

# 109 | Selbstmarketing für freie Journalisten

Svenja Hofert







Freie Journalistenschule

# **Modul 109:**

## **Selbstmarketing für freie Journalisten**

Autorin: Svenja Hofert

### **Legende**

→ Aufzählung

↘ Lernziel

★ Definition

⊙ Aufgabe / Übungen

❖ Schlagwort

© 2008 Freie Journalistenschule. Alle Rechte vorbehalten.

Der gesamte Inhalt des vorliegenden Lehrmoduls (Texte, Bilder, Grafiken, Design usw.) und jede Auswahl davon unterliegt dem Urheberrecht und anderen Gesetzen zum Schutze geistigen Eigentums der Freien Journalistenschule oder anderer Eigentümer. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechts ist ohne Zustimmung des Eigentümers unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Zuwiderhandlungen werden zivil- und strafrechtlich verfolgt.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Text berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. Sämtliche verwendete Handelsmarken oder Markenzeichen sind Eigentum der jeweiligen Rechteinhaber.

Die Freie Journalistenschule und ihre Dozenten und Autoren haben höchste Sorgfalt bei der Erstellung des vorliegenden Lehrmoduls angewandt. Dennoch übernehmen sie keinerlei Verantwortung oder Haftung für Richtigkeit oder Vollständigkeit, eventuelle Fehler oder Versäumnisse innerhalb des Lehrmoduls. Die Inhalte und Materialien werden unter Ausschluss jeglicher Gewährleistung zur Verfügung gestellt. Insbesondere erfolgt die Anwendung von im Lehrmodul dargestellten Erkenntnissen auf Gefahr des Teilnehmers.

Verlag: Freie Journalistenschule, Berlin  
www.freie-journalistenschule.de  
Druck: MKM Media, Kleinmachnow  
Made in Germany.

# Inhalt

---

<b>1.</b>	<b>Was ist Selbstmarketing?</b>	<b>8</b>
<b>2.</b>	<b>Ziele Ihres Selbstmarketings</b>	<b>10</b>
<b>3.</b>	<b>Voraussetzungen für Selbstmarketing</b>	<b>12</b>
3.1	Die Positionierung	12
3.2	USP finden	16
3.3	„Marke Ich“	17
3.4	Ohne Nische	18
3.5	Zielgruppen analysieren	19
3.6	Wettbewerb analysieren	21
3.7	Wiedererkennbarkeit schaffen	22
<b>4.</b>	<b>Der richtige Selbstmarketingmix</b>	<b>24</b>
4.1	Produkt- und Sortimentsstrategie	25
4.2	Honorarstrategie	26
4.3	Vertriebsstrategie	27
4.4	Kommunikationsstrategie	28
<b>5.</b>	<b>Selbstmarketing und Kundengewinnung</b>	<b>29</b>
5.1	Akquisition	29
5.2	Networking	34
5.3	Empfehlungsmarketing	36
5.4	Selbstmarketing per Internet	37
5.5	Expertenstatus	38
5.6	Credo Wiedererkennbarkeit	39
5.7	Credo Mehrwert	40
5.8	Kundenbindung	41

<b>6.</b>	<b>Selbstmarketing als innere Haltung</b>	<b>42</b>
6.1	Selbst- und Fremdbild	43
6.2	Entwicklungspotenziale identifizieren	44
6.3	Vertrauen erzeugen	44
6.4	Wie andere Sie sehen sollen	45
	<b>Antworten zu den Selbstkontrollaufgaben</b>	<b>51</b>
	<b>Literatur</b>	<b>52</b>
	<b>Über die Autorin</b>	<b>54</b>
	<b>Ihre Notizen</b>	<b>55</b>

**Allgemeine Lernziele:**

- **Wenn Sie dieses Modul durchgearbeitet haben, werden Sie sich und Ihre Dienstleistung besser selbst vermarkten können.**
- **Sie haben eine Positionierung durchgeführt und sehen Ihre eigene Nische und Ihre Zielgruppe klarer.**
- **Sie sind sich über Honorare im Klaren und wie Sie diese optimieren können.**
- **Sie wissen, dass Akquisition ein Teil Ihres Berufs ist und wie Sie dabei vorgehen.**
- **Die Bedeutung des Networkings ist Ihnen bewusst.**
- **Sie planen Ihr Marketing und Selbstmarketing bewusst in Ihren Tagesablauf mit ein.**

# 1. Was ist Selbstmarketing?

---

## Lernziele:

- **Begreifen Sie Selbstmarketing als Ihre Aufgabe.**
- **Werden Sie sich über die Wichtigkeit von Zielen klar.**
- **Setzen Sie sich Ziele.**

Als Freiberufler sind Sie ein selbstständiger Unternehmer. Sie müssen sich mit guter Arbeit am Markt positionieren und Gewinne erzielen. Häufig tun Sie das als Solo-Unternehmer ohne Mitarbeiter und Mitgesellschafter, seltener mit Angestellten oder anderen Kollegen zusammen, z. B. als GbR.

Da Sie nun etwas selbstständig unternehmen, also Unternehmer sind, ist Marketing Ihre Kernaufgabe. Marketing meint dabei den Umgang mit Märkten mit dem Ziel, den Absatz – also den Verkauf Ihrer Dienstleistung – zu ermöglichen und zu fördern. Dies gelingt nur, wenn der Kunde im Mittelpunkt steht und Ihre Dienstleistung auf diesen zugeschnitten ist.

Die Produktentwicklung – bei Freiberuflern ist dies gleichzusetzen mit der Entwicklung von Dienstleistungen, die der Kunde wünscht – gehört zum Marketing. Wenn Sie an Marketing denken, müssen Sie also zunächst auf den Kunden blicken. Dabei steht eine Frage im Zentrum: Was wünscht dieser Kunde, diese Kundengruppe, was können Sie ihr bieten?

Kern des Marketings eines Solo-Unternehmers ist das Selbstmarketing oder auch Persönlichkeitsmarketing, das – so steht es seit Ende der 1990er-Jahre auch wissenschaftlich fest – nach denselben Regeln funktioniert wie Marketing. Wie Marketing die Kunst ist, unverwechselbare und am Kundenbedürfnis orientierte Produkte zu erzeugen, ist Selbstmarketing die Kunst, die eigene Persönlichkeit unverwechselbar zu „gestalten“ und zugeschnitten auf das Kundenbedürfnis zu verkaufen. Die wenigsten Journalisten tun das. Ja, vielmehr haben gerade Journalisten häufig eine Abneigung gegen Persönlichkeitsmarketing. Sie wollen lieber die Arbeit in den Vordergrund stellen, wegen Ihrer Leistung akzeptiert werden. Eine Fehleinschätzung: Ohne Selbstmarketing wird Leistung wenig gesehen. Zudem geraten Sie in die Mühle der Vergleichbarkeit: Leistung bringen viele, oft durchaus vergleichbare Leistung. Selbstmarketing hilft dagegen, sich trotz schwieriger Marktlage zu etablieren und gegen Wettbewerber durchzusetzen.

Ihr Selbstmarketing beginnt dabei zunächst mit der Frage, was Sie mit dem Selbstmarketing überhaupt erreichen wollen. Dazu gehören folgende Teilfragen zu den Rahmenbedingungen Ihrer Selbstständigkeit:

## 4. Der richtige Selbstmarketingmix

---

### Lernziele:

- **Entwerfen Sie Ihre Dienstleistung.**
- **Lernen Sie die strategische Honorarfindung kennen.**
- **Entwickeln Sie eine Vertriebs- und Kommunikationsstrategie.**
- **Beherrschen Sie die Feinabstimmung zwischen Dienstleistung, Honorar, Vertrieb und Eigenwerbung.**

Im Marketing spricht man von Marketing-Mix. Das ist die Feinabstimmung zwischen den vier Bereichen Produkt, Preis, Vertrieb und Kommunikation. Hinter Kommunikation stecken alle Maßnahmen, die Sie in der Öffentlichkeit bekannt machen. Vertrieb meint das Geschäft mit Ihren Abnehmern. Nur wenn alle Bereiche miteinander harmonisieren, verkauft sich eine Ware oder Dienstleistung.

Auch für Ihr Selbstmarketing sollten Sie den richtigen Mix finden und Dienstleistung, Honorar, Vertriebsstrategie sowie Werbung und PR in eigener Sache eng aufeinander abstimmen.

Beispiel: Wenn Ihr Produkt Firmenbiografien sind, so können Sie erst einmal, das ist Produktentwicklung, verschiedene Prototypen entwickeln, beispielsweise die „Firmenbiografie groß“, die „Firmenbiografie mittel“ und die „Firmenbiografie Online“. Danach müssen Sie deren Preise zielgruppengerecht und Ihrem Kosten- und Zeitaufwand entsprechend festlegen – bevor Sie sich entscheiden, auf welchem Weg Sie Ihre Produkte verkaufen, etwa am Telefon. Nicht zu vernachlässigen auch die Frage nach den passenden Werbemitteln, einer eventuellen PR-Kampagne und anderen Kommunikationsmaßnahmen.

## Über die Autorin

---

### **Svenja Hofert, M. A.**

Svenja Hofert, M. A., betreibt ein Büro für „Karriere & Entwicklung“ ([www.karriereentwicklung.de](http://www.karriereentwicklung.de)) in Hamburg und Köln. Ihr spezielles Entwicklungscoaching richtet sich an Menschen aus der Medienbranche und der IT.

Die gelernte Journalistin, die viele Jahre im Marketing gearbeitet hat, ist Spezialistin für Positionierung und Selbstvermarktung und zudem Autorin von mehr als 15 Büchern rund um Beruf und Erfolg.