



MARKETINGATELIER

KERSTIN SCHOLZ

Werde sichtbar
AUF DEINE ART



ÜBERBLICK

01

**SOCIAL MEDIA –
JA ODER NEIN?
WAS SIND DIE
ALTERNATIVEN?**

02

**SOCIAL-
MEDIA:
HOW-TO**

03

**MUT ZUR
SICHTBARKEIT**

HI, ICH BIN KERSTIN

Marketerin

vielseitige
Macherin &
technikaffiner
Kreativkopf

Freelancerin
und Mentorin

arbeitet für
Selbstständige,
Unternehmen und
Agentur-Kunden

introvertiert,
hochsensibel
(neurodivergent)

Leipzigerin
seit 2006

schreibt Fantasy &
lernt Acrylmalerei,
war auch Fotografin

arbeitet am
liebsten asynchron

Ursprünge in
Grafik & Layout

Kreativ-Coachin
& NeuroGraphik

Werte u. a.:
Diversität,
Fantasie, freie
Entfaltung,
Empathie

Träumerin



seit 2009 *im Marketing*

seit 2020 *voll selbstständig*

Instagram *@marketing.kerstinscholz*

LinkedIn *@kerstin-scholz-leipzig*

70+

*Kund*innen 1:1 begleitet
(aus 8 Ländern)
über 250 hatten schon ein Produkt
von mir gekauft*





ARE YOU READY FOR IT

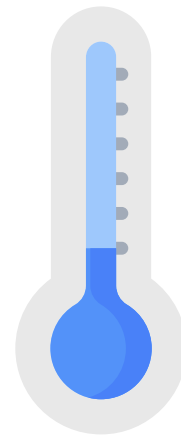


MARKETINGATELIER

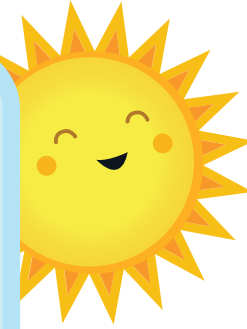
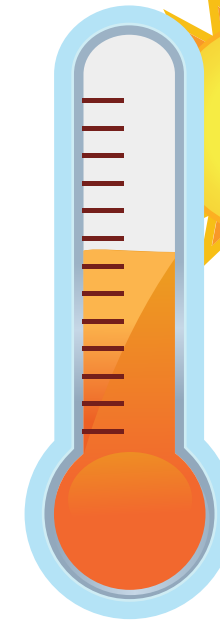
KERSTIN SCHOLZ

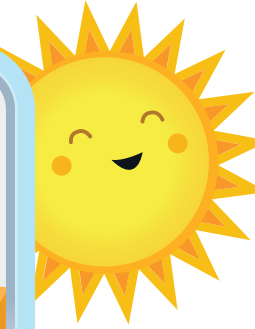
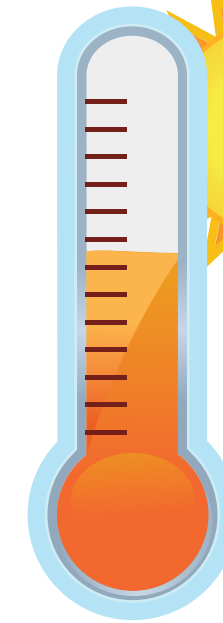
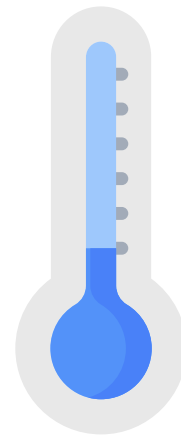
Social-Media JA ODER NEIN?





VERTRAUEN





KONTAKTPUNKTE
UND ZEIT

**Short-
Form-
Content**



**Long-
Form-
Content**



Was ist denn "besser"?

Short-
Form-
Content

Während Shortform-Content ideal ist, um schnell Aufmerksamkeit zu erlangen und regelmäßig präsent zu sein, hilft Longform-Content dabei, Tiefe und Vertrauen zu schaffen.

Long-
Form-
Content

Ideal ist eine Kombination aus beiden. So deckst du neben unterschiedlichen Funktionen auch unterschiedliche Bedürfnisse ab – von der schnellen Information bis zur tiefgehenden Auseinandersetzung mit einem Thema.

Marketingkanäle auf einem Blick

Marketingkanal	typische Zielgruppe	Funktion	Lebensdauer der Beiträge	Frequenz	Was ist zu tun:	Das braucht es:	Reizlevel
Instagram	breit, weiblich, 18-35 J.	Engagement fördern, Markenbewusstsein	Kurzfristig	2-5 Posts / W +	regelmäßige Postings, Storys, Interaktion	regelmäßige Pflege, visuelle Fähigkeiten, Content	hoch
LinkedIn	B2B, Führungskräfte, Angestellte	Networking, B2B-Marketing	Kurzfristig	1-3 Posts / W +	regelmäßige Updates, Interaktion, Networking	Netzwerkaufbau, Content	mittel
Facebook	breit, 25-55 J.	Engagement fördern, Community-Building	Kurzfristig	2-5 Posts / W +	Community-Management, Postings	Community-Management, Content-Erstellung	hoch
X (Twitter)	Journalisten, 18-49 J.	Schnelle Updates, Engagement fördern	Sehr kurzfristig	2-5 mal täglich +	häufige, kurze Updates	schnelle Kommunikation, Trends, Textsicherheit	sehr hoch
TikTok	jung, 16-24 J.	Unterhaltung, Markenbewusstsein	Sehr kurzfristig	3-5 x / W +	regelmäßige, kreative Videos (meist)	kreative Ideen, Videobearbeitung, Trends	sehr hoch
Pinterest	weiblich, kreativ, 25-44 J.	Visuelles Marketing, Traffic-Generierung	sehr langfristig	4-8 x / Tag	regelmäßige visuelle Inhalte als Verlinkung	visuelle Fähigkeiten, SEO, regelmäßige Pflege	mittel
Blog / SEO	Interessierte	Expertise zeigen, SEO unterstützen	Langfristig	1-4 x / Monat	Erstellung von längeren, informativen Beiträgen	Schreibfähigkeiten, SEO-Kenntnisse	niedrig
Newsletter / Funnel	Interessierte	Lead-Generierung, Kundenbindung	Mittelfristig	1-8 x / Monat	Aufbau von E-Mail-Listen, mittellange Inhalte	Copywriting, Automatisierung	niedrig
Podcast	breit, z. B. Pendler	Markenaufbau, Vertrauen aufbauen	Langfristig	2-4 x / Monat	Planung, Aufnahme, Schnitt	Sprechen, Interviewführung, Audiotechnik	mittel
YouTube	sehr breit	Markenaufbau, Unterhaltung	Langfristig	2-4 x / Monat	Planung, Drehen, Bearbeiten von Videos	Videoproduktion, Bearbeitung, SEO	mittel
Ads	breit	Sofortige Sichtbarkeit, Traffic-Generierung	variabel	variabel	Kampagnen einrichten, Monitoring	Technisches Verständnis, Kampagnenoptimierung	niedrig
Affiliate-Marketing	Interessierte	Vertrieb fördern, Reichweite erhöhen	variabel	variabel	Content-Erstellung, Partnerpflege	Marketingverständnis	mittel
Webinare	Interessierte	Wissen teilen, Leads generieren	variabel	variabel	Planung, Durchführung, Nachbereitung	Präsentationsfähigkeiten / -wille	niedrig
Pressearbeit	Interessierte	Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufbauen	variabel	variabel	Recherchen, Kontaktpflege, Zuarbeiten	PR-Verständnis, Networking	niedrig
Netzwerken							



MARKETINGATELIER

KERSTIN SCHOLZ

Social-Media

JA ODER NEIN?

Social-Media-Kanäle

- 5,7 Mrd. Menschen weltweit nutzen Social Media
- Vorteile: Reichweite, **Vertrauen & Nähe**, Positionierung, Communityaufbau, Kurzfristigkeit, Kontaktpunkte & Wiederholung:
Die meisten kaufen nicht beim ersten Kontakt, sondern folgen über einen Zeitraum und müssen immer wieder auf die Marke / die Person gestoßen werden, bevor sie letztendlich kaufen
- Nachteile: Reizüberflutung, Vergleich, Erwartungsdruck, Zeitaufwand, Abhängigkeit vom Algorithmus, Sichtbarkeitsblockaden



Warum Social Media so wirkungsvoll ist

- **Nähe-Illusion** / parasoziale Beziehung: Durch Alltagseinblicke und direkte Kamera-Ansprache entsteht bei Followern das Gefühl, jemanden gut zu kennen
- Regelmäßigkeit schafft **Beziehungsgefühl**: Wöchentliche oder tägliche Posts schaffen Routinen, die echten sozialen Beziehungen ähneln – man "trifft" die Person regelmäßig, und das Teilen persönlicher Erfahrungen und Gefühle löst beim Publikum das Gefühl aus, in eine echte Vertrauensbeziehung eingeführt zu werden



Warum Social Media so wirkungsvoll ist

- Ergebnis – Know → Like → Trust: Erst Bekanntheit, dann Sympathie, dann Vertrauen und Umsatz – genau die Kette, die Social Media durch Wiederholung so effizient bedienen kann







MARKETINGATELIER

KERSTIN SCHOLZ

Gibt es echte

ALTERNATIVEN ZU SOCIAL MEDIA?

Alternativen mit ähnlich schnellem, nahbarem Effekt

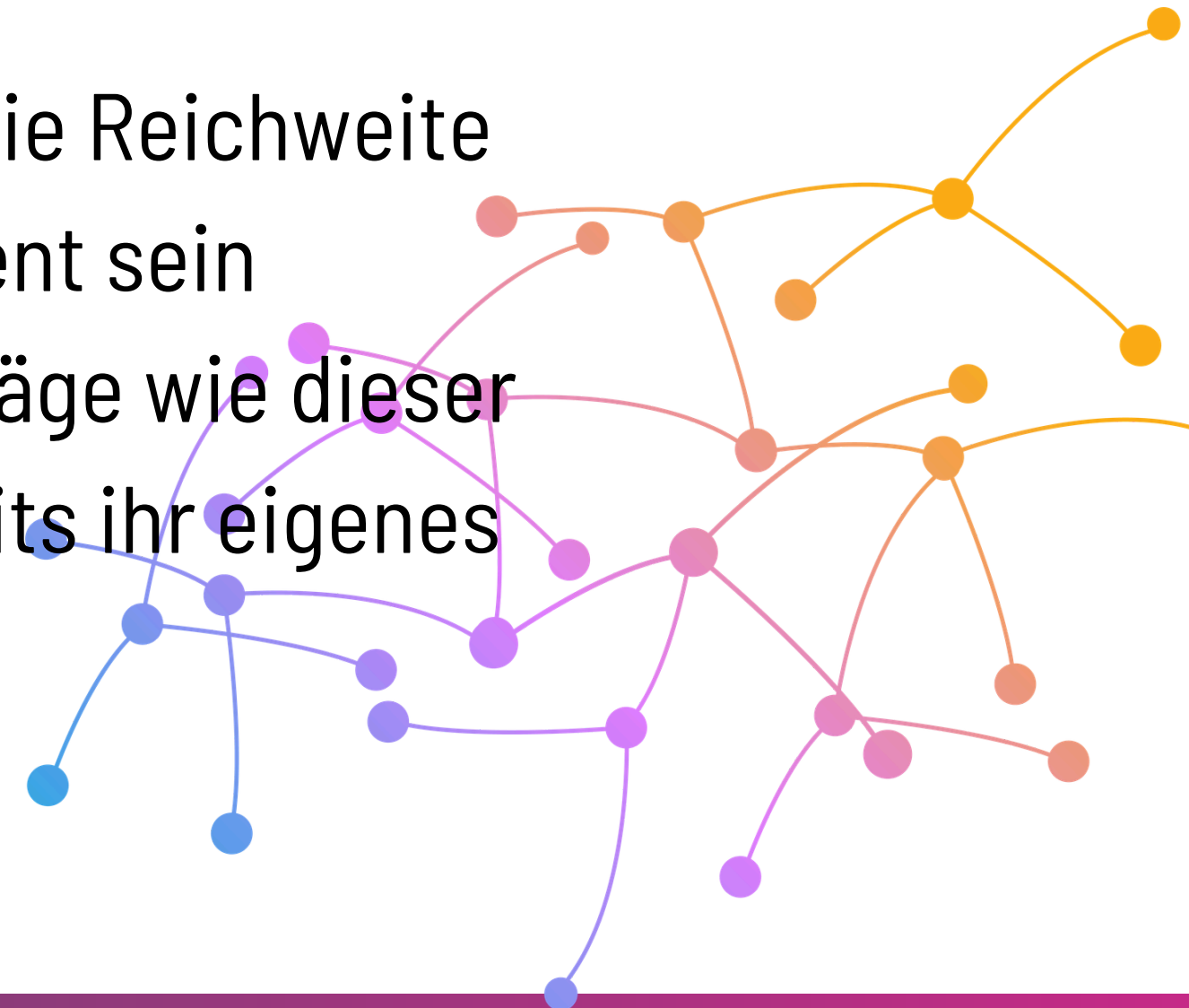
- Event-Marketing / **Netzwerken** / persönliche Begegnungen: z. B. Workshops, Netzwerktreffen, Vorträge wie dieser hier, schafft durch direkten persönlichen Kontakt Vertrauen und stärkt die Kundenbindung
- **Aktive Empfehlungen:** bestehende Kontakte und/oder Kund*innen direkt fragen, ob sie weiterempfehlen oder **Affiliate**-Marketing
- **Pressearbeit** (lokale Presse, Blogs, Podcasts, Gründerinnen-Portraits): baut Vertrauen auf, sorgt für langfristige Sichtbarkeit und spricht die Zielgruppe direkt an – und wirkt glaubwürdiger, weil eine dritte, unabhängige Quelle über dich berichtet statt du über dich selbst



Pressearbeit und Kooperationen



- Funktionen: Glaubwürdigkeit aufbauen, Vertrauen schaffen, Reputation steigern, Beziehungsaufbau, Social Proof, stärkt die Marke
- Kanäle: Gastartikel, Podcasts, Netzwerktreffen
- Gastbeiträge (Fachartikel, Blogs anderer): du nutzt die Reichweite anderer, musst dafür aber nicht selbst ständig präsent sein
- Gastauftritte (Interviews in fremden Podcasts, Vorträge wie dieser hier): gleicher Mechanismus – die Bühne bringt bereits ihr eigenes Publikum und dessen Vertrauen mit



Ads (Werbeanzeigen)

- z. B. Meta Ads (Instagram, Facebook), Google Ads (auch YouTube)
- Funktionen z. B.: Reichweite erhöhen, Traffic auf Website/Blog lenken, E-Mail-Listen füllen
- für mich eine Art als zusätzlicher „Vertriebsmitarbeiter“
- effizient, um bestehende Inhalte zu verstärken
- erfordert viel technisches Know-How; Gefahr des “Geld-verbrennens”, ständige Optimierung der Zielgruppen

Affiliate Marketing

- Affiliates, die Produkte/Dienstleistungen vertreiben
- Funktion: Vertrieb von Produkten durch Dritte gegen Provision
- Entweder empfiehlst du fremde Produkte und erhältst eine Provision oder andere vertreiben deine Produkte und erhalten Provision
- Ideal zur Skalierung des Vertriebs ohne eigene Ressourcen zu nutzen
- Aufwand: Niedrig; erfordert hauptsächlich die Betreuung der Affiliates
- Affiliate-Links lassen sich gut in E-Mail-Marketing einbinden

Online-Webinare und Masterclasses

- Zielgruppe: Menschen, die eine Lösung zu einem bestimmten Problem suchen
- Funktion: Expertenstatus etablieren und oft im Anschluss verkaufen
- Aufwand: Hoch, durch Vorbereitung, Marketing dessen, Präsentation und Nachbereitung
- erfolgsversprechend, aber nicht für jeden Persönlichkeitstyp
- funktioniert nur in Verbindung mit anderen Marketingkanälen

Marketing auf Webinar – WEBINAR – Verkauf – (E-Mail-Funnel)



MARKETINGATELIER

KERSTIN SCHOLZ

Social-Media

WORKFLOW: ZUTATEN

2

LEONIEER



[Zum Angebot](#)



SOCIAL MEDIA MARKETING DONE 4 YOU

- Social-Media-Strategie & Workflow
- Instagram-Feed-Design
- monatliche Content Creation
- Beratung und Kurse
- Videoschnitt & Reels-Erstellung
- Community-Management
- für Selbstständige, Personal Brands, NGO's, Unternehmen und Agenturen (White Label)
- bei Bedarf Social-Media-Fotoshooting & B-Roll-Aufnahmen vor Ort in Leipzig

[Zum Angebot](#)



1:1 - MENTORING

- 1:1-Calls & wöchentlicher Nachrichten-Support
- damit dein Angebot von den richtigen Menschen gesehen und gebucht wird
- wir arbeiten eine Marketing-Strategie aus, die zu dir passt
- Umsetzungsstunden z. B. für Zielgruppenanalyse, Templates oder Landingpage – konkrete Unterstützung statt nur Theorie
- Tutorials, Templates, Kurszugänge

Onlinekurs

Leise sichtbar: Dein System für wirksames Content-Marketing

149€ net. für Future-Female-Gründerinnen

[Zum Angebot](#)



Code: FUTUREFEMALE

Klarheit

Essenz

Machen

Mut

Klarheit

FÜR WEN POSTEST DU UND
WARUM – UND WAS MACHT DICH
DABEI UNVERWECHSELBAR?

INNERE KLARHEIT & BOTSCHAFT

Wenn du selbst nicht weißt, wofür du stehst, was dir wichtig ist, oder warum du tust, was du tust → dann klingt alles diffus und beliebig. Außerdem fällt es dir selbst schwerer, in die Sichtbarkeit zu gehen, weil du nicht so richtig weißt, was du teilen sollst.

„Ich unterstütze selbstständige Frauen, die ständig “Ja” sagen, dabei, klare Grenzen zu setzen – damit sie ihr Business führen, statt von allen anderen geführt zu werden.“

Klar:

→ Konkret: wer (selbstständige Frauen, People Pleaser),
Problem (sagen immer Ja), Lösung (Grenzen setzen),
Ergebnis (selbstbestimmt führen).

KLAR =
WER + PROBLEM + LÖSUNG + ERGEBNIS

HABE EIN KLARES ANGEBOT

2 TYPISCHE FEHLER IN ANGEBOTSFORMULIERUNGEN

1. ZU GENERISCHE NUTZENVERSPRECHEN

- „Ich helfe dir, dein volles Potenzial zu entfalten.“
- „Komm auf dein nächstes Level.“
- „Finde deine wahre Bestimmung.“
- „Lebe endlich dein Traumleben.“
- „Werde die beste Version deiner selbst.“
- „Entfalte deine innere Kraft.“
- „Hol dir die Leichtigkeit zurück.“

1. ZU GENERISCHE NUTZENVERSPRECHEN

→ klingt schön, aber niemand versteht, was konkret passiert und es ist abgelutscht und schreckt eher ab

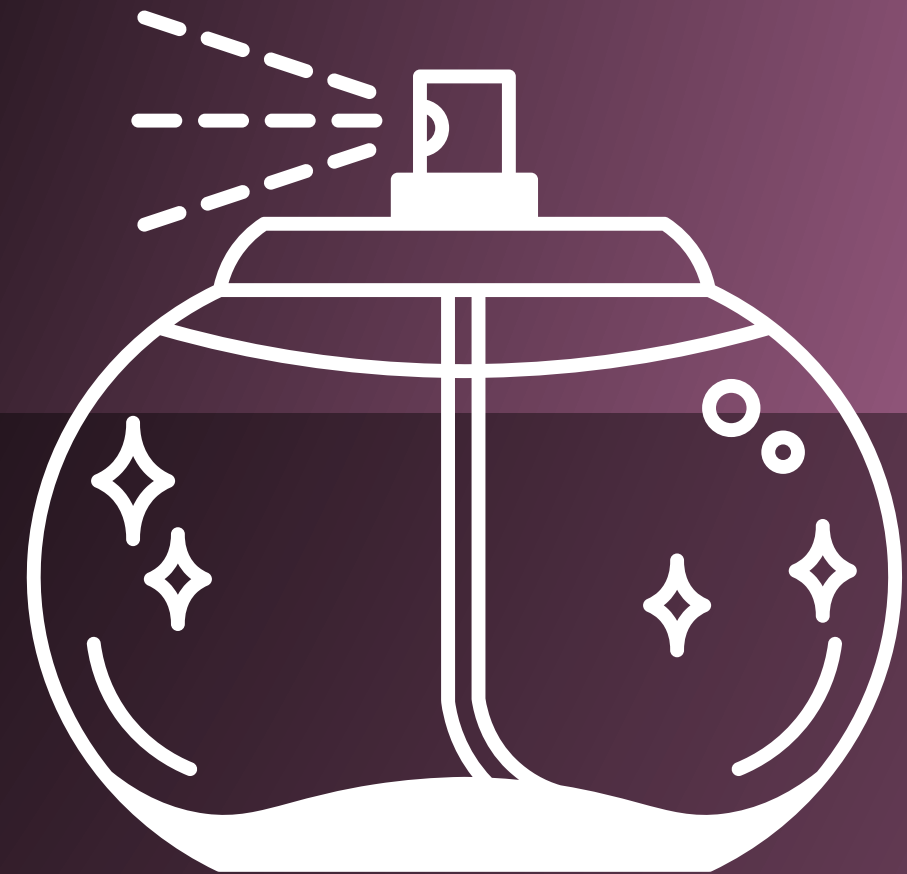
(Passiert mir auch manchmal, wenn ich zu tief drinstecke und zu nah dran bin!)

2. ZIELGRUPPE NICHT KLAR BENANNT

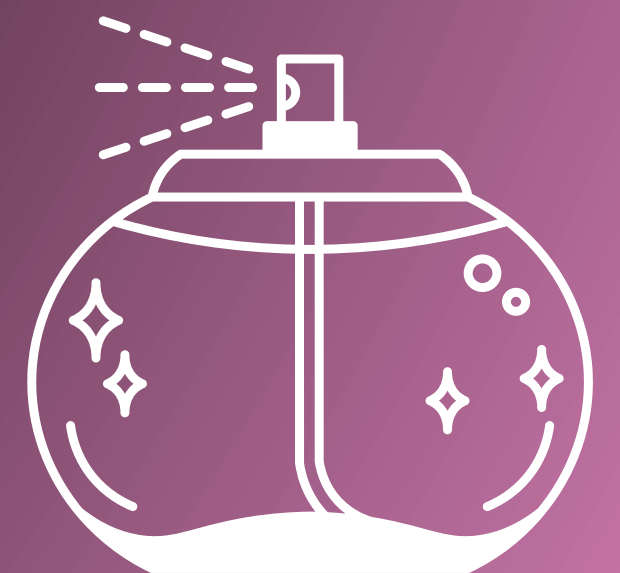
→ Wer soll sich angesprochen fühlen? Life-Coaches?
Gründerinnen? Mütter? Weibliche Führungskräfte?
Gestresste Büro-Angestellte? Wird das im Angebot wirklich
klar?

Wenn das nicht erkennbar ist, fühlt sich am Ende niemand
gemeint. Sei so konkret wie möglich und versuche jeden
Beitrag aus der Sicht einer fremden Person zu lesen.

Deine Essenz
DIE PERSÖNLICHKEIT



- Dein Warum – warum du tust, was du tust
- Dein Antrieb – was dich immer wieder in Bewegung bringt
- Deine Werte – wofür du stehst (und wofür nicht)
- Deine Stärken & Eigenarten – was dich unverwechselbar macht
- Deine Vision – wohin du mit deinem Business Menschen führen möchtest
- Deine Haltung – wie du auftrittst und welche Botschaften du in die Welt bringst



DEINE PERSPEKTIVE UND DEIN
WEG SIND EINZIGARTIG – UND
GENAU DAS MACHT DEINE
INHALTE WERTVOLL.





Machen

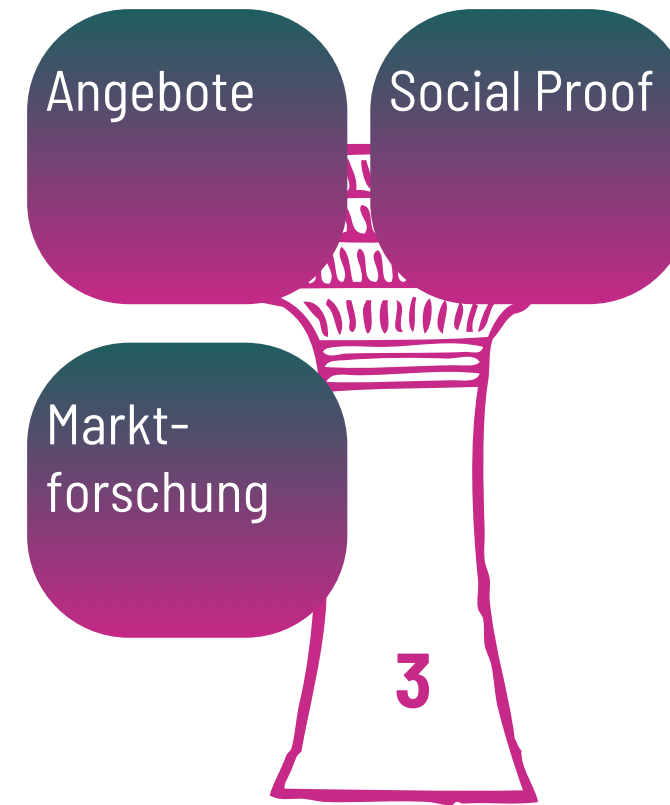
Unterschiedliche Inhaltsarten nach Zielen



Persönlliches:
Storytelling,
Identifikation, Warum,
Lifestyle, Meinung



Mehrwert:
Information und Inspiration

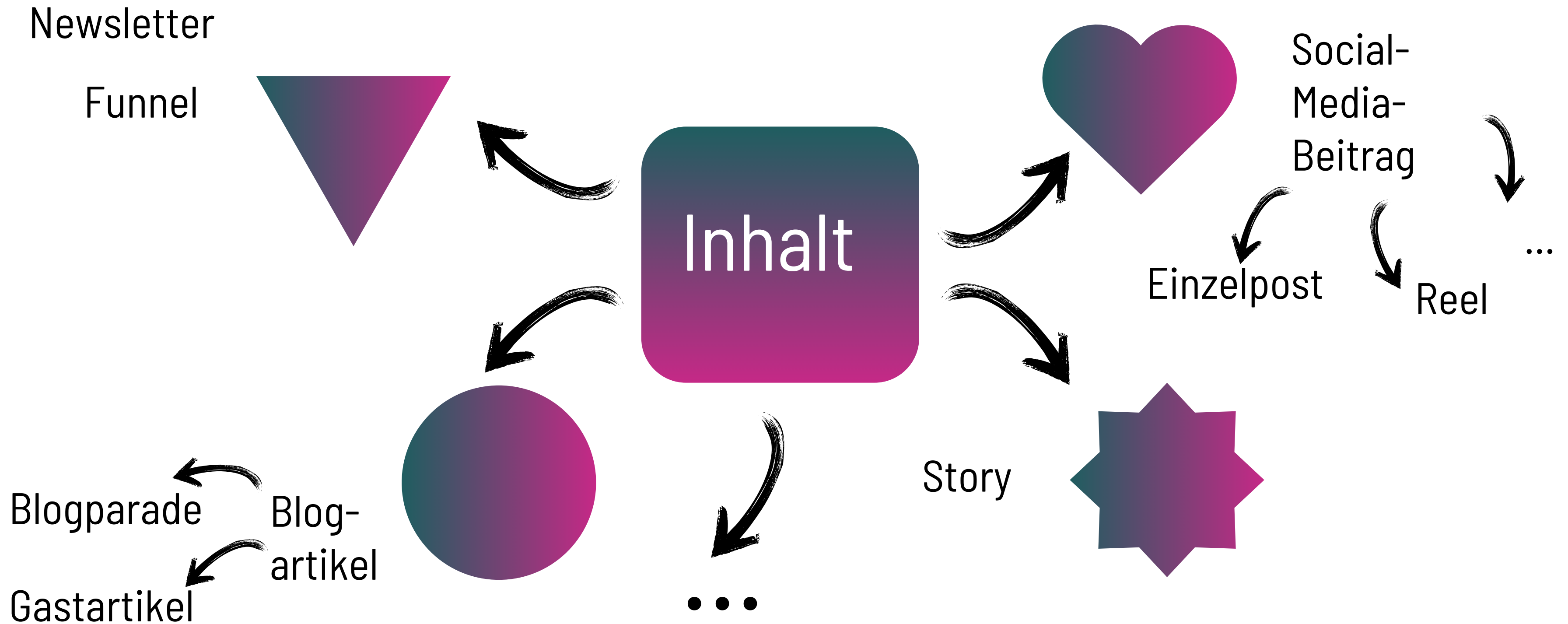


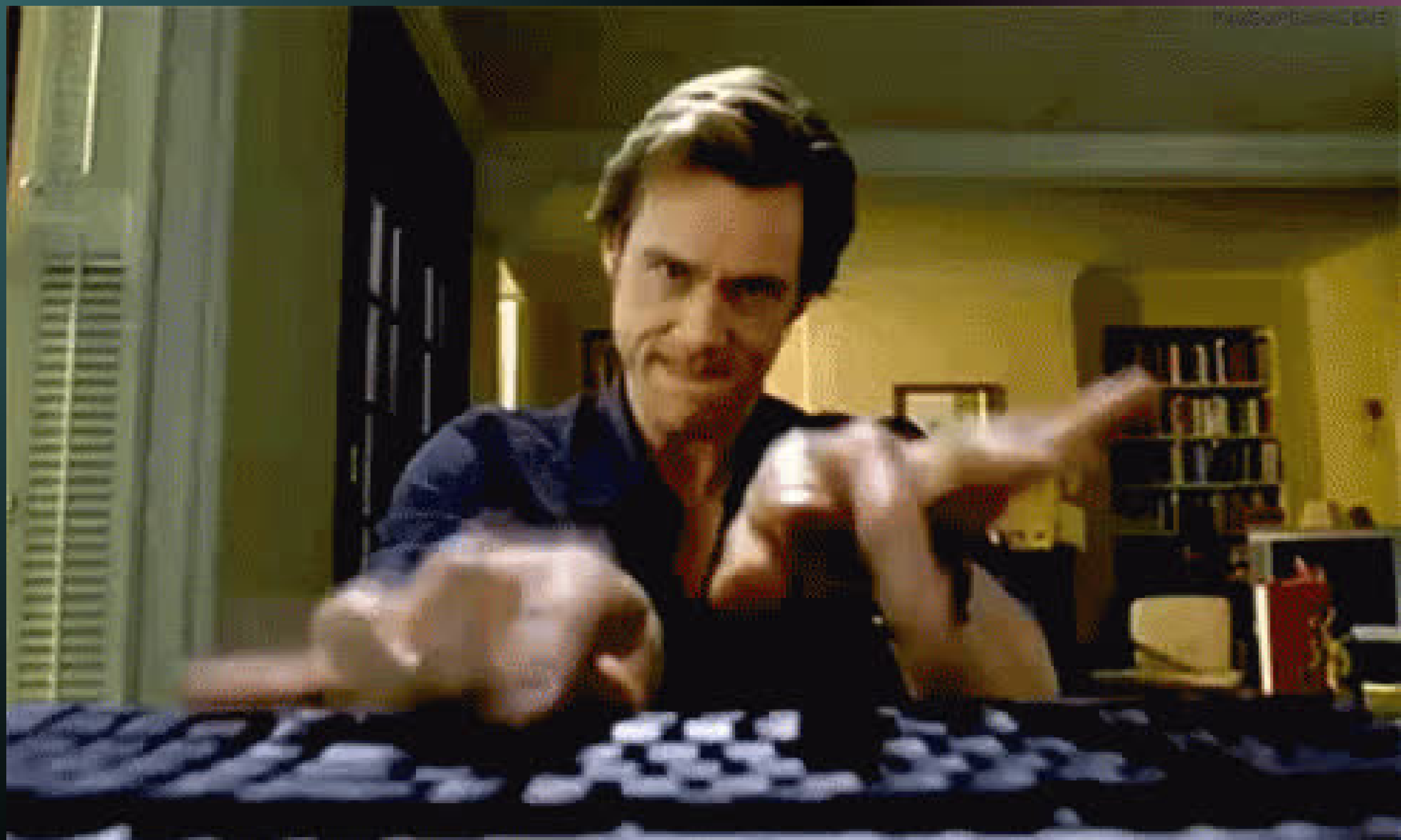
**Angebote /
Unternehmen**
Freebies, Verkauf



Interaktion:
Community, Realtalk

Dein Inhalt in unterschiedlichen Formen







MARKETINGATELIER

KERSTIN SCHOLZ

Mut
ZUR SICHTBARKEIT

3

DIE GRÖSSTE BLOCKADE LIEGT
NICHT IM ALGORITHMUS,
SONDERN IN UNS.

GLAUBENSSÄTZE-BULLSHIT-BINGO

1. „Wenn ich mich zeige, werde ich bewertet oder kritisiert.“
2. „Meine Reichweite ist zu klein – das bringt doch nichts.“
3. „Erst wenn ich XY erreicht habe (mehr Follower, schönere Website ...), darf ich sichtbar werden.“
4. „Ich will nicht nervig sein mit meinem Content.“
5. „Ich bin einfach nicht der Typ für Sichtbarkeit.“





Blockade

DU WILLST DICH NICHT
ZEIGEN UND EIGENTLICH
GAR NICHT SICHTBAR
WERDEN.

Blockade

“ANDERE MACHEN DAS
VIEL BESSER!”
DER VERGLEICH MIT
ANDEREN LÄHMT

Blockade

DEIN PERFEKTIONISMUS
BREMST DICH AUS, DU
WILLST ALLES RICHTIG
MACHEN.

Blockade

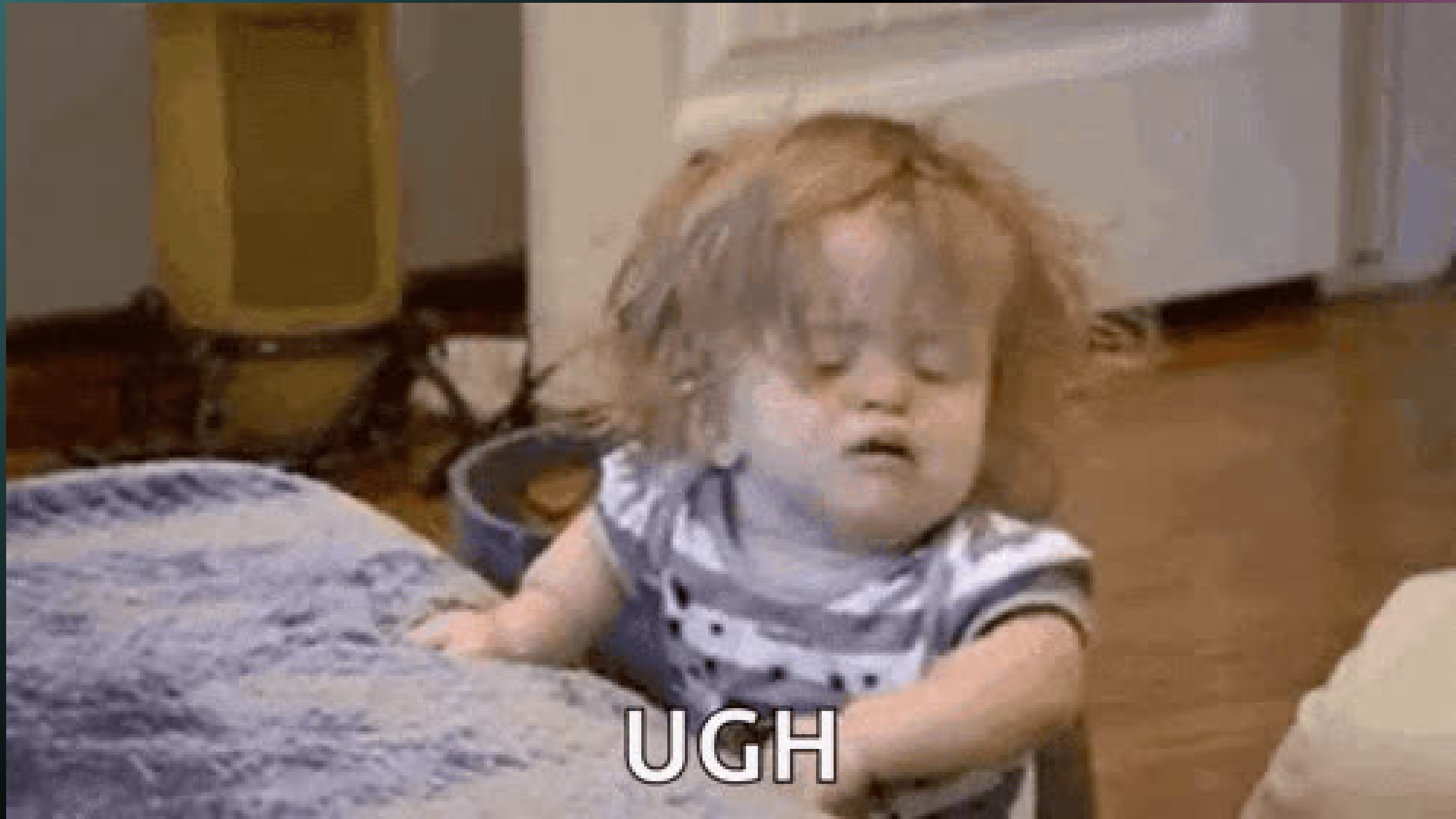
DU VERBINDEST
VERKAUFEN MIT
AUFDRINGLICHKEIT UND
BIETEST DESHALB GAR
NICHT ERST AN.

Folgen:

POSTS WERDEN NIE VERÖFFENTLICHT

CHANCEN ZIEHEN VORBEI

KEIN UMSATZ



UGH



STOPP!

LASS DEIN WARUM STÄRKER SEIN
ALS DEINE ÄNGSTE UND BEGINNE
SCHRITT FÜR SCHRITT IN DIE
SICHTBARKEIT ZU GEHEN.

DU ERINNERST MENSCHEN AN
IHRE WÜNSCHE. DEINE ANGEBOTE
SIND EINE EINLADUNG.

DIE RICHTIGEN MENSCHEN
WARTEN DARAUF, DASS DU DICH
ZEIGST.

ES REICHT, WENN DU EIN KLEINES
STÜCK WEITER BIST ALS DEINE
KUND:INNEN – GENAU DESHALB
KÖNNEN SIE VON DIR LERNEN.

DIE RICHTIGEN MENSCHEN FINDEN
DICH NICHT TROTZ DEINER ECKEN
UND KANTEN – SONDERN GERADE
WEGEN IHNEN.

DEINE BOTSCHAFT VERDIENT ES,
SICHTBAR ZU WERDEN – NICHT
IRGENDWANN, SONDERN JETZT.





Videomarketing

Das Dilemma für leise Selbstständige

- Videotrend vs. Bauchgefühl: Videos gilt als Must-Have, doch dein Inneres zögert
- Laut vs. Leise: Social Media fühlt sich für viele introvertierte Menschen laut und hektisch an
- Sichtbarkeit als Zwiespalt: Wunsch nach Reichweite trifft auf Angst vor dem Rampenlicht
- Du bist nicht allein: Viele leise Selbstständige kämpfen mit diesem Konflikt – und es gibt Lösungen.

Rantasten statt Reinspringen

- Videomarketing muss nicht laut oder spontan sein – du bestimmst den Weg
- Es ist okay, mit einfachen, nicht öffentlichen Videos zu starten (z. B. nur für dich oder eine Freundin)
- Jeder kleine Schritt (z. B. 10-Sekunden-Clip, Off-Stimme) ist ein Erfolg

Du musst nicht ins Rampenlicht springen – du darfst dich herantasten.

Und übrigens: Du brauchst auch **gar keine Videos** machen.

Carousel-Posts laufen super!

Leise Video-Ideen

- Faceless Videos: Inhalte zeigen statt Person (z.B. Produkte, Umgebung) – wirkt auch ohne Gesicht
- B-Roll-Videos: z. B. du beim gehen oder Kaffee trinken, ohne dass du was sagst – mit Überschrift (Hook) als Text auf dem Video und einer guten Caption (Bildunterschrift)
- Voice statt Face: Gesprochene Inhalte (Podcast, Voice-over) anstelle von Kameraauftritten schaffen auch Vertrauen
- Kreative Formate: Screen-Capture-Tutorials, Whiteboard-Animationen oder Fotostrecken als Video nutzen

[Zum Angebot](#)



SOCIAL MEDIA MARKETING DONE 4 YOU

- Social-Media-Strategie & Workflow
- Instagram-Feed-Design
- monatliche Content Creation
- Beratung und Kurse
- Videoschnitt & Reels-Erstellung
- Community-Management
- für Selbstständige, Personal Brands, NGO's, Unternehmen und Agenturen (White Label)
- bei Bedarf Social-Media-Fotoshooting & B-Roll-Aufnahmen vor Ort in Leipzig

[Zum Angebot](#)



1:1 - MENTORING

- 1:1-Calls & wöchentlicher Nachrichten-Support
- damit dein Angebot von den richtigen Menschen gesehen und gebucht wird
- wir arbeiten eine Marketing-Strategie aus, die zu dir passt
- Umsetzungsstunden z. B. für Zielgruppenanalyse, Templates oder Landingpage – konkrete Unterstützung statt nur Theorie
- Tutorials, Templates, Kurszugänge

Onlinekurs

Leise sichtbar: Dein System für wirksames Content-Marketing

149€ net. für Future-Female-Gründerinnen

[Zum Angebot](#)



Code: FUTUREFEMALE



I WANNA SEE YOU DO MORE CRAZY THINGS!

#AGT



MARKETINGATELIER

KERSTIN SCHOLZ

Own your voice



Die Welt braucht deine Botschaft.

Sei mutig

Trete aus deinem Schatten

Sei einzigartig (du bist es)!

Zeig deine Stimme

Own your voice



UNPERFEKT SICHTBAR

IM ONLINE-BUSINESS



MIT KERSTIN SCHOLZ



@MARKETING.KERSTINSCHOLZ



@MARKETING.KERSTINSCHOLZ

WhatsApp / Telegram: +49 160 95341663
E-Mail: kerstin@marketingatelier.online
Website: marketingatelier.online
LinkedIn: [@kerstin-scholz-leipzig](https://www.linkedin.com/company/@kerstin-scholz-leipzig)