MARKETING-CHECKLISTE FÜR GRÜNDER:INNEN

Damit man über dich spricht.

9 Schritte zu einer klaren Marke und echter Sichtbarkeit. Mit Vorlagen zum Ausfüllen.



BRANDTALK · Beate Winkler · Riegersburg · Stand November 2026

EINLEITUNG

Du hast gegründet. Jetzt sollen dich die Richtigen finden.



Am Anfang ist alles gleichzeitig zu tun: Gewerbe anmelden, Angebot schnüren, erste Aufträge abarbeiten. Marketing läuft da oft nebenbei. Dabei entscheidet sich gerade jetzt, ob dich die Menschen finden, für die du arbeiten willst. Zu wenig Verkauf gehört in Österreich zu den häufigsten Gründen, warum Unternehmen in die Insolvenz gehen (KSV1870, 2025). Gute Arbeit allein reicht also nicht. Sie muss auch gefunden werden.

Und gesucht wird heute an mehr Orten als früher. Nur noch 46 % der Österreicher:innen nennen Google als wichtigste Informationsquelle. Immer mehr fragen zusätzlich eine KI wie ChatGPT (WPP Media Österreich, 2026).

Erst klären, dann sichtbar werden

Ob dich jemand weiterempfiehlt, ob Google dich anzeigt oder eine KI dich nennt: Alle können dich nur weitergeben, wenn klar ist, was du machst und für wen. Deshalb beginnt diese Checkliste nicht bei Instagram, sondern bei deiner Marke. Wer das einmal sauber klärt, spart sich später viel Rumprobieren.

So nutzt du die Checkliste

- **9 Schritte in 4 Etappen:** Marke klären, auffindbar werden, Vertrauen aufbauen, dranbleiben.
- **Jeder Schritt zeigt dir, worum es geht und warum es wichtig ist.** Mit einer kurzen Frage prüfst du, wo du stehst, und hakst ab, was erledigt ist.
- **Geh der Reihe nach vor.** Am Ende findest du einen Startplan für die ersten vier Wochen.

ETAPPE 1 VON 4

Marke klären

Bevor du Kanäle aufbaust, klärst du die Basis. Alles Weitere baut darauf auf.



01 Sag in einem Satz, was du machst, für wen und wo

Weiterempfohlen wird, wer sich in einem Satz erklären lässt. Dasselbe gilt für Google und KI: Sie nennen, was klar beschrieben ist.

VORLAGE

Ich helfe **[wem]** dabei, **[was danach besser ist]**, indem ich **[was dich unterscheidet]**. In **[Region oder online]**.

Frag dich:
Kann jemand, der dich nicht kennt, deinen Satz nach einmal Hören weitererzählen?

- [ ] **Mein Satz ist klar, auch für Fremde.**



02 Leg eine Hauptzielgruppe fest

Wer „alle“ erreichen will, muss überall sein. Wer seine Hauptzielgruppe kennt, weiß, wo sich die Zeit lohnt. Du nimmst weiterhin auch andere Kund:innen an, richtest deine Texte und Kanäle aber auf diese eine Gruppe aus.

Frag dich:
Welches Problem hat diese Person, wenn sie nach dir sucht, und wo sucht sie?

- [ ] **Ich weiß, wer meine Zielgruppe ist.**

03 Zeig dich überall gleich

Name, Beschreibung, Kontaktdaten, Farben und Bilder: Sind sie überall gleich, erkennt man dich wieder und Google ordnet dich richtig zu. Unterschiedliche Angaben verunsichern Kund:innen und Suchmaschinen.

Frag dich:
Passen Website, Google, Social Media, Visitenkarte und E-Mail-Signatur zusammen?

- [ ] **Meine Angaben sind überall gleich.**



ETAPPE 2 VON 4

Auffindbar werden

Jetzt sorgst du dafür, dass man dich findet, wenn jemand nach deiner Leistung sucht.

04 Leg ein vollständiges Google-Unternehmensprofil an

Für lokale Betriebe ist es oft der erste Eindruck, noch vor der Website. Laut Google halten Kund:innen ein Unternehmen mit vollständigem Profil 2,7-mal eher für seriös. Wichtig sind die passende Kategorie, aktuelle Angaben und regelmäßig neue Fotos.

Frag dich:
Findest du dein Profil, wenn du nach deiner Leistung in deinem Ort suchst?

- [ ] **Mein Google-Profil ist vollständig.**

05 Sorg für eine Website, die deine Leistungen klar erklärt

Google und KI lesen die Texte auf deiner Website. Was nur in einem Bild steht, sehen sie nicht. Jede Leistung braucht deshalb eine klare Beschreibung: was, für wen, wo. Außerdem sollte die Seite am Handy schnell laden.

Frag dich:
Könnte jemand nur anhand deiner Website-Texte erklären, was du anbietest?

- [ ] **Jede Leistung ist auf meiner Website klar beschrieben.**



VORLAGE ZU SCHRITT 05: AUFBAU PRO LEISTUNG

1. **Überschrift:** Leistung + Ort, z. B. „Gartenpflege in Feldbach“.
2. **Für wen:** ein, zwei Sätze zu deiner Zielgruppe und ihrem Problem.
3. **Was du bekommst:** die Leistung in einfachen Worten, ohne Fachbegriffe.
4. **So läuft es ab:** drei bis vier Schritte.
5. **Häufige Fragen:** die drei Fragen, die dir Kund:innen am öftesten stellen, mit Antwort.
6. **Kontakt:** Telefon, E-Mail oder Formular, gut sichtbar.

06 Ergänze das Impressum auf Website und Social-Media-Profilen

Gemäß § 5 E-Commerce-Gesetz besteht für jede kommerzielle Website eine Informationspflicht, laut Wirtschaftskammer auch für Social-Media-Profile. Verstöße können mit bis zu 3.000 Euro geahndet werden (§ 26 ECG). Die Wirtschaftskammer bietet dafür einen kostenlosen Impressumservice an.

Hinweis: Diese Angaben ersetzen keine Rechtsberatung.

- [ ] **Mein Impressum ist überall mit einem Klick erreichbar.**

ETAPPE 3 VON 4

Vertrauen aufbauen

Gefunden zu werden ist der erste Schritt. Gewählt wirst du, wenn Menschen dir vertrauen.



07 Konzentrier dich auf die richtigen Social-Media-Kanäle

Ein Kanal, den du regelmäßig bespielst, bringt mehr als drei, die nach einem Monat einschlafen. Wähle den, auf dem deine Hauptzielgruppe unterwegs ist und einen Rhythmus, den du auch in vollen Wochen schaffst.

Frag dich:
Schaffe ich diesen Kanal auch in drei Monaten noch regelmäßig?

- [ ] **Ich habe mich für einen Kanal und einen Rhythmus entschieden.**

08 Lass deine Kund:innen für dich sprechen

Was zufriedene Kund:innen über dich sagen, wirkt stärker als jede Selbstbeschreibung. „Kund:innen wie ich“ gelten in Deutschland für 77 % als glaubwürdige Quelle, Influencer:innen nur für 31 % (Edelman, 2025). Bitte deshalb von Anfang an um Feedback und Bewertungen und beantworte jede Bewertung persönlich. Wichtig: Bewertungen nie gegen Rabatt oder Geschenk, das verbietet Google.

VORLAGE: BAUPLAN STATT COPY-PASTE

Positive Bewertung: Dank + ein konkretes Detail + ein Satz Ausblick.

„Danke, Julia! Toll, dass die Torte bei der Taufe so gut angekommen ist. Wir freuen uns schon auf deine nächste Bestellung!“

Kritische Bewertung: Dank für die Rückmeldung + sachlich auf den Punkt eingehen, ohne dich zu rechtfertigen + Gespräch anbieten.

„Danke für Ihre offene Rückmeldung. Dass der Termin verschoben werden musste, tut mir leid. Ich melde mich gern persönlich bei Ihnen, um das zu klären.“

Frag dich:
Wissen deine Kund:innen nach einem Auftrag, wo sie dich bewerten können?

- [ ] **Ich bitte nach jedem Auftrag um eine Bewertung und beantworte jede.**



ETAPPE 4 VON 4

Dranbleiben

Sichtbarkeit ist kein Projekt, das irgendwann fertig ist. Ein kurzer Check alle paar Monate zeigt dir früh, wo nachgeschärft werden muss.



09 Teste regelmäßig, was KI und Google über dich sagen

Immer mehr Menschen fragen eine KI statt Google: 53 % der Österreicher:innen tun das häufig (WPP Media Österreich, 2026). Stell diese drei Fragen in ChatGPT und in der Google-Suche:

VORLAGE: FRAGEN ZUM KOPIEREN

1. „Wer bietet **[deine Leistung]** in **[deinem Ort oder deiner Region]** an?“
2. „Was weißt du über **[dein Unternehmensname]** in **[deinem Ort]**?“
3. „Ich suche jemanden, der mir bei **[Problem deiner Zielgruppe]** hilft, in **[Region]**. Wen empfiehlst du?“

Wirst du nicht oder falsch genannt, ist das ein Zeichen, dass deine Marke im Netz noch nicht klar genug beschrieben ist.

- [ ] **Der KI-Test steht als regelmäßiger Termin fix in meinem Kalender.**



STARTPLAN

Checkliste: Zusammenfassung

Alle 9 Schritte auf einer Seite. Zum Ausdrucken und Abhaken.

BLOCK	SCHRITTE	AM ENDE DER WOCHE
1	1 Ein-Satz-Beschreibung · 2 Hauptzielgruppe · 3 Einheitliche Angaben	Du weißt, wofür du stehst und für wen.
2	4 Google-Unternehmensprofil · 6 Impressum	Du bist bei Google zu finden, rechtlich sauber.
3	5 Website	Deine Website erklärt jede Leistung klar.
4	7 Social-Media-Kanal · 8 Kundenstimmen und Bewertungen	Dein Kanal steht, Bewertungen können kommen.
danach	9 KI-Test alle drei Monate	Du merkst früh, wo nachgeschärft werden muss.

Abgehakt: ☐ 1 ☐ 2 ☐ 3 ☐ 4 ☐ 5 ☐ 6 ☐ 7 ☐ 8 ☐ 9





GRÜNDER-CHECK

Diese Checkliste ist für alle gleich. Dein Unternehmen nicht.

Manches lässt sich allein schwer beurteilen: Ist mein Satz wirklich klar? Unterscheide ich mich genug? Passt der Kanal zu den Menschen, die ich erreichen will? Von außen sieht man oft schneller, wo es hakt und wo schon viel Potenzial steckt.

Im Gründer-Check schauen wir uns eine Stunde lang gemeinsam deine Positionierung an. Vorab füllst du den Gründer-Steckbrief aus, damit ich mich gezielt auf dein Unternehmen vorbereiten kann. Danach bekommst du deinen Gründer-Kompass: deine wichtigsten Erkenntnisse und konkrete Tipps, wie du dein Marketing aufbauen kannst. Damit ich mir für jedes Gespräch genug Zeit nehmen kann, vergebe ich pro Monat nur 4 Plätze.

1 Stunde
online · kostenlos

4 Plätze
pro Monat

Danach
dein Gründer-Kompass

GRÜNDER-CHECK BUCHEN →

Danach weitermachen: das Gründer-Fundament um 500 €

Wenn du danach gemeinsam weitermachen willst, setzen wir deinen Gründer-Kompass gemeinsam um: Markenkern, Kundenprofil, fertige Textbausteine, Google-Unternehmensprofil, Fahrplan für 6 Monate und ein Check-in nach 30 Tagen. Das Paket mit diesem Preis gibt es nur für Gründerinnen und Gründer, weil ich genau dich am Anfang gut begleiten möchte.

LET'S TALK!

Beate Winkler · BRANDTALK · Riegersburg · hello@brandtalk.at · brandtalk.at