

KlarAuftritt

PRAXISBEISPIELE

Vier Leistungsbereiche.
Eine strategische Handschrift.

Positionierung & LinkedIn · Websites · Content
Marketingautomatisierung

PETER D. REIMER / FIKTIVE BEISPIELE · KEINE KUNDENREFERENZEN

ORIENTIERUNG

Nicht mehr behaupten. Sondern zeigen.

Wie aus Erfahrung ein überzeugender Marktauftritt wird.

01 / POSITIONIERUNG

Wen wollen Sie gewinnen?

Welches Problem lösen Sie?

Warum gerade Ihr Angebot?

02 / WEBSITES

Kundennutzen statt Schlagworte.

Verständliche Seitenstruktur.

Ein klarer nächster Schritt.

03 / CONTENT

Konkrete Fälle statt Floskeln.

Fachwissen verständlich machen.

Eine unverwechselbare Stimme.

04 / AUTOMATION

Interessenten sinnvoll begleiten.

E-Mails mit relevanten Inhalten.

Transparente Kommunikationswege.

SIGNATURE umfasst Positionierung und LinkedIn-Auftritt. Websites, Content und Marketingautomatisierung sind eigenständige Leistungsbereiche.

Alle Beispiele sind ausdrücklich fiktiv. Sie demonstrieren die Arbeitsweise, nicht tatsächlich abgeschlossene Kundenprojekte oder gemessene Ergebnisse.

01 / LINKEDIN & POSITIONIERUNG

Aus Erfahrung wird ein klares Profil.

Fiktiver Musterkunde: Martin Berger, Organisationsberatung.



Am Beispiel einer fiktiven Organisationsberatung zeigen wir, wie aus Erfahrung ein präziser LinkedIn-Auftritt entsteht.

DIE AUSGANGSLAGE

Die Erfahrung ist da.

Doch der bisherige Auftritt macht zu wenig daraus.

FIKTIVER MUSTERKUNDE

Martin Berger

Geschäftsführer einer kleinen Organisationsberatung für produzierende Mittelständler. Er kennt Abläufe in Vertrieb, Planung und Fertigung – sein LinkedIn-Profil bleibt jedoch allgemein.

BISHERIGE KURZBESCHREIBUNG

„Geschäftsführer | Strategie | Operations | Transformation | Leadership“

WAS AM BISHERIGEN PROFIL VERLOREN GEHT

01 **Zielgruppe bleibt unsichtbar**

Niemand erkennt sofort, ob sein Angebot für den eigenen Betrieb relevant ist.

02 **Leistung klingt austauschbar**

Schlagworte ersetzen eine konkrete Beschreibung des Problems, das er löst.

03 **Ein Anlass zum Kontakt fehlt**

Ein konkreter Anlass zur Kontaktaufnahme wird nicht erkennbar.

Die Aufgabe ist nicht, **mehr** über ihn zu schreiben.
Die Aufgabe ist, **präziser** zu zeigen, warum seine Erfahrung relevant ist.

PROFILANSICHT · VORHER

Erfahrung ohne klares Profil.

Ein fiktiver LinkedIn-Auftritt mit allgemeiner Bildsprache und austauschbaren Aussagen.

SCHEMATISCHE PROFILANSICHT · KEIN ECHTER SCREENSHOT



MB

Martin Berger

Geschäftsführer | Strategie | Operations | Transformation | Leadership

INFO

Seit vielen Jahren bin ich im Bereich Strategie, Operations und Transformation tätig. Ich unterstütze Unternehmen bei vielfältigen Herausforderungen und entwickle ganzheitliche Lösungen.

DAS BLEIBT OFFEN

Was bietet er konkret? Für wen? Bei welchem Problem wäre er die richtige Wahl? Der Auftritt nennt Schlagworte, aber keinen erkennbaren Anlass zur Kontaktaufnahme.

PROFILANSICHT · NACHHER

Klarheit statt Schlagworte.

Dieselbe Erfahrung – jetzt mit klarer Zielgruppe, starker Botschaft und passendem Design.

SCHEMATISCHE PROFILANSICHT · KEIN ECHTER SCREENSHOT

MARTIN BERGER

Gute Arbeit braucht klare Übergaben.

Vertrieb · Planung · Fertigung

MB

Martin Berger

Geschäftsführer | Klare Übergaben zwischen Vertrieb, Planung und Fertigung | Für produzierende Mittelständler

INFO

Wenn zwischen Vertrieb, Planung und Fertigung Aufträge ins Stocken geraten, fehlen oft nicht die richtigen Leute – sondern klare Zuständigkeiten. Ich unterstütze produzierende Mittelständler dabei, diese Schnittstellen wirksam zu ordnen.

JETZT WIRD ERKENNBAR

Wer angesprochen wird, welches Problem gelöst wird und warum die Erfahrung relevant ist. Der Auftritt schafft Orientierung – statt nur Aufmerksamkeit.

Profilbild identisch: Demonstriert werden Titelbild, Texte und Positionierung.

DIE NEUAUSRICHTUNG

Aus Schlagworten wird Profil.

Wir machen Erfahrung und Kundennutzen verständlich sichtbar.

VORHER · AUSTAUSCHBAR

Geschäftsführer | Strategie | Operations | Transformation | Leadership

NACHHER · PRÄZISE

Geschäftsführer | Klare Übergaben zwischen Vertrieb, Planung und Fertigung | Für produzierende Mittelständler, die Reibungsverluste reduzieren möchten

DIE STRATEGISCHE ENTSCHEIDUNG

FÜR WEN	Geschäftsführungen produzierender Mittelständler
WELCHES PROBLEM	Unklare Übergaben, Zuständigkeiten und Entscheidungswege
WELCHER ANSATZ	Den Auftragsfluss verstehen, Schnittstellen konkret ordnen

Beispiel einer redaktionellen Positionierung – kein tatsächlich bearbeitetes Kundenprofil.

ARBEITSBEISPIEL

Der neue „Info“-Text.

So wird aus abstrakter Erfahrung ein verständliches Leistungsversprechen.

VOLLSTÄNDIG AUSFORMULIERTER LINKEDIN-INFOTEXT · DEMO

Ein Auftrag ist zugesagt. Vertrieb, Planung und Fertigung arbeiten – und trotzdem entstehen Rückfragen, Terminverschiebungen und hektische Abstimmungen. Meist fehlt nicht der Einsatz. Es fehlt eine gemeinsame Sicht darauf, wer was wann entscheidet.

Ich unterstütze Geschäftsführer produzierender Mittelständler dabei, genau diese Schnittstellen zu klären.

Wir schauen nicht zuerst auf Organigramme. Wir schauen auf den Weg eines Auftrags: Welche Information muss bei der Übergabe vorliegen? Wer entscheidet bei Zielkonflikten? Wo werden Probleme erst sichtbar, wenn es bereits teuer wird?

Daraus entwickeln wir klare Zuständigkeiten, überprüfbare Übergaben und Entscheidungsregeln, die Führungskräfte und Mitarbeitende im Alltag tatsächlich nutzen können.

Mein Ziel ist keine weitere Präsentation voller Maßnahmen, sondern Klarheit darüber, was funktioniert, was bremst und was sich konkret ändern muss.

Wenn zwischen Vertrieb, Planung und Fertigung zu viel Energie verloren geht, schreiben Sie mir. Ich schaue mir gern an, an welcher Stelle wir anfangen sollten.

WARUM DIESER TEXT FUNKTIONIERT

Er benennt ein konkretes Alltagsproblem, erklärt den Arbeitsansatz ohne Modewörter und gibt passenden Interessenten einen sachlichen Anlass zur Kontaktaufnahme.

ZUSÄTZLICH: POSITIONIERUNG IM BEREICH „BERUFSERFAHRUNG“

Organisationsberatung für produzierende Unternehmen – Klärung von Schnittstellen, Entscheidungswegen und Verantwortung zwischen Vertrieb, Planung und Fertigung. Schwerpunkt: praktikable Abläufe, die im Alltag Bestand haben.

SICHTBARKEIT MIT SUBSTANZ

Ein Auftritt aus einem Guss.

Visuelles Profil und redaktionelle Beiträge sprechen dieselbe Sprache.

LINKEDIN-TITELBILD · DESIGNKONZEPT FÜR DAS FIKTIVE PROFIL

MARTIN BERGER

Gute Arbeit braucht klare Übergaben.

Vertrieb · Planung · Fertigung

DREI PASSENDE BEITRÄGE – VOLLSTÄNDIG ALS TEXTBEISPIELE

BEITRAG 01

Bevor ein Auftrag stockt

Ein Auftrag ist zugesagt. Der Termin steht. Drei Tage später fragt die Fertigung nach einer fehlenden Zeichnung.

Das Problem ist selten fehlendes Engagement. Es ist eine ungeklärte Übergabe.

Wer gibt welche Informationen frei? Wer prüft Vollständigkeit? Wer entscheidet bei Konflikten?

Vor einem neuen Tool sollten wir diese Fragen klären. Sonst digitalisieren wir ungeklärte Verantwortung.

BEITRAG 02

Mehr Meetings helfen nicht

Meetings sind nicht automatisch Zusammenarbeit.

Wenn drei Bereiche dieselbe Entscheidung immer wieder verhandeln, fehlt meist keine Abstimmung, sondern eine verbindliche Regel.

Gute Zusammenarbeit zeigt sich daran, dass schwierige Fälle geklärt werden, bevor sie zum Notfall werden.

Die entscheidende Frage: Wer entscheidet im Konfliktfall?

BEITRAG 03

Stand doch in der Mail.

„Das stand doch in der Mail."

Diesen Satz hört man oft, wenn ein Auftrag ins Stocken gerät.

Eine Information zu versenden, ist nicht dasselbe wie eine Übergabe sicherzustellen.

Dazu gehören ein klarer Empfänger, verständliche Kriterien und Raum für frühe Rückfragen.

Wer diese drei Punkte klärt, muss später weniger Schuldfragen klären.

02 / WEBSITES

Eine Website muss Orientierung schaffen.



VORHER / AUSTAUSCHBAR

Ganzheitliche Prozessberatung
und innovative Lösungen für
den Mittelstand.

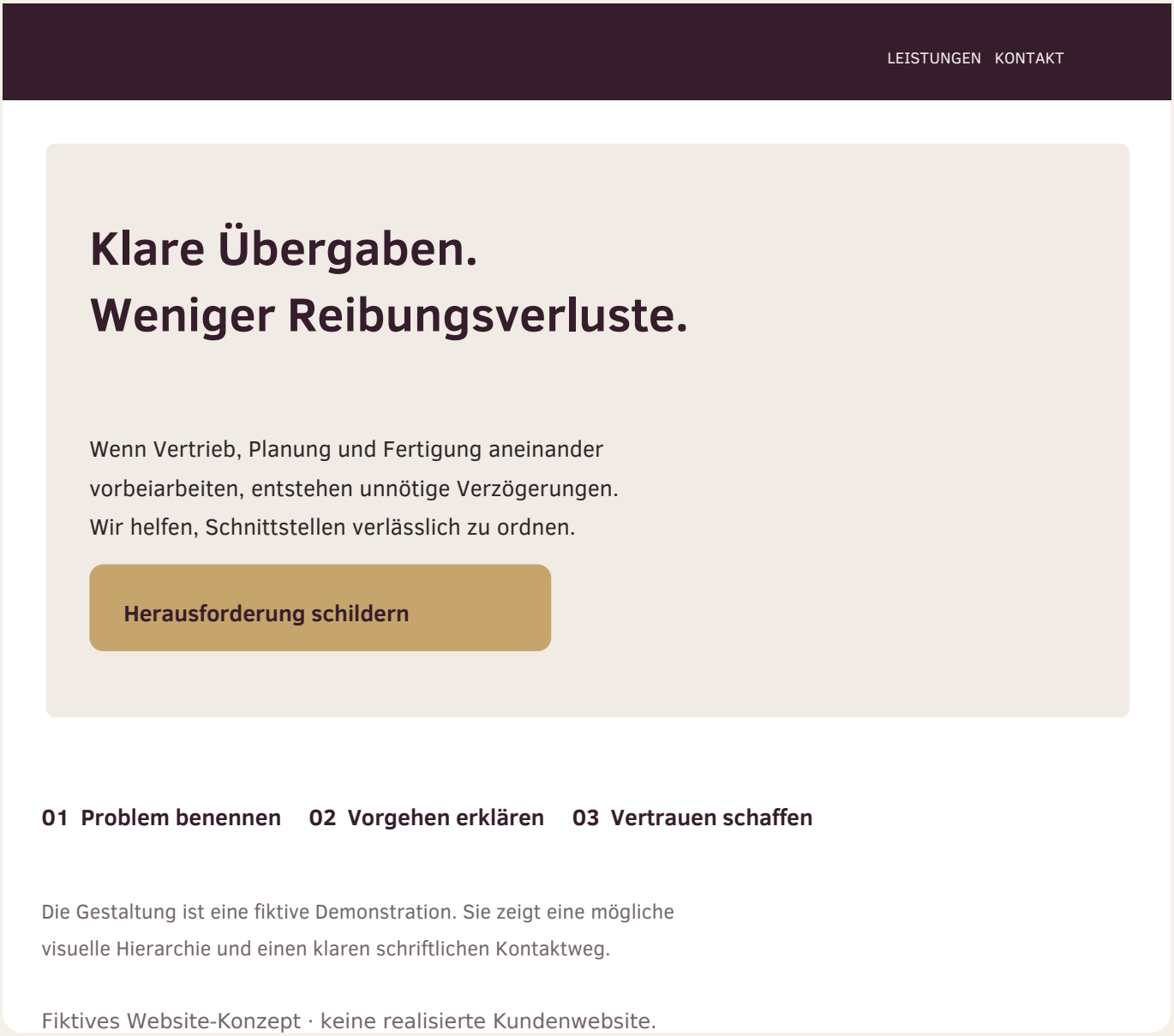
NACHHER / PRÄZISE

Wenn Aufträge zwischen Vertrieb,
Planung und Fertigung stocken:
Klare Zuständigkeiten schaffen.

Strategische Entscheidung: Der Einstieg beschreibt das Problem des Kunden, nicht nur die Leistungen des Anbieters.

02 / WEBSITES

Vom Leistungsversprechen zur konkreten Anfrage.



Die Gestaltung ist eine fiktive Demonstration. Sie zeigt eine mögliche visuelle Hierarchie und einen klaren schriftlichen Kontaktweg.

Fiktives Website-Konzept · keine realisierte Kundenwebsite.

02 / WEBSITES

Strategie vor Design.

Website-Gestaltung ist mehr als eine schöne Oberfläche.





Zielgruppe verstehen. Nutzen klar formulieren. Inhalte strukturieren.

Erst dann folgen Gestaltung, technische Umsetzung und Kontaktführung.

03 / CONTENT & GHOSTWRITING

Konkrete Aussagen statt austauschbarer Texte.

Fiktives Beispiel · LinkedIn-Fachbeitrag.





VORHER

Effiziente Prozesse sind für Unternehmen wichtig. Wir bieten individuelle Lösungen.

NACHHER

Der Auftrag ist bestätigt. Drei Tage später fehlt der Fertigung eine Zeichnung.

Der zweite Einstieg zeigt eine konkrete Situation, die Leser wiedererkennen.

03 / CONTENT & GHOSTWRITING

Fachwissen bekommt eine erkennbare Stimme.

Demonstration einer redaktionellen Gestaltung.





BEISPIEL / LINKEDIN

„Stand doch in der Mail.“

Eine Information zu versenden,
ist nicht dasselbe wie eine
Übergabe sicherzustellen.

Dazu gehören klare Empfänger,
verständliche Kriterien und
Raum für frühe Rückfragen.

Gutes Ghostwriting macht eine individuelle fachliche Perspektive sichtbar.
Es übersetzt Erfahrung in verständliche, konkrete Aussagen.

03 / CONTENT & GHOSTWRITING

Ein Newsletter mit einem klaren Gedanken.

Fiktiver Newsletter-Ausschnitt · kein versendeter Kundennewsletter

BETREFF

Wenn Übergaben niemandem gehören

Ein Auftrag kann sauber verkauft und trotzdem schlecht übergeben werden. Denn zwischen Zusage und Umsetzung liegt oft ein unsichtbarer Verantwortungswechsel.

Drei Fragen helfen bei der Klärung:
Wer gibt Informationen frei?
Wer prüft ihre Vollständigkeit?
Wer entscheidet bei Widersprüchen?

Antworten auf diese Fragen schaffen mehr Orientierung als die nächste zusätzliche Abstimmungsrunde.

Die redaktionelle Logik: ein Problem, eine Beobachtung, konkrete Fragen, ein nachvollziehbarer Nutzen – ohne künstlichen Verkaufsdruck.

04 / MARKETINGAUTOMATISIERUNG

Nach der Anfrage beginnt die Beziehung.



Nicht jeder Interessent entscheidet beim ersten Kontakt. Eine strukturierte Kommunikation begleitet ihn mit relevanten Informationen – ohne Druck.

ZIEL DER AUTOMATION

Eine Anfrage bestätigen, Orientierung geben und einen sinnvollen nächsten Schritt anbieten. Kein Versprechen automatischer Verkäufe.

04 / MARKETINGAUTOMATISIERUNG

Eine Anfrage.
Vier sinnvolle Schritte.

Schematischer Ablauf · fiktive Demonstration.

01

ANFRAGE

Formular absenden

↓

02

BESTÄTIGUNG

Eingang + Erwartung

↓

03

ORIENTIERUNG

Problem + Lösungsweg

↓

04

NACHFASSEN

Schriftliche Rückfrage

Kontaktfrequenz, Einwilligung und technische Regeln müssen zum konkreten Angebot und zu den geltenden Datenschutzanforderungen passen.

04 / MARKETINGAUTOMATISIERUNG

E-Mails mit Substanz.
Nicht nur mit Versandlogik.

Fiktive Willkommensnachricht · Textdemonstration.



BETREFF

Ihre Anfrage ist angekommen.
So geht es weiter.

Vielen Dank für Ihr Interesse.

Wir prüfen Ihre Angaben und
melden uns schriftlich mit
einer ersten Einschätzung.

Bis dahin können Sie hier
unser Vorgehen kennenlernen.

Technik ordnet den Versand. Die Botschaft schafft Vertrauen.
Erst beides zusammen ergibt einen sinnvollen Kommunikationsprozess.

ZUSAMMENSPIEL

Vier Leistungen.
Ein klares Gesamtbild.

Die Kanäle sollen dieselbe überzeugende Botschaft vermitteln.



POSITIONIERUNG

Wofür steht das Angebot?

WEBSITE

Warum ist es relevant?

CONTENT

Was zeigt die Kompetenz?

AUTOMATION

Wie bleibt Kontakt bestehen?

Keine Maßnahme ersetzt eine unklare Positionierung.

Erst ein verständliches Angebot macht weitere Maßnahmen sinnvoll.

Strategie, Gestaltung und KI-gestützte Umsetzung entfalten ihren Wert erst, wenn Menschen Ergebnisse prüfen und wirtschaftlich sinnvoll entscheiden.

NÄCHSTER SCHRITT

Wie überzeugend ist Ihr Marktauftritt?

Kostenlose schriftliche Ersteinschätzung.

Erfahrung und Kompetenz verdienen einen Auftritt, der ihren Wert für potenzielle Kunden verständlich macht.

Senden Sie mir Ihre Website oder Ihr LinkedIn-Profil und beschreiben Sie kurz Ihr Anliegen.

klarauftritt.de

Persönlich. Schriftlich. Kostenlos. Unverbindlich.

Alle gezeigten Beispiele sind fiktive Demonstrationen.
Sie stellen keine realen Kundenaufträge oder Erfolgsmessungen dar.

PETER D. REIMER / UNTERNEHMER · AUTOR