KOSTENLOSER LEITFADEN · STAND 2026

FÜR KMU, SELBSTSTÄNDIGE & BETRIEBE

Welche Plattform passt zu dir?



Instagram, LinkedIn, TikTok, Facebook oder Google? Hier entscheidest du in 10 Minuten, wo du wirklich sichtbar sein musst und wo du dir die Zeit sparen kannst.

- Entscheidungsbaum in 3 Fragen
- Alle Plattformen im ehrlichen Steckbrief
- Branchen-Matrix & Zeitbudget-Rechner

01 · DER ENTSCHEIDUNGSBAUM

Drei Fragen. Eine klare Antwort.

Die meisten Betriebe verzetteln sich auf zu vielen Kanälen. Besser: ein Kanal, der richtig gut läuft. Beantworte die Fragen der Reihe nach.

① Wer kauft bei dir: Privatpersonen oder Unternehmen?

↓

UNTERNEHMEN (B2B)

LinkedIn ist dein Hauptkanal.

Starte mit deinem **persönlichen Profil** als Inhaber:in oder Geschäftsführer:in. Menschen folgen Menschen. Die Unternehmensseite kommt danach.

PRIVATPERSONEN (B2C)

Weiter zu Frage ②

Für dich entscheidet vor allem, ob deine Kund:innen aus der Region kommen.

↓

② Kommen deine Kund:innen überwiegend aus deiner Region?

↓

JA, LOKAL

Google-Unternehmensprofil + Instagram.

Wer „Friseur in der Nähe" sucht, landet bei Google. Instagram zeigt danach, wie es bei dir aussieht. Bei Zielgruppe 50+ zusätzlich Facebook.

NEIN, ÜBERREGIONAL / ONLINE

Instagram als Basis.

Dazu eine Website, die bei Google und in KI-Suchen (ChatGPT, Perplexity) gefunden wird.

↓

③ Ist deine Zielgruppe überwiegend unter 25, oder suchst du Azubis?

↓

JA

TikTok ergänzen.

Ideal für Recruiting und junge Kund:innen. Gleiche Videos wie für Instagram Reels nutzen, das spart Zeit.

NEIN

Bleib fokussiert.

Erst wenn ein Kanal 3 Monate regelmäßig läuft, lohnt sich ein zweiter.

02 · DIE PLATTFORMEN IM ÜBERBLICK

Ehrliche Steckbriefe.

Was jede Plattform kann, wen du dort erreichst und was sie dich an Zeit kostet.

Google-Unternehmensprofil

Pflicht vor jedem Social-Media-Kanal, wenn du lokal arbeitest.

Ideal für: Handwerk, Gastro, Praxen, Pflege, Handel
Inhalte: Fotos, Öffnungszeiten, Bewertungen, Beiträge
Aufwand: ● ○ ○ ca. 30 Min./Woche
Wirkt nach: wenigen Wochen

Instagram

Das Schaufenster. Hier wird geprüft, ob du sympathisch und echt bist.

Ideal für: B2C, lokale Betriebe, Events, Recruiting
Inhalte: Reels, Stories, Karussells
Aufwand: ● ● ○ ca. 2–3 Std./Woche
Wirkt nach: 3–6 Monaten

LinkedIn

Der Ort für Vertrauen, Expertise und B2B-Aufträge.

Ideal für: B2B, Beratung, Industrie, Fachkräfte-Recruiting
Inhalte: Text-Posts, Bild-Posts, PDF-Karussells
Aufwand: ● ● ○ ca. 1–2 Std./Woche
Wirkt nach: 3–6 Monaten

Facebook

Unterschätzt, wenn deine Kund:innen über 45 sind.

Ideal für: lokale Dienstleister, Vereine, Zielgruppe 45+
Inhalte: Beiträge, lokale Gruppen, Veranstaltungen
Aufwand: ● ○ ○ Inhalte von Instagram mitnutzen
Wirkt nach: 2–4 Monaten

TikTok

Die größte Reichweite, auch ohne Follower. Aber schnelllebig.

Ideal für: Azubi-Recruiting, junge Zielgruppen, Handwerk mit „Wow"-Momenten
Inhalte: kurze, echte Handyvideos
Aufwand: ● ● ● 3+ Std./Woche
Wirkt nach: manchmal sofort, oft unberechenbar

YouTube

Langfristig stark, weil Videos jahrelang gefunden werden.

Ideal für: erklärungsbedürftige Produkte, Anleitungen, Expert:innen
Inhalte: Erklärvideos, Shorts
Aufwand: ● ● ● hoch in der Produktion
Wirkt nach: 6–12 Monaten

Aufwand = realistische Zeit für 2–3 Beiträge pro Woche inkl. Planung, Erstellung und Antworten auf Kommentare.

03 · BRANCHEN-MATRIX

Was passt zu deiner Branche?

●●● = Hauptkanal · ●● = sinnvolle Ergänzung · ● = nur mit Zeitüberschuss

Branche	Google	Instagram	LinkedIn	Facebook	TikTok
Handwerk	●●●	●●●	●	●●	●●
Gastronomie & Café	●●●	●●●	●	●●	●●
Praxis, Pflege, Gesundheit	●●●	●●	●●	●●	●
Einzelhandel & Beauty	●●●	●●●	●	●●	●●
Beratung & Dienstleistung B2B	●●	●	●●●	●	●
Industrie & Produktion	●●	●	●●●	●	●●
Events & Veranstaltungen	●●	●●●	●●	●●	●●
Recruiting (Azubis)	●	●●●	●	●	●●●
Recruiting (Fachkräfte)	●	●●	●●●	●●	●

ZEITBUDGET-CHECK

Wie viel Zeit hast du wirklich pro Woche?

1 Stunde

1 Kanal + Google-Profil
2 Beiträge pro Woche
Antworten auf Kommentare

2–3 Stunden

1 Kanal richtig gut
2–3 Beiträge + Stories
1 Reel pro Woche

5+ Stunden

2 Kanäle
Inhalte einmal erstellen und für beide anpassen

04 · DIE 5 GOLDENEN REGELN

So startest du richtig.

1 **Lieber ein Kanal richtig als drei halb.**
Regelmäßigkeit schlägt Masse. Zwei gute Beiträge pro Woche über Monate bringen mehr als ein Strohfeuer.

2 **Erst gefunden werden, dann begeistern.**
Google-Profil und Website sind die Basis. Social Media verstärkt, was dort gefunden wird.

3 **Gesichter schlagen Logos.**
Zeig dich und dein Team. Echte Handyvideos funktionieren heute oft besser als teure Hochglanzproduktionen.

4 **Einmal erstellen, mehrfach nutzen.**
Aus einem Reel wird ein LinkedIn-Post, eine Story und ein Google-Beitrag. Plane das von Anfang an mit.

5 **Gib jedem Kanal 3 Monate.**
Erst dann ist sichtbar, was funktioniert. Miss Anfragen und Klicks, nicht nur Likes.

Du willst es nicht allein entscheiden?



Lass uns gemeinsam deinen Kanal finden.
Im kostenlosen Erstgespräch (30 Minuten) schauen wir, wo deine Kund:innen sind und wie du dort mit wenig Zeit sichtbar wirst.
Irina Felde · Inhaberin What If Media

Erstgespräch buchen

TELEFON
+49 176 830 44 892

E-MAIL
info@what-if.media

WEB
www.what-if.media