



Mit Storytelling zur starken Marke

Ziel: Erfolgreiche Markenkommunikation auf digitalen und analogen Kanälen



Zutaten

- Echte Geschichten aus dem Betriebsalltag mit realen Personen
- Mitarbeiter, die als Botschafter für Ihr Unternehmen sprechen
- Einfache Sprache und emotionale Inhalte



Anleitung

- 1 Machen Sie sich Ihren Markenkern bewusst**
Sie sollten die Geschichte Ihres Unternehmens in zwei Sätzen erzählen können. Warum ist Ihr Unternehmen einzigartig? Was hat Sie zum Gründen bewegt? Nahbarkeit, Kuriosität und Spannung stehen hier im Mittelpunkt und machen Sie erinnerungswürdig.
- 2 Seien Sie präsent – digital und analog!**
Nutzer folgen gerne Unternehmen ihrer Region in sozialen Netzwerken. Nutzen Sie also nicht nur Netzwerkveranstaltungen, um von sich zu erzählen, bauen Sie auch Online-Präsenzen aus.
- 3 Schulen Sie Ihre Mitarbeiter als Markenbotschafter**
Nutzen Sie zufriedene Mitarbeiter, um Ihre Unternehmenskultur transparent und authentisch zu kommunizieren. Dazu gehören Kompetenzen wie Rhetorik und Kenntnisse sozialer Medien.
- 4 Machen Sie Ihre Mitarbeiter zu Einflussnehmern**
Geben Sie Ihren Mitarbeitern die Freiheit, die Qualitäten



Ihres Unternehmens online und auf Veranstaltungen zu betonen.

5 Erlauben Sie den Blick hinter die Kulissen

Nicht nur perfekt inszenierte Momente sind die Veröffentlichung auf sozialen Medien wert – im Gegenteil: Menschlichkeit zählt! Alltagsgeschichten eignen sich bestens als Inhalt.

6 Geben Sie Ihren Geschichten einen starken Einstieg

Ihre Botschaften müssen schon im ersten Satz Interesse wecken.

7 Schaffen Sie Engagement unter Ihren Followern

In sozialen Medien zählt Reichweite. Die erhalten Sie auch über Nutzer, die für sie relevante Beiträge teilen. Seien Sie emotional.

8 Achten Sie auf einfache Sprache

Nicht nur Fachpublikum sollte sich mit Ihren Inhalten identifizieren können. Nutzen Sie eine verständliche Sprache mit kurzen Sätzen.



„Für Feinschmecker

Machen Sie das Rezept zur handfesten Strategie. Kennen Sie Ihre Zielgruppe. Schaffen Sie Regelmäßigkeit – etwa mit einer „Geschichte der Woche“. Nutzen Sie spontane Formate, wie Live-Videos.

Alles angebrannt?

Es gibt zahlreiche Experten, die Sie im Online Marketing unterstützen können. Hilfe finden Sie im Kompetenznetzwerk des **Mittelstand 4.0-Kompetenz-zentrums Berlin**: Gemeinsam-digital.de | info@gemeinsam-digital.de

„Impressum

Verleger: BVMW – Bundesverband mittelständische Wirtschaft, Unternehmerverband Deutschlands e.V., Bundeszentrale, Potsdamer Straße 7 | Potsdamer Platz, 10785 Berlin, Telefon: +49 30 53 32 06-0, Telefax: +49 30 53 32 06-50, E-Mail: info@bvmw.de
Vertretungsberechtigter Vorstand: M. Ohoven, W. Grothe, Dr. H.-M. Pott, Dr. H. Baur, J. Bormann, Dr. J. Leonhardt, A. Zimmermann
Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gem. §27a, UStG DE 230883382 | **Vereinsregister:** Berlin Charlottenburg Nr. 19361 Nz
Soweit keine redaktionelle Kennzeichnung für den **Inhalt Verantwortlicher** i.S.v. § 5 TMG: A. Horn, Leiterin „Gemeinsam digital
Text und Redaktion: M. Dönges (BVMW e.V.), T. Onaran (Women in Digital e.V.)