Free your Business



Befreie dich vom Social Media Stress und erziele stattdessen endlich zuverlässigen Umsatz mit deinem Taum-Business!

Bright Shore
Online Marketing

INHALT



01 Meine Wahrheit über Social Media

02 Dein Business braucht ein Fundament - die Website

03 Wie Menschen dich in Leichtigkeit finden - SEO

04 Dein Blog als Herzstück

05 Pinterest als Verstärker

06 Dein nächster Schritt



Schön, dass du da bist!

Ich freue mich wirklich, dass du hier bist. denn das hier ist nicht einfach „noch so ein Guide“.
Es ist das Ergebnis aus allem, was ich selbst in den letzten Jahren durchlebt habe - Schweiß, Blut und viele, viele Tränen könnte man auch sagen. Ich komme ursprünglich aus dem Projektmanagement. Struktur, klare Abläufe, Systeme – das war tatsächlich schon immer mein Ding. Und genau mit dieser Brille bin ich dann auch in mein eigenes Online Business gestartet - voller Vorfreude, Euphorie und Tatendrang. Und dann stand ich plötzlich genau da, wo du dich vermutlich auch gerade befindest. Zu viele Möglichkeiten. Zu viele Strategien. Zu viele Meinungen darüber, wie „es richtig geht“. nd ganz viel Social Media. Posten, sichtbar sein, dranbleiben – und trotzdem keine sichtbaren Erfolge.

Im Gegenteil, ich habe mich unwohl und unauthentisch gefühlt und deshalb immer wieder von vorn gestartet. Irgendwann habe ich angefangen, das Ganze anders zu denken. Die Idee, ein Business nicht auf Vergleichen und Dauerpräsenz aufzubauen, sondern auf Struktur, Klarheit und einem System, das langfristig automatisiert läuft war mein großes Ziel - daraus entstand die Idee für Brightshore, was so viel bedeutet wie “Klare Küste - Klare Sicht! Ich verbinde es mit “Durchblick” endlich den für mich richtigen Weg gefunden raus aus der Überforderung gefunden zu haben.
Ich wünsche dir, dass du dir die Zeit nimmst diesen Kurs wirklich Umzusetzen. Denn genau darin liegt die Magie: Nicht im Wissen allein – sondern in dem, was du daraus machst.

Unter Druck entstehen Diamanten

01

MEINE WAHRHEIT ÜBER SOCIAL MEDIA

Warum dein Business sich trotz viel Aufwand
noch nicht stabil anfühlt



BRIGHTSHORE ONLINE MARKETING

Warum dein Business sich trotz viel Aufwand noch nicht stabil anfühlt

Viele starten ihr Online-Business in der Annahme, dass Social Media der zentrale Hebel für Sichtbarkeit und Umsatz ist - so habe auch ich gedacht, als ich vor einigen Jahren zum ersten Mal versuchte mir Reichweite aufzubauen, um dann vermeindlich leichtes Geld damit zu verdienen - Hier direkt der erste Spoiler: hat nicht geklappt.

Instagram, Reels, tägliche Präsenz – all das wirkt auf den ersten Blick logisch, weil es überall so vermittelt wird. Und ja, Social Media kann ganz bestimmt für einige gut funktionieren. Es kann Reichweite bringen, es kann Aufmerksamkeit erzeugen und es kann auch Verkäufe auslösen.

Was dabei jedoch oft übersehen wird, dass alles passiert nicht mit Leichtigkeit und auch nicht unabhängig von deiner Energie - so wie ich persönlich mein Leben liebe. Es ist aus meiner Sicht schlicht weg kein verlässliches System. Denn das, worauf du dich verlässt, gehört dir nicht. Also ein Fundament, das dir nicht gehört. Eigentlich unvorstellbar, wenn du dir überlegst, wie viel Herzblut und Arbeit du hoffentlich planst in dein Business zu stecken.

Wenn dein Business also hauptsächlich über Social Media läuft, basiert es auf einer Plattform, die du nicht kontrollierst. Du hast keinen Einfluss darauf,

- wie oft deine Inhalte ausgespielt werden
- wen sie erreichen
- wie lange sie sichtbar bleiben
- oder ob sie überhaupt gesehen werden

Was heute funktioniert, kann morgen schon anders sein.
Und genau das führt dazu, dass sich dein Business niemals sicher anfühlen wird – selbst dann, wenn du viel Zeit und Schweiz hineinsteckst. Der unsichtbare Druck hinter der Sichtbarkeit sozusagen.

Dazu kommt; was nach außen oft leicht aussieht, ist in der Realität mit einem konstanten inneren Druck verbunden.
Du bist immer in einer Art „Bereitschaft“:

- etwas posten zu müssen
- präsent zu bleiben
- sichtbar zu sein
- relevant zu bleiben

Selbst wenn du gerade nicht aktiv arbeitest, bleibt dieses Gefühl im Nacken.

Warum dein Business sich trotz viel Aufwand noch nicht stabil anfühlt

Warum Aktivität nicht automatisch Fortschritt bedeutet
Viele sind ständig sehr beschäftigt, auch ich tapste oft in diese Falle: Content planen, Beiträge erstellen, Reels aufnehmen, Stories teilen.
Und trotzdem entsteht häufig eben nicht wie erhofft der große Fortschritt.

Der Grund dafür ist eigentlich von Außen betrachtet ganz einfach: Aktivität ersetzt eben noch lange kein System.
Wenn Inhalte keine langfristige Wirkung und keine runde Strategie haben, musst du immer wieder von vorne anfangen. Du investierst Zeit – aber baust nichts auf, das dich nachhaltig trägt. Du kannst nun also entweder deine Strategie für Social Media aufwendig und zeitintensiv optimieren und austüfteln, immer mit dem Wissen im Hinterkopf, dass jemand anderes täglich die Entscheidung treffen kann, alle Regeln plötzlich wieder zu ändern, oder du versuchst es einfach mal auf einem anderen Weg.

Der entscheidende Unterschied: kurzfristige vs. nachhaltige Sichtbarkeit
Social Media ist schnell. Ein Beitrag wird gesehen, reagiert, kommentiert – und verschwindet oft innerhalb weniger Stunden oder Tage wieder im Feed. Das bedeutet: Du arbeitest kontinuierlich hart für Sichtbarkeit, die nicht bleibt.

Nachhaltige Sichtbarkeit funktioniert anders. Sie entsteht nicht durch ständige Präsenz, sondern durch Inhalte, die lange gefunden werden können, weil sie genau dann auftauchen, wenn jemand aktiv nach einer Lösung sucht. So zum Beispiel Blogartikel oder auch YouTube Videos. Das nennt man ich Fachjargon auch Pull-Marketing und der Unterschied zum offensiven Push-Marketing (Social Media) ist eben, dass du niemanden überzeugen musst, dass dein Produkt notwendig ist, denn er oder sie hat ja zuvor bereits aktiv nach der Lösung gesucht. Mir persönlich gefällt diese Variante einfach besser, besonders als eher introvertierte Mama, die sich tagsüber lieber auf die Bedürfnisse ihrer Kinder fokussiert als Stories aufzunehmen - das habe ich für mich bereits gelernt.

Sobald du beginnst, dein Business nicht mehr über einzelne Aktionen zu steuern, sondern über eine klare Struktur, verschiebt sich etwas Entscheidendes. Du gehst weg von: „Was poste ich heute?“
hin zu: „Wie baue ich etwas auf, das für mich arbeitet?“
Und genau hier liegt der Unterschied zwischen einem Business, das dauerhaft Energie kostet, und einem, das sich ruhig und stabil entwickeln darf.



Reflexion

Warum dein Business sich trotz viel Aufwand noch nicht stabil anfühlt

Worauf basiert mein Business aktuell – auf Struktur oder auf ständiger Aktivität in Kombination mit einer Prise Chaos?

Was passiert, wenn ich für einige Zeit nichts poste?

Bin ich der Typ dafür, auf Instagram konstant aktiv zu sein und viel zu teilen - auch über einen langen Zeitraum?

Bevor du loslegst, nimm dir einen Moment!

02

DEIN EBUSINESS BRAUCHT EIN FUNDAMENT

Warum dein Business ein sicheres Zuhause braucht



Warum dein Business ein sicheres Zuhause braucht

Deine Website ist dein eigener Raum
Deine Website ist nicht einfach nur „eine Seite im Internet“.
Sie ist dein eigener Safe-Space. Dein eigenes System und der einzige Ort, an dem du vollständig bestimmst, was passiert und was nicht.

Stell sie dir wie ein Haus vor. Ein Ort, der dir gehört. Völlig unabhängig davon, was außen passiert. Hier entscheidest du:

- wie du dich zeigst
- welche Inhalte sichtbar sind
- wie deine Angebote präsentiert werden
- wie Menschen mit dir in Kontakt treten

Keine Ablenkung. Keine Konkurrenz direkt neben dir. Keine fremden Regeln.

Was dir eine eigene Website wirklich gibt
Eine Website ist also nicht nur „nice to have“. Sie verändert die Art, wie dein Business funktioniert.

Kontrolle
Du bestimmst aktiv den Aufbau, Inhalte und Struktur. Nichts wird eingeschränkt oder von außen verändert.
Stabilität
Während Social Media sich ständig verändert, bleibt deine Website bestehen und wächst mit dir.
Vertrauen
Menschen nehmen dich anders wahr, wenn du einen klaren, professionellen Raum hast, in dem sie sich orientieren können.
Flexibilität
Du kannst jederzeit erweitern, anpassen, neue Angebote integrieren oder deine Strategie verändern.
Sicherheit
Du bestimmst selbst, wie mit Daten umgegangen wird und schaffst damit eine verlässliche Basis für deine Kunden.
Auffindbarkeit über Suchmaschinen
Deine Inhalte können langfristig gefunden werden – nicht nur im Moment der Veröffentlichung.

Warum dein Business ein sicheres Zuhause braucht

Nachhaltigkeit statt kurzfristiger Aufmerksamkeit
Social Media gibt dir schnelles Feedback und einen ordentlichen Dopamin-Kick. Likes, Views, Kommentare.
Das fühlt sich natürlich erstmal gut an – ist aber langfristig nicht entscheidend für dein Business.

Die Strategien, die du hier lernst, funktionieren anders. Sie zielen nicht auf schnelle Reaktionen ab, sondern darauf, dass Menschen dich finden, wenn sie dich wirklich brauchen. Und genau deshalb wirken sie langfristig.
Einmal aufgebaut, kann das System über Monate und Jahre hinweg für dich arbeiten.

Was dich vielleicht noch zurückhält
Wenn du noch keine Website hast, denkst du jetzt wahrscheinlich: “wie soll ich das nun wieder schaffen” oder “das wird mich ja wieder eine Stange Geld kosten die aufbauen zu lassen” ist das völlig normal und auch ich war mehrmals im Prozess kurz vor dem Verzweifeln. Daher weiß ich aber auch, wie wertvoll kleine Abkürzungen sein können und wie wichtig es ist, dass sie dich nicht in den finanziellen Ruin treiben.

Die meisten kommen früher oder später an diesen Punkt:
- viele offene Fragen
- Unsicherheit bei der Umsetzung
- das Gefühl, dass alles zu kompliziert ist

Und ja – es ist ein Aufbau. Aber es ist ein Aufbau, der sich lohnt, weil er dein Business tragen wird! Wenn du dir dabei Unterstützung wünschst, oder den Prozess abkürzen möchtest, kannst du das gezielt tun – sei es durch erprobte Tools, durchdachte Vorlagen oder durch eine konkrete Begleitung beim kompletten Aufbau deiner Website , aber auch bei der weiteren Infrastruktur für dein ganz persönliches automatisiertes Online Business!

Was jetzt kommt -Kleiner Ausblick
Die Strategien, die du im weiteren Verlauf kennenlernst, bauen alle ganz genau darauf auf - ein personalisiertes und automatisiertes Online Business, dass dich finanziell im besten Fall frei und zufrieden macht. Sie sind nicht darauf ausgelegt, dass du ständig online bist oder permanent sichtbar sein musst. Stattdessen arbeiten sie im Hintergrund und sorgen dafür, dass:
- Menschen dich finden
- Vertrauen aufgebaut wird
- Anfragen und Verkäufe möglich werden
-

Und das völlig unabhängig davon, ob du gerade aktiv bist oder nicht.

03

WIE MENSCHEN DICH IN LEICHTIGKEIT FINDEN

Mach dir SEO zu Nutzen - ganz unkompliziert



Was SEO überhaupt bedeutet
SEO bedeutet, Inhalte so aufzubauen, dass sie über Suchmaschinen wie Google und auch Pinterest gefunden werden.
Dabei geht es nicht darum, „für den Algorithmus zu schreiben“, sondern darum, genau die Worte und Formulierungen ausfindig zu machen und anschließend auch zu verwenden, nach denen deine Zielgruppe tatsächlich sucht.

Der entscheidende Unterschied zu Social Media liegt in der Absicht:
Während Menschen auf Social Media oft ziellos scrollen,
suchen sie bei Google und Pinterest ganz bewusst nach Antworten, Lösungen oder konkreten Informationen. Das bedeutet im Klartext für dich: Die Menschen, die dich über SEO finden, haben bereits ein klares Interesse und eine Kaufabsicht.

Warum SEO trotzdem so selten genutzt wird
Obwohl SEO eine der nachhaltigsten Strategien ist, nutzen viele sie nicht konsequent. Das hat meist zwei Gründe:
Zum einen wirkt SEO auf den ersten Blick kompliziert. Allein der Begriff schreckt viele ab, weil sie glauben, sie müssten zuerst alles perfekt verstehen, bevor sie damit überhaupt starten können.
Zum anderen fehlt die sofortige Rückmeldung. Im Gegensatz zu Likes oder Views auf Social Media zeigt SEO seine Wirkung nicht direkt im Dopamin-Kick, sondern baut sich über eine (längere) Zeit erst auf.

Genau darin liegt aber seine Stärke. SEO ist ein System, das im Hintergrund arbeitet und mit der Zeit immer stärker wird.
Wenn du SEO nutzt, ziehst du Menschen nicht aktiv und offensiv an – sie finden dich im besten Falle einfach. Und zwar genau dann, wenn sie nach dem suchen, was du anbietest. Das verändert die Dynamik des Marketings grundlegend und hat für mich so den Druck rausgenommen, dass ich heute sogar ab und zu wieder Spaß an Instagram habe. Denn ich kann dort authentisch nur das zeigen was ich wirklich fühle und muss nicht irgendeinen wilden Algorithmus um jeden Preis bedienen.

Worum es bei SEO wirklich geht
Im Kern geht es bei SEO nicht um Technik, sondern um Verständnis.
Du musst verstehen:

- wonach deine Zielgruppe sucht
- welche Fragen sie stellt
- welche Probleme sie lösen möchte

Wenn du darauf basierend Inhalte erstellst, wirst du gefunden.
Nicht unbedingt sofort, aber langfristig sehr zuverlässig.

Zwei Arten von Keywords
Für deine SEO-Strategie brauchst du zwei Ebenen von Keywords:

1. Hauptkeywords
Das sind die zentralen Begriffe deines Business.
Sie bilden die Grundlage deiner Website, deiner Angebote und deiner Positionierung.

Beispiel:
„Ganzheitliche Gesundheit“, „Hormonbalance“, „Online Business aufbauen“

2. Long-Tail Keywords
Das sind konkrete Suchanfragen deiner Zielgruppe.
Sie greifen spezifische Fragen oder Probleme auf.

Beispiel:
„Warum bin ich ständig müde als Frau“
„Hormonbalance natürlich verbessern“
„Online Business starten ohne Social Media“
Diese Kombination sorgt dafür, dass du sowohl allgemein auffindbar bist als auch sehr gezielt Menschen ansprichst.

Keyword-Recherche – einfach und ohne Tools starten
Viele machen den Fehler, direkt mit komplexen und teilweise auch sehr teuren Tools zu starten. Der effektivste Einstieg ist jedoch deutlich einfacher und vor allem kostenlos.

Methode 1 – Google Vorschläge nutzen

- Öffne Google (idealerweise ohne personalisierten Verlauf)
- Gib dein Hauptkeyword ein
- Schau dir die automatischen Vorschläge an
-

Diese Vorschläge basieren auf echten Suchanfragen und zeigen dir direkt, was Menschen wirklich eingeben.

Methode 2 – „Weitere Fragen“ bei Google analysieren

- Suche ein Keyword
- Scrolle nach unten bis zu „Weitere Fragen“ oder „Ähnliche Suchanfragen“

Dort findest du konkrete Fragen deiner Zielgruppe.
Diese Fragen sind oft perfekte Inhalte für Blogartikel oder Unterseiten.

Methode 3 - Nutze die Plattformen auf denen du Content teilen willst

- Suche ein Keyword z. B. bei Pinterest oder Youtube
- Analysiere was direkt unterhalb vorgeschlagen wird in der Suchzeile
- Nutze die Insights von Plattformen. Fast jede Plattform hat eigene Statistiken. Frage am besten je nach Plattform ChatGpt wo genau du diese findest und was du dort ablesen kannst.

Genug nun aber von grauer Theorie - wir wollen hier in die Umsetzung kommen und deshalb bekommst du im nächsten Schritt alle meine Checklisten zum genauen weiteren Vorgehen, ebenso wie meine Vorlage für eine gute Keyword-Datenbank.

Wir starten mit einer Zielgruppenanalyse

Schritt 1: Klarheit aufbauen
Bevor du Keywords suchst oder Inhalte erstellst, brauchst du ein echtes Verständnis für die Menschen, die du erreichen willst.
Nimm dir bewusst Zeit für diese Fragen, auf der nächsten Seite kannst du sie dann abhacken:

- Mit welchen konkreten Problemen kommen sie täglich in Berührung?
- Was belastet sie – auch unterschwellig, nicht nur offensichtlich?
- Welche Wünsche tragen sie in sich, die sie vielleicht noch nicht klar formulieren können?
- Welche Gedanken kreisen immer wieder in ihrem Kopf?
- Wie sieht ihr Alltag wirklich aus – realistisch, nicht idealisiert?

Wichtig dabei:
Du musst hier nichts „perfekt beantworten“. Es geht nicht um eine einmalige Definition, sondern um ein Verständnis, das mit der Zeit immer klarer wird.

Schritt 2: Beobachten statt nur überlegen
Verlasse deine eigene Perspektive und gehe dorthin, wo deine Zielgruppe aktiv ist.
Achte gezielt darauf:

- Welche Fragen werden gestellt?
- Welche Probleme tauchen immer wieder auf?
- Welche Formulierungen werden verwendet?

Geeignete Orte dafür:

- Facebook-Gruppen
- Foren
- Kommentare unter Beiträgen
- Pinterest & Google Suchvorschläge

Hier bekommst du echte Sprache – und genau diese brauchst du später für SEO.

Schritt 3: Alles festhalten
Sammle deine Erkenntnisse an einem Ort.
Erstelle eine laufende Liste, in der du notierst:

- Probleme
- Wünsche
- typische Aussagen oder Gedanken
- wiederkehrende Fragen

Diese Liste ist kein einmaliges Dokument.
Sie entwickelt sich weiter und wird zur Grundlage für deine Inhalte, Keywords und Angebote.



Checkliste

Zielgruppe verstehen

01 VERSTEHEN

- Welche konkreten Probleme beschäftigen sie im Alltag?
- Was belastet sie – auch unter der Oberfläche?
- Welche Wünsche sind da, auch wenn sie noch unklar sind?
- Welche Gedanken wiederholen sich immer wieder?
- Wie sieht ihr Alltag wirklich aus?

02 BEOBACHTEN

- Ich habe gezielt Gruppen, Kommentare oder Foren analysiert.
- Ich habe echte Fragen und Aussagen gesammelt.
- Ich habe auf Formulierungen und Sprache geachtet.
- Ich erkenne erste Muster und Wiederholungen.

03 FESTHALTEN

- Ich habe eine Zielgruppenliste erstellt.
- Probleme und Wünsche schriftlich gesammelt.
- Wiederkehrende Themen strukturiert festgehalten.
- Meine Liste so aufgebaut, dass ich sie jederzeit erweitern kann.

Bevor du Inhalte erstellst oder Keywords suchst, brauchst du Klarheit über die Menschen, die du erreichen willst.
Diese Checkliste hilft dir, ihre Gedanken, Probleme und Bedürfnisse besser zu verstehen.

Zielgruppenanalyse in Keywords umwandeln

Schritt 1: Keywords ableiten
Wir wollen jetzt die zuvor gesammelten Daten über unsere Zielgruppe sozusagen weiterverarbeiten. Schau dir deine Liste genau an und Brainstorme (oder nutzte Chat GPT unterstützend), welche konkreten Suchbegriffe sich daraus ableiten lassen. Notiere sie dir in einer weiteren Spalte deiner Tabelle.

Schritt 2: Ubersuggest aktivieren
Um das kostenlose Tool nutzen zu können, musst du es einmal in deinem Google Chrome Browser installieren.

- Öffne Google Chrome
- Gehe in den Chrome Webstore und suche nach ubersuggest
- Klicke auf aktivieren und befolge die weiteren Anweisungen

Nach der Installation läuft das Tool automatisch im Hintergrund mit.

Schritt 3: Deine Suchbegriffe nacheinander eingeben

- Gehe zurück zu Google
- Gib einen deiner Begriffe ein (z. B. „nervensystem regulieren“)
- Drücke Enter

Jetzt siehst du zusätzlich zu den normalen Suchergebnissen ein Feld mit vielen Daten.

Schritt 3: Daten verstehen
Keine Panik - Du brauchst nur zwei Daten:

- Suchvolumen (erste Zahl mit Vol. abgekürzt) → Wie viele Menschen suchen monatlich danach? Ein paar hundert pro Monat reichen völlig!
- SEO Search-Difficulty (Suchschwierigkeit, abgekürzt mit SD) → Wie schwer ist es, dafür sichtbar zu werden? Alles unter 30 ist super!

Was Ubersuggest zusätzlich noch wertvoll macht: das Tool zeigt dir nicht nur ein Keyword, sondern:

- ähnliche Begriffe
- verwandte Themen
- weitere Suchanfragen

→ hier entstehen neue Content-Ideen die du nutzen kannst.



Checkliste

Daten analysieren

01 Vorbereitungen

- Welche Suchbegriffe kann ich aus meiner Zielgruppenanalyse ableiten?
- Habe ich ubersuggest aktiviert?

Lade hier eine Vorlage für deine Datenbank herunter

02 Auswerten

- Schau dir die ersten Google-Ergebnisse an: Sind dort große Seiten (z. B. Magazine, Shops) oder auch kleinere Blogs? → Wenn nur große Seiten ranken, ist es schwer da mitzuhalten.
- Schaue ob Suchvolumen und SD passen.
- Nutze die Keyword-Vorschläge: Gibt es speziellere Varianten (längere Suchbegriffe)? → Diese sind oft leichter zu ranken.
- Schau in deine eigenen Daten (falls vorhanden): Welche Begriffe bringen bereits Besucher? → Darauf kannst du gezielt aufbauen.

03 Datenbank anlegen

- Keyword-Datenbank angelegt (nutze dazu gern meine Vorlage).
- Relevante Keywords, Fragen und Ideen gesammelt und eingetragen.
- Keywords nach Themen strukturiert und laufend ergänzt.
- Die liste immer verwenden wenn du Content, Texte oder Produkte erstellst.

Jetzt geht es darum, deine Zielgruppenanalyse richtig umzusetzen.

04

DEIN BLOG

Das Herzstück deines Unternehmens



Dein Wissen ist Gold – und es verdient mehr als 24 Stunden Lebensdauer
Lass uns mal ganz ehrlich miteinander sein. Du steckst Stunden in einen Instagram-Post. Du überlegst dir den perfekten Text, suchst das passende Bild, postest zur „besten Zeit" – und dann? Nach 24 Stunden ist er praktisch unsichtbar. Vielleicht haben ihn 200 Leute gesehen. Vielleicht 50. Vielleicht auch nur deine Mama und drei Bots. Das ist frustrierend. Und es ist kein nachhaltiges System. Jedenfalls nicht so, wie ich mir das vorstelle - und weil du das hier gerade liest, siehst du das wahrscheinlich auch so.

Dein Wissen, deine Erfahrungen, deine einzigartige Sichtweise auf die Dinge – all das ist meiner Meinung nach viel zu wertvoll, um einfach nach ein paar Stunden wieder im Social-Media-Nirwana zu verschwinden.
Und genau deshalb sprechen wir jetzt über deinen Blog - auch wenn du im ersten Moment vielleicht denkst “wie oldschool” oder “oh nein, nicht noch mehr arbeit”.
Aber lass mich kurz erklären, warum bloggen immer noch eine der klügsten Entscheidungen ist, die du für dein Business treffen kannst. Übrigens ist das auch nicht nur meine persönliche Meinung, sondern Studien und Erfahrungswerte zeigen immer wieder, dass Unternehmen mit Blog deutlich mehr organischen Traffic aufbauen als solche ohne. Ein Blog hat dabei noch einen weiteren Vorteil: Er entlastet deine eigentlichen Seiten.
Wenn auf deiner Website zu viele Informationen auf einmal stehen, wirkt sie schnell unübersichtlich und überfordernd. Über Blogbeiträge kannst du Inhalte gezielt auslagern und deinen Besuchern genau dann vertiefende Informationen anbieten, wenn sie sie wirklich brauchen.
Zusätzlich kannst du deine Seiten miteinander verbinden, indem du gezielt auf andere Inhalte verlinkst. Dadurch entsteht ein Zusammenhang zwischen deinen Seiten, der nicht nur für deine Besucher hilfreich ist, sondern auch von Suchmaschinen positiv bewertet wird - Stichwort SEO.

Warum ein Blog dein liebster Mitarbeiter wird
Stell dir vor, du schreibst heute einen Blogartikel. Gut recherchiert. Hilfreich. Mit echtem Mehrwert und Herzblut natürlich - das sind die Voraussetzungen. Dieser Artikel arbeitet ab jetzt kostenlos für dich. Während du schläfst, während du mit deinen Kindern spielst, während du im Urlaub bist. Der Artikel bleibt im Internet auffindbar. Menschen googeln ein Problem, oder suchen nach Inspiration auf Pinterest – und finden deinen Artikel, tragen sich in deinen Newsletter ein. Kaufen vielleicht sogar direkt etwas.
Und du? Du hast diesen Artikel einmal geschrieben. Das ist der Unterschied zwischen Content, der verpufft – und Content, der arbeitet.
Im Fachjargon nennen wir das „Evergreen Content". Inhalte, die nicht welken. Die mit der Zeit sogar stärker werden, weil Suchmaschinen sie immer besser finden und ranken - ich liebe das Prinzip!

Der Blog als Vertrauens-Maschine
Wenn jemand zum ersten Mal auf deine Website kommt, kennt sie dich nicht. Sie weiß nicht, ob du Ahnung hast. Ob du ihr wirklich helfen kannst. Ob du vertrauenswürdig bist. Deine Startseite kann dies vermutlich auch nicht alles auf einmal leisten. Deine Angebotsseite auch nicht.
Aber dein Blog? Der kann das.
In einem Blogartikel kannst du:

- Dein Wissen zeigen – ohne anzugeben
- Probleme ansprechen – die deine Leserin wirklich hat
- Lösungen anbieten – die sofort helfen
- Deine Persönlichkeit einfließen lassen – damit sie spürt, wer du bist
- Vertrauen aufbauen – bevor sie auch nur einen Cent ausgibt

Ein guter Blogartikel ist wie ein Gespräch bei einer Tasse Matcha. Du teilst etwas Wertvolles. Sie fühlt sich wohl bei dir und verstanden. Und wenn sie dann sieht, dass du auch etwas anbietest, das ihr weiterhilft – dann fühlt sich das nicht nach Verkaufen an. Es fühlt sich ganz ungezwungen nach dem logischen nächsten Schritt an, den du ihr anbietest.

Meine perfekte Symbiose: Blog 🤍 Pinterest
Wir bei Brightshore schwören auf eine Kombination, die wirklich besonders für uns ist, weil sie nun endlich Früchte trägt. Nach endlosem Frust auf Instagram und TikTok haben wir für uns endlich etwas erschaffen, das Rundläuft:
Blogartikel + Pinterest = nachhaltige Sichtbarkeit ohne Social-Media-Stress.
So funktioniert es:

1. Du schreibst einen Blogartikel zu einem Thema, das deine Zielgruppe interessiert
2. Du erstellst Pinterest-Pins, die auf diesen Artikel verlinken
3. Pinterest (und Goolge) zeigt diesen Pin Menschen, die genau danach suchen
4. Sie klicken, landen auf deinem Blog, lernen dich kennen
5. Der Pin bleibt aktiv – Wochen, Monate, manchmal Jahre

Kein tägliches Posten. Kein Algorithmus-Tanz. Kein Burnout.
Und das Beste? Wenn du trotzdem mal Lust auf Instagram hast, nimmst du einfach deinen Blogartikel, kürzt ihn, und postest ihn dort. Zack – Content für alle Kanäle aus einer Quelle. Merkt man mir meine Euphorie dazu etwa an?

Was macht einen guten Blogartikel aus?
Keine Sorge – du musst keine Schriftstellerin sein! EIn bisschen Übung und ein paar kleine Dinge an die du dich halten solltest und dann einfach Spaß daran haben! Ein guter Blogartikel ist:

Hilfreich
Er löst ein echtes Problem oder beantwortet eine echte Frage. Nicht „Was du über XY wissen solltest" (gähn), sondern „So löst du XY in 3 einfachen Schritten" (interessant!).

Suchbar
Er enthält Wörter, die Menschen wirklich googeln. Das sind deine Keywords. Keine Sorge, das ist keine Raketenwissenschaft – wir haben das in Modul 3 schon besprochen.

Persönlich
Er klingt nach dir. Nicht nach einer Maschine oder einer reinen Werbeveranstaltung. Nach dir höchst persönlich – mit deiner Stimme, deinen Geschichten, deiner Einzigartigkeit.

Klar
Strukturiert Überschriften, Absätze, Listen. Menschen scannen Texte online. Mach es ihnen leicht.

CTA - Call to Action
Mit klarem nächsten Schritt Am Ende weiß die Leserin, was sie tun soll. Weiterlesen. Kaufen, Eintragen - sag es freundlich aber präzise!

Die „Was, Warum, Wie"-Methode
Falls du dich fragst: „Verschenke ich nicht zu viel Wissen, wenn ich kostenlos blogge?"
Hier ist meine liebste Methode:
In deinen kostenlosen Blogartikeln erklärst du das WAS und WARUM.

- Was ist das Problem?
- Warum ist es wichtig?
- Was sind die grundlegenden Schritte?

In deinen bezahlten Angeboten zeigst du das WIE.

- Wie genau setzt du es um?
- Wie machst du es Schritt für Schritt?
- Wie begleite ich dich dabei?

So gibst du echten Mehrwert – ohne deine Angebote zu entwerten. Im Gegenteil: Du zeigst, dass du weißt wovon du sprichst. Und wer das WAS und WARUM verstanden hat, will oft auch das WIE.

Wie oft solltest du bloggen?
Kurze Antwort: So oft, wie es sich für dich richtig anfühlt.

Lange Antwort: Starte mit 2-4 Basisartikeln. Das sind Artikel zu den wichtigsten Themen, die deine Zielgruppe beschäftigen. Die bilden dein Fundament.
Danach? Einmal im Monat reicht völlig. Oder alle zwei Wochen, wenn du in den Flow kommst. Oder wöchentlich, wenn du merkst, dass du das liebst. Qualität schlägt Quantität. Immer. Menschen spüren mit welcher Intention du deinen Artikel geschrieben hast - davon bin ich überzeugt.
Ein richtig guter Artikel, der Menschen wirklich hilft, bringt mehr als zehn halbherzige. Und denk dran: Blogartikel müssen nicht lang sein. 500-800 Wörter können völlig ausreichen. Schreib so, wie du sprichst. Du musst keinen Literaturpreis gewinnen viel wichtiger ist, dass deine Persönlichkeit spürbar wird und du Mehrwert mit Passion weitergibst.

Vergiss die Call-to-Actions nicht
Das ist ein Fehler, den so viele am Anfang machen:
Sie schreiben einen tollen Artikel. Die Leserin ist begeistert. Und dann... nichts. Ende. Tschüss.

Jeder Blogartikel braucht einen klaren nächsten Schritt.
Das kann zum Beispiel sein:

- „Hol dir hier mein kostenloses Workbook zu diesem Thema"
- „Lies als nächstes diesen Artikel, wenn du tiefer einsteigen willst"
- „Trag dich in meinen Newsletter ein und bekomme jeden Dienstag Tipps"
- „Buch dir ein kostenloses Kennenlerngespräch"

Du hilfst deiner Leserin damit. Sie weiß nicht automatisch, was sie als nächstes tun soll. Zeig es ihr – freundlich, klar, optisch auffällig!

Worüber soll ich schreiben
Diese Frage lässt sich so pauschal schwer beantworten, denn es ist natürlich zu 100% davon abhängig, was dein Zeil ist und welches Thema du bedienst. Grundsätzlich kannst du aber gut Themen aus deinen Produkten ableiten, wenn du schon welche hast. Du kannst auch immer gut für solche Aufgaben mit Chat GPT ins Brainstorming gehen. Das kann gute Anreize geben. Auf der folgenden Seite findest du drei weitere Fragen die du dir stellen kannst, um eine gute Themensammlung zu erstellen.



Reflexion

Themen für meinen Blog finden

Welche 3-5 Fragen stellen dir Menschen immer wieder?
(Das sind perfekte Blog-Themen.)

Welche Themen kannst du aus deiner Keyword-Datenbank ableiten?

Welches Thema könntest du erklären, ohne groß nachzudenken – weil du es einfach weißt? (Deine Passion?)

Bevor du loslegst, nimm dir einen Moment!

Dein nächster Schritt
Du brauchst nicht sofort zehn super professionelle Artikel. Du brauchst um genau zu sein nur einen. Einen Artikel, der ein echtes Problem löst. Der deine recherchierten Keywords enthält, nach denen Menschen auch wirklich suchen. Und, für mich mit am wichtigsten, der ganz nach dir klingt. Niemand will einen Artikel lesen, bei dem der dritte Satz schon Aufschluss darüber gibt, dass Chat GPT das gesamte Werk zusammengeschustert hat. Ich zumindest will das nicht lesen. Ich will ehrliche Erfahrungen und Empfehlungen auf die ich vertrauen kann.

Schreibe deinen ersten Blogartikel. Veröffentliche ihn. Erstelle ein paar Pinterest-Pin dazu. Und dann beobachte, was passiert. Optimiere ihn wenn du erste Erfahrungen gesammelt hast und mache weiter so mit allen folgenden Artikeln - vor allem genieße den Prozess und habe Spaß an der Sache! Dann wir das dein Anfang von Sichtbarkeit sein, die bleibt.

Schwierigkeiten bei der Themenfindung? Hier gehts zum Bonus: 222 Blogpostideen



05

PINTEREST

Eine Marketing-Goldgrube, die viele immer noch übersehen



Eine Marketing-Goldgrube, die viele immer noch übersehen

Warum du Pinterest wahrscheinlich komplett unterschätzt
Lass uns auch hier wieder komplett ehrlich miteinander sein.
Wenn du an Pinterest denkst, denkst du wahrscheinlich an:
schöne Bilder, Rezepte, Einrichtung, vielleicht Inspiration für dein nächstes DIY- Projekt.

Aber ziemlich sicher nicht direkt an: „Das könnte mir Kunden bringen." Und genau das ist der Denkfehler den noch immer sehr viele haben.
Pinterest ist keine Plattform, auf der Menschen einfach nur Zeit verbringen. Es ist der Ort, an den sie gezielt gehen, wenn sie etwas suchen - und sei es nur etwas Ästhetik. Und genau das ist meiner Meinung nach der Game Changer schlechthin. Es wird so dermaßen unterschätz und immer noch so wenig von Firmen genutzt - obwohl es so viel Potential bietet.

Pinterest ist kein Social Media – und genau das ist der Vorteil
Der größte Unterschied zu Instagram oder TikTok ist (tadaa , wie beruhigend): Auf Pinterest geht es nicht um dich. Es geht allein um das, was jemand sucht. Niemand interessiert sich dort dafür, ob du heute online warst, wie viele Follower du hast oder ob du regelmäßig postest.
Menschen kommen auf Pinterest, weil sie:

- ein Problem lösen wollen
- eine Idee suchen
- Inspiration brauchen

Und genau deshalb sind sie viel näher an einer Kaufentscheidung als irgendjemand es ist, der gerade TikTok öffnet.
Nicht im „ich schau mal"-Modus. Sondern im „ich suche etwas ganz konkret"-Modus. Lieben wir!

So wird Pinterest zum Teil deines Systems
Pinterest ist kein zusätzlicher Kanal, den du irgendwie noch unterbringen musst, sondern der Teil deines Systems, der dafür sorgt, dass deine Inhalte überhaupt sichtbar werden. Dein Blog bleibt die Basis, dort entsteht dein Content, dort erklärst du, baust Vertrauen auf und zeigst, wie du arbeitest. Pinterest übernimmt die Aufgabe, diesen Content nach außen zu tragen und Menschen auf deine Website zu bringen. Dadurch verändert sich die Art, wie du arbeitest, weil du nicht mehr nur Inhalte erstellst, die im Moment funktionieren müssen, sondern Inhalte, die bleiben und mit der Zeit immer mehr Wirkung entfalten.

So baust du dein Pinterest Profil auf
Der Einstieg ist dabei deutlich einfacher, als viele denken. Du erstellst dir ein Business-Profil, legst ein paar erste Pinnwände an und benennst diese so, dass sofort klar ist, worum es bei dir geht (Nutze deine Keyword-Datenbank auch hier).
Von dort aus beginnst du, Inhalte zu veröffentlichen, die immer auf deine Website zurückführen. Es geht nicht darum, möglichst viele zu machen, sondern darum, eine saubere Struktur aufzubauen, die verstanden wird und sich nach und nach erweitert lässt. Du musst dafür auch nicht ständig neuen Content produzieren. Alles, was du bereits hast, kannst du nutzen und neu aufbereiten. Ein Blogartikel kann mehrfach verwendet werden, indem du unterschiedliche Pins dazu erstellst, mit verschiedenen Bildern oder Überschriften, die jeweils einen anderen Zugang zu deinem Thema schaffen. Genau dadurch steigt die Chance, dass deine Inhalte ausgespielt werden und die richtigen Menschen erreichen.

Keywords, Keywords, Keywords - gut, dass wir die Arbeit schon gemacht haben
Damit Pinterest deine Inhalte einordnen kann, arbeitest du auch hier mit deinen Keywords, allerdings ohne es unnötig kompliziert zu machen. Du nutzt sie in deinem Profil, in den Pinnwänden sowie in den Titeln und Beschreibungen deiner Pins, sodass klar wird, worum es bei dir geht. Es reicht völlig, wenn du dich dabei an der Sprache deiner Zielgruppe orientierst und nicht versuchst, alles perfekt zu optimieren.

Was viele ebenfalls komplett unterschätzen: Du musst nicht ausschließlich eigenen Content pinnen. Auch Inhalte anderer, die thematisch zu dir passen, können helfen, dein Profil zu stärken und Zusammenhänge aufzubauen. Dadurch entsteht ein klareres Bild davon, wofür dein Account steht, was langfristig auch deinen eigenen Inhalten zugutekommt.

Der eigentliche Unterschied zu Social Media zeigt sich mit der Zeit. Deine Inhalte bleiben nicht nur bestehen, sondern werden immer wieder ausgespielt und bringen kontinuierlich neue Besucher auf deine Website. Es entsteht Schritt für Schritt ein System, das nicht von täglicher Aktivität abhängig ist, sondern sich mit jedem Inhalt weiter aufbaut.



Checkliste

Pinterest Start leicht gemacht

01 Profil erstellen

- Business-Account erstellen (kein privates Profil nutzen)
- Profilname + Beschreibung mit klaren Keywords versehen
- Profilbild wählen, das dich oder deine Marke klar zeigt
- Website verknüpfen (damit alle Pins darauf verlinken können)
- Kurz und verständlich formulieren, was man bei dir findet

02 Pinnwände anlegen

- 5–8 Pinnwände zu deinen Hauptthemen erstellen
- Pinnwände klar und suchbar benennen (keine kreativen Fantasienamen)
- Jede Pinnwand mit einer kurzen Beschreibung inkl. Keywords versehen
- Inhalte thematisch sauber zuordnen (keine Misch-Boards)
- Pinnwände so wählen, dass sie direkt zu deinem Angebot passen

03 Pins erstellen

- Pro Inhalt mehrere Pins erstellen (verschiedene Titel & Designs)
- Klare Überschrift auf dem Pin verwenden
  Hochformat (2:3) nutzen, damit der Pin gut sichtbar ist
- Titel & Beschreibung mit Keywords ergänzen
- Jeder Pin führt immer auf deine Website oder dein Freebie

Lets do the Magic!

06

DIE NÄCHSTEN SCHRITTE





Abschluss

Dein nächster Schritt

Wenn du den gesamten Prozess einmal in Ruhe auf dich wirken lässt, dann wird schnell deutlich, dass es im Kern nicht um einzelne Maßnahmen geht, sondern um die richtige Reihenfolge und das Zusammenspiel der einzelnen Teile. Du beginnst mit deiner Website als stabile Basis, auf der dein Business überhaupt erst greifbar wird. Darauf aufbauend entstehen Inhalte über deinen Blog, die die Fragen und Themen deiner Zielgruppe aufgreifen und nach und nach Vertrauen aufbauen. Durch SEO werden diese Inhalte so strukturiert, dass sie überhaupt gefunden werden können, und Pinterest sorgt dafür, dass sie ausgespielt werden und Menschen auf deine Seite gelangen. Genau aus dieser Verbindung entsteht ein System, das nicht mehr voneinander getrennt funktioniert, sondern sich gegenseitig verstärkt und Schritt für Schritt wächst.

Du kannst diesen Weg alleine gehen und dir alles nach und nach selbst erarbeiten, Das Grundlegende Wissen dazu besitzt du nun! Du darfst ausprobieren, anpassen und daraus lernen. Gleichzeitig darfst du dir aber auch bewusst machen, dass genau an dieser Stelle viele immer mal wieder ins Stocken geraten, weil sie die einzelnen Bausteine zwar kennen, aber nicht sicher sind, wie sie wirklich ineinandergreifen und an welchen Stellschrauben Optimierungen am einfachsten vorgenommen werden können. Hier möchte ich dir anbieten, dich zu unterstützen. Wir gehen diesen Weg gemeinsam, strukturieren dein Business von Anfang an klar und bauen ein System auf, das nicht nur theoretisch Sinn macht, sondern sich auch in der Praxis trägt und weiterentwickeln lässt. Schau dazu gern auf meiner Website vorbei und lass dich von den verschiedenen Möglichkeiten einer Zusammenarbeit inspirieren!

Am Ende entscheidet nicht das Wissen darüber, wie es funktioniert, sondern der Moment, in dem du beginnst, es umzusetzen. Nicht perfektionistisch und nicht von Anfang an vollständig, sondern Schritt für Schritt, mit dem, was gerade möglich ist. Denn genau daraus entsteht Bewegung, und genau daraus entsteht ein Business, das sich mit der Zeit entwickeln darf und dir den Raum gibt, den du dir ursprünglich gewünscht hast.

Make yourselfe proud!

Ich glaube nicht an Dauer-Stress
und Sichtbarkeits-Druck.
Ich glaube an eine Struktur, die
dich langfristig unabhängig
macht. Du auch?

Hello@brightshore.de
www.brightshore.de



Ich freue mich auf
den Austausch mit
dir!

xoxo

deine Sandra