →: blättern
> - Alt + Pfeiltasten auf einem ausgewählten Post: einen Tag verschieben (in Wochen-/Tagesansicht hoch/runter um 15 Minuten)
> - Umschalt + F10 oder die Kontextmenü-Taste: Schnellansicht des ausgewählten Posts

## Dein Postkalender im eigenen Kalender (iCal)

Möchtest du deine geplanten und veröffentlichten Posts im Google Kalender, in Outlook oder im Apple Kalender sehen, erstelle einen Abo-Link: **Einstellungen → Alle Integrationen → iCal / ICS – Postkalender abonnieren (iCal) → Link erstellen**. Der Kalender ist nur lesbar, wird stündlich aktualisiert und zeigt die

Posts (ohne Ideen) der letzten 30 und der nächsten 90 Tage. Die Einrichtungsschritte stehen im Kapitel Integrationen.

> **! Achtung**
> Wer den Abo-Link hat, kann die Posttexte lesen – teile ihn nicht öffentlich. Ist er nach außen gelangt, sperre ihn mit **Neuer Link (alter stoppt)** oder **Link widerrufen**.

## Ein teilbarer Kalender für deinen Kunden

Dein Kunde will sehen, was wann rausgeht – ohne die Posttexte? **Kalender teilen** auf der Seite Kalender (oder **Einstellungen → Alle Integrationen → iCal / ICS**) erstellt pro Marke oder Kunde einen geheimen, nur lesbaren Link: eine Webseite und ein Kalender-Abo, das sich von selbst aktualisiert.

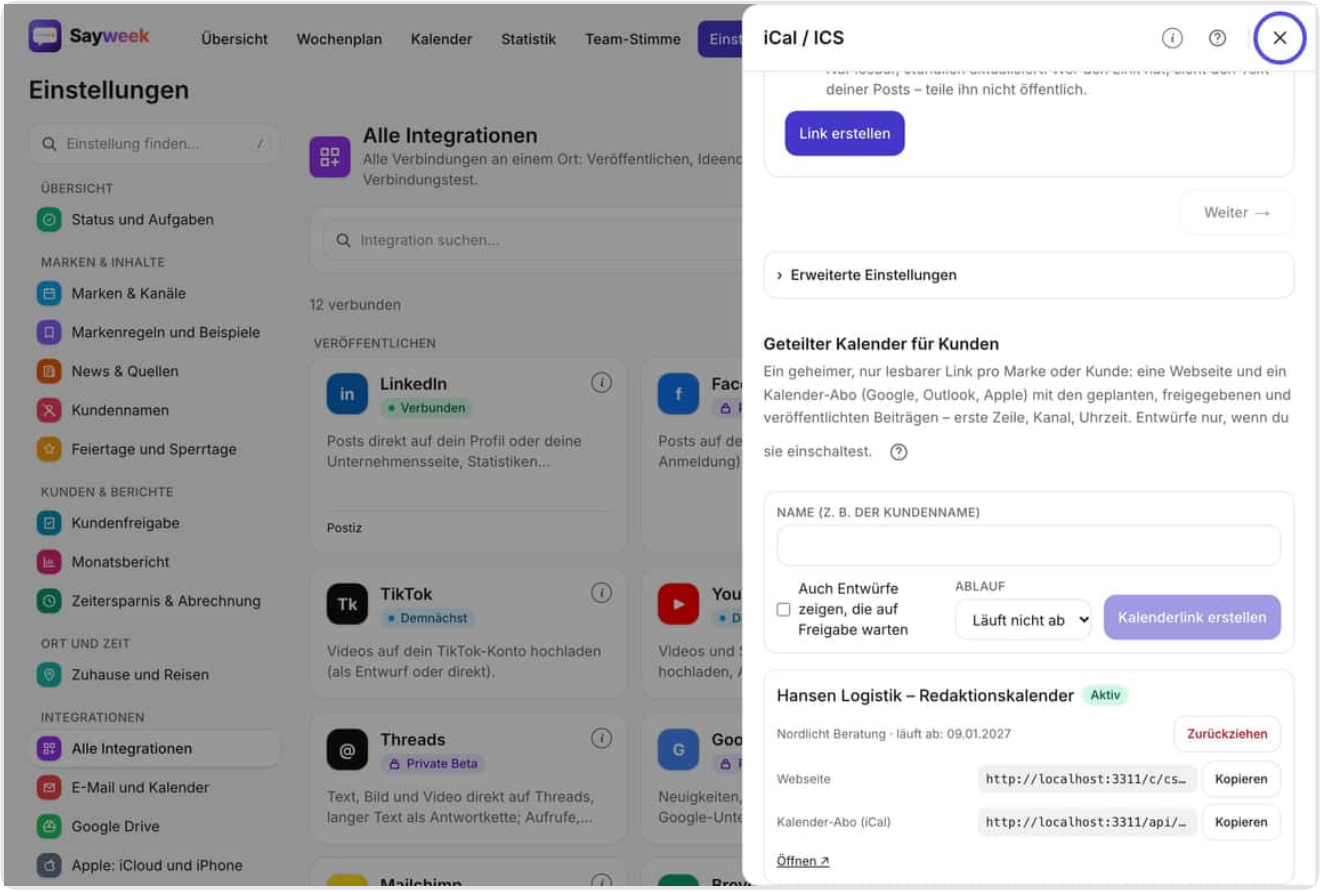



Abbildung 68 – Geteilter Kalender für Kunden: ein neuer Link (Name, Entwürfe, Ablauf) und ein aktiver Link mit seinen zwei Adressen.

1. Gib unter **Geteilter Kalender für Kunden** dem Link einen Namen (z. B. den Namen des Kunden), wähle die Marken und, wenn du willst, einen Ablauf.
2. Klick auf **Kalenderlink erstellen**, dann **Kopieren** bei der Adresse **Webseite** oder **Kalender-Abo (iCal)**, und schick sie weiter.

- Er zeigt geplante, freigegebene und veröffentlichte Posts der letzten 30 und der nächsten 120 Tage – die erste Zeile, den Kanal und die Uhrzeit, nie den ganzen Text. Entwürfe nur, wenn du **Auch Entwürfe zeigen, die auf Freigabe warten** anhakst (als vorläufige Termine).
- Die Uhrzeiten kommen zeitzonenrichtig an, auch rund um die Zeitumstellung; dein Kunde sieht sie in seiner eigenen Zeitzone.

> **! Achtung**
> Jeder mit dem Link kann den Kalender sehen. Brauchst du ihn nicht mehr, klick auf **Zurückziehen** – Webseite und Abo stoppen sofort.

## Kampagnenplaner

Ein Launch oder ein Event braucht eine Geschichte, nicht einen einzelnen Post. Der Kampagnenplaner (**Kalender → Kampagnen**, /kampanyok) macht aus deinem Ziel, den Daten und den Kernbotschaften eine Serie zusammenhängender Posts über mehrere Wochen, in deinen freien Zeitfenstern.

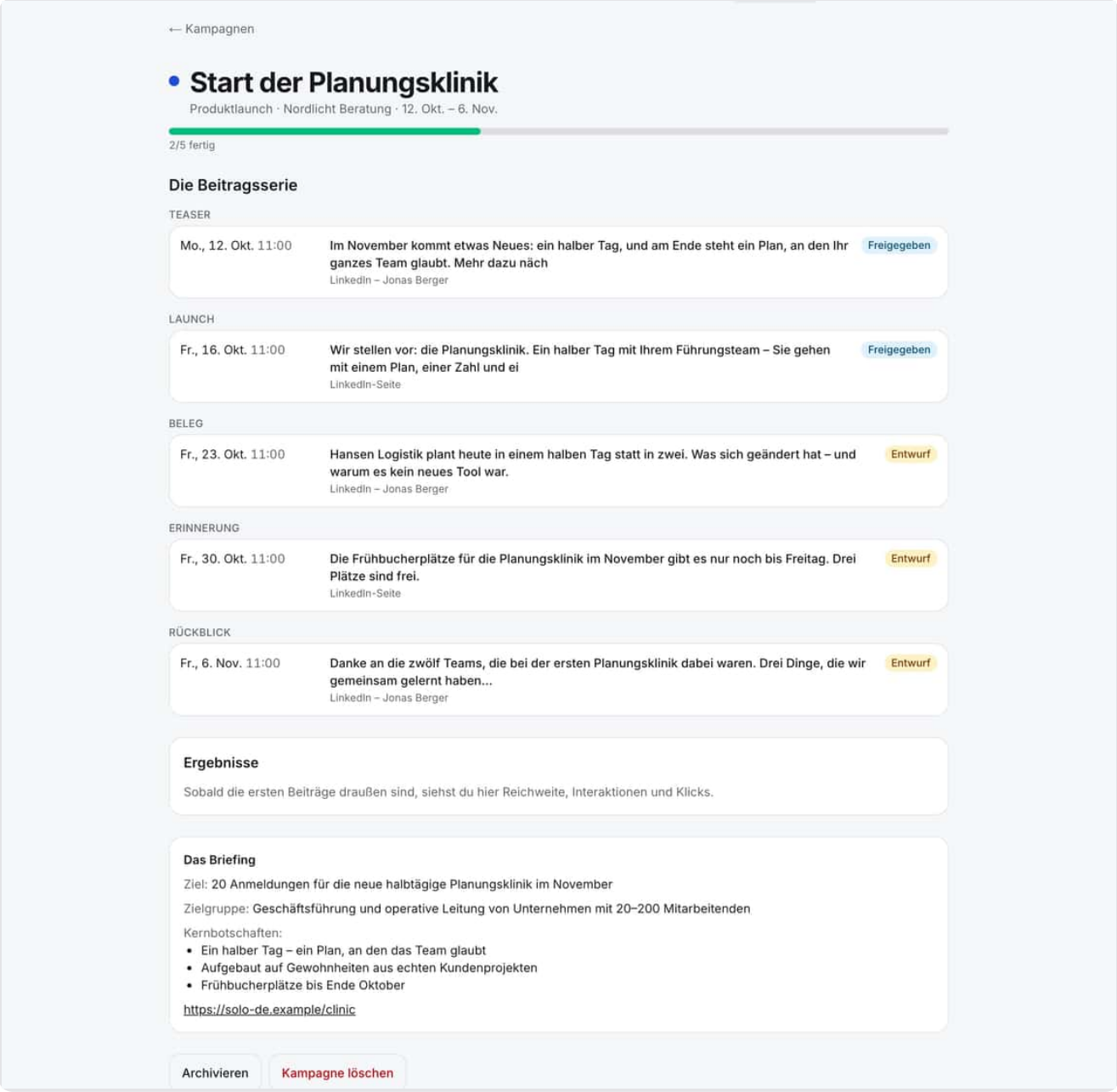



Abbildung 69 – Eine Kampagne: die Serie nach Phasen mit dem Status jedes Posts, die Ergebnisse und das Briefing.

1. Klick auf **Neue Kampagne**: Name, Art (**Produktlaunch**, **Event** oder **Aktion**), Ziel, Zielgruppe, Daten und eine Kernbotschaft pro Zeile.

2. **Plan ansehen** zeigt, welcher Post an welchem Tag auf welchem Kanal landet – und sagt dir, wenn eine Phase zu wenige freie Zeitfenster hat.
3. **Kampagne erstellen und Beiträge schreiben** – Sayweek schreibt die Entwürfe nacheinander.

- Die Phasen: **Teaser** (Neugier vor dem Start), **Launch** (der große Tag, auf jedem gewählten Kanal), **Beleg** (ein Beispiel oder Ergebnis – keine erfundenen Zahlen), **Erinnerung** (vor der Frist), **Rückblick** (was passiert ist, Dank, wie es weitergeht).
- Posts kommen nur in die freien Zeitfenster des Wochenplans, also gelten Kanalregeln, Sperrtage und die Ein-Post-pro-Tag-Regel. Jeder Post wartet einzeln auf deine Freigabe.
- Die Kampagnenseite zeigt den Fortschritt, den Status jedes Posts und – sobald sie raus sind – Reichweite, Interaktionen und Klicks; das Kampagnen-Etikett im Editor führt hierher zurück, und die Statistik zeigt Ergebnisse pro Kampagne.

Feiertage, Aktionstage und Branchentage erscheinen auch in den Tageszeilen des Kalenders; ⚠ markiert die Tage ohne Werbung (Kapitel Übersicht und Wochenplan).

# 08 Marken, Kanäle und das Verbinden der Netzwerke

Einstellungen → Marken & Kanäle (/beallitasok?tab=csatornak) · Postiz

Eine **Marke** = Name, Sprache, Tonalität und Land (z. B. deine Firmen oder deine persönliche Marke). Jede Marke hat eigene **Kanäle** (LinkedIn-Profil, Unternehmensseite, Instagram…), und pro Kanal legst du Posting-Tage, Uhrzeiten und den Veröffentlichungsweg fest. Hier verbindest du deine Social-Media-Konten.

## Der Aufbau der Seite

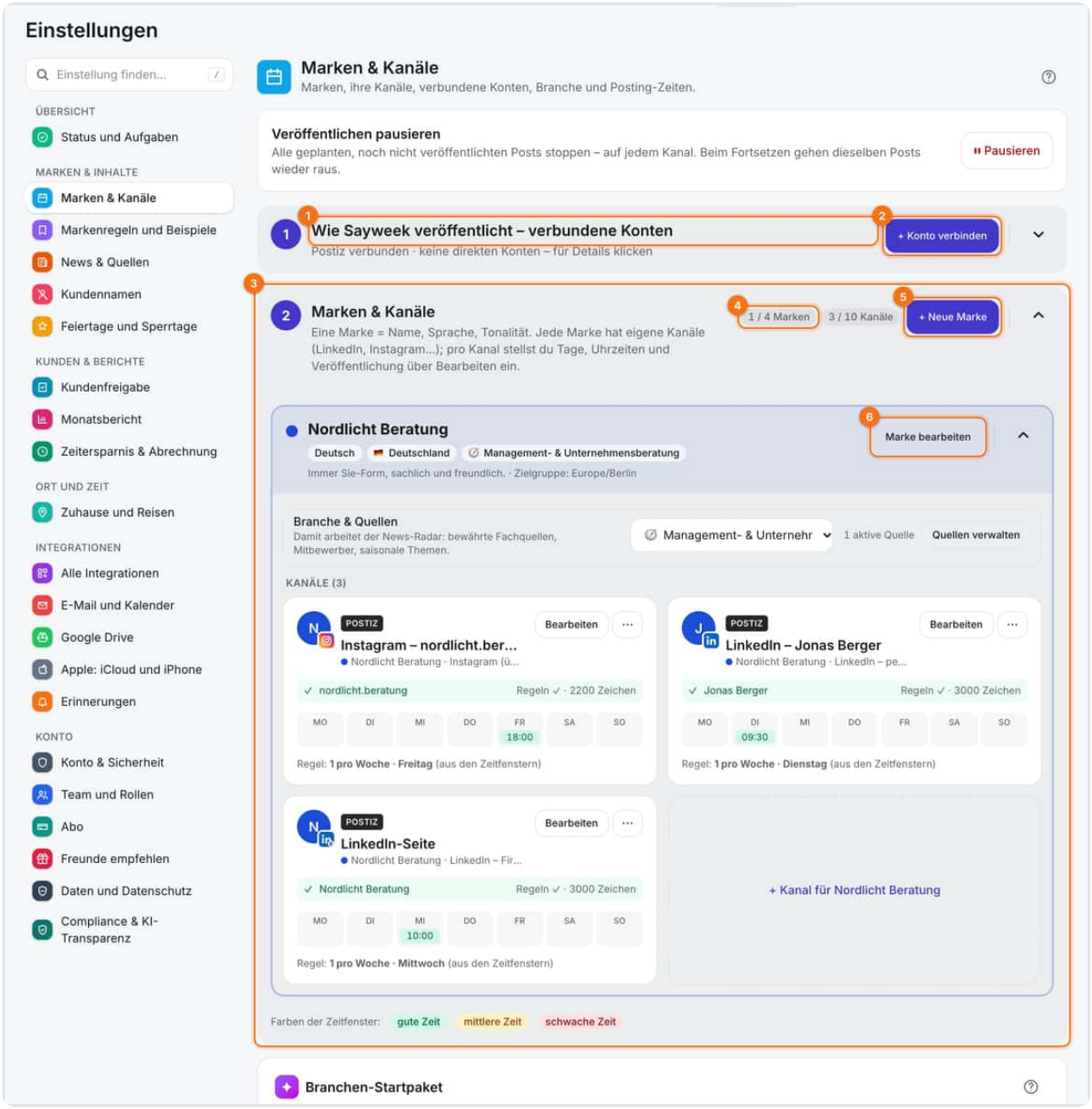



Abbildung 70 – Marken & Kanäle: 1. die verbundenen Konten, 2. die Marken und ihre Kanäle mit den Limits des Tarifs.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **1. Wie Sayweek veröffentlicht – verbundene Konten** | Die Veröffentlichungswege: Postiz und die direkt verbundenen Konten (LinkedIn, Facebook / Instagram, YouTube, TikTok, Bluesky, Threads, Google-Unternehmensprofil, Pinterest). Zugeklappt eine Zeile, z. B. „Postiz verbunden · 2 direkte Konten“. |
| 2 | **+ Konto verbinden** | Ein neues Konto verbinden (siehe unten). |
| 3 | **2. Marken & Kanäle** | Die Marken und ihre Kanäle. Solange es gar keinen Veröffentlichungsweg gibt, ist dieser Teil gesperrt („Richte zuerst ein, wie Sayweek veröffentlicht (Schritt 1)“). |
| 4 | **Limits** | Z. B. „1 / 4 Marken“ und „3 / 10 Kanäle“ – die Limits deines Tarifs (siehe unten). |
| 5 | **+ Neue Marke** | Der Marken-Assistent. |
| 6 | **Block einer Marke** | Name, Sprache, Land, Tonalität und die Kanalkarten: Veröffentlichungsweg, Zeitfenster, **Bearbeiten**; dazu **Marke bearbeiten** und die Kachel **Kanal für …**. |

Weitere Bereiche unten auf der Seite: **Gemeinsames Posten (Kanalgruppen)**, **Markengrafik (Brand Kit)** und die Einstellungen zur gelernten Stimme (Kapitel „Was Sayweek gelernt hat“).

## Direkt oder über Postiz?

Es gibt zwei Veröffentlichungswege, gewählt pro Kanal (**Bearbeiten → Veröffentlichung**):

| | |
|---|---|
| **Direkt** | Sayweek postet über die offizielle Schnittstelle des Netzwerks, ohne Postiz: **LinkedIn** (persönliches Profil und Unternehmensseiten, auf denen du Admin oder Content-Manager:in bist), **Facebook-Seite** und **Instagram** (eine Meta-Anmeldung; bei Instagram nur ein professionelles Konto, das mit einer Facebook-Seite verknüpft ist), **YouTube**, **TikTok**, **Bluesky** (mit App-Passwort), **Threads**, **Google-Unternehmensprofil**, **Pinterest**. Jede Verbindung geht nur, wenn sie auf dem Sayweek-Server aktiviert ist – sonst steht auf der Karte **Noch nicht aktiviert** und im Fenster **Welches Konto willst du verbinden?** „Noch nicht verfügbar: Die Freigabe von … läuft. Bis dahin über Postiz veröffentlichen.“ (im Screenshot lässt sich nur Bluesky verbinden). |
| **Über Postiz** | Mit dem API-Schlüssel deines eigenen Postiz-Kontos postest du in jedes Netzwerk, das Postiz kennt – auch in solche ohne direkte Verbindung (z. B. **X**, **Telegram**). Geplant wird in Postiz. |

Hat ein Kanal beide Wege eingerichtet, wird der direkte genutzt. Manches geht nur mit direkter Verbindung: das automatische Veröffentlichen eines LinkedIn-PDF-Carousels, Instagram- und Facebook-Videos, YouTube und TikTok sowie die Kommentare im Tab Ideen → **Networking**.

## Ein Konto verbinden

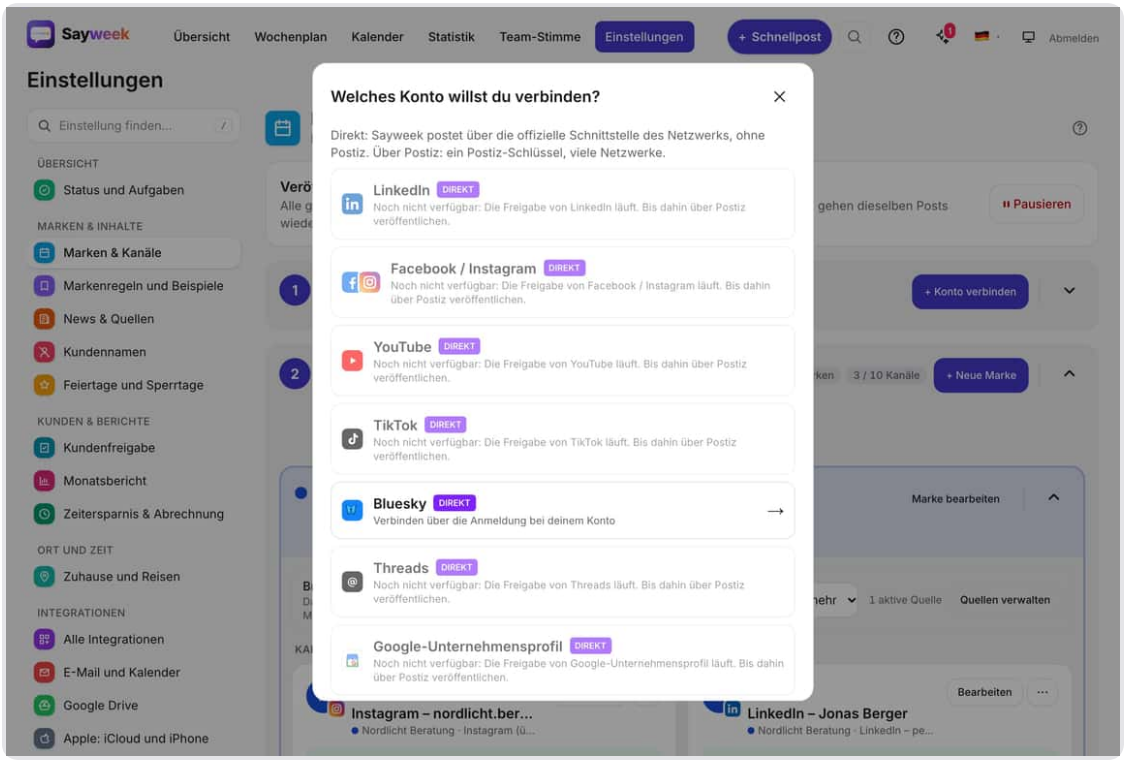



Abbildung 71 – Das Fenster „Welches Konto willst du verbinden?“: direkte Verbindungen und Postiz.

### Schritt für Schritt

1. Öffne **Einstellungen → Marken & Kanäle**.
2. Klick in der Leiste **Wie Sayweek veröffentlicht – verbundene Konten** auf **+ Konto verbinden**.
3. Wähle im Fenster **Welches Konto willst du verbinden?** das Netzwerk (z. B. **LinkedIn** oder **Facebook / Instagram**).
4. Melde dich beim Netzwerk an und erlaube Sayweek den Zugriff (bei Facebook wählst du auch die Seiten aus). Bluesky hat kein Anmeldefenster: Du brauchst deinen **Handle** und ein in Bluesky angelegtes **App-Passwort** – gib nie das echte Passwort deines Kontos ein.
5. Zurück in Sayweek hakst du im Fenster **Was machen wir mit dem neuen Konto?** an, welche Konten du jetzt nutzt (aus jedem wird ein Kanal), und wählst: **Neue Marke dafür** (der Marken-Assistent startet mit den vorausgewählten Konten) oder **Zu einer bestehenden Marke hinzufügen** (Tage und Uhrzeiten, **Speichern**) – oder **Später**.

Die direkte LinkedIn-Verbindung ist in Sayweek verfügbar: Eine Anmeldung verbindet dein persönliches Profil und die Unternehmensseiten, auf denen du Admin oder Content-Manager bist. Meldet sich ein Kollege für die Team-Stimme mit seinem eigenen LinkedIn-Konto an, gehört diese Anmeldung nur ihm – Firmenkanäle nutzen sie nicht, und beim Trennen wird sie gelöscht.

Die Karte eines verbundenen Kontos zeigt seinen Namen, seine Seiten (z. B. „2 Seiten“, „1 FB-Seite, 1 IG-Konto“) und wie lange die Anmeldung gültig ist. Läuft sie bald ab: „Läuft bald ab – neu verbinden“ → **Neu verbinden**. **In Gebrauch nehmen (N)** nimmt Konten ohne Kanal in Gebrauch.

Kommst du von der Anmeldung zurück, ist der Bereich **Wie Sayweek veröffentlicht – verbundene Konten** geöffnet, das neue Konto steht also gleich da.

> **i** Hat deine Marke schon einen Kanal für dasselbe Netzwerk (über Postiz oder ohne Veröffentlichungsweg), stellt das Fenster **Was machen wir mit dem neuen Konto?** standardmäßig diesen um: „Bestehenden Kanal auf direkt umstellen: …“ → **Auf direkt umstellen**. Name, Zeitplan, Regeln und alle Posts des Kanals bleiben – kein doppelter Kanal; auch die Postiz-Verbindung bleibt, bis du das Postiz-Konto ausschaltest. Hat der Kanal schon in Postiz geplante Posts, zeigt das Fenster außerdem **Auch die N bereits geplanten Posts direkt senden** (standardmäßig angehakt): Sayweek löscht sie aus Postiz und sendet sie zur selben Zeit direkt. Willst du doch einen neuen Kanal, klick auf **Neuen Kanal anlegen**. Umstellen geht auch später: **Bearbeiten → Veröffentlichung → Direkt**, und unter **Wohin soll direkt gepostet werden?** das Profil, die Seite oder den Standort wählen.

## Auf direkt umstellen: in Postiz geplante Posts

Hat ein Kanal eine direkte Verbindung bekommen, warten seine früher freigegebenen Posts aber noch in der Warteschlange von Postiz, würde Postiz sie weiter senden. Sayweek zeigt das an und stellt sie um:

- Im Kanal-Editor (Tab **Veröffentlichung**): „N Posts sind noch in Postiz geplant – sie gehen über Postiz raus.“ → **Auf direkt umstellen (N)**.
- Im Wochenplan neben dem Post das Etikett **In Postiz geplant** und die Schaltfläche **Auf direkt umstellen**; im Editor des Posts ein Hinweis mit derselben Schaltfläche.

Nach deiner Bestätigung löscht Sayweek den Post aus Postiz und sendet ihn zur selben Zeit direkt; Text, Bild, Freigabe und Pause bleiben. Einen Post, den es nicht umstellen kann (z. B. weil dem direkten Weg etwas fehlt), lässt es in Postiz, und die Meldung nennt für jeden den Grund. Du kannst es erneut ausführen.

## Postiz verbinden

1. Öffne in Postiz Settings → Public API und kopiere den API-Schlüssel.
2. Öffne in Sayweek **Einstellungen → Postiz** und füge den Schlüssel im Bereich **Postiz-Verbindung** ein (**Postiz-API-Schlüssel**).
3. Klick auf **Speichern & prüfen**.
4. Der Bereich **Postiz-Konten in Sayweek** listet die in deinem Postiz verbundenen Konten; Konten ohne Kanal bekommen unter **Postiz-Konten nutzen** einen Kanal in einer neuen oder bestehenden Marke.

Im Bereich **Postiz-Konten in Sayweek** entscheidet pro Konto der Schalter **In Sayweek nutzen**, ob Sayweek es verwendet. Ausgeschaltet wird es von seinen Kanälen gelöst und erscheint nicht mehr in den Kontoauswahlen – aus Postiz wird es nicht gelöscht. Bliebe dadurch ein Kanal ohne Veröffentlichungsweg, warnt die App vorher.

## Eine neue Marke

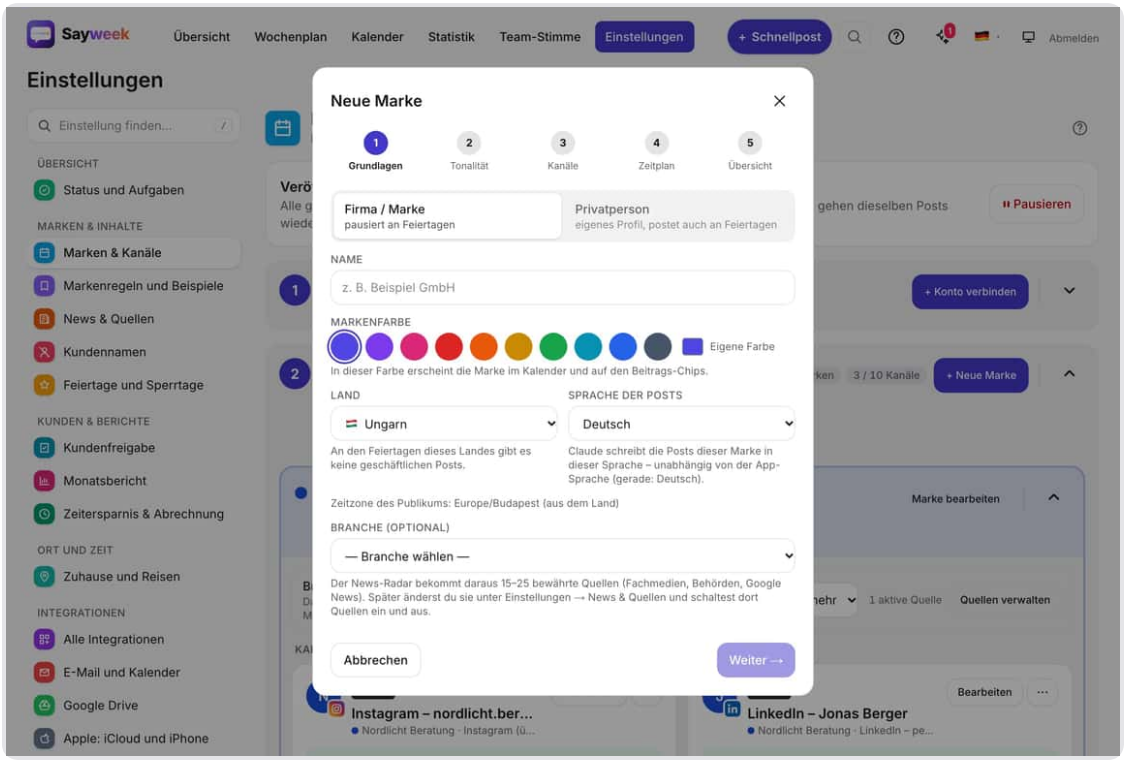



Abbildung 72 – Der Assistent für eine neue Marke: Grundlagen, Tonalität, Kanäle, Zeitplan, Übersicht.

1. Klick auf **+ Neue Marke**.
2. **Grundlagen**: **Firma / Marke** (pausiert an Feiertagen) oder **Privatperson** (eigenes Profil, postet auch an Feiertagen), **Name**, **Land**, **Sprache der Posts** und auf Wunsch **Branche (optional)** – daraus bekommt der News-Radar 15–25 bewährte Quellen. Die Zeitzone der Zielgruppe kommt aus dem Land.
3. **Tonalität**: **Tonalitäts-Notiz (optional)** – klick auf ein Beispiel („per Du, direkt", „per Sie, fachlich"…) oder schreib deine eigene.
4. **Kanäle**: Hak ein oder mehrere verbundene Konten an (in den Gruppen **Direkt** / **Über Postiz**) – aus jedem wird ein Kanal – oder wähle **Kanal später**.
5. **Zeitplan**: Wähle die Posting-Tage und die Uhrzeit.
6. **Übersicht**: Prüfe alles und klick auf **Anlegen**. Ist etwas fehlgeschlagen, wiederholt **Fehlgeschlagene erneut versuchen** es.

Themensäulen, verbotene Wörter, Lieblings-Einstiege und Link-Tracking stellst du später unter **Marke bearbeiten** ein (Kapitel Deine Stimme).

## Einen Kanal einrichten

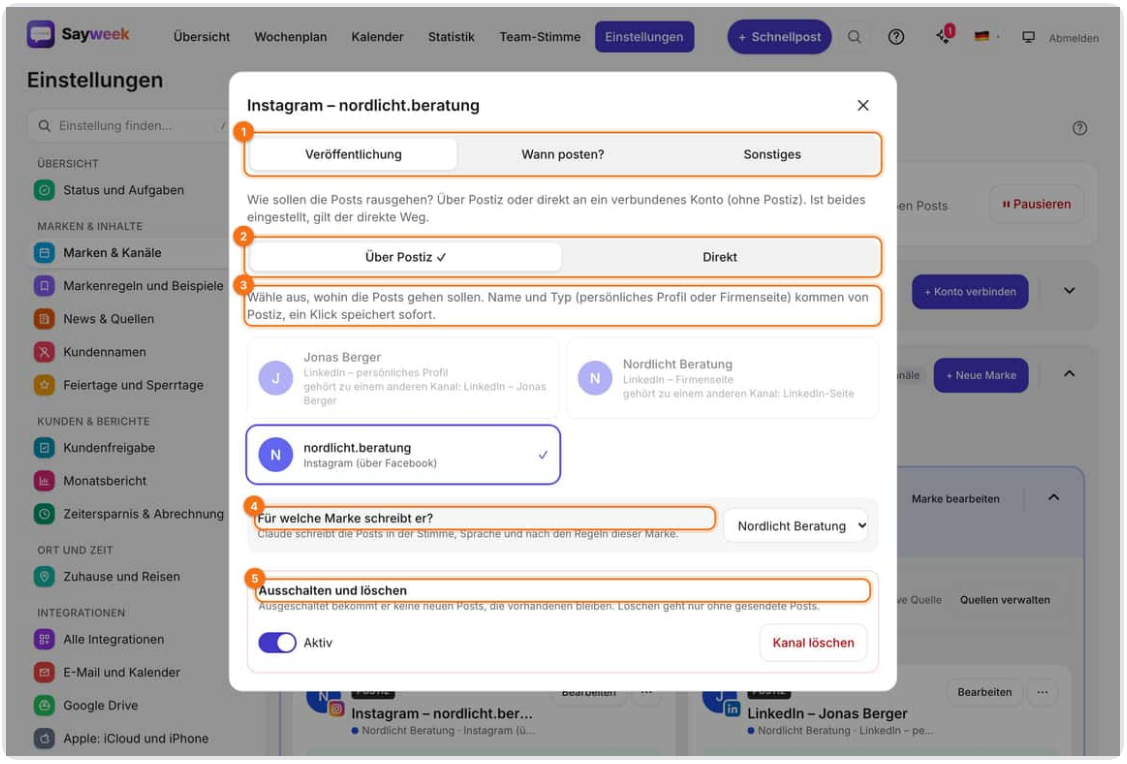



Abbildung 73 – Der Kanal-Editor, Tab Veröffentlichung: über Postiz oder direkt, das Konto und die Marke.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Tabs** | **Veröffentlichung**, **Wann posten?** (Kapitel Freigabe und Planung) und **Sonstiges**. Bei einem bestehenden Kanal öffnet sich der Editor im Tab **Wann posten?**. |
| 2 | **Über Postiz / Direkt** | Welchen Weg die Posts nehmen. Beim schon eingerichteten Weg steht ein ✓. |
| 3 | **Konto** | Über Postiz: die Liste der Postiz-Konten (ein Klick speichert sofort; „gehört zu einem anderen Kanal: …“ zeigt, wenn es vergeben ist). Direkt: **Wohin soll direkt gepostet werden?** |
| 4 | **Für welche Marke schreibt er?** | Claude schreibt die Posts des Kanals in Stimme, Sprache und Regeln dieser Marke. Hier verschiebst du den Kanal zu einer anderen Marke – die Wahl wird sofort gespeichert. |
| 5 | **Ausschalten und löschen** | Unten im Editor auf jedem Tab: der Schalter **Aktiv** und **Kanal löschen** (siehe unten). |

Im Tab **Sonstiges**: **Name in der App** (nur in den Listen sichtbar) und bei Postiz-Kanälen die abgerufenen Postiz-Regeln (Zeichenlimit) mit dem Link **jetzt aktualisieren**. Unten im Editor, auf jedem Tab, steht der Bereich **Ausschalten und löschen**: der Schalter **Aktiv** (ausgeschaltet bekommt der Kanal keine neuen Posts, die vorhandenen bleiben) und **Kanal löschen**.

## Schnellaktionen auf der Kanalkarte

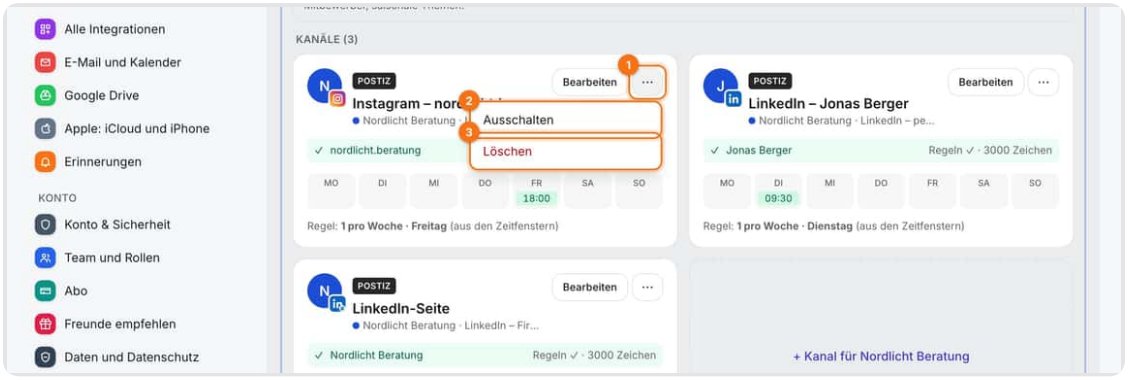



Abbildung 74 – Die Kanalkarte mit dem ···-Menü: ausschalten und löschen, ohne den Editor zu öffnen.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **···** | Die Menü-Schaltfläche neben **Bearbeiten** (**Aktionen – …**). |
| 2 | **Ausschalten / Einschalten** | Ausgeschaltet bekommt der Kanal keine neuen Posts, die vorhandenen bleiben. |
| 3 | **Löschen** | Löscht nach einer Bestätigung den Kanal und seine Posts. Hat der Kanal schon einen gesendeten Post, löscht die App ihn nicht, sondern zeigt den Grund auf der Karte mit **Stattdessen ausschalten**. |

Posten zwei Kanäle einer Marke auf dasselbe direkt verbundene Konto, zeigen beide Karten eine Warnung: „Dasselbe Konto auf zwei Kanälen – Posts können doppelt rausgehen.“ **Zusammenführen mit …** verschiebt (nach einer Bestätigung) die Entwürfe und Zeiten des einen Kanals zum anderen und löscht danach den doppelten.

Einen neuen Kanal fügst du im Block der Marke mit der Kachel **Kanal für …** hinzu. Für einen Kanal ohne Postiz (YouTube, TikTok, Direktverbindung) wähle **Kanal ohne Postiz (YouTube, TikTok, Direktverbindung)** und nach dem Anlegen unter **Veröffentlichung → Direkt** das verbundene Konto.

> ✔ **Tipp**
> Auch einen einzelnen Post kannst du auf einen anderen Kanal verschieben: auf der Karte des Posts im Wochenplan **Auf anderen Kanal** → Zielkanal → **Verschieben**. Mit **Claude schreibt ihn in Sprache und Ton der Zielmarke um (das Thema bleibt)** wird auch der Text angepasst. Der Post kommt auf denselben Tag des Zielkanals, wenn dort frei ist – sonst auf dessen nächsten freien Termin.

## Einen Kanal in eine andere Marke verschieben

Hast du mehr als eine Marke, zieh einen Kanal auf den Block einer anderen Marke: am Computer greifst du die Karte (oder ihren Griff ), am Handy hältst du den Griff  gedrückt und lässt ihn über der Zielmarke los („Lass ihn auf dem Block einer anderen Marke los“). Dasselbe findest du im Menü ··· des Kanals: **In andere Marke verschieben…**. Vor dem Bestätigen sagt dir Sayweek, wie viele geplante Posts und Entwürfe mitziehen – sie entstehen ab dann in der Stimme der neuen Marke; bereits veröffentlichte Posts bleiben unverändert im Verlauf. Nimm einen Kanal vorher aus seiner Cross-Posting-Gruppe. Den falschen verschoben? **Rückgängig** in der Benachrichtigung holt ihn zurück.

## Trennen und löschen

- **Direktes Veröffentlichen eines Kanals**: **Bearbeiten → Veröffentlichung → Direktes Veröffentlichen ausschalten** – danach gehen die Posts wieder über Postiz (wenn ein Postiz-Konto zugeordnet ist); sonst postet der Kanal nicht, bis du neu wählst.
- **Postiz-Zuordnung eines Kanals**: Postet der Kanal direkt, ist aber auch ein Postiz-Konto zugeordnet, entfernt **Postiz-Verknüpfung entfernen** die Zuordnung nur für diesen Kanal.
- **Ein verbundenes Konto**: **Löschen** auf der Karte des Kontos, mit Bestätigung. Seine Kanäle fallen auf Postiz zurück (wenn ein Postiz-Konto zugeordnet ist), sonst posten sie nicht mehr. Das Löschen des Meta-Kontos trennt alle seine Seiten und Instagram-Konten.
- **Der Postiz-Schlüssel**: **Einstellungen → Postiz → Postiz-Verbindung → Löschen** – ohne Schlüssel können Kanäle über Postiz nicht rausgehen; direkte Kanäle sind nicht betroffen.

> ! **Achtung**
> Löschst du eine Marke, werden auch ihre Kanäle und Posts gelöscht; löschst du einen Kanal, seine Posts. Einen Kanal mit gesendeten Posts kannst du nicht löschen. Willst du nur pausieren, schalte den Kanal aus (**Ausschalten** im ···-Menü der Karte oder der Schalter **Aktiv** im Editor); das Veröffentlichen des ganzen Arbeitsbereichs stoppt die Karte **Veröffentlichen pausieren** (Kapitel Freigabe und Planung).

> i Konten verbinden und trennen dürfen Inhaber und Bearbeiter; in einem Einzel-Workspace bist das du.

## Sicherheitsnetz für regulierte Branchen

Arbeitet eine Marke in einer regulierten Branche – Finanzdienstleistung, Versicherung, Gesundheit, Arzneimittel, Recht, Immobilien oder Nahrungsergänzung –, schalte in ihrer Zeile der Karte **Sicherheitsnetz für regulierte Branchen** das Sicherheitsnetz ein (**Einstellungen → Marken & Kanäle**, auch unter **Compliance & KI-Transparenz**). Sayweek prüft dann jeden Post auf typischerweise verbotene oder riskante Aussagen (garantierte Renditen, „risikofrei", Heilversprechen, Vorher-nachher-Vergleiche, Superlative ohne Beleg…), fügt den Pflichthinweis an und schreibt Entwürfe von Anfang an ohne die verbotenen Aussagen.

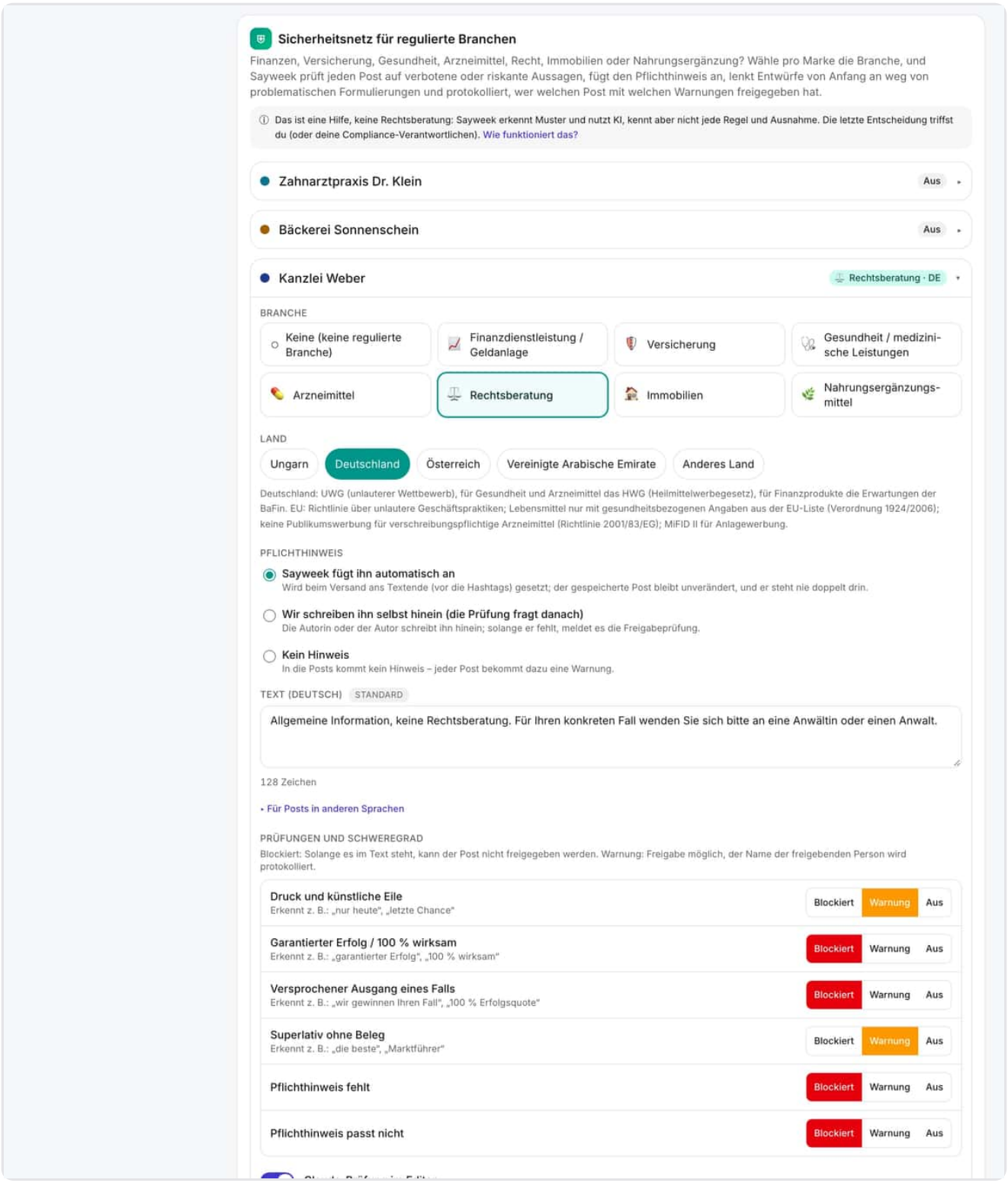



Abbildung 75 – Das Sicherheitsnetz einer Kanzlei-Marke: Branche, Land, Pflichthinweis und der Schweregrad jeder Prüfung.

| | |
|---|---|
| **Branche** | Das Branchenprofil der Marke (**Keine (keine regulierte Branche)** schaltet es aus). |
| **Land** | Ungarn, Deutschland, Österreich, Vereinigte Arabische Emirate oder **Anderes Land** – es bestimmt den Standardhinweis und die Hintergrundinformation. |

| | |
|---|---|
| **Pflichthinweis** | **Sayweek fügt ihn automatisch an** (beim Versand ans Ende, vor die Hashtags), **Wir schreiben ihn selbst hinein (die Prüfung fragt danach)** oder **Kein Hinweis**. Der Text lässt sich bearbeiten; **Für Posts in anderen Sprachen** legt ihn für Posts fest, die nicht in der Sprache der Marke sind. |
| **Prüfungen und Schweregrad** | Pro Regel **Blockiert**, **Warnung** oder **Aus**. Ein blockierender Treffer stoppt Freigabe und Veröffentlichung; eine Warnung fragt nach einer Bestätigung und protokolliert den Namen der freigebenden Person. |
| **Claude-Prüfung im Editor** | Zeigt den Button **Claude-Prüfung** auf der Karte Compliance-Prüfung im Editor. |

Das **Compliance-Protokoll (Audit-Trail)** (Einstellungen → Compliance & KI-Transparenz) lädt für einen Zeitraum und eine Marke eine CSV herunter: wer jeden Post wann freigegeben hat, das Branchenprofil, die gesehenen Warnungen und der Hinweis, der mitging.

## Recruiting-Modus

Sucht eine Marke gerade Personal, stellt die Karte **Recruiting-Modus** (Einstellungen → Marken & Kanäle) eine kurze Kampagne für die offene Stelle zusammen: eine Stellenanzeige, einen „Ein Tag bei uns“-Post, eine Teamgeschichte, einen Arbeitgeber-Post mit Teamfoto und – bei einer Kampagne von einer Woche oder länger – eine Erinnerung vor der Frist.

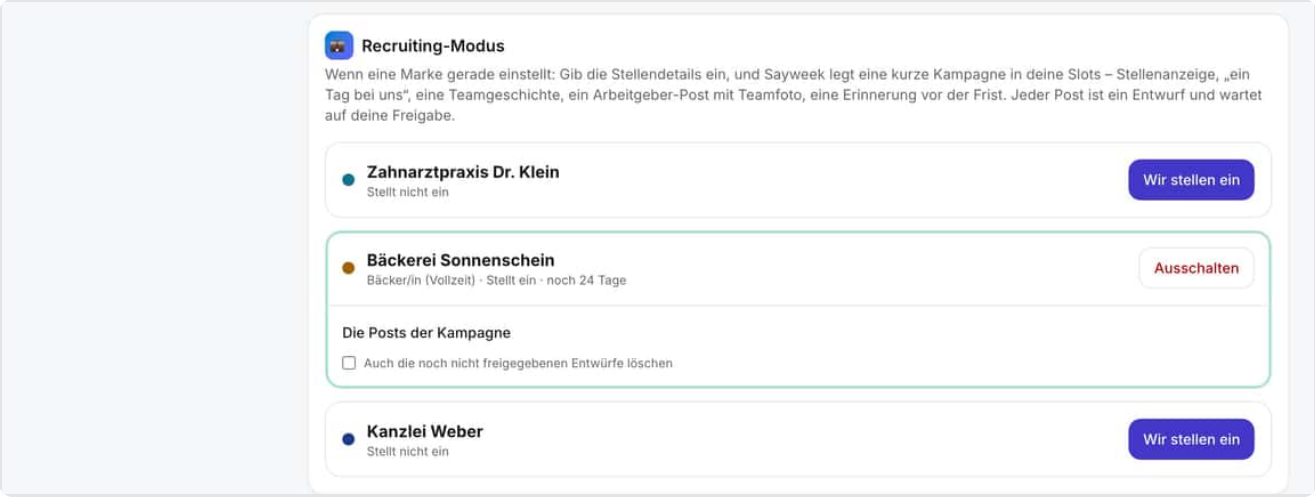



Abbildung 76 – Recruiting-Modus: eine Marke mit laufender Kampagne (mit Ausschalten), die anderen mit Wir stellen ein.

1. Klick in der Zeile der Marke auf **Wir stellen ein** (Inhaber und Bearbeiter).
2. Fülle **Stelle** aus und, falls vorhanden, **Bewerbungslink**, **Ort** und **Was ihr bietet**; wähle das Datum bei **Recruiting endet** (ab morgen, bis zu 120 Tage).
3. Wenn du willst, setz das Häkchen, damit auch das Team die Stelle in eigener Stimme teilt (Team-Stimme – Tarife Team und Agency).
4. Klick auf **Kampagne vorschlagen**: Die Posts kommen als Entwürfe in die freien Zeitfenster der Marke, höchstens einer pro Tag – jeder geht erst nach deiner Freigabe raus.

> i Die Kampagne endet von selbst am Tag nach **Recruiting endet** (du bekommst eine Benachrichtigung). **Ausschalten** beendet sie früher; mit **Auch die noch nicht freigegebenen Entwürfe löschen** gehen auch die nicht freigegebenen Entwürfe. Bei der Teamgeschichte stellt dir der Post eine Frage – frag eine Kollegin oder einen Kollegen, und hol die Zustimmung ein, bevor du jemanden namentlich nennst.

## Branche, Land und die Evergreen-Einstellung

- **Branche** und **Land** der Marke machen die Gruppe bei „Vergleich mit ähnlichen Unternehmen“ in der Statistik passender (Kapitel Statistik).
- **Automatischer Monatsvorschlag** (Evergreen): nach 3, 6 oder 12 Monaten – oder Aus – kommt der beste ältere Post der Marke einmal im Monat als frischer Entwurf im nächsten freien Zeitfenster zurück.

## Die Limits deines Tarifs

### Marken und Kanäle pro Tarif

| | |
|---|---|
| **Solo** | 1 Marke · 3 Kanäle |
| **Pro** | 4 Marken · 10 Kanäle |
| **Testphase** | 2 Marken · 4 Kanäle |

Die Limits stehen als kleine Chips im Kopf von **Marken & Kanäle** (z. B. „3 / 10 Kanäle in deinem Tarif“). Ab 80 % erscheint ein Hinweis („Nur noch 1 Kanal passen in deinen Tarif.“), und am Limit statt **+ Neue Marke** oder eines neuen Kanals ein Fenster mit dem Angebot des größeren Tarifs (**Tarife ansehen**). Beim Verbinden eines neuen Kontos zeigt auch das Fenster **Was machen wir mit dem neuen Konto?**, wie viele Kanäle noch passen.

> i Nutzt der Workspace mehr Marken oder Kanäle als erlaubt (z. B. nach einem Tarifwechsel oder am Ende der Testphase), wird der Überschuss **pausiert** – gelöscht wird nichts: Die Posts bleiben, werden aber nicht geschrieben und gehen nicht raus. Mit **Auswählen, was aktiv bleibt** entscheidest du, was aktiv bleibt; mit einem größeren Tarif starten die pausierten von selbst wieder. Im Editor steht beim betroffenen Post: „Dieser Kanal ist wegen des Tariflimits pausiert.“

## Gemeinsames Posten (Kanalgruppen) – kurz

Willst du dasselbe an mehreren Stellen posten (z. B. LinkedIn-Profil und Unternehmensseite, oder Instagram und Facebook), erscheint in einer Kanalgruppe ein für einen Kanal geschriebener Post auch auf den anderen, jeweils angepasst (Länge, Hashtags, Seitenverhältnis). Einrichten: **Gemeinsames Posten (Kanalgruppen)** → **+ Neue Gruppe** → Marke, mindestens zwei Kanäle, **Hauptkanal** (Stern), **Timing** (**Alle gleichzeitig** oder versetzt) → **Speichern**. Ein Kanal kann nur in einer Gruppe sein. Die Details beschreibt das Agentur-Handbuch.

# 09 Integrationen

Einstellungen → Alle Integrationen

Integrationen sind die Verbindungen von Sayweek zu anderen Diensten: woher Ideen kommen (E-Mails, Kalender, Meetings, CRM), woher du Bilder für deine Posts nimmst, wohin Benachrichtigungen gehen und wie du Sayweek per Code oder KI-Assistent erreichst. Alle sind optional – Sayweek funktioniert auch komplett ohne sie. Dieses Kapitel zeigt die Seite Alle Integrationen und die in der Praxis wichtigsten Verbindungen. Wie du soziale Netzwerke (LinkedIn, Meta, Postiz) verbindest, steht im Kapitel über Kanäle.

## Die Seite Alle Integrationen

Öffne **Einstellungen → Alle Integrationen**. Jede Verbindung ist eine Karte, gruppiert in **Veröffentlichen**, **Ideen & Quellen**, **Design & Medien**, **Analytics**, **Benachrichtigungen an andere Apps** und **Entwickler**. Innerhalb einer Gruppe stehen die Karten immer in derselben Reihenfolge; welchen Status eine Karte hat, zeigen ihr Label und die Filter oben.

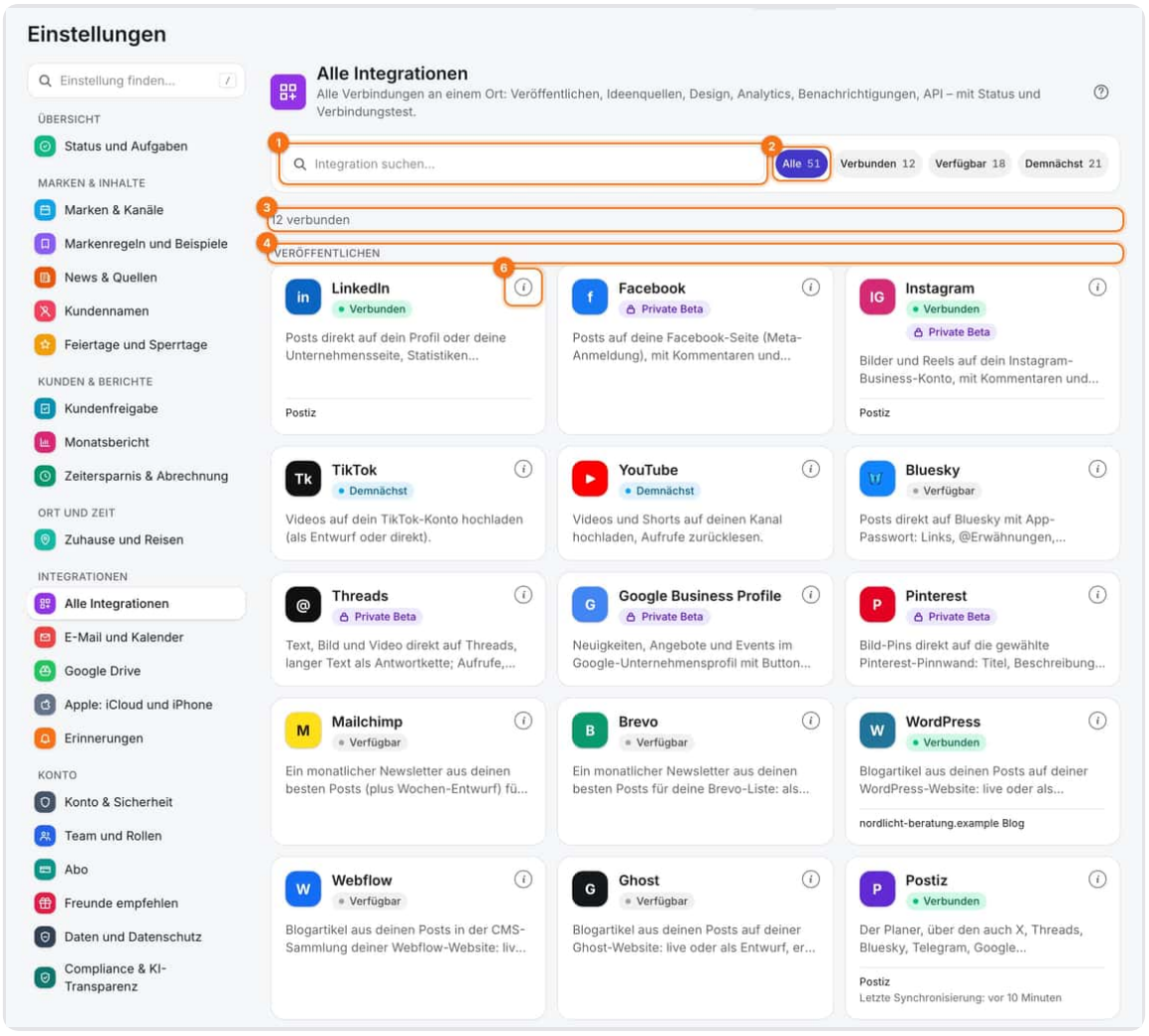



Abbildung 77 – Die Seite Alle Integrationen: Suche, Statusfilter, Zusammenfassung und die gruppierten Karten.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Integration suchen…** | Filtert beim Tippen nach Name, Funktion oder Stichwort (Akzente egal). Durchsucht auch die Kartenbeschreibungen und die Namen verbundener Konten. |
| 2 | **Statusfilter** | **Alle**, **Braucht Aufmerksamkeit**, **Verbunden**, **Verfügbar**, **Demnächst** – jeder Button zeigt die Anzahl. Ein Filter erscheint nur, wenn mindestens eine Karte diesen Status hat. |
| 3 | **Zusammenfassung** | Z. B. „3 verbunden · 1 braucht Aufmerksamkeit“ – auf einen Blick siehst du, ob alles in Ordnung ist. |
| 4 | **Gruppen** | Die Gruppen der Karten. Eine Karte zeigt Logo, Name, Status, eine Zeile Beschreibung, die verbundenen Konten, den Zeitpunkt der letzten Aktivität und – falls nötig – in Gelb, was zu tun ist. |
| 5 | **Microsoft 365 / Google Workspace** | Eine gemeinsame Karte für die Microsoft- bzw. Google-Funktionen („2 von 4 Funktionen aktiv“), darunter je Funktion ein Punkt mit ihrem Status. Siehe unten. |
| 6 | **„i“-Button** | Oben rechts auf jeder Karte: öffnet das Infofenster (was Sayweek sendet und liest, Berechtigungen, Datenspeicherung, Trennen). |

## Was die Status bedeuten

### Status

| | |
|---|---|
| **Verbunden** | Eingerichtet und aktiv. Die Karte zeigt den Kontonamen und den Zeitpunkt der letzten Synchronisierung oder des letzten Ereignisses. |
| **Braucht Aufmerksamkeit** | Eingerichtet, aber etwas muss behoben werden. Die Karte nennt in Gelb, was zu tun ist: „Die Anmeldung ist abgelaufen – verbinde sie neu.“, „Die Anmeldung läuft innerhalb einer Woche ab – verbinde jetzt neu, damit nichts stoppt.“, „Der letzte Lauf meldete einen Fehler – prüfe die Details und starte dann den Test.“, „Ordne eine Marke zu…“, „Wähle, wo es arbeiten soll (Pinnwand, Datenbank oder Eigenschaft).“ usw. |
| **Verfügbar** | Kann jetzt verbunden werden. |
| **Demnächst** | Auf diesem Server noch nicht eingeschaltet (die Anbieterschlüssel fehlen) oder noch nicht fertig. Du kannst sie anfragen – siehe unten. |
| **Private Beta** | Wartet auf die Freigabe der Plattform; bis dahin können nur eingeladene Testkonten verbinden. Mit **Benachrichtigen, wenn verfügbar** wirst du vorgemerkt. |

i Im Katalog gibt es auch den Status **Höheres Paket nötig**, aber heute bekommt ihn keine Karte: Tarifgrenzen zeigen sich in den Funktionen selbst (z. B. können im Solo-Tarif KI-Assistenten und die API nur lesen – siehe unten).

## Das Detailfenster

Ein Klick auf eine Karte öffnet seitlich (auf dem Handy unten) das Fenster der Integration. Jedes Fenster ist gleich aufgebaut, von oben nach unten:

- **Kopfzeile** – der Name der Integration, daneben die Buttons **i** (Infos) und **?** (Hilfeartikel) und Schließen.
- **Eine Statuskarte mit einer Hauptaktion** – z. B. **Nicht verbunden** mit dem Button **Verbinden**; muss etwas gewählt werden (Tabelle, Property, Ordner), steht die Auswahl direkt hier; ist alles in Ordnung,

**Fertig** ✔ und ein Satz dazu, was als Nächstes passiert. Muss etwas behoben werden, sagt es diese Karte (in Gelb), und **Einrichten** → führt zur Stelle, an der du es behebst.

- **Einrichtung Schritt für Schritt** – braucht das Verbinden mehr als einen Schritt (z. B. beim API-Schlüssel: 1. Schlüssel kopieren, 2. einfügen und speichern), zeigt das Fenster einen Assistenten mit jeweils einem Schritt (siehe unten).
- Die **eigenen Listen und Einstellungen** der Integration – z. B. die Karten verbundener Konten oder Kanäle, Filter, Markenauswahl.
- **Erweiterte Einstellungen** (standardmäßig eingeklappt) – die Details: **Was es macht**, **Verbunden** (die letzte Aktivität je Konto; bei Zapier und Make die aktiven Zaps / Szenarien), der Button **Verbindung testen**, technische Texte und die Datenschutz-Zusammenfassung **Was passiert mit meinen Daten?**.
- **Trennen** – ein kleiner roter Link ganz unten (mit Bestätigung). Auch direkt verbundene Konten zum Veröffentlichen (LinkedIn, Meta, TikTok, YouTube, Bluesky, Threads, Google Unternehmensprofil, Pinterest) trennst du hier; ihre Kanäle laufen danach über Postiz weiter, falls dort verknüpft, sonst stoppen sie.

## Der Einrichtungsassistent

Bei Einrichtungen mit mehreren Schritten (KI-Assistenten, Zapier und Make, Slack-, Teams- und Discord-Benachrichtigungen, der Discord-Bot, Webhooks, iCal, Telegram und WhatsApp, Airtable, Notion, die Meeting-Tools mit API-Schlüssel) zeigt das Fenster immer nur einen Schritt:

- Oben zeigen ein Balken und ein Zähler (z. B. „2 / 4“), wo du stehst; erledigte Schritte werden grün, und du kannst per Klick zurückspringen. Unten stehen **Zurück** und **Weiter**, im letzten Schritt **Fertig**.
- Gibt es eine Auswahl (z. B. Claude oder ChatGPT), richten sich die nächsten Schritte danach; ohne Auswahl lässt sich **Weiter** nicht drücken („Wähle eine Option, um weiterzumachen.“).
- Jeder Schritt hat eine Hauptaktion – z. B. die Adresse kopieren oder die Seite des Anbieters in einem neuen Tab öffnen.
- Wartet Sayweek auf die Verbindung, siehst du „Warte auf die Verbindung…“ – sobald sie steht, geht es von selbst weiter („Erkannt ✓“); **Jetzt prüfen** schaut sofort nach.
- Brichst du mittendrin ab, öffnet sich das Fenster beim nächsten Mal beim ersten unerledigten Schritt (das merkt sich der Browser).
- Am Ende zeigt ein großer Haken, dass alles funktioniert (z. B. „Fertig – alles funktioniert ✓“); nach **Fertig** wechselt das Fenster zur kurzen verbundenen Ansicht. Dort startet der kleine Link ↻ **Neu einrichten** den Assistenten erneut.

> ✔ **Tipp**
> **Verbindung testen** (unter Erweiterte Einstellungen) liest nur: dabei wird nichts gepostet oder gesendet. Das Ergebnis erscheint Prüfung für Prüfung (✓ / ), bei Fehlern mit der Zeile **Was zu tun ist:**. Braucht eine Karte Aufmerksamkeit, starte nach der Korrektur immer den Test.

## Das Infofenster („i“)

Jede Karte hat in der Ecke einen kleinen **i**-Button. Er öffnet nicht die Einstellungen, sondern ein Infofenster – lies es, bevor du etwas verbindest. Gemeinsame Karten (Microsoft 365, Google Workspace) haben je Funktion einen eigenen Tab.

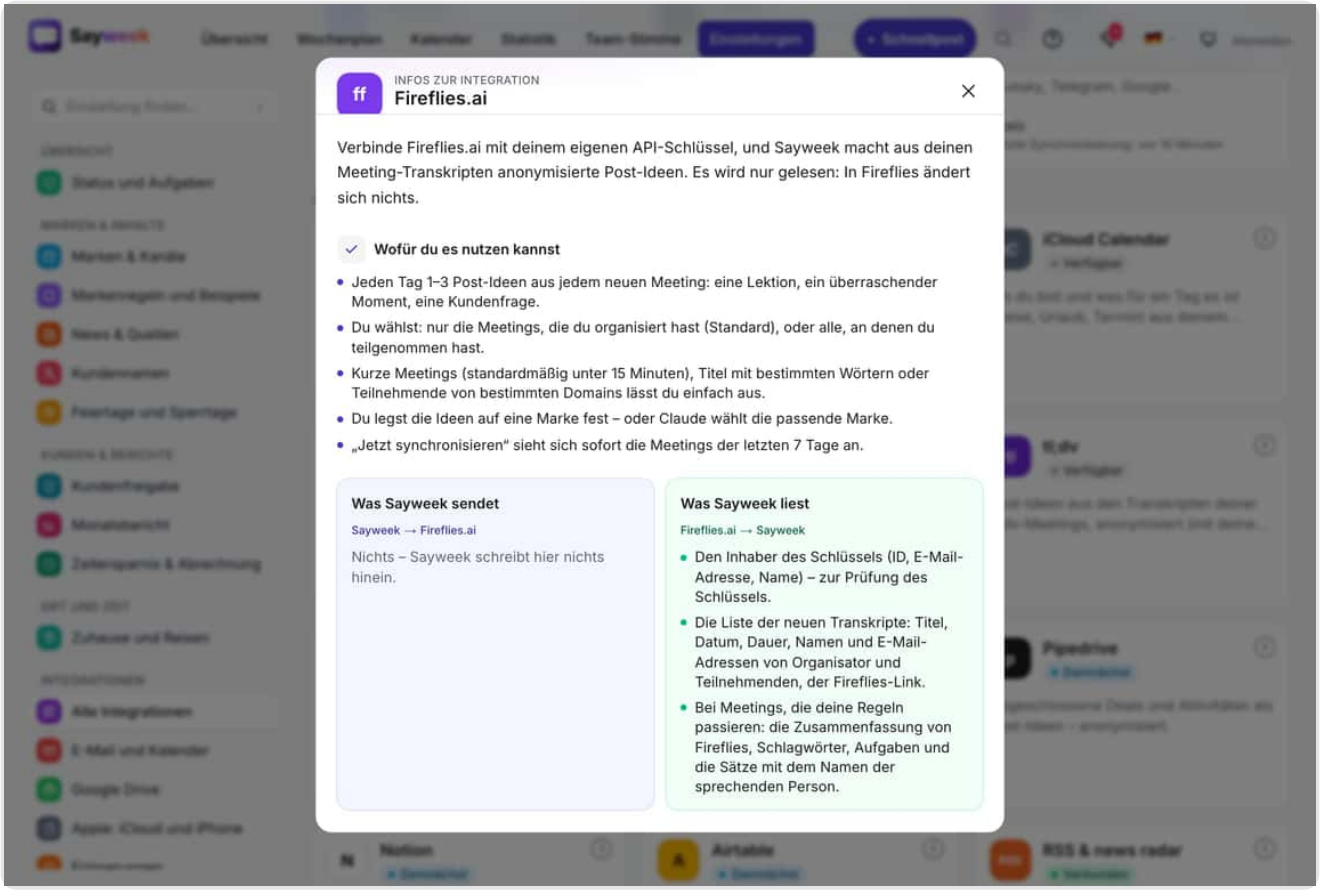



Abbildung 78 – Das Infofenster eines Notiz-Tools: wofür, was Sayweek sendet und liest, Berechtigungen, Speicherung, Trennen.

### Teile des Fensters

| | |
|---|---|
| **Wofür du es nutzen kannst** | Konkrete Anwendungsbeispiele. |
| **Was Sayweek sendet** | Was in den Dienst geschrieben oder gesendet wird – wenn nichts: „Nichts – Sayweek schreibt hier nichts hinein." |
| **Was Sayweek liest** | Genau welche Daten gelesen werden (z. B. nur Betreff, Datum und geschwärzte Vorschau). |
| **Was Sayweek nie anfasst** | Die beruhigenden Grenzen: was nicht gelesen, gespeichert oder geändert wird. |
| **Angefragte Berechtigungen** | Die beim Verbinden angefragten Rechte in verständlichen Worten. |
| **Datenspeicherung** | Was gespeichert wird, wie lange und wie es geschützt ist (z. B. verschlüsselter Schlüssel). |
| **Trennen und widerrufen** | Wie du die Verbindung in Sayweek und beim Anbieter beendest. |
| **Voraussetzungen und Grenzen** | Kontotyp, Tarif, Beta- oder Freigabestatus, Limits. |

Unten im Fenster führt **Hilfeartikel öffnen** zu den ausführlichen Schritten.

## Eine Integration anfragen

Ganz unten in der Liste stehen unter **Integrationen zum Anfragen** Dienste, die es noch nicht gibt (z. B. X (Twitter) direkt, Salesforce) – klick sie an. Brauchst du etwas ganz anderes, klick unter **Brauchst du eine andere Integration?** auf **Diese Integration anfragen**, füll **Welcher Dienst?** und **Wofür würdest du sie nutzen? (optional)** aus und klick auf **Anfrage senden**. Das Sayweek-Team sieht die Anfragen und

entscheidet danach, was als Nächstes gebaut wird.

## Microsoft 365 und Google Workspace: ein Konto, vier Funktionen

Microsoft und Google haben je eine gemeinsame Karte. Du verbindest das Konto einmal und schaltest die Funktionen einzeln ein – der Anbieter fragt immer nur nach der Berechtigung für das, was du gerade einschaltest. Sayweek liest bei beiden nur: Es sendet, ändert und löscht nichts.

- **Microsoft 365**: **Outlook-Mails → Ideen**, **Outlook-Kalender**, **OneDrive-/SharePoint-Fotos**, **Teams-Meeting-Transkripte**.
- **Google Workspace**: **Gmail → Ideen**, **Google Kalender**, **Google-Drive-Fotos**, **Google-Meet-Transkripte**.

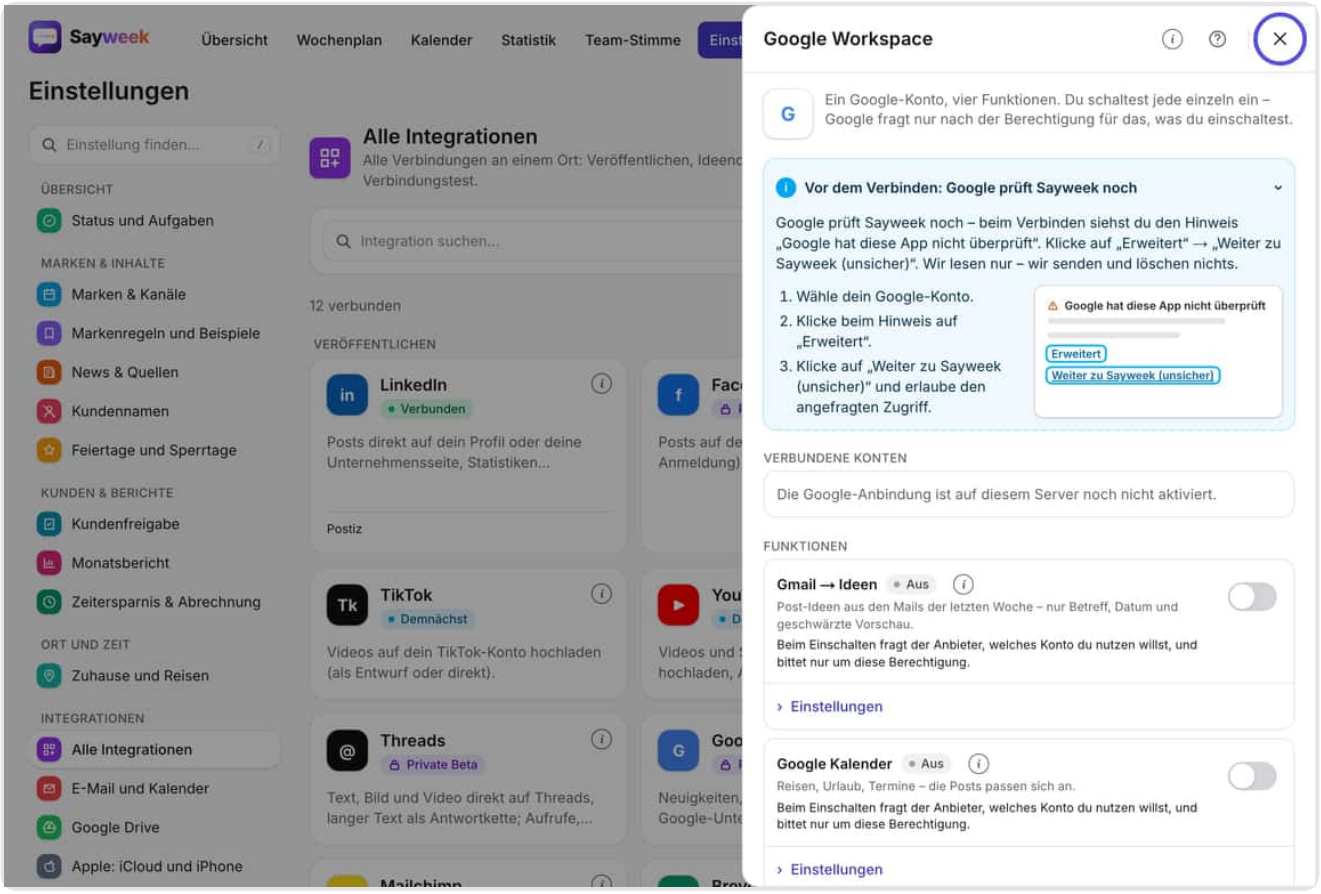



Abbildung 79 – Das Google-Workspace-Fenster: verbundene Konten, darunter je Funktion eine Zeile mit Schalter, Status und Einstellungen.

Oben im Fenster steht die Liste **Verbundene Konten** (je Konto: E-Mail-Adresse, wie viele Funktionen es nutzen, **Neu verbinden**, **Trennen**), darunter die **Funktionen**: je Funktion eine Zeile mit Schalter, Status (**Aktiv**, **Aus**, **Braucht eine zusätzliche Berechtigung**, **Braucht Aufmerksamkeit**, **Demnächst**…) und einem aufklappbaren Bereich **Einstellungen**. Darin liegen die eigenen Einstellungen der Funktion, der Button **Verbindung testen** und die Hilfe.

### Schritt für Schritt verbinden

1. Öffne **Einstellungen → Alle Integrationen** und klick auf die Karte **Google Workspace** (oder **Microsoft 365**).
2. Klick auf **Google-Konto verbinden** (**Microsoft-365-Konto verbinden**) – oder schalte direkt die gewünschte Funktion ein: Dann fragt der Anbieter, mit welchem Konto.

3. Melde dich beim Anbieter an und erlaube den angefragten Zugriff. Bei Google erscheint, solange Google Sayweek noch prüft, der Hinweis „Google hat diese App nicht überprüft“: Sayweek erklärt das vorher, dann **Weiter zu Google**; bei Google **Erweitert** → **Weiter zu Sayweek (unsicher)**.
4. Zurück in Sayweek erscheint das Konto in der Liste, und die eingeschaltete Funktion ist **Aktiv**.

> ! **Achtung**
> **Trennen** stoppt alle Funktionen dieses Kontos (Mails, Kalender, Dateien, Transkripte). Brauchst du nur eine Funktion nicht, reicht ihr Schalter. Bereits entstandene Ideen und in Posts übernommene Bilder bleiben in beiden Fällen.

Die Anmeldung mit Google oder Microsoft (Konto & Sicherheit) dient nur dem Login – sie gibt keinen Zugriff auf deine Mails oder Dateien. Dafür braucht es die Verbindung oben.

> i **Teams-Transkripte** brauchen ein Microsoft-365-Geschäfts- oder Schulkonto; mit einem privaten Konto (outlook.com, hotmail, live) zeigt die Zeile **Mit privaten Konten nicht verfügbar**. In vielen Firmen muss der Microsoft-365-Admin Sayweek einmal freigeben (**Braucht den Admin deiner Organisation**): In den Einstellungen der Zeile bekommst du mit **Nachricht für den Admin kopieren** eine fertige Nachricht mit dem Freigabelink, und wenn der Admin fertig ist, machst du mit **Einschalten (wenn der Admin freigegeben hat)** weiter.

## E-Mail und Kalender

Aus E-Mails und Kalender bekommt Sayweek Post-Ideen und ein Bild deiner Woche: wo du bist und was für ein Tag es ist (Reise, Urlaub, Konferenz) – so passen die Posts zur lokalen Zeitzone und zur Art des Tages.

### Was die Verbindung bringt

| | |
|---|---|
| **Gmail → Ideen** | Jeden Montag schaut es die Mails der letzten Woche durch (der erste Durchlauf in der Stunde nach dem Einschalten), ohne die Tabs Werbung, Soziale Netzwerke, Foren und Benachrichtigungen, Spam und Papierkorb. Zur KI gehen nur Betreff, Datum und ein geschwärzter Auszug, ohne Namen und E-Mail-Adressen; Mailtexte werden nie gespeichert. |
| **Outlook-Mails → Ideen** | Dasselbe mit Microsoft 365: nur Betreff, Datum und die kurze Outlook-Vorschau. Junk-E-Mail, Gelöschte Elemente, Entwürfe und Gesendete Elemente werden nie gelesen. In den Einstellungen der Zeile musst du mit **Jetzt Ideen holen** nicht bis Montag warten. |
| **Google Kalender** | Ermittelt die Stadt aus Titel und Ort der Termine; gespeichert werden nur die Stadt und die Art des Tages. Aktualisierung alle sechs Stunden. |
| **Outlook-Kalender** | Mit Microsoft-Konto (nur Titel und Zeiten) oder mit einem veröffentlichten ICS-Link in den Einstellungen der Zeile (**Kalender per ICS-Link (Outlook / Microsoft 365 und andere)** → **Verbinden**). |
| **iCloud-Kalender** | Auf der Seite **Einstellungen → Apple: iCloud und iPhone**, mit einem App-spezifischen Passwort (siehe Kapitel zum Handy). |

Die Feinabstimmung liegt auf **Einstellungen → E-Mail und Kalender**. Dorthin führt auch der Link **Ausführliche Einstellungen** der Gmail- und Kalenderzeile.

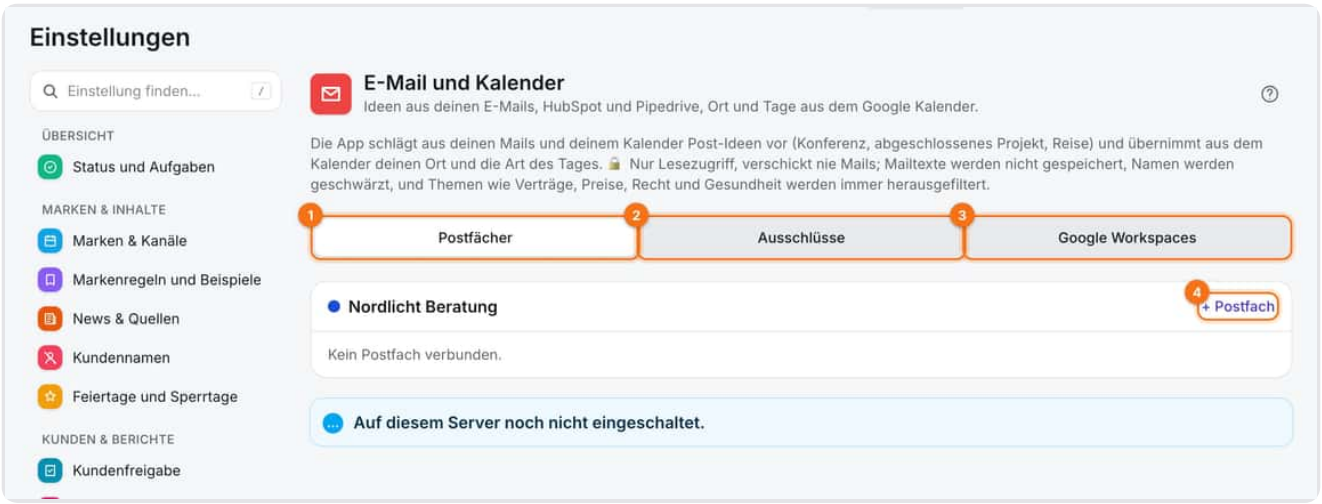



Abbildung 80 – Einstellungen → E-Mail und Kalender: Postfächer, Ausschlüsse und Google-Workspace-Verbindungen.

| | |
|---|---|
| 1 **Postfächer** | Die verbundenen Postfächer je Marke, mit eigenen Schaltern **Mails** und **Kalender**, dem Zeitpunkt der letzten Prüfung und **Erneut prüfen**, wenn etwas einen Fehler meldet. |
| 2 **Ausschlüsse** | Label / Ordner, Absender, Domain oder Wort im Betreff – diese Mails ruft die App gar nicht erst ab (z. B. Anwalt, Steuerberater, Bank, Privates). Mit **Schnell hinzufügen:** gehen die typischen Fälle. |
| 3 **Google Workspaces** | Ein eigener Google-Workspace-Client, einmal pro Unternehmen – nötig, wenn die gemeinsame Sayweek-Google-App auf diesem Server nur Kalender lesen darf. |
| 4 **+ Postfach** | Ein neues Postfach mit einer Marke verbinden. |

> i Mails zu Verträgen, Preisen, Angeboten, Gesundheit und Rechtsthemen filtert Sayweek auch ohne Ausschlüsse immer heraus. Führt dich der Gmail-Schalter auf die Seite E-Mail und Kalender, statt sich einzuschalten, liest die gemeinsame Google-App auf diesem Server nur Kalender – dann richte unter **Google Workspaces** eine eigene Verbindung ein oder leite wichtige Mails an deine Ideen-Adresse weiter.

Ideen aus E-Mails warten auf der Seite **Ideen** – wie du sie bearbeitest, steht im Kapitel über Ideen.

## Meetings: Zoom, Google Meet, Teams, Fireflies, Fathom, tl;dv

In einem guten Meeting stecken viele Posts. Mit einem verbundenen Notiz-Tool schaut Sayweek einmal täglich (nach 6 Uhr Heimatzeit) die Meetings der letzten 3 Tage durch – mit **Jetzt synchronisieren** die der letzten 7 Tage – und sucht je Meeting 1–3 Post-Ideen: eine Erkenntnis, einen überraschenden Moment, eine Frage eines Kunden. Ein Lauf verarbeitet höchstens 8 Meetings.

### Wie jedes Tool verbunden wird

| | |
|---|---|
| **Fireflies.ai** | Mit eigenem API-Schlüssel (app.fireflies.ai → Settings → Developer settings). |
| **Fathom** | Mit eigenem API-Schlüssel (fathom.video → Settings → API Access → Generate API key). |
| **tl;dv** | Mit eigenem API-Schlüssel; nötig ist ein tl;dv-Tarif Pro oder Business (tldv.io → Settings → Personal settings → API keys). |
| **Zoom** | Mit Zoom-Anmeldung; sieht nur die Transkripte deiner eigenen Cloud-Aufnahmen (in Zoom: Cloud recording + Audio transcript eingeschaltet). |

| | |
|---|---|
| **Google Meet** | Auf der Karte Google Workspace, mit einer eigenen Google-Berechtigung nur für Meet-Transkripte; nötig ist ein Workspace-Tarif mit Transkription. |
| **Microsoft Teams** | Auf der Karte Microsoft 365; braucht ein Geschäftskonto und oft eine Admin-Freigabe. |

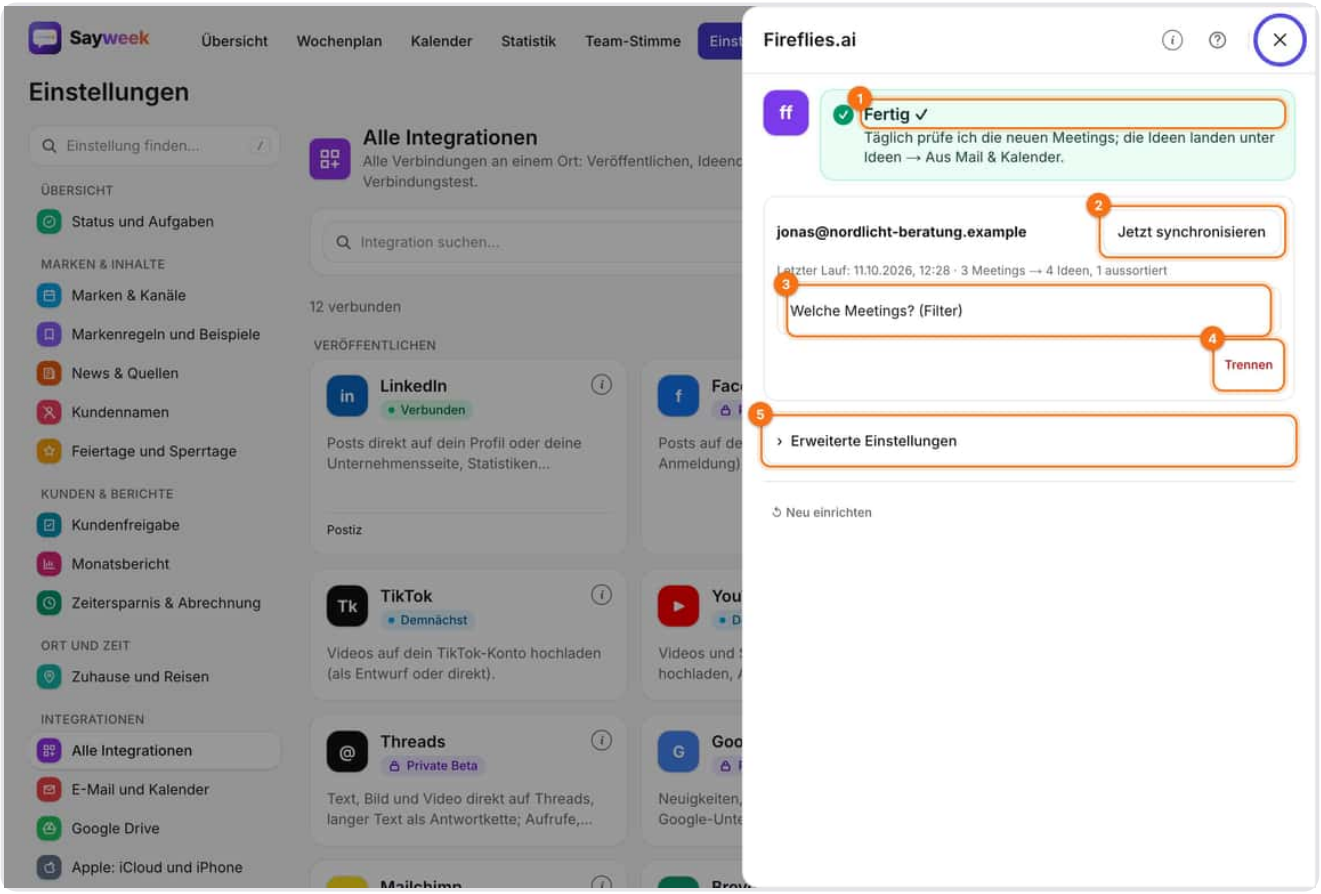



Abbildung 81 – Das Fenster eines verbundenen Notiz-Tools: Status, die Karte der Verbindung mit dem letzten Lauf, Filter, Trennen und Erweiterte Einstellungen.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Fertig ✓** | Die Statuskarte: verbunden, neue Meetings werden täglich durchgesehen. Bei einem Fehler steht hier **Der letzte Lauf hat nicht geklappt** mit dem Grund. |
| 2 | **Jetzt synchronisieren** | Sieht sofort die Meetings der letzten 7 Tage durch; darunter das Ergebnis des letzten Laufs (z. B. „3 Meetings → 4 Ideen, 1 ausgefiltert“). |
| 3 | **Welche Meetings? (Filter)** | Aufklappbar: die Filterregeln (siehe unten). |
| 4 | **Trennen** | Beendet die Verbindung (mit Bestätigung, nur Inhaber). Bereits entstandene Ideen bleiben. |
| 5 | **Erweiterte Einstellungen** | Einen neuen Schlüssel eingeben, der Button **Meeting-Transkript**, wie es arbeitet und wie Daten behandelt werden, wo du den Schlüssel findest. |

Vor dem Verbinden zeigt das Fenster eines Tools mit API-Schlüssel einen Assistenten mit zwei Schritten: **Kopiere deinen …-API-Schlüssel** (mit dem Hinweis, wo du ihn findest, und dem Button **…-Einstellungen öffnen**), dann **Hier einfügen und speichern** (z. B. Feld **Fireflies.ai-API-Schlüssel**, **Schlüssel speichern**). Nach dem Speichern bestätigt „Fireflies.ai verbunden ✓“ den Erfolg. Bei Zoom ist die Hauptaktion **Verbinden**. Danach legst du auf der Karte der Verbindung unter **Welche Meetings? (Filter)** fest, was durchgesehen wird, dann **Speichern**:

- **Welche Meetings**: **Nur die, die ich organisiert habe** (Standard) oder **Alle, an denen ich teilgenommen habe**. (tl;dv sagt nicht, wem der Schlüssel gehört, deshalb filtert die erste Option dort nicht; Zoom und Meet liefern ohnehin nur deine eigenen Meetings.)
- **Mindestens so viele Minuten** – kürzere werden ausgelassen (Standard 15).
- **Auslassen, wenn der Titel enthält (kommagetrennt)** – z. B. „intern, 1:1, Vorstand“.
- **Auslassen, wenn Teilnehmende von dieser Domain sind** – z. B. die Domain eines sensiblen Kunden (bei Zoom und Meet gibt es das Feld nicht, weil die Adressen der Teilnehmenden nicht übermittelt werden).
- **Marke** – bei mehreren Marken legst du fest, wohin die Ideen gehen; Standard **Beliebige Marke (Claude wählt)**.

In der Zeile der Verbindung siehst du auch das Ergebnis des letzten Laufs (z. B. „3 Meetings → 4 Ideen, 1 ausgefiltert“). Die Ideen landen mit der Quelle „Meeting“ auf der Seite Ideen.

> ✔ **Tipp**
> Kein Notiz-Tool oder ein älteres Meeting? Unter den **Erweiterten Einstellungen** des Fensters (und auf der Seite Ideen) kannst du mit **Meeting-Transkript** ein Transkript einfügen oder hochladen (.txt, .vtt, .srt, .docx, bis 3 MB).

> i Sayweek liest das Transkript nur im Arbeitsspeicher und speichert es nie. Bevor etwas zu Claude geht, werden Namen, Firmen, E-Mail-Adressen und Telefonnummern unkenntlich gemacht, aus den Sprechenden werden „A“, „B“, und Sätze über Preise, Verträge, Gesundheit oder Rechtliches fallen weg. Als privat oder vertraulich markierte Meetings und solche mit Titeln wie „1:1“, „Interview“, „vertraulich“ werden gar nicht geöffnet. Aus demselben Meeting kommen nie zweimal Ideen. Trennen kann nur der Inhaber.

## CRM: HubSpot und Pipedrive

Jeden Montag schaut die CRM-Verbindung auf die gewonnenen und neuen Deals, Phasenwechsel und abgeschlossenen Meetings der letzten zwei Wochen (bei Pipedrive auch Anrufe) und schlägt 0–3 Themen vor – etwa die Erkenntnis aus einem abgeschlossenen Projekt, ohne Namen. Verbinden: auf der Karte **+ HubSpot verbinden** / **+ Pipedrive verbinden**, dann beim Anbieter den Zugriff erlauben; bei mehreren Marken wählst du unter **Marke**, wohin die Ideen gehen. Mit **Jetzt ausführen** holst du sofort Ideen. Dasselbe Fenster gibt es auch auf der Seite **E-Mail und Kalender**.

> i Nur lesend – ins CRM wird nichts zurückgeschrieben. Bevor etwas zur KI geht, werden Firmen- und Personennamen, E-Mail-Adressen, Beträge und alles zu Preisen oder Verträgen unkenntlich gemacht; CRM-Daten werden nicht gespeichert, nur kurzzeitig ein Fingerabdruck, damit dasselbe Ereignis nicht zweimal kommt. Fehlt die Karte, ist die CRM-Verbindung auf diesem Server noch nicht eingeschaltet.

## Notizen und Datenbanken: Notion, Airtable

| | |
|---|---|
| **Notion** | Zwei getrennte, optionale Funktionen: Export des Inhaltskalenders (Posts der letzten 2 und nächsten 4 Wochen) in eine Notion-Datenbank (Spalten Name, Date, Brand, Channel, Status, Link; täglich und bei Freigabe aktualisiert) und Import von Ideen aus einer anderen Datenbank (stündlich; mit einem Kontrollkästchen „Sayweek“ kommen nur angehakte Seiten). Sayweek sieht nur die Seiten, die du mit ihm geteilt hast. |

| | |
|---|---|
| **Airtable** | Ideen aus einer gewählten Tabelle (Base → Tabelle → Ansicht → Ideenfeld): jeden Morgen bis zu 25 neue Datensätze in die Ideenbox; mit Kontrollkästchen oder Statusfeld („Fertig“) steuerst du, was kommt. Nur lesend. |

> ✔ **Tipp**
> Sieht Sayweek in Notion keine einzige Datenbank, öffne in Notion das •••-Menü der Seite und füge hinzu: Verbindungen → Sayweek. Beim Trennen bleiben die Seiten in Notion erhalten.

## Design und Medien: Canva, Figma, Google Drive, Dropbox, OneDrive, Unsplash

Sobald verbunden, erscheinen sie als Buttons im Bereich **Bild** des Post-Editors. Wie du Bilder auswählst, steht im Kapitel zum Editor; hier geht es um Verbinden und Zugriff.

| | |
|---|---|
| **Canva** | **+ Canva verbinden** → anmelden. Im Editor wählst du ein Design, öffnest ein neues im Format des Kanals oder bearbeitest das Bild des Posts in Canva; beim Zurückkehren landet das Bild auf dem Post. Ein Canva-Konto pro Workspace. Beim Trennen wird auch die Berechtigung in Canva widerrufen. |
| **Figma** | **+ Figma-Konto verbinden**. Im Editor fügst du den Link einer Datei oder eines Frames ein, wählst den Frame, und Figma rendert ihn in 2-facher Auflösung. Nur lesend. |
| **Google Drive** | Auf der Karte Google Workspace (**Google-Drive-Fotos**). Fotos aus der Google-Dateiauswahl und der Monatsplan als Google-Dokument. Zugriff nur auf die ausgewählten und die von Sayweek angelegten Dateien. Mehrere Drive-Konten möglich (Einstellungen → Google Drive). |
| **Dropbox** | **+ Dropbox-Konto verbinden**. Bilder aus deinen Ordnern, nur lesend; das gewählte Bild kommt als JPEG mit höchstens 2048 px. |
| **OneDrive / SharePoint** | Auf der Karte Microsoft 365. Ansichten **Meine Dateien** und **Mit mir geteilt**; nur lesend. |
| **Unsplash (Stockfotos)** | Nichts zu verbinden: Ist die Karte **Verfügbar**, hat der Editor einen Button **Stockfoto**. Der Name der Fotografin oder des Fotografen steht automatisch neben dem Bild, auf Wunsch auch als Quellenzeile am Textende. Die Zahl der Suchen pro Stunde ist begrenzt. |

## Analytics: Google Analytics 4

Mit Google Analytics 4 zeigt Sayweek anhand der UTM-Parameter deiner Post-Links, wie viele Besucher und Conversions jeder Post auf deiner Website gebracht hat (tägliche Aktualisierung, letzte 90 Tage). Dafür muss bei der Marke auch **Link-Tracking (UTM + Kurzlink)** eingeschaltet sein.

1. Klick auf der Karte **Google Analytics 4** auf **Google Analytics verbinden** und erlaube den Zugriff (nur lesend).
2. Wähle unter **Standard-Property (alle Marken)** die Property deiner Website; bei mehreren Marken kannst du je Marke eine andere festlegen.
3. Hak unter **Zählt als Conversion** die Schlüsselereignisse an, die zählen sollen (ohne Auswahl zählt jedes).
4. Für die ersten Zahlen klick auf **Jetzt aktualisieren**. Das Ergebnis erscheint unter **Statistik → Website**.

> i Solange keine Property gewählt ist, **braucht die Karte Aufmerksamkeit**. Beim Trennen werden die zwischengespeicherten Besucherzahlen gelöscht. Sayweek speichert keine Daten einzelner Besucher.

## Benachrichtigungen an andere Apps: Slack, Teams, Discord

Dieselben Benachrichtigungen wie auf dem Handy (wartet auf Freigabe, veröffentlicht, Fehler, Kundenfeedback, Erinnerungen) können auch in einen Teamkanal gehen. Alle drei arbeiten mit einer eingehenden Webhook-Adresse – ohne Anmeldung, und Sayweek liest nichts aus dem Kanal.

| | |
|---|---|
| **Slack** | Slack → Apps → Incoming Webhooks → Add to Slack → Kanal → Webhook URL. Auf der Karte **Slack** einfügen, dann **Speichern & testen** – im Kanal kommt „Sayweek verbunden ✓“ an. |
| **Teams-Benachrichtigungen (Webhook)** | Teams → Kanal → Workflows → „Bei Eingang einer Webhook-Anforderung in einem Kanal posten“ → URL. Das ist nicht die Verbindung deines Microsoft-365-Kontos – nur Benachrichtigungen. |
| **Discord** | Zwei unabhängige Modi in einem Fenster: **Benachrichtigungen (Webhook)** in einen Kanal und **Ideen aus einem Kanal (Bot)** – der nur lesende Sayweek-Bot schlägt aus neuen Nachrichten in bis zu 5 gewählten Kanälen Ideen vor, unkenntlich gemacht. Siehe unten. |

Im Fenster **Discord** haben die beiden Modi eigene Bereiche (**Benachrichtigungen in einen Kanal**, **Ideen aus einem Kanal**), und jeder zeigt nur seinen eigenen Status – ein Problem des Bots erscheint nie im Webhook-Bereich. Den Bot einrichten: **Bot zum Server hinzufügen** (in Discord wählst du den Server und erlaubst den Bot), dann **Wähle den Kanal**. Auf der Serverkarte steht bei jedem gewählten Kanal, ob der Bot ihn lesen kann (✓ **lesbar** / × **kein Zugriff**); Sayweek prüft das beim Speichern und vor jedem Lauf, ohne Nachrichten zu lesen.

- **Eingerichtet – noch nicht gelaufen**: Die erste Durchsicht startet nach 7 Uhr morgens. Danach erscheint das grüne **Fertig** ✓ erst nach einem erfolgreichen Lauf.
- **Der Bot sieht diesen Kanal nicht: …**: Der Bot sieht absichtlich nur Kanäle, für die er eigens Zugriff bekommt. Das Fenster beschreibt in nummerierten Schritten, was in Discord einzustellen ist (Kanal bearbeiten → Berechtigungen → Bot hinzufügen → View Channel und Read Message History); danach klick auf **Erneut versuchen**. Solange ein Kanal nicht lesbar ist, liest der Bot die anderen trotzdem.
- Der letzte Lauf und die Ausschlüsse (Nutzer, Stichwörter) stehen unter **Erweiterte Einstellungen**; pro Server ein **Trennen** – der Bot verlässt den Server, und die nicht geprüften Ideen des Servers werden gelöscht.

> i Webhook-Adressen werden verschlüsselt gespeichert, und nur der Inhaber kann sie einrichten. **Verbindung testen** sendet auch hier keine Nachricht; die Testnachricht schickt **Speichern & testen**. Entfernen: **Löschen** auf der Karte.

## Ideen aus deinem Slack- oder Teams-„Erfolge“-Kanal

Ein neuer Kunde, ein fertiges Projekt, ein Preis – Teams feiern so etwas meist in einem Kanal. Sayweek macht daraus Post-Ideen, ohne die Namen erwähnter Kolleg:innen und mit der Autorin / dem Autor als Quelle.

- **Slack:** Klick im Ideen-Teil der Karte Slack auf **Sayweek zu Slack hinzufügen**, wähle den Workspace und bis zu 3 öffentliche Kanäle (z. B. #erfolge), dann **Speichern**. Setzt jemand eine -Reaktion auf eine Nachricht, landet sie innerhalb weniger Stunden in der Ideenbox (das Emoji lässt sich ändern). Unmarkierte Nachrichten, private Kanäle und Direktnachrichten werden nie gelesen, und Sayweek

schreibt nichts in Slack.

- **Microsoft Teams:** Klick im Ideen-Teil der Karte **Teams-Benachrichtigungen (Webhook)** auf **Adresse erstellen** und kopiere sie; in Teams:  neben dem Teamnamen → Team verwalten → Apps → Ausgehenden Webhook erstellen (Name: Sayweek, Rückruf-URL: die kopierte Adresse); füge das Sicherheitstoken, das Teams anzeigt, in Sayweek ein. Dann schreib in den Kanal: @Sayweek und was du teilen möchtest.

## KI-Assistenten, API und Automatisierung

In der Gruppe **Entwickler** liegen die Verbindungen, mit denen du Sayweek aus anderer Software erreichst. Jedes Schreiben erzeugt einen Entwurf, der auf deine Freigabe wartet – von selbst erscheint nichts.

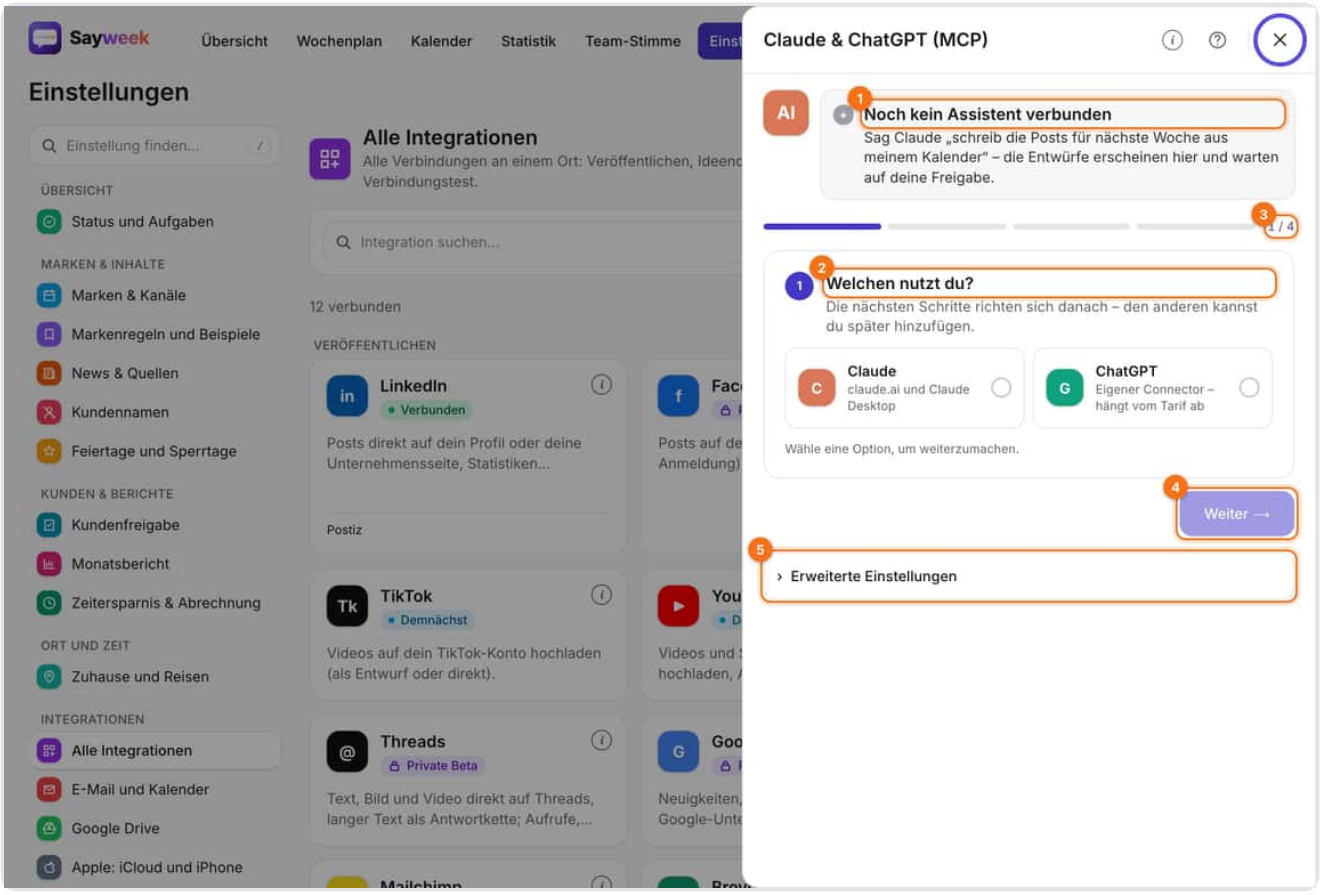



Abbildung 82 – Das Fenster Claude & ChatGPT (MCP) vor dem Verbinden: Status, der erste Schritt des Assistenten und Erweiterte Einstellungen.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Noch kein Assistent verbunden** | Die Statuskarte. Nach dem Verbinden: **Fertig** ✔ mit dem Namen des Assistenten; enthält dein Tarif gar keine API: **Dafür ist ein höherer Tarif nötig**. |
| 2 | **Welchen nutzt du?** | Der erste Schritt des Assistenten: **Claude** (claude.ai und Claude Desktop) oder **ChatGPT** (eigener Connector – hängt vom Tarif ab). Die nächsten Schritte richten sich danach. |
| 3 | **Fortschritt** | Bei welchem Schritt du bist. Bei Claude: die Auswahl → **Kopiere die Sayweek-Adresse** (**Adresse kopieren**) → **In Claude hinzufügen** (**claude.ai Connectors öffnen**) → **Verbinden und erlauben**. Bei ChatGPT sind die Schritte 3–4 **Entwicklermodus einschalten** und **Den Sayweek-Connector anlegen**. |

| | |
|---|---|
| **4 Weiter** | Geht zum nächsten Schritt. Im letzten Schritt wartet Sayweek, bis sich der Assistent verbindet („Warte, bis Claude sich verbindet…“), und geht von selbst weiter. Nach dem Verbinden zeigt das Fenster die Liste **Verbundene Assistenten** mit **Widerrufen**. |
| **5 Erweiterte Einstellungen** | Die MCP-Server-URL, der Befehl für Claude Code und die Konfiguration für Claude Desktop, **API-Schlüssel mit Berechtigungen** (read / write / approve, **Schlüssel erstellen**) und der Schalter **Freigaben durch Assistenten** (Standard **Freigaben aus (empfohlen)**). |

Die Karten der Gruppe Entwickler kurz:

| | |
|---|---|
| **Claude & ChatGPT (MCP)** | Sayweek lässt sich als MCP-Server in Claude (claude.ai, Claude Desktop, Claude Code) und ChatGPT einbinden – siehe oben. |
| **REST API** | Ein API-Schlüssel (**Neuer Schlüssel**, nur einmal sichtbar), um Ideen einzureichen und Posts und Wochenplan abzurufen. Berechtigungen: read, write, approve. Unter **OAuth-Apps** kannst du mit **App registrieren** dein eigenes Produkt anmelden, damit Nutzer es mit ihrem Sayweek-Konto verbinden („Mit Sayweek verbinden“, kein Schlüssel zum Kopieren); **Verbundene Apps** zeigt die Apps mit Zugriff auf deinen Workspace, mit **Widerrufen**. |
| **Webhooks · n8n** | Signiertes JSON bei jedem gewählten Ereignis (Post erstellt, Freigabe angefragt, freigegeben, eingeplant, veröffentlicht, fehlgeschlagen, neue Idee, neuer Kommentar, Kunden-Feedback) an deine eigene HTTPS-Adresse – mit Wiederholungen, **Zustellprotokoll** (30 Tage, **Gesendete Daten**, **Erneut senden**) und **Test senden**. Siehe unten. |
| **Zapier, Make** | Fertige Sayweek-App mit Triggern (neue Idee, Entwurf zur Freigabe, Post veröffentlicht…) und Aktionen (Idee, Entwurf, Newsquelle anlegen). |
| **iCal / ICS** | Dein Postkalender als Abo-Link für Google, Outlook oder Apple Kalender (nur lesend, stündlich aktualisiert). |

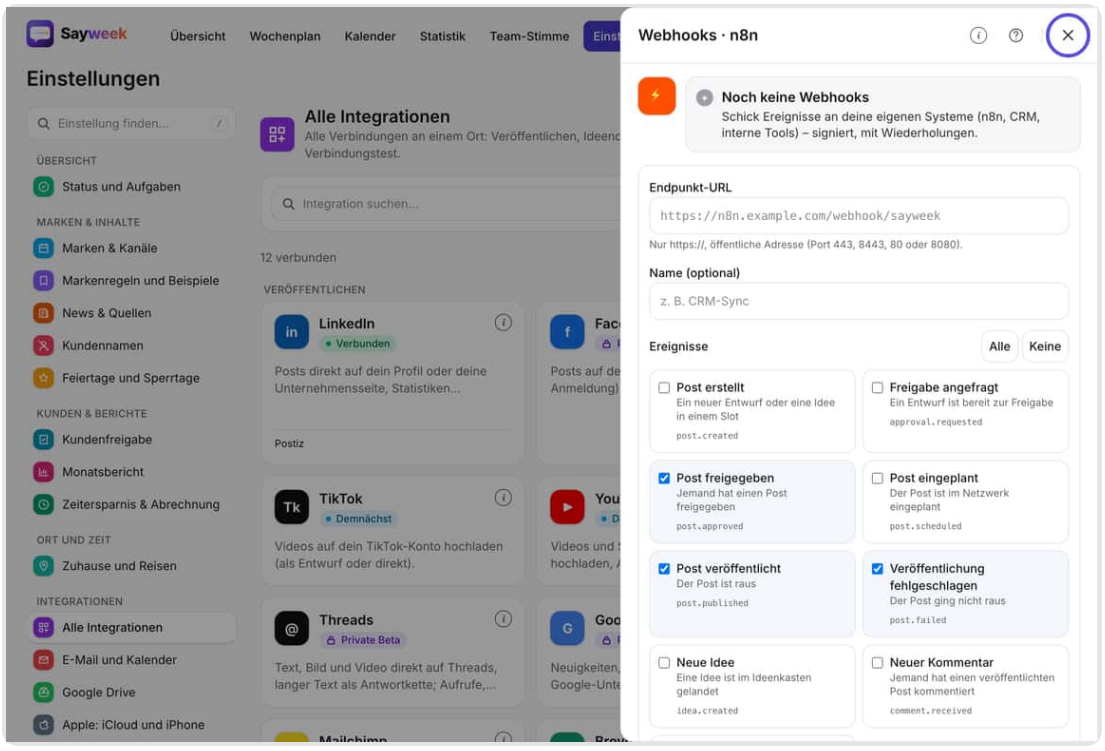



Abbildung 83 – Das Fenster Webhooks · n8n: die Endpunkte, die Ereignisse und das Zustellprotokoll.

### Einen Webhook einrichten

1. Öffne die Karte **Webhooks · n8n** (Inhaberrechte nötig) und klick auf **Webhook hinzufügen**.
2. Gib die empfangende **Endpunkt-URL** ein (nur öffentliche https://-Adressen), hake die nötigen **Ereignisse** an, dann **Speichern**.
3. Kopiere das **Signaturgeheimnis** – es ist nur jetzt sichtbar. Dein Empfänger prüft damit den Header **Sayweek-Signature**.
4. Klick auf **Test senden**: Ein signiertes ping-Ereignis geht raus, und du siehst sofort die Antwort.

> **i** Eine fehlgeschlagene Zustellung wird mit wachsenden Pausen wiederholt, bis zu 8 Versuche über rund anderthalb Tage. Scheitert ein Endpunkt länger als einen Tag durchgehend, wird er ausgeschaltet, und die Inhaber bekommen Bescheid – repariere ihn, dann **Einschalten**.

Für Entwickler hat die öffentliche **Entwicklerseite** (sayweek.com/de/entwickler – ohne Anmeldung) die vollständige API-Referenz mit Beispielen, Anleitungen zu OAuth und Webhooks, Anfragelimits, Fehlercodes und Änderungsprotokoll, eine **Ausprobieren**-Konsole, die mit deinem eigenen Konto arbeitet (schreibt nur mit **Schreiben erlauben** und bekommt nie die Berechtigung approve), die OpenAPI-3.1-Datei und eine Postman-Collection.

> **! Achtung**
> **Tarif:** Im Solo-Tarif können KI-Assistenten und API-Schlüssel nur lesen (Plan, Ideen, Statistik) – das Fenster sagt es auch. Für Entwürfe, neue Ideen und Generierung brauchst du Pro oder höher. API-Schlüssel, Webhooks und iCal-Links kann nur der Inhaber anlegen.

> **✔ Tipp**
> Ist ein API-Schlüssel oder ein iCal-Link in falsche Hände geraten, widerrufe ihn (**Widerrufen**, **Link widerrufen**) – alles, was ihn nutzt, stoppt sofort. Nach dem Zurücksetzen des Passworts musst du Claude- und ChatGPT-Verbindungen neu einrichten.

## Aufgaben-Apps: Ideen rein, To-dos raus

Planst du deinen Tag in einer Aufgaben-App, kommt Sayweek dorthin, wo du ohnehin arbeitest: **Google Tasks**, **Microsoft To Do**, **Todoist** und – in der iPhone-App – **Apple Erinnerungen**. Es gibt zwei Richtungen mit je einem eigenen Schalter, und keine tut etwas, bevor du sie einschaltest. Jede Person verbindet ihr eigenes Konto und sieht nur ihre eigenen To-dos.

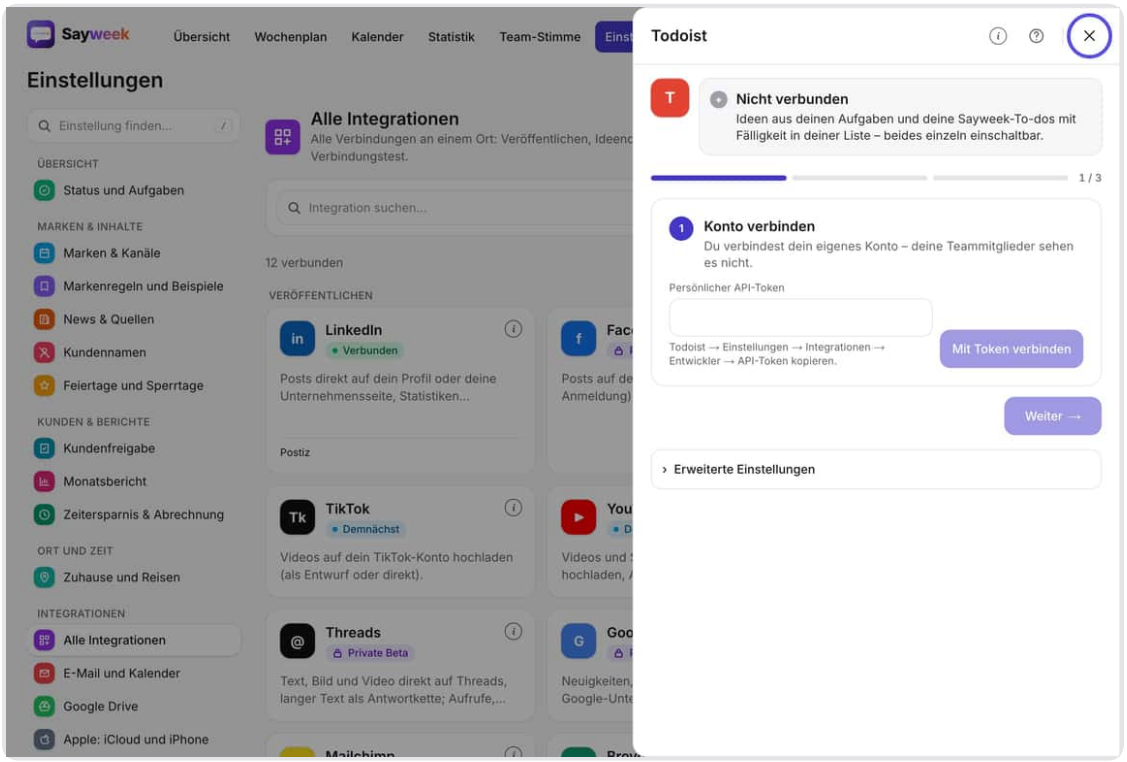



Abbildung 84 – Das Fenster Todoist vor dem Verbinden: verbinden mit einem persönlichen API-Token, dann die Richtungen einschalten.

| | |
|---|---|
| **Ideen aus Aufgaben** | Aufgaben, die du auf deine Ideenliste schreibst (standardmäßig „Sayweek Ideen“ – wird angelegt, falls es sie nicht gibt), werden etwa stündlich zu Ideen in der Ideenbox, höchstens 10 pro Stunde. Kundennamen und Kontaktdaten werden unkenntlich gemacht, Aufgaben mit weniger als 10 Zeichen bleiben, und Sayweek hakt die Aufgabe ab. |
| **Sayweek-To-dos** | Auf einer anderen Liste (standardmäßig „Sayweek To-dos“) notiert Sayweek, was für dich ansteht – z. B. „7 Beiträge bis Do. 12:00 freigeben“, „Kurzes Video vor Di. 10:00 aufnehmen“, das Wochen-Interview, „LinkedIn neu verbinden – läuft in 7 Tagen ab“ – mit Fälligkeit und einem Link direkt in Sayweek. In den Titeln stehen nie Kunden- oder Markennamen. Ist es in Sayweek erledigt, wird es von selbst abgehakt. |
| **Jetzt synchronisieren / Verbindung testen** | **Jetzt synchronisieren** führt beide Richtungen sofort aus; **Verbindung testen** liest nur die Namen deiner Listen. |

- **Verbinden:** Google Tasks fragt nur nach Zugriff auf Google Tasks; Microsoft To Do ergänzt dein Microsoft-365- oder Outlook.com-Konto um eine Berechtigung (Tasks.ReadWrite); Todoist verbindest du mit **Todoist verbinden** oder deinem persönlichen API-Token (Todoist → Einstellungen → Integrationen → Entwickler). Steht auf einer Karte „Demnächst“, ist sie auf diesem Server noch nicht eingeschaltet.
- **Ein Haken in der Aufgaben-App bestätigt ein To-do nur:** Nach 24 Stunden kommt es wieder, wenn es in Sayweek noch offen ist. Freigeben, Hochladen und neu Verbinden passieren immer nur in Sayweek.
- **Apple Notizen:** Die Karte **Apple Notes** erstellt einen Kurzbefehl-Schlüssel (**Kurzbefehl-Schlüssel erstellen**, nur einmal sichtbar) und fügt den fertigen Kurzbefehl „Sayweek-Idee“ hinzu (**Kurzbefehl hinzufügen**). Danach schickt in Notizen – oder jeder anderen App – Teilen → **Sayweek-Idee** den Text in deine Ideenbox (nur Ideen, keine To-dos). Der Schlüssel kann nur Ideen hinzufügen; widerrufen kannst du ihn unter **Einstellungen → Apple: iCloud und iPhone → Verbundene Geräte**.

## Calendly und Cal.com: Termine, die aus deinen Posts gebucht wurden

Teilst du deinen Calendly- oder Cal.com-Buchungslink in Posts, zeigt Sayweek, nach welchem Post jemand einen Termin gebucht hat. Die Buchungen erscheinen als **Gebuchte Termine** im Geschäftsergebnis (Kapitel Statistik), beim Post und im Monatsbericht.

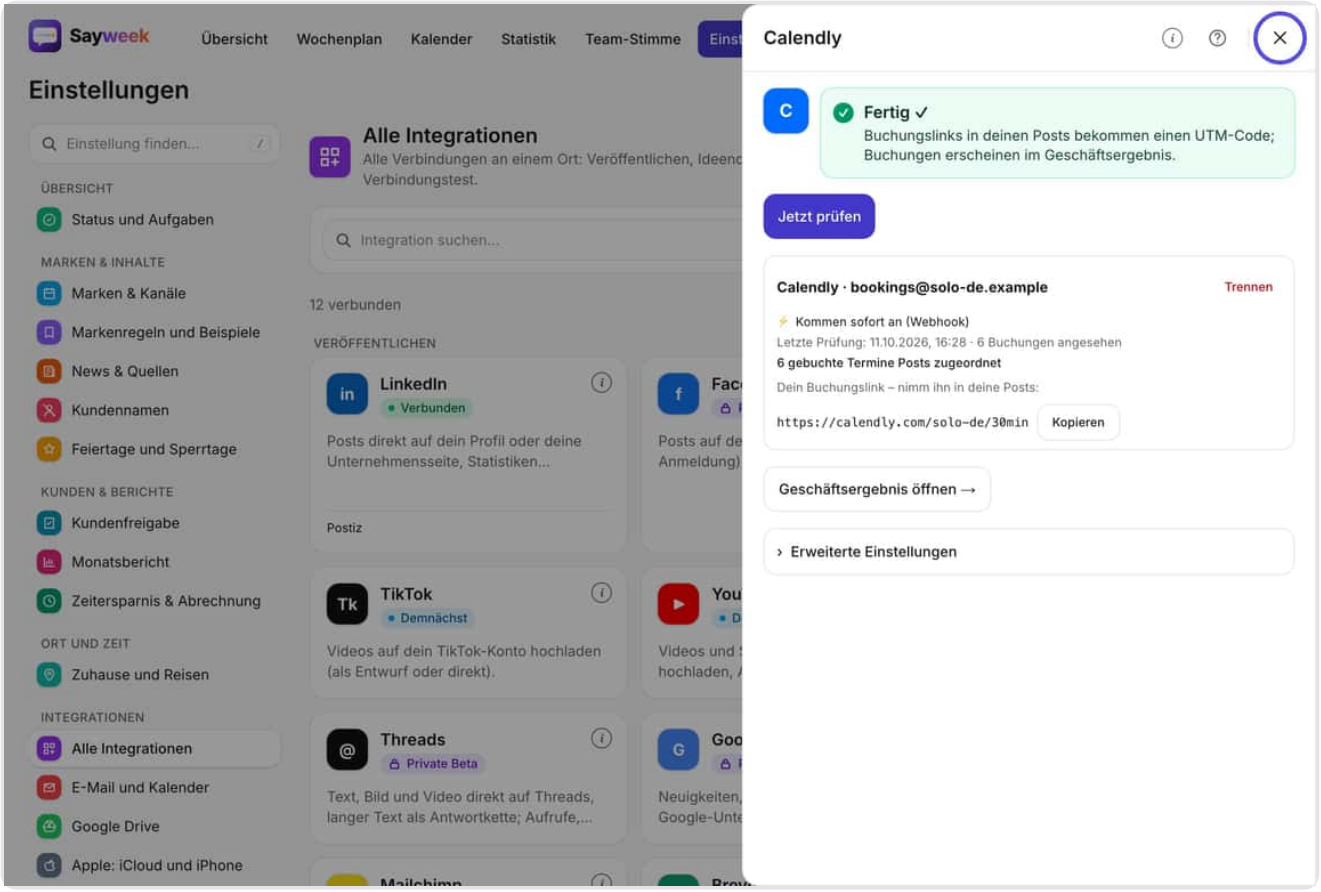



Abbildung 85 – Das Calendly-Panel im verbundenen Zustand: Webhook aktiv, die letzte Prüfung, die Posts zugeordneten Buchungen und dein Buchungslink.

- **Calendly: Einstellungen → Alle Integrationen → Calendly** → **Mit Calendly verbinden** und den Zugriff erlauben – oder, falls dieser Button fehlt, ein persönliches Zugriffstoken (in Calendly: **Integrations → API & Webhooks → Generate new token**) und **Verbinden**.
- **Cal.com:** Erstelle in Cal.com einen API-Schlüssel (**Settings → Developer → API keys**, er beginnt mit „cal_live_“), füge ihn auf der Cal.com-Karte ein und klick auf **Verbinden** – Sayweek prüft ihn vor dem Speichern. Bei einem selbst gehosteten Cal.com gibst du auch seine API-Adresse ein (https://.../api/v2).
- Geht ein Post raus, bekommen die Buchungslinks darin einen UTM-Code (utm_content = die Kurz-ID des Posts) – auch wenn UTM für andere Links ausgeschaltet ist. Die Buchung behält ihn, so weiß Sayweek, von welchem Post sie kam. Eine stornierte Buchung fällt heraus.
- Mit Webhook (kostenpflichtige Calendly-Tarife, Cal.com) kommen Buchungen sofort an („Kommen sofort an (Webhook)“); sonst einmal täglich – oder jederzeit mit **Jetzt prüfen**.

> i Sayweek liest von einer Buchung nur ID, Zeit und UTM-Daten – nie Name, E-Mail oder Antworten der buchenden Person. Beim Trennen werden Token und Webhook gelöscht; bereits zugeordnete Buchungen bleiben. Eine Buchung, die nicht über den Link deines Posts kam, zählt nicht: Das zeigt einen Zusammenhang, keine bewiesene Ursache und Wirkung.

## Die übrigen Integrationen kurz

| | |
|---|---|
| **Mailchimp, Brevo** | Der freigegebene monatliche Newsletter geht als Entwurf oder geplant in dein eigenes Brevo- oder Mailchimp-Konto (Kapitel Statistik → Monatlicher Newsletter). Mailchimp kann außerdem einen wöchentlichen Entwurf aus den veröffentlichten Posts der Woche anlegen – Sayweek versendet ihn nie. Ein Entwurf zählt als eine KI-Generierung. |
| **RSS & News-Radar** | Pro Marke Branche, kuratierte Quellen, eigene RSS-Feeds und Mitbewerber – unter Einstellungen → News & Quellen, ohne Konto. |
| **Apple Erinnerungen & Siri** | In der iPhone-App: eine Ideenliste (auch per Siri) und eine To-do-Liste – siehe Aufgaben-Apps oben und das Kapitel zum Handy. |
| **Telegram, WhatsApp** | Ideen per Nachricht oder Sprachnachricht – siehe die nächsten Kapitel. In Telegram schickt **/post** auch einen Schnellpost (Text, ein Foto oder ein Video bis 20 MB, mit /post am Anfang der Bildunterschrift) – nach einer Vorschau und deinem Tippen. |
| **Netzwerke zum Veröffentlichen** | LinkedIn, Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, Bluesky, Threads, Google Unternehmensprofil, Pinterest und Postiz – das Verbinden steht im Kapitel über Kanäle. |

# 10 Statistik und was Sayweek gelernt hat

Menü: Statistik (/statisztika)

Die Seite Statistik zeigt alles, was deine verbundenen Kanäle messen, an einem Ort – täglich aktualisiert. Hier siehst du, welcher Post funktioniert hat, wann sich Posten lohnt, welches Thema und Format am meisten bringt – und auch, was Sayweek aus deinen Änderungen und Ergebnissen gelernt hat.

## Bevor du startest

- Du brauchst mindestens einen verbundenen Kanal (über Postiz oder direkt). Direkte Verbindungen liefern meist mehr Daten.
- Die ersten Zahlen erscheinen nach der nächsten nächtlichen Aktualisierung; die Plattformen liefern Messwerte 1–2 Tage nach der Veröffentlichung. Bei einem frischen Post steht deshalb „noch nicht gemessen" – das ist kein Fehler.
- Die Seite sehen Inhaber, Bearbeiter und Leser; Team-Stimme-Mitwirkende nicht.

## Der Tab Übersicht

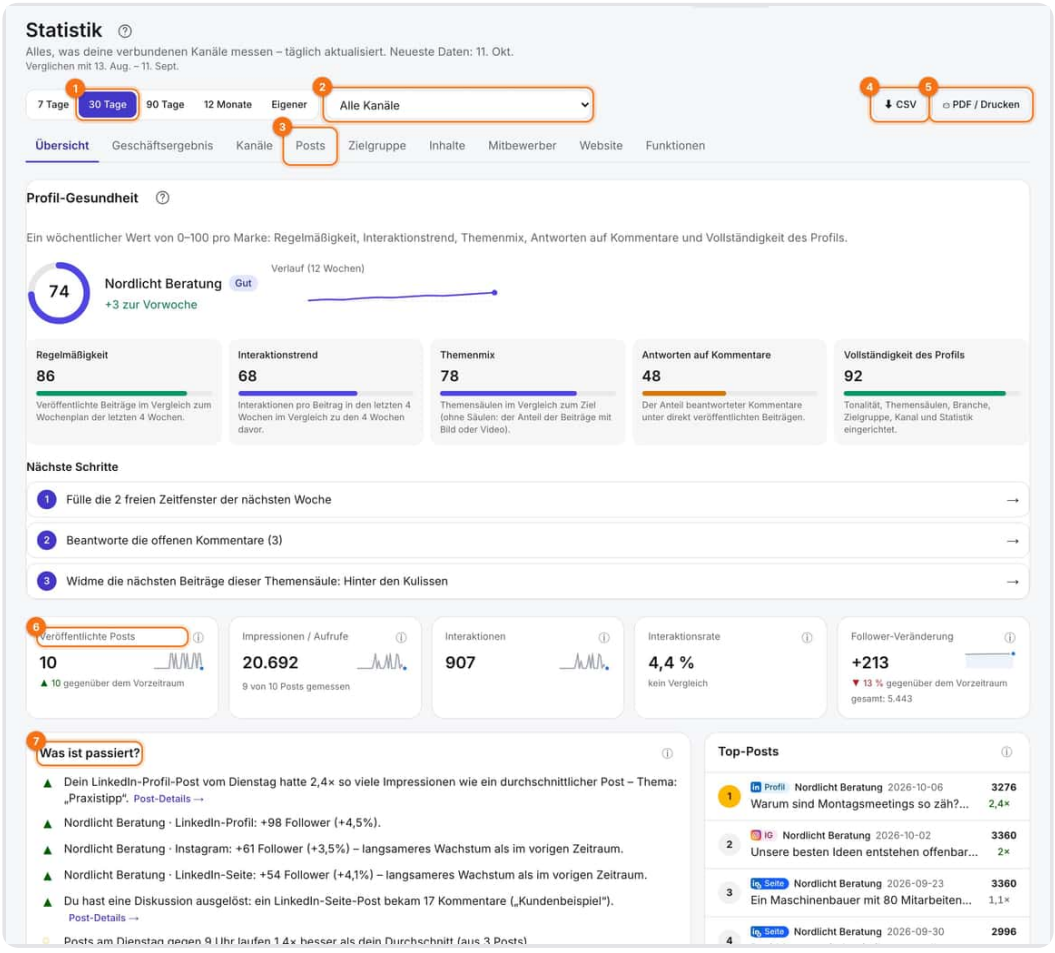



Abbildung 86 – Der Tab Übersicht der Statistik: Zeitraum, Kanalfilter, Tabs, Export, Kennzahlen und Was ist passiert?

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Zeitraum** | **7 Tage**, **30 Tage**, **90 Tage**, **12 Monate** oder **Eigener** (**Von** – **Bis** – **Übernehmen**). Jede Zahl zeigt die Veränderung gegenüber dem vorigen, gleich langen Zeitraum; unter dem Titel steht, womit verglichen wird („Verglichen mit …“). |
| 2 | **Kanal (und Marke)** | **Alle Kanäle** grenzt auf einen Kanal ein. **Alle Marken** erscheint nur, wenn du mehr als eine Marke hast. |
| 3 | **Tabs** | **Übersicht**, **Geschäftsergebnis**, **Kanäle**, **Posts**, **Zielgruppe**, **Inhalte**, **Mitbewerber**, **Website**, **Funktionen**. |
| 4 | **CSV** | Die Daten der Ansicht als CSV-Datei (z. B. für Excel). |
| 5 | **PDF / Drucken** | Das Druckfenster des Browsers – nur die Statistik kommt aufs Blatt, ohne App-Rahmen. Auch als PDF speicherbar. |
| 6 | **Kennzahlen** | **Veröffentlichte Posts**, **Impressionen / Aufrufe**, **Interaktionen**, **Interaktionsrate**, **Follower-Veränderung** – mit Google Analytics auch **Besucher aus Posts** und **Conversions**, mit Link-Tracking **Linkklicks**. Das erklärt jede Berechnung. |
| 7 | **Was ist passiert?** | Automatische Erkenntnisse aus deinen Zahlen – regelbasiert, keine KI: Ausreißer, Trends, Follower-Wachstum, beste Zeiten und Themen. |

Weiter unten: Trenddiagramme (Impressionen und Interaktionen nach Veröffentlichungstag, Follower, Anzahl der Posts), **Top-Posts**, die Heatmap **Beste Zeiten** (Wochentag × Stunde in der Zeitzone der Zielgruppe, aus den gemessenen Posts der letzten sechs Monate), der Balken **Regelmäßigkeit – im Vergleich zur Regel** und die Kanalübersicht. Ganz unten zeigt **So bekommst du noch mehr Daten**, mit welcher Verbindung du mehr bekämst (z. B. direkte Instagram- oder LinkedIn-Seiten-Verbindung), mit einem Link **Einrichten →**.

> ✔ **Tipp**
> Was bedeutet „1×“? Sayweek misst jeden Post am Durchschnitt seines eigenen Kanals: 1× = ein üblicher Post, 2× = doppelt so gut. So lassen sich ein LinkedIn- und ein Instagram-Post vergleichen. Interaktionsraten liegen plattformübergreifend meist bei 1–5 %.

## Evergreen-Kandidaten

Im Tab Übersicht listet das Panel **Evergreen-Kandidaten** deine besten älteren Posts: vor mindestens 3, 6 oder 12 Monaten veröffentlicht (die Einstellung der Marke, standardmäßig 6) und mindestens 1,25-mal besser als ein typischer Post ihres Kanals – oder von Hand als Evergreen markiert. **Frische Version** schreibt eine neue Version (neuer Einstieg, neuer Aufbau, gleiche Erkenntnis) als Entwurf in das nächste freie Zeitfenster des Kanals oder auf die Warteliste. Unter **Automatischer Monatsvorschlag** kommt der beste Kandidat der Marke zu jedem Monatsanfang von selbst zurück.




Abbildung 87 – Das Panel Evergreen-Kandidaten – leer, bis Posts alt genug sind und gemessene Statistiken haben.

> **i** Die neue Version ist wirklich ein neuer Text: Sie wird mit demselben Ähnlichkeitsmaß geprüft wie die Warnung „sehr ähnlich wie ein anderer Post“. Es braucht gemessene Statistiken (eine direkte Kanalverbindung), und jede frische Version zählt als ein geschriebener Post.

## Vergleich mit ähnlichen Unternehmen

Ebenfalls im Tab Übersicht zeigt die Karte **Vergleich mit ähnlichen Unternehmen**, was bei Unternehmen wie deinem funktioniert (gleiches Netzwerk, gleiche Branche, gleiches Land oder gleiche Sprache) – anonyme, zusammengefasste Zahlen aus mindestens 5 Workspaces – und wie deine eigenen Posts im Vergleich abschneiden.

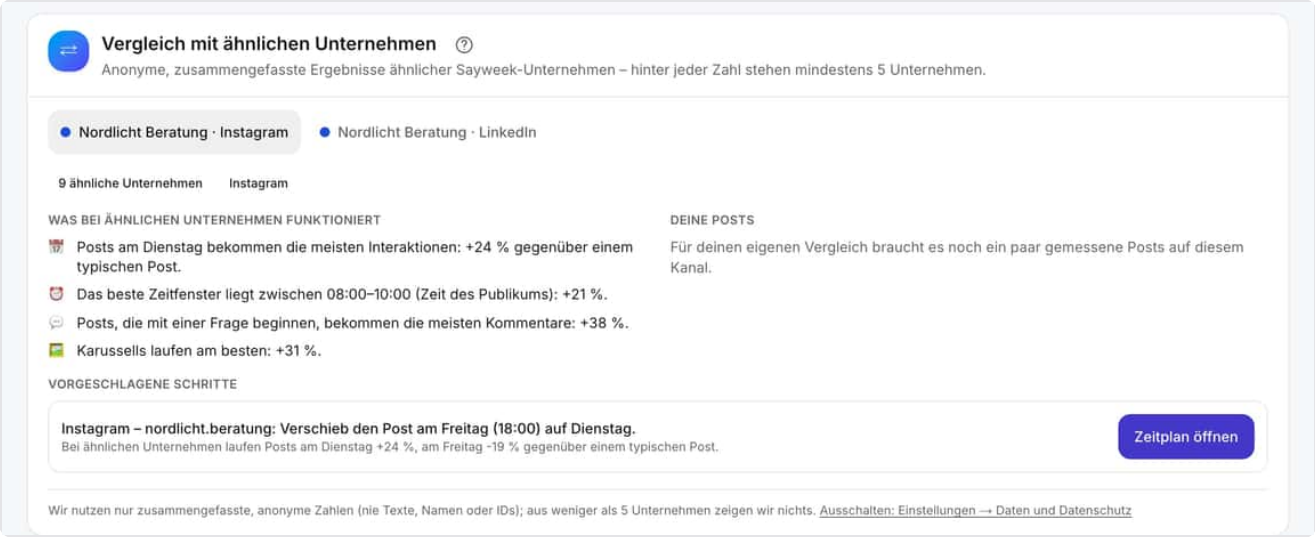



Abbildung 88 – Vergleich mit ähnlichen Unternehmen: was in der Gruppe funktioniert, deine eigenen Posts und ein vorgeschlagener Schritt.

- **Was bei ähnlichen Unternehmen funktioniert:** der stärkste Tag, das beste Zwei-Stunden-Fenster (in der Zeit deines Publikums), der Einstieg mit den meisten Kommentaren und das beste Format – in Prozent gegenüber einem typischen Post.
- **Deine Posts:** deine schwächeren und stärkeren Tage gegenüber deinem eigenen Schnitt. **Vorgeschlagene Schritte:** Liegt ein Zeitfenster auf einem schwachen Tag, auf welchen Tag du es verschiebst – **Zeitplan öffnen** öffnet den Zeitplan-Editor dieses Kanals.
- Je mehr die Karte der Marke verrät (Branche und Land unter Einstellungen → Marken & Kanäle), desto passender die Gruppe. Ist eine enge Gruppe zu klein, erscheint eine breitere.
- Es entstehen nur anonyme, zusammengefasste Zahlen – keine Texte, Namen oder IDs verlassen deinen Workspace. Du willst nicht teilnehmen? Schalte **Vergleich mit ähnlichen Unternehmen** unter **Einstellungen → Daten und Datenschutz** aus: Deine Zahlen werden sofort entfernt, und du siehst auch die der anderen nicht.

## Geschäftsergebnis: Welcher Post hat Kunden gebracht?

Der Tab **Geschäftsergebnis** zeigt, nach welchem deiner Posts ein Lead, ein Termin oder ein Deal in deinem CRM (HubSpot oder Pipedrive) entstanden ist – pro Post, Kanal, Marke und Thema, mit dem gewonnenen Wert.

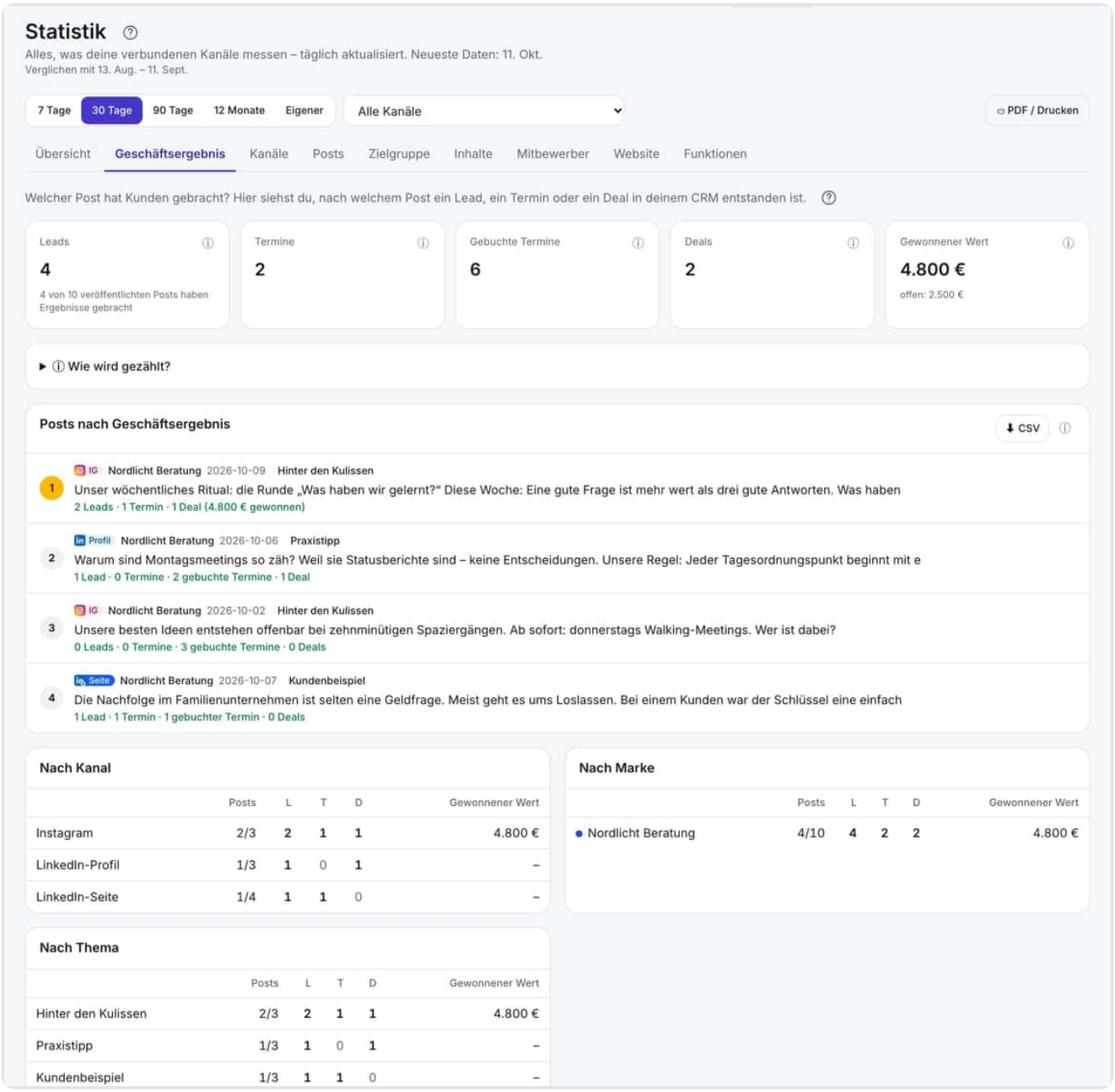



Abbildung 89 – Geschäftsergebnis: Leads, Termine, Deals und gewonnener Wert, die Posts nach Geschäftsergebnis und die Aufteilungen.

| | |
|---|---|
| **Leads · Termine · Deals · Gewonnener Wert** | Die Summen des Zeitraums; unter Gewonnener Wert der Wert der noch offenen Deals. Offene und gewonnene Deals zählen, verlorene nicht. |
| **Posts nach Geschäftsergebnis** | Deine Posts, sortiert nach dem, was sie gebracht haben (z. B. „2 Leads · 1 Termin · 1 Deal"); ein Klick öffnet die Details. **CSV** exportiert die Liste. |
| **Nach Kanal / Nach Marke / Nach Thema** | Dieselben Zahlen gruppiert – Posts mit Ergebnis von allen Posts, Leads, Termine, Deals und gewonnener Wert. |
| **Zuletzt zugeordnet** | Die neuesten CRM-Einträge, die einem Post zugeordnet wurden, mit der Quelle (HubSpot, UTM-Code oder Kurzlink). |
| **Gebuchte Termine · Buchungslinks** | Mit verbundenem Calendly oder Cal.com: die Termine, die über die Buchungslinks deiner Posts gebucht wurden, pro Post (Kapitel Integrationen). Auch Anmeldungen für einen Download-Leitfaden, die von einem Post kamen, erscheinen hier. |

| | |
|---|---|
| **Einrichtung und Messung** | **UTM-Code an jedem Link** (standardmäßig an), die verbundenen CRMs und **Jetzt prüfen** (statt auf die tägliche Prüfung zu warten). |

- **Wie ein Post einem Kunden zugeordnet wird:** Links in deinen gesendeten Posts bekommen einen UTM-Code (utm_content = die Kurz-ID des Posts). Kommt jemand über diesen Link auf deine Website und füllt ein Formular aus, speichert dein CRM, woher er kam; einmal am Tag ordnet Sayweek solche Einträge dem Post zu, und ihre Termine und Deals zählen für denselben Post. Ohne Code keine Zuordnung – geraten wird nichts.
- **Damit es funktioniert:** ein Link auf deine eigene Website im Post und auf der Website der HubSpot-Tracking-Code oder ein HubSpot-Formular (HubSpot) bzw. ein verstecktes Feld für die Seitenadresse / utm_content (Pipedrive). Zuordnen lassen sich nur Posts, die nach dem Einschalten der UTM-Codes gesendet wurden.
- Auf der Seite des Posts und in seinen Details in der Statistik: **Gebracht (zugeordnet):** – wie viele Leads, Termine und Deals er gebracht hat. Mit verbundenem CRM hat auch der Monatsbericht einen Abschnitt **Geschäftsergebnis (zugeordnet)**.

> i Das ist eine Zuordnung, kein Beweis: Sie zeigt, dass der Kunde über den Link deines Posts kam, nicht dass der Post allein ihn überzeugt hat. Sayweek liest nur aus dem CRM und speichert nur IDs, Typ, Status, Wert und Datum des Deals – nie Namen oder E-Mail-Adressen (gelöscht nach 25 Monaten).

## Der Tab Posts und die Details eines Posts

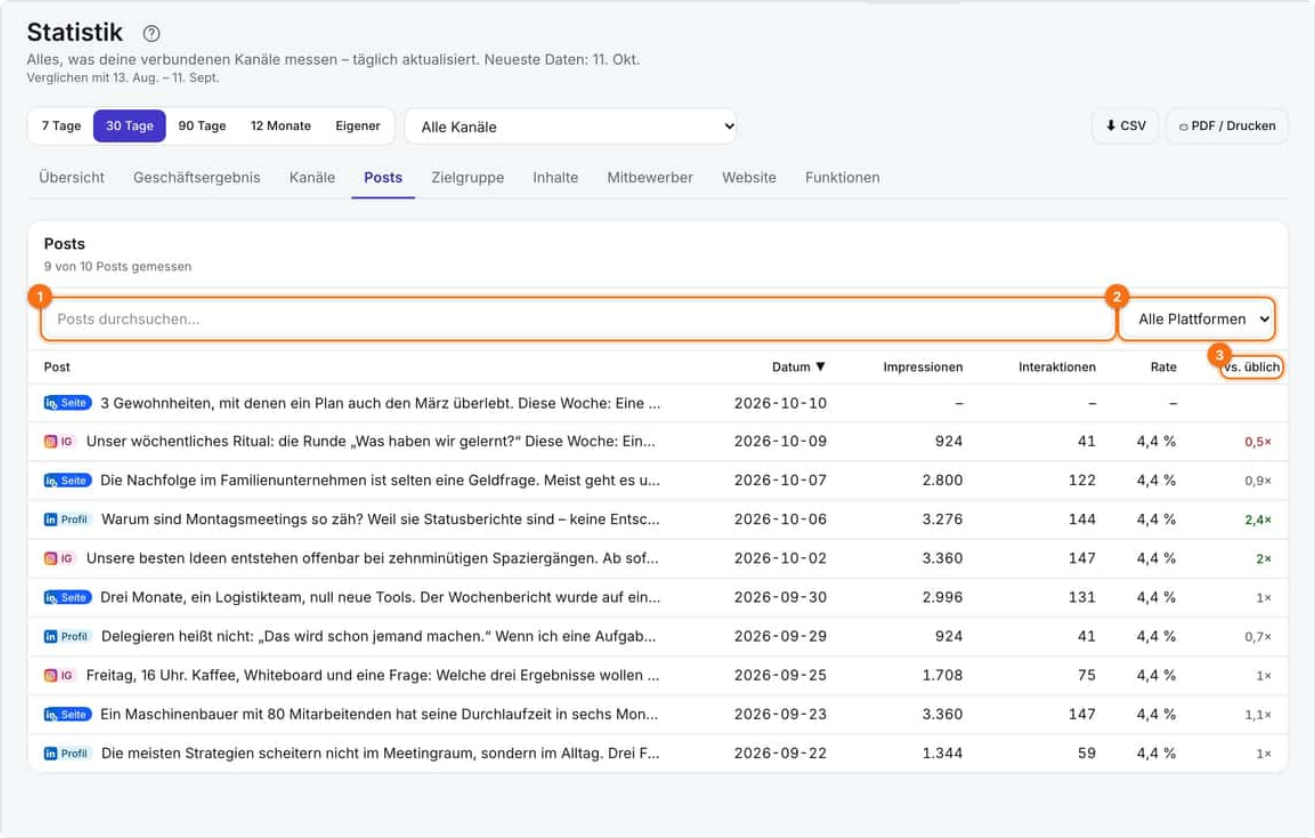



Abbildung 90 – Der Tab Posts: Suche, Plattformfilter und die sortierbare Tabelle mit dem Index „vs. üblich“.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Posts durchsuchen…** | Filtert nach dem Text des Posts. |
| 2 | **Alle Plattformen** | Die Posts einer Plattform. |

| | | |
|---|---|---|
| 3 | **vs. üblich** | Das Ergebnis des Posts im Vergleich zum Durchschnitt seines Kanals. Auf größeren Bildschirmen sortierst du per Klick auf einen Spaltenkopf (Datum, Impressionen, Interaktionen, Rate, vs. üblich). |

Ein Klick auf eine Zeile öffnet die Details des Posts: **Tag für Tag** (eine Zeitleiste aus den täglichen Messungen), **Reaktionen nach Art** und mit Google Analytics **Website (Google Analytics)**. Von dort führt **Auf der Plattform öffnen ↗** zum Netzwerk und **Post öffnen** in den Editor.

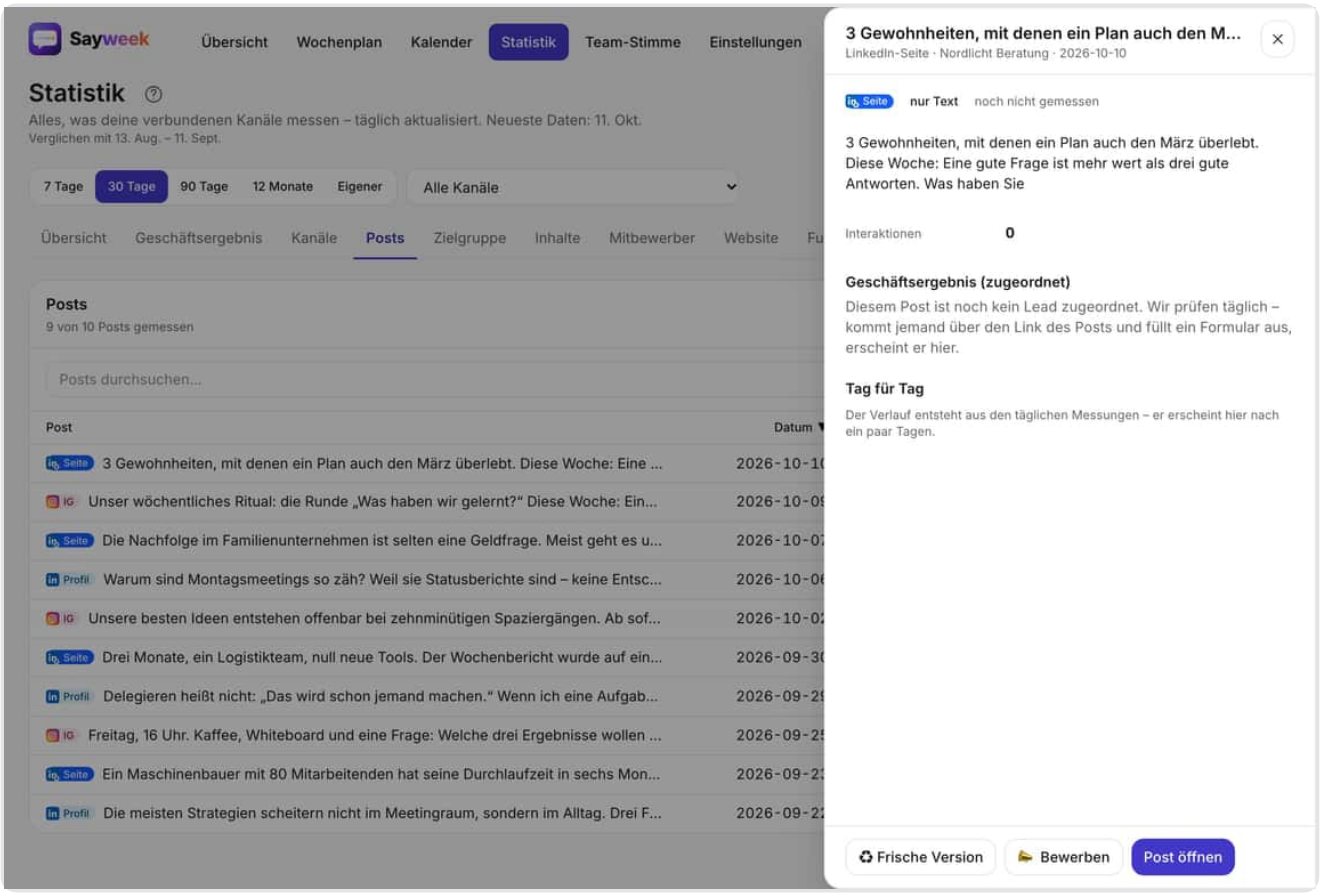



Abbildung 91 – Die Details eines Posts in der Statistik: Zeitleiste, Reaktionen und die Buttons zur Plattform und zum Editor.

## Die übrigen Tabs

| | |
|---|---|
| **Kanäle** | Tägliche Daten je Kanal (Follower, Impressionen, Reichweite…) – was die Plattform liefert – und die Top-Posts des Kanals. |
| **Zielgruppe** | Land, Stadt, Alter, Geschlecht, Berufsfeld, Branche – nur von direkt verbundenen LinkedIn-Seiten, Instagram und YouTube, wöchentlich aktualisiert. Postiz liefert so etwas nicht; Instagram zeigt es ab 100 Followern. |
| **Inhalte** | Was funktioniert, nach Themensäule, Art des Einstiegs, Format, Länge, Zahl der Hashtags und Wochentag. Je Gruppe sind mindestens 2 gemessene Posts nötig. |
| **Mitbewerber** | Vergleicht Mitbewerber auf Basis deines direkt verbundenen Instagram-Kontos (Follower, Interaktionsrate, Posts pro Woche) und enthält den **Themenlücken-Radar** (siehe unten). Im Tab **Zielgruppe** steht außerdem der **LinkedIn-Profil-Check** (siehe unten). |
| **Website** | Mit Google Analytics 4: **Besuche aus Posts**, **Engagiert**, **Conversions**, **Umsatz**, die Posts, die Besucher brachten, und Social-Besuche pro Tag. |

| | |
|---|---|
| **Funktionen** | Wie die Funktionen von Sayweek für dich arbeiten: Trichter der Ideenquellen (Idee → Entwurf → veröffentlicht → Interaktionen), Wochen-Interview, Team-Stimme, Empfehlungen, Compliance, Grafiken und API – mit eigenem Export **Alle Daten (CSV)**. |

> **i** Was die Plattformen nicht herausgeben: die Demografie der Follower eines LinkedIn-Profils, TikTok-Follower, die Facebook-Zielgruppe (seit 2024) und eindeutige Besucher von LinkedIn-Seiten. Deshalb erscheinen sie auch in Sayweek nicht.

## LinkedIn-Profil-Check

Im Tab **Zielgruppe** prüft die Karte **LinkedIn-Profil-Check** dein Profil: Ist klar, wem du wobei hilfst, packen die ersten Zeilen, gibt es Belege und eine Handlungsaufforderung – und passt es zu dem, worüber du postest?

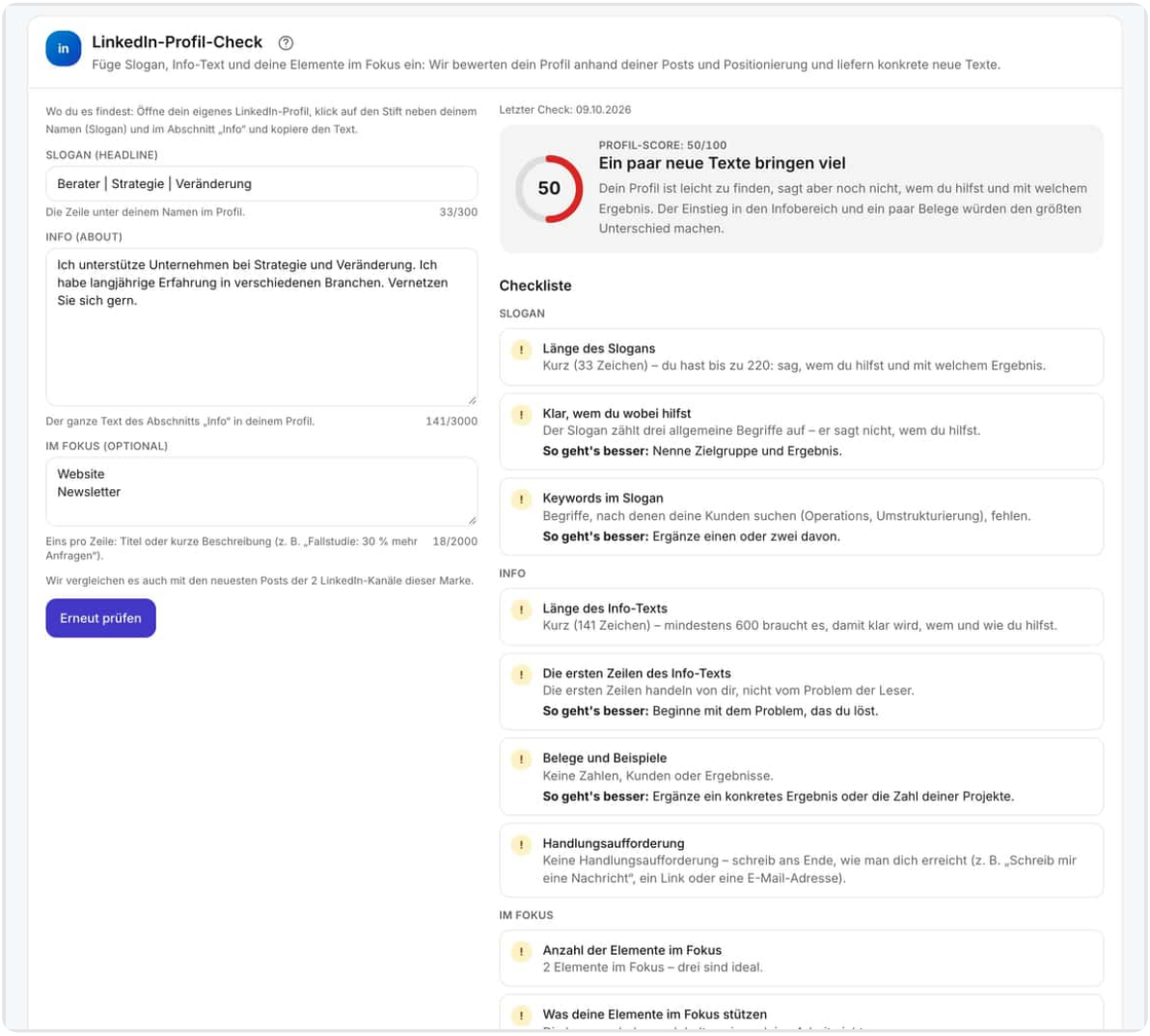



Abbildung 92 – Der LinkedIn-Profil-Check: das eingefügte Profil, der Score, die Checkliste und neue Texte zum Kopieren.

1. Öffne dein eigenes LinkedIn-Profil und kopiere deinen Slogan (die Zeile unter deinem Namen) und den Text deines Abschnitts Info.
2. Füge beides in die Karte ein; unter **Im Fokus (optional)** trägst du pro Zeile den Titel eines Elements ein.
3. Klick auf **Profil prüfen** (später **Erneut prüfen**). Nach einer halben Minute bekommst du einen Score von 0–100 und die Checkliste (Slogan, Info, Im Fokus, Posts).

4. Übernimm die **Slogan-Ideen**, die ersten Zeilen und den neu geschriebenen Info-Text mit **Kopieren** zu LinkedIn.

> i LinkedIn erlaubt Apps nicht, dein Profil auszulesen, deshalb wird nur geprüft, was du einfügst, und in dein Profil wird nichts geschrieben. Keine erfundenen Kunden oder Zahlen: Wo ein Beleg fehlt, bekommst du einen Platzhalter wie [X Kunden]. Der letzte Check wird pro Marke gespeichert.

## Themenlücken-Radar

Im Tab **Mitbewerber** liest der **Themenlücken-Radar** die öffentlichen Inhalte von bis zu 3 Mitbewerbern pro Marke und vergleicht sie mit deinen eigenen Posts und Themensäulen.

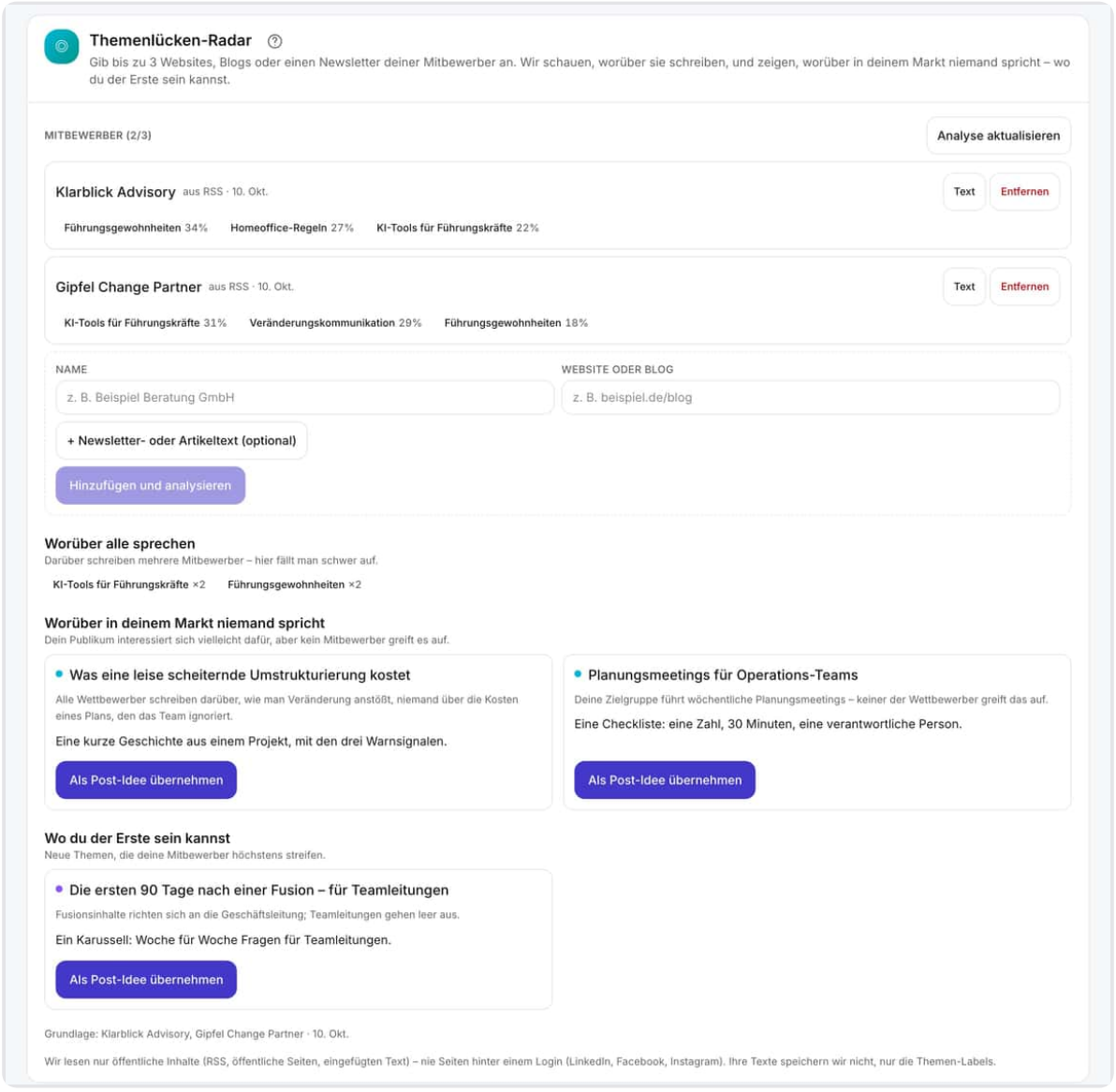



Abbildung 93 – Der Themenlücken-Radar: zwei Mitbewerber mit ihren Themen, dann worüber alle sprechen, worüber niemand spricht und wo du der Erste sein kannst.

1. Gib Name und Website oder Blog des Mitbewerbers ein; hat er einen Newsletter, kannst du mit **+ Newsletter- oder Artikeltext (optional)** dessen Text einfügen. Klick auf **Hinzufügen und analysieren**.
2. Sieh dir seine Themen an, dann die drei Listen: **Worüber alle sprechen**, **Worüber in deinem Markt niemand spricht** und **Wo du der Erste sein kannst**.

3. Klick bei einer Idee auf **Als Post-Idee übernehmen**: Sie landet mit einem Zeitfenster-Vorschlag in der Ideenbox.

> i Gelesen werden nur öffentliche Inhalte (RSS-Feeds, öffentliche Seiten, unter Beachtung von robots.txt) und was du einfügst – nie Seiten hinter einem Login (LinkedIn, Facebook, Instagram). Die Texte der Mitbewerber werden nicht gespeichert, nur kurze Themen-Labels. Die Analyse aktualisiert sich jede Woche; **Analyse aktualisieren** startet sie sofort. Sayweek kopiert ihre Posts nicht – es schlägt vor, was sie nicht aufgreifen, aus deiner eigenen Erfahrung.

## Profil-Gesundheit

Ganz oben im Tab **Übersicht** (und kompakt auf der Startseite) gibt die Karte **Profil-Gesundheit** jeder Marke einen Wert von 0–100, jede Woche aktualisiert, mit einem 12-Wochen-Verlauf und drei konkreten nächsten Schritten. Auch die Montags-Zusammenfassung per E-Mail enthält ihn.

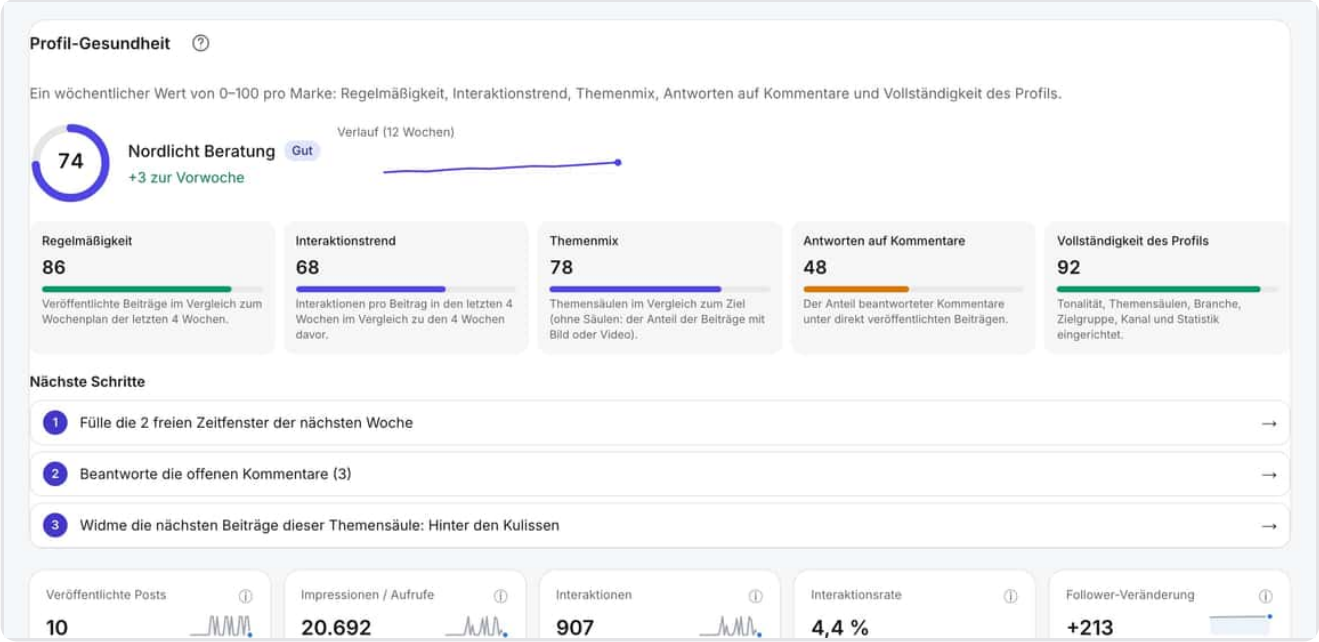



Abbildung 94 – Profil-Gesundheit: der Wert und seine Veränderung, der Verlauf, die fünf Teile und die nächsten Schritte.

| | |
|---|---|
| **Regelmäßigkeit** | Die in den letzten 4 Wochen veröffentlichten Posts im Vergleich zum Wochenplan, und ob es jede Woche einen gab. |
| **Interaktionstrend** | Interaktionen pro Post in den letzten 4 Wochen im Vergleich zu den 4 Wochen davor. |
| **Themenmix** | Deine Themensäulen im Vergleich zu ihren Zielen; ohne Säulen der Anteil der Posts mit Bild oder Video. |
| **Antworten auf Kommentare** | Der Anteil beantworteter Kommentare unter direkt veröffentlichten Posts. |
| **Vollständigkeit des Profils** | Tonalität, Themensäulen, Branche, Zielgruppe, Veröffentlichungsweg und Statistik eingerichtet. |
| **Nächste Schritte** | Drei Aktionen, die hilfreichste zuerst – jede öffnet mit einem Klick die richtige Stelle (freie Zeitfenster, Statistik, Markeneinstellungen). |

> i Lässt sich ein Teil noch nicht messen (kein früherer Zeitraum, keine lesbaren Kommentare), steht dort **Noch nicht messbar**, und der Wert ergibt sich aus den anderen Teilen – Sayweek rät nie. 80 und mehr ist stark, 60–79 gut, 40–59 ausbaufähig, unter 40 braucht es Aufmerksamkeit. Die Montags-Zusammenfassung per E-Mail schaltest du unter **Einstellungen → Erinnerungen** aus.

## Ein Leitfaden zum Download aus deinen besten Posts

Aus deinen erfolgreichsten Posts zu einem Thema schreibt Claude einen PDF-Leitfaden in deinem Branding – Titelseite, Inhaltsverzeichnis, Einleitung, ein Kapitel pro Post und ein Handlungsaufruf – mit eigener Download-Seite, auf der man ihn für seine E-Mail-Adresse bekommt (Double-Opt-in). Du öffnest ihn über die Statistik-Übersicht oder die ⌘K-Suche (**Leitfaden zum Download**).

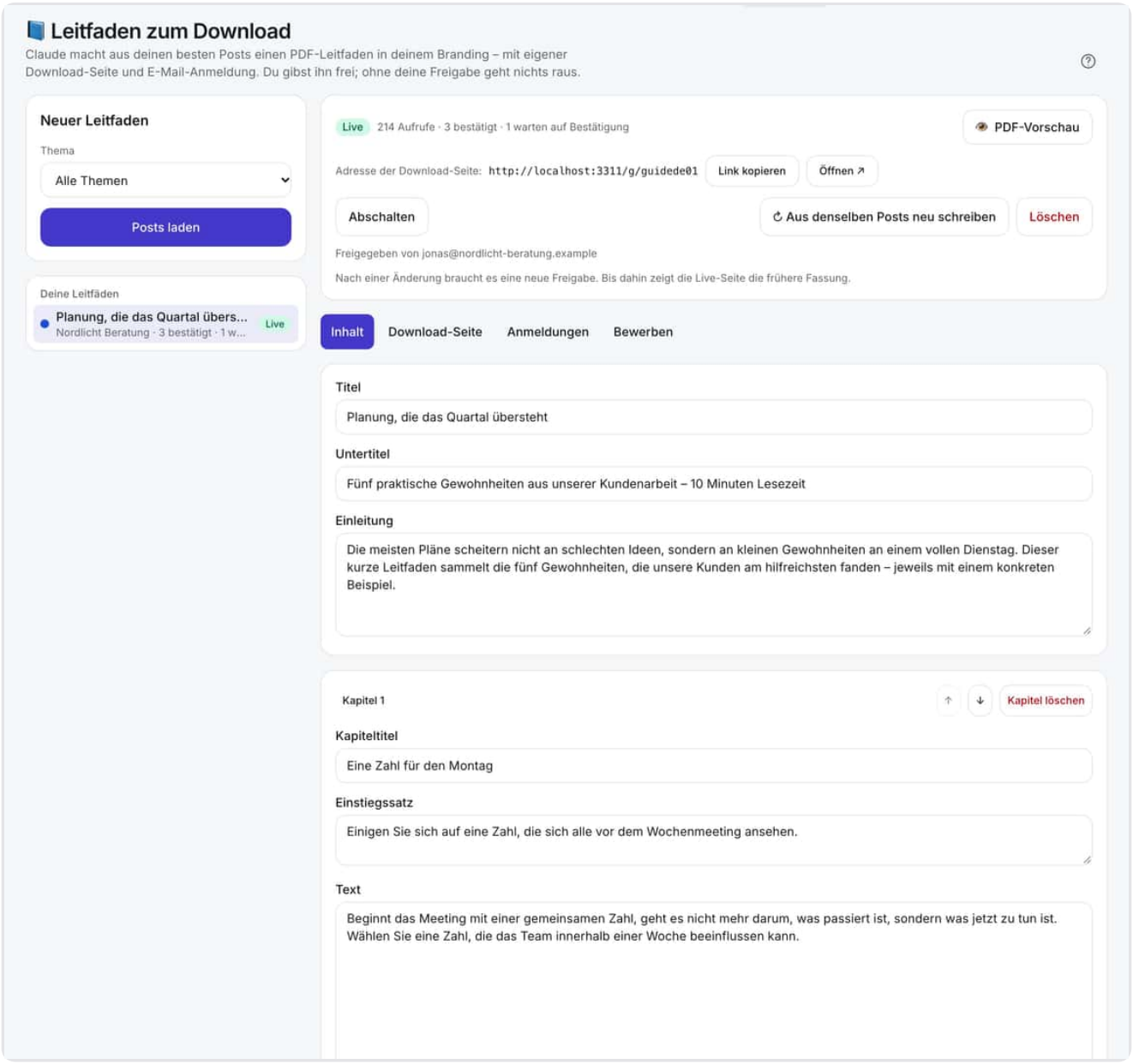



Abbildung 95 – Leitfaden zum Download: ein Leitfaden im Live-Zustand mit der Adresse seiner Download-Seite, den vier Tabs und dem bearbeitbaren Inhalt.

1. Wähle unter **Neuer Leitfaden** die Marke und das Thema (deine Themensäulen oder alle Themen) und klick auf **Posts laden** – deine veröffentlichten Posts des letzten Jahres, sortiert nach ihrer Statistik; die besten fünf sind vorausgewählt.

2. Wähle 3–10 Posts und klick auf **Leitfaden schreiben** (ein paar Sekunden bis eine Minute; zählt als eine KI-Generierung). Claude erfindet keine Fakten, Zahlen oder Kundennamen.
3. **Inhalt**: Schreib jeden Text um, ordne Kapitel neu oder lösche sie, setz den Link des Handlungsaufrufs (z. B. deine Terminbuchung); **PDF-Vorschau** zeigt die aktuelle Fassung. **Download-Seite**: Überschrift, Unterzeile, die Punkte unter „Was steckt drin?“, der Verantwortliche und der Link zu deiner Datenschutzerklärung.
4. **Freigeben** (braucht Freigaberechte), dann **Download-Seite live schalten** – bis dahin ist nichts öffentlich. Spätere Änderungen erscheinen erst auf der Live-Seite, wenn du sie erneut freigibst und veröffentlichst.

- **Anmeldungen** – wer sich angemeldet und bestätigt hat, wie oft heruntergeladen wurde und über welchen Link die Person kam; CSV-Export, jede Anmeldung lässt sich löschen. Wenn du es einschaltest, gehen bestätigte Anmeldungen auch an dein verbundenes HubSpot oder Pipedrive (nur E-Mail-Adresse und Vorname).
- **Bewerben** – Claude schreibt 3–4 Posts mit dem Link zur Download-Seite aus verschiedenen Blickwinkeln; sie kommen als Entwürfe in die nächsten zwei Wochen und warten auf Freigabe.
- Spamschutz: ein verstecktes Fallen-Feld, eine Zeitprüfung und Limits pro Adresse, IP und Leitfaden. Unbestätigte Anmeldungen werden nach 7 Tagen gelöscht; jede E-Mail enthält einen Link zum Löschen der eigenen Daten, und wer den Leitfaden löscht, löscht alle seine Anmeldungen. Mit einer eigenen verifizierten Domain (Agency-Tarif) läuft die Seite dort.

## Erwähnungen: was über dich gesagt wird

Die Seite **Erwähnungen** (/emlitesek) beobachtet öffentliche News, Blogs und die Kommentare unter deinen eigenen Posts auf deine Firma, deine Marke und deinen Namen – alle drei Stunden – und sagt Bescheid, wenn es wichtig ist. Sayweek postet nie: Du kopierst die Antwortidee und sendest sie selbst.

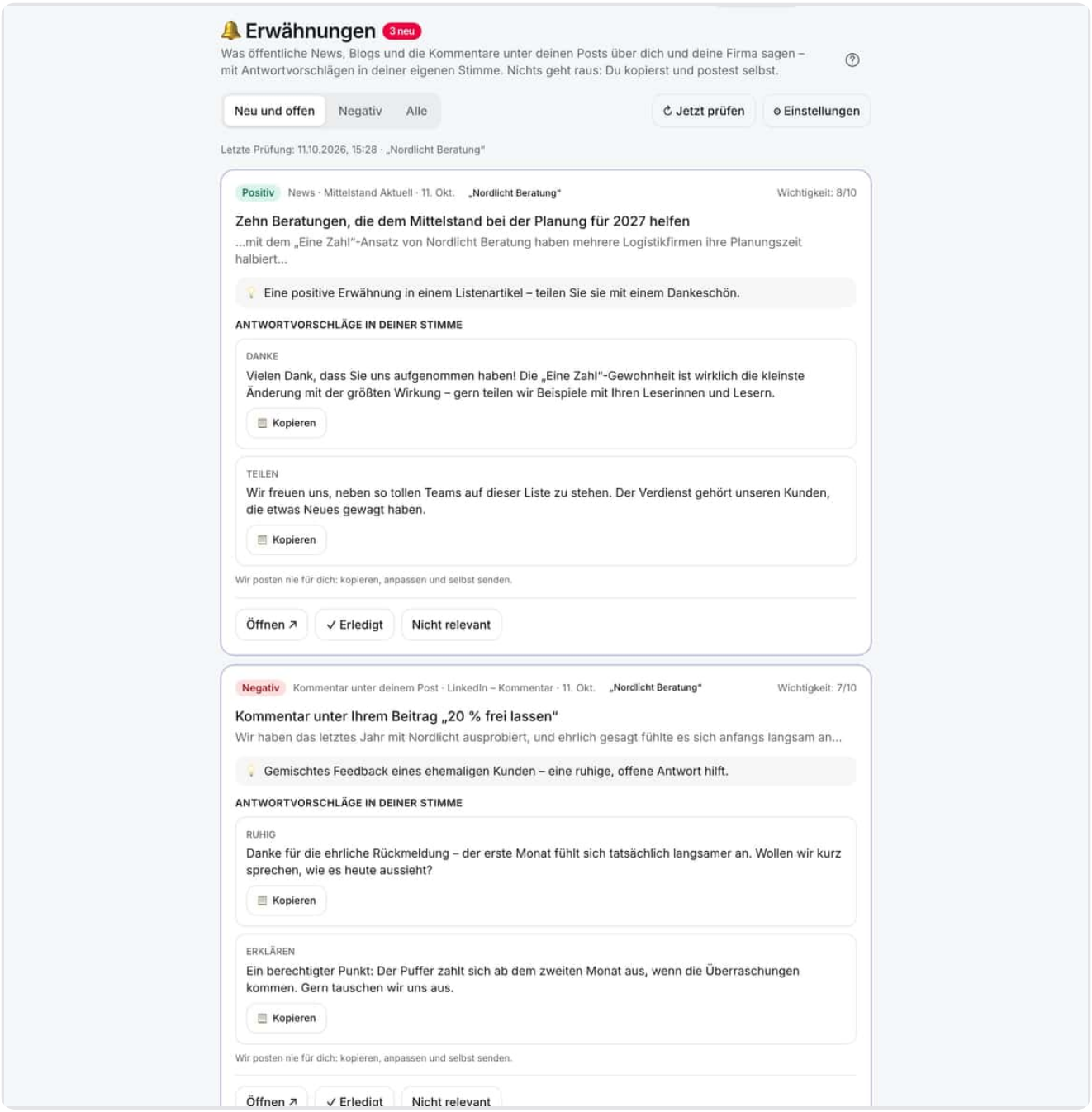



Abbildung 96 – Erwähnungen: Stimmung, Quelle und Wichtigkeit, eine Zeile zum Warum, zwei Antwortideen in deiner Stimme und die Buttons der Karte.

- Einrichten: Die Seite schlägt die Namen deiner Marken vor; ändere sie oder füge bis zu 10 Namen hinzu (Firma, Marke, Produkt, dein eigener Name), dann **Beobachtung starten**. Unter **Einstellungen** findest du Ausschlusswörter, eigene RSS-Feeds, Benachrichtigungen und Ruhezeiten.
- Quellen: Google News (exakte Suche in den letzten sieben Tagen), deine eigenen Feeds und die Kommentare unter deinen direkt veröffentlichten LinkedIn-, Facebook- und Instagram-Posts. Namen werden als ganze Wörter gesucht; ein Ausschlusswort lässt den Treffer wegfallen.
- Eine Karte: **Positiv** / **Neutral** / **Negativ**, Wichtigkeit 1–10 (negative und wichtige zuerst), warum es wichtig ist, und **Antwortvorschläge in deiner Stimme** mit **Kopieren**. **Öffnen ↗**, **✓ Erledigt** oder **Nicht relevant**; die Tabs **Neu und offen**, **Negativ**, **Alle**; **Jetzt prüfen** schaut sofort nach.
- Benachrichtigungen: eine Push-Benachrichtigung bei einer wichtigen neuen Erwähnung (höchstens drei pro Tag), eine tägliche E-Mail-Zusammenfassung zu deiner Erinnerungszeit, Telegram, wenn verknüpft – in den Ruhezeiten nichts davon.

> i Gelesen werden nur öffentliche Quellen. Den Text von Erwähnungen aus Kommentaren löschen wir nach 48 Stunden (der Link bleibt), jede Erwähnung nach 90 Tagen.

## Anzeigen: einen Post bewerben (demnächst)

Auf der Seite **Anzeigen** wirst du deine erfolgreichsten Posts auf Facebook, Instagram und LinkedIn-Seiten mit einem Klick als bezahlte Anzeigen bewerben können – der Post selbst bleibt gleich, das Netzwerk zeigt ihn mehr Menschen. Bis Meta und LinkedIn die Anzeigen-Berechtigungen freigeben, zeigt die Seite den Zustand „Demnächst“.

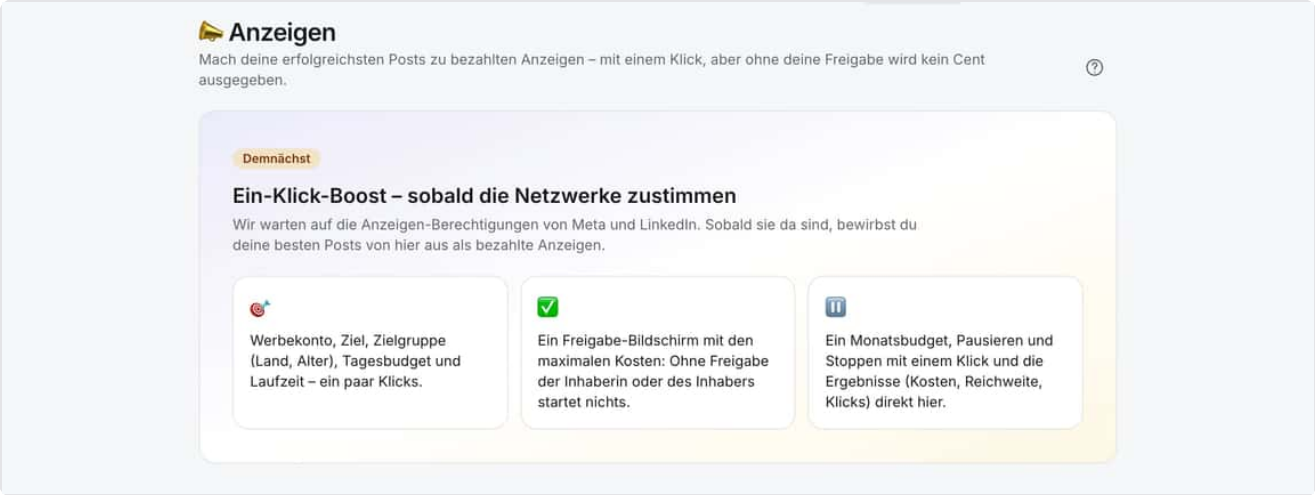



Abbildung 97 – Die Seite Anzeigen, solange die Freigabe der Netzwerke aussteht.

- Du wählst das Werbekonto, das Ziel (**Mehr Reaktionen**, **Mehr Menschen erreichen**, **Besuche auf deiner Website**), eine Zielgruppe, ein Tagesbudget und die Tage; **Höchstens insgesamt** zeigt, wie viel maximal ausgegeben werden kann.
- Nichts startet ohne Freigabe: Nur der Inhaber gibt den angezeigten Betrag frei, innerhalb eines monatlichen Werbebudgets, das der Inhaber festlegt – und derselbe Höchstbetrag wird auch im Netzwerk als Limit gesetzt. Abgerechnet wird über dein eigenes Werbekonto; Sayweek hat nie mit dem Geld zu tun.

## Die Seite Wachposten: Krisenbremse, kritische Kommentare, zweite Chance

Die Seite **Wachposten** (/figyelo) sammelt, was jetzt deine Aufmerksamkeit braucht. Ohne deinen Klick geht nichts raus und hält nichts an.

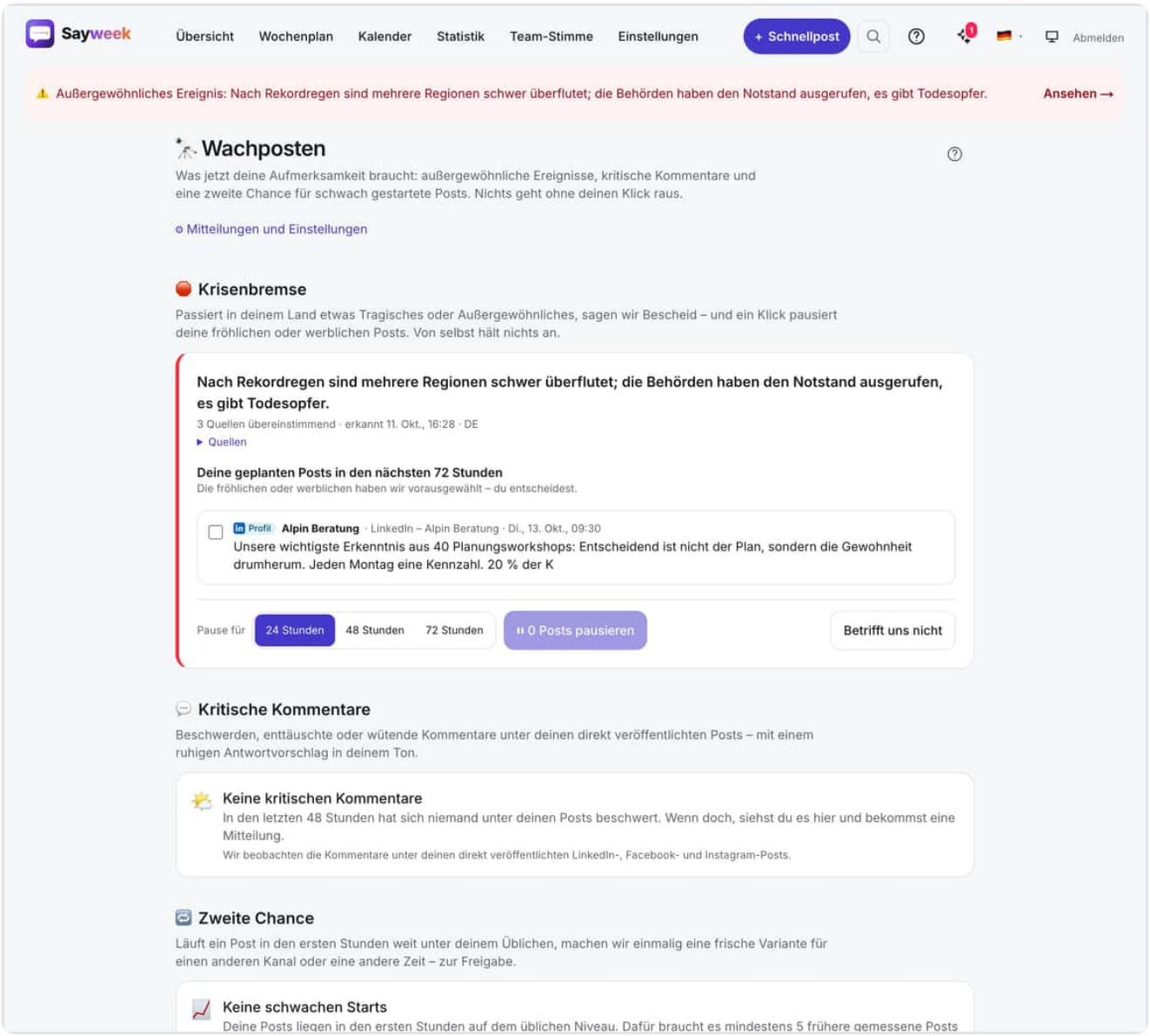



Abbildung 98 – Krisenbremse: der rote Balken auf jeder Seite, das Ereignis mit seinen Quellen und die geplanten Posts der nächsten 72 Stunden.

- **Krisenbremse** – Sayweek beobachtet die öffentlichen Schlagzeilen der Länder deiner Marken (Top-Meldungen von Google News und landesweite Nachrichtenseiten). Es zählt nur ein Ereignis, über das mindestens drei Quellen berichten und das zu den schwersten zählt. Du bekommst eine Mitteilung und einen roten Balken; unter **Deine geplanten Posts in den nächsten 72 Stunden** sind die fröhlichen oder werblichen vorausgewählt. Wähle **24 Stunden**, **48 Stunden** oder **72 Stunden** und klick auf **N Posts pausieren** – danach gehen sie von selbst wieder raus, oder früher mit **▶ Jetzt fortsetzen**. **Betrifft uns nicht** schließt es.

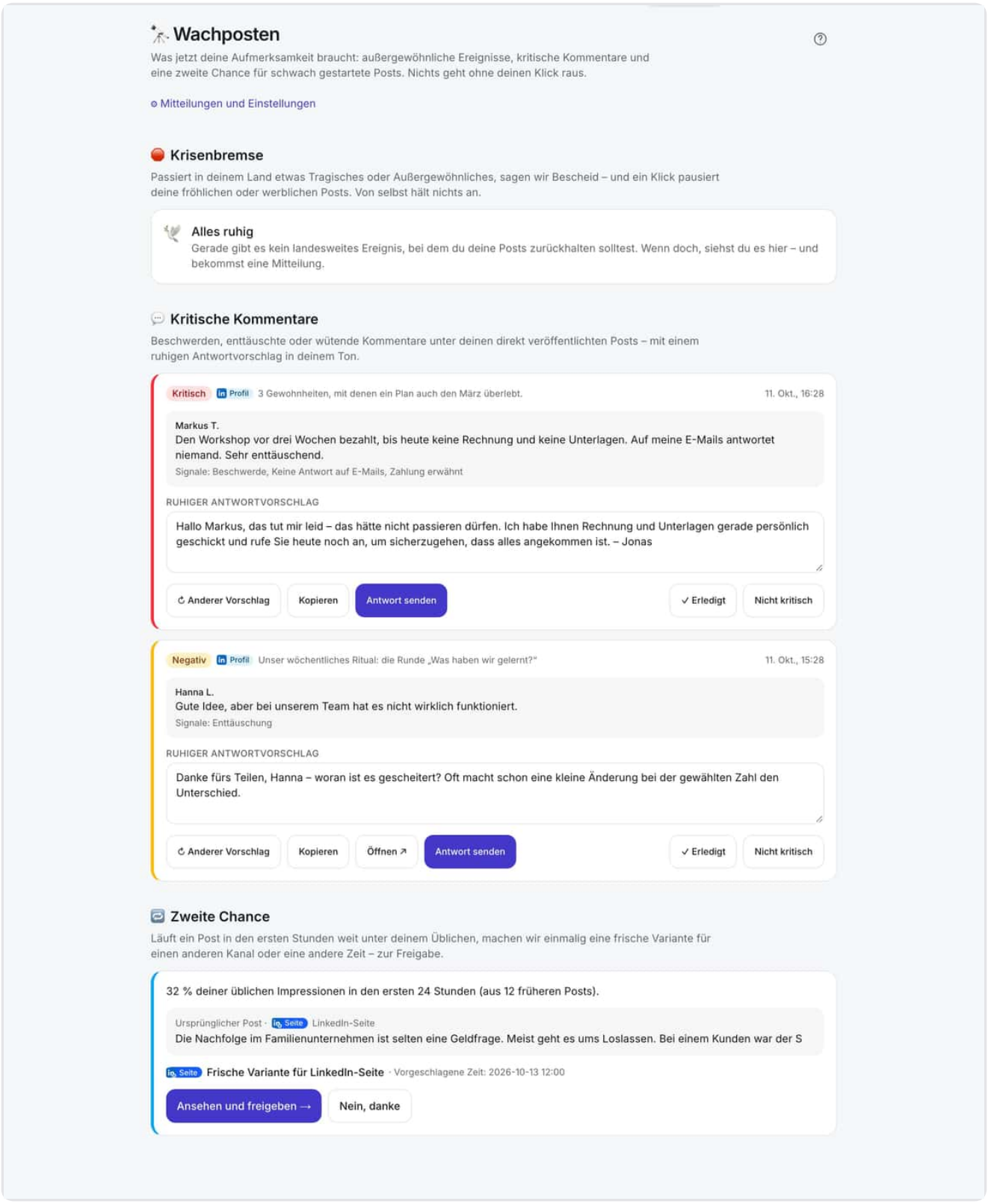



Abbildung 99 – Kritische Kommentare mit einem ruhigen Antwortvorschlag und eine zweite Chance für einen schwach gestarteten Post.

- **Kritische Kommentare** – stündlich liest Sayweek die neuen Kommentare unter deinen direkt veröffentlichten LinkedIn-, Facebook- und Instagram-Posts. **Kritisch** (eine Beschwerde, Rede von Erstattung oder rechtlichen Schritten, Wut) meldet sich sofort – nach deinen Ruhezeiten; **Negativ** erscheint nur hier. Ein **Ruhiger Antwortvorschlag** wartet in deiner Stimme: ändere ihn, **↻ Anderer Vorschlag**, **Kopieren** oder **Antwort senden**; danach **✔ Erledigt** (oder **Nicht kritisch**).

- **Zweite Chance** – 4 bis 48 Stunden nach der Veröffentlichung bekommt ein Post, der nicht einmal die Hälfte der üblichen ersten Zahlen seines Kanals erreicht (auf Basis von mindestens 5 früheren Posts), eine frische Variante – mit neuem Einstiegssatz und Blickwinkel, für einen anderen Kanal der Marke oder eine spätere Zeit. **Ansehen und freigeben** → oder **Nein, danke**; die Variante ist immer ein Entwurf.

> ✔ **Tipp**
> Automatisches Zurückhalten, die Benachrichtigungskanäle und die Ruhezeiten findest du auf der Karte **Wächter** unter **Einstellungen → Erinnerungen** (Kapitel Benachrichtigungen).

## Was Sayweek gelernt hat

Unten im Tab Übersicht fasst die Karte **Was Sayweek gelernt hat** zusammen, was Sayweek aus deinen Änderungen und den Ergebnissen deiner Posts abgeleitet hat. Standardmäßig ist sie auf eine Zeile eingeklappt („5 gelernte Regeln · 2 funktionierende Muster"); **Details zeigen** klappt sie auf – der Browser merkt sich die Wahl. Dieselbe Karte erscheint auch auf der Startseite (Übersicht).

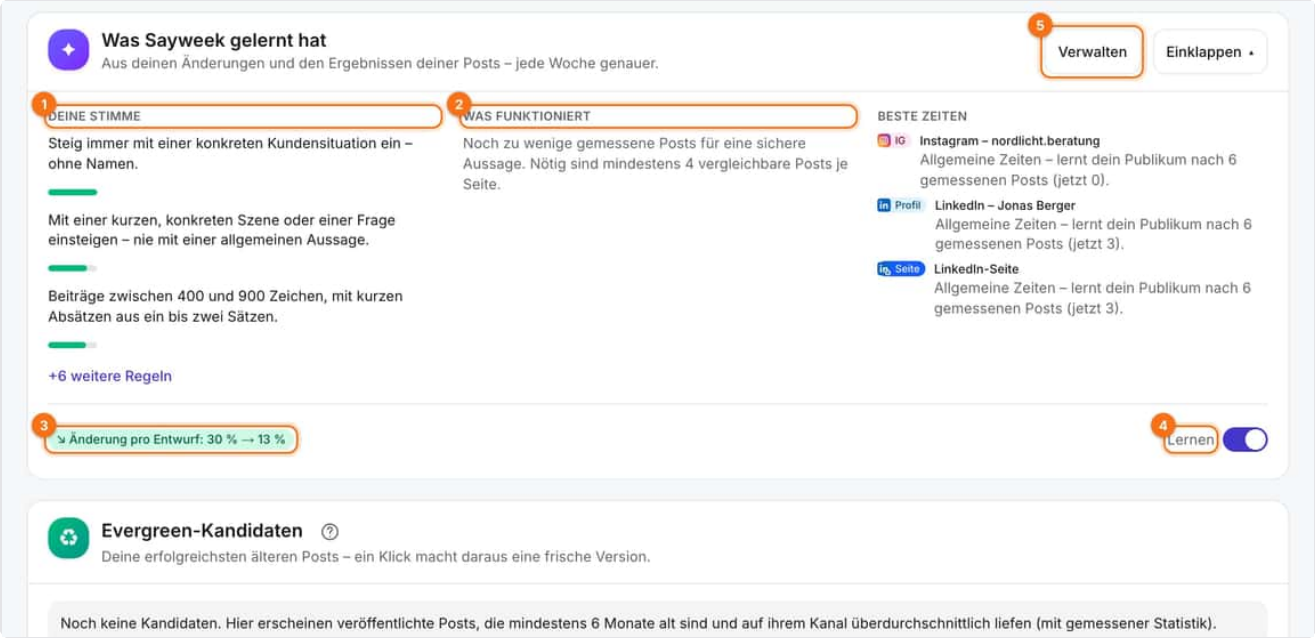



Abbildung 100 – Die Karte Was Sayweek gelernt hat, aufgeklappt: deine Stimme, was funktioniert, beste Zeiten und der Trend der Änderungen.

| | |
|---|---|
| 1 **Deine Stimme** | Die aus deinen Änderungen gelernten Stilregeln (z. B. „Kürzere Posts…", „Wenige Emojis…"). Der Rest hinter **+n weitere Regeln**. |
| 2 **Was funktioniert** | Muster aus gemessenen Ergebnissen (Thema, Einstieg, Format…), jeweils mit Sicherheit: **deutliches Signal** oder **erstes Signal**. Nötig sind mindestens 4 vergleichbare Posts je Seite – bis dahin: „Noch zu wenige gemessene Posts…". |
| 3 **Änderung pro Entwurf** | Die 4 Wochen davor vs. die letzten 4 Wochen: wie viel du an Claudes Entwürfen umgeschrieben hast. Je niedriger, desto besser trifft Sayweek deine Stimme (z. B. 31 % → 13 %). |
| 4 **Lernen** | Ein Schalter pro Marke. Aus: Posts, Ideen und Zeiten folgen den allgemeinen Regeln, und es wird nichts Neues gelernt. |
| 5 **Verwalten** | Führt zu den gelernten Regeln auf der Seite Marken & Kanäle. |

**Beste Zeiten** zeigt je Kanal, wann deine Posts am besten laufen. Bei mehreren Marken wechselst du oben auf der Karte mit der Liste **Marke**.

## Die gelernten Regeln verwalten

Unten auf **Einstellungen → Marken & Kanäle** siehst und bearbeitest du im Bereich **Das hat Sayweek aus deinen Änderungen gelernt** jede Regel einzeln. Wenn du Entwürfe umschreibst oder löschst, lernt Sayweek, wie du schreibst – gespeichert wird nur die Stilregel, nie deine Texte.

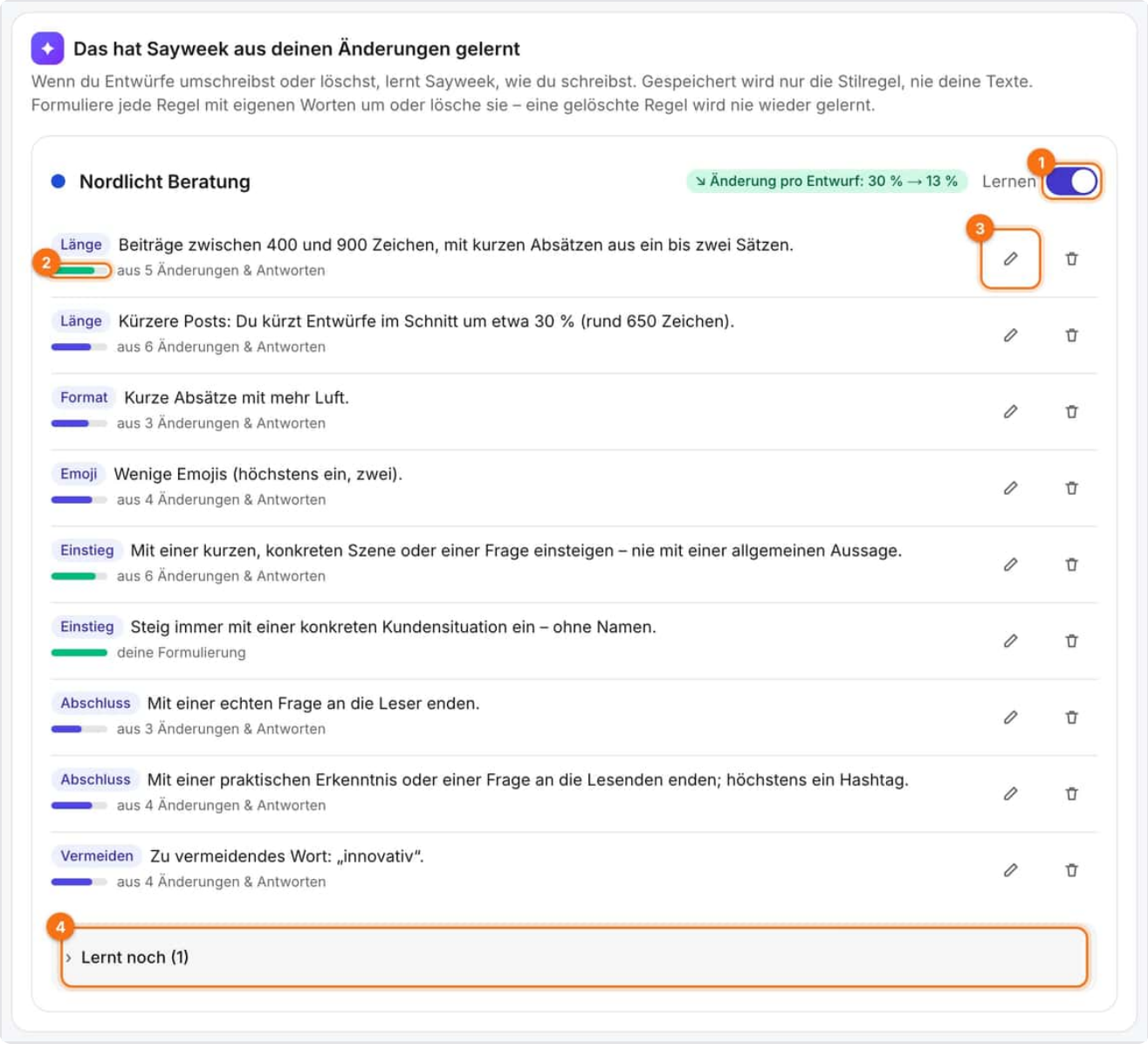



Abbildung 101 – Das hat Sayweek aus deinen Änderungen gelernt: Lernschalter je Marke, die Regeln mit ihrer Sicherheit und die Regeln, die noch gelernt werden.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Lernschalter** | **Lernen für diese Marke an** – aus: Es wird nichts Neues gelernt und nichts Gelerntes genutzt. |
| 2 | **Sicherheit** | Jede Regel hat einen kleinen Balken und **Sicherheit: n %**, dazu, aus wie vielen Änderungen oder Antworten sie stammt („aus 4 Änderungen & Antworten“). |

| | | |
|---|---|---|
| 3 | **Umformulieren** | Formuliere die Regel in eigenen Worten – Sayweek folgt ihr dann immer, und das Lernen überschreibt sie nicht („deine Formulierung“). **Löschen** entfernt sie: Eine gelöschte Regel wird nie wieder gelernt (**Rückgängig** holt sie sofort zurück). |
| 4 | **Lernt noch** | Muster mit noch zu wenigen Signalen – sie werden erst genutzt, wenn Sayweek sie mehrmals gesehen hat. |

i Aus einer einzelnen Änderung wird nie sofort eine Regel: Nötig sind mindestens 2 (bei einzelnen Wörtern 3) übereinstimmende Signale, und widersprüchliche Änderungen senken die Sicherheit. Kleine Korrekturen (ein Tippfehler, ein, zwei Wörter) zählen nicht. Die gelernten Regeln bleiben in deinem eigenen Workspace.

✔ **Tipp**

Im Editor eines veröffentlichten Posts sagt die Leiste oben immer, was mit ihm passiert ist (z. B. „Auf LinkedIn veröffentlicht.“ mit dem Link **Ansehen ↗**). Auf der Seite des Posts zeigt der Bereich **Ergebnisse** die Zahlen der letzten täglichen Messung (Impressionen, Reaktionen, Kommentare…), mit **Im Netzwerk öffnen ↗** und **Details in der Statistik →**; solange nichts gemessen ist: „Noch nichts gemessen – die Statistiken werden täglich aktualisiert.“

Für eine gebrandete Monatszusammenfassung für Kunden nutzt du **Einstellungen → Monatsbericht** (ab Pro) – mit verbundenem CRM enthält er einen Abschnitt **Geschäftsergebnis (zugeordnet)**.

## Monatlicher Newsletter

Auf der Seite **Newsletter** (/hirlevel – auch über die Karte unten in der Statistik) entwirft Claude pro Marke einen monatlichen Newsletter aus den erfolgreichsten Posts des Monats (bis zu 5): drei Betreffzeilen, Vorschautext, Einleitung, pro Post eine Überschrift und Zusammenfassung mit Link, ein Call-to-Action und ein Abschluss – in der Sprache der Marke und in deiner Stimme. Nichts geht raus, bevor du ihn freigibst.

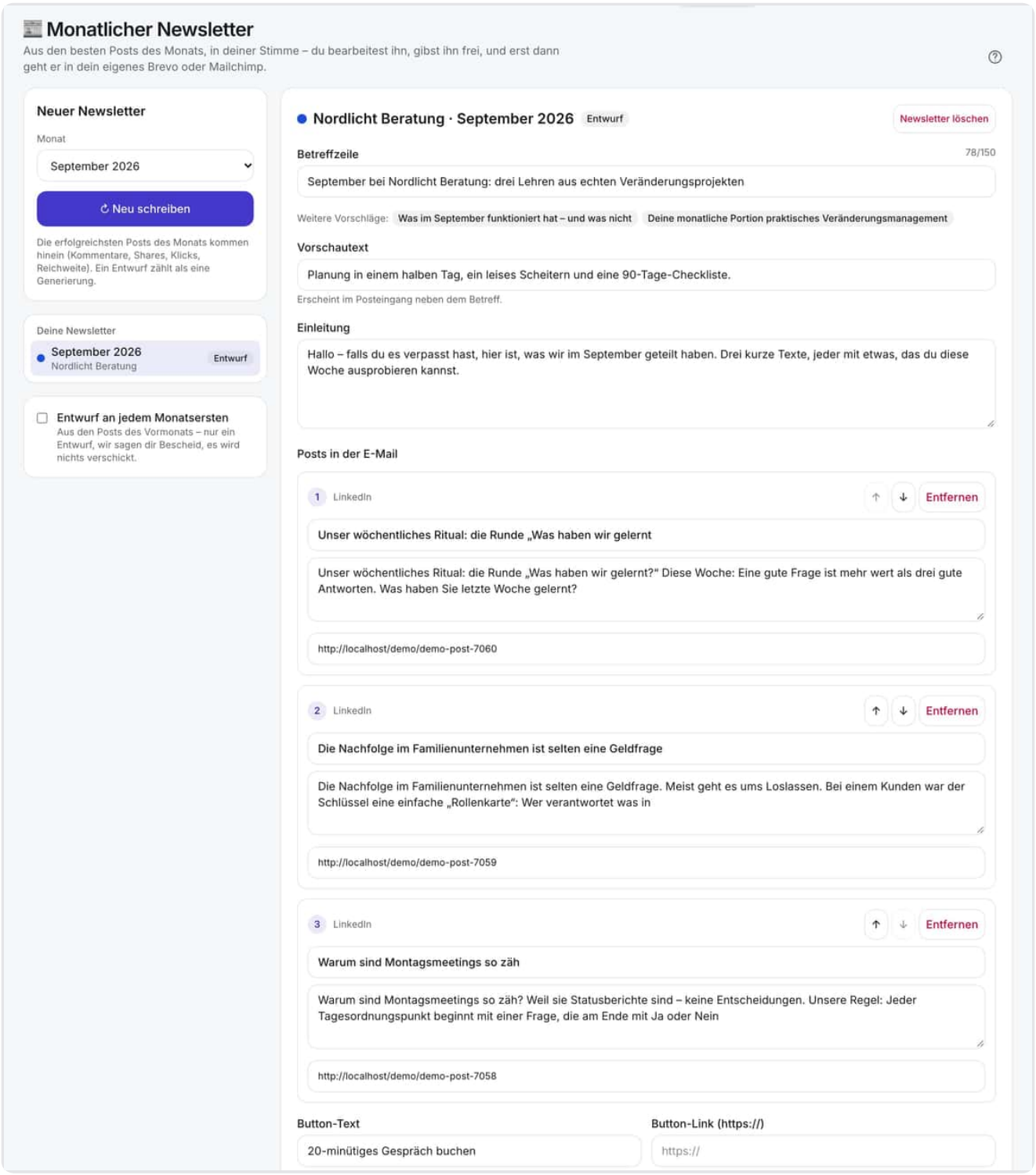



Abbildung 102 – Die Seite Newsletter: der Monat, der Entwurf mit Betreffzeile, Post-Blöcken, Button und Abschluss, Freigabe und Versand.

1. Wähle den Monat und klick auf **Entwurf schreiben** (bei einem vorhandenen Entwurf **↻ Neu schreiben**). Ein Entwurf zählt als eine KI-Generierung.
2. Bearbeite jeden Text, wähle eine Betreffzeile unter **Weitere Vorschläge:**, ordne Posts um oder **Entfernen** sie, ergänze einen **Button-Link (https://)** (er bleibt für den nächsten Monat).
3. Klick auf **✔ Zum Versand freigeben** (Inhaber und Bearbeiter). Jede Änderung nach der Freigabe braucht eine neue Freigabe.

4. Unter **Aus deinem eigenen Newsletter-Tool versenden** verbindest du mit **+ Verbinden** dein Brevo- oder Mailchimp-Konto per API-Schlüssel, wählst Liste und Absender und schickst ihn dann als **Entwurf** (du versendest ihn von dort) oder **Geplant** (mindestens 15 Minuten im Voraus).

- **HTML herunterladen**, **HTML kopieren** und **Text kopieren** exportieren ihn für jedes andere Tool – Kopieren ist kein Versenden und braucht deshalb keine Freigabe (den Abmeldelink ergänzt du in deinem Tool).
- **Entwurf an jedem Monatsersten:** Hakst du es an, entsteht am 1. nach 8 Uhr der Entwurf des Vormonats für jede Marke, die etwas veröffentlicht hat – du bekommst eine Benachrichtigung, versendet wird nichts.
- Sayweek versendet nie einen Newsletter ohne Freigabe, schickt nie eine Testmail und liest oder speichert nie die Adressen deiner Abonnent:innen. Brevo-Schlüssel beginnen mit „xkeysib-“; kostenlose Mailchimp-Konten können nicht planen, dort bleibt er ein Entwurf.

# 11 Wochen-Interview

Übersicht → Erzähl von deiner Woche (/interju)

Das Wochen-Interview ist ein Gespräch von fünf Minuten über deine Woche. Sayweek stellt aus deinem Kalender, deinen Ideen, den News und den freien Plätzen im Plan 3–5 kurze Fragen zusammen – ohne Namen und sensible Details. Du sprichst oder tippst die Antworten, und am Ende werden daraus Post-Vorschläge für deine freien Slots, in deiner eigenen Stimme.

## Wie es startet

- Jederzeit mit **Erzähl von deiner Woche** im Kopf der Seite **Übersicht** (Startseite).
- Über die wöchentliche Einladung: am gewählten Tag zur gewählten Uhrzeit kommen eine Push-Benachrichtigung und eine E-Mail (Standard: Montag 08:30).
- Ist es bis zum nächsten Morgen (09:00) nicht fertig, erinnert Sayweek dich ein einziges Mal – nur per Push.

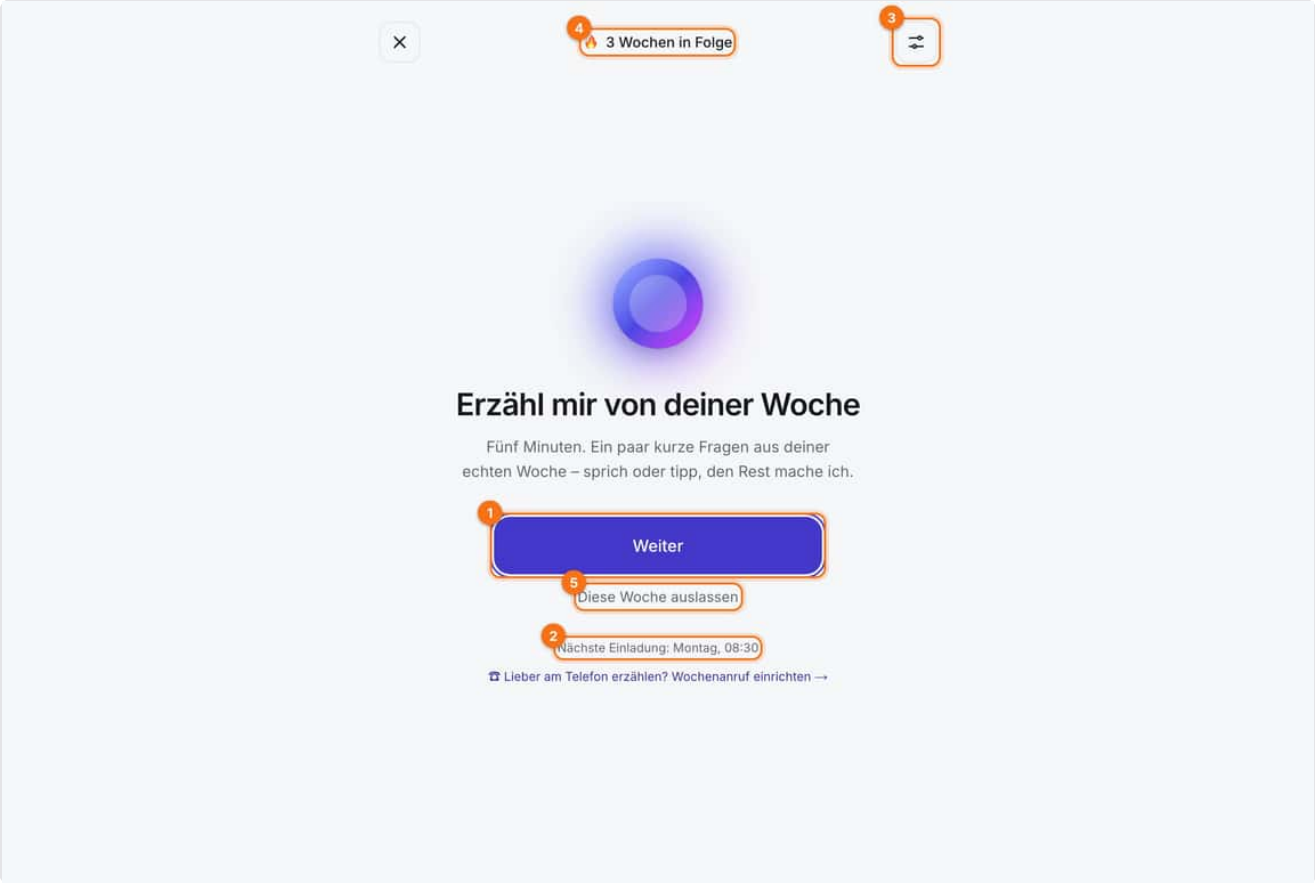



Abbildung 103 – Der Startbildschirm des Interviews: Serie, Button Weiter, Woche auslassen und der Zeitpunkt der nächsten Einladung.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Los geht's / Weiter** | Startet das Interview. Hast du diese Woche schon begonnen, machst du mit **Weiter** dort weiter, wo du aufgehört hast. |
| 2 | **Nächste Einladung** | Wann die nächste wöchentliche Einladung kommt. |

| | | |
|---|---|---|
| 3 | **Einstellungen (Regler-Symbol)** | Öffnet die Interview-Einstellungen direkt hier (siehe unten). |
| 4 | **Serie** | Wie viele Wochen in Folge du das Interview abgeschlossen hast („ 3 Wochen in Folge“). |
| 5 | **Diese Woche auslassen** | Lässt diese Woche aus. Deine Serie wächst nicht, geht dadurch aber auch nicht verloren. |

Beim ersten Start stellt Sayweek die Fragen zusammen („Ich schaue mir deine Woche an…“). Das ist ein KI-Aufruf und zählt als ein KI-Post in deinem Monatskontingent.

## Die Fragen beantworten

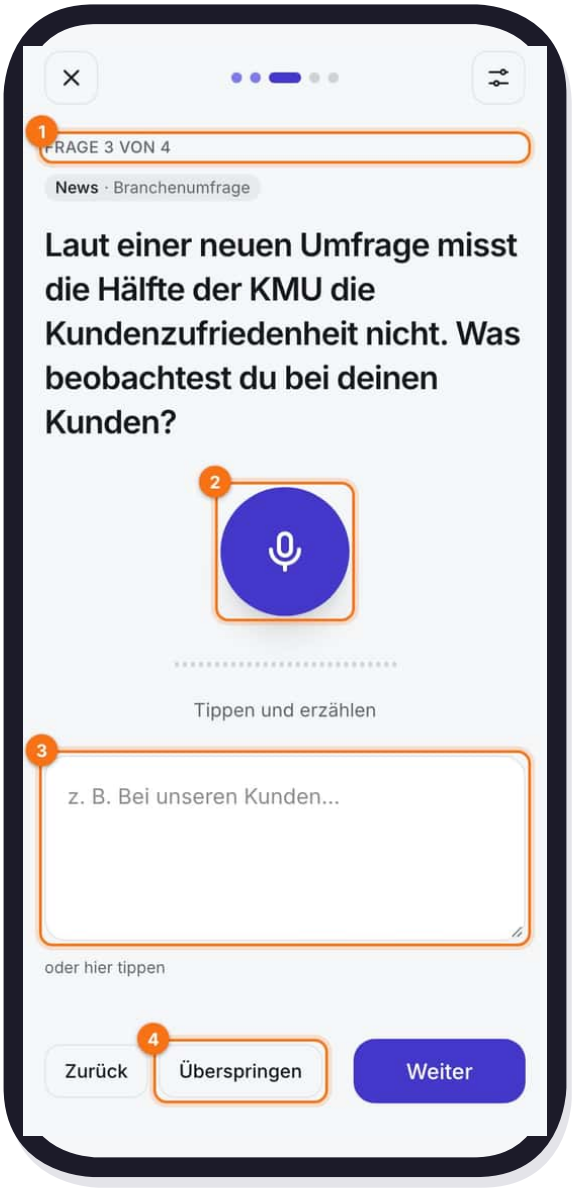



Abbildung 104 – Eine Frage auf dem Handy: Quelle der Frage, Aufnahme-Button, Antwortfeld und Weiter.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Frage und Quelle** | Oben: „Frage 3 von 4“, darunter die Quelle – **Kalender**, **CRM**, **Aus Mails**, **News**, **Ideenbox**, **Fehlt im Plan** oder **Story-Bank** – und ein kurzes, bereits geschwärztes Label (z. B. „Di 10:00 · Workshop“). |

| | | |
|---|---|---|
| 2 | **Aufnehmen** | Tippen, Antwort sprechen, dann **Fertig**. Sayweek schreibt mit; die Aufnahme wird nicht gespeichert. Auf der Tastatur startet auch die Leertaste. |
| 3 | **Antwortfeld** | Hier tippen oder die Mitschrift korrigieren. Ein Beispielanfang („z. B. …“) hilft beim Einstieg. |
| 4 | **Überspringen** | Wenn dir eine Frage nicht liegt. **Weiter** (⌘/Strg + Enter) geht zur nächsten Frage, nach der letzten **Zusammenfassen**. |

Ist eine Antwort sehr kurz, fragt Sayweek einmal nach einem Detail nach („Noch eine Kleinigkeit“). Mit **Zurück** gehst du zur vorigen Frage.

## Zusammenfassung und Post-Vorschläge

1. Nach der letzten Frage fasst Sayweek deine Woche zusammen („Deine Woche in Kürze“), und deine Antworten kommen in deine Story-Bank – auch spätere Posts können sie nutzen.
2. Unter **Vorgeschlagene Posts** startet jeder Vorschlag bei einer deiner Antworten, auf einem freien Platz (Kanal, Tag, Uhrzeit). Hak an, welche geschrieben werden sollen.
3. Klick auf den Button zum Schreiben der Entwürfe (z. B. **2 Entwürfe schreiben**). Du kannst die Seite schließen – es geht im Hintergrund weiter.
4. Am Ende führt **Wochenplan öffnen** in den Wochenplan: Die Entwürfe warten auf deine Freigabe.

Willst du jetzt keine Posts, klick auf **Jetzt keine Posts**. Gibt es in den nächsten zwei Wochen keine freien Plätze, sagt Sayweek, dass deine Antworten in der Story-Bank liegen und für die nächsten Posts genutzt werden.

> **! Achtung**
> Das Interview veröffentlicht nichts: Die Entwürfe warten wie jeder andere Post auf deine Freigabe. Die geschriebenen Entwürfe zählen wie üblich in dein monatliches KI-Kontingent.

## Wann und worüber gefragt wird

Die Interview-Einstellungen liegen unten auf **Einstellungen → Erinnerungen** (und im Interview über das Regler-Symbol). Sie sind persönlich: Im Team richtet jede Person ihr eigenes Interview ein.

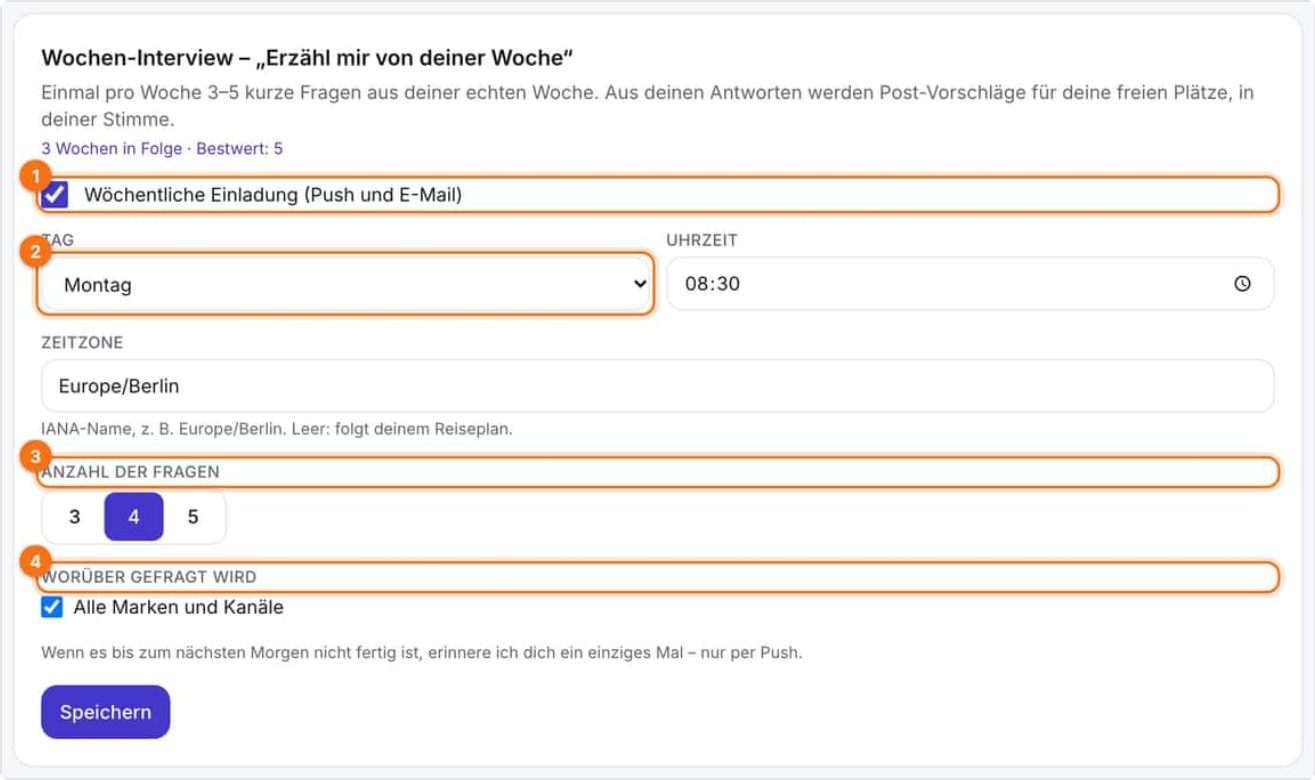



Abbildung 105 – Die Einstellungen des Wochen-Interviews: Einladung, Tag und Uhrzeit, Zeitzone, Anzahl der Fragen und Themen.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Wöchentliche Einladung (Push und E-Mail)** | Schaltet die wöchentliche Einladung ein oder aus. Ausgeschaltet lässt sich das Interview weiterhin per Button starten. |
| 2 | **Tag, Uhrzeit** | Wann die Einladung kommt (Standard: Montag 08:30). Bleibt **Zeitzone** leer, folgt sie deinem Reiseplan (IANA-Name, z. B. Europe/Berlin). |
| 3 | **Anzahl der Fragen** | 3, 4 oder 5 Fragen (Standard 4). |
| 4 | **Worüber gefragt wird** | **Alle Marken und Kanäle** oder nur die gewählten Kanäle. |

**Speichern** übernimmt die Änderung. Darüber siehst du deine Serie („3 Wochen in Folge · Bestwert: 5“).

> ✔ **Tipp**
> Die Ergebnisse der Interviews findest du auch unter **Statistik → Funktionen**: Antwortquote, Serie, wie viele Post-Ideen und veröffentlichte Posts aus Interviews entstanden sind und welches Thema die meisten Interaktionen brachte.

> i Kommt die wöchentliche Einladung nicht an, prüfe, ob Benachrichtigungen auf dem Gerät eingeschaltet sind (siehe Kapitel Benachrichtigungen) und ob **Wöchentliche Einladung (Push und E-Mail)** angehakt ist.

## Wochenanruf – das Interview am Telefon

Lieber reden als tippen? Am Tag und zur Uhrzeit deiner Wahl ruft Sayweek dich an, liest die Fragen dieser Woche in deiner Sprache vor, und du antwortest nach dem Signalton. Aus deinen Antworten werden genau wie am Bildschirm eine Zusammenfassung und Post-Entwürfe – und jeder Entwurf wartet auf deine Freigabe.

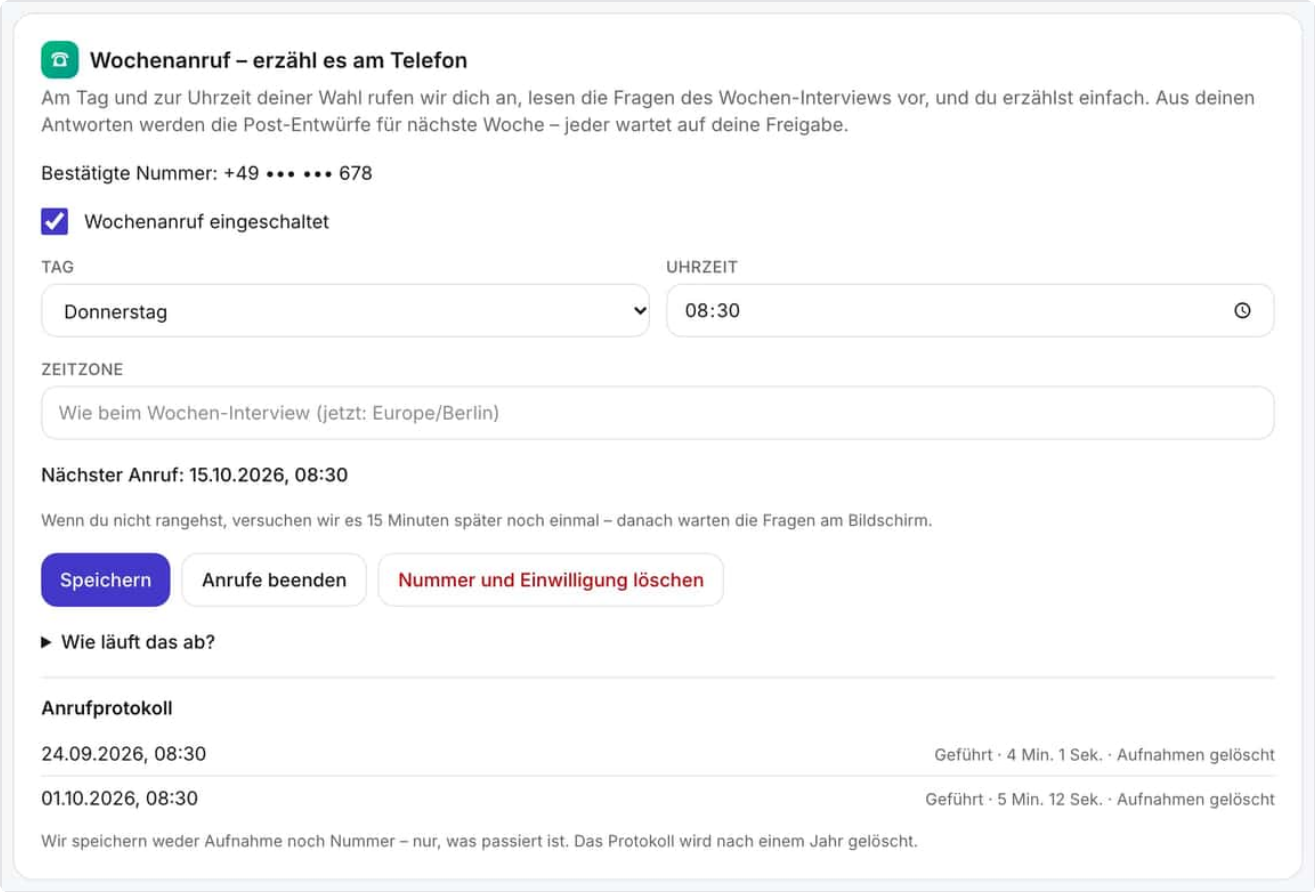



Abbildung 106 – Wochenanruf – erzähl es am Telefon: die bestätigte Nummer, Tag und Uhrzeit, der nächste Anruf und das Anrufprotokoll.

1. Öffne **Einstellungen → Erinnerungen** und scroll zur Karte **Wochenanruf – erzähl es am Telefon**.
2. Gib deine Telefonnummer mit Ländervorwahl ein und klick auf **SMS-Code senden** (10 Minuten gültig, 5 Versuche, höchstens 5 Codes pro Tag).
3. Gib den 6-stelligen Code ein, hake die Einwilligung an und klick auf **Bestätigen und einschalten**.
4. Wähle Tag und Uhrzeit, dann **Speichern**.

- Zu Beginn des Anrufs hörst du, dass er aufgezeichnet wird und die Aufnahme nach der Verschriftlichung gelöscht wird – wenn du das nicht möchtest, leg auf. Vorgelesen werden nur die Fragen, die du am Bildschirm noch nicht beantwortet hast. Drück nach jeder Antwort # oder sag ein paar Sekunden nichts.
- Keine Antwort (oder Mailbox)? Ein weiterer Anruf 15 Minuten später; danach warten die Fragen am Bildschirm. Nach dem Anruf sagt dir eine Mitteilung, dass deine Antworten da sind und die Entwürfe geschrieben werden.
- Beenden: Drück während eines Anrufs die 9, schick STOP per SMS oder klick auf **Anrufe beenden**. **Nummer und Einwilligung löschen** löscht zusätzlich deine Nummer und deine Einwilligung.
- Es wird kein Audio gespeichert: Die Aufnahme wird beim Telefonanbieter (Twilio) direkt nach der Verschriftlichung gelöscht – spätestens nach 24 Stunden, auch wenn die Verschriftlichung fehlschlug. Das **Anrufprotokoll** zeigt nur Zeitpunkt, Status und Dauer – keine Nummer, kein Audio – und wird nach einem Jahr gelöscht.

> ✔ **Tipp**
> Steht auf der Karte **Demnächst**, ist der Wochenanruf auf diesem Server noch nicht eingeschaltet – antworte bis dahin am Bildschirm, auch per Sprachnotiz.

# 12 Telegram-Bot, Browser-Erweiterung und Handy-App

Einstellungen → Alle Integrationen · Apple: iCloud und iPhone

Ideen kommen selten dann, wenn du gerade vor Sayweek sitzt. Dieses Kapitel zeigt die Wege, unterwegs eine Idee einzuwerfen – eine Nachricht an den Sayweek-Bot, ein Klick im Browser, Teilen auf dem Handy – und was die Handy-App zusätzlich kann.

## Telegram und WhatsApp

Schick deine Idee an den Sayweek-Telegram-Bot oder die Sayweek-WhatsApp-Nummer: Text, einen Link, eine Sprachnachricht (bis 5 Minuten) oder ein Foto mit Bildunterschrift. Sie landet als Idee in der Ideenbox, mit denselben Vorschlägen für Marke, Kanal und Zeitpunkt. Die Verbindung ist persönlich: Jede Person verbindet ihren eigenen Chat mit ihrem eigenen Sayweek-Konto.

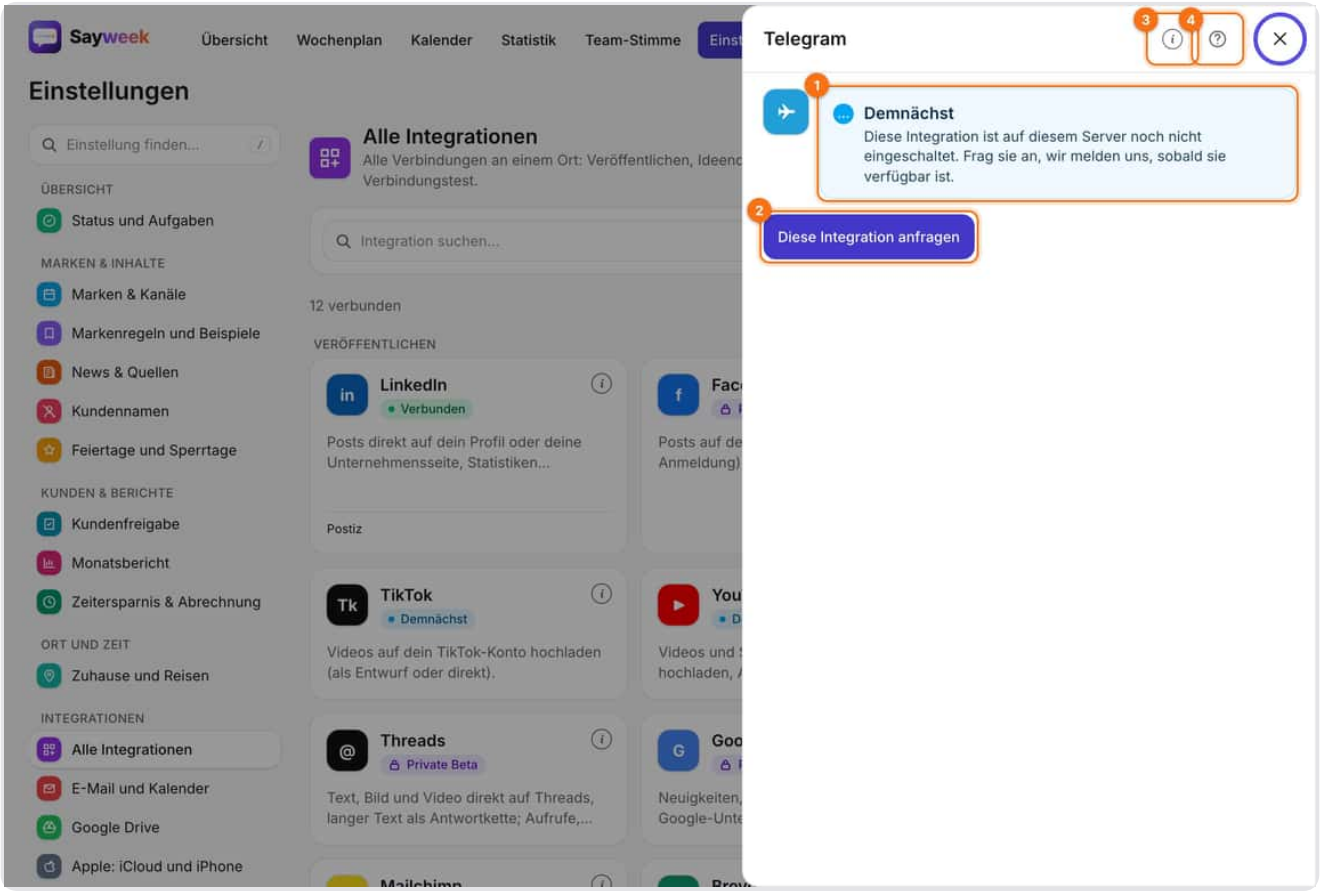



Abbildung 107 – Das Telegram-Fenster unter Alle Integrationen – hier in dem Zustand, in dem der Dienst auf diesem Server noch nicht eingeschaltet ist.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Statuskarte** | Mit eingeschaltetem Dienst: **Nicht verknüpft**, darunter der Assistent mit zwei Schritten; nach dem Verbinden **Fertig** ✔. Ist er auf dem Server nicht eingeschaltet (wie im Screenshot): **Demnächst**. |
| 2 | **Diese Integration anfragen** | Nur im Zustand „Demnächst“: sagt uns, dass du sie brauchst. |

| | |
|---|---|
| 3 **Infos (i)** | Wofür es gut ist, was Sayweek sendet und liest, Berechtigungen, Datenspeicherung, Trennen (siehe Das Infofenster („i“)). |
| 4 **Hilfe (?)** | Der Hilfeartikel zu Telegram mit den einzelnen Schritten. |
| **Erweiterte Einstellungen** | Mit eingeschaltetem Dienst unten im Fenster: die Details und der Verbindungstest. |

### Verbinden

1. Öffne **Einstellungen → Alle Integrationen** und klick in **Ideen & Quellen** auf die Karte **Telegram** (oder **WhatsApp**).
2. Klick im 1. Schritt (**Hol dir einen Verknüpfungscode**) auf **Code holen** – du bekommst einen Einmal-Code, 15 Minuten gültig.
3. Im 2. Schritt bei Telegram: **In Telegram öffnen**, dann in Telegram **Start**. WhatsApp: **Code per WhatsApp senden** und die vorausgefüllte Nachricht abschicken. Das Fenster zeigt solange, dass es auf deine Nachricht wartet.
4. Der Bot antwortet, dass dein Konto verbunden ist, und das Fenster zeigt **Verknüpft** ✔. Danach steht dort **Fertig** ✔ mit der Zeit der **Letzten Nachricht**.

Funktioniert der Button nicht, kopierst du mit **Kopieren** den Code (bei Telegram zusammen mit dem Befehl /start) und schickst ihn von Hand.

### Was du schicken kannst

| | |
|---|---|
| **Text oder Link** | Wird zur Idee in der Ideenbox. |
| **Sprachnachricht** | Bis 5 Minuten; Sayweek schreibt sie mit, und aus der Mitschrift wird die Idee. Der Ton wird nicht gespeichert. |
| **Foto mit Bildunterschrift** | Die Bildunterschrift wird zur Idee; das Bild wird nicht heruntergeladen. |
| **Transkript als Datei** | .txt, .vtt, .srt oder .docx oder ein längerer Text mit mehreren Sprechenden – daraus wird eine Meeting-Idee. |
| **Befehle (Telegram)** | **/draft** – aus der letzten Idee einen Entwurf für den besten freien Termin · **/week** – die nächsten 7 Tage · **/help** – Hilfe · **/stop** – trennen. |
| **Stichwörter (WhatsApp)** | Als eigene Nachricht: **Entwurf**, **Woche**, **Hilfe**, **stop**. |

> i Gespeichert werden nur der Ideentext (Namen unkenntlich), der Link und die Mitschrift einer Sprachnachricht. Der Bot speichert Ideen von Inhabern und Bearbeitern; von Lesern oder Team-Stimme-Mitwirkenden nimmt er keine an. Pro Chat nimmt er höchstens 10 Nachrichten pro Minute und 60 pro Stunde an. Die Karten Telegram und WhatsApp funktionieren nur, wenn der Dienst auf diesem Server eingeschaltet ist – sonst zeigen sie **Demnächst**.

Trennen: auf der Karte **Trennen** (mit Bestätigung) oder im Chat /stop bzw. „stop“. Für ein anderes Konto oder eine andere Nummer: **Anderen Chat verbinden**.

## Browser-Erweiterung: In Sayweek speichern

Die Erweiterung „In Sayweek speichern“ ist für Chrome und Edge gedacht: Die Seite, die du liest, ein Link oder ein markierter Absatz wird mit einem Klick zur Idee in deiner Ideenbox. Der Link bleibt als Quelle der Idee erhalten (ohne Tracking-Parameter), Kundennamen werden unkenntlich gemacht.

> i Die Erweiterung installierst du aus dem Chrome Web Store (Suche nach „Save to Sayweek“ oder der Button **Im Chrome Web Store installieren** auf der App-Seite von sayweek.com) – derselbe Eintrag lässt sich auch in Edge installieren; die Version in den Edge-Add-ons folgt demnächst. Verbinden können Inhaber und Bearbeiter, Leser nicht.

### Verbinden

1. Klick in der Symbolleiste des Browsers auf das Symbol **In Sayweek speichern**, dann auf **Verbinden**.
2. Ein kleines Sayweek-Fenster öffnet sich (melde dich dort bei Bedarf an). Prüfe, mit welchem Workspace verbunden wird und was die Erweiterung kann.
3. Klick auch in diesem Fenster auf **Verbinden**. Nach „Fertig – die Erweiterung ist verbunden.“ kannst du das Fenster schließen.

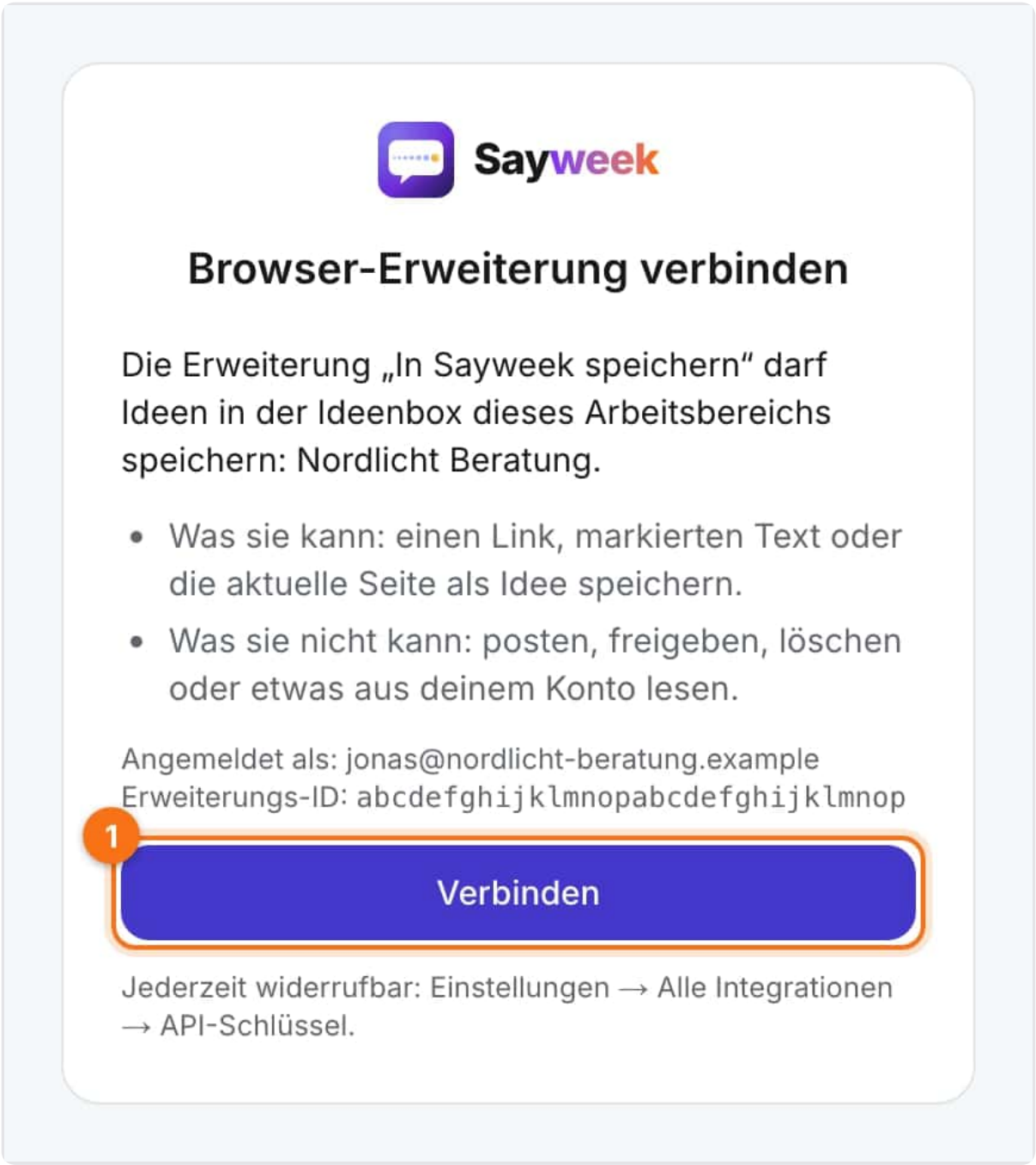



Abbildung 108 – Das Verbindungsfenster der Erweiterung: welcher Workspace, was sie kann und was nicht, angemeldetes Konto,

Verbinden.

| | |
|---|---|
| **Symbol in der Symbolleiste** | Zeigt Seitentitel und markierten Text; schreib bei Bedarf eine Notiz dazu, dann **Als Idee speichern**. Tastenkürzel: Alt+Shift+S. |
| **Rechtsklick-Menü** | **Seite in Sayweek speichern**, **Auswahl in Sayweek speichern**, **Link in Sayweek speichern** – speichert sofort, ein grüner Haken am Symbol bestätigt es. |
| **Was sie nicht kann** | Posten, freigeben, löschen oder etwas aus deinem Konto lesen. Den markierten Text liest sie erst, wenn du klickst. |

Trennen: im Fenster der Erweiterung **Trennen**. Um den Schlüssel endgültig zu widerrufen, öffne die Karte **Einstellungen → Alle Integrationen → REST API**: Der Schlüssel der Erweiterung steht dort als „Browser-Erweiterung (Chrome)“ bzw. „(Edge)“ und lässt sich mit **Widerrufen** entfernen.

> i Das Verbindungsfenster der Erweiterung verweist auf „API-Schlüssel“ – auf der Seite Alle Integrationen ist das die Karte **REST API**.

## Die Handy-Apps

Die Sayweek-Apps für iPhone, iPad und Android nutzen dasselbe Konto und dieselben Daten wie Sayweek im Web: Was du auf dem Handy freigibst, siehst du am Computer schon als versendet. Dazu kommen schnelle Anmeldung, Benachrichtigungen und das Teilen-Menü deines Handys.

> i Die Apps gibt es im App Store (apps.apple.com/app/id6817006861) und bei Google Play (play.google.com/store/apps/details?id=com.sayweek.app) – oder suche im Store nach „Sayweek“; die App-Seite auf sayweek.com hat beide Links und einen QR-Code. Wegen der Store-Regeln zeigen die Apps keine Preise und Käufe: Dein Abo verwaltest du im Web.

| | |
|---|---|
| **iPhone / iPad** | Anmeldung mit **Mit Apple fortfahren**, Google oder Passwort; Anmeldung mit Face ID; Homescreen-Widget (was auf Freigabe wartet, was als Nächstes rausgeht); Teilen → **Sayweek**; Apple Erinnerungen und Siri; Freigabe direkt aus der Benachrichtigung. |
| **Android** | Anmeldung mit Google oder Passwort; Anmeldung per Fingerabdruck; Homescreen-Widget; Teilen → **Sayweek-Idee**; Freigabe direkt aus der Benachrichtigung. Kein Sperrbildschirm-Widget, keine Erinnerungen, keine Apple-Anmeldung. |
| **Browser und Desktop-App** | Läuft in jedem modernen Browser. In Chrome und Edge installierst du sie über das Installieren-Symbol in der Adressleiste (oder die Karte **Desktop-App** auf **Einstellungen → Status und Aufgaben**) als App im eigenen Fenster; in Safari: Ablage → Zum Dock hinzufügen. |

## Das Handy verbinden

Für die Anmeldung mit Face ID (unter Android per Fingerabdruck), das Widget und das Teilen-Menü verbindest du das Handy einmal. Dabei entsteht ein Geräteschlüssel, den der Schlüsselbund des Handys (unter Android der Schlüsselspeicher) schützt; der Server speichert nur einen Fingerabdruck des Schlüssels.

1. Melde dich in der App an und öffne **Einstellungen → Apple: iCloud und iPhone** (unter Android: **Dieses Telefon**).
2. Tippe unter **Auf diesem iPhone / iPad** (unter Android **Dieses Telefon verbinden**) auf **Verbinden**.

3. Schalte **Anmeldung mit Face ID** (unter Android: per Fingerabdruck) ein.
4. Widget: Homescreen lange drücken → + → Sayweek. Teilen: in Safari, Fotos, Notizen oder LinkedIn → Teilen → Sayweek.

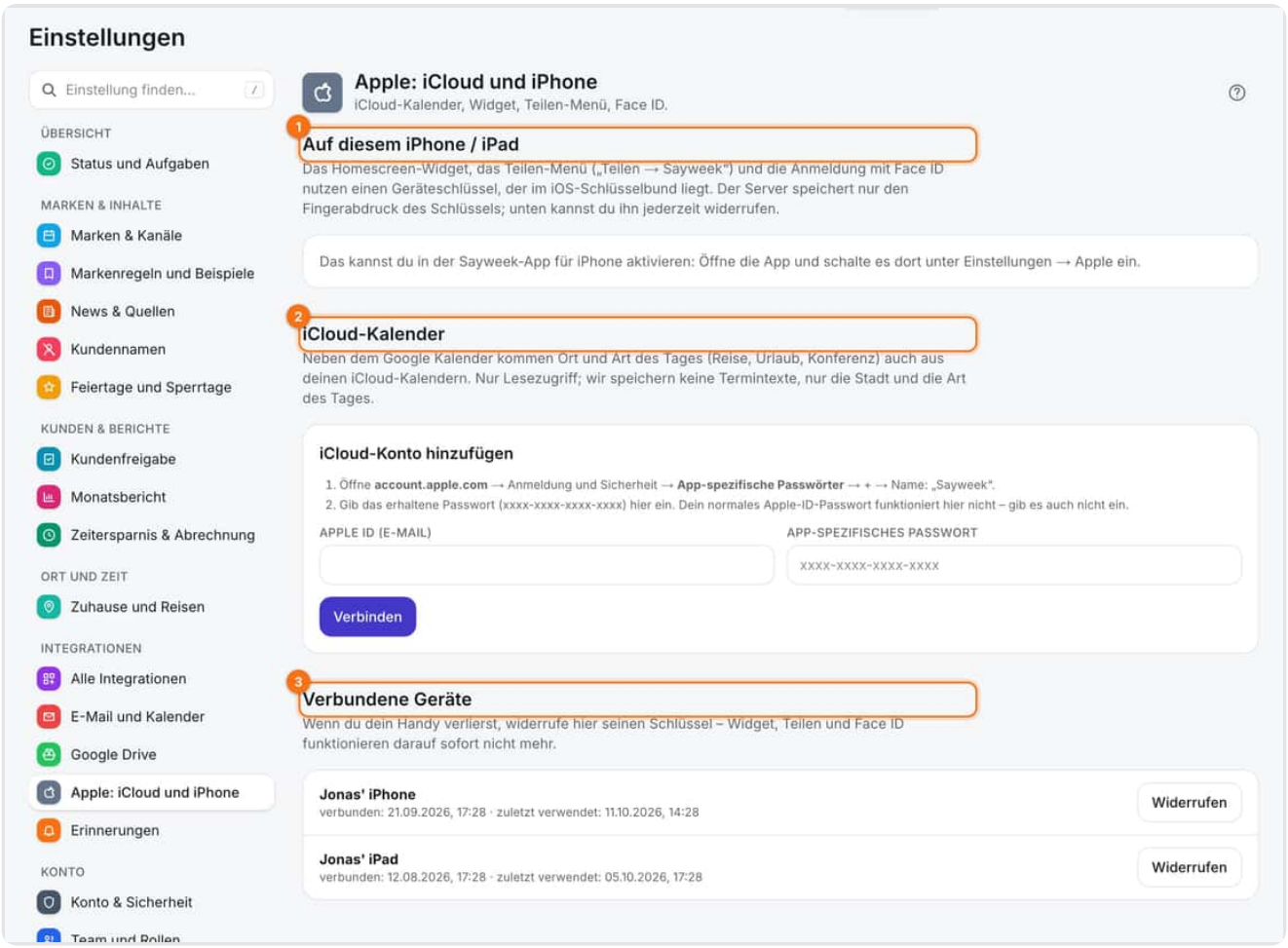



Abbildung 109 – Einstellungen → Apple: iCloud und iPhone im Browser: iPhone-Bereich, iCloud-Kalender und verbundene Geräte.

| | |
|---|---|
| 1 **Auf diesem iPhone / iPad** | Im Browser nur ein Hinweis: Verbunden wird in der iOS-App. |
| 2 **iCloud-Kalender** | Ort und Art des Tages aus deinen iCloud-Kalendern, nur lesend: **Apple ID (E-Mail)** und **App-spezifisches Passwort** (account.apple.com → Anmeldung und Sicherheit → App-spezifische Passwörter, Name: „Sayweek"), dann **Verbinden**. Dein normales Apple-ID-Passwort gibst du hier nie ein. |
| 3 **Verbundene Geräte** | Die verbundenen Handys mit Zeitpunkt der Verbindung und der letzten Nutzung. **Widerrufen** stoppt Widget, Teilen und Face ID auf dem Gerät sofort. |

> **! Achtung**
> Handy verloren? Widerrufe seinen Schlüssel von jedem Computer aus im Browser unter **Verbundene Geräte** (oder mit **Abmelden** unter **Konto & Sicherheit → Geräte & Sitzungen**).

## Apple Erinnerungen und Siri (iPhone)

In der iPhone-App arbeitet Apple Erinnerungen in beide Richtungen: Öffne **Einstellungen → Alle Integrationen → Apple Reminders & Siri** und erlaube den Zugriff. Was du auf deine Ideenliste schreibst (standardmäßig „Sayweek Ideen"; die alte Liste „Sayweek" funktioniert weiter) – von Hand oder mit Siri („Hey

Siri, setz … auf meine Liste Sayweek Ideen“) –, landet in der Ideenbox und wird in Erinnerungen abgehakt. Schalte **Sayweek-To-dos** ein, und Sayweek schreibt deine To-dos auf eine andere Liste (standardmäßig „Sayweek To-dos“), mit Fälligkeit und Hinweis. Einträge unter 10 Zeichen bleiben auf der Liste; Kundennamen und Kontaktdaten werden unkenntlich gemacht. Ein To-do in Erinnerungen abzuhaken bestätigt es nur – ein Haken gibt nie etwas frei.

## Ein Tipp auf dem Handy

Diese Handy-Funktionen gibt es in den Apps aus dem App Store und von Google Play:

- **Freigeben aus der Benachrichtigung:** In einer Freigabe-Benachrichtigung **Freigeben**, **Bearbeiten** oder **Überspringen**, ohne die App zu öffnen (vorher Face ID oder Fingerabdruck).
- **Ideen per Sprache:** „Hey Siri, …“ auf dem iPhone (Kurzbefehle, Spotlight, Aktionstaste) und Google Assistant / App-Verknüpfungen und eine Kachel in den Schnelleinstellungen auf Android – die Idee landet in der Ideenbox.
- **Interaktive Widgets:** was auf Freigabe wartet und was als Nächstes rausgeht, mit Buttons; auf dem iPhone auch ein Sperrbildschirm-Widget und das Schnellpost-Symbol.
- **Teilen-Menü:** Teilen → Sayweek → **Jetzt posten** (öffnet den Schnellpost mit dem Text, den Fotos – mehrere auf einmal – oder einem Video) oder **Als Idee speichern**. So geteilte Videos werden direkt vom Handy hochgeladen.
- **Live-Aktivität (iPhone):** Während ein Schnellpost veröffentlicht wird, zeigen der Sperrbildschirm und die Dynamic Island den Fortschritt – wie viele Kanäle fertig sind, warten oder fehlgeschlagen sind.
- **Wo du gerade bist:** Beim Öffnen aktualisiert die App Stadt und Zeitzone aus dem Standort des Telefons (nur diese beiden werden gespeichert), damit Zeitfenster und die -Zeile auch unterwegs stimmen. Abschalten kannst du das unter **Einstellungen → Zuhause und Reisen** (Kapitel Freigabe und Planung, Zeitzone und Reisen).
- **Start ohne Internet:** Hast du die App einmal online genutzt, öffnet sie sich auch offline und zeigt die auf dem Gerät gespeicherten kommenden Posts (Offline-Modus: Bearbeiten, Freigabe beim Synchronisieren – Kapitel Freigabe und Planung). Sobald die Verbindung zurück ist, synchronisiert sie. War die App noch nie online, erscheint in der Sprache des Handys ein Bildschirm „Keine Internetverbindung“ mit einem Button zum erneuten Versuchen.
- **Die eigene Fotoauswahl des Handys mit Ort und Zeit:** Im Schnellpost und bei Fotos zum Post öffnet die App die Fotoauswahl des Handys, mit mehreren Fotos auf einmal. Sie gibt weiter, wann die Fotos entstanden sind und – wenn du es erlaubst – wo, so erkennt Fotos zum Post Ort und Tag des Events (der Browser auf dem iPhone gibt den Ort nicht weiter). Aus veröffentlichten Bildern werden alle Ortsdaten entfernt.
- **App Clip für Kunden (iPhone):** Deine Kunden können einen Freigabelink als schlanken App Clip öffnen, ohne die App zu installieren (Leitfaden für Kunden-Freigaben).

> ✔ **Tipp**
> Ideen können auch per E-Mail kommen: Die Karte **Ideen per E-Mail** auf der Seite Ideen zeigt die geheime Ideen-Adresse deines Workspace. Leite beliebige Mails dorthin weiter – ohne Gmail-Verbindung.

# 13 Benachrichtigungen und Erinnerungen

Einstellungen → Erinnerungen

Sayweek meldet sich, wenn es für dich etwas zu tun gibt: wenn ein Post auf Freigabe wartet, wenn ein Post rausging oder fehlschlug, wenn Kundenfeedback kam, und am Tag vor einem Post, wenn in den Slots von morgen noch nicht freigegebene oder leere Posts sind. Benachrichtigungen richtest du unter Einstellungen → Erinnerungen ein.

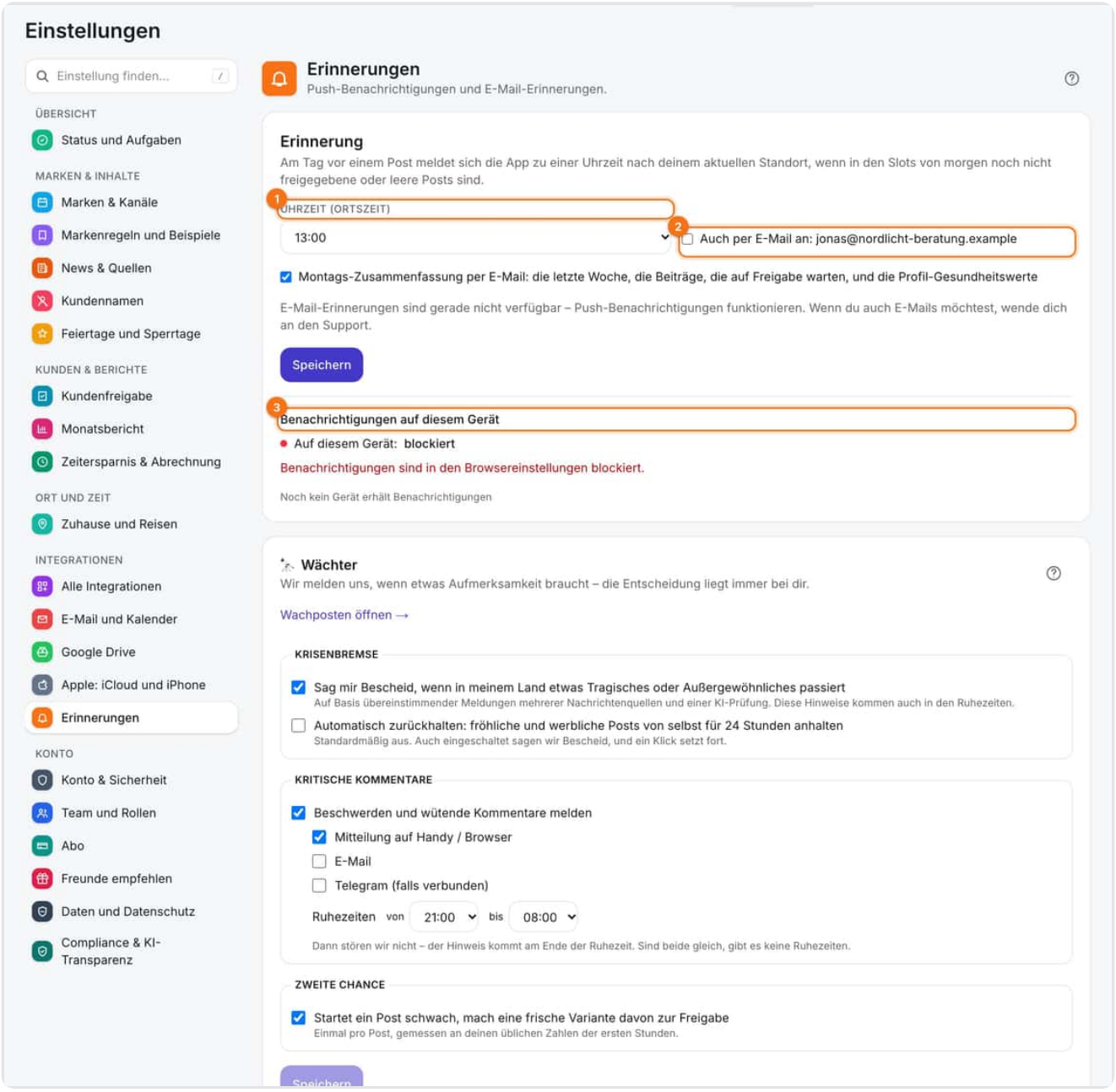



Abbildung 110 – Einstellungen → Erinnerungen: Uhrzeit der täglichen Erinnerung, E-Mail, Benachrichtigungen auf diesem Gerät, Tipps per E-Mail und das Wochen-Interview.

| | |
|---|---|
| **1 Uhrzeit (Ortszeit)** | Wann die tägliche Erinnerung kommt: zwischen 06:00 und 20:00, zur vollen Stunde. Sie richtet sich nach deinem aktuellen Ort – auf Reisen nach der Zeitzone des Reiseziels. |
| **2 Auch per E-Mail an:** | Angehakt kommt die Erinnerung auch per E-Mail an die Adresse des Workspace-Inhabers, und wenn ein Kunde über einen Freigabe-Link Feedback gibt, bekommt der Inhaber auch dazu eine E-Mail (höchstens eine pro Post alle 10 Minuten). **Speichern** übernimmt die Änderung. |
| **3 Benachrichtigungen auf diesem Gerät** | Push auf das Gerät, an dem du gerade bist: **Benachrichtigungen aktivieren**, danach **Testbenachrichtigung** und **Auf diesem Gerät deaktivieren**. Die Zeile **Auf diesem Gerät:** zeigt den Zustand, darunter, wie viele Geräte Benachrichtigungen erhalten. |
| **4 Tipps und Rückblicke per E-Mail** | Tipps in der Testphase, ein Monatsrückblick darüber, was Sayweek für dich erledigt hat, eine Erinnerung, wenn du länger nicht da warst, und ein Gruß zum Jahrestag. Ein Schalter; wirkt sofort. Service-E-Mails zu Zahlungen und deinem Konto kommen weiterhin. |
| **5 Wochen-Interview** | Die Einstellungen der wöchentlichen Einladung – siehe Kapitel Wochen-Interview. |

## Die tägliche Erinnerung

Die Erinnerung kommt am Tag vor einem Post zur eingestellten Uhrzeit – aber nur, wenn in den Slots von morgen noch ein nicht freigegebener oder leerer Post ist. Ist alles fertig, kommt keine Erinnerung; das ist kein Fehler. Die E-Mail-Version listet die Posts von morgen (Uhrzeit, Marke und Kanal, Status) mit einem Link zum Wochenplan, und donnerstags meldet sie, wenn ein Kanal für nächste Woche weniger Posts als Slots hat.

## Push-Benachrichtigungen einschalten

1. Öffne **Einstellungen → Erinnerungen** auf dem Gerät, das Benachrichtigungen bekommen soll (Browser, iPhone- oder Android-App).
2. Klick unter **Benachrichtigungen auf diesem Gerät** auf **Benachrichtigungen aktivieren**.
3. Erlaube die Benachrichtigungen, wenn Browser oder Handy fragen – das kannst nur du bestätigen, automatisch geht es nicht.
4. Klick auf **Testbenachrichtigung** und prüfe, ob sie ankommt.

> **! Achtung**
> Benachrichtigungen gelten pro Gerät: Schalte sie in jedem Browser und auf jedem Handy einzeln ein. Auf dem iPhone funktionieren Browser-Benachrichtigungen erst, wenn du Sayweek zum Home-Bildschirm hinzufügst und von dort öffnest – oder du nutzt die iPhone-App.

### Häufige Meldungen

| | |
|---|---|
| **„Benachrichtigungen sind in den Browsereinstellungen blockiert."** | Du hast sie für diese Seite früher blockiert. Erlaube sie in den Website-Einstellungen des Browsers und lade die Seite neu. |
| **„Dieser Browser unterstützt das nicht…"** | Der Browser kann keine Push-Benachrichtigungen – auf dem iPhone die App zum Home-Bildschirm hinzufügen oder die App nutzen. |
| **„In dieser App-Version gibt es noch keine Push-Benachrichtigungen…"** | Diese Version der Android-App hat noch kein Push – die E-Mail-Erinnerung funktioniert trotzdem. |

> i Steht unter dem Häkchen „E-Mail-Erinnerungen sind gerade nicht verfügbar – Push-Benachrichtigungen funktionieren. Wenn du auch E-Mails möchtest, wende dich an den Support.“, ist der E-Mail-Versand auf dem Server nicht eingerichtet. Push-Benachrichtigungen funktionieren trotzdem.

## Erinnerungen an ablaufende Verbindungen

Manche Verbindungen können sich nicht selbst erneuern – z. B. LinkedIn ohne Refresh-Token, TikTok, wenn sein Refresh-Token abläuft, Meta, Google oder Bluesky nach einer verlorenen Anmeldung, oder ein Postiz-Kanal, der aufgefrischt werden muss. Dafür warnt Sayweek die Inhaber und Bearbeiter 7 Tage und 1 Tag vor dem Ende und noch einmal, wenn sie abgelaufen ist – per E-Mail (wenn Erinnerungs-E-Mails an sind), als Push-Benachrichtigung und in deinem eigenen verknüpften Telegram-Chat. Jede Warnung kommt pro Verbindung nur einmal; nach dem Neuverbinden wird ein späterer Ablauf wieder angekündigt. Mit verbundener Aufgaben-App erscheint dasselbe als To-do („LinkedIn neu verbinden – läuft in 7 Tagen ab“).

## Die morgendliche Networking-Übersicht

Steht im Tab Networking etwas an (ein Kommentar, ein Verkaufsanlass), bekommst du um 8:00 eine kurze Übersicht – als Benachrichtigung und, wenn du sie unter  Einstellungen des Tabs einschaltest, per E-Mail oder in deinem eigenen Telegram-Chat.

## Wächter: Krise, kritische Kommentare, zweite Chance

Die Karte **Wächter** (**Einstellungen → Erinnerungen**, Inhaber) legt fest, worüber dich die Seite Wachposten informiert (Kapitel Statistik).

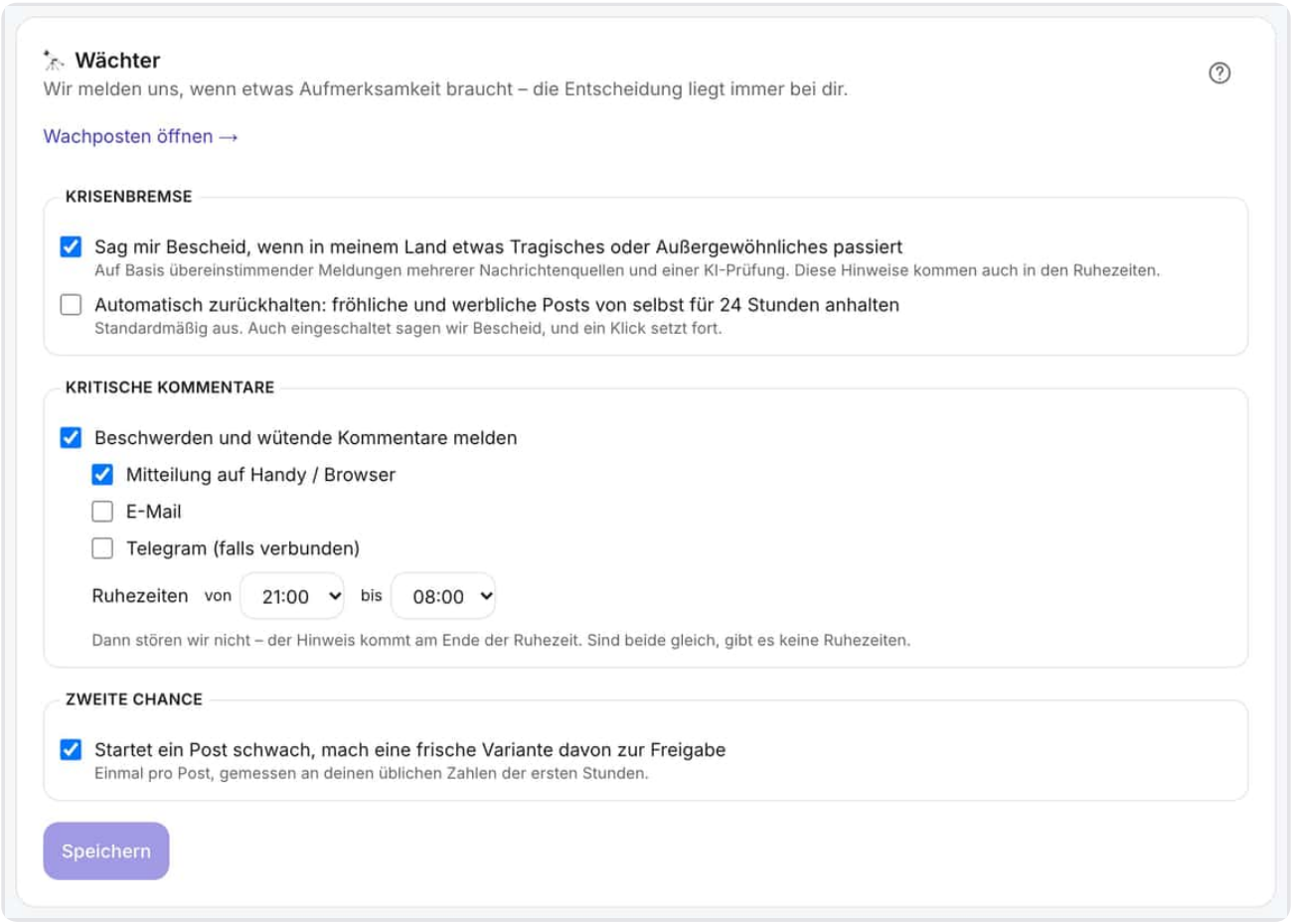



Abbildung 111 – Die Karte Wächter: Krisenbremse, kritische Kommentare mit Kanälen und Ruhezeiten, zweite Chance.

| | |
|---|---|
| **Krisenbremse** | Hinweise auf ein großes landesweites Ereignis (sie kommen auch in den Ruhezeiten). **Automatisch zurückhalten** – standardmäßig aus – hält fröhliche und werbliche Posts von selbst für 24 Stunden an und sagt dir Bescheid; ein Klick setzt fort. |
| **Kritische Kommentare** | Markieren ein oder aus; die Kanäle (**Mitteilung auf Handy / Browser**, **E-Mail**, **Telegram (falls verbunden)**) und die **Ruhezeiten** – ein Hinweis aus dieser Zeit kommt erst an ihrem Ende. |
| **Zweite Chance** | Eine frische Variante für einen Post, der schwach startet – einmal pro Post, zur Freigabe. |

## Montags-Zusammenfassung und wöchentliche Fotoanfragen

- **Montags-Zusammenfassung per E-Mail:** jeden Montag ab 08:00 Ortszeit – die letzte Woche, die Posts, die auf Freigabe warten, und die Profil-Gesundheit deiner Marken mit den drei nächsten Schritten und Links. Ausschalten kannst du sie mit **Montags-Zusammenfassung per E-Mail: …** unter **Einstellungen → Erinnerungen**.
- **Wöchentliche Fotoanfragen:** montags zu deiner Erinnerungszeit listet eine Push-Benachrichtigung (und eine Telegram-Nachricht, wenn verknüpft) die kommenden Posts auf, die ein eigenes Foto gebrauchen könnten; die Karte **Wöchentliche Fotoanfragen** schaltet das aus.
- **Erwähnungen:** eine Push-Benachrichtigung bei wichtigen neuen Erwähnungen (höchstens drei pro Tag) und eine tägliche E-Mail-Zusammenfassung – einzustellen auf der Seite Erwähnungen unter **Einstellungen**.

## Wer bekommt was?

- Die Benachrichtigungen des Workspace gehen an die Geräte von Inhaber, Bearbeitern und Lesern.
- Team-Stimme-Mitwirkende bekommen nur Benachrichtigungen zu ihren eigenen Posts.
- In den Apps für iPhone und Android kannst du einen wartenden Entwurf direkt aus der Benachrichtigung freigeben, bearbeiten oder überspringen (mit Face ID oder Fingerabdruck).
- Soll das ganze Team es mitbekommen, schick die Benachrichtigungen in einen Slack-, Teams- oder Discord-Kanal (Kapitel Integrationen).

> ✔ **Tipp**
> E-Mail-Erinnerungen und Push stehen nicht auf der Seite Alle Integrationen, sondern hier unter Erinnerungen – führt dich ein alter Link zu den Integrationen, leitet Sayweek dich hierher um.

> i An einigen Stellen (z. B. im Tab Funktionen der Statistik) steht noch der alte Name „Einstellungen → Benachrichtigungen“ – gemeint ist diese Seite, im Menü **Erinnerungen**.

# 14 Abo und Abrechnung

Einstellungen → Abo · Freunde empfehlen

Auf der Seite Abo siehst du deinen Tarif, die Nutzung dieses Monats und die nächste Abbuchung; hier wechselst du den Tarif, kaufst KI-Pakete, lädst Rechnungen herunter und kündigst. Die Abrechnung kann nur der Inhaber des Workspace verwalten, und nur im Web: Wegen der Store-Regeln zeigen die Handy-Apps nur Tarif und Nutzung.

## Die Tarife

Es gibt vier bezahlte Tarife, in Euro, ohne MwSt., pro Monat. Bei jährlicher Abrechnung zahlst du 10 Monate für 12 („2 Monate gratis“).

**Preise und Limits (Listenpreis)**

| | |
|---|---|
| **Solo – 29 €/Monat** | 1 Marke, 3 Kanäle, 30 KI-Posts / Monat, 1 Nutzer. Keine Kundenfreigabe-Links und kein monatlicher PDF-Bericht; KI-Assistenten und API nur lesend. |
| **Pro – 59 €/Monat** | 4 Marken, 10 Kanäle, 80 KI-Posts / Monat, 1 Nutzer, Kundenfreigabe-Links, monatlicher PDF-Bericht, volle API / MCP. |
| **Team – 129 €/Monat** | 8 Marken, 20 Kanäle, 200 KI-Posts / Monat, 3 Nutzer, 10 Team-Stimme-Mitwirkende. |
| **Agency – 299 €/Monat** | 15 Marken, 45 Kanäle, 500 KI-Posts / Monat, 10 Nutzer, 50 Team-Stimme-Mitwirkende, White-Label und eigene Domain. |
| **Testphase – 14 Tage** | Ohne Karte: 2 Marken, 4 Kanäle, 20 KI-Posts, 1 Nutzer, 2 Team-Stimme-Mitwirkende, Kundenfreigabe-Links und Monatsbericht. Am Ende wird nichts automatisch abgebucht. |

i **Einführungsangebot:** Solange es läuft, bekommen neue Monatsabos in den ersten 12 Monaten −60 % auf den Listenpreis (Solo 11,60 €, Pro 23,60 €, Team 51,60 €, Agency 119,60 € pro Monat), danach gilt der Listenpreis. Der Rabatt wird beim Bezahlen automatisch abgezogen, ohne Code. Für die jährliche Abrechnung gilt er nicht (dort 2 Monate gratis). Die aktuellen Bedingungen zeigt immer die Seite Abo.

Nutzer sind die Mitglieder des Workspace (Inhaber + Redakteure); Team-Stimme-Mitwirkende haben einen eigenen, günstigeren Platz und zählen nicht als Nutzer. Hast du dich mit einer Einladung oder einem Einladungscode registriert (im Feld **Einladungscode** bei der Registrierung oder über einen Link mit dem Code), kann deine Testphase mit allen Funktionen eines bezahlten Tarifs (z. B. Agency) laufen und eine andere Länge haben – die Registrierungsseite zeigt das beim Prüfen des Codes („Gültiger Code: … Tage Test…“), danach steht es oben auf der Seite Abo.

## Dein aktueller Tarif und die Nutzung

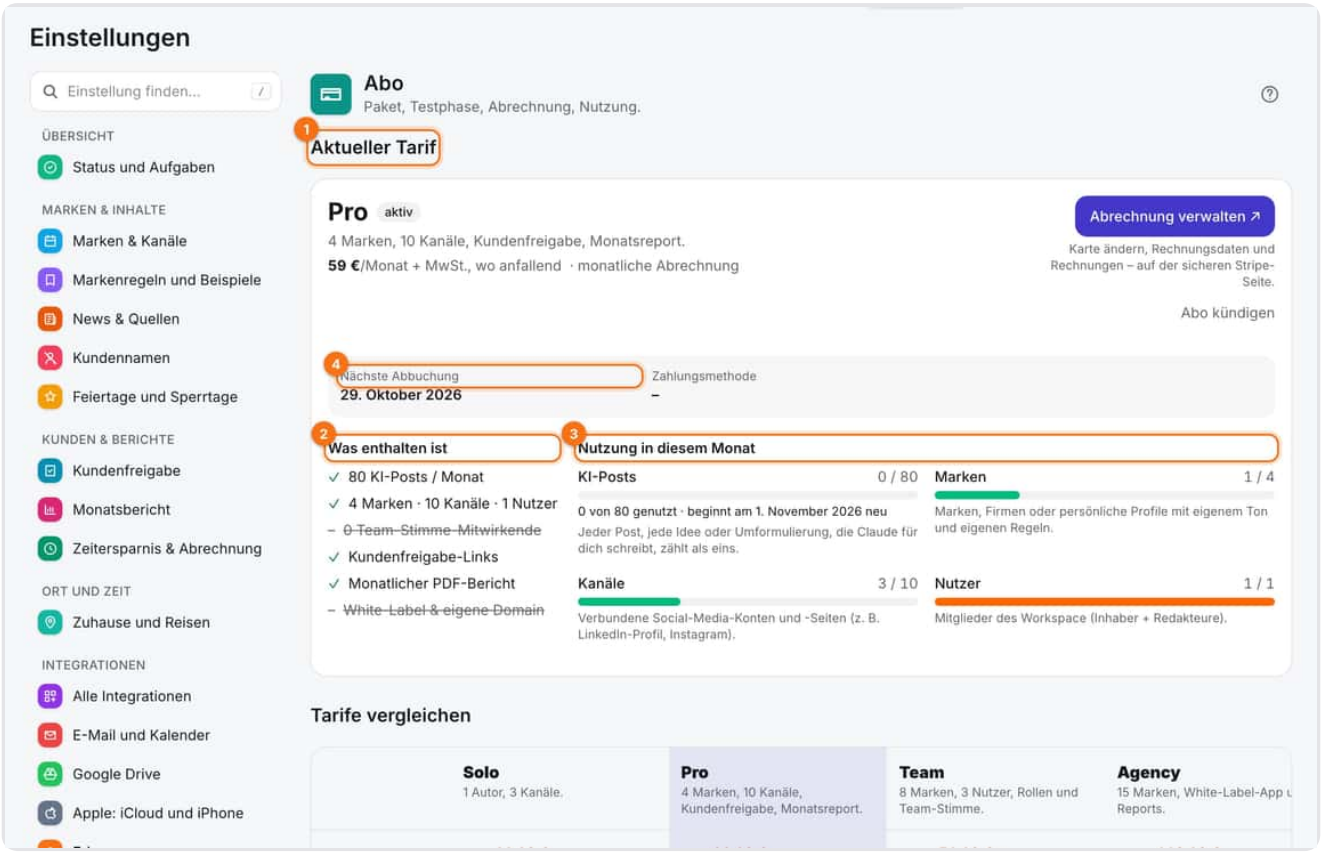



Abbildung 112 – Einstellungen → Abo: aktueller Tarif, was enthalten ist, Nutzung dieses Monats und nächste Abbuchung.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Aktueller Tarif** | Name des Tarifs, sein Status (z. B. aktiv, Testphase – „noch n Tage Testphase“, Zahlung überfällig, gekündigt), Preis und Abrechnungsweise (monatlich / jährlich). |
| 2 | **Was enthalten ist** | Limits und Funktionen des Tarifs mit Haken; was nicht enthalten ist, ist durchgestrichen. |
| 3 | **Nutzung in diesem Monat** | Balken: **KI-Posts** („12 von 80 genutzt · beginnt am … neu“), **Marken**, **Kanäle**, **Nutzer** (und Team-Stimme-Mitwirkende). Ab 80 % wird der Balken gelb, am Limit orange, darüber rot; dann bekommst du auch ein Angebot für den größeren Tarif. |
| 4 | **Nächste Abbuchung** | Nächster Betrag und Datum, die enthaltene MwSt. (oder „ohne MwSt. (Export, 0 %)“), Zahlungsmethode und aktiver Rabatt. Nach der Kündigung: „Gekündigt – bis … funktioniert alles, danach wird nicht verlängert.“ |

Ins KI-Kontingent zählt jeder Post, jede Idee und jede Umformulierung, die Claude für dich schreibt; selbst geschriebene Posts und das Veröffentlichen funktionieren ohne Kontingent. Das Kontingent beginnt zu jedem Kalendermonat neu, Ungenutztes verfällt.

## Ein KI-Paket kaufen

Wird das Monatskontingent knapp, erscheint unter der Nutzung das Angebot **+50 KI-Posts · 9 €** (bei knappem Kontingent hervorgehoben: „Nur noch n KI-Posts in diesem Monat.“). **Jetzt kaufen** führt zur sicheren Stripe-Seite; zurück in Sayweek werden die Posts in Sekunden gutgeschrieben, die Rechnung kommt per E-Mail. Ein KI-Paket ist ein Einmalkauf: bis Ende des Kalendermonats nutzbar, es verlängert sich

nicht.

## Tarife vergleichen und wählen

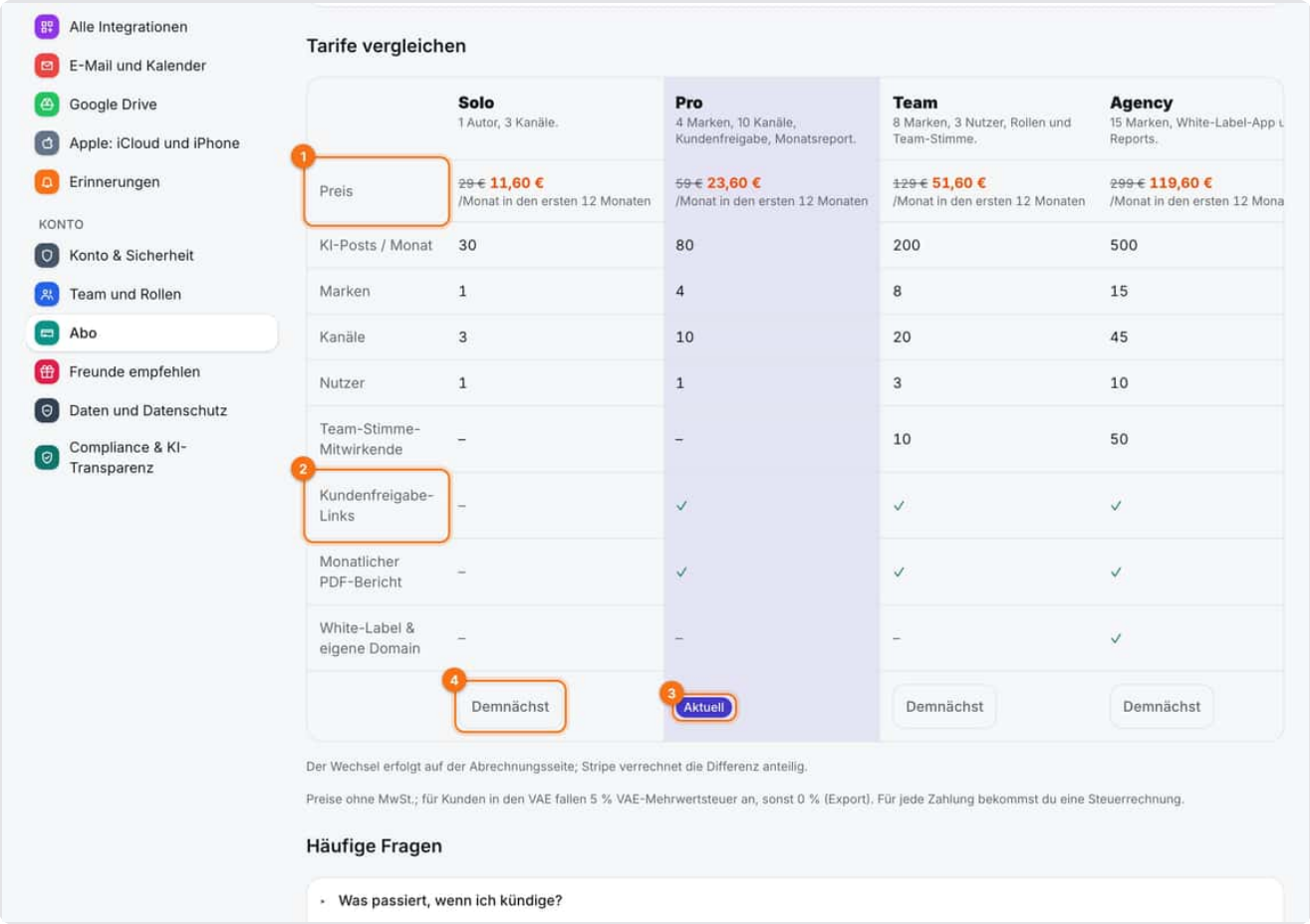



Abbildung 113 – Tarife vergleichen bei bestehendem Abo: Preise mit Einführungsangebot, Limits, Funktionen und die Buttons.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Preis** | Der Listenpreis und, solange das Einführungsangebot läuft, daneben der rabattierte Preis („/Monat in den ersten 12 Monaten“). Ohne Abo erscheinen über der Tabelle auch der Umschalter **Monatlich** / **Jährlich** („2 Monate gratis“) und die Bedingungen des Einführungsangebots. |
| 2 | **Funktionszeilen** | KI-Posts / Monat, Marken, Kanäle, Nutzer, Team-Stimme-Mitwirkende, **Kundenfreigabe-Links**, **Monatlicher PDF-Bericht**, **White-Label & eigene Domain**. |
| 3 | **Aktuell** | Die Spalte deines eigenen Tarifs ist hervorgehoben und unten mit **Aktuell** markiert. |
| 4 | **Wählen / Wechseln / Demnächst** | Ohne Abo **Wählen** (Stripe-Checkout), mit Abo **Wechseln** (auf der Abrechnungsseite von Stripe). **Demnächst** steht dort, solange die Bezahlung auf diesem Server nicht eingeschaltet ist – wie im Screenshot. |

### Ein Abo starten

1. Öffne **Einstellungen → Abo** und scroll zu **Tarife vergleichen**.
2. Wähle **Monatlich** oder **Jährlich**.
3. Klick beim gewünschten Tarif auf **Wählen** und bezahle auf der sicheren Stripe-Seite.
4. Zurück in Sayweek gilt der Tarif sofort.

> i Steht in der Tabelle statt der Buttons **Demnächst**, ist die Bezahlung auf diesem Server noch nicht eingeschaltet: Deine Testphase läuft weiter, alle Funktionen sind verfügbar.

## Tarif wechseln

- **Größerer Tarif**: Du bekommst das größere Kontingent sofort; Stripe verrechnet den Rest des Monats anteilig.
- **Kleinerer Tarif**: Der Wechsel gilt sofort, Stripe schreibt die Differenz auf der nächsten Rechnung gut. Hast du mehr Marken oder Kanäle, als der kleinere Tarif erlaubt, wird nichts gelöscht, und du kannst keine neuen anlegen; die Marken und Kanäle über dem Limit (die neuesten) werden pausiert: Sie bekommen keine neuen Posts und veröffentlichen nicht. Die Seite Abo zeigt das (**Einige Marken oder Kanäle sind pausiert**), und mit **Auswählen, was aktiv bleibt** entscheidest du, welche aktiv bleiben; mit einem größeren Tarif laufen die pausierten sofort wieder an. Dasselbe passiert, wenn du am Ende der Testphase einen kleineren Tarif wählst.
- Gewechselt wird mit **Wechseln**, auf der Abrechnungsseite von Stripe.

## Zahlungsmethode und Rechnungsdaten

**Abrechnung verwalten ↗** führt zur sicheren Stripe-Seite: Dort änderst du die Karte, die Rechnungsdaten (mit Steuernummer) und siehst auch deine Rechnungen. Deine Kartendaten sieht und speichert Sayweek nie.

## Rechnungen

Nach jeder Zahlung – Abo, Verlängerung oder KI-Paket – schicken wir dir eine Steuerrechnung per E-Mail (PDF), bei Erstattungen eine Gutschrift. Alle Dokumente kannst du unten auf der Seite herunterladen.




Abbildung 114 – Die Liste Rechnungen: Nummer, Art, Datum, MwSt.-Behandlung, Betrag und PDF herunterladen.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **PDF herunterladen** | Öffnet das PDF der Rechnung in einem neuen Tab. |
| 2 | **Steuerrechnung / Gutschrift** | Die Art des Dokuments; der Betrag einer Gutschrift steht mit Minuszeichen. |

> i Preise verstehen sich ohne MwSt. Kunden in den Vereinigten Arabischen Emiraten zahlen 5 % MwSt.; sonst – auch in den übrigen Golfstaaten – 0 % (Export von Dienstleistungen), auf der Rechnung als „0 % (Export)“. Rechnungen werden in Euro ausgestellt; nach den Vorgaben der VAE stehen MwSt. (sowie Netto- und Bruttobetrag) auch in Dirham. Die MwSt. richtet sich nach dem Rechnungsland (Stripe: die beim Checkout angegebene Rechnungsadresse).

> ✔ **Tipp**
> Arbeitest du für Kunden? **Einstellungen → Zeitersparnis & Abrechnung** zeigt Monat für Monat und pro Kunde (Marke), wie viele Stunden Sayweek gespart hat – Posts, Freigaben und Monatsberichte mal deine eigenen, anpassbaren Minuten, mit einem Stundensatz auch den Wert – als CSV oder PDF für deine Rechnungen. Details im Agentur-Handbuch.

## Kündigen

**Abo kündigen** unter dem Button **Abrechnung verwalten ↗** einen kurzen Kündigungsablauf:

1. **Bevor du gehst…** – wähle den Hauptgrund (z. B. **Zu teuer**, **Ich nutze es zu wenig**, **Mir fehlt eine Funktion**, **Ich brauche nur eine Pause**); schreib bei Bedarf etwas dazu, dann **Weiter**.
2. **Wir hätten eine Idee** – eine zum Grund passende Alternative: Wechsel in einen kleineren Tarif, 1 Monat Pause (in dieser Zeit wird nichts berechnet, alle Daten bleiben) oder ein Rabatt für die nächsten Monate. Nimm sie an oder wähle **Nein danke, trotzdem kündigen**.
3. **Kündigung bestätigen** – zeigt, bis wann alles funktioniert, dann **Abo kündigen**. Anders überlegt: **Doch bleiben**.

Bis zum Ende des bezahlten Zeitraums funktioniert alles, danach verlängert sich das Abo nicht. Schreiben und Posten pausieren dann, aber alle Daten (Posts, Marken, Regeln) bleiben – exportiere sie jederzeit oder abonniere genau hier erneut.

> ! **Achtung**
> Kündigen löscht dein Konto nicht. Willst du auch den Workspace löschen, geht das unter **Einstellungen → Daten und Datenschutz** – kündige vorher das Abo (siehe nächstes Kapitel).

## Wenn die Testphase endet

Deine Posts, Marken und Einstellungen bleiben, und du kannst weiterhin alles ansehen, aber Schreiben, Freigeben und Planen gehen nur mit einem Tarif. Die verbleibenden Tage zeigen die Leiste oben in der App und die Seite Abo.

## Freunde empfehlen

Empfiehl Sayweek mit deinem eigenen Link: Wer sich damit registriert, bekommt die ersten 30 Tage des Abos gratis. Sobald die erste Rechnung bezahlt ist, erscheint ein Monat deines Tarifs als Rabatt auf deiner nächsten Rechnung – bis zu 12-mal im Jahr.

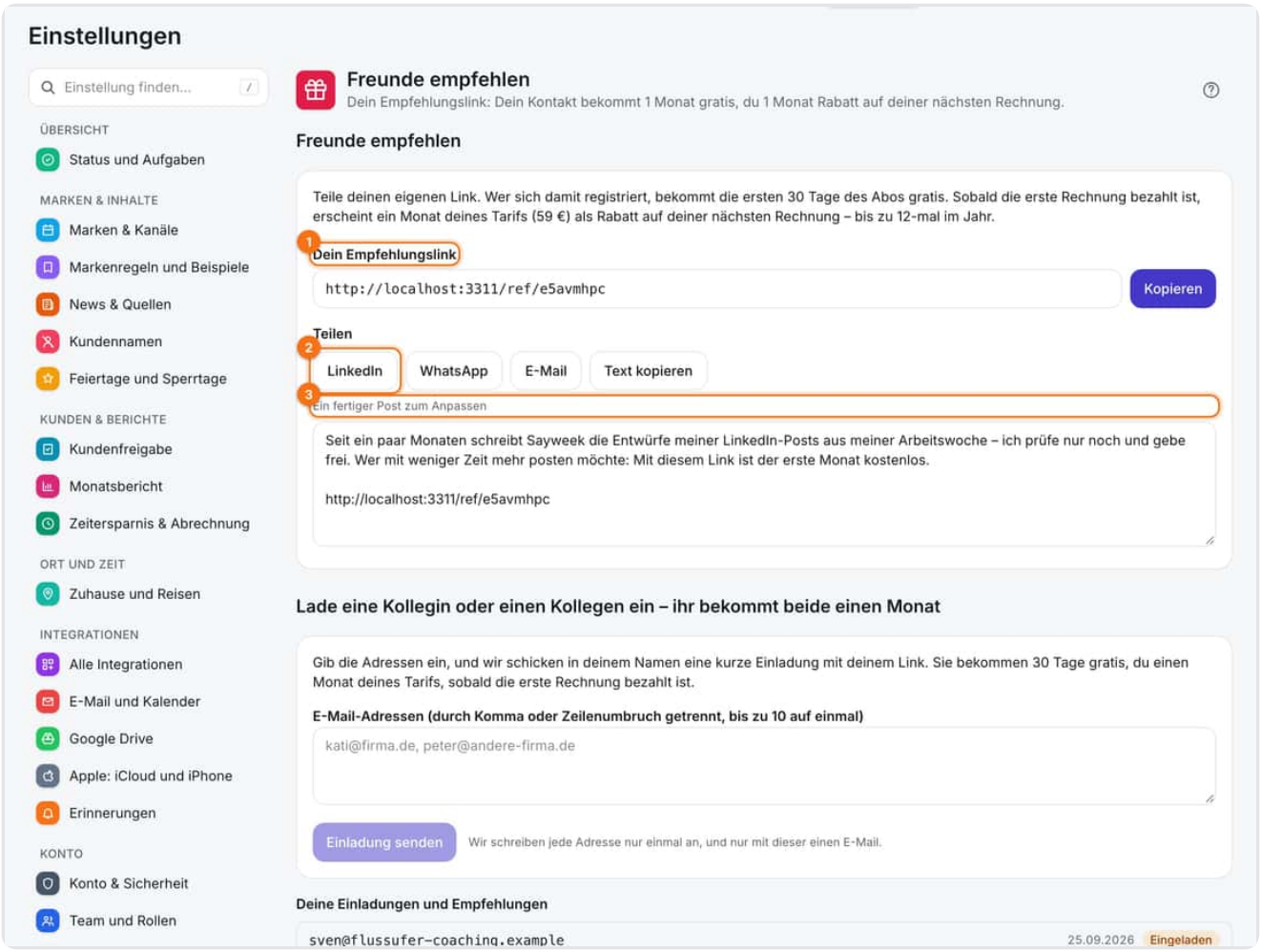



Abbildung 115 – Einstellungen → Freunde empfehlen: dein Empfehlungslink, Teilen, ein fertiger Post und die bisherigen Ergebnisse.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Dein Empfehlungslink** | Dein eigener Link; **Kopieren** legt ihn in die Zwischenablage. |
| 2 | **Teilen** | **LinkedIn**, **WhatsApp**, **E-Mail** – die Buttons öffnen die jeweilige App mit deinem Link. |
| 3 | **Ein fertiger Post zum Anpassen** | Ein teilbarer Text mit deinem Link; anpassen, dann **Text kopieren**. |
| 4 | **Bisher** | **Klicks**, **Registrierungen**, **Zahlend**, **Rabatte** – darunter, wie viele Rabatte du in den letzten 12 Monaten bekommen hast und wie viele auf deine nächsten Rechnungen warten. |

> i Du kannst dich nicht selbst empfehlen, auch keine Kolleg:innen derselben Firma (E-Mail-Domain), und ein Abo mit derselben Karte zählt nicht. Pro Rechnung gilt ein Empfehlungsrabatt, in einer eigenen Rabattzeile der Steuerrechnung; die MwSt. wird auf den rabattierten Betrag berechnet. Ohne bezahltes Abo wartet der Rabatt auf deine erste Rechnung. In den Handy-Apps erscheint der Empfehlungslink nicht.

## Kolleg:innen einladen und deine Empfehlungen verfolgen

Unter **Lade eine Kollegin oder einen Kollegen ein – ihr bekommt beide einen Monat** gibst du bis zu 10 E-Mail-Adressen auf einmal ein und klickst auf **Einladung senden**: Sayweek schickt in deinem Namen eine kurze E-Mail mit deinem Link, einmal pro Adresse. Die Domain deiner eigenen Firma und Wegwerf-Adressen bekommen keine Einladung – das Formular sagt es dir.

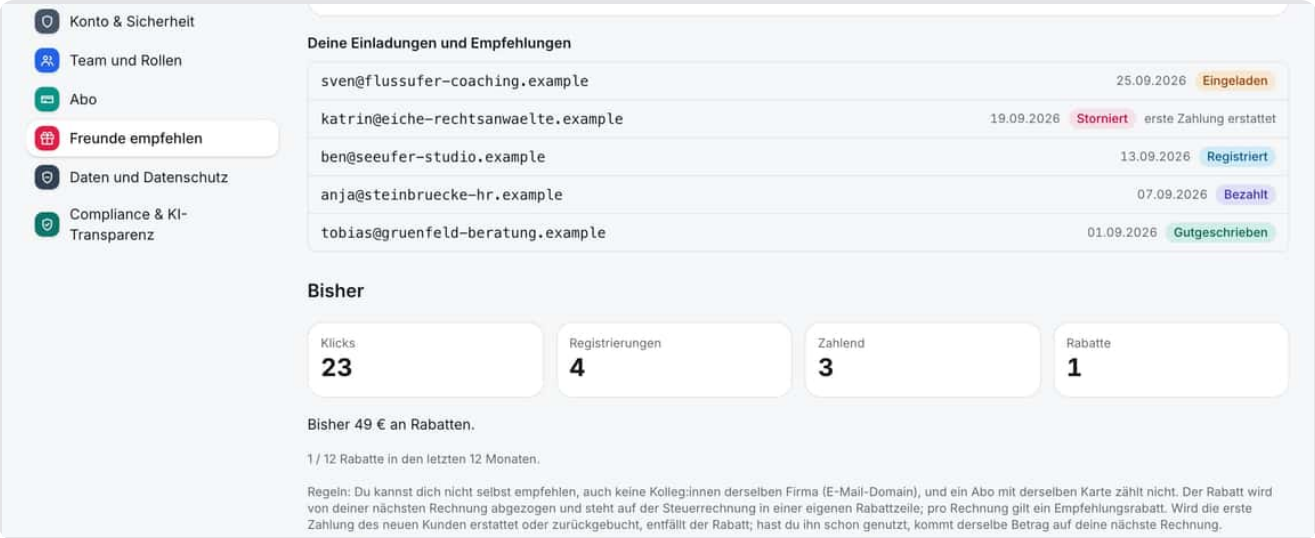



Abbildung 116 – Deine Einladungen und Empfehlungen mit ihrem Status – darunter eine nach einer Erstattung stornierte Empfehlung – und die Zahlen unter Bisher.

### Die Status in der Liste

| | |
|---|---|
| **Eingeladen** | Die Einladung ist raus; registriert hat sich damit noch niemand. |
| **Registriert** | Hat sich über deinen Link (oder deine Einladung) registriert – die 30 Gratistage laufen. |
| **Bezahlt** | Hat die erste Rechnung bezahlt; dein Rabatt ist unterwegs. |
| **Gutgeschrieben** | Ein Monat deines Tarifs wurde als Rabatt auf deiner nächsten Rechnung gutgeschrieben. |
| **Zählt nicht** | Erfüllt die Bedingungen nicht (z. B. Selbstempfehlung, dieselbe Firma oder Karte) – mit dem Grund. |
| **Storniert** | Der Rabatt wurde zurückgenommen – z. B. „erste Zahlung erstattet“. |

> ! **Achtung**
> Wird die erste Zahlung des geworbenen Kunden erstattet oder zurückgebucht, zählt die Empfehlung nicht, und der Rabatt wird zurückgenommen. Wurde er schon von einer deiner Rechnungen abgezogen, kommt derselbe Betrag auf deine nächste Rechnung. Die Liste zeigt so eine Empfehlung als **Storniert**, mit dem Grund.

> ✓ **Tipp**
> Du bist eine Agentur oder ein Wiederverkäufer und suchst Provision für Kunden? Dafür gibt es das separate Partnerprogramm (Partner-Handbuch) – die Kundenempfehlung bringt euch beiden einen Gratismonat.

# 15 Konto, Daten und Datenschutz

Einstellungen → Konto & Sicherheit · Daten und Datenschutz · Compliance & KI-Transparenz

Dieses Kapitel handelt von deinem eigenen Konto: wie du dich anmeldest, wie du das Konto schützt, wo du Sprache und Zeitzone einstellst – und davon, was mit deinen Daten passiert: Export, Auftragsverarbeiter, Aktivitätsprotokoll, Kontolöschung und die Einstellungen zur KI-Transparenz.

## Konto & Sicherheit

**Einstellungen → Konto & Sicherheit** besteht aus aufklappbaren Bereichen; jeder Kopf zeigt eine kurze Zusammenfassung (z. B. „2 aktive Anmeldemethoden“). **Profil** ist standardmäßig offen.

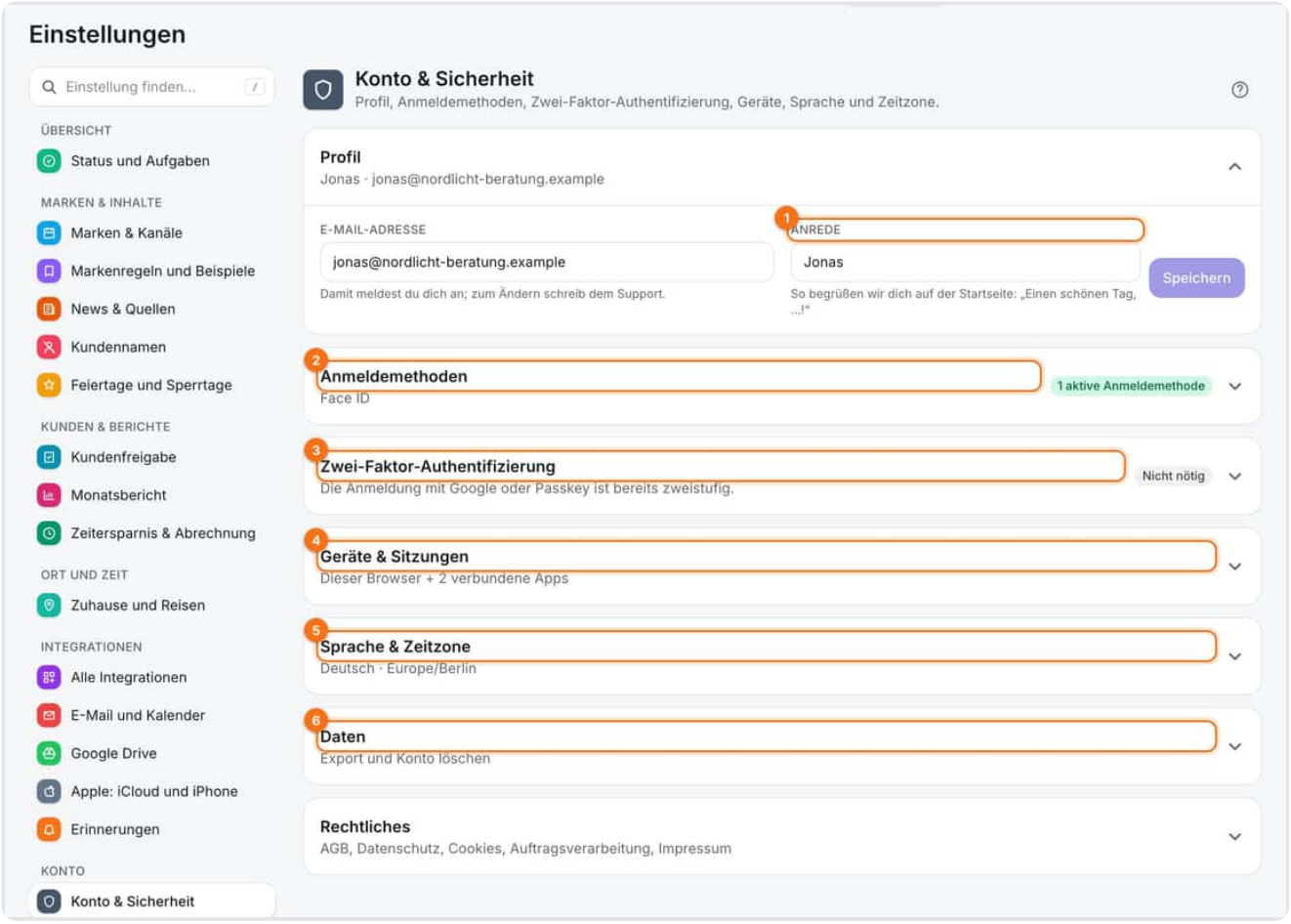



Abbildung 117 – Konto & Sicherheit: Profil, Anmeldemethoden, Zwei-Faktor-Authentifizierung, Geräte, Sprache und Zeitzone, Daten.

| | |
|---|---|
| 1 **Anrede** | Im **Profil**: so begrüßt dich die Startseite. Die **E-Mail-Adresse** ist deine Anmeldeadresse; zum Ändern schreib dem Support. |
| 2 **Anmeldemethoden** | Google, Microsoft (wenn auf dem Server eingeschaltet), **Passwort**, **Passkeys – Touch ID / Face ID** sowie Hinweise zur Apple-Anmeldung und Face ID in der iPhone-App. |

| | | |
|---|---|---|
| 3 | **Zwei-Faktor-Authentifizierung** | Ein 6-stelliger Code aus einer Authenticator-App zusätzlich zum Passwort. Status: **An**, **Aus** oder **Nicht nötig** (wenn du kein Passwort hast). |
| 4 | **Geräte & Sitzungen** | Dieser Browser und die verbundenen Apps; **Abmelden** je Gerät und **Überall abmelden**. |
| 5 | **Sprache & Zeitzone** | **Sprache der App**, **Heimatstadt**, **Heimat-Zeitzone** – und ein Link zu deinen Reisen. |
| 6 | **Daten** | Schnelle Links zum Datenexport und zur Kontolöschung. |

## Passwort und Passkeys

### Passwort festlegen

1. Klapp **Anmeldemethoden** auf und klick in der Zeile **Passwort** auf **Passwort festlegen** (oder **Passwort ändern**).
2. Wenn du willst, füll **Benutzername (optional)** aus – auch damit kannst du dich anmelden (3–40 Zeichen: Buchstaben, Ziffern, Punkt, Bindestrich).
3. Gib **Neues Passwort** und **Neues Passwort wiederholen** ein (mindestens 10 Zeichen, mit Buchstaben und Ziffern); beim Ändern brauchst du auch das **Aktuelle Passwort**.
4. Klick auf den Button zum Speichern.

Passwörter werden nur in nicht umkehrbarer Form gespeichert. Nach 5 Fehlversuchen wird das Konto für 15 Minuten gesperrt. Meldest du dich auch mit Google oder Microsoft an, kannst du mit **Anmeldung mit Passwort deaktivieren** das Passwort abschalten.

**Passkeys:** Klick in der Zeile **Passkeys – Touch ID / Face ID** auf den Button zum Hinzufügen (am Mac z. B. **+ Touch ID hinzufügen**) und bestätige mit Fingerabdruck, Gesicht oder Windows Hello. Der Schlüssel bleibt auf deinem Gerät (oder im iCloud-Schlüsselbund); der Server speichert nur den öffentlichen Teil. **Entfernen** löscht einen Passkey.

## Zwei-Faktor-Authentifizierung

1. Klapp **Zwei-Faktor-Authentifizierung** auf und klick auf **Aktivieren**.
2. Scanne den QR-Code mit einer Authenticator-App (z. B. iPhone-App Passwörter, Google Authenticator, Microsoft Authenticator, 1Password) – oder nutze den manuellen Schlüssel.
3. Gib den in der App angezeigten 6-stelligen Code ein und klick auf **Bestätigen**.

Danach braucht die Anmeldung mit Passwort auch den Code. Zum Abschalten gib den aktuellen Code ein und klick auf **Deaktivieren**. Die Anmeldung mit Google oder Passkey ist bereits zweistufig – dann ist der Code nicht nötig.

## Geräte & Sitzungen

- Im Browser gilt eine Anmeldung 30 Tage, danach meldest du dich neu an.
- Die Apps (Face ID, Fingerabdruck, Widget, Teilen) nutzen einen Geräteschlüssel; er läuft 180 Tage nach der Ausgabe oder nach 90 Tagen ohne Nutzung ab und erneuert sich bei der Face-ID-Anmeldung. Das Ablaufdatum steht in der Liste.
- **Abmelden** bei einem App-Gerät: Die App verliert sofort den Zugriff.
- **Überall abmelden**: Alle Browser und Apps werden sofort abgemeldet – auch dieser hier, und die Apps müssen neu verbunden werden. Dasselbe passiert, wenn du per E-Mail-Link ein neues Passwort setzt.

## Sprache & Zeitzone

Die **Sprache der App** (Magyar, English, Deutsch) gehört zu deinem Konto: Auch Benachrichtigungen, E-Mails und Berichte kommen in dieser Sprache. Die Sprache der Posts stellst du pro Marke ein. Schnell umschalten kannst du auch mit dem Flaggen-Symbol im Kopf der App. Die **Heimat-Zeitzone** gilt für den ganzen Workspace: Erinnerungen und Kalender richten sich danach; die Posting-Zeiten folgen der Zeitzone des Publikums jeder Marke.

## Daten und Datenschutz

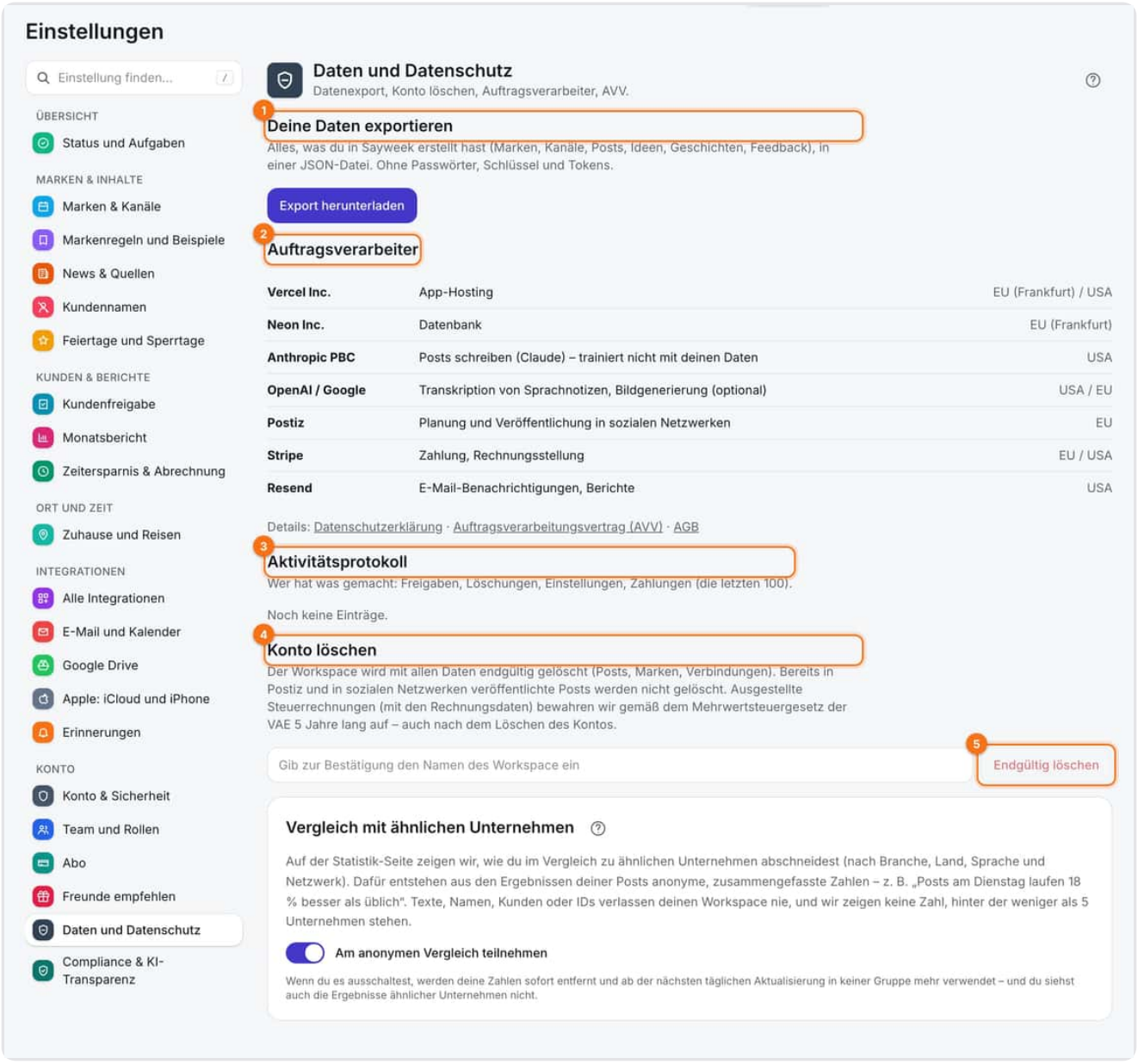



Abbildung 118 – Einstellungen → Daten und Datenschutz: Export, Auftragsverarbeiter, Aktivitätsprotokoll und Kontolöschung.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Deine Daten exportieren** | **Export herunterladen** liefert eine JSON-Datei mit allem, was du in Sayweek erstellt hast (Marken, Kanäle, Posts, Ideen, Geschichten, Feedback) – ohne Passwörter, Schlüssel und Tokens. Der Download wird im Aktivitätsprotokoll vermerkt. Nur Inhaber. |

| | | |
|---|---|---|
| 2 | **Auftragsverarbeiter** | Wer was wo macht: Vercel (App-Hosting), Neon (Datenbank, EU), Anthropic (Posts schreiben – trainiert nicht mit deinen Daten), OpenAI / Google (Transkription von Sprachnotizen, Bildgenerierung – optional), Postiz (Planung und Veröffentlichung), Stripe (Zahlung), Resend (E-Mails). Darunter: **Datenschutzerklärung**, **Auftragsverarbeitungsvertrag (AVV)**, **AGB**. |
| 3 | **Aktivitätsprotokoll** | Wer was gemacht hat: Freigaben, Löschungen, Einstellungen, Zahlungen und Sicherheitsereignisse (Anmeldungen, Passwort- und 2FA-Änderungen, Passkeys, Geräte, Schlüssel, Webhooks, Notbremse, Datenexport) – die letzten 100 Einträge, in deiner Heimat-Zeitzone. Nur Inhaber. |
| 4 | **Konto löschen** | Löscht den Workspace endgültig – siehe unten. |
| 5 | **Endgültig löschen** | Erst klickbar, wenn du den Namen des Workspace ins Feld eingegeben hast. |

Ebenfalls hier: der Schalter **Vergleich mit ähnlichen Unternehmen**. Standardmäßig an – die anonymen, zusammengefassten Zahlen deines Workspace (nie Texte, Namen oder IDs, und nur in Gruppen von mindestens 5 Workspaces) helfen beim Vergleich in der Statistik. Ausgeschaltet werden deine Zahlen sofort entfernt, und du siehst den Vergleich auch selbst nicht.

## Was genau passiert beim Löschen des Kontos?

> ! **Vorsicht – nicht umkehrbar**
> Die Löschung ist sofort und endgültig, und sie betrifft nicht nur deine eigene Anmeldung: Der ganze Workspace wird mit allen Daten gelöscht – für alle Mitglieder.

- Gelöscht werden: der Workspace, alle Mitglieder (ihre Benutzerkonten), Marken, Kanäle, Posts, Ideen, Mediendateien, Verbindungen (samt Tokens), Geräte und Protokolle.
- Wo möglich widerruft Sayweek auch den Zugriff bei den verbundenen Diensten (z. B. Google, Meta, Canva; der Discord-Bot verlässt die Server). Gespeicherte Video- und Grafikdateien werden ebenfalls gelöscht.
- Nicht gelöscht werden: Posts, die bereits in Postiz und in sozialen Netzwerken veröffentlicht sind – lösche sie dort.
- Aufbewahrt werden: ausgestellte Steuerrechnungen und Gutschriften (mit den Rechnungsdaten) – 5 Jahre gemäß dem Mehrwertsteuergesetz der VAE, auch nach der Löschung. Aus den Backups verschwinden die Daten innerhalb von 30 Tagen.
- Nach der Löschung meldet Sayweek dich ab und führt dich zur Anmeldeseite.

### Schritt für Schritt löschen

1. Hast du ein aktives Abo, kündige es zuerst (Kapitel Abo) – solange es läuft, bricht die Löschung mit einer Fehlermeldung ab („Kündige zuerst dein Abo…“).
2. Lade bei Bedarf den Export herunter (**Export herunterladen**).
3. Scroll zu **Konto löschen** und gib den Namen des Workspace exakt ins Feld ein.
4. Klick auf **Endgültig löschen**.

Löschen kann nur der Inhaber. Willst du nur eine einzelne Integration beenden, geht das auf ihrer Karte – ohne das Konto zu löschen.

## Compliance & KI-Transparenz

Unter **Einstellungen → Compliance & KI-Transparenz** legst du fest, wie Sayweek Posts aus KI-Entwürfen kennzeichnet, garantierst die menschliche Freigabe und lädst den Compliance-Bericht herunter. Oben steht eine kurze Zusammenfassung von Artikel 50 des EU AI Act – Information, keine Rechtsberatung. Die Kennzeichnung ist standardmäßig aus.

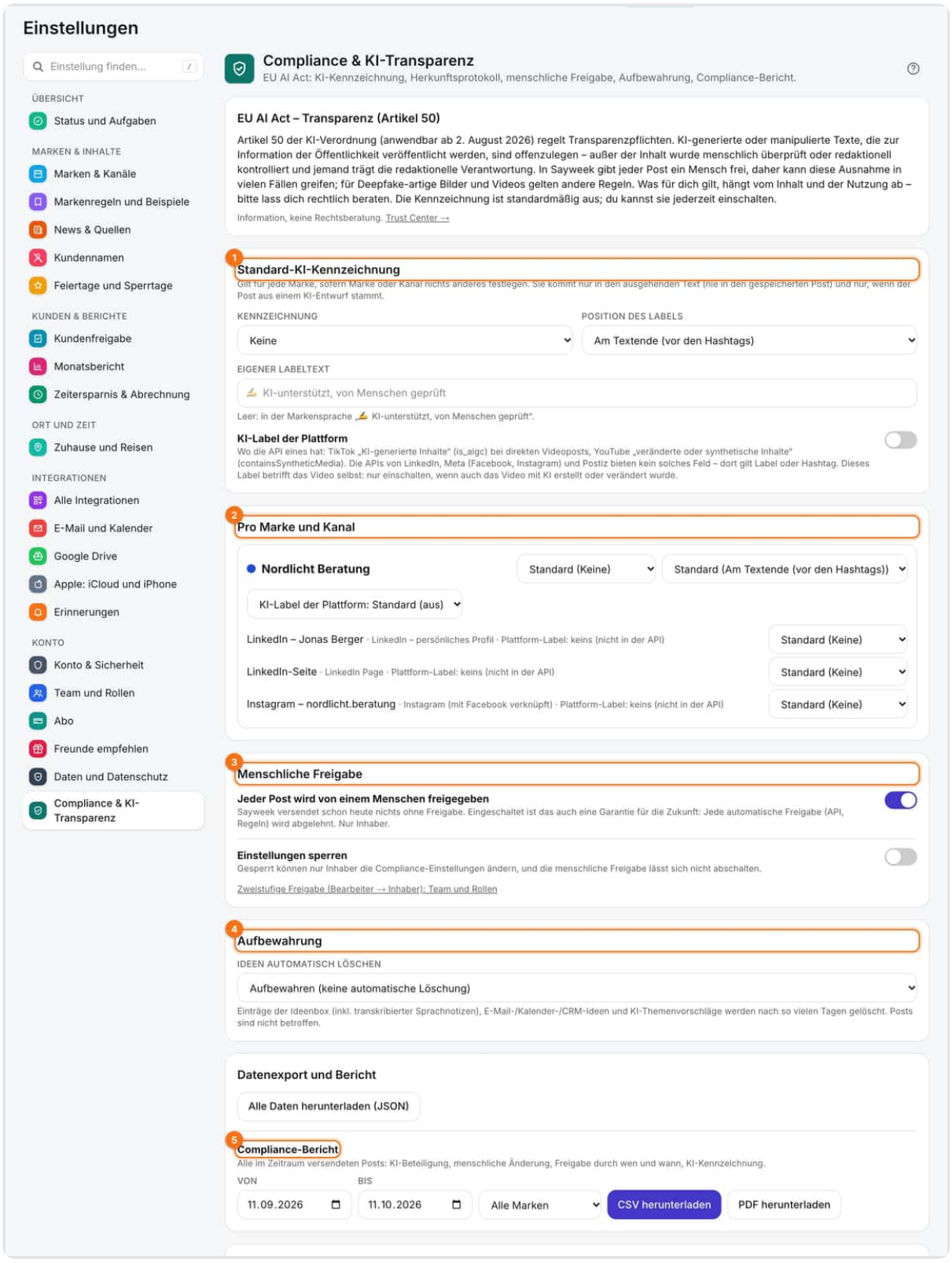



Abbildung 119 – Compliance & KI-Transparenz: Standard-Kennzeichnung, Überschreiben je Marke, menschliche Freigabe,

Aufbewahrung und Bericht.

| | | |
|---|---|---|
| 1 | **Standard-KI-Kennzeichnung** | **Kennzeichnung**: **Keine**, **Dezentes Label** oder **Hashtag (#Alassisted)**; **Position des Labels**: **Am Textende (vor den Hashtags)** oder **Im ersten Kommentar (wo möglich)**; **Eigener Labeltext** (leer: „ KI-unterstützt, von Menschen geprüft“) und **Vorschau**. **KI-Label der Plattform** setzt bei Videos das eigene Label von TikTok und YouTube – nur einschalten, wenn auch das Video selbst mit KI entstand. |
| 2 | **Pro Marke und Kanal** | Den Standard für eine Marke oder einen Kanal überschreiben. |
| 3 | **Menschliche Freigabe** | **Jeder Post wird von einem Menschen freigegeben** – eingeschaltet lehnt das System jede automatische (API-, regelbasierte) Freigabe ab. **Einstellungen sperren** – gesperrt kann nur der Inhaber ändern, und die menschliche Freigabe lässt sich nicht abschalten. |
| 4 | **Aufbewahrung** | **Ideen automatisch löschen**: nach 30, 90, 180 oder 365 Tagen oder **Aufbewahren (keine automatische Löschung)**. Gelöscht werden Einträge der Ideenbox (samt transkribierter Sprachnotizen), Mail-, Kalender- und CRM-Ideen und KI-Themenvorschläge; Posts sind nicht betroffen. Nur Inhaber. |
| 5 | **Compliance-Bericht** | Unter **Datenexport und Bericht**: **Von** – **Bis**, Marke, dann **CSV herunterladen** oder **PDF herunterladen**. Jeder im Zeitraum versendete Post: KI-Beteiligung, menschliche Änderung, Freigebende Person und Zeit, KI-Kennzeichnung. |

> **! Achtung**
> Achtung: Diese Seite hat keinen Speichern-Button – Listen und Schalter werden sofort gespeichert, der eigene Labeltext beim Verlassen des Feldes.

Weiter unten die Karte **Sicherheitsnetz für regulierte Branchen** (dieselbe wie unter Marken & Kanäle) und das **Compliance-Protokoll (Audit-Trail)**: Lege **Von** und **Bis** fest, bei Bedarf eine Marke, dann **CSV herunterladen** – für jede Freigabe, wer den Post wann freigegeben hat (eine Person oder eine automatische Freigabe), Branchenprofil und Land, die gesehenen Warnungen und der Pflichthinweis, der mitging.

Die Kennzeichnung kommt nur in den ausgehenden Text, nie in den gespeicherten Post, und nur, wenn der Post aus einem KI-Entwurf stammt. Die APIs von LinkedIn, Meta und Postiz bieten kein KI-Label der Plattform – dort gilt Label oder Hashtag.

## Das Herkunftsprotokoll eines Posts

Unten im Editor jedes Posts gibt es den aufklappbaren Bereich **Herkunft (KI-Transparenz)**. Er zeigt, was die KI geschrieben hat, wie viel ein Mensch geändert hat, wer wann freigegeben hat und wohin der Post ging – ohne Prompts zu speichern.

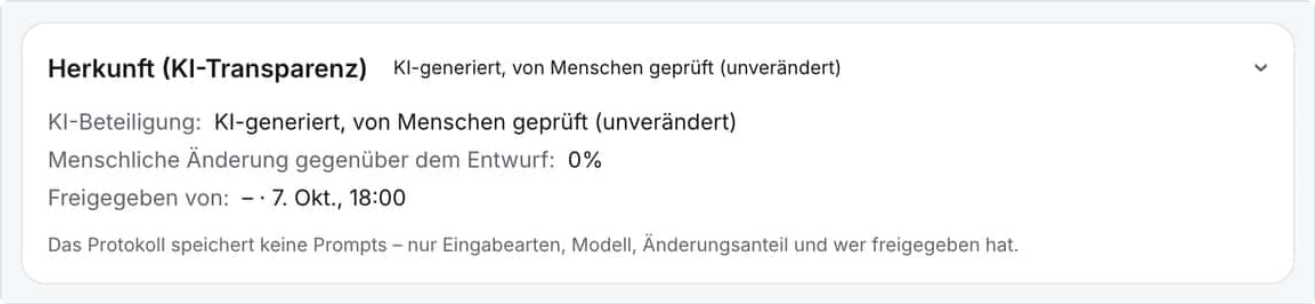



Abbildung 120 – Herkunft (KI-Transparenz) eines veröffentlichten Posts: KI-Beteiligung, menschliche Änderung, Freigabe, Versand und Protokoll.

- **KI-Beteiligung** und **Menschliche Änderung gegenüber dem Entwurf** (in Prozent).
- **Modell** und **Eingabearten** (z. B. Idee, Kalender, News – ohne deren Inhalt).
- **Freigegeben von**, **Kundenfreigabe**, **Bearbeitet von**, **Versand** (mit der angewandten KI-Kennzeichnung), **Bild** (eigenes oder KI-generiert).
- **Protokoll** – die Ereignisse der Reihe nach (KI-Entwurf, Bearbeitung, Freigabe, versendet…).

> **i** Die Posts schreibt Claude (Anthropic) über das eigene Konto von Sayweek. Anthropic, OpenAI und Google trainieren ihre Modelle nicht mit Daten aus ihren kostenpflichtigen APIs, und Sayweek trainiert kein allgemeines Modell mit deinen Inhalten. Passwörter, Tokens und Zahlungsdaten gehen nie an die KI.

# 16 Häufige Fragen und Fehlerbehebung

Hilfe · Support

Kurze Antworten auf die häufigsten Fragen und Probleme, jeweils mit dem, was zu tun ist. Findest du hier keine Antwort, sieh in der eingebauten Hilfe der App nach oder schreib uns – wie, steht am Ende des Kapitels.

## Veröffentlichen

**F Ich habe den Post freigegeben, aber er ist nicht erschienen. Was ist passiert?**

Sieh dir den Status des Posts an. **In der Warteschlange**: Sayweek sendet gerade und versucht vorübergehende Fehler selbst erneut. **Freigegeben**: an das Netzwerk oder Postiz übergeben, erscheint zur geplanten Zeit. **Fehler**: auch nach mehreren Versuchen gescheitert – öffne den Post, oben steht der Grund in einem roten Feld. Behebe ihn (z. B. Konto neu verbinden, Text kürzen) und klick erneut auf **Freigeben und planen**. Der Filter **Fehler / Konflikt / kein Bild** im Wochenplan sammelt die fehlgeschlagenen Posts.

**F Der Post ist „Freigegeben", ging aber nicht live raus.**

Ein neuer Workspace startet im Testmodus: Freigegebene Posts gehen dann nicht live raus (in Postiz landen sie als Entwurf: „Als Entwurf an Postiz gesendet (Testmodus, wird nicht veröffentlicht)."). Zum Live-Schalten wähle unter **Einstellungen → Postiz** den Live-Modus. Dasselbe passiert, wenn das Veröffentlichen pausiert ist (Einstellungen → Marken & Kanäle → **Veröffentlichen pausieren**) – das zeigt eine Leiste oben, und am selben Ort hebst du es mit ▶ **Fortsetzen** auf.

**F „Dieser Kanal hat keinen Veröffentlichungsweg (Postiz oder direktes Konto)…"**

Mit dem Kanal ist kein Konto verbunden. Verbinde eines unter **Einstellungen → Marken & Kanäle** und gib den Post erneut frei.

**F Kann etwas ohne meine Freigabe veröffentlicht werden?**

Nein. Ein Post wird erst nach deiner Freigabe eingeplant – in der App oder mit einem Tipp aus der Benachrichtigung auf dem Handy. Auf der Compliance-Seite kannst du das zur Garantie machen (**Jeder Post wird von einem Menschen freigegeben**), und **Veröffentlichen pausieren** (Marken & Kanäle) stoppt alle Veröffentlichungen auf einmal.

## Verbindungen und Integrationen

**F Eine Integration „braucht Aufmerksamkeit". Was tun?**

Klick unter Alle Integrationen auf den Filter **Braucht Aufmerksamkeit**, öffne die Karte, lies, was zu tun ist, und klick auf **Einrichten →** (bei Social-Konten: neu verbinden). Starte danach **Verbindung testen**. Ist ein Post während der abgelaufenen Verbindung auf Fehler gesprungen, gib ihn nach dem Neuverbinden erneut frei.

**F „Die LinkedIn-Anmeldung ist abgelaufen – verbinde sie neu."**

Anmeldungen direkter Verbindungen laufen mit der Zeit ab (eine Woche vorher warnt die Karte schon: „Die Anmeldung läuft innerhalb einer Woche ab…"). Verbinde das Konto neu – deine Einstellungen bleiben.

**F Warum steht bei einer Integration „Demnächst"?**

Sie ist auf diesem Server noch nicht eingeschaltet (die Anbieterschlüssel fehlen) oder noch nicht fertig. Mit **Diese Integration anfragen** im Fenster sagst du uns, dass du sie brauchst.

**„Google hat diese App nicht überprüft“ – kann ich gefahrlos weitermachen?**

Ja: Die Funktionen sind verfügbar, aber Google prüft Sayweek noch und zeigt bis dahin diesen Hinweis. Klick auf **Erweitert** und dann auf **Weiter zu Sayweek (unsicher)**. Sayweek liest nur und fragt nur nach der Berechtigung für das, was du einschaltest.

**Ich habe den Kanal direkt verbunden, aber bei manchen Posts steht „In Postiz geplant“.**

Diese Posts hat noch Postiz eingeplant, darum gehen sie über Postiz raus. Im Kanal-Editor, im Wochenplan und im Post-Editor verschiebt **Auf direkt umstellen** sie: Sayweek löscht sie aus Postiz, und sie gehen zur selben Zeit direkt raus; Text, Bild und Freigabe bleiben. Was sich nicht verschieben lässt, bleibt auf Postiz. Stellst du einen Kanal auf direkt um, erledigt das Häkchen **Auch die … bereits geplanten Posts direkt senden** im Bestätigungsfenster das gleich mit.

**Auf der Seite eines Threads-Posts steht statt der Antworten „Threads neu verbinden“.**

Auf der Seite eines direkt auf Threads veröffentlichten Posts zeigt der Bereich **Antworten auf Threads** die Unterhaltung (du kannst antworten und Antworten anderer ausblenden). Dafür braucht es neue Threads-Berechtigungen, die Meta noch prüft – bis dahin, oder wenn die Anmeldung abgelaufen ist, zeigt der Bereich diesen Hinweis. Veröffentlichen und Statistik funktionieren trotzdem.

**Liest Sayweek meinen Kalender und meine E-Mails?**

Nur wenn du sie verbindest, und nur lesend. Mailtexte werden nie gespeichert – nur die kurze, anonymisierte Idee daraus; Namen werden unkenntlich gemacht, bevor etwas die KI erreicht, und Vertrags-, Preis-, Gesundheits- und Rechtsthemen bleiben außen vor.

## KI und Kontingente

**„Du hast die … KI-Posts deines Tarifs für diesen Monat verbraucht…“**

Das monatliche KI-Kontingent ist aufgebraucht. Kauf +50 KI-Posts für 9 € (Einstellungen → Abo → **Jetzt kaufen**), wechsle in einen größeren Tarif oder warte auf den nächsten Monat. Manuelles Bearbeiten, Freigeben und Veröffentlichen funktionieren weiter. Fehlgeschlagene Generierungen zählen nicht.

**„Die Anthropic-API ist gerade überlastet oder dein Kontingent ist erreicht…“**

Das ist nicht dein Monatskontingent: Der KI-Anbieter ist vorübergehend überlastet. Warte ein paar Minuten und versuch es noch einmal.

**Welche KI schreibt die Posts – und trainiert sie mit meinen Daten?**

Die Posts schreibt Claude von Anthropic. Anthropic trainiert seine Modelle nicht mit Daten aus der API, und Sayweek trainiert kein allgemeines Modell mit deinen Inhalten – aus deinen Korrekturen gelernte Stilregeln bleiben in deinem eigenen Workspace.

## Anmeldung und Konto

**Ich habe mein Passwort vergessen.**

Klick auf der Anmeldeseite auf **Passwort vergessen?**, gib deine E-Mail ein und klick auf **Link senden**. Der Link ist 1 Stunde gültig (sieh auch im Spam-Ordner nach). Sobald das neue Passwort gespeichert ist, werden deine anderen Sitzungen abgemeldet.

**„Nach 5 Fehlversuchen wird das Konto für 15 Minuten gesperrt.“**

Warte 15 Minuten oder setz mit Passwort vergessen? ein neues Passwort – ein erfolgreiches Zurücksetzen hebt die Sperre auf. Hast du dich mit Google registriert, hast du vielleicht gar kein Passwort: Melde dich mit Google an.

**Mein Zwei-Faktor-Code wird nicht angenommen.**
Prüfe, ob die Uhr deines Handys stimmt, und gib immer den neuesten Code ein (jeder Code gilt nur einmal). Nach zu vielen falschen Codes wird die Zwei-Faktor-Anmeldung vorübergehend gesperrt. Hast du die Authenticator-App verloren und kommst auch anders nicht hinein, schreib uns von der E-Mail-Adresse deines Kontos.

**Ich habe mein Handy verloren. Was tun?**
Öffne von einem beliebigen Computer **Konto & Sicherheit → Geräte & Sitzungen** und klick in der Zeile des Handys auf **Abmelden** (oder auf der Apple-Seite unter **Verbundene Geräte** auf **Widerrufen**). Befürchtest du, dass jemand anderes Zugriff hat, nutze **Überall abmelden** und ändere dein Passwort.

## Benachrichtigungen, Abo, Daten

**Ein roter Balken meldet ein außergewöhnliches Ereignis. Hat Sayweek meine Posts gestoppt?**
Nein – von selbst hält nichts an, außer du hast das automatische Zurückhalten eingeschaltet. Klick auf **Ansehen** (oder öffne die Seite Wachposten), entscheide, welche Posts du wie lange pausierst, oder klick auf **Betrifft uns nicht**.

**Mein Empfehlungsrabatt ist aus der Liste verschwunden.**
Wurde die erste Zahlung des geworbenen Kunden erstattet oder zurückgebucht, erscheint die Empfehlung als **Storniert**: Der Rabatt wird zurückgenommen, und wurde er schon auf einer Rechnung verwendet, kommt derselbe Betrag auf deine nächste.

**Warum ist mein Post in der Freigabekette nicht rausgegangen?**
Eingeplant wird er erst nach dem letzten Schritt. Die Karte **Freigabekette** des Posts zeigt, wer an der Reihe ist (**Wartet auf Freigabe**), die Fristen und den Verlauf; hat jemand Änderungen angefragt, reich ihn nach der Korrektur erneut ein.

**Benachrichtigungen kommen nicht an.**
Die Erinnerung kommt nur, wenn in den Slots von morgen noch ein nicht freigegebener oder leerer Post ist. Push musst du pro Gerät einschalten (Einstellungen → Erinnerungen → **Benachrichtigungen aktivieren**, dann **Testbenachrichtigung**). Für E-Mails hak **Auch per E-Mail an:** an und sieh im Spam-Ordner nach.

**Die Rechnungsmail ist nicht angekommen. Wo finde ich die Rechnung?**
Jede ausgestellte Rechnung steht unter **Einstellungen → Abo → Rechnungen** – dort kannst du das PDF jederzeit herunterladen.

**Kann ich jederzeit kündigen?**
Ja, Monats- und Jahresabos gleichermaßen, unter **Einstellungen → Abo**. Bis zum Ende des bezahlten Zeitraums funktioniert alles; danach pausieren Schreiben und Posten, deine Daten bleiben.

**Was passiert, wenn ich in einen kleineren Tarif wechsle?**
Der Wechsel gilt sofort; Stripe schreibt die Differenz auf der nächsten Rechnung gut. Es wird nichts gelöscht, aber die Marken und Kanäle über dem Limit (die neuesten) werden pausiert: Sie bekommen keine neuen Posts und veröffentlichen nicht. Auf der Seite Abo wählst du, welche aktiv bleiben (**Auswählen, was aktiv bleibt**); mit einem größeren Tarif laufen die pausierten sofort wieder an.

**Wo werden meine Daten gespeichert?**
In einer EU-Datenbank (Neon), die App läuft bei Vercel. Zugangstokens sind verschlüsselt, jeder Workspace ist streng getrennt. Details in der Datenschutzerklärung und unter Einstellungen → Daten und Datenschutz.

**F** **Wie exportiere oder lösche ich meine Daten?**

Unter **Einstellungen → Daten und Datenschutz**: **Export herunterladen** (JSON) oder **Konto löschen**. Die Löschung entfernt alle Daten des Workspace endgültig; bereits veröffentlichte Posts löschst du im jeweiligen Netzwerk, Steuerrechnungen bewahren wir 5 Jahre auf.

**F** **Warum sieht mein Foto auf Instagram anders aus als hochgeladen?**

Beim Senden bekommt jedes Netzwerk eine an seine Regeln angepasste Kopie: Was aus dem Seitenverhältnis fällt, wird nach der Einstellung **Seitenverhältnis-Anpassung** (**Einstellungen → Postiz**) zugeschnitten oder aufgefüllt, und wo nötig in JPEG umgewandelt und komprimiert. Das Originalfoto in Sayweek ändert sich nicht. Was passiert, siehst du vorab im blauen Kasten des Editors und in den -Zeilen der Schnellpost-Vorschau (Kapitel zum Schreiben, Automatische Anpassung beim Senden).

**F** **Die -Zeile zeigt die falsche Stadt. Was tun?**

Tippe daneben auf **Ich bin nicht hier**, gib die Stadt ein (die Zeitzone wird automatisch ausgefüllt) und bis wann du dort bist, dann **Speichern** – die Korrektur gilt sofort. Die Zeile zeigt auch, woher Sayweek den Ort kennt (laut Standort deines Telefons, von dir eingetragen, laut deinem Kalender oder zu Hause); die Reihenfolge erklärt der Abschnitt Zeitzone und Reisen (Kapitel Freigabe und Planung). Aus der Adresse deines Netzwerks oder VPNs schließt Sayweek nie auf deinen Ort.

**F** **Beim Senden eines Schnellposts ist die Verbindung abgebrochen. Ging er doppelt raus?**

Nein. Sayweek prüft, ob der Post rausging (**Die Verbindung ist abgebrochen – ich prüfe, ob er rausging…**), und zeigt das Ergebnis, wenn ja. Auch wenn du es erneut versuchst, geht derselbe Post kein zweites Mal raus.

## Funktioniert Sayweek gerade?

Ist etwas ungewöhnlich langsam oder ging ein Post nicht rechtzeitig raus, sieh auf der öffentlichen Seite **Systemstatus** nach – sie funktioniert ohne Anmeldung und aktualisiert sich jede Minute. Sie zeigt den Zustand jedes Dienstes (Web- und Mobil-App, Datenbank, Planer und Hintergrundjobs, Veröffentlichung, KI-Texte, E-Mails und Benachrichtigungen) und offene Störungen. Sind Veröffentlichung oder Planer betroffen, musst du nichts tun: Freigegebene Posts warten in der Schlange und werden nach der Störung automatisch erneut versucht.

## Hilfe und Support



Abbildung 121 – Die eingebaute Hilfe: Artikel zu dieser Seite, der Hilfe-Assistent und die Themen.

1. Klick im Kopf der App auf **?** (**Hilfe**) – neben den meisten Seitentiteln gibt es außerdem ein kleines Hilfe-Symbol, das den Artikel zur Seite öffnet.
2. **Zu dieser Seite** listet die Anleitungen zur geöffneten Seite; darunter Themen und Suche.
3. Findest du keine Antwort, wähle **Frag den Hilfe-Assistenten**: Ein KI-Assistent antwortet aus den Hilfeartikeln und verlinkt den Artikel.

Kommst du so nicht weiter, schreib an **hello@sayweek.com**, am besten von der E-Mail-Adresse deines Kontos – aus deiner Nachricht wird ein Support-Ticket, und wir antworten an dieselbe Adresse. Damit wir schnell helfen können, schreib dazu:

- um welchen Workspace und welche Marke es geht,
- was du getan hast, was du erwartet hast und was stattdessen passiert ist,
- die Fehlermeldung im Wortlaut (oder einen Screenshot),
- wann es passiert ist und auf welchem Gerät (Browser, iPhone- oder Android-App).

Screenshots kannst du auch anhängen. Im Betreff unserer Antwort steht die Ticketnummer (z. B. „[#1042]“): Antwortest du auf diese E-Mail, machen wir im selben Ticket weiter – auch ein geschlossenes Ticket öffnet sich wieder. Automatische Antworten (z. B. Abwesenheitsnotizen) werden nicht zu Tickets.

## Bewerte unsere Hilfe

Wenn wir ein Ticket schließen, steht am Ende der letzten Antwort meist die Frage „Wie zufrieden warst du mit unserer Hilfe?“ mit zwei Links: **Gut** und **Nicht so gut**. Ein Klick genügt – der Link öffnet eine kurze Sayweek-Seite in der Sprache des Tickets, ohne Anmeldung, und speichert deine Wahl.




Abbildung 122 – Die Bewertungsseite: die Frage und die zwei Buttons. Nach dem Klick bedankt sie sich, und du kannst einen Kommentar hinzufügen.

| | |
|---|---|
| 1 **Gut / Nicht so gut** | Auch hier kannst du es dir anders überlegen: Eine spätere Stimme ersetzt die frühere. |
| **Kommentar** | Nach der Abstimmung erscheinen das Feld **Möchtest du noch etwas ergänzen? (optional)** und der Button **Senden** – das Team liest deinen Kommentar. |

i Der Link bewertet nur dieses eine Ticket: Er meldet dich nicht an und zeigt die Unterhaltung nicht.

! **Wichtig**
Schick niemals ein Passwort, einen Zwei-Faktor-Code, einen API-Schlüssel oder ein anderes Geheimnis – wir brauchen sie nicht und fragen nie danach.

✔ **Tipp**
Unten in jedem Hilfeartikel kannst du **War dieser Artikel hilfreich?** beantworten – das Team liest deinen Kommentar. Fehlende Integrationen fragst du unter Alle Integrationen an (**Brauchst du eine andere Integration?**).