

# Eigenvermarktung

als Erfolgsfaktor

FÜR HANDWERKERINNEN

ANNA SÄNGER —  *Monoista*

MITARBEITENDE  
GEWINNEN

AUSZUBILDENDE  
FINDEN

KUNDEN  
ERREICHEN



”

**Man kann nicht  
nicht  
kommunizieren**”

[PAUL WATZLAWICK]

# Selbstvermarktung

---



Wenn man die eigene  
Außenwirkung selbst steuert

---

# Eigenvermarktung

als Handwerkerin

Was ist das?

Es geht es nicht um ein Unternehmen oder ein Produkt, sondern um **Sie!**

Um **Sie** als Marke oder eben „**Personenmarke**“.

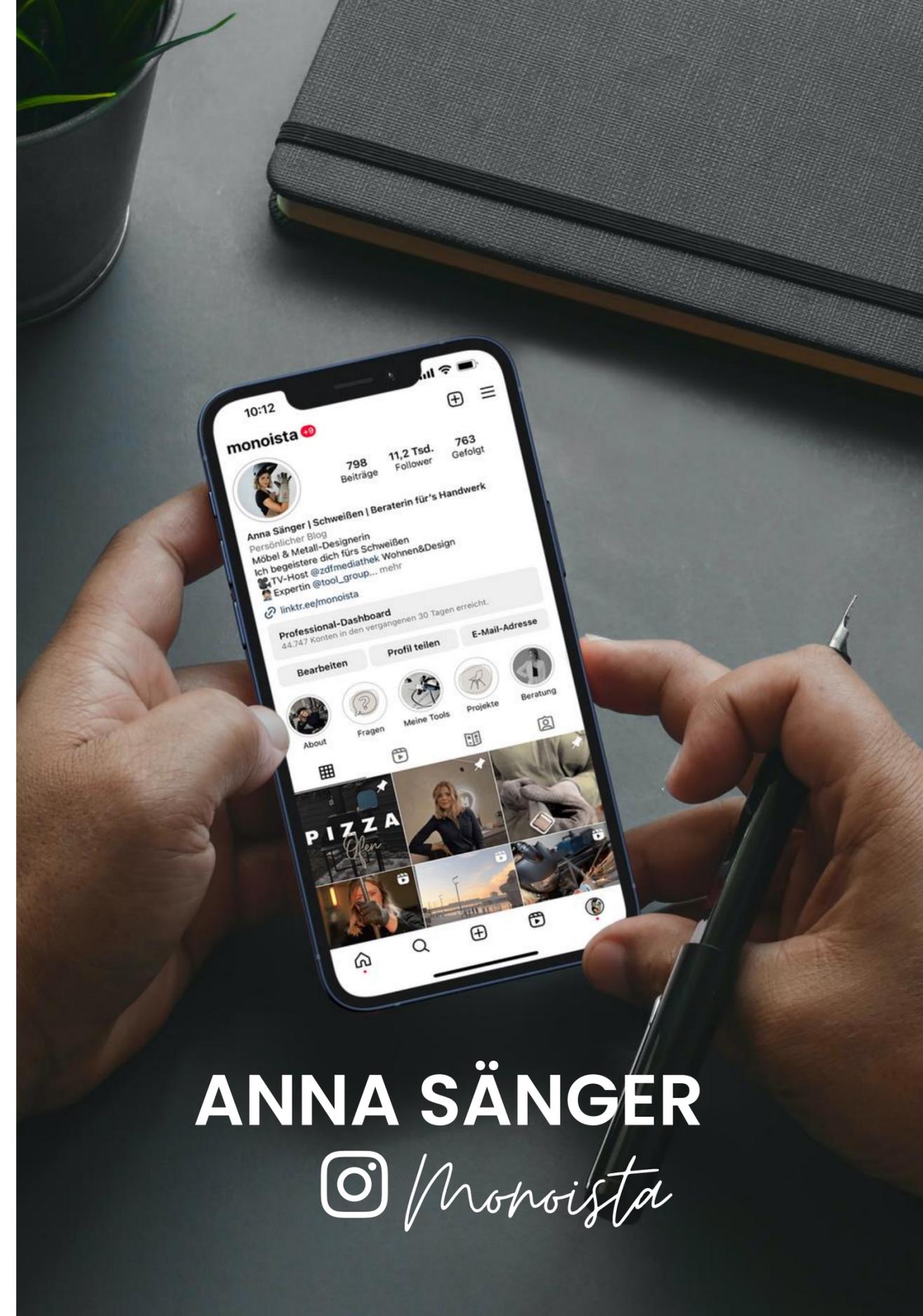
Warum brauchen wir das?

- > **Sichtbarkeit** in einer **männerdominierenden** Branche
- > **Stereotypen** durchbrechen
- > Sich als **Expertin** positionieren





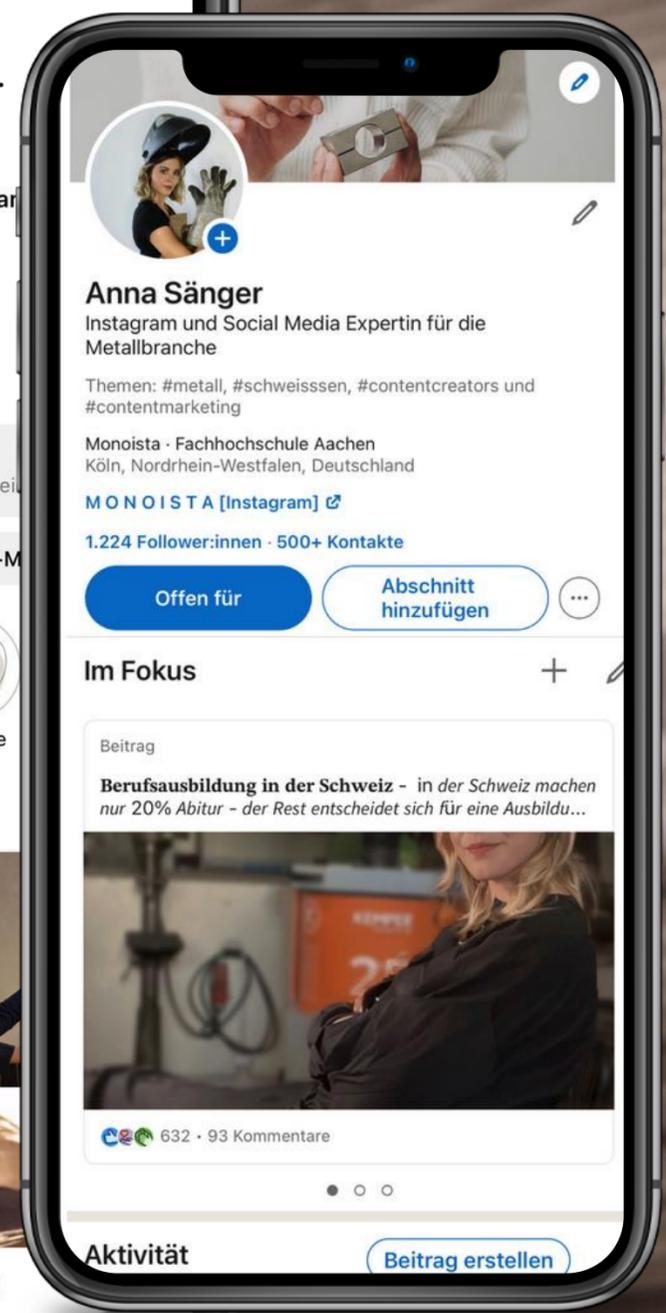
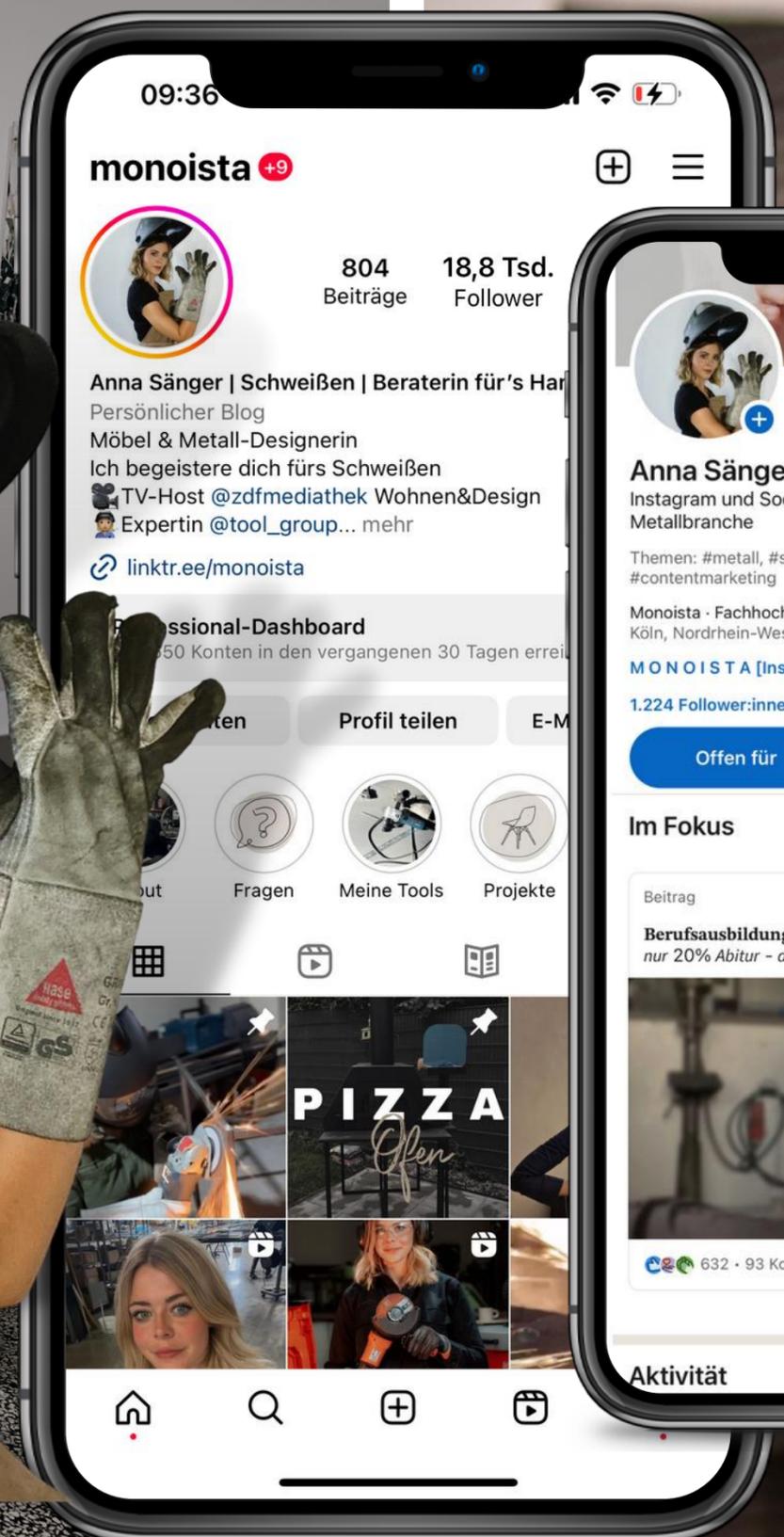
**METALL  
INFLUENCERIN**



**ANNA SÄNGER**  
Instagram *monoista*



**BERATERIN  
METALLBRANCHE**





SAINT-GOBAIN



”

**„Deine Marke ist,  
was andere über  
dich sagen, wenn du  
nicht im Raum bist.“**

[JEFF BEZOS]

”



**SELBSTVERMARKTUNG**

**DER**

*Erfolgsfaktor*

**FÜR HANDWERKERINNEN**

# EIGENVERMARKTUNG ALS ERFOLGSFAKTOR

FÜR HANDWERKERINNEN



---

## Personal Branding für Handwerkerinnen

So geht Personal Branding im Handwerk:  
Alleinstellungsmerkmal finden & Reichweite sichern

---

## Eigenvermarktung vs. Betrieb vermarkten

Worin bestehen die Unterschiede?  
Funktioniert das eine ohne das Andere?

---

## Welches Soziale Netzwerk ist das richtige?

Welche Plattform kommt für mich  
als Handwerkerin in Frage

---

## Best Practice, Do's & Dont's

Knigge auf Social Media  
Was sollte man nicht machen?

# PERSONAL BRANDING



- **DIE PERSONENMARKE**  
Ihre **Person** wird als **Marke** sichtbar
- **AUSSENWIRKUNG STEUERN**  
Jede Person hat eine **Außenwirkung** - besonders im beruflichen Kontext
- **WOFÜR PERSONAL BRANDING**  
Persönlichkeit stärken und **Expertise für die Öffentlichkeit** sichtbar machen

# PERSONAL BRANDING

## im Handwerk

Personenmarken wurden  
im Handwerk "erfunden"

Voraussetzungen für  
Handwerkerinnen

- ⊕ Direkter Kundenkontakt
- ⊕ lebt von Mundpropaganda
- ⊕ Starke Personenbindung

- ⊕ Kaum Wettbewerb
- ⊕ Trend: Schaffensprozesse
- ⊕ Aber: Budget begrenzt



A woman with blonde hair, wearing safety glasses and a dark long-sleeved shirt, is focused on welding a piece of metal in a workshop. Bright orange and yellow sparks are flying from the point of contact, creating a dynamic and industrial scene. The background shows a typical workshop environment with various tools and equipment.

**Menschen  
interessieren sich  
für Menschen**

# PERSONAL BRANDING

FÜR HANDWERKERINNEN



- ✓ Sie zeigen, was Sie können
- ✓ Sie werden unverwechselbar
- ✓ Sie kommen raus aus der Vergleichbarkeit
- ✓ Sie bestimmen, was über Sie im Netz zu lesen ist
- ✓ Sie beweisen Engagement
- ✓ Sie stärken Ihre Vertrauensbasis
- ✓ Sie erweitern Ihren Kundenstamm
- ✓ Und haben die Nase vorn beim Kampf um Fachkräfte
- ✓ Karrieresprung/ Schutz vor Arbeitslosigkeit

# SO GEHT'S

Personal Branding funktioniert nur mit einer klaren Positionierung



## Was kann ich?

- Ihre Handwerksausbildung
- Ihr persönlicher Werdegang
- Zusatzausbildungen
- Auszeichnungen
- Interessen
- Projekte
- Persönlicher Stil
- Ihre besondere Expertise

## Was biete ich?

- Ihr Angebot als Handwerkerin
- Ihr Erfahrungsschatz
- Empfehlungen/ Kurationen
- Ihre Person
- Zusatz-Services

## Wen will ich erreichen?

- Kund\*innen
- Fachkräfte & Azubis
- Netzwerk erweitern/ aufbauen
- Presse/ Medien

## Wofür will ich stehen?

- Fachbereiche/ Themen
- Kompetenzen/ Know--How
- Erfolge/ Portfolio
- Werte
- Neue Ideen



# PERSONAL BRANDING MATRIX

<b>PERSON &amp; ALLEINSTELLUNG</b>	WAS KANN ICH?	WAS BIETE ICH?
<b>MARKE &amp; ZIELE</b>	WEN WILL ICH ERREICHEN?	WOFÜR WILL ICH STEHEN?
<b>AUFBAU &amp; STRATEGIE</b>	WIE WERDE ICH BEKANNT?	WIE WERDE ICH GLAUBWÜRDIG?

# BEISPIEL: MAREN, MALERIN



**Was kann ich?**

**Was biete ich?**

**Wen will ich  
erreichen?**

**Wofür will ich  
stehen?**

# Vorbilder aus dem Handwerk



**SANDRA HUNKE**  
Anlagenmechanikerin



**CHIARA MONTETON**  
Dachdeckerin



**KATHRIN POST-ISENBERG**  
Steinmetzin

# PERSONAL BRANDING FÜR FRAUEN IM HANDWERK

## **Sichtbarkeit sichern**

in einer von  
Männern  
dominierenden  
Branche

## **Selbstbewusstsein stärken**

in die eigenen  
Leistungen  
angemessen  
präsentieren und  
so auch andere  
Frauen bestärken

## **Stereotypen durchbrechen**

Frauen sind mit  
Rollenbildern  
konfrontiert und  
werden zu  
Bescheidenheit  
erzogen

## **Fachkräftemangel bekämpfen**

Jungen Mädchen  
den Weg bereiten  
und Teil selbst der  
Debatte werden



# KEINE ANGST vor SOCIAL MEDIA

PERSONAL BRANDING und aktiv sein auf Social Media ist:



## KEINE SELBSTDARSTELLUNG

---

Es geht nicht um's Angeben oder darum sich selbst zu inszenieren

## KEINE EINLADUNG FÜR HASS

---

Eine Hassrede sagt mehr über den Absender als über den Empfänger

## AUCH EMPOWERMENT

---

Wo Leute kritisieren, hat man oft einen wunden Punkt getroffen - weiterbohren!

# PERSONAL BRANDING ODER UNTERNEHMENSMARKE?

## PERSONAL BRANDING

- Authentischer Auftritt
- Raus aus der Vergleichbarkeit
- Reichweitemaufbau viel einfacher
- Stärkere Bindung zum Kunden

### CHANCEN

- Branding ist abhängig von der Person
- Image kann "überschwappen"
- Austritt schwierig

### RISIKEN

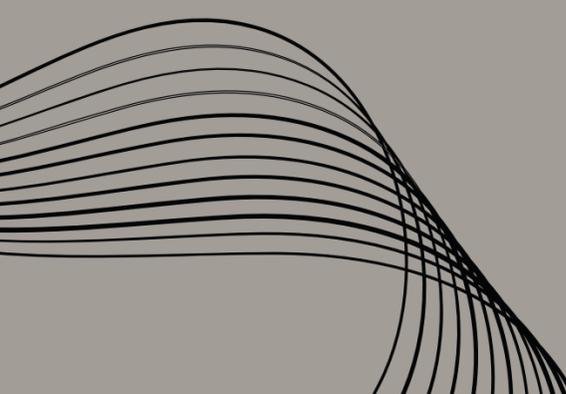
## UNTERNEHMENSMARKE

- Keine Abhängigkeit von einer Person
- Austritt jederzeit möglich

### CHANCEN

- Reichweitemaufbau schwieriger
- Vertrauen & Bindungen sind nur aufwendig realisierbar
- Gerade für Handwerkerinnen sehr anonym

### RISIKEN



# SIE BRAUCHEN BEIDES



Personal Branding ist idR  
wirkungsvoller.

Am besten wirkt PB als Ergänzung zu,  
klassischen Vertrieb.

**PERSONAL BRANDING**



Menschen vertrauen Menschen.

Wer ohne Personal Branding arbeitet,  
verschenkt wichtige Potentiale.

**MARKETING/VERTRIEB**

# WELCHE PLATTFORM

PASST ZU MIR ?



# DAS RICHTIGE NETZWERK



## KUNDENSTAMM ERWEITERN



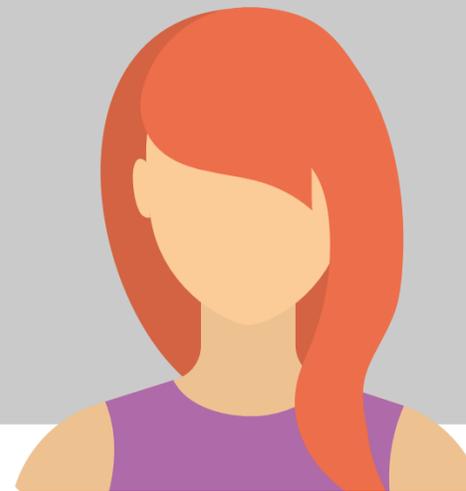
 **ÄSTEHTISCHES  
PRODUKT/ ARBEIT**

 **VERKAUF AN  
PRIVATKUNDEN**



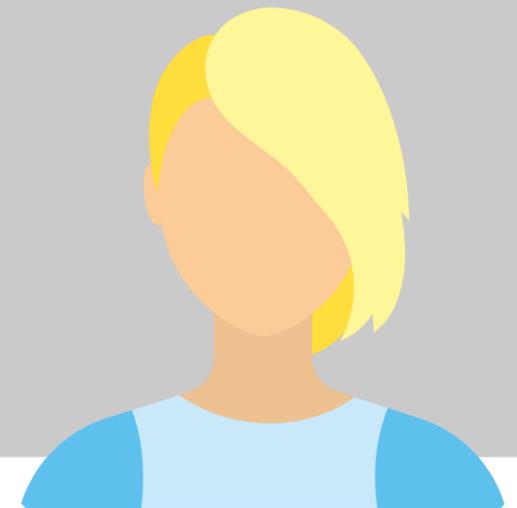
 **ÄSTEHTISCHES  
PRODUKT/ ARBEIT**

 **VERKAUF AN  
GESCHÄFTSKUNDEN**



 **TECHNISCHES  
PRODUKT**

 **VERKAUF AN  
PRIVATKUNDEN**



 **TECHNISCHES  
PRODUKT/ ARBEIT**

 **VERKAUF AN  
GESCHÄFTSKUNDEN**



# DAS RICHTIGE NETZWERK



**MITARBEITENDE GEWINNEN**



**SUCHT AUSZUBILDENDE**  
zwischen 16-29 Jahre



**SUCHT FACHKRÄFTE**  
ab 20 Jahre



# **DIE PLATTFORMEN**

DER ALLROUNDER

# Instagram

IST EIN VISUELLES NETZWERK

MIT DEN MEISTEN FUNKTIONEN  
FÜR HANDWERKSBERIEBE

- ✓ VERLINKUNG ZUR WEBSITE
- ✓ LOKALE FILTER
- ✓ UMFANGREICHE PRÄSENTATION DES BETRIEBS



14 - 39 JAHRE

**ALLROUNDER**

ZAHLREICHE FUNKTIONEN FÜR  
HANDWERKSBERIEBE / HOHE  
AKZEPTANZ FÜR WERBUNG

**VIDEO FIRST**

REICHWEITE HAUPTSÄCHLICH  
ÜBER VIDEOS (GESICHTER)



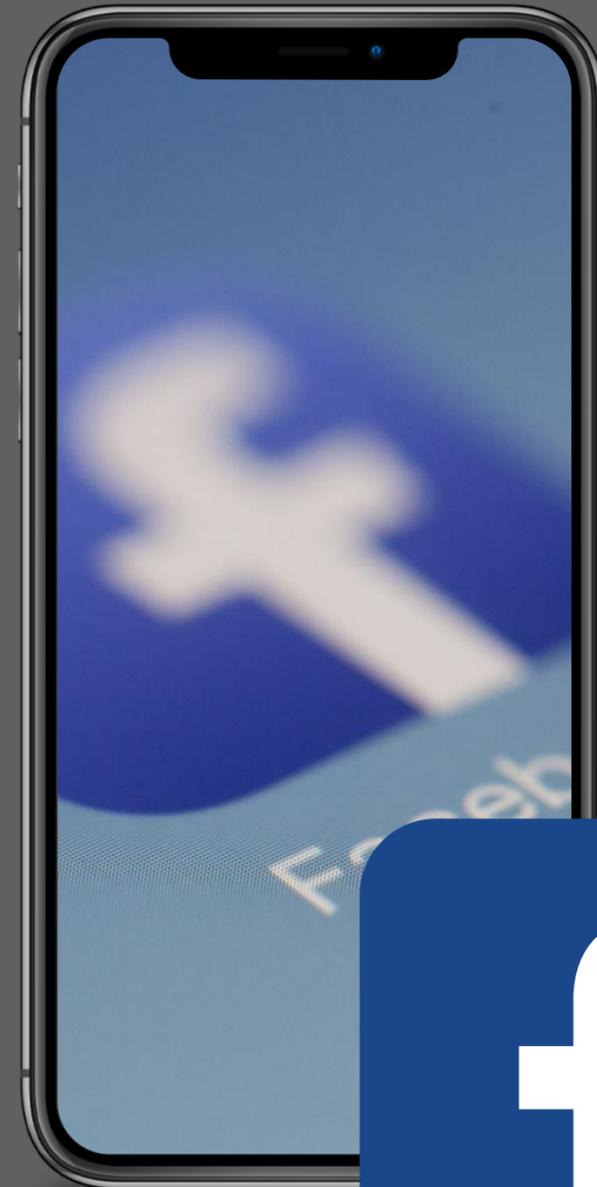
AB 30 JAHRE ↗

## ALLROUNDER

ZAHLREICHE FUNKTIONEN FÜR  
HANDWERKSBEREIBE / ABER  
GERINGE AKZEPTANZ FÜR WERBUNG

## BILD+TEXT

DER FOKUS LIEGT AUF BILD/ VIDEO  
UND DEM TEXT



# Facebook

FACEBOOK IST DIE PLATTFORM MIT  
DER GRÖSSTEN DEUTSCHEN  
NUTZEBASIS. MENSCHEN UNTER 30  
ERREICHT MAN ALLERDINGS KAUM.

- ✓ VERLINKUNG ZUR WEBSITE
- ✓ LOKALE FILTER
- ✓ UMFANGREICHE PRÄSENTATION DES BETRIEBS

DAS BERUFS-NETZWERK

# LINKEDIN

IST EIN BUSINESS NETZWERK

MIT DEN BESTEN  
VERTRIEBSMÖGLICHKEITEN IM B2B

- ✓ GOOGLE INDEXIERUNG
- ✓ SEHR HOHE  
TRANSAKTIONSRATE
- ✓ KAUM WETTBEWERB

UNTERNEHMENSACCOUNTS PERFORMEN  
SCHLECHTER ALS PERÖNLICHE



25 - 54 JAHRE

## NETZWERKEN

DAS NETZWERK FÜR DIGITALEN  
VERTRIEB IM B2B

## INFO FIRST

FACHLICHE BEITRÄGE MIT  
TIEFE GEWINNEN



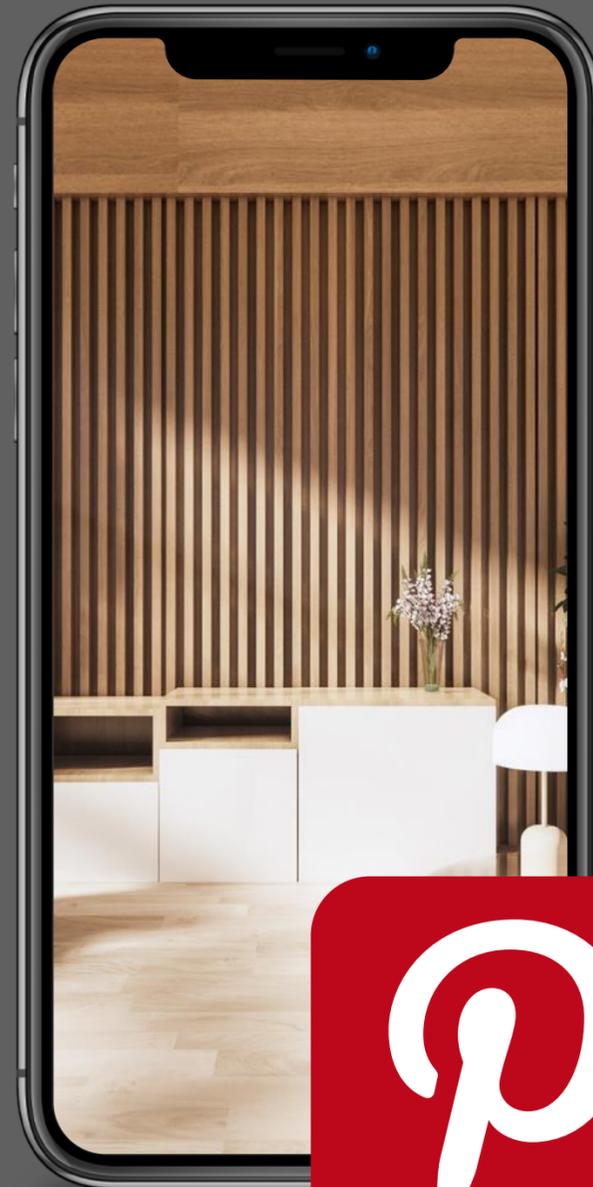
25-45 JAHRE

## INSPIRATION

NUR GEEIGNET FÜR GEWERKE DIE AN PRIVATKUNDEN VERKAUFEN UND EIN ÄSTHETISCHES PRODUKT ANBIETEN

## BILD

MODERNE, PROFESSIONELLE BILDER BRINGEN REICHWEITE -



DIE BILDER SUCHMASCHINE

# PINTEREST

PINTEREST IST DIE PLATTFORM, AUF DER SICH MENSCHEN INSPIRATIONEN RUND UM HAUS, GARTEN & LIFESTYLE SUCHEN.

- ✓ VERLINKUNG ZUR WEBSITE
- ✓ PROJEKTE IN SZENE SETZEN
- ✓ GERINGER WETTBEWERB
- ✓ GOOGLE INDEXIERUNG

ZB FÜR FRISEURINNEN, SCHREINERINNEN, BÄCKERMEISTERINNEN, MALERINNEN

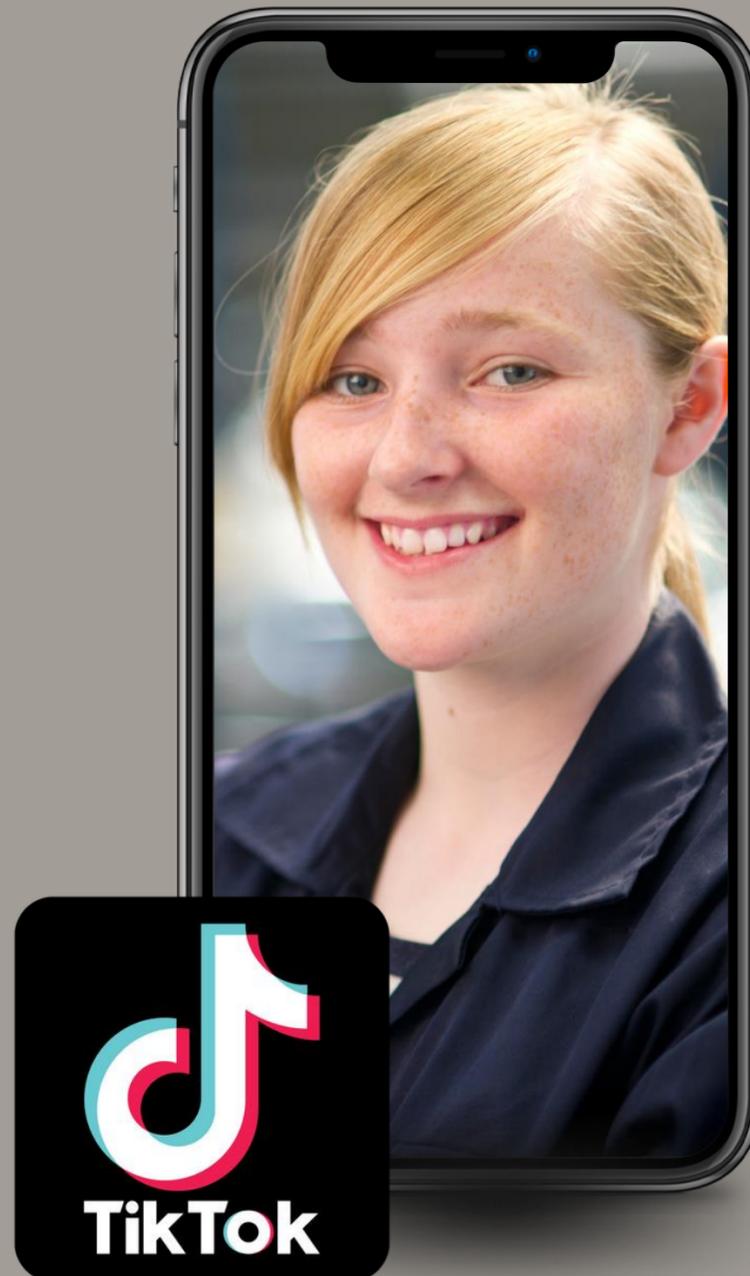
DIE VIDEOPLATTFORM FÜR GEN Z

# TIKTOK

IST EINE VIDEOPLATTFORM

MIT DER MAN VOR ALLEM JUNGE  
LEUTE ERREICHT

- ✓ SCHNELL WACHSENDES NETZWERK
- ✓ GERINGER WETTBEWERB
- ✓ BESTES NETZWERK UM JUNGE  
MENSCHEN ZU ERREICHEN



13 - 29 JAHRE

## AZUBIS FINDEN

DAS NETZWERK FÜR DIGITALEN  
VERTRIEB IM B2B

## VIDEO ONLY

VIDEOS SIND DAS EINZIGE  
TOOL, UM DIE EIGENE ARBEIT  
ZU PRÄSENTIEREN



14-40 JAHRE

## WISSEN

YOUTUBE VIDEOS EIGNEN SICH UM DEN GESAMTEN PROZESS ZU ZEIGEN UND DIE EIGENE EXPERTISE ZU BEWEISEN

## VIDEO

LANGE VIDEOS MIT TIEFGANG BRINGEN DIE BESTE REICHWEITE



DIE VIDEO SUCHMASCHINE

# YOUTUBE

YOUTUBE IST DIE PLATTFORM FÜR LÄNGERE VIDEOS MIT TIEFGANG.

YOUTUBE EIGNET SICH BESONDERS FÜR ERKLÄRUNGSBEDÜRFTIGE DIENSTLEISTUNGEN/PRODUKTE.

- ✓ GOOGLE INDEXIERUNG
- ✓ VERLINKUNG ZUR WEBSITE

ZB FÜR SCHREINERINNEN. MALERINNEN

# WELCHE PLATTFORM



## DER ALLROUNDER

- ✓ HOHE AKZEPTANZ FÜR WERBUNG
- ✓ ZAHLREICHE MÖGLICHKEITEN FÜR HANDWERKERINNEN
- ✗ JE NACH GEWERK SCHON RECHT VIEL WETTBEWERB



## B2B VERTRIEB

- ✓ SEHR ERTRAGSREICHE VERTRIEBSWEGE
- ✓ HOCH RELEVANTE NETZWERKE
- ✓ KAUM WETTBEWERB ABER EHER BEI GESCHÄFTSKUNDEN SINNVOLL



## FÜR AZUBIS

- ✓ SCHNELLE REICHWEITE NOCH MÖGLICH
- ✓ BESTE PLATTFORM FÜR ALLE UNTER 30
- ✗ PRÄSENTATION DES ANGEBOTS SCHWIERIG

# WELCHE PLATTFORM



## FÜR VIDEOFANS

- ✓ GOOGLE INDEXIERUNG
- ✓ EXPERTISE ZEIGEN
- ✗ ERFORDERT SCHNITT- UND DREHKENNTNISSE
- ✗ GROSSER ANSTIEG VON WERBUNG



## ZIELGRUPPE AB 35 J.

- ✓ GUTE PRÄSENTATION DES ANGEBOTS
- ✓ LOKALE FILTER
- ✗ NUTZER ZIEHEN ZU ANDEREN PLATTFORMEN
- ✗ KAUM USER UNTER 35J.



## FÜR ÄSTHETEN

- ✓ PROFESSIONELLE PRÄSENTATION DER PROJEKTE
- ✓ KAUM WETTBEWERB & HOHE TRANSAKTION
- ✗ NUR FÜR ÄSTEHTISCHE DL FÜR PRIVATKUNDEN



# DO'S & DON'T'S

# EINE PERSONENMARKE WERDEN



KEIN SPRINT, SONDERN EIN  
MARATHON



PRIVATES & BERUFLICHES  
STRIKT TRENNEN



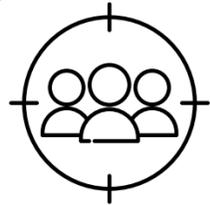
ABER: PERSÖNLICHKEIT UND  
POSITION ZEIGEN



SICH PROFESSIONELLE  
PRÄSENTATION

# DONT'S

## BEI DER SELBSTVERMARKTUNG



KEIN FOKUS  
KEIN PROFIL



AN EXTERNE  
DELEGIEREN



FALSCHER KANÄLE



SELBSTDARSTELLUNG  
OHNE MEHRWERT



KEINE KONTINUITÄT



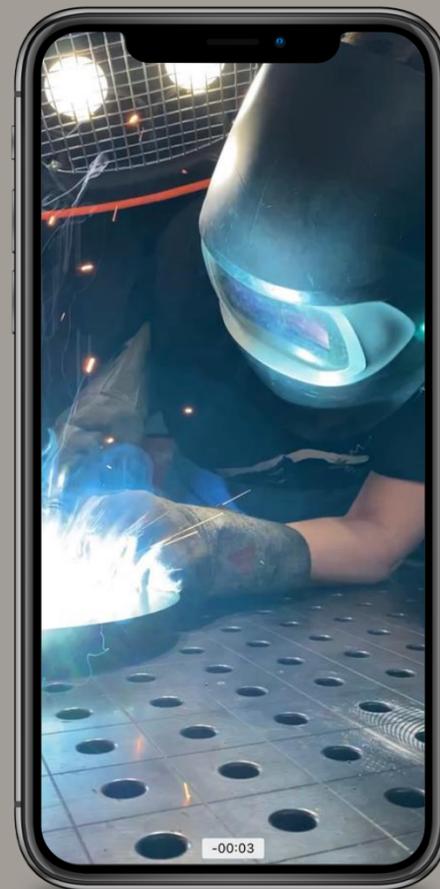
KONKURRENZ-  
DENKEN

# DONT'S

## BEI DER SELBSTVERMARKTUNG



IRRELEVANTES  
POSTEN



PSA  
IGNORIEREN



FREMDE  
BILDER



LOGO ALS  
WASSERZEICHEN



PLATTE  
WERBUNG

# KNIGGE FÜR DIE SELBSTVERMARKTUNG

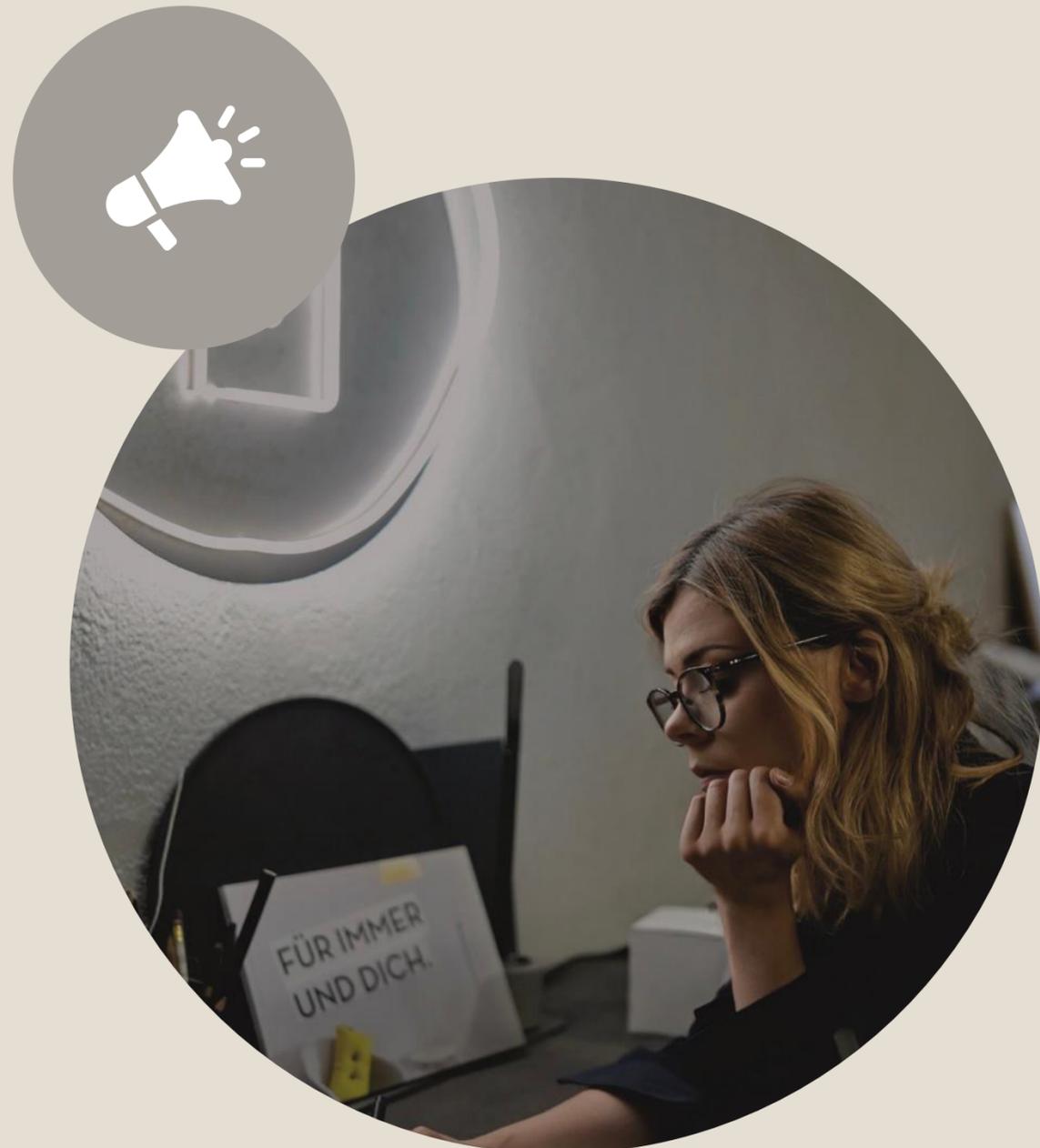


- ✗ SELBSTINSZENIERUNG/ "ANGEBEN"
- ✓ WISSEN TEILEN/ MEHRWERT GEBEN
- ✗ ANDERE ALS KONKURRENZ SEHEN
- ✓ SICH VERNETZEN/ KOMMENTIEREN
- ✗ ALLEN GEFALLEN WOLLEN
- ✓ EINE KLARE NISCHE BESETZEN
- ✗ PUBLISH & GO
- ✓ ALLE NACHRICHTEN BEANTWORTEN

**” BEI IHRER  
PERSONENMARKE GEHT  
ES NICHT UM SIE. ”**

# ES GEHT UM DEN MEHRWERT

DEN SIE ALS HANDWERKERIN GEBEN



Ein geringes Budget erfordert eine smarte Maßnahme



Handwerksbetriebe sind oft bereits Personenmarken



Mit Personal Branding kann und sollte man die Außenwirkung aktiv steuern



Um Vertrauen zu stärken, den Kundenstamm zu erweitern und mehr Menschen für's Handwerk zu begeistern

”

**MENSCHEN**

**VERTRAUEN**

**MENSCHEN**

”