

DIGITALE KOMPETENZEN FÜR DIE GESCHÄFTS- ENTWICKLUNG

*Canva & Social Media für
Individuelle Bedürfnisse*

3

EmpowerHER Rural Business

Nachhaltiges und bewusstes Business-Wachstum für
Frauen im ländlichen Raum

EmpowerHER Rural Business

Sustainable and Mindful Business Growth for Women in Rural Areas



Ein Erasmus+ Projekt | Kofinanziert von der Europäischen Union

3

Praxisguide · Module III

DIGITALE KOMPETENZEN FÜR DIE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Canva & Social Media für Individuelle Bedürfnisse

EmpowerHER Rural Business

Sustainable and Mindful Business Growth for Women in Rural Areas



Kofinanziert von der Europäischen Union

EmpowerHER Rural Business

Nachhaltiges und bewusstes Business-Wachstum für
Frauen im ländlichen Raum

EmpowerHER Rural Business

Sustainable and Mindful Business Growth for Women in Rural Areas



3

DIGITALE KOMPETENZEN FÜR DIE
GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Canva & Social Media für Individuelle Bedürfnisse

EmpowerHER Rural Business

Nachhaltiges und bewusstes Business-Wachstum für Frauen im ländlichen Raum

Über das Projekt EmpowerHER

EmpowerHER Rural Business ist ein europäisches Projekt, das Unternehmerinnen und Frauen mit Geschäftsideen im ländlichen Raum dabei unterstützt, ihre unternehmerischen Kompetenzen, ihre digitale Sichtbarkeit und ihre persönliche Resilienz weiterzuentwickeln.

Durch praxisnahe Weiterbildung und Instrumente für Wohlbefinden, Storytelling und digitale Kompetenzen unterstützt das Projekt die Entwicklung nachhaltiger Unternehmen und stärkt die Teilhabe von Frauen an lokalen und europäischen unternehmerischen Netzwerken.

Das Projekt unterstützt mindestens 25 Unternehmerinnen aus dem ländlichen Raum in Transsilvanien, Rumänien, mit Schwerpunkt auf dem Kreis Alba, durch:

- praxisnahe Workshops zur unternehmerischen Entwicklung
- digitale Kompetenzen für Branding und Sichtbarkeit
- Instrumente für Wohlbefinden und einen bewussten Umgang mit Stress
- Zugang zu einer unterstützenden Community und Mentoring sowie zum ländlichen Coworking-Space VIE HUB – einem Raum für Wohlbefinden, Storytelling und digitale Sichtbarkeit – sowie Arbeitstreffen mit Fachpersonen aus angrenzenden unternehmerischen Bereichen
- Teilnahme an einer regionalen Messe in Österreich, um die Sichtbarkeit lokaler Unternehmen zu erhöhen und weitere in der EU praktizierte Methoden der Präsentation und Förderung kennenzulernen

Die Initiative verbindet unternehmerische Entwicklung mit persönlicher Weiterentwicklung, der Stärkung von Resilienz und einem bewussten Umgang mit Stress. Auf diese Weise unterstützt sie ein nachhaltiges Umfeld für Frauen im ländlichen Raum.

Ein Erasmus+ Projekt

Aktion: Small-scale Partnerships in Adult Education

Projektcode: KA210-ADU-000362384

Kofinanziert von der Europäischen Union.



DIGITALE KOMPETENZEN FÜR DIE GESCHÄFTSENTWICKLUNG
Canva & Social Media für Individuelle Bedürfnisse

Materialien und Ressourcen verfügbar unter www.viehub.ro/resurse

DIE AUTORINNEN DES GUIDES

Nicoleta Pfeffer-Barbela

Erwachsenenbildnerin, zertifizierte Trainerin für Meditation und Mindfulness & Beraterin für ländliche Entwicklung

Nico Pfeffer-Barbela arbeitet an der Schnittstelle von Wohlbefinden, Bildung und Unternehmertum. Sie ist Gründerin von citySTILLE – Mindfulness Center Vienna, heute STILLNESS – THE SPACE, zertifizierte Trainerin in der Erwachsenenbildung mit akademischem Hintergrund im wirtschaftlichen Bereich und seit 2014 zertifizierte Facilitatorin für Meditation und Mindfulness in Österreich.

Seit mehr als zehn Jahren arbeitet sie mit Führungskräften, dem akademischen Umfeld und internationalen Organisationen aus Österreich und Rumänien. Ihre Themen sind Mindfulness, Stressprävention sowie die Balance zwischen persönlicher und unternehmerischer Entwicklung.

Durch ihre frühere Erfahrung in der Mikrofinanzierung und in der Arbeit mit größeren ländlichen Gemeinschaften in Transsilvanien unterstützt sie lokale Unternehmerinnen und Unternehmer bei der Entwicklung von Business-Ideen und unternehmerischem Vertrauen auf Basis von Resilienz.

Ihr Facilitationsstil basiert auf praktischen und individuell angepassten Werkzeugen, die Teilnehmende dabei unterstützen, Ideen in konkrete Schritte umzusetzen und nachhaltige Unternehmen auf der Grundlage von Balance und Wohlbefinden zu entwickeln.

www.citystille.com www.viehub.ro

Petra Christine Bernklau

Wirtschaftstrainerin, zertifizierte Erwachsenenbildnerin & Facilitatorin für Business Laughter Yoga

Petra Christine Bernklau ist Wirtschaftstrainerin und zertifizierte Erwachsenenbildnerin mit Schwerpunkten in wirtschaftlicher Orientierung, Business Laughter Yoga und Lernmethoden auf Basis der Positiven Psychologie.

Sie unterstützt Frauen, Unternehmerinnen und Unternehmer sowie Organisationen dabei, mehr Klarheit für wirtschaftliche Entscheidungen zu entwickeln und unternehmerische Themen verständlich, praxisnah und alltagstauglich zu betrachten.

Ihr Ansatz ist strukturiert, ressourcenorientiert und nah an der Praxis. Sie vermittelt klare Impulse zu wirtschaftlicher Entwicklung, unternehmerischem Denken und den Grundlagen eines bewussten Umgangs mit Zahlen – hilfreich sowohl für angehende Unternehmerinnen und Unternehmer als auch für Menschen, die bereits unternehmerisch tätig sind.

Petra gestaltet Workshops und Programme, die wirtschaftliche Orientierung, Positive Psychologie und erfahrungsorientiertes Lernen miteinander verbinden. Im Rahmen des Projekts EmpowerHER Rural Business bringt Petra Impulse zu wirtschaftlicher Klarheit, stärkender Haltung und digitalen Werkzeugen für die Unternehmensentwicklung ein. Damit unterstützt sie Vertrauen, Resilienz und Zusammenarbeit in unternehmerischen Gemeinschaften.

www.smile2work.at www.viehub.ro

DIGITALE KOMPETENZEN FÜR DIE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

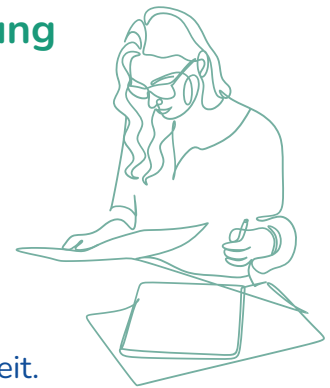
Canva & Social Media für Individuelle Bedürfnisse

Dieses Workbook wurde für Frauen entwickelt, die etwas Echtes schaffen – und möchten, dass die richtigen Menschen sie finden. Es begleitet dich Schritt für Schritt: von Markenidentität und Social Media über professionelle Materialien bis hin zur Messevorbereitung. Am Ende hast du praktische Werkzeuge an der Hand, die dich dabei unterstützen können, dein Unternehmen sichtbar, wiedererkennbarer und gut vorbereitet zu präsentieren.

Digitale Kompetenzen für die Geschäftsentwicklung

Canva & Social Media für Individuelle Bedürfnisse

In diesem Guide findest du folgende Themen:



1. **Sichtbarkeit als Teil deiner Arbeit**

Sichtbar zu werden ist keine Eitelkeit. Es ist ein Teil deiner Arbeit.

2. **Klare Identität vor Design**

Bevor du eine Farbe auswählst, sei dir klar darüber, wofür du stehst.

3. **Facebook — Dein digitales Schaufenster**

Deine Facebook-Business-Seite ist oft der erste Eindruck, den Menschen von deinem Unternehmen bekommen. Gestalte ihn bewusst.

4. **Instagram — Sichtbarkeit durch Bilder**

Auf Instagram spricht dein Bild, bevor du es tust.

5. **LinkedIn — Professionelle Positionierung**

Auf LinkedIn begegnet dein Unternehmen der professionellen Welt.

6. **Mailchimp — Deine ersten Schritte im E-Mail-Marketing**

Eine E-Mail-Liste gibt dir eine direktere Möglichkeit, mit deinem Publikum in Kontakt zu bleiben.

7. **Zoom — Professionelle Online-Meetings**

Immer mehr geschäftliche Gespräche finden online statt.

8. **Canva — So funktioniert es**

Professionelles Design ist nicht mehr nur Designerinnen und Designern vorbehalten.

9. Deine Geschäftsmaterialien

Jedes Material, das du weitergibst, ist ein Teil deiner Marke. Gestalte es bewusst.

10. Fotografie — Vertrauen vor dem ersten Wort

Ein gutes Foto zeigt kein perfektes Produkt. Es zeigt ein echtes.

11. Deine digitale Routine

Sichtbarkeit entsteht nicht durch eine einmalige Aktion. Sie ist eine kleine, stetige Gewohnheit.

12. Messen & Ausstellungen

Dein Unternehmen weiterbringen.

Wo du jetzt stehst

Du hast schon lange gespürt, wie wertvoll das ist, was du erschaffst. Dieses Workbook hilft dir dabei, es sichtbar zu machen.



1. SICHTBARKEIT ALS TEIL DEINER ARBEIT

Sichtbar zu werden ist keine Eitelkeit. Es ist ein Teil deiner Arbeit.

Persönliche Empfehlungen funktionieren noch immer. Kund:innen aus einer anderen Region oder Partner:innen aus einem anderen Land werden nicht zufällig von dir erfahren — nicht mehr nur über den Markt im Ort oder persönliche Kontakte. Sie brauchen einen anderen Weg, um auf dich aufmerksam zu werden.

Und genau dabei hilft digitale Sichtbarkeit.

*Du kennst den Wert dessen, was du erschaffst.
Doch Menschen, die noch nie von dir gehört haben, können nicht
finden, was sie noch gar nicht kennen.*

Die stille Folge von Unsichtbarkeit



Eine potenzielle Kundin oder ein potenzieller Kunde sucht genau nach dem, was du anbietest. Gefunden wird jemand anderes — nicht unbedingt, weil das Angebot besser ist, sondern weil diese Person sichtbar war und du nicht.

Sichtbarkeit bedeutet nicht, laut zu sein.
Es bedeutet, gefunden werden zu können.

Ein Unternehmen mit einer klaren Online-Präsenz kann Qualität, Geschichte und Werte vermitteln — noch bevor das erste Gespräch stattfindet.

Drei Dinge, die Sichtbarkeit wirklich braucht:

- Konsistenz: regelmäßig sichtbar werden, damit Menschen beginnen, dich wiederzuerkennen.
- Klarheit: verständlich zeigen, was du anbietest, für wen dein Angebot gedacht ist und warum es relevant ist.
- Authentizität: dein Business so präsentieren, wie es wirklich ist.



Für all das brauchst du weder viele Follower:innen noch täglich stundenlang neue Inhalte.

RAUM FÜR REFLEXION & NOTIZEN



Nimm dir 5 Minuten Zeit. Schreibe auf, was sich heute für dich stimmig anfühlt.

Wo bist du derzeit sichtbar?

Was hat dich bisher davon abgehalten, deine digitale Sichtbarkeit stärker aufzubauen?

Was würde sich für dich verändern, wenn jeden Monat 20 weitere Menschen online auf dich aufmerksam werden?

2. KLARE IDENTITÄT VOR DESIGN

Bevor du eine Farbe auswählst, sei dir klar darüber, wofür du stehst.

Ein Logo schafft noch kein Vertrauen. Eine klare und wiedererkennbare Botschaft schon.

Viele Unternehmer:innen kleiner Betriebe beginnen zuerst mit dem Design. Mit einem schönen Etikett, einer passenden Schriftart oder einer Farbe, die ihnen gefällt. Doch wenn die Botschaft dahinter unklar bleibt, kann auch das beste Design das nicht ausgleichen. Deine Marke ist nicht nur das, wie du aussiehst. **Sie ist das, woran sich Menschen erinnern, nachdem sie dir begegnet sind.**

Identität vor Design



Deine Identität bildet das Fundament deines Business. Sie verändert sich nicht je nach Plattform, Saison oder Zielgruppe. Sie beantwortet drei zentrale Fragen:

- **Wer bist du?** Dein Hintergrund, dein Handwerk, deine Werte. Was macht dieses Business zu deinem — und nicht zu irgendeinem anderen?
- **Für wen ist dein Angebot gedacht?** Was brauchen deine idealen Kund:innen, was ist ihnen wichtig und warum würden sie sich für dich entscheiden?
- **Wofür stehst du?** Nicht für ein perfekt formuliertes Leitbild — sondern für eine echte Überzeugung. Qualität statt Masse. Regional statt billig. Handgemacht statt Massenproduktion.

*Schreibe dir diese Dinge zuerst auf. Bevor du Canva öffnest.
Bevor du eine Farbe auswählst. Vor allem anderen.*



Dann wird dein Auftritt wirklich stimmig.

Stimmigkeit bedeutet: Menschen erkennen dein Business wieder — egal, wo sie dir begegnen. Deine Facebook-Seite, deine Instagram-Bio, deine Visitenkarte oder dein Etikett sollten sich so anfühlen, als wären sie aus einer gemeinsamen Handschrift entstanden. Derselbe Ton. Dieselben Farben. Dieselbe zentrale Botschaft.

Wenn alles zusammenpasst, entsteht schneller Vertrauen. Und Menschen erinnern sich länger an dich.

Wenn jemand deinen Flyer auf einem Markt sieht und später deine Facebook-Seite entdeckt, sollte sofort das Gefühl entstehen: Ja, das gehört zusammen. Diese Wiedererkennbarkeit passiert nicht zufällig. Sie wird bewusst aufgebaut.

Deine Positionierung in einem Satz

Vervollständige diesen Satz — er bildet den roten Faden für dein gesamtes Business.

Ich unterstütze _____ dabei, _____, indem ich _____.



RAUM FÜR REFLEXION & NOTIZEN

Anknüpfung ans Storytelling

Wer bist du und was bietest du an?

Wer ist deine ideale Kundin oder dein idealer Kunde?

Wofür stehst du?

An welchen Stellen passt deine Kommunikation noch nicht ganz zusammen?

Formuliere nun in einem Satz, wofür dein Business steht:

Ich unterstütze_____ dabei,_____, indem ich _____.

3. FACEBOOK — DEIN DIGITALES SCHAUFENSTER

Deine Facebook-Business-Seite ist oft der erste Eindruck, den Menschen von deinem Unternehmen bekommen. Gestalte ihn bewusst.

Viele deiner potenziellen Kundinnen und Kunden sind vielleicht bereits auf Facebook. Entscheidend ist, ob deine Seite auch dann für dich arbeitet, wenn du gerade nicht online bist. Eine gut eingerichtete Seite kann Vertrauen aufbauen, noch bevor die erste Nachricht geschrieben wird.

Eine Business-Seite — kein persönliches Profil

Wenn du dein persönliches Facebook-Profil derzeit geschäftlich nutzt, könnte eine eigene Business-Seite sinnvoll sein. Sie wirkt professioneller, bietet Einblicke und Statistiken und macht dein Unternehmen auffindbar, ohne dein privates Leben sichtbar zu machen.

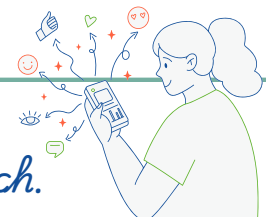
Eine Seite. Ein klares Ziel. Ein einheitlicher Auftritt.

Wenn du eine Business-Seite erstellst, gelten die Nutzungsbedingungen und Gemeinschaftsstandards von Meta. Achte darauf, dass deine Inhalte – Bilder, Texte und Angebote – den aktuellen Richtlinien entsprechen. Die aktuellen Bedingungen findest du unter facebook.com/terms.



Die vier wichtigsten Elemente

- **Profilbild:** Dein Logo oder ein klares, freundliches Foto von dir, wenn du noch kein Logo hast. Es sollte auch in kleiner Größe gut erkennbar sein.
- **Titelbild:** Ein Bild, das zeigt, was du machst. Ein Produkt, dein Arbeitsbereich, etwas Echtes. Aktualisiere es gelegentlich.
- **Info-Bereich:** Hier entscheiden Menschen, ob sie bleiben oder weiterklicken. Schreibe in einfacher Sprache: was du anbietest, wo du bist und wie man dich erreicht. Füge deine Website oder Kontaktdaten hinzu.
- **Call-to-Action-Button:** Richte ihn ein. „Nachricht senden“, „Jetzt anrufen“ oder „Website besuchen“ – je nachdem, was am besten zu deinem Unternehmen passt.



*Diese vier Elemente arbeiten rund um die Uhr für dich.
Richte sie einmal gut ein.*



ARBEITSBLATT

OPTIMIERE DEINE FACEBOOK-SEITE

Gehe diese Checkliste heute durch. Markiere, was bereits erledigt ist – und notiere, was noch Aufmerksamkeit braucht.



- ☐ Business-Seite eingerichtet – kein persönliches Profil
- ☐ Profilbild – klar und gut erkennbar
- ☐ Info-Bereich – vollständig und verständlich
- ☐ Kontaktdaten sichtbar
- ☐ Call-to-Action-Button eingerichtet
- ☐ Seitenkategorie korrekt
- ☐ Benutzername / URL angepasst

Schreibe deinen Info-Bereich hier vor. So kannst du ihn in Ruhe formulieren, bevor du ihn online einträgst:



4. INSTAGRAM — SICHTBARKEIT DURCH BILDER

Auf Instagram spricht dein Bild, bevor du es tust.

Instagram ist eine visuelle Plattform. Menschen scrollen schnell. Was sie innehalten lässt, ist nicht unbedingt eine lange Bildunterschrift – sondern ein Bild, das echt, schön oder vertraut wirkt. Für kleine Unternehmen mit physischen Produkten oder einer starken lokalen Identität kann Instagram ein hilfreicher Kanal für Sichtbarkeit sein.

Deine Bio strategisch nutzen

Du hast fünf Sekunden. Deine Bio sollte sofort drei Fragen beantworten:

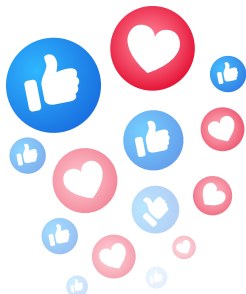
- Was bietest du an?
- Für wen?
- Wie kann man dich erreichen?

Halte sie kurz. Nutze Zeilenumbrüche. Füge einen Link hinzu – zu deiner Website, zu WhatsApp oder zu einer einfachen Link-in-Bio-Seite.



Deine Bio ist wie ein erster Händedruck. Sie darf warm und klar sein.

Zwei Beispiele als Inspiration:



 Ruhige Morgen im Herzen Transsilvaniens
Frühstück mit Zutaten aus unserem eigenen Garten
 Region Cluj · Buchung über den Link unten

Authentische ländliche Tourismuserlebnisse im Herzen Transsilvaniens. Keine Menschenmengen. Keine Hektik. Kein Lärm. Nur Natur, Begegnungen und Orte mit Geschichte.
 Reservierungen

Achte darauf: kurze Sätze, ein klares Angebot und eine einfache Kontaktmöglichkeit. Mehr braucht es nicht.

Highlights

Highlights bleiben dauerhaft in deinem Profil sichtbar, direkt unter deiner Bio. Nutze sie, um wichtige Informationen für neue Besucherinnen und Besucher übersichtlich zu ordnen:

- Deine Produkte oder Dienstleistungen
- Preise oder Bestellmöglichkeiten
- Deine Geschichte oder dein Hintergrund
- Kundenfeedback



Stell dir Highlights wie die Speisekarte in einem Restaurant vor. Sie helfen Menschen, schnell zu finden, wonach sie suchen.

Instagram gehört ebenfalls zu Meta. Für die Nutzung gelten die entsprechenden Nutzungsbedingungen und Community-Richtlinien. Achte darauf, dass deine Inhalte damit übereinstimmen. Die aktuellen Bedingungen findest du unter [instagram.com/legal/terms](https://www.instagram.com/legal/terms).



ARBEITSBLATT

ENTWICKLE DEINE INSTAGRAM-PRÄSENZ

Schreibe deine Bio hier – maximal drei Zeilen:

Zeile 1: Was du anbietest:

Zeile 2: Für wen / wo:

Zeile 3: Wie man dich erreicht oder dein Link:

Deine visuelle Ausrichtung — vervollständige diese Sätze:

Die Farben, die mein Unternehmen repräsentieren, sind:

Die drei Dinge, die ich am häufigsten fotografieren werde, sind:

Das Gefühl, das Menschen haben sollen, wenn sie meinen Feed sehen:

Highlights, die ich erstellen werde:

Highlight	Name	Was es enthalten soll



5. LINKEDIN — PROFESSIONELLE POSITIONIERUNG

Auf LinkedIn begegnet dein Unternehmen der professionellen Welt.

Nicht jedes kleine Unternehmen muss auf LinkedIn aktiv sein. Aber ein vollständiges, professionelles Profil kann für jede Unternehmerin und jeden Unternehmer hilfreich sein. Eine Programmkoordinatorin, ein potenzieller Partner oder eine Journalistin, die über ländliches Unternehmertum schreibt, könnte dich hier finden, bevor sie Kontakt aufnimmt.

Dein Profil – von oben nach unten

Banner: Das breite Bild oben in deinem Profil. Nutze es, um zu zeigen, was du machst – ein Produkt, deine Landschaft oder deinen Arbeitsbereich.

Profilfoto: Klar, freundlich, professionell. Kein Logo – ein Gesicht.

Name & Headline / Slogan: Dein Slogan erscheint direkt unter deinem Namen – und in Suchergebnissen, Kommentaren und Kontaktanfragen sind oft nur die ersten Zeichen sichtbar. Wähle diese ersten Worte sorgfältig. Sie sind meist das Erste, was Menschen lesen.

Vollständige Headline: Nutze den verfügbaren Platz für Schlüsselwörter, die Menschen helfen können, dich zu finden. (Beispiel: Handgemachte Naturseifen aus dem ländlichen Transsilvanien · Lokale Bestellungen & Kooperationen.)

Kontakt Daten: Mache es leicht, dich zu erreichen. Füge deine E-Mail-Adresse, Website oder deinen WhatsApp-Link hinzu.

Info-Bereich: Drei bis vier Sätze. Deine Geschichte, dein Angebot, deine Werte. Oft werden nur die ersten Zeichen vor „Mehr anzeigen“ sichtbar – beginne daher mit deinem stärksten Satz.

Erfahrung & vollständiges Profil: Liste dein Unternehmen, deinen Hintergrund und deine Fähigkeiten auf. Ein vollständiges Profil kann Glaubwürdigkeit stärken und dazu beitragen, dass du in Suchen besser gefunden wirst.

Du musst nicht täglich posten. Wichtig ist, dass du auffindbar bist.



Quick-Check



- Bannerbild — zeigt, was du machst
- Profilfoto — klar und professionell
- Profil-Headline / Slogan — klare erste Worte
- Info-Bereich — vollständig und gut eröffnet
- Erfahrung & Fähigkeiten — ausgefüllt

6. Mailchimp — Erste Schritte im E-Mail-Marketing

Social-Media-Plattformen können sich schnell verändern. Eine E-Mail-Liste gibt dir eine direktere Möglichkeit, mit deinem Publikum in Kontakt zu bleiben. Sie ist ein digitaler Kontaktweg, den du unabhängiger von Algorithmen verwaltest. Kein Algorithmus entscheidet, wer deine Nachricht sieht. Du schreibst, du sendest – und deine Nachricht kommt an. Für kleine Unternehmen reicht ein einfacher Newsletter, um in Kontakt zu bleiben, Neuigkeiten zu teilen und Kundinnen und Kunden daran zu erinnern, dass es dich gibt.

Einfach starten:

- Du brauchst kein komplexes System. Du brauchst drei Dinge:
- Eine Liste: die E-Mail-Adressen von Menschen, die von dir hören möchten.
- Einen Grund, sich einzutragen: ein kleines Geschenk, ein Rabatt, ein hilfreicher Guide oder einfach das Versprechen guter Inhalte.
- Einen Rhythmus: Einmal im Monat reicht für den Anfang.

Es geht weniger um Häufigkeit – und mehr um Regelmäßigkeit.

Dein erster Newsletter muss nicht perfekt sein. Er darf einfach verschickt werden.

Deine Liste in Mailchimp einrichten

Für den Einstieg kann ein kostenloser Mailchimp-Tarif ausreichen. Prüfe vorab die aktuellen Bedingungen.

1. Erstelle ein kostenloses Konto auf mailchimp.com
2. Richte deine erste Audience ein – also deine Liste
3. Füge ein Anmeldeformular zu deiner Facebook-Seite oder Website hinzu
4. Schreibe deine erste E-Mail

Hinweis: Die Bedingungen für den kostenlosen Mailchimp-Tarif können sich ändern. Prüfe daher immer die aktuellen Konditionen unter mailchimp.com/pricing, bevor du dein Konto einrichtest.

Newsletter-Struktur — was gut funktioniert

Betreffzeile: Die eine Zeile, die mitentscheidet, ob deine E-Mail geöffnet wird. Halte sie kurz, konkret und menschlich.

Einstieg: ein oder zwei Sätze. Warm, persönlich, direkt.

Hauptteil: Nur ein Thema. Ein neues Produkt, eine Geschichte, ein saisonales Angebot.

Call to Action: ein klarer nächster Schritt. Besuchen, bestellen, antworten, vorbeikommen.

Abschluss: dein Name, ein warmer Gruß, deine Kontaktdaten.

Eine E-Mail. Eine Botschaft. Eine Handlung.



Ein wichtiger Schritt: Double-Opt-In & rechtliche Anforderungen

Wenn sich jemand für deine Liste einträgt, sendet Mailchimp eine Bestätigungs-E-Mail. Erst wenn die Person auf „Bestätigen“ klickt, wird sie deiner Liste hinzugefügt. Das nennt man Double-Opt-In. Es ist eine gute Möglichkeit, die Zustimmung zu dokumentieren, und gilt in vielen EU-Kontexten als bewährte Praxis. Achte darauf, dass du nachweisen kannst, dass Menschen aktiv zugestimmt haben, deine E-Mails zu erhalten. Aktiviere diese Einstellung in deinem Mailchimp-Konto, bevor du beginnst, E-Mail-Adressen zu sammeln.

Jeder Newsletter, den du versendest, muss außerdem enthalten:

Einen Abmeldelink — Mailchimp fügt diesen automatisch hinzu.

Einen Link zu deiner Datenschutzerklärung — ein kurzes Dokument, das erklärt, wie du E-Mail-Adressen speicherst und verwendest. Diese Datenschutzerklärung muss auf deiner Website oder als eigene Seite zugänglich sein.

Wenn du unsicher bist, welche rechtlichen Anforderungen für dich gelten, hole dir lokale rechtliche Beratung, bevor du beginnst, E-Mail-Adressen zu sammeln.

7. Zoom — Professionelle Online-Meetings

Immer mehr geschäftliche Gespräche finden online statt – Kundengespräche, Partnertreffen, Präsentationen. Zoom ist eines der weit verbreiteten Tools dafür. Du musst nicht jede Funktion beherrschen. Wichtig ist, dass du professionell und gut vorbereitet erscheinst.

Grundeinstellungen, die stimmen sollten

- **Dein Name:** Verwende deinen vollständigen Namen – keinen Spitznamen und keinen Gerätenamen wie „iPhone“. Menschen sollen wissen, mit wem sie sprechen.
- **Dein Video:** Gutes Licht von vorne, nicht von hinten. Ein neutraler oder aufgeräumter Hintergrund. Die Kamera auf Augenhöhe – nicht von unten.
- **Dein Ton:** Teste dein Mikrofon vor jedem wichtigen Gespräch. Verwende Kopfhörer, wenn deine Umgebung laut ist.
- **Dein Hintergrund:** Ein echter, aufgeräumter Raum ist meist besser als ein virtueller Hintergrund. Wenn du einen verwendest, halte ihn schlicht und professionell.

Du brauchst kein Studio. Du brauchst Klarheit. Eine stabile Verbindung und ein aufgeräumter Hintergrund machen bereits einen großen Teil des Eindrucks aus.

Nützliche Funktionen, die du kennen solltest

- **Bildschirm teilen:** Zeige ein Dokument, ein Foto deines Produkts oder eine Preisliste direkt am Bildschirm. Gehe auf „Bildschirm freigeben“ und wähle aus, was du teilen möchtest.
- **Whiteboard:** Eine digitale Tafel, auf der du gemeinsam mit anderen schreiben und zeichnen kannst. Nützlich für Brainstorming oder um einen Ablauf visuell zu erklären.
- **Miro Whiteboard:** Eine Alternative zum integrierten Whiteboard von Zoom – flexibler und browserbasiert. Prüfe die aktuellen Tarifbedingungen, bevor du es geschäftlich nutzt.
- **Untertitel / Live-Untertitel:** Zoom kann während eines Meetings automatische Untertitel anzeigen. Das ist hilfreich, wenn Teilnehmende unterschiedliche Sprachen sprechen oder Hörbeeinträchtigungen haben. Aktiviere die Funktion unter Einstellungen → Bedienungshilfen.

Wenn du diese Funktionen schon vorher findest und ausprobierst, bleibst du im Meeting ruhiger und musst nicht erst suchen.



Vor jedem wichtigen Call – eine kurze Checkliste



- ☐ Vollständiger Name in Zoom eingestellt
- ☐ Kamera getestet – Licht, Winkel, Hintergrund
- ☐ Mikrofon getestet
- ☐ Materialien zum Teilen bereit, falls nötig
- ☐ Ruhiger Ort für die Dauer des Gesprächs gesichert

Rechtlicher Hinweis: Aufzeichnungen & Datenschutz



Zoom ist eine Plattform mit Sitz in den USA.

Als Unternehmen in der EU gibt es einige Punkte, auf die du achten solltest:

Für die Aufzeichnung eines Meetings ist vorab die ausdrückliche Zustimmung aller Teilnehmenden erforderlich. Zoom informiert Teilnehmende automatisch, wenn eine Aufzeichnung startet – dennoch gilt eine mündliche oder schriftliche Zustimmung vor dem Meeting als bewährte Praxis.

Zeichne niemals ein Meeting auf, ohne die Teilnehmenden vorher darüber zu informieren.

Wenn Meeting-Links öffentlich geteilt werden, können auch ungebetene Gäste beitreten. Verwende immer einen Passcode und aktiviere den Warteraum.

Datenverarbeitung: Wenn du Zoom regelmäßig für Kundengespräche nutzt, erwähne dies in deiner Datenschutzerklärung.

Wenn du unsicher bist, welche konkreten Verpflichtungen für dich gelten, hole dir lokale rechtliche Beratung.



8. Canva — So funktioniert es

Professionelles Design ist heute nicht mehr nur etwas für Designer:innen.



Canva ist ein kostenloses Design-Tool, das direkt im Browser funktioniert — ohne Installation und ohne Design-Erfahrung. Du öffnest Canva, wählst eine Vorlage aus, passt sie an dein Business an und lädst dein Design herunter. Mehr braucht es nicht.

Besuche Canva.com und erstelle ein kostenloses Konto. Die kostenlose Version bietet bereits alles, was ein kleines Business für den Einstieg braucht.

Erste Orientierung in Canva

Wenn du Canva öffnest, siehst du oben eine Suchleiste. Sie ist eines deiner wichtigsten Werkzeuge.

Suche nach dem, was du brauchst — auf Englisch findest du oft mehr Vorlagen und Ergebnisse.

Gute Suchbegriffe für den Einstieg sind zum Beispiel:

- "business card" (Visitenkarte), "Flyer", "Preisliste", "logo", "banner"
- "Instagram post", "Facebook cover", "LinkedIn post"
- Ergänze zusätzlich deine Branche, um passendere Ergebnisse zu erhalten, zum Beispiel: "flyer bakery", "logo handmade", "price list spa"

Canva zeigt dir viele verschiedene Vorlagen. Mit Filtern nach Stil, Farben oder Format findest du schneller passende Designs.

Wähle zuerst das passende Format

Jedes Design in Canva beginnt mit einem Format beziehungsweise einer Größe. Wenn du diese von Anfang an richtig auswählst, ersparst du dir später viele Probleme — denn eine nachträgliche Größenänderung kann das Layout verzerren.

- Für Druckprodukte verwendest du Millimeter oder Zentimeter.
- Für digitale Designs verwendest du Pixel.

Für die meisten Formate bietet Canva bereits passende Vorlagen mit Standardgrößen an. Wenn du ein eigenes Format benötigst, klicke auf der Startseite auf „Benutzerdefinierte Größe“ und gib deine Maße manuell ein.

Wenn du unsicher bist, suche vor dem Start nach der empfohlenen Standardgröße für dein gewünschtes Format.

Arbeiten mit Vorlagen

Eine Vorlage ist ein fertiges Design, das du an deine eigenen Inhalte anpasst. Du musst nicht bei null beginnen, sondern ersetzt einfach Texte, Farben, Bilder und Logos durch deine eigenen.



So arbeitest du mit einer Vorlage:

1. Wähle eine Vorlage, die zu deinem Stil passt • nicht einfach die erste. Scrolle durch die Vorschläge, vergleiche verschiedene Designs und entscheide dich für eine Vorlage, die sich bereits passend zu deiner Marke anfühlt.
2. Klicke auf jedes Element, um es zu bearbeiten • Texte, Bilder, Farben und Schriftarten lassen sich einzeln anpassen.
3. Behalte die Struktur bei, ändere den Inhalt • du musst nicht alles neu gestalten. Die Vorlage soll dir Zeit sparen.
4. Ersetze alle Platzhaltertexte • lies dein gesamtes Design vor dem Download noch einmal sorgfältig durch. Nichts wirkt unprofessioneller als ein vergessener Platzhaltertext.

Eine Vorlage ist der Anfang deines Designs, nicht das fertige Ergebnis.

Eigene Fotos hochladen

Gehe im linken Menü auf „Uploads“. Ziehe deine Fotos direkt von deinem Smartphone oder Computer in Canva hinein. Sobald die Bilder hochgeladen sind, werden sie in deinem Konto gespeichert und stehen dir für alle weiteren Designs zur Verfügung.

Tipps für gute Uploads:

- Nutze Fotos in hoher Auflösung.
- Querformat eignet sich für viele Designs besser.
- Canva kann Hintergründe automatisch entfernen — praktisch für Produktfotos.



Videos in Canva bearbeiten

Canva ermöglicht einfache Videobearbeitung — ideal für Social-Media-Inhalte.

So startest du:

Suche in Canva nach „video“ und wähle das passende Format aus — zum Beispiel Instagram Reel, Facebook-Video oder eine benutzerdefinierte Größe. Lade dein Video über „Uploads“ hoch und ziehe es auf die Zeitleiste. Halte Videos möglichst kurz: Auf den meisten Plattformen funktionieren 15 bis 30 Sekunden besonders gut.

Was du machen kannst:

- Videoclips auf die passende Länge kürzen • Texte und Untertitel hinzufügen • Musik aus der kostenlosen Canva-Bibliothek einfügen • Übergänge zwischen Clips hinzufügen • Videos für verschiedene Plattformen anpassen



So erstellst du dein Profilfoto für Social Media

Dein Profilfoto ist dein Gesicht auf jeder Plattform. Es sollte klar, warm und auch in kleiner Größe gut erkennbar sein.



In Canva: Suche nach „Profilbild“ oder „Profile Picture“. Canva bietet runde und quadratische Vorlagen in passenden Größen für verschiedene Plattformen.

Für das Foto selbst:

- Natürliches Licht von einem Fenster, das dich von vorne beleuchtet
- Ein ruhiger oder schlichter Hintergrund
- Blick in die Kamera, nicht auf den Bildschirm
- Lächle – Wärme schafft oft schneller Vertrauen als Perfektion

Du brauchst kein professionelles Fotoshooting. Gutes Licht und eine ruhige Hand reichen oft aus. Lade dein Foto hoch, platziere es in der Vorlage, passe den Ausschnitt an und lade es herunter. Fertig.

Formate für Social-Media-Posts

Verwende diese Standardformate in Canva – suche nach dem Namen der Plattform, um passende Vorlagen zu finden:

<u>Plattform</u>	<u>Beitrag</u>	<u>Story / Reel</u>
Instagram	1080 × 1080 px	1080 × 1920 px
Facebook	1200 × 630 px	1080 × 1920 px
LinkedIn	1200 × 627 px	-

Achte immer auf das passende Format. Verzernte Bilder wirken schnell unprofessionell und können die Wirkung deines Beitrags schwächen.

Nützliche Canva-Tipps

Brand Kit: Speichere dein Logo, deine Farben und Schriften an einem Ort. Die Verfügbarkeit kann von deinem aktuellen Canva-Tarif abhängen. So wirkt jedes neue Design von Anfang an einheitlicher.

Design duplizieren: Statt jedes Mal neu zu beginnen, dupliziere deinen besten Beitrag und ändere nur den Inhalt. Das hält deinen Feed stimmig und spart Zeit.

Download Formate: • Social Media: PNG • Druckmaterialien: PDF Druck
• Präsentationen: PDF Standard oder PowerPoint

Speichere deine Designs. Du wirst sie später aktualisieren wollen.



9. Deine Geschäftsmaterialien

Jedes Material, das du weitergibst, ist ein Teil deiner Marke. Gestalte es bewusst.

Dieses Kapitel zeigt dir die wichtigsten Materialien für dein Unternehmen – wofür sie da sind, was darauf stehen sollte und wie du sie in Canva erstellen kannst.

Dein Logo



Dein Logo ist der visuelle Anker deiner Marke. Es erscheint überall – auf deiner Visitenkarte, deiner Verpackung, deinen Social-Media-Profilen und deinem Banner.

Grundprinzipien:

- **Einfach:** Ein gutes Logo funktioniert in jeder Größe. Vom kleinen Profilbild bis zum großen Banner sollte es klar und lesbar bleiben.
- **Zeitlos:** Vermeide kurzlebige Trends. Wähle etwas, das sich auch in fünf Jahren noch stimmig anfühlt.
- **Vielseitig:** Dein Logo sollte in Farbe, in Schwarz-Weiß sowie auf hellen und dunklen Hintergründen funktionieren.
- **Lesbar:** Wenn dein Logo deinen Unternehmensnamen enthält, sollte er auch in kleiner Größe gut lesbar sein.

Ein Logo muss nicht perfekt sein. Es sollte klar und verlässlich zu dir gehören.



So erstellst du ein Logo in Canva:

Suche in Canva nach „Logo“. Danach kannst du deine Suche nach Branche oder Stil eingrenzen: „Logo Bäckerei“ • „Logo handgemachte Seife“ • „Logo Bauernhof“ • „Logo natürlich“ • „Logo rustikal“ • „Logo minimal“ • „Logo Lebensmittel“ • „Logo Handwerk“ • „Logo Beauty“

Stöbere, bis sich etwas stimmig anfühlt – und passe dann Farben, Schriften und Text an dein Unternehmen an.

Was du prüfen solltest, bevor du dein Logo finalisierst:



- Funktioniert es auch in Schwarz-Weiß?
- Ist dein Unternehmensname auch in kleiner Größe gut lesbar?
- Fühlt es sich nach deinem Unternehmen an – und nicht nach dem von jemand anderem?

Wenn diese Funktion in deinem Canva-Tarif verfügbar ist, lade dein Logo als PNG mit transparentem Hintergrund herunter. So kannst du es auf jeder Farbe platzieren, ohne dass ein weißer Kasten darum erscheint.

In Canva: Klicke auf „Download“ → „PNG“ → wähle „Transparenter Hintergrund“, wenn diese Option in deinem Tarif verfügbar ist.



Logo-Beispiele nach Branche: passende Stilrichtungen

- Handgemachte Lebensmittel / Eingemachtes: Handgezeichnete Elemente, warme Erdtöne
- Naturseifen / Kosmetik: Klare Linien, botanische Details, sanfte Farben
- Bed & Breakfast: Illustriertes Haus oder Landschaft, einladende Wirkung
- Textilien / Weberei: Geometrische Muster, traditionelle Motive
- Bauernhof / regionale Produkte: Einfache Icons, Grün- oder Ockertöne
- Handwerk / Keramik: Organische Formen, gedeckte Naturfarben



Visitenkarte

Deine Visitenkarte ist oft das erste greifbare Element, das jemand von deinem Unternehmen mitnimmt.

- *Standardformat: 85 × 55 mm – einseitig oder doppelseitig.*
- *Was darauf stehen sollte:*
 - *Dein Name*
 - *Was du machst - in einer kurzen Zeile*
 - *Telefonnummer, E-Mail-Adresse, Website oder Social-Media-Link*
 - *Dein Logo*
- *Optionale Rückseite: eine kurze Beschreibung deines Angebots, ein Produktfoto oder dein Positionierungssatz.*

Weniger ist oft mehr. Genügend Freiraum lässt eine Visitenkarte hochwertig und ruhig wirken.



Flyer

Ein Flyer funktioniert gut, wenn du eine klare Botschaft vermitteln möchtest – zum Beispiel eine Veranstaltung, ein Produkt oder ein saisonales Angebot.

Welches Format für welchen Zweck:

Format | Am besten geeignet für

- A5 (148 × 210 mm): Marktstände, Informationspunkte, Versand per Post
- Faltbares A6 (105 × 148 mm): Mitnahmekarten, Produktguides, Messen
- A4 (210 × 297 mm): Plakate, Schaufenster, One Pager, Unternehmenspräsentation



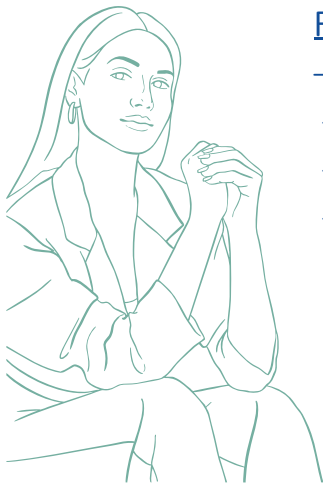
Was auf einen Flyer gehört:

- Eine Überschrift: klar und direkt
- Ein Bild: dein Produkt oder ein persönliches Foto
- Nur die wichtigsten Informationen: was, wo, wann, wie man bestellt
- Dein Logo und deine Kontaktdaten
- Ein Call to Action: „Jetzt bestellen“, „Besuche uns“, „Heute anrufen“

Ein Flyer mit zu viel Text wird schnell weggelegt. Ein Flyer mit einem starken Bild und einer klaren Botschaft bleibt eher in Erinnerung.

Preislisten

Eine Preisliste ist nicht nur praktisch – sie vermittelt Professionalität und zeigt, dass du zum Wert deiner Arbeit stehst.



Für produktbasierte Unternehmen:

- Produktname
- Kurze Beschreibung (Zutaten, Größe, Gewicht)
- Preis
- Optional: Mindestbestellmenge, verfügbare Varianten

Für dienstleistungsbasierte Unternehmen:

- Name der Dienstleistung
- Was enthalten ist
- Dauer, falls relevant
- Preis oder Preisspanne

Was jede Preisliste braucht

- Dein Logo • Deine Kontaktdaten • Datum oder „gültig ab“ – damit Kundinnen und Kunden wissen, dass sie aktuell ist • Eine klare Währung

Du musst deine Preise nicht erklären oder rechtfertigen. Nenne sie klar und selbstbewusst.

Wenn du an Verbraucherinnen und Verbraucher verkaufst, sollten Preise in vielen EU-Kontexten als Endpreise angegeben werden – also inklusive aller anwendbaren Steuern. Die genauen Anforderungen können je nach Geschäftsmodell und Produktart unterschiedlich sein.

One Pager — Deine Unternehmenspräsentation

Ein One Pager ist eine einzelne Seite, die dein Unternehmen auf einen Blick vorstellt. Er ist hilfreich auf Messen, in Gesprächen, als E-Mail-Anhang oder als Unterlage, die jemand nach einem ersten Kontakt mitnehmen kann.

Was auf einen One Pager gehört:

- Dein Logo
- Dein Name und dein Unternehmensname
- Dein Positionierungssatz: Ich helfe ___ dabei, ___ durch ___
- Was du anbietest – kurz und klar
- Warum du: ein oder zwei Sätze darüber, was dich besonders macht
- Deine Kontaktdaten: Telefon, E-Mail, Website, Social Media
- Ein starkes Bild: dein Produkt, dein Arbeitsbereich oder ein persönliches Foto



So findest du eine Vorlage in Canva:

Suche nach „One Pager“, „Company Profile“ oder „Business Overview“. Filtere nach Farbe oder Stil, damit die Vorlage zu deiner Marke passt.

So passt du die Vorlage an:

Ersetze die Platzhaltertexte Abschnitt für Abschnitt. Füge dein Logo über „Uploads“ hinzu. Tausche das Platzhalterbild gegen ein eigenes Foto aus. Behalte das Layout bei – und ändere nur die Inhalte.

Eine Seite. Alles, was ein neuer Kontakt wissen muss. Und nichts darüber hinaus.

Werbematerialien — Tasche & Tasse

Werbeartikel wie Stofftaschen und Tassen machen deine Marke auch außerhalb von Bildschirm und Marktstand sichtbar. Sie können dazu beitragen, dass Kundinnen und Kunden deine Marke in ihren Alltag mitnehmen.



In Canva:

Suche nach „tote bag mockup“ oder „mug mockup“, um zu sehen, wie dein Design später auf dem Produkt wirken kann.

Für die tatsächliche Produktion exportierst du dein Logo oder Design in dem Format, das deine Druckerei oder dein Printanbieter verlangt. Wenn diese Funktion in deinem Canva-Tarif verfügbar ist, verwende PNG mit transparentem Hintergrund.

Halte es einfach:

- Dein Logo – groß genug, um gut lesbar zu sein
- Optional: deine Website oder ein kurzer Slogan
- Eine Farbe auf neutralem Hintergrund eignet sich meist am besten für den Druck

Roll-up / Banner

Ein Roll-up-Banner ist dein sichtbarster Auftritt auf einer Messe oder Veranstaltung. Es muss auch aus der Entfernung funktionieren.

Standardformat: 85 × 200 cm

Gestaltungsprinzipien für Banner:

- Großes Logo im oberen Bereich
- Wichtige Informationen auf Augenhöhe oder darüber
- Eine Überschrift – maximal 6–8 Wörter, in großer Schrift
- Ein Bild – Produktfoto oder Porträt
- Kontaktdaten im unteren Bereich – Website, Social Media, QR-Code



Wenn dein Banner aus drei Metern Entfernung in fünf Sekunden erfassbar ist, funktioniert es.

ARBEITSBLATT: DEIN MATERIALPLAN



Gehe deine Materialien Schritt für Schritt durch. Notiere, was du bereits hast, was überarbeitet werden sollte und was du als Erstes neu erstellen möchtest.

Material	Vor- handen	Aktual- isieren	Neu erstellen	Priorität
Logo	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig
Visitenkarte	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig
Flyer	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig
Preisliste	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig
One Pager	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig
Social Media Vorlagen	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig
Taschen- / Tassendesign	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig
Roll-up / Banner	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig
Produktetiketten / Verpack.	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig
Website / Landingpage	☐	☐	☐	☐ Hoch ☐ Mittel ☐ Niedrig

Dieses Material werde ich diese Woche erstellen:

Welche Botschaft soll dieses Material vermitteln?

Mit diesem Werbematerial werde ich beginnen:



Kleine Erinnerung

Du musst nicht alles auf einmal erstellen.

Ein einfaches, klares und authentisches Material kann schon Verbindung, Vertrauen und Sichtbarkeit schaffen.

Beginne mit einem ersten Schritt.

10. Fotografie — Vertrauen vor dem ersten Wort

Ein gutes Foto zeigt kein perfektes Produkt. Es zeigt ein echtes.

Online sprechen deine Fotos, bevor du es tust. Noch bevor jemand deine Beschreibung liest oder deinen Preis prüft, ist bereits ein erster Eindruck entstanden. Dieser Eindruck entsteht durch deine Bilder.

Gute Fotografie braucht keine teure Ausrüstung. Sie braucht Licht, Echtheit und Wiedererkennbarkeit.

Natürliches Licht — dein wichtigstes Werkzeug

Natürliches Licht ist kostenlos und lässt fast alles gut aussehen.

— Platziere dein Produkt oder dich selbst in der Nähe eines Fensters

— Richte dich zum Licht aus – es sollte nie hinter dir sein

— Bewölkte Tage schaffen weiches, gleichmäßiges Licht – oft besser als direkte Sonne

Die beste Kamera liefert bei schlechtem Licht schlechtere Ergebnisse als ein Smartphone bei gutem Licht.



Echtheit vor Perfektion

Kundinnen und Kunden vertrauen dem, was sich echt anfühlt. Zeige deine Hände bei der Arbeit, deine Zutaten, deinen Arbeitsplatz. Auch die unperfekten Details, die dein Produkt menschlich machen.

Menschen verbinden sich oft nicht nur mit Produkten, sondern auch mit der Geschichte dahinter.

Wiedererkennbarkeit entsteht durch Konsistenz

Wähle einen Stil und bleibe dabei – gleicher Hintergrund, gleiche Lichtrichtung, ähnliche Bildkomposition. Wenn deine Fotos zusammengehörig wirken, wirkt auch deine Marke professioneller.

Konsistenz ist stärker als ein einzelnes perfektes Bild.

Praktische Tipps

- Produkte: Verwende eine schlichte Oberfläche, entferne ablenkende Elemente, fotografiere von oben oder auf Augenhöhe und mache mindestens 10 Aufnahmen.
- Porträts: Richte dich zum Fenster aus, wähle einen ruhigen Hintergrund, schaue in die Linse und atme einmal bewusst durch, bevor du fotografierst.
- Arbeitsprozesse: Zeige, wie etwas entsteht. Nimm deine Hände mit ins Bild und mache dein Handwerk sichtbar.

Reflexion

Was vermitteln deine aktuellen Fotos über dein Unternehmen?

Welche kleine Veränderung kannst du bei deiner nächsten Fotosession ausprobieren?



Hinweis zum Fotografieren von Menschen. Wenn erkennbare Personen auf deinen Fotos zu sehen sind – dazu gehören auch Familienmitglieder, Mitarbeitende oder Kundinnen und Kunden – brauchst du ihre ausdrückliche Zustimmung, bevor du diese Bilder für geschäftliche Zwecke verwendest, zum Beispiel für Social Media, Flyer oder deine Website. Eine einfache schriftliche Einverständniserklärung kann in vielen Fällen ausreichen. Wenn du unsicher bist, prüfe die lokalen Anforderungen, bevor du ein Bild veröffentlichst.

11. Deine digitale Routine



Sichtbarkeit entsteht nicht durch eine einmalige Aktion. Sie ist eine kleine, stetige Gewohnheit.

Du musst nicht den ganzen Tag online sein. Du brauchst einen Rhythmus, der realistisch und nachhaltig ist – etwas, das du wirklich beibehalten kannst.

Täglich: 10 Minuten

- Nachrichten und Kommentare beantworten
- Benachrichtigungen auf deinen aktiven Plattformen prüfen

Wöchentlich: 30 Minuten

- Einen stimmigen Beitrag auf deiner Hauptplattform veröffentlichen
- Eine echte Geschichte oder einen Blick hinter die Kulissen teilen
- 2–3 Fotos für die nächste Woche machen

Ein Beitrag. Eine Geschichte. Das ist genug.

Monatlich: 1 Stunde

- Deine Seitenstatistiken ansehen: Was hat funktioniert, was nicht?
- Deine Bio oder deinen Info-Bereich aktualisieren, wenn sich etwas verändert hat
- Deine Preise prüfen und bei Bedarf aktualisieren
- Deinen Newsletter versenden

Regelmäßige kleine Anpassungen sind oft wirkungsvoller als eine große Überarbeitung einmal im Jahr.

Deine persönliche Checkliste

	Aufgabe	Täglich	Wöchentlich	Monatlich
☐	Nachrichten beantworten	✓		
☐	Einen Beitrag veröffentlichen		✓	
☐	Eine Story teilen		✓	
☐	Neue Fotos machen		✓	
☐	Statistiken ansehen			✓
☐	Bio/Preise aktualisieren			✓
☐	Newsletter versenden			✓



*Beginne mit dem, was sich machbar anfühlt.
Füge erst mehr hinzu, wenn sich die Grundlagen leicht anfühlen.*

12. Messen & Ausstellungen

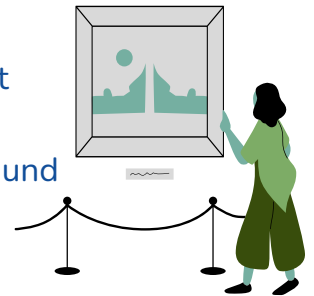
Dein Unternehmen weiterbringen

Eine regionale Messe ist nicht nur ein Marktstand. Sie ist eine Bühne.

Die Teilnahme an einer regionalen oder EU-weiten Messe bedeutet mehr, als an diesem Tag zu verkaufen. Sie ist eine Möglichkeit, deine Preise zu prüfen, deine Positionierung zu testen, internationale Sichtbarkeit aufzubauen und Menschen kennenzulernen, die neue Chancen für dein Unternehmen eröffnen können.

Du musst nicht überall sein. Du musst einmal gut sichtbar werden.

- Was dir eine Messe geben kann
- Bestätigung auf einem größeren, manchmal internationalen Markt
- Direktes Feedback zu deinen Preisen und deiner Positionierung
- Strategisches Netzwerken: Käuferinnen und Käufer, Partnerinnen und Partner, Kooperationsmöglichkeiten
- Sichtbarkeit über deine Region hinaus
- Mehr Sicherheit darin, dein Unternehmen laut und klar vorzustellen



Dein konkretes Ziel:

Bevor du teilnimmst, schreibe ein konkretes, messbares Ziel auf.

Beispiele: 5 neue Kontakte • 1 potenzielle Partnerin oder ein potenzieller Partner • Preisvalidierung für mein Hauptprodukt • 10 relevante Gespräche

Mein Ziel für die Messe:



Vor der Messe — Vorbereitung

Wähle die Messe, die zu dir passt:

- Passt das Publikum zu deiner idealen Kundin oder deinem idealen Kunden?
- Ist das Thema der Messe für dein Produkt relevant?
- Wie hoch sind die Anmeldekosten und welche Fristen gelten?

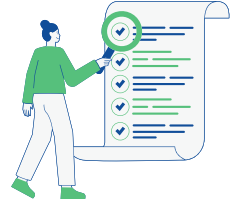
Bereite deinen Auftritt vor:

- Kündige deine Teilnahme vorab auf Social Media an.
- Aktualisiere deine Website und deine Social-Media-Profile.
- Übe deinen Pitch laut – nicht nur in deinem Kopf.
- Plane deinen Standaufbau, bevor du ankommst.

Praktische Vorbereitung:

- Bereite Wechselgeld und ein einfaches Zahlungssystem für Barverkäufe vor.
- Nimm ein Bestellformular oder einen Notizblock mit, um Bestellungen direkt vor Ort aufzunehmen.
- Packe Wasser und Snacks ein – Messtage sind lang.
- Nimm ein kleines Notfallset mit: Schere, Klebeband, Stift, Sicherheitsnadeln.

Checkliste für deinen Messestand / 1



Produkte & Compliance

- ☐ Produkte entsprechen den relevanten lokalen und EU-weiten Vorschriften
- ☐ Professionelle Verpackung
- ☐ Zweisprachige Etiketten (RO/EN oder RO/DE), wo relevant. Die Anforderungen können je nach Produktart unterschiedlich sein – erkundige dich bei deiner lokalen Handelskammer.
- ☐ Preise klar sichtbar ausgezeichnet
- ☐ Zutatenliste, wenn erforderlich

Visuelle Identität

- ☐ Logo aus der Entfernung gut sichtbar
- ☐ Kurze, klare Botschaft
- ☐ Reduzierte, übersichtliche Präsentation
- ☐ Neutraler Tisch
- ☐ Ein authentisches Element, das deine Geschichte erzählt

Printmaterialien

- ☐ Visitenkarten
- ☐ Kurzer, klarer Flyer
- ☐ Preisliste
- ☐ One Pager mit Unternehmensgeschichte und Kontaktdaten (RO/EN/DE)

Digital & Technik

- ☐ Vollständig geladenes Handy und Powerbank
- ☐ QR-Code, der zur Website oder zu Social Media führt
- ☐ Wechselgeld und einfache Zahlungslösung vorbereitet
- ☐ Bestellformular oder Notizblock
- ☐ Tablet (optional)



Persönlicher Auftritt

- ☐ Social Media und Website vor der Messe aktualisiert
- ☐ Kleidung, die zur Marke passt
- ☐ Namensschild
- ☐ 30-Sekunden-Pitch vorbereitet und geübt
- ☐ Blickkontakt und offene, freundliche Körperhaltung

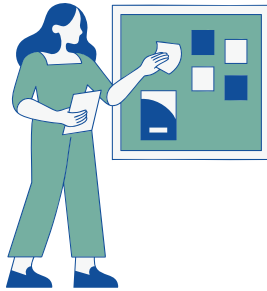
Checkliste für deinen Messestand / 2



Dein 30-Sekunden-Pitch

Bereite deinen Pitch zuerst in deiner eigenen Sprache vor und halte ihn dann in mindestens einer weiteren Sprache bereit.

Emotion schafft Verbindung. Eine Geschichte bleibt oft leichter in Erinnerung als eine reine Produktbeschreibung.



Aufbau:

- Wer du bist
- Welches Problem du löst
- Für wen du arbeitest
- Was dich besonders macht

Deine Formel:

„Ich bin _____ und unterstütze _____ dabei, _____ durch _____ zu erreichen.“

Schreibe deinen Pitch hier auf – und bereite eine kurze gedruckte Notiz vor, die du deinem Produkt mitgeben kannst. Lass die Geschichte mitreisen.



Organisation am Messestand

Denke daran:

- Klarheit: eine klare Botschaft, die sofort sichtbar ist
- Freiraum: Ein übersichtlicher Stand wirkt hochwertiger
- Produkt im Mittelpunkt: Dein Produkt ist der Star – nicht die Dekoration
- Sichtbare Geschichte: ein Element, das zeigt, wer es gemacht hat und warum
- Transparente Preise: Lass Kundinnen und Kunden nie erst nach dem Preis fragen müssen



Vermeide:

- ✗ Den Tisch mit zu vielen Produkten zu überladen
- ✗ Lange Texte, die niemand liest
- ✗ Fehlende oder versteckte Preise
- ✗ Auf dein Handy zu schauen, statt auf deine Besucherinnen und Besucher
- ✗ Deinen Stand unbeaufsichtigt zu lassen

Kontakte sammeln — rechtlich korrekt und vertrauensvoll

Kontakte sind das wertvollste Ergebnis jeder Messe.

Mein Kontaktziel: _____ Personen



Wichtig:

Wenn dir jemand eine Visitenkarte gibt, bedeutet das nicht automatisch, dass diese Person auch deinen Newsletter erhalten möchte.

Frage immer ausdrücklich nach – und notiere die Zustimmung.

Eine einfache Lösung: Bereite eine kleine Anmeldeleiste mit folgendem Satz vor:

„Ja, ich möchte Neuigkeiten und Informationen von [Name deines Unternehmens] per E-Mail erhalten.“

Diese schriftliche Zustimmung hilft dir, dich und deine Kontakte im Sinne der EU-Datenschutzvorgaben (DSGVO) besser abzusichern.

Melde dich innerhalb von 48–72 Stunden nach:

- Mit einer persönlichen Nachricht, die an euer Gespräch anknüpft
- Mit einem klaren nächsten Schritt: ein Angebot, ein Muster oder ein Treffen



Während der Messe — kleine Erinnerungen

Der Stand ist aufgebaut. Jetzt geht es um Menschen.

- *Lege dein Handy weg und sei präsent*
- *Besuche benachbarte Stände – daraus können Partnerinnen, Partner oder Kundinnen und Kunden werden*
- *Mache dir direkt nach jedem Gespräch Notizen auf den Visitenkarten*
- *Trinke ausreichend und mache kurze Pausen, wenn es möglich ist*



NACH DER MESSE

REFLEXION UND DEIN 30-TAGE-PLAN



Was hat besonders gut funktioniert?

Welche Fragen haben Besucherinnen und Besucher am häufigsten gestellt?



Was möchtest du beim nächsten Mal anpassen?



Dein 30-Tage-Follow-up-Plan:

- ☐ Alle Nachfassaktionen innerhalb von 72 Stunden abschließen
- ☐ Einen Beitrag über deine Messeerfahrung veröffentlichen
- ☐ Dein Angebot prüfen und bei Bedarf anpassen
- ☐ Mindestens ein Gespräch über eine mögliche Kooperation anstoßen
- ☐ Deine Notizen und Kontakte für die nächste Messe ablegen





Wo du jetzt stehst.

Du hast zwölf Kapitel durchgearbeitet. Das ist nicht wenig. Jede Seite, die du ausgefüllt hast, ist ein Schritt, den dein Unternehmen bereits gegangen ist.

Das hast du erarbeitet:

Deine Grundlage

- Eine klare Identität und ein Positionierungssatz, der wirklich zu dir gehört
- Ein Verständnis dafür, warum Sichtbarkeit wichtig ist – und was sie tatsächlich braucht

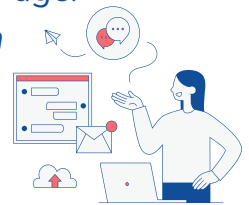


Deine digitale Präsenz

- Schritte hin zu einer professionellen Facebook-Seite und einem Instagram-Profil
- Eine LinkedIn-Präsenz, durch die du auffindbar wirst
- Eine erste E-Mail-Liste und eine Newsletter-Struktur in Mailchimp
- Werkzeuge, um professionelle Online-Meetings über Zoom durchzuführen

Deine Materialien

- Ein Logo, eine Visitenkarte, ein Flyer, eine Preisliste und ein One Pager
- Social-Media-Vorlagen in passenden Formaten für jede Plattform
- Produktfotos, die deine Geschichte erzählen



Deine Routine

- Ein täglicher, wöchentlicher und monatlicher Rhythmus, der realistisch und nachhaltig ist

Dein Messeauftritt

- Ein vorbereiteter Stand, ein geübter Pitch und eine Kontaktstrategie, die deine Kundinnen und Kunden respektiert

Sichtbarkeit entsteht nicht an einem einzigen Tag. Sie wächst durch kleine, regelmäßige Schritte – genau wie die, die du bereits gegangen bist.

Eine abschließende Frage

Welchen einen sichtbaren Schritt wirst du diese Woche setzen – damit dein Unternehmen gefunden, verstanden und erinnert werden kann?



IN DIESEM GUIDE BEHANDELTE THEMEN

Dieser Guide begleitet dich durch die Grundlagen digitaler Sichtbarkeit – vom Aufbau einer klaren Markenidentität und der Einrichtung deiner Social-Media-Profile bis hin zur Erstellung professioneller Materialien, einer einfachen digitalen Routine und der Vorbereitung auf deine erste Messe. Praktische Schritte, die dir dabei helfen, dein Unternehmen auffindbarer, wiedererkennbarer und besser vorbereitet zu machen.

NÜTZLICHE RESSOURCEN & QUELLEN

Dieser Guide wurde erstellt, um praktische Unterstützung zu Themen wie digitaler Sichtbarkeit, Markenidentität, Social-Media-Präsenz, professionellen Materialien, E-Mail-Marketing, Online-Kommunikation und Messenvorbereitung zu bieten. Er stellt Unternehmerinnen und Unternehmern im ländlichen Raum Werkzeuge zur Verfügung, die Sichtbarkeit, Wiedererkennbarkeit und eine professionelle Vorbereitung unterstützen können.

1. **Donald Miller – Building a StoryBrand.** Hilft dabei, das Angebot eines Unternehmens in eine klare, kundenzentrierte Sprache zu übersetzen – direkt anwendbar für Bios, Flyer, One Pager und Social-Media-Profile.
2. **Canva Design School & Plattform — [canva.com](https://www.canva.com).** Eine praktische Ressource, um professionelle visuelle Materialien, Social-Media-Inhalte und digitale Präsentationen auch ohne Designerfahrung zu erstellen.
3. **Mailchimp Resources & Academy — mailchimp.com.** Guides und Tutorials zur Einrichtung von E-Mail-Marketing, zum Aufbau einer Kontaktliste und zum Versand von Newslettern – mit Blick auf rechtliche Anforderungen und Datenschutz.
4. **Meta Business Help Center — facebook.com/business/help.** Offizielle Unterstützung zur Einrichtung und Verwaltung von Facebook- und Instagram-Business-Profilen.
5. **Zoom Help Center — support.zoom.com.** Praktische Anleitungen zur Einrichtung und Durchführung professioneller Online-Meetings.
6. **GDPR Information for Small Businesses — gdpr.eu.** Eine klare und zugängliche Ressource zum Verständnis von Datenschutzpflichten – relevant für E-Mail-Marketing, das Sammeln von Kontakten und die Online-Präsenz.
7. **European Data Protection Board — edpb.europa.eu.** Offizielle EU-Leitlinien zum Datenschutz für kleine Unternehmen, einschließlich praktischer Tools und Infografiken.
8. **Übungen in diesem Guide** — Entwickelt auf Basis fachlicher Impulse, realer Beobachtungen und identifizierter Bedürfnisse innerhalb der EmpowerHER-Gruppe. Diese Übungen unterstützen Klarheit, digitale Sicherheit und authentische geschäftliche Sichtbarkeit.
9. **Community-Feedback, Fragebögen und Validierung** — Feedback aus der EmpowerHER-Community, reale Gespräche und Reaktionen des Publikums. Dieses Feedback unterstützte den Prozess, Bedürfnisse zu erkennen, Inhalte zu verfeinern und sie in der Praxis zu validieren.

Gemeinsam ergänzen diese Ressourcen die Übungen in diesem Guide und unterstützen dich dabei, eine sichtbare, professionelle und authentische Unternehmenspräsenz aufzubauen.

DISCLAIMER DER AUTORINNEN

Die Inhalte dieses Guides spiegeln die berufliche Erfahrung, Recherche und Perspektiven der Autorinnen in den Bereichen Achtsamkeit, Erwachsenenbildung, Wohlbefinden und unternehmerische Entwicklung wider. Das Material dient Bildungszwecken und bietet Reflexionswerkzeuge, Beispiele und Übungen, die persönliche und berufliche Entwicklung unterstützen können. Die in diesem Guide vorgestellten Übungen und Konzepte ersetzen keine psychologische, medizinische oder andere spezialisierte fachliche Unterstützung. Die Teilnehmenden sind eingeladen, die vorgeschlagenen Übungen an ihre eigenen persönlichen oder beruflichen Bedürfnisse und Kontexte anzupassen. Die Verantwortung dafür, wie die Informationen und Übungen aus diesem Material angewendet werden, liegt bei den jeweiligen Nutzerinnen und Nutzern.

EU-DISCLAIMER

Die Europäische Union ist im Rahmen des Erasmus+ Programms nicht für die Erstellung dieser Publikation verantwortlich. Der Inhalt gibt ausschließlich die Ansichten der Autorinnen wieder. Weder die Europäische Union noch die Nationale Agentur für Gemeinschaftsprogramme im Bereich Bildung und berufliche Aus- und Weiterbildung (ANPCDEFP) können für eine etwaige Verwendung der in diesem Material enthaltenen Informationen verantwortlich gemacht werden. Die in diesem Guide verwendeten Bilder und Grafiken wurden von den Autorinnen erstellt oder stammen aus Bilddatenbanken, die für eine kostenlose pädagogische und nicht-kommerzielle Nutzung lizenziert sind.

Autorinnen: Nicoleta Maria PFEFFER-BARBELA & Petra Christine BERNKLAU

EmpowerHER Rural Business – Sustainable and Mindful Business Growth for Women in Rural Areas
Projekt kofinanziert von der Europäischen Union im Rahmen des Erasmus+ ADU Programms, Small-Scale Partnerships



EmpowerHER Rural Business

Nachhaltiges und bewusstes Business-Wachstum für
Frauen im ländlichen Raum



PRAXISGUIDE

DIGITALE KOMPETENZEN FÜR DIE GESCHÄFTSENTWICKLUNG

Canva & Social Media für Individuelle Bedürfnisse

Dieses Lerninstrument richtet sich an Frauen im ländlichen Raum, die ihr Unternehmen oder ihre Geschäftsidee nachhaltig weiterentwickeln möchten – ausgehend von innerer Balance, Klarheit und Vertrauen.

Dieser Guide ist Teil einer Reihe von drei einander ergänzenden Guides:

- Wohlbefinden, Mindfulness & Resilienz im Business
- Storytelling. Die Geschichte deines Unternehmens, deiner Ideen, Entwicklung und Gemeinschaft
- Digitale Kompetenzen für die Geschäftsentwicklung. Canva & Social Media für Individuelle Bedürfnisse

Gemeinsam bieten sie einen ganzheitlichen Ansatz: von innerer Balance über strategische Klarheit bis hin zu praktisch anwendbaren digitalen Werkzeugen.

Nicoleta Pfeffer-Barbela
Petra Christine Bernklau

Kofinanziert durch das Erasmus+ Programm
Partnerschaft Rumänien – Österreich

