

04. Dezember 2025

Praxiswerkstatt: Zeige, wer du bist!

clara und fränk



Jan-Henrik Bartmann

Co-Gründer & Teamlead Performance Marketing

- **Bachelor of Science in Onlinekommunikation** mit Schwerpunkt Online-Marketing und Online-PR (Hochschule Darmstadt)
- **Über 7 Jahre Erfahrung** im Online-Marketing und agilem Projektmanagement (**Professional Scrum Master™ I**)
- Vorherige Stationen bei **ProSiebenSat.1, SV Darmstadt 98**, einem **Venture Studio** im Bereich Mobility & Tech sowie im **Legal Tech**.
- Fokus in der **Betreuung von Kunden aus Tourismus, Mittelstand** und **Handwerk** sowie in der **Musik-Promotion**
- Schwerpunkt auf **digitalem Marketing, Social Ads** und **Projektmanagement**

c&f

Unsere Leistungen

Bei clara und fränk bieten wir in den Bereichen Strategie, Brand & Design und Performance ein umfassendes Angebot, das einen Full-Service-Gedanken verfolgt.

Wir unterstützen Handwerksbetriebe, Mittelständler, Tourismus und Konzerne von kreativen Branding-Strategien, über die Umsetzung effektiver Marketingkampagnen bis hin zu einer strategischen Beratung zur digitalen Transformation.

Mit unseren Experten und deren langjähriger Erfahrung unterstützen wir von der Entwicklung bis zur Umsetzung.

Strategie

Lead-Kampagnen

Brand Design

Performance Marketing

Corporate Design

Transformation

Content Creation

Community Management

Markenentwicklung

Webdesign

Konzeption

Landingpages

Praxiswerkstatt

Warum überhaupt Social Media?

clara und fränk

Good to go

- Ready?

01 Input Social Media

- Warum Social Media ein zentraler Sichtbarkeitsfaktor ist
- Überblick über die wichtigsten Kanäle und ihren Nutzen

02 Input Markenbildung

- Konsistentes Corporate Design
- Klare Markenführung zur Differenzierung

03 Praxisteil: Golden Circle

- Erarbeitung von Warum/Wie/Was als Grundlage authentischer Kommunikation

04 Kommunikation im Arbeitsalltag verankern

- Relevante Inhalte & klare Botschaften
- Kontinuierliche Veröffentlichungen
- Aktive Community-Interaktion & passende Formate

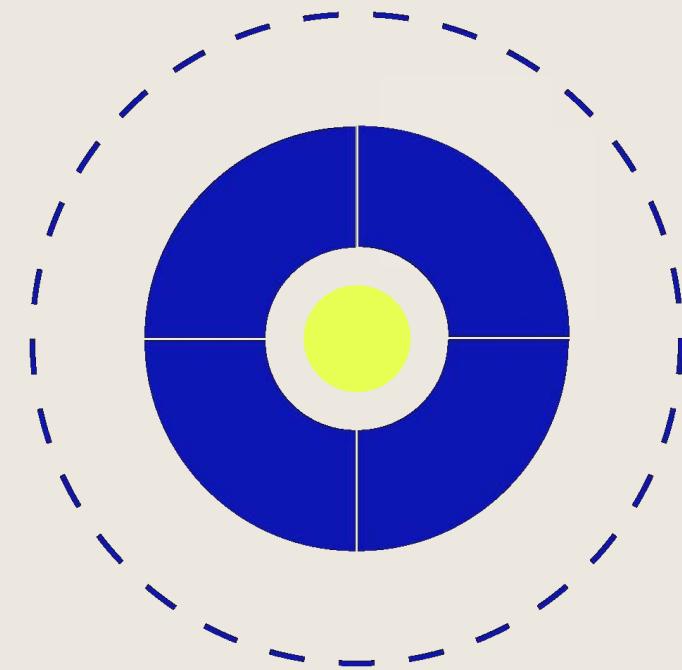
Praxiswerkstatt

Überflug Instagram

clara und fränk

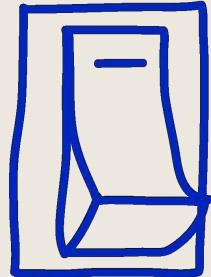
01 GRUNDLAGE

Instagram Grundlagen



Durch die Stärkung deiner **Community**,
wächst deine Reichweite.

Mit vier Schritten schaffst du Mehrwert für
genau diese Community!





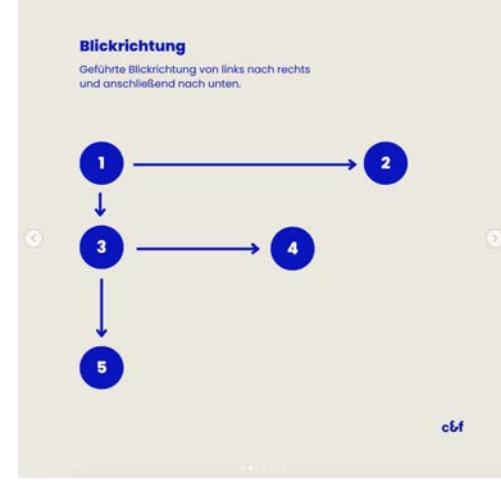
SCHRITT 1

Schaffe mit deinen Postings
Mehrwerte und inhaltliche
Inspiration für deine
Community.

- Inhaltliche Inspiration anstelle von optischer Inspiration
- Schaffe Postings mit Abspeicherungspotential
- Erstellung von Feedslidern, um Informationen zu vermitteln

Inhaltliche Inspiration

mit Abspeicherungspotential



Recycle!

Wenn ein Thema in einem Post sehr erfolgreich war, dann können wir im nächsten Schritt das Thema recyceln.

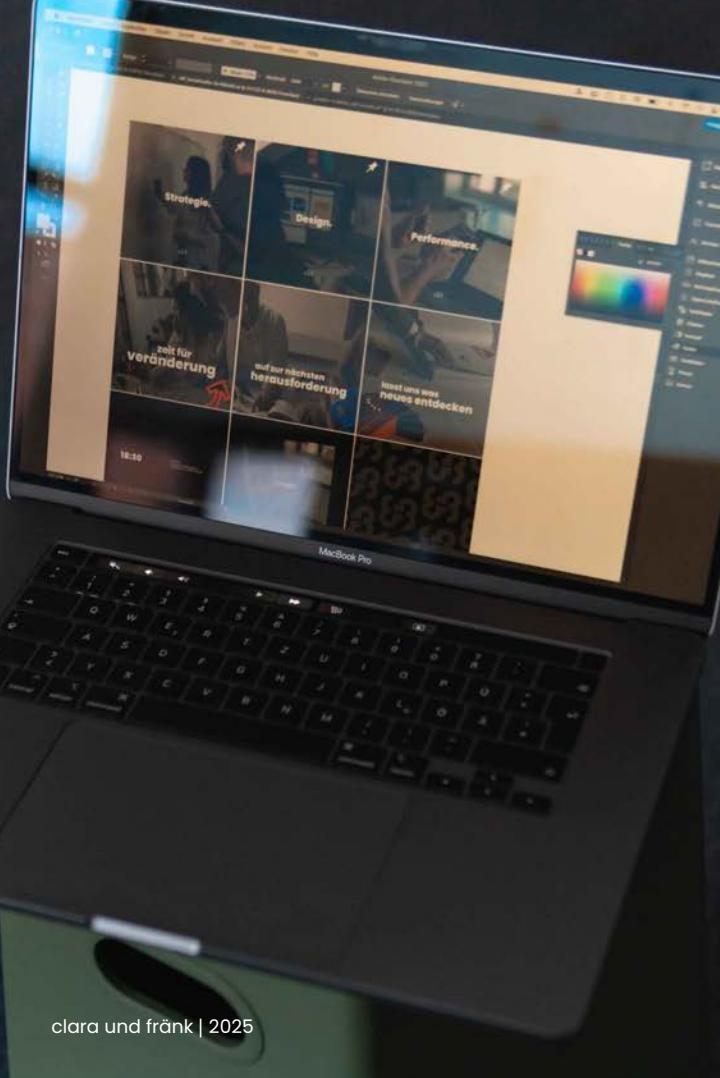
Nutze es für ein Reel mit On-Air Präsenz oder erstelle ein Mehrwertepost dazu. Die Zielgruppe wird eine andere sein.



SCHRITT 2

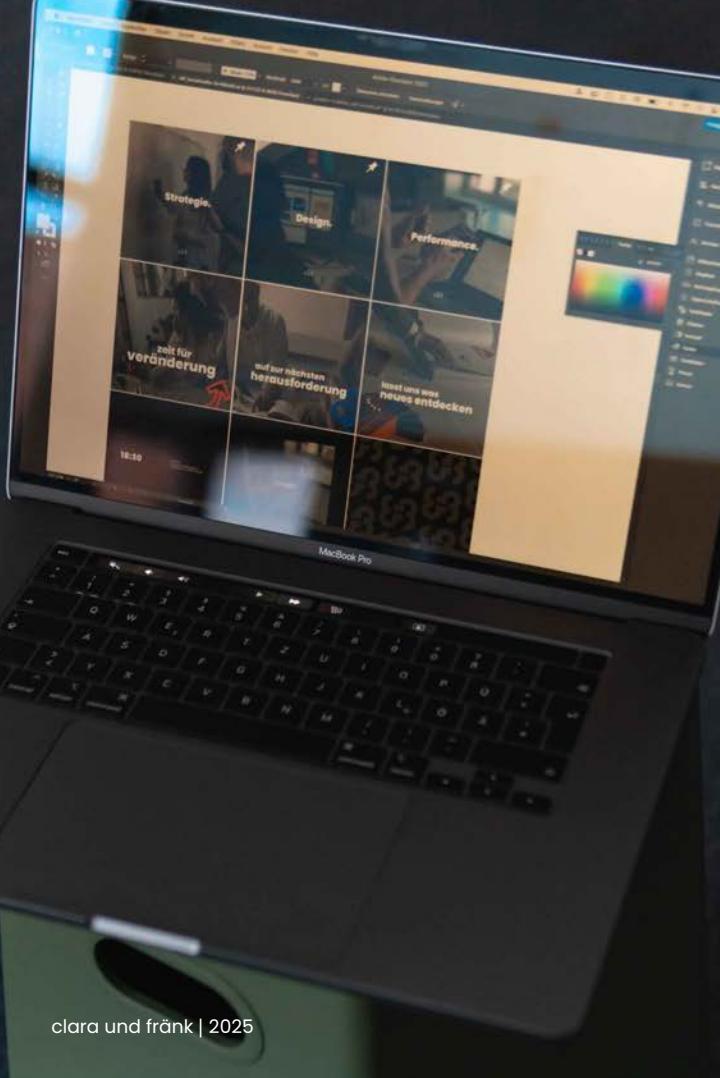
Erster Eindruck zählt:
Besucher entscheiden in
Sekunden, ob dein Profil
relevant ist

- Klarheit & Wiedererkennung:
Deine Nische, Werte &
Angebote sofort erkennbar
machen
- SEO & Auffindbarkeit:
Keywords helfen, dass dein
Profil über die Suche
gefunden wird
- Call-to-Action: Klare
Handlungsaufforderung, z. B.
„Link in Bio“, „DM für
Zusammenarbeit“



Profilinfo

- + Klarer Satz zu deiner Mission/Nutzen
- + Keyword für deine Nische
- + Persönlichkeit & USP zeigen
- + Call-to-Action (CTA)
„Hol dir meinen Free Guide “
- + Linktree o. Ä. für alle wichtigen Links



Profilstruktur

- + Profilbild: Hochwertig, gut erkennbar, Markenfarben nutzen
- + Story-Highlights: Wichtige Themen wie „Über mich“, „Angebote“, „FAQs“, die den Nutzer gezielt zu den Informationen bringen
- + Nutzernname: Kurz, einprägsam, leicht zu finden



SCHRITT 3

Ohne Reels & Stories
kein Wachstum!

- Reels sind unverzichtbar für Wachstum – aber mit kurzen, packenden Hooks
- Regelmäßigkeit zählt (3-4x pro Woche)
- Stories sind essentiell für Community-Bindung



SCHRITT 4

Formate entwickeln, um Wiedererkennungswert zu schaffen und schneller zu werden.

- Es der Community so einfach wie möglich machen
- Konsistente Designs & Tonalität für hohe Wiedererkennbarkeit
- Schnellere Erstellung von Inhalten durch vorgegebenes Design

Formate entwickeln

01 Welche Themen passen inhaltlich zusammen und welches Format kann daraus entstehen?

02 Mit einem Lable die Caption starten, ein Label auf dem Bildpost integrieren oder auch ein Design entwickeln.

Wichtig: Das ist eine Ergänzung zu Mehrwerte Posts



01

Konsistente Markenanwendung

Stelle sicher, dass du die entwickelte Markenidentität in allen Kommunikations- und Marketingmaterialien konsistent anwendest. Verwende das Logo, die Farben, Schriften und andere visuelle Elemente gemäß den im Markenleitfaden festgelegten Richtlinien schaffen.

claraundfrank.de



02

Interne Schulung und Sensibilisierung

Sorge dafür, dass alle Mitarbeiter die Markenwerte, Botschaften und Richtlinien verstehen. Führe Schulungen oder interne Kommunikationsmaßnahmen durch, um sicherzustellen, dass das gesamte Team die Markenidentität verinnerlicht und sie in ihrer Arbeit widerspiegelt.



claraundfrank.de

Zusammenfassung der ersten Schritte

Das sind die ersten Schritte, um in Social Media mit Fokus auf Instagram eine erfolgreiche Marke aufzubauen.

- Inhaltliche Inspiration
- Profilstruktur
- Reels & Stories für Wachstum
- Formate entwickeln



Praxiswerkstatt

Überflug LinkedIn

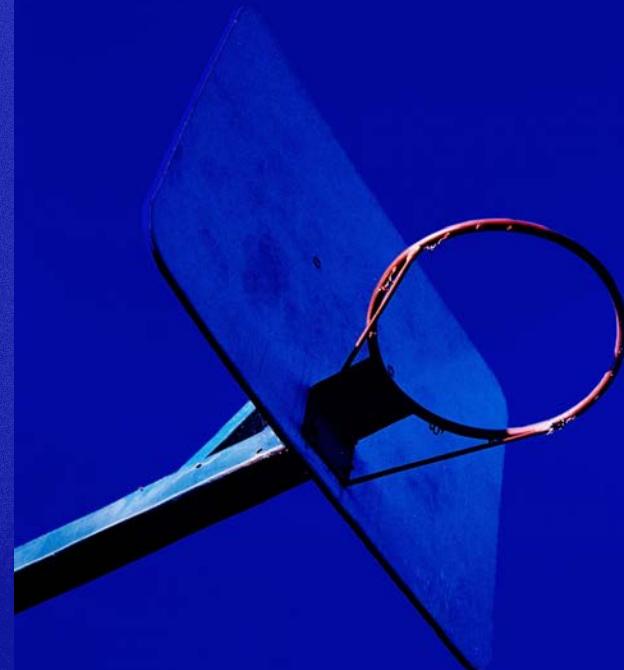
clara und fränk

Was ist LinkedIn überhaupt?

- Hä?



**“LinkedIn ist das weltweit
größte berufliche Netzwerk
im Internet. Sie können über
LinkedIn den passenden Job
oder ein Praktikum finden,
berufliche Beziehungen
knüpfen und stärken und
Kenntnisse für Ihren
beruflichen Erfolg erlernen.”**



**Fast jeder dritte Erwerbstätige im
deutschsprachigen Raum ist auf
LinkedIn registriert.**

Das macht LinkedIn aus

Hohe Nutzerzahl: LinkedIn hat weltweit über 875 Millionen Nutzer, von denen etwa 43% monatlich aktiv sind. Ziel von LinkedIn: 3 Milliarden Nutzer.

Zugang zu Entscheidern: Unter den Mitgliedern befinden sich 61 Millionen Entscheidungsträger und 12 Millionen Top-Manager.

Wachsende Unternehmenspräsenzen: Über 58 Millionen Firmen sind auf LinkedIn aktiv. Das Netzwerk wird intensiv für Unternehmensdarstellungen genutzt, aber ist nicht so überladen mit Werbung wie andere Plattformen.



**Menschen möchten
Menschen folgen, nicht
nur Unternehmen!**

Content-Formate

Amazon 21

+ ... Marktplätze 3

+ ... Leadership 5

+ ... Employer Branding 13

+ ... Story Mehr als 25

+ ... Podcast 7

- Überlege dir verschiedene Kategorien, zu denen du schreiben willst.
- Ordne unter diesen Kategorien deine Ideen und bring eine gute Abwechslung rein.
- Produziere Beiträge vor, um in stressigen Zeiten weiter Inhalte zu veröffentlichen.

The screenshot shows a digital task management interface. At the top, there's a green button labeled 'Erledigt' (Completed). Below it, a message says 'Diese Aufgabe ist für die beteiligte Person sichtbar.' (This task is visible for the involved person) and a link to 'Sichtbar machen' (Make visible). The task title is 'Webinar & Workshop Posting'. Under 'Verantwortlich', it lists 'Jonatan Freund'. The 'Fälligkeitsdatum' is set to '17 Sep.'. In the 'Projekte' section, there's a link to 'c&r Content Kalender'. The 'Abhängigkeiten' section shows 'Abhängigkeiten hinzufügen'. Under 'Felder', there's a 'Kanal' field with 'LinkedIn' and 'Instagram' selected. A 'Beschreibung' section contains the text: 'So wird dein Team agil - im Webinar & Workshop erfährst du es! Du möchtest Agilität endlich verstehen und direkt in deinem Team umsetzen? Dann haben wir die perfekte Kombination für dich'. Below this, there are two sections: 'Webinar | Agilität für Einsteiger:innen' (with a date of '20. September | 1 Stunde | Online') and 'Workshop | Agilität kompakt, für moderne Unternehmen' (with a date of '10. Oktober | Halbtags | Vor Ort im Dreieck'). At the bottom, there's a comment input field 'Kommentar hinzufügen' and a button 'Aufgabe beitreten'.

Persönlichkeit. Nahbarkeit. Authentizität.



Nahbar und authentisch zu kommunizieren, bedeutet nicht nur sein Gesicht zu zeigen.

Emotionen. Gefühl vermitteln.

Ganz ohne das Produkt
vermitteln sie Emotionen, die zu
ihrer Message passen.

#verleihflüüüügel

Sinnhaftigkeit. & ein Teil einer Vision.

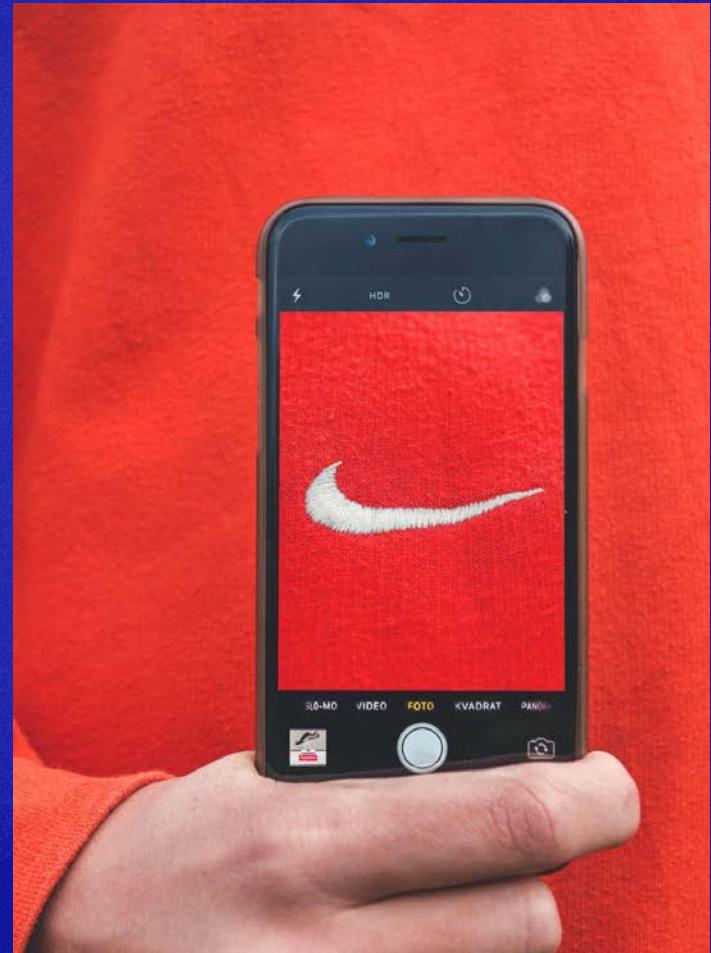
Mitarbeitende für die Vision des Unternehmens begeistern & die persönlichen Ziele in dem Unternehmen wiederfinden.

Praxiswerkstatt

Was ist überhaupt ‘ne Marke?

clara und fränk

Was versteht man
unter einer
Marke?



Markenidentität als Orientierung für die Zukunft.



Die Markenidentität ist die Basis
für den **Markenaufbau**.

Marken- identität

- + Was willst du mit deiner Marke verkörpern?
- + Wie willst du wahrgenommen werden?
- + Was ist dein Alleinstellungsmerkmal?
- + Wer ist deine Zielgruppe?

Design?

Es sind konkrete Elemente, die darüber bestimmen,
wie deine Marke wahrgenommen wird.

**Logo, Schriftart, Farbe, Bildsprache, Verpackung, Webdesign,
Grafiken, Sozialen Medien etc.**

90%

**der Informationen die unser
Gehirn verarbeitet sind visuell.**

Starke Marken bauen
Vertrauen auf ❤

Marke, Branding Markenidentität

? – What?



Marke:

Wie Menschen dein Unternehmen wahrnehmen.

Markenidentität:

Die Ansammlung von konkreten Markenelementen, welche zusammen ein Markenimage erzeugen.

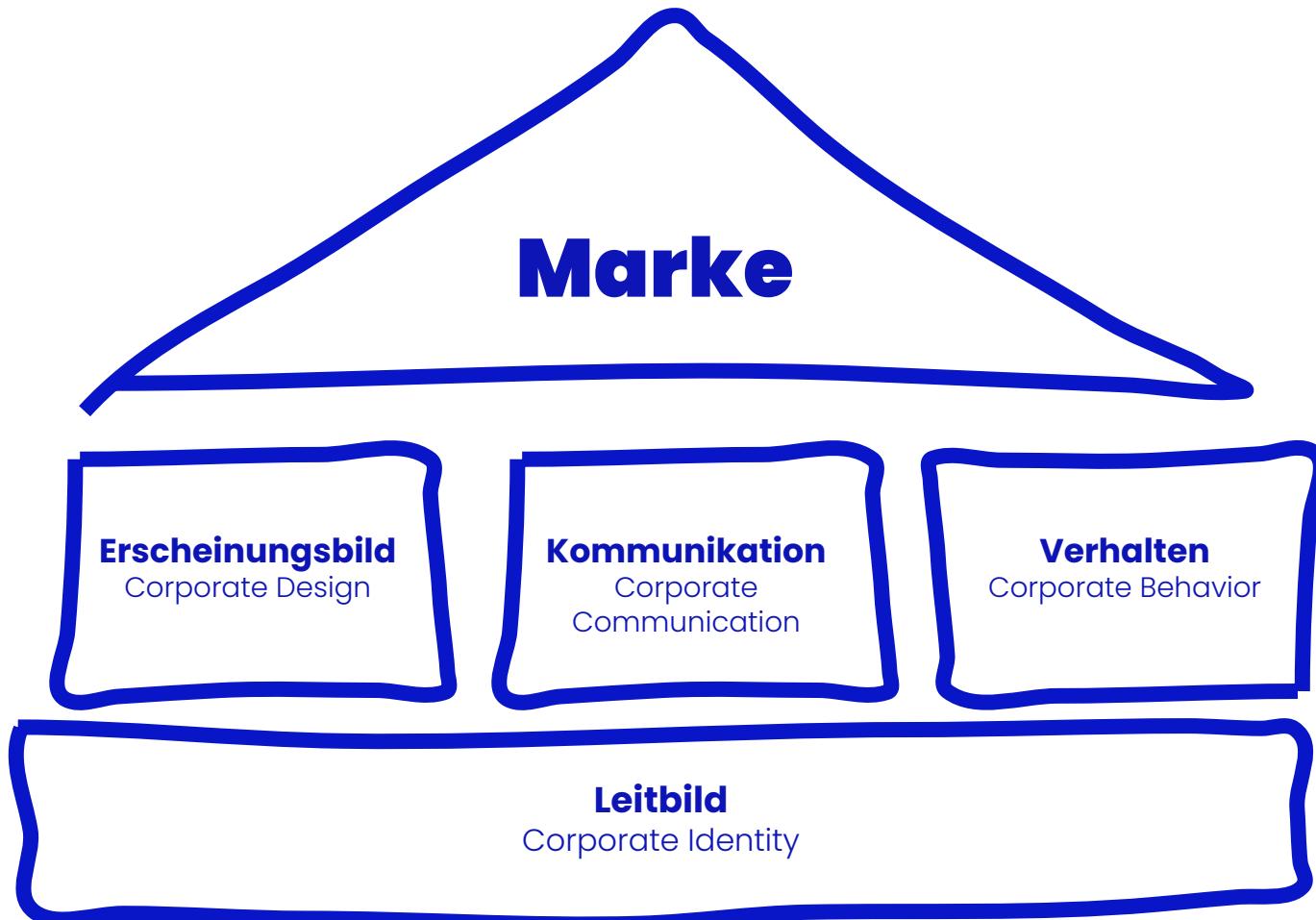
Branding:

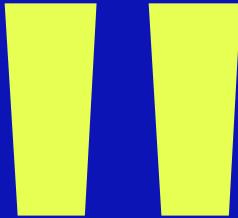
Die Handlungen, die du unternimmst, um ein bestimmtes Image für dein Unternehmen zu erzeugen.

Kurz gesagt:

**Die Marke ist das
Versprechen, das du
deinen Kunden
gibst.**







Marke ist das, was Menschen über dich erzählen , wenn du nicht im Raum bist.

Jeff Bezos

How to start?

- + Golden Circle
- + Kundenbedürfnis analysieren
- + Markt analysieren und verstehen
- + Wiedererkennungswert schaffen
- + Corporate Design
- + Konsistente crossmediale Kommunikation
- + Persönlichkeit transportieren

Tipps

um deine eigene Marke zu stärken:

- Markenkonformer Auftritt auf allen Plattformen
- Bleibe up to Date
- Versteh das Bedürfnis deiner Zielgruppe und liefere den Nutzen/ die Lösung
- Kommuniziere Erfolgsfaktoren konsequent
- Generiere vielseitige Touchpoints
- Pflege die Fan-Gemeinde
- Versteh Mitarbeiter als **Markenbotschafter**
- Schaffe Guidelines für Alle (z.B. Styleguide)

Praxiswerkstatt

Praxisteil Golden Circle

clara und fränk

Sinn, Emotion, Persönlichkeit?

- What?

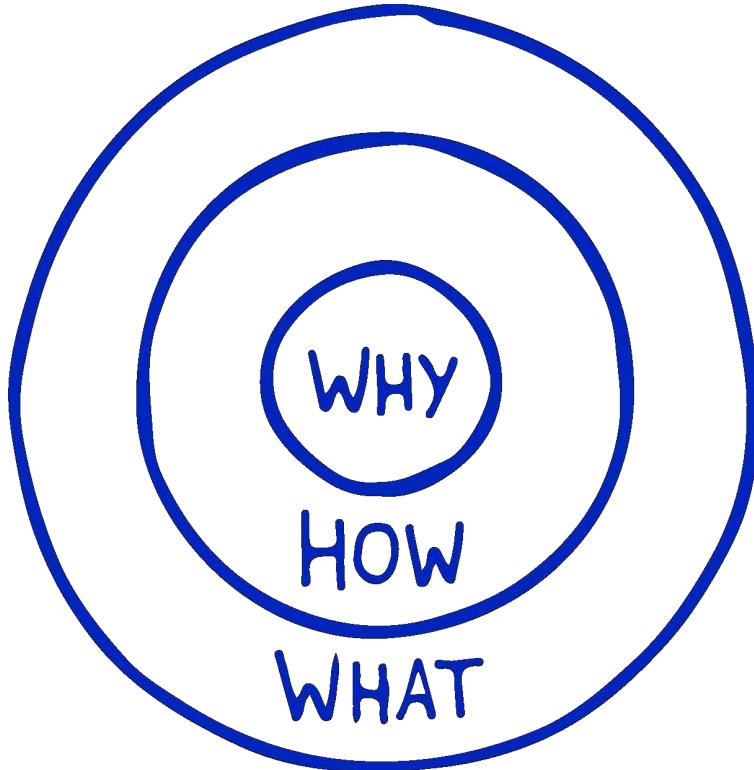


“Menschen kaufen nicht das,
was du tust,
sie kaufen,
warum
du es tust.”



**Starke Marken bauen
Vertrauen auf**





Golden Circle

- Für was stehen wir?
 - Was treibt uns an?
 - Was ist uns wichtig?
 - Warum existieren wir als Unternehmen?
-
- Wie setzen wir die Tätigkeiten um?
 - Was ist unsere Servicequalität?
 - Welche "Arbeitswerte" transportieren wir?
-
- Welche Tätigkeiten führen wir aus?
 - Welche Angebote haben wir?

Let's do this!

Erarbeitet euren Golden Circle



Praxiswerkstatt

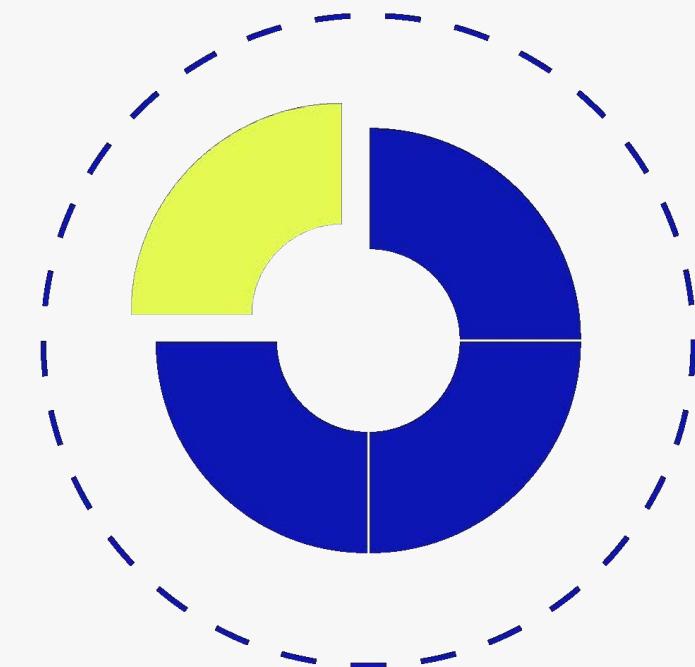
Workflow & Reichweite

clara und fränk

04

Verbreitung Inhalte

Input Community Management



In 5 Tagen zu 100 neuen
Follower:innen?



Wie kann man den

Instagram- Algorithmus

dafür nutzen?



Und das mit nur
15 Minuten am Tag?



Es geht um die

Stärke deiner Community

- nicht um die Zahl!



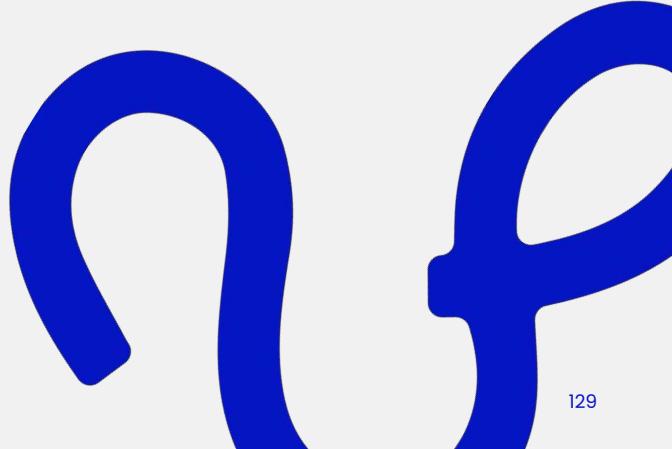
LIKEN ERZEUGT AM MEISTEN
INTERAKTION **BEI ÜBERREGIONALEN
KANÄLEN.**



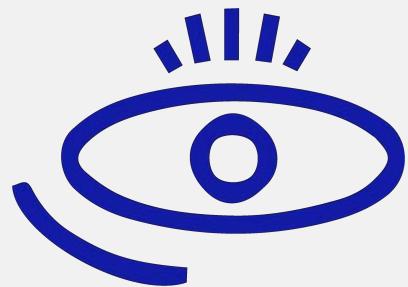
**KOMMENTARE SIND SOWIESO
DAS NEXT LEVEL.**



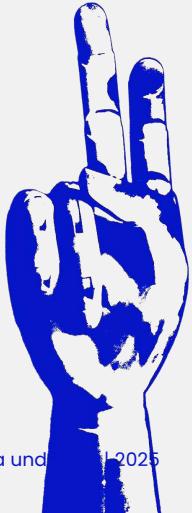
FOLGEN ERZEUGT AM MEISTEN
NEUE FOLLOWER.



JE MEHR **INTERAKTION AUF DEN
STORYS**, DESTO WEITER **VORNE** WIRD
MAN ANGEZEIGT.



DER **ALGORITHMUS MISST** (AUCH) DIE
ANZAHL DER **ABSPEICHERUNGEN.**





Interaktion

Mache dich bei Personen sichtbar, die bisher noch nicht mit dir vertraut sind. Nutze verschiedene Wege, um mit deiner zukünftigen Community zu interagieren und erweitere deine Reichweite nachweisbar.

- + Nicht nur die Zahl, vor allem die Interaktion
- + Kontinuierliche Durchführung
- + Immer neue Accounts und Hashtags im Fokus

Übersicht

Asana Kalender

The screenshot shows the Asana Social-Media-Kalender board view. The top navigation bar includes 'Übersicht', 'Liste', 'Board' (selected), 'Zeitleiste', 'Kalender', 'Workflow', 'Dashboard', 'Nachrichten', and 'Dateien'. The right side features filters for 'Alle Aufgaben', 'Filter', 'Sortieren', and 'Öffentlicher Link: Deaktiviert', along with an 'Upgrade' button and profile icons.

The board has six columns: 'To Do Strategie', 'Ideen', 'In Bearbeitung', 'In Review', 'Geplant', and 'Veröffentlicht'. The 'Ideen' column contains a single task: 'Reel: Ask me anything'. This task has sub-information: 'Produziertes Video: Ja', 'Instagram: Ziel 1', and a due date of 'Heute'. There are also '+ Aufgabe hinzufügen' buttons for each column.

- Asana als bekannte Schnittstelle
 - Offizielle Social Media Kalender-Vorlage
 - Beinhaltet alle wichtigen Schritte zur Kollaboration
- Social Media Kalender in Anlehnung an Kanban Board
 - Visualisierung und Verwaltung von Workflows im Team

Einplanung des Inhalts

Meta Business Suite

Vorplanung der Inhalte ermöglicht, dass man sich nur zu einem bestimmten Zeitpunkt mit dem Account auseinandersetzen muss.

- 01** Kein Zeitdruck durch Adhoc Posts
- 02** Spontane Postings können immer ergänzt werden.
- 03** Vielfältigkeit gewährleistet, da man den Überblick über die Themen- schwerpunkt einfacher im Auge behalten kann.

The screenshot shows the Meta Business Suite dashboard. On the left, a sidebar menu includes 'Startseite', 'Benachrichtigungen', 'Postfach', 'Content', 'Planer' (which is highlighted with a dark blue background), 'Werbeanzeigen', 'Insights', and 'Alle Tools'. To the right, a feed displays several scheduled posts:

- STRATEGIE | Wir werden dein B... by Clara & Fränk
- STRATEGIE | Wir werden dein B... by claraundfraenk
- Ein Blick hinter die Kulissen 😎 Ge... by updata_systems
- STRATEGIE | Wir begleiten die T... by Clara & Fränk
- STRATEGIE | Wir begleiten die T... by claraundfraenk
- SOCIAL MEDIA | Zeit, deine digit... by claraundfraenk

Asana

The screenshot shows the Asana backlog interface with five columns:

- Ideen Backlog:** Contains two items: "Free-Willis" (status: Welche?, due date: 3 Okt.) and "Skipringen - Fakten" (status: Welche?, due date: 12 Okt.).
- In Progress:** Contains one item: "Trainingseinrücke" (status: SC Willingen, due date: 28 Sep.).
- In Review:** Contains one item: "Schneeproduktion" (status: Welche?, due date: 27 Sep.).
- Planned:** Contains one item: "Flutlichtskifahren" (status: SC Willingen, due date: 22 Sep.).
- Published:** Contains one item: "Allgemein | FIS Skisprung" (status: Welche?, due date: 18 Okt.).

Each card includes a "Aufgabe hinzufügen" (add task) button.

01 Struktur und Postingplan der zukünftigen Posts einsehen

02 Kommentarfunktion für eigenes Feedback

03 Gemeinsames Bearbeiten der Postings

Flutlichtskifahren

Post details for "Flutlichtskifahren":

- Verantwortlich:** Jan-Henrik Bartmann
- Fälligkeitsdatum:** 22 Sep.
- Projekte:** SC Willingen & Weltcup Account (Planned)
- Abhängigkeiten:** Abhängigkeiten hinzufügen
- Felder:** Kanal: SC Willingen

Beschreibung

Save the Date: Das 3. Winter-Firmentreffen im Schnee startet am Freitag am Köhlerhagen in #Willingen 🎉

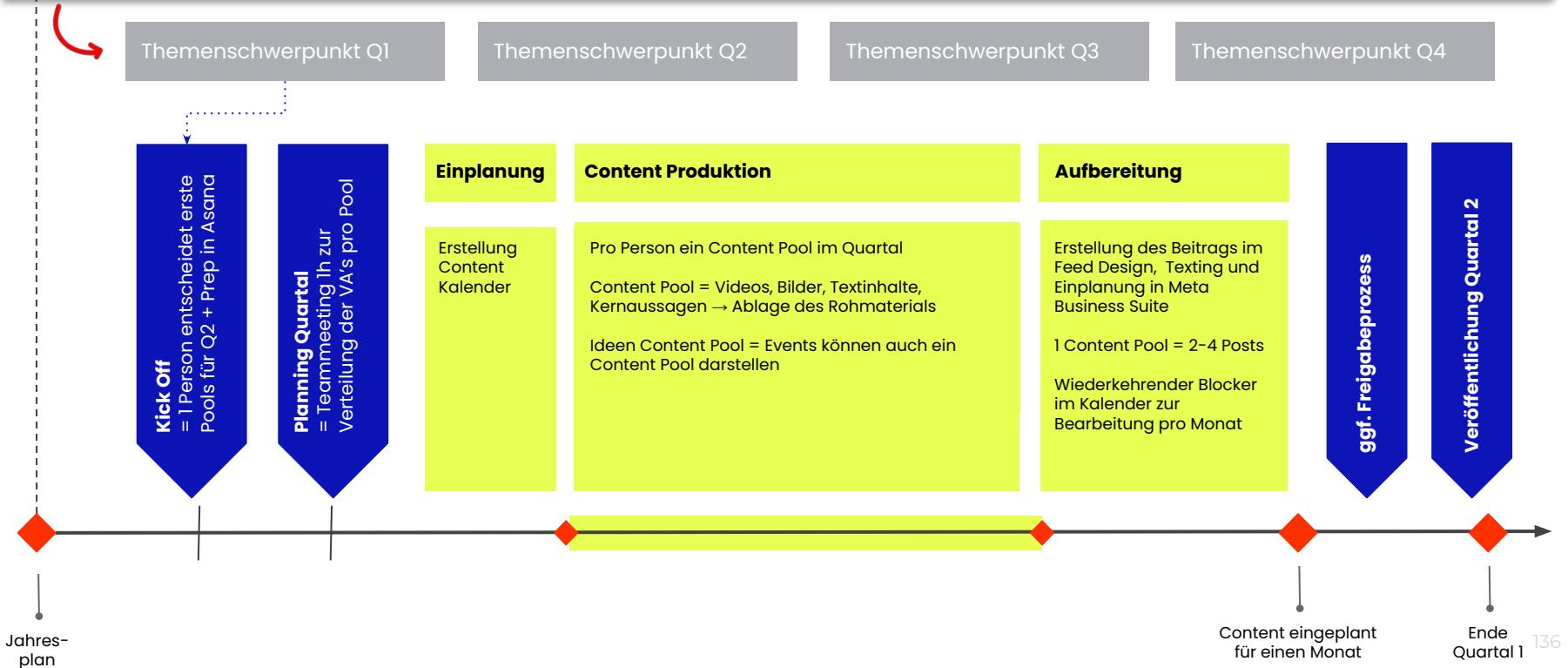
⛷️❄️ In knapp zwei Wochen findet unser erstes Winter-Teamevent für 2023 hier bei uns im Skigebiet statt. Alle Informationen zu diesem besonderen Abend sind auf www.skigebiet-willingen.de. Wir freuen uns auf euch!

#willingen #skigebiet #köhlerhagen #schnee #firmentreffen

+ B I U S E M L C @

Social Media Workflow

Jahresplanung & Storytelling Fokusziele erstellen



DYNAMISCHE
PROZESSVERBESSERUNG
IHR **ENTSCHEIDET**, WAS ZU
EUCH PASST.





network Waldeck-Frankenberg GmbH
Nordwall 12
34497 Korbach
info@network-wf.de

Geschäftsführer
Jonatan Freund
Tim Oberlies

Ust-IdNr. DE 300 779 251