



*Kompaktes Wissen für Gründer*

# ONLINEMARKETING FÜR STARTUPS

**[ Grundlagen \* Strategien \* Tipps & Tricks ]**  
SEO | SEA | Social Media | Content Marketing

Jürgen Kroder

# IMPRESSUM

*Kompaktes Wissen für Gründer. Onlinemarketing für StartUps*

© Jürgen Kroder, 2019

Konzeption, Umsetzung, Texte & Design: Jürgen Kroder

Coverbild: qimono/Pixabay

Vertrieb: Jürgen Kroder, Selfpublishing

Webseite: [www.startupwissen.biz](http://www.startupwissen.biz)

Instagram: [www.instagram.com/startupwissen](https://www.instagram.com/startupwissen)

Twitter: [twitter.com/startupwissen](https://twitter.com/startupwissen)

Aktuellster Stand der Inhalte: August 2019

Das Werk, einschließlich seiner Teile, ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Autors unzulässig. Dies gilt besonders für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung.

# INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort	5
Über StartUpWissen.biz	7
Über den Autor	8

## **KAPITEL 1 | MARKETING- UND ONLINEMARKETING-GRUNDWISSEN**

Was ist eigentlich ein StartUp?	10
Wichtige Fakten rund ums Onlinemarketing	13
Denke immer an AIDA!	16

## **KAPITEL 2 | DEINE ZIELGRUPPEN, PERSONAS UND KUNDEN**

Zielgruppen und Personas: Wer genau soll angesprochen werden?	19
So lernst du die Sprache deiner (potentiellen) Kunden sprechen	24
Was ist gerade angesagt? Finde es mit Google Trends heraus!	26

## **KAPITEL 3 | SEM, SEA UND SEO: DAS GOOGLE-ONLINEMARKETING**

Was bedeutet eigentlich SEM?	29
Wie funktioniert SEA?	31
Mehr SEA-Erfolg mit guten Anzeigen-Texten	37
SEO für Einsteiger	41

## **KAPITEL 4 | CONTENT MARKETING: DAS NACHHALTIGE MARKETING**

Vom Inbound Marketing zum Content Marketing	48
In 3 Schritten zur Content-Marketing-Strategie	51
Content Marketing ROI berechnen: So geht's	53
Firmenblog: Diese Fehler solltest du nicht begehen	55

## **KAPITEL 5 | FIRMENWEBSEITE, IMAGEVIDEOS UND MEHR**

Was eine Firmenwebseite bieten muss	60
Was ist ein Call to Action?	63
Über 10 Gründe für Erklärvideos	65
Darum solltest du über einen Imagefilm nachdenken	67
Verbreitung von Videos: Diese Portale sind ein „Must Have“	69

## **KAPITEL 6 | SOCIAL MEDIA: WERDE EIN TEIL DER COMMUNITY**

Braucht dein StartUp unbedingt eine Social-Media-Präsenz?	72
Was ist Snackable Content?	75
13 Tipps für erfolgreichere Facebook-Posts	78

## **KAPITEL 7 | ABSCHLIEßENDE TIPPS**

Darum solltest du immer Offline- mit Onlinemarketing kombinieren	82
15 (fast) kostenlose Maßnahmen für mehr Webseiten-Traffic	84

# VORWORT

„Gründen ist ein arschharter Trip!“

Diese Aussage stammt von Frank Thelen. Und er hat Recht damit! Der deutsche StartUp-Profi, der unter anderem durch seine Firmen Scanbot und ip.labs sowie durch die TV-Sendung *Die Höhle der Löwen* bekannt wurde, weiß, wie hart es ist, ein Unternehmen aufzubauen.

Wenn du dich selbstständig machen oder zusammen mit Freunden ein StartUp gründen willst, dann musst du dich mit tausenden Dingen beschäftigen. Von der Finanzierung über die Einstellung von Personal bis hin zum Marketing: Es gibt unglaublich viel zu tun. Eine Herausforderung, die dich 24 Stunden am Tag, sieben Tage die Woche beschäftigt.

## Kompaktes Wissen für Gründer und StartUps

Wie schreibt man eine korrekte Rechnung? Wie macht man eine Steuererklärung? Wie führt man eine GOBD-konforme Buchhaltung? Was ist bei der DSGVO zu beachten? Wie leitet man ein Team? Wie programmiert man PHP? Wie funktioniert IoT? Und wie schaltet man Anzeigen bei Google Ads?

Viele Gründer denken, sie müssten all das und noch viel mehr wissen. Vergiss es. Das ist unmöglich! Für alles gibt es Spezialisten, welche du dir schnellstmöglich in dein StartUp holen solltest.

Was aber stimmt: Es kann nie schaden, bei den meisten Dingen mitreden zu können – zumindest in groben Zügen.

Das Wissen, das du als Inhaber oder Mitarbeiter eines StartUps benötigst, findest du in Büchern, erfährst du in Seminaren oder du suchst es dir im Internet zusammen. Letzteres bietet ein großes Problem: Theoretisch findest du im Netz alles, was du willst (und das sogar kostenlos), doch das Zusammentragen der Informationen ist mühsam. Aus diesem Grund habe ich im Oktober 2016 die Webseite *StartUpWissen.biz* gelauncht.

## Warum dieses Buch?

Auf *StartUpWissen.biz* erscheinen jede Woche mindestens zwei bis drei Ratgeber-Texte. Dementsprechend sammelt sich hier viel nützliches Fachwissen an. Mit diesem Buch möchte ich dir ein Extrakt bieten. Ein Extrakt zu einem spezifischen Thema. Und hierfür habe ich auch nur die wichtigsten und relevantesten Artikel ausgesucht.

Meiner Meinung nach ist Onlinemarketing die beste Marketing-Disziplin, um StartUps schnell, kostengünstig und relativ einfach voran zu bringen. Somit war mir schnell klar, dass das erste Buch, das unter der Marke *StartUpWissen.biz* veröffentlicht wird, ein Dossier über Onlinemarketing sein soll.

Doch: Dieses Buch ist keine Onlinemarketing-Bibel! Es trägt zu Recht den Titel *Kompaktes Wissen für Gründer. Onlinemarketing für StartUps*. Das Buch erklärt dir als kompakt angelegter Ratgeber die Grundlagen des Onlinemarketings, erläutert dir Strategien und gibt dir handfeste Tipps für die Umsetzung. Es führt dich in die Themenbereiche SEO, SEA, Social Media und Content Marketing ein und nimmt dich für die ersten Maßnahmen, die du selbst umsetzen kannst, bei der Hand.

*Kompaktes Wissen für Gründer. Onlinemarketing für StartUps* ist auch ein Experiment. Damit möchte ich testen, ob und wie gut meine Idee einer *StartUpWissen.biz*-Buchreihe ankommt. Sollte das Feedback positiv ausfallen, werden bald weitere Bücher für Selbstständige und Gründer folgen.

Was hältst du von dieser Idee? Wie gefällt dir dieses eBook? Gib mir dein Feedback unter <http://startupwissen.biz/kontakt/> oder schreibe mir eine Mail an [startupwissen@mail.de](mailto:startupwissen@mail.de). Ich freue mich darauf!

Nun wünsche dir viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg bei deinem Business!



Jürgen Kroder

*Chefredakteur und Inhaber  
StartUpWissen.biz*

# ÜBER STARTUPWISSEN.BIZ

2016 arbeitete ich für mehrere StartUps als freier Marketing-Berater. Oft griff ich den jungen Unternehmen nicht nur beim Marketing, sondern auch beim Vertrieb, Produktmanagement, bei Personalfragen und anderen Dingen unter die Arme. Dafür musste ich mir einiges an unbekanntem Fachwissen aneignen – und das möglichst schnell. Also googelte ich.

Mir fiel auf, dass es es unzählige Webseiten für Selbstständige, Gründer und StartUps gibt, auch im deutschsprachigen Raum. Doch die meisten hatten aus meiner Sicht ein Manko: Sie sind wie ein Magazin gestaltet. Es gibt News, Interviews, Ratgeber, Videos und mehr. Das war mir zu bunt und vielseitig. Ich wollte nur Grundlagenwissen, Tipps und Tricks haben.

Also recherchierte ich sehr viel und sammelte alles, was ich fand. Die Liste wurde schnell lang und unübersichtlich. Ich strukturierte die Links und machte mir dazu Notizen. Daraus entstanden die ersten Mini-Ratgeber.

“Warum sammle ich eigentlich das ganze Wissen nur für mich?“, fragte ich mich. “Es gibt sicherlich tausende Menschen, die wie ich die gleichen Fragen haben und dringend Antworten benötigen.“ Die Idee für *StartupWissen.biz* war geboren.

Zwischen der Idee und dem Launch der Webseite vergingen nur zwei Tage. Wie bei einem StartUp zimmerte ich ein MVP (Minimum Viable Product, das kleinstmögliche, funktionale Produkt) zusammen und stellte es online. *StartupWissen.biz* war geboren. Die Beiträge waren größtenteils nur Linksammlungen mit etwas Text drumherum.

Die Idee einer reinen Ratgeber-Seite für Gründer kam an. In nur zwei Wochen flatterten mehrere Anfragen für Gastbeiträge in mein Postfach. Das waren die ersten langen Beiträge auf *StartupWissen.biz*. So nahm das Experiment Fahrt auf. Ich löste mich schnell vom ursprünglichen Konzept mit den Linksammlungen und wandelte die Webseite in ein Ratgeber-Portal um.

Was im Oktober 2016 als spontane Idee entstand, ist heute eine beliebte und gefragte Anlaufstelle für wissenshungrige Selbstständige, Gründer und StartUp-Mitarbeiter geworden. Und die Reise von *StartupWissen.biz* geht weiter. Stay tuned!

<http://startupwissen.biz/>

# ÜBER DEN AUTOR

Darf ich mich vorstellen? Jürgen Kroder, Baujahr 1976, gebürtiger Schwabe und seit vielen Jahren Wahl-Mainzer. Ich liebe, soweit ich zurückdenken kann, Medien, IT und alles andere Digitale. In meiner Kindheit programmierte ich eigene Spiele mit BASIC und layoutete auf meinem Rechner Texte für die Schülerzeitung. Es war mir als Kind immer klar, dass ich später mal "was mit Medien" machen werde.

Gesagt, getan. In den letzten 25 Jahren habe ich in verschiedenen Medien- und IT-Unternehmen, für StartUps wie auch Großkonzerne, in unterschiedlichsten Positionen gearbeitet – fest angestellt wie auch freiberuflich. Meine Leidenschaft für das Schreiben wie auch für die Bits und Bytes blieben dabei stets erhalten.

Ich kann mit voller Überzeugung sagen: Ich liebe die Digitalisierung! Ich liebe damit auch Innovationen, Disruptionen, E-Commerce, agiles Arbeiten, Onlinemarketing, IoT, Apps und natürlich auch StartUps.

Um diese Liebschaften unter einen Hut zu kriegen, arbeite ich aktuell als Freelancer. Einerseits schreibe ich als freier Fachautor für namhafte Publikationen über die Themen Digitalisierung, E-Commerce, StartUps und Marketing, andererseits bringe ich mein Fachwissen in StartUps und KMU ein. Und nebenher betreibe ich als Chefredakteur *StartupWissen.biz* und veröffentliche als Selfpublisher Bücher wie dieses.

<http://juergenkroder.com/>



# **KAPITEL 1**

*Marketing- und Onlinemarketing-Grundwissen*

# WAS IST EIGENTLICH EIN STARTUP?

**Der Begriff StartUp ist gerade angesagt und wird fast schon inflationär verwendet. Aber was bedeutet er wirklich? Und warum ist das Onlinemarketing für StartUps besonders gut geeignet?**

## Missverständnisse in Sachen StartUps

Junge Menschen, die in coolen Lofts residieren oder in der Garage sitzen, um mit ihren kreativen Innovationen die Welt zu erobern: So werden StartUps gerne gesehen und beschrieben.

Doch die Realität ist eine andere. Einerseits, weil nicht alle StartUps in Kellerräumen und Garagen gegründet werden. Andererseits, weil nicht jedes frisch gestartete Unternehmen mit Mitarbeitern um die 20 oder 30 als StartUp angesehen werden kann. Und auch eine gute Erfindung macht aus einer Firma noch kein StartUp.

## Definition: Was ist ein StartUp?

Oft hörst du diese Erklärung: Ein StartUp beschreibt ein kürzlich gegründetes Unternehmen. Damit ist es nicht getan! Denn nicht jedes frisch gestartete Unternehmen kann man als StartUp bezeichnen. Ansonsten wäre jede Dönerbude und jede App-Entwicklerschmiede per se ein StartUp.

Wichtig für die Definition, ob ein Unternehmen als "richtiges" StartUp angesehen werden kann oder nicht, sind drei Faktoren. Diese sind:

- Das StartUp hat eine neuartige oder innovative Geschäftsidee
- Die Geschäftsidee hat das Potential, schnell zu wachsen (Skalierung)
- Das Geschäftsmodell ist disruptiv

Wichtig hierbei ist, dass alle Aspekte zusammentreffen: Innovation, Skalierung und Disruption!

Disruption bedeutet, das Geschäftsmodell bringt bestehende Strukturen und Branchen ins Wanken. Ein Beispiel hierfür: Spotify. Früher wurden

Musikstücke auf CDs gebrannt und verkauft, später kamen die MP3-Downloads. Heutzutage kaufen die Menschen aber keine Songs oder Alben mehr, sondern konsumieren sie als Stream. Hierdurch sind alte Vertriebswege obsolet geworden, Spotify agiert als Disruptor.

## **Bekannte Beispiele für StartUps**

Mit dem Begriff StartUp verbindest wahrscheinlich auch du zuerst das Silicon Valley. Es stimmt, dass sehr viele solcher Unternehmen aus dem kalifornischen Westen stammen. Doch auch aus anderen Regionen und Ländern kommen Innovationen gepaart mit dem Potential zur Disruption. Hier ein paar Beispiele für bekannte StartUps aus der ganzen Welt:

- Didi Chuxing
- Skype
- Instagram
- Spotify
- JD.com

## **Was bedeutet das fürs Onlinemarketing?**

Um erfolgreich zu werden, müssen StartUps schneller als die Konkurrenz sein. Und frischer, andersartiger. Das gelingt nur mit einer Marketingstrategie, die auf die Ziele Innovation, Wachstum und Disruption einzahlt. Dafür eignet sich bestens das Onlinemarketing!

Die Zeiten, in denen nur studierte Marketing-Experten die Vermarktung eines Produktes oder einer Firma bewerkstelligen konnten, sind vorbei. Ebenso die Zeit, in denen Unternehmen für viele Tausender Anzeigen in Tageszeitungen buchen oder für Millionensummen Fernsehspots schalten mussten, um Aufmerksamkeit zu erreichen.

Mit Onlinemarketing ist es möglich, schon mit kleinen Budgets eine große Reichweite aufzubauen. Und das kurz- und langfristig. Ideal für StartUps!

## **Werden alle StartUps dank Onlinemarketing groß und erfolgreich?**

Nein, selbstverständlich nicht! Garantierten Erfolg gibt es nirgends. Erst recht nicht für wenig Geld oder geringes Engagement.

Wie immer gilt es, kreativ zu sein, die richtige Strategie zu finden, viel Zeit und Energie reinzustecken, Durchhaltevermögen zu zeigen und über die Zeit das Budget aufzustocken. Und das gilt nicht nur für "echte" StartUps, sondern für alle jungen Unternehmen, die hoch hinaus wollen.

# WICHTIGE FAKTEN RUND UMS ONLINEMARKETING

**Was bedeutet eigentlich Onlinemarketing? Welche Themenbereiche umfasst es? Und welche Ratschläge solltest du beherzigen, um erfolgreich zu sein?**

## **Onlinemarketing wird gerne unterschätzt**

„Lass' uns einfach ein bisschen Onlinemarketing machen, dann werden wir schnell berühmt und erfolgreich.“ Das mag manch ein Marketing-Laie denken. Denn das Internet gilt als Ort der unbegrenzten Möglichkeiten, in dem alles ganz einfach und kostenlos ist. Ein Trugschluss!

Der Begriff Onlinemarketing suggeriert, du beschäftigst dich „nur“ mit der Vermarktung eines Produktes oder einer Dienstleistung übers Internet. Doch dahinter verbirgt sich ein gewaltiger Themenkomplex. Das Onlinemarketing bietet unzählige Fallstricke, über die du als Anfänger leicht stolpern kannst. Das kostet dich am Ende viel Zeit und Geld – und bringt nicht immer den erhofften Erfolg.

## **Was ist eigentlich Onlinemarketing?**

Die Definition laut Wikipedia: „Onlinemarketing (auch Internetmarketing oder Web-Marketing genannt) umfasst alle Marketing-Maßnahmen, die darauf abzielen Besucher auf eine bestimmte Internetpräsenz zu lenken, auf der ein Geschäft abgeschlossen oder angebahnt werden kann.“

Das Onlinemarketing unterteilt sich in verschiedene Disziplinen, wozu unter anderem SEO, SEA und Content Marketing gehören. Viele der Bereiche überschneiden sich, deswegen ist interdisziplinäres Denken wichtig.

## **Ist Onlinemarketing kostenlos?**

Eigentlich nicht. Denn auch vermeintlich kostenlose Möglichkeiten kosten dich Zeit. Und Zeit kostet ein Unternehmen Geld.

Wenn man den Faktor Zeit mal vernachlässigt, gibt es wirklich verschiedene Onlinemarketing-Möglichkeiten, für die du kein Geld ausgeben musst. Ein wichtiger Grund, warum gerade StartUps aufs Onlinemarketing setzen sollten.

Da es verschiedene Maßnahmen gibt, wie du kostenlos Onlinemarketing betreiben und dabei zugleich die gewünschte Zielgruppe erreichen kannst, solltest du dich anfangs darauf konzentrieren. Arbeite dich in die verschiedenen Möglichkeiten ein, experimentiere, messe die Ergebnisse, sammle Erfahrungen und optimiere ständig deine Maßnahmen.

Wichtig: Die kostenlosen Onlinemarketing-Maßnahmen zielen meist auf langfristige, nachhaltige Effekte ab. Braucht dein StartUp schnelle Erfolge, musst du für diese "Abkürzung" Geld in die Hand nehmen!

## **Die 3 wichtigen Säulen des Onlinemarketings**

Bei Onlinemarketing denken viele zuerst an bunte, blinkende Werbebanner. Solche Anzeigen gehören zwar auch zum Onlinemarketing-Mix, doch die Relevanz sinkt seit ein paar Jahren beträchtlich.

Der Grund: Werbebanner nerven! Deswegen kommend zunehmend Adblocker zum Einsatz. Das hat zur Folge, dass viele Werbebanner gar nicht ausgespielt bzw. beim Internet-User angezeigt werden. Und falls die Ads laufen, werden sie in den allerwenigsten Fällen angeklickt.

Möchtest du effizientere Möglichkeiten, um Onlinemarketing zu betreiben? Dann solltest du auf SEM, Social Media und Content Marketing setzen. Was hinter den Fachbegriffen genau steckt, erfährst du in diesem Buch.

## **Fürs Onlinemarkting brauchst du Marketing-Grundwissen**

Onlinemarketing ist – wie es der Name besagt – eine Weiterentwicklung des klassischen Marketings. In manchen Bereichen sind die Grenzen fließend. Du musst dir somit zuerst ein paar Marketing-Basics aneignen, bevor du dich dem Onlinemarketing widmest.

Deshalb geht es in den folgenden Kapiteln zuerst um Themen wie Personas oder AIDA, bevor du mehr über SEO, SEA und Co. erfährst.

***Hat dir die Leseprobe von „Onlinemarketing für StartUps“ gefallen? Hast du nun Interesse an dem Buch?***

*Du kannst es hier als eBook (PDF-Download) kaufen:*

<http://bit.ly/suw-ebook>

*Und bei Amazon gibt's das Taschenbuch:*

<http://bit.ly/suw-taschenbuch>