

baby lock

Workbook **Digitale Sichtbarkeit** für Händler:innen

Dein einfacher Leitfaden für
Social Media & Videoproduktion



Herzlich willkommen!

Mit großer Freude präsentieren wir dir den ersten Marketing-Leitfaden von baby lock, der speziell entwickelt wurde, um unsere Handelspartner:innen und Fachhändler:innen bei einer erfolgreichen Markenkommunikation und wirkungsvollen Marketingmaßnahmen zu unterstützen.

Dieses Projekt entstand aus einer klaren Vision: gemeinsam zu wachsen. In einer Welt, die sich immer schneller digitalisiert, möchten wir unsere Kräfte bündeln und dir praktische Werkzeuge, Ideen und Inspirationen an die Hand geben, damit wir die Marke baby lock in allen Märkten einheitlich und erfolgreich präsentieren. Auf dieses Projekt sind wir besonders stolz, denn es wurde vom internationalen Marketing-Team von baby lock entwickelt – einem multikulturellen, kreativen und engagierten Team, das die Marke mit Leidenschaft lebt. Durch die enge Zusammenarbeit von Marketingexpert:innen aus verschiedenen Ländern und Fachbereichen ist ein Leitfaden entstanden, der praxisnahe Empfehlungen, bewährte Strategien und hilfreiche Werkzeuge bietet und gleichzeitig genügend Flexibilität lässt, um auf die Besonderheiten der einzelnen Märkte einzugehen.

Die Welt verändert sich schneller denn je. Auch die Art und Weise, wie Menschen Produkte entdecken, vergleichen und kaufen, entwickelt sich kontinuierlich weiter. Die Digitalisierung eröffnet uns dabei enorme Chancen, unsere Kund:innen noch besser zu erreichen, sie zu inspirieren und langfristige Beziehungen aufzubauen. Deshalb möchten wir diesen Weg gemeinsam mit dir gehen – als starke Marke mit einer gemeinsamen Vision.

Dieser Leitfaden versteht sich nicht als starres Regelwerk, sondern als Inspirationsquelle und praktische Unterstützung für deine tägliche Marketingarbeit. Gemeinsam möchten wir die Werte vermitteln, für die baby lock seit Jahrzehnten steht: Innovation, Präzision und höchste Manufaktur-Qualität aus Japan. Mit der Einführung der baby lock Serenity beginnt ein neues Kapitel – und wir freuen uns darauf, dieses gemeinsam mit dir zu gestalten.

Wir laden dich herzlich ein, Teil dieser Produkteinführung zu werden. Teile Fotos, Videos, Vorführungen, kreative Nähprojekte und besondere Momente mit deiner Community auf Social Media und verwende dabei den Hashtag

#babylockserenity.

Gemeinsam machen wir die Einführung der neuen baby lock Serenity zu einem Erfolg und zeigen, was unsere Community verbindet: Kreativität, Leidenschaft und die Freude am Nähen.

Vielen Dank, dass du Teil der baby lock Familie bist. Lass uns gemeinsam wachsen, inspirieren und die Zukunft gestalten!

Marketing Team

Inhalt

TEIL EINS · SOCIAL MEDIA

Die neue Realität der Nähkundinnen und Nähkunden	5
Die Kanäle im Überblick	7
Dein Fundament: Das Instagram Business-Konto	8
Die Formate: Was du wo postest	10
Deine Content-Mischung	12
Bildunterschriften, die wirken	14
Design & Markenauftritt	16
Musik & Urheberrecht	18
Rechtliches – Sicher posten	19
Der Algorithmus & echte Kaufsignale	20
Aus Followern werden Kundinnen und Kunden	21
So unterstützt dich baby lock	23

TEIL ZWEI · VIDEOPRODUKTION

Erstelle professionell wirkende Videos mit deinem Equipment	26
Vorbereitung ist der Schlüssel zum Erfolg	27
Aufnahmetechniken, die den Unterschied machen	30
Dein Video schneiden	32
Kostenlose Tools, die alle Händler:innen kennen sollten	34
Content-Ideen, die Kundinnen und Kunden ansprechen	35
Kontaktiere uns!	37

baby lock



TEIL EINS

Social Media

So wirst du in deiner Region als Näh-Expert:in sichtbar.

Die neue Realität der Nähkundinnen und Nähkunden

Warum Social Media die neue Tür zu deinem Geschäft geworden ist.

Viele Jahre lang war der Kaufprozess einfach:

Werbung → Besuch im Fachgeschäft → Kauf

Heute hat sich dieser Weg grundlegend verändert:

**Social Media → Videoinhalte → Kontakthanfrage (Lead) → Newsletter & Nachbetreuung
→ Maschinenvorführung → Kauf**

Moderne Kundinnen und Kunden informieren sich umfassend, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen. Sie schauen Videos, vergleichen Produkte, lesen Bewertungen, tauschen sich in Online-Communities aus und konsumieren informative Inhalte – lange bevor sie Kontakt zu einem Händler aufnehmen.

Auf Grundlage der Analyse von Tausenden Kundendatensätzen, Leads, Workshop-Anmeldungen und der Zusammenarbeit mit Vertriebspartnern in unseren Märkten haben wir einen klaren Trend erkannt:

- Kundinnen und Kunden entdecken Produkte heute über digitale Kanäle.
- Sie suchen nach informativen Inhalten, bevor sie eine Kaufentscheidung treffen.
- Sie vertrauen sichtbaren Expertinnen und Experten mehr als klassischer Werbung.
- Sie kommen häufig bereits gut informiert zu einer Vorführung.
- Sie erwarten schnelle Antworten und eine persönliche Nachbetreuung.

Für dich als Vertriebspartner:in heißt das: Du verkaufst nicht einfach Maschinen. Du informierst, baust Vertrauen auf und bleibst während der gesamten Kaufreise sichtbar. Dein Ziel ist es, die Expertin oder der Experte zu sein, dem Kundinnen und Kunden vertrauen, wenn sie bereit sind zu kaufen.

Unsere neuen Erfolgskennzahlen

Erfolg messen wir nicht mehr nur am Verkauf, sondern an jedem Schritt der Kundenreise:

Reichweite	Videoaufrufe	Gespeicherte Beiträge	Geteilte Beiträge
Veranstaltungsanmeldungen	Anfragen für Vorführungen	Newsletter-Anmeldungen	
Öffnungsraten von E-Mails	Workshop-Teilnahmen	Verkaufsabschlüsse (Conversion Rate)	

Unser Ziel ist es nicht, einfach mehr Inhalte zu veröffentlichen. Unser Ziel ist es, messbaren Einfluss aufzubauen, der zu Verkäufen führt. Die Vertriebspartner, die ihre Kundinnen und Kunden informieren, inspirieren und eine engagierte Community aufbauen, werden die Marktführer von morgen sein.



Die Kanäle im Überblick

KAPITEL 2

Wo du deine Kundinnen und Kunden erreichst – und welche Aufgabe welcher Kanal erfüllt.

Du musst nicht auf jeder Plattform aktiv sein. Ein Kanal, den du regelmäßig und gut bespielst, bringt mehr als drei vernachlässigte Accounts. Wichtig ist zu verstehen, welcher Kanal welche Aufgabe erfüllt:

Instagram – deine Hauptbühne

Hier ist die kreative Näh-Community besonders aktiv. Instagram eignet sich für:

- **Reels**, um neue Kundinnen und Kunden zu erreichen – kurze Videos werden auch Menschen gezeigt, die dir noch nicht folgen
- **Stories**, um Nähe und Vertrauen bei deinen Followern aufzubauen – Einblicke in den Geschäftsalltag, Workshops, Umfragen
- **Beiträge und Carousels** als dein digitales Schaufenster – Kaufberatung, Nähtipps, Kundenprojekte

Facebook – der direkte Draht zu deiner Stammkundschaft

Die Näh-Zielgruppe 45+ ist hier stark vertreten – unterschätze diesen Kanal nicht. Facebook eignet sich für:

- Veranstaltungen und Workshop-Ankündigungen
- Lokale Gruppen und den Austausch mit deiner Community
- Längere Beiträge und Neuigkeiten aus deinem Geschäft

Der Vorteil: Inhalte aus Instagram lassen sich mit wenigen Klicks gleichzeitig auf Facebook veröffentlichen – doppelte Reichweite ohne doppelte Arbeit.

YouTube – deine Expertenbühne

Hier baust du langfristig Autorität auf. YouTube eignet sich für:

- Ausführliche Maschinenvorstellungen und Produktvergleiche
- Tutorials und Schulungsinhalte (5–15 Minuten)
- Erfolgsgeschichten deiner Kundinnen und Kunden

Der große Unterschied zu Instagram und Facebook: YouTube-Videos werden über die Google-Suche gefunden – oft noch Jahre nach der Veröffentlichung. Wer "Overlock einfädeln" googelt, kann bei dir landen.

Unsere Empfehlung für den Start: Instagram als Hauptkanal aufbauen, Inhalte parallel auf Facebook ausspielen und YouTube ergänzen, sobald du Routine mit Videos hast.

Dein Fundament: Das Instagram Business-Konto

Deine digitale Visitenkarte – oft der erste Eindruck, den Kundinnen und Kunden bekommen.

Bevor du den ersten Beitrag veröffentlichst, muss dein Profil stehen. Nutze immer ein Unternehmensprofil (Business-Konto) statt eines privaten Profils. Nur damit erhältst du:

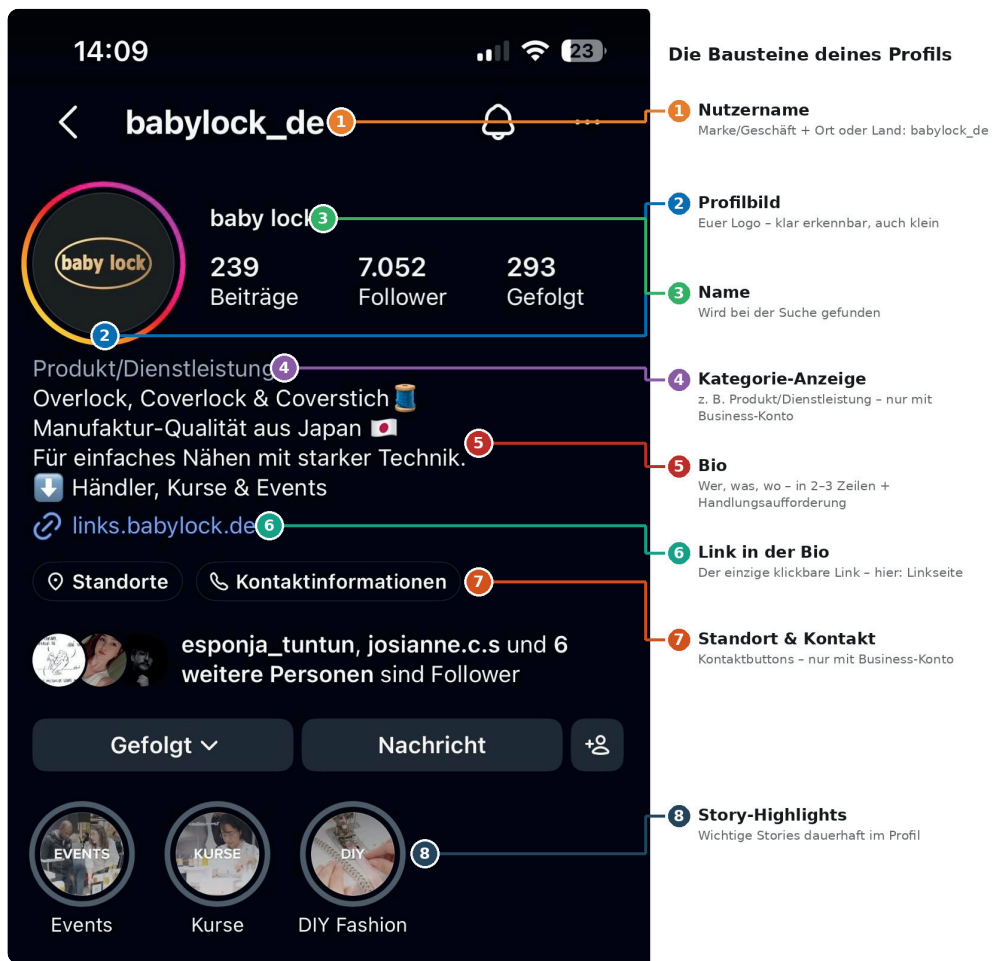
- **Insights:** Statistiken zu deinen Beiträgen, deiner Reichweite und deinen Followern
- **Kontakt-Buttons:** Anrufen, E-Mail oder Route direkt aus deinem Profil
- **Kategorie-Anzeige:** z. B. "Nähmaschinengeschäft" unter deinem Namen
- **Werbemöglichkeiten:** die Option, erfolgreiche Beiträge zu bewerben

So stellst du dein Konto um (kostenlos, in wenigen Minuten)

- 1 Öffne dein Instagram-Profil und tippe oben rechts auf das Menü (≡)
- 2 Gehe zu Einstellungen und Privatsphäre
- 3 Wähle Kontoart und Tools → Zu professionellem Konto wechseln
- 4 Wähle Unternehmen und die passende Kategorie (z. B. Nähmaschinengeschäft)
- 5 Ergänze deine Kontaktdaten – fertig

Das gehört in dein Profil – die 8 Bausteine

1. **Nutzername:** Geschäftsname plus Ort, z. B. "Nähwelt Müller | Köln". So wirst du auch bei lokaler Suche gefunden.
2. **Profilbild:** Dein Logo – klar erkennbar, auch klein auf dem Smartphone. Kein Foto vom Schaufenster.
3. **Name:** Geschäftsname plus Ort, z. B. "Nähwelt Müller | Köln".
4. **Kategorie-Anzeige:** z. B. Produkt/Dienstleistung – nur mit Business-Konto.
5. **Bio:** In 2–3 Zeilen: Wer du bist, was du anbietest, wo du bist – plus eine Handlungsaufforderung. Beispiel: "Dein Nähmaschinen-Fachgeschäft in Köln. Beratung, Service & Workshops. Autorisierter baby lock Händler. Jetzt Vorführung buchen."
6. **Link in der Bio:** Der einzige klickbare Link auf Instagram. Verlinke deine Website, die Workshop-Anmeldung oder deine Terminbuchung. **Tipp:** Mit kostenlosen Tools wie Linktree bündelst du mehrere Ziele hinter einem Link.
7. **Standort & Kontaktbutton:** Aktiviere Telefon, E-Mail und Adresse, damit Interessierte dich mit einem Klick erreichen.
8. **Story-Highlights:** Speichere wichtige Stories dauerhaft in deinem Profil – z. B. "Maschinen", "Workshops", "Kundenprojekte", "Über uns", "Anfahrt".



Dein Instagram-Businessprofil, Baustein für Baustein.

CHECKLISTE: IST DEIN PROFIL STARTKLAR?

- ☐ Business-Konto aktiviert
- ☐ Logo als Profilbild
- ☐ Ort im Namen oder in der Bio
- ☐ Klare Handlungsaufforderung in der Bio
- ☐ Funktionierender Link in der Bio
- ☐ Kontaktbutton aktiviert
- ☐ Mindestens 3 Story-Highlights angelegt
- ☐ Impressum verlinkt

Die Formate: Was du wo postest

Jedes Format hat eine Aufgabe. Passe den Inhalt an das Ziel an.

Reels

Ziel: Neue Zielgruppen erreichen. Reels werden auch Personen angezeigt, die deinem Account noch nicht folgen.

- Maschinenvorführungen
- Nähtipps
- Produktvergleiche
- Vorher-/Nachher-Ergebnisse
- Problemlösende Inhalte

Empfohlene Länge: 15–45 Sekunden

Häufigkeit: 1–3 Reels pro Woche oder täglich, wenn die Kapazitäten es zulassen.

Stories

Ziel: Vertrauen bei bestehenden Followern aufbauen.

- Alltag im Geschäft
- Neu eingetroffene Produkte und Maschinenlieferungen
- Vorbereitung von Workshops
- Einblicke hinter die Kulissen
- Kurze Umfragen und Fragen an die Community

Häufigkeit: 3–5 Stories pro Woche, während Launch-Wochen gerne täglich.

Karussell-Posts

Ziel: Die Zielgruppe informieren und die Anzahl gespeicherter Beiträge erhöhen.

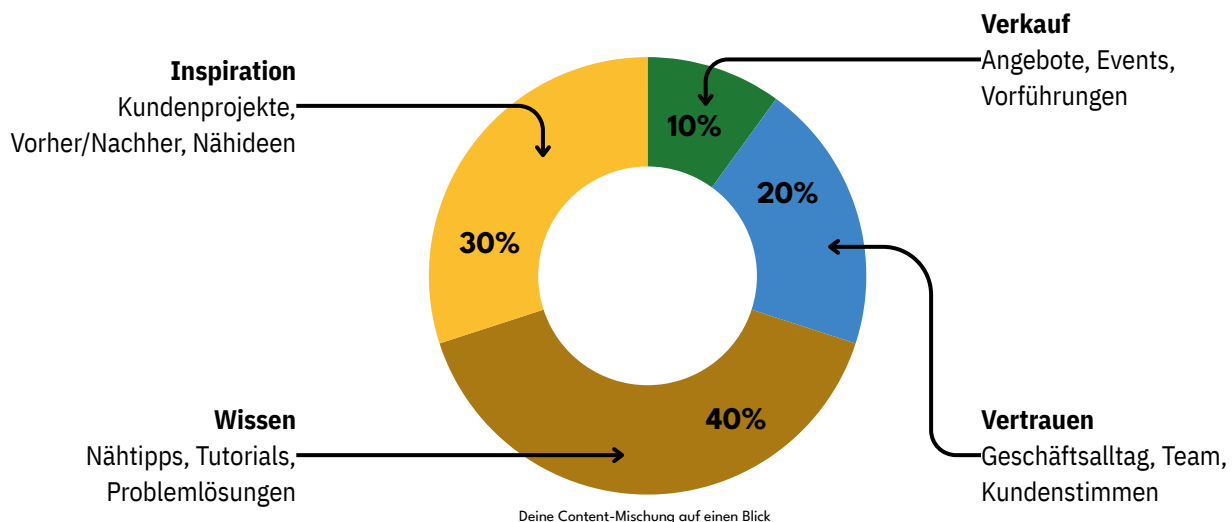
- Kaufberatungen
- Produktvergleiche
- Erklärungen zu Funktionen
- Häufig gestellte Fragen (FAQs)

Beispiel: "5 Gründe, eine Serenity-Vorführung zu buchen" – Folie 1: neugierig machende Überschrift. Folien 2–6: informativer Inhalt. Letzte Folie: eine klare Handlungsaufforderung.

Deine Content-Mischung

Damit dein Kanal keine reine Werbefläche wird.

Verteile deine Inhalte auf vier Säulen:



- **Wissen (ca. 40 %):** Nähtipps, Tutorials, Problemlösungen, Einsteiger-Hilfe - macht dich zum Experten.
- **Inspiration (ca. 30%):** Kundenprojekte, Vorher/Nachher, saisonale Nähideen - weckt Nählust.
- **Vertrauen (ca. 20%):** Geschäftsalltag, Team, Kundenstimmen, Workshop-Momente - macht dich nahbar.
- **Verkauf (ca. 10 %):** Angebote, neue Produkte, Events, Vorführungs-Einladungen - sparsam eingesetzt wirkt es.

**Wissen schafft Sichtbarkeit. Vertrauen schafft Vorführungen.
Vorführungen schaffen Verkäufe.**

"Dafür habe ich keine Zeit!" – Content-Recycling & Routine

Der häufigste Einwand – und die gute Nachricht: Guter Content entsteht nicht durch mehr Zeit, sondern durch ein System.

Dein Start-Rhythmus auf einen Blick

- 1–2 Reels pro Woche
- 3 Stories pro Woche (z. B. Montag / Mittwoch / Freitag)
- 1 Beitrag oder Karussell-Post pro Woche
- Alle Kommentare und Nachrichten beantworten

Das ist mit 2–3 Stunden pro Woche machbar. Regelmäßigkeit schlägt Menge – lieber diesen Rhythmus acht Wochen durchhalten, als drei Wochen täglich posten und dann verstummen.

Aus 1 mach 5: Content-Recycling

Eine einzige Maschinenvorführung in deinem Geschäft liefert dir Material für:

- 1 Reel (der beste 30-Sekunden-Moment)
- 1 Carousel ("5 Dinge, die diese Maschine kann" – mit Standbildern aus dem Video)
- 3 Stories (Vorbereitung, Durchführung, Ergebnis)
- 1 YouTube-Video (die komplette Vorführung)
- 1 Facebook-Beitrag (das Reel dort erneut veröffentlichen)

Batching: Vorproduzieren statt täglich improvisieren

Blocke dir alle zwei Wochen einen Nachmittag (2–3 Stunden): Maschine aufbauen, gutes Licht – und dann 4 bis 6 kurze Videos am Stück drehen. Die Beiträge planst du anschließend mit der kostenlosen Meta Business Suite (business.facebook.com) vor. Sie werden automatisch veröffentlicht, auch wenn du gerade im Verkaufsgespräch stehst.

Die 15-Minuten-Tagesroutine

- 1** 5 Minuten: Kommentare und Nachrichten beantworten
- 2** 5 Minuten: 1–2 Stories posten (was gerade im Geschäft passiert)
- 3** 5 Minuten: Bei 3–5 Beiträgen aus der Näh-Community liken und kommentieren – Sichtbarkeit entsteht auch durch eigene Aktivität



Bildunterschriften, die wirken

Die Caption entscheidet mit, ob aus einem Betrachter ein Interessent wird.

Jede gute Caption folgt derselben einfachen Struktur:

Hook → Nutzen → Call-to-Action

- 1. Hook:** Die erste Zeile muss die Aufmerksamkeit stoppen. Sie spricht ein Problem, einen Wunsch oder eine Neugier an.
- 2. Nutzen:** Sag kurz, was für deine Kunden leichter, schöner oder möglich wird.
- 3. Call-to-Action:** Sag klar, was sie als Nächstes tun sollen.

The screenshot shows a social media post from 'naehstube.hoffmann' in Leipzig. The post features a placeholder for a photo or video showing a sewing machine in use. Below the image, it says 'Gefällt 128 Mal' and 'naehstube.hoffmann'. The caption is structured as follows:

- 1. HOOK:** Die ersten kämpfen mit welligen Säumen bei Jersey. (Annotated with a yellow arrow pointing to the first line of the caption.)
- 2. NUTZEN:** Mit dieser Maschine bekommst du in Sekunden ein professionelles Finish. (Annotated with a blue arrow pointing to the second line of the caption.)
- 3. CALL-TO-ACTION:** Buch dir jetzt deine Vorführung - Link in der Bio. (Annotated with a green arrow pointing to the third line of the caption.)

At the bottom of the caption, there are hashtags: #nähen #overlock #nähenleipzig.

Hooks, die den Daumen stoppen

- "Hör auf, diesen Nähfehler zu machen."
- "Das wissen die wenigsten Nähbegeisterten."
- "Der Grund, warum deine Stiche aussetzen."
- "Welche Maschine passt zu dir?"
- "Das Geheimnis hinter professionellen Abschlüssen."

Was ist ein Call-to-Action (CTA)?

Ein Call-to-Action ist eine klare Handlungsaufforderung am Ende deines Beitrags. Er sagt deinen Leserinnen und Lesern, was sie als Nächstes tun sollen. Ohne CTA verpufft selbst der beste Beitrag: Der Kunde fand ihn interessant, scrollt aber weiter.

Die goldene Regel: Nur ein CTA pro Beitrag. Wer zwei Dinge gleichzeitig fordert, bekommt keines.

Beispiele für starke CTAs: "Buch deine Vorführung." ; "Besuch uns im Geschäft."; "Melde dich zum Workshop an – Link in der Bio."; "Speichere dir diesen Beitrag für dein nächstes Projekt."; "Schreib uns: Welche Maschine passt zu dir?"

Wichtig für Instagram: Links im Beitragstext sind nicht klickbar. Verwende deshalb die Formulierung "Link in der Bio" und halte den Link in deinem Profil aktuell.

Tipp: Stelle konkrete Fragen ("Welches Projekt würdest du damit als Erstes nähren?"). Beiträge mit Fragen bekommen deutlich mehr Kommentare – und Kommentare bedeuten Reichweite.

DO

- Sprich über den Nutzen, nicht nur das Feature
- Verwende aktive Verben: nähren, starten, ausprobieren, entdecken
- Wecke Neugier und sprich echte Kundenprobleme an
- Fokussiere auf das Ergebnis

DON'T

- Nur Features aufzählen
- Mehrere CTAs in einem Beitrag verwenden
- Lange, komplizierte Texte schreiben
- Den Beitrag über dein Unternehmen statt über die Kunden schreiben



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Menschen lesen Beiträge nicht – sie scannen sie.

Führe den Blick: Headline groß und oben, ein visueller Fokus pro Grafik, CTA klar sichtbar unten.

Bewährtes Layout: Headline oben links, Logo oben rechts, Produkt/Projekt in der Mitte, Nutzen unten links, CTA unten rechts. Vor dem Posten immer auf dem Handy gegenchecken.

Die visuelle Rangfolge:

1. Projekt oder Maschine → 2. Hauptnutzen → 3. CTA → 4. baby lock Logo

Das Logo unterstützt die Botschaft. Das Logo ist nicht die Botschaft.

Das Layout-Schema	✓ Gut	✗ Schlecht
1 Headline → 2 Logo 3 Produkt / Projekt 4 Nutzen → 5 CTA So wandert der Blick in einem „Z“ über die Grafik.	Säume wie vom Profi. <i>baby lock</i> Maschinenfoto In Sekunden eingefädelt – mehr Zeit fürs Nähen. Vorführung buchen Ein Fokus, klare Rangfolge, genau ein CTA.	Die neue Maschine mit Jet-Air-Einfädelsystem, Differentialtransport, 8 Fäden, LCD-Display, 87 Stichprogrammen und vielem mehr jetzt bei uns im Geschäft erhältlich solange der Vorrat reicht!!! <i>baby lock</i> Jetzt kaufen! Referenz... Logo schräg & riesig, Textwand, drei CTAs, kein Fokus.

DESIGN-CHECKLISTE

- ☐ Ist die Überschrift gut sichtbar?
- ☐ Ist die Botschaft klar verständlich?
- ☐ Gibt es einen eindeutigen Blickfang?
- ☐ Lässt sich das Design auf dem Smartphone leicht erfassen?
- ☐ Ist der Call-to-Action gut sichtbar?

Logo-Nutzung

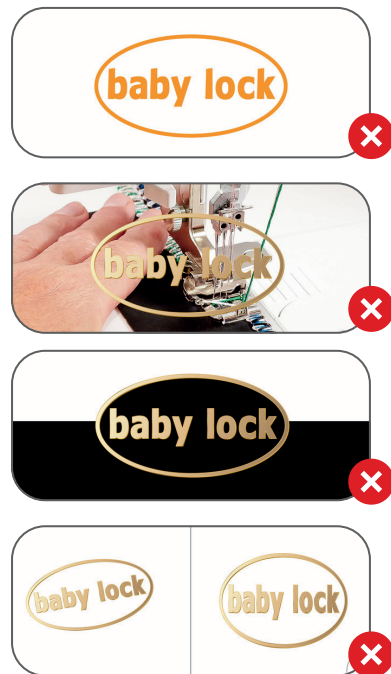
Jeder veröffentlichte Inhalt eines Vertriebspartners repräsentiert sowohl den Händler als auch die Marke baby lock. Ein einheitlicher Markenauftritt stärkt Vertrauen, Professionalität und den Wiedererkennungswert in allen Märkten.

DO

- Nur freigegebene Logos vom Marketing-Team verwenden
- Waagrecht, in Originalproportionen, mit Freiraum
- Hochauflösende Dateien, auf dem Handy lesbar
- Corporate Brand Guidelines beachten

DON'T

- Nicht verzerren, drehen, kippen oder schräg stellen
- Keine Schatten, Effekte, Verläufe oder Farbänderungen
- Nicht auf unruhige Hintergründe setzen
- Keine KI-generierten Logo-Versionen
- Nicht zum größten Element machen



Häufiger Fehler: das Logo schräg platzieren, verzerren, übermäßig vergrößern oder in KI-generierte Grafiken integrieren. Verwende das Logo daher immer exakt so, wie es bereitgestellt wurde.

Schreibweise: baby lock wird immer komplett kleingeschrieben – auch am Satzanfang.

Hashtags & lokale Sichtbarkeit

Nutze 3–8 relevante Hashtags pro Beitrag: Nähen allgemein (#nähen #nähenmachtlücklich), dein Thema (#overlock #coverstitch #nähanfänger), deine Region (#nähenkoeln – deine Stadt einsetzen) und deine Events. Vermeide generische (#love), irrelevante und übermäßig viele Hashtags sowie ständig dasselbe Set. Qualität vor Menge.

Du verkaufst lokal: Tagge in jedem Beitrag deinen Standort, nutze lokale Hashtags und markiere passende lokale Accounts (Stoffläden, Nähcafés, Veranstalter).

Was du als Unternehmen beachten musst.

Musik macht Reels lebendiger – aber hier lauert eine der häufigsten rechtlichen Fallen für Geschäftskonten.

Warum du nicht jede Instagram-Musik nutzen darfst

Die bekannte Musikbibliothek mit aktuellen Chart-Songs ist nur für private Konten lizenziert. Als Business-Konto machst du geschäftliche Kommunikation – also Werbung. Deshalb zeigt dir Instagram auf einem Business-Konto automatisch eine eingeschränkte Auswahl an: die Meta Sound Collection. Nur diese Titel sind für die kommerzielle Nutzung freigegeben.

Nutzt du trotzdem kommerzielle Musik, riskierst du:

- Stummschaltung oder Löschung deines Videos durch die Plattform
- Abmahnungen und Lizenzforderungen (in Deutschland z. B. durch die GEMA)
- Eingeschränkte Reichweite deines Kontos

Wichtig für die Zusammenarbeit mit baby lock: Wir können deine Videos nur reposten, als Collab-Post teilen oder in unsere Kanäle einbinden, wenn die Musik lizenzfrei bzw. für kommerzielle Nutzung freigegeben ist.

Deine sicheren Alternativen

Kostenlos: Meta Sound Collection · YouTube Audio Library · Pixabay Music · ccMixter · Free Music Archive · Musopen

Kostenpflichtig (Abo oder Einzelkauf): Epidemic Sound und Artlist – bei Content Creators in Europa besonders beliebt, weil die Lizenzen Social Media, YouTube und Werbung eindeutig abdecken, ohne zusätzliche GEMA-Klärung. Auch Pond5 und AudioJungle für den Kauf einzelner Titel.

Worauf du bei jeder Lizenz achten musst: Sie muss die kommerzielle Nutzung ausdrücklich einschließen. "Kostenlos" heißt nicht automatisch "frei für Werbung".

Die einfachste Lösung von allen: der Originalton deiner Maschine. Das Surren einer Overlock ist für deine Zielgruppe ohnehin der schönste Sound – authentisch und rechtlich absolut sicher. Auch deine eigene Stimme als Kommentar ist immer unproblematisch.

Rechtliches – Sicher posten

Diese fünf Punkte schützen dich vor Abmahnungen.

1. Impressumspflicht

Geschäftliche Social-Media-Profilen brauchen in Deutschland ein Impressum.

Am einfachsten: Verlinke das Impressum deiner Website in der Bio oder im dafür vorgesehenen Feld. Es muss mit maximal zwei Klicks erreichbar sein.

2. Fotos und Videos von Personen

Bevor du Kundinnen und Kunden erkennbar zeigst – etwa im Workshop oder bei einer Veranstaltung – brauchst du ihre Einwilligung. Am besten schriftlich (kurzes Formular bei der Anmeldung) oder mündlich fragen und nur die Personen zeigen, die zugestimmt haben.

3. Kundenprojekte und fremde Inhalte

Poste Fotos von Kundenprojekten nur mit Erlaubnis – ein kurzes "Dürfen wir dein Projekt auf unserem Kanal zeigen?" per Nachricht reicht meist. Markiere dann die Urheberin im Beitrag. Verwende keine Bilder, Schnittmuster- Fotos oder Videos aus dem Internet, deren Rechte du nicht hast.

4. Werbung kennzeichnen

Beiträge über Produkte, die du verkaufst, sind auf deinem Geschäftskonto als geschäftliche Kommunikation erkennbar – das ist in der Regel unproblematisch.

Vorsicht bei Kooperationen: Wenn Creator oder Kundinnen gegen Bezahlung über dich posten, müssen diese Beiträge als Werbung gekennzeichnet werden.

5. KI-generierte Inhalte kennzeichnen

Wenn du Bilder, Videos oder Audio mit Künstlicher Intelligenz erstellst oder stark veränderst, musst du das kennzeichnen. Das schreibt die neue EU-KI-Verordnung (AI Act) vor, deren Transparenzpflichten ab August 2026 gelten. Die Plattformen bieten dazu eigene Kennzeichnungen an (z. B. "Mit KI erstellt" bei Instagram) – nutze diese.

Zur Erinnerung: KI-generierte baby lock Logos oder Maschinenbilder sind ohnehin tabu, da sie die Produkte falsch darstellen.

Gesetzestext: EU-Verordnung 2024/1689 (AI Act), eur-lex.europa.eu

Der Algorithmus & echte Kaufsignale

Eine einzige Demo-Anfrage ist mehr wert als hundert Likes.

Plattformen belohnen Watchtime, gespeicherte Beiträge, geteilte Beiträge und Kommentare – Likes spielen eine untergeordnete Rolle. Noch wichtiger als Plattform-Zahlen sind aber Signale von Menschen, die kaufen wollen:

1. Anfrage für eine Vorführung
2. Workshop-Anmeldung
3. Direktnachricht mit einer Frage
4. Gespeicherter Beitrag
5. Geteilter Beitrag
6. Kommentar
7. Like

Wo finde ich meine Zahlen?

Alle wichtigen Kennzahlen zeigt dir Instagram direkt in der App: Öffne dein Profil und tippe auf Professionelles Dashboard → Insights. Ein Blick pro Monat reicht – schau dir dabei drei Dinge an: deine Reichweite (wächst sie über die Monate?), deine gespeicherten und geteilten Beiträge (welche Inhalte kommen an? → mehr davon!) und deine Profilaufufe.

Und die wichtigste Kennzahl steht in keiner App: Frage neue Kundinnen und Kunden im Geschäft einfach "Wie sind Sie auf uns aufmerksam geworden?" – und notiere die Antworten. So siehst du schwarz auf weiß, was deine Social-Media-Arbeit bringt.

Aus Followern werden Kundinnen und Kunden

Community Management – hier verlieren die meisten Händler ihre Leads.

Der Beitrag läuft gut, Kommentare und Nachrichten kommen – und bleiben unbeantwortet. Dabei ist genau das der Moment, in dem aus Interesse ein Termin wird.

Die Grundregeln

- Antworte auf jeden Kommentar – idealerweise innerhalb von 24 Stunden. Jede Antwort ist ein Signal an den Algorithmus und zeigt allen Mitlesenden: Hier kümmert sich jemand.
- Antworte, wo es passt, mit einer Gegenfrage. Das hält das Gespräch am Laufen.
- Direktnachrichten sind heiße Leads. Wer dir privat schreibt, ist meist nah an einer Kaufentscheidung. Antworte schnell, persönlich und hilfreich.
- Verwende Namen. "Danke, Sabine!" wirkt anders als "Danke!".

Vom Kommentar zum Vorführungstermin

Kommentar oder Direktnachricht → hilfreiche Antwort → Einladung (Vorführung, Workshop, Besuch) → Termin → Verkauf

Kommentare

S

sabine.naecht

Sieht toll aus, aber ist so eine Maschine nicht kompliziert? 😊

vor 2 Std. · Gefällt mir · Antworten

N

naehwelt_mueller · Autor:in

Das denken viele! 😊 Genau deshalb zeige ich dir das gern live – in 10 Minuten fädelst du selbst ein. Schreib mir eine Nachricht, dann finden wir einen Termin.

vor 1 Std. · Gefällt mir · Antworten



So unterstützt dich baby lock

#babylockserenity

In der Nextcloud stellen wir dir fertiges Material bereit, das du direkt für deine Kanäle nutzen kannst:

Ressource	Was sie dir bringt	
Vorlagen für Demotage / Hausmessen	Fertige Vorlagen – nur noch mit deinen Daten ergänzen (Datum, Ort, Anmeldung)	
Bilder und Videos unserer Maschinen	Professionelles Material in hoher Auflösung, freigegeben für Social Media, Website und Werbung	
Das baby lock Logo	In allen benötigten Dateiformaten – bitte ausschließlich diese Dateien verwenden	

So stellst du sicher, dass deine Inhalte professionell aussehen, markenkonform sind – und von uns bedenkenlos geteilt werden können.

CHECKLISTE: VOR JEDEM BEITRAG

- ☐ Starker Einstieg (Hook)?
- ☐ Nutzen für die Kunden klar – nicht nur das Feature?
- ☐ Genau ein CTA?
- ☐ 3–8 passende Hashtags, mindestens einer lokal? Standort getaggt?
- ☐ Bei Video: Untertitel an, starker erster Moment?
- ☐ Logo korrekt, "baby lock" kleingeschrieben?
- ☐ Alle abgebildeten Personen einverstanden?
- ☐ Auf dem Handy gegengecheckt: lesbar, ein Fokus?

Und jetzt: Fang einfach an.

Dein erstes Reel muss nicht perfekt sein – es muss nur echt sein. Deine Kundinnen und Kunden suchen keine Hochglanz-Produktion, sondern einen Menschen, dem sie vertrauen können. Und genau das bist du.

Mit jedem Beitrag wirst du sicherer, deine Videos werden besser und deine Community wächst. Wir freuen uns darauf, deine Inhalte zu sehen – und unterstützen dich auf dem Weg.





TEIL ZWEI

Videoproduktion

Bessere Videos mit dem Smartphone aus deiner Tasche.

Erstelle professionell wirkende Videos mit deinem Equipment

Heute erwarten Kundinnen und Kunden, Produkte in Aktion zu sehen, bevor sie kaufen.

Ein einfaches, gut gemachtes Video einer baby lock Maschine kann Fragen beantworten, Vertrauen aufbauen und Kundinnen und Kunden dazu bewegen, dein Geschäft zu besuchen.

Die gute Nachricht: Du brauchst weder teure Kameras noch jahrelange Erfahrung. Moderne Smartphones können hervorragende Videos produzieren – wenn man sie richtig einsetzt. Dieser Leitfaden zeigt dir die wichtigsten Techniken, die die Qualität deiner Videos sofort verbessern, ohne den Prozess kompliziert zu machen.

Die beste Kamera ist die, die du bereits hast.



Vorbereitung ist der Schlüssel zum Erfolg

Professionell wirkende Videos entstehen selten zufällig.

Wer sich vor dem Drehen ein paar Minuten Zeit nimmt, verbessert das Ergebnis dramatisch.

Reinige dein Kameraobjektiv

Das ist der am häufigsten übersehene Schritt in der mobilen Videoproduktion. Dein Handy steckt die meiste Zeit in der Hosentasche oder Handtasche – Fingerabdrücke, Staub und Fett sammeln sich auf dem Objektiv. Bereits ein kleiner Fleck kann dein Bild weich, trüb oder unscharf wirken lassen.

Wische das Objektiv vor jeder Aufnahme mit einem sauberen Mikrofaser Tuch oder weichem Baumwolltuch ab. Ein sauberes Objektiv macht oft einen größeren Unterschied als ein teureres Handy.

Licht ist wichtiger als deine Kamera

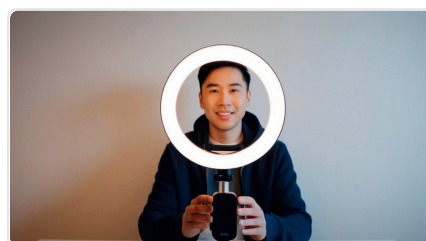
**Gutes Licht lässt eine durchschnittliche Kamera außergewöhnlich aussehen.
Schlechtes Licht bringt selbst die beste Kamera an ihre Grenzen.**



Natürliches Fensterlicht



Raumbeleuchtung



Ringlicht oder LED-Panel

Wann immer möglich:

- Stelle dich so auf, dass du einem großen Fenster zugewandt bist.
- Nutze natürliches Tageslicht, wann immer es zur Verfügung steht.
- Schalte bei Bedarf zusätzliche Raumbeleuchtung ein.
- Sorge dafür, dass die Maschine gleichmäßig ausgeleuchtet ist.

Vermeide helle Fenster direkt hinter dem Motiv – das lässt die Kamera auf den Hintergrund belichten und die Maschine wird zu dunkel. Wenn Kundinnen und Kunden die Maschine nicht klar erkennen können, werden sie sich weniger mit deinem Video beschäftigen.

Wähle die richtige Ausrichtung deiner Kamera

Entscheide vor der Aufnahme, wo das Video veröffentlicht wird.

QUERFORMAT (HORIZONTAL)

- Website
- YouTube
- Präsentationen
- Schulungsvideos

HOCHFORMAT (VERTIKAL)

- Facebook Reels
- Instagram Reels
- TikTok
- YouTube Shorts

Eine nachträgliche Änderung der Ausrichtung führt oft zu Qualitätsverlust oder unschönem Zuschnitt.

Kamera richtig einstellen

Die meisten Smartphones erlauben es, die Aufnahmeeinstellungen anzupassen. Empfohlene Einstellungen:

- **Auflösung:** 1080p (Full HD)
- **Bildrate:** 30 Bilder pro Sekunde (30fps)

Diese Einstellungen liefern hervorragende Bildqualität bei überschaubaren Dateigrößen. 4K-Aufnahmen sind in der Regel nicht nötig, außer du brauchst sie für aufwändige Nachbearbeitung.

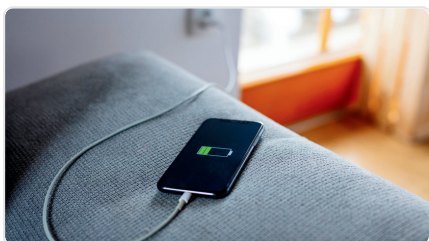
Fokus fixieren vor der Aufnahme

Kundinnen und Kunden wollen Stoff, Stiche und Maschinendetails klar sehen. Vor dem Drücken der Aufnahmetaste:

- 1** Tippe direkt auf die Maschine oder den Bereich, den du zeigen möchtest.
- 2** Warte, bis der Fokus sich eingestellt hat.
- 3** Starte die Aufnahme.

So wird verhindert, dass die Kamera während der Aufnahme ständig nachfokussiert.

Smartphone vorbereiten



Vor dem Filmen laden



Lautlos-Modus an



Ruhig filmen, ein Format

VOR JEDER AUFNAHMESESSION

- ☐ Akku über 30 %
- ☐ Ausreichend Speicherplatz vorhanden
- ☐ Flugmodus aktivieren
- ☐ Benachrichtigungen deaktivieren
- ☐ Kameraobjektiv gereinigt
- ☐ Maschine vorbereitet und eingefädelt
- ☐ Arbeitsbereich aufgeräumt

Kleine Vorbereitungen verhindern Unterbrechungen und sparen wertvolle Schnittzeit.



Aufnahmetechniken, die den Unterschied machen

Diese Gewohnheiten trennen amateurhafte von professionell wirkenden Aufnahmen.

Kamera ruhig halten

Nichts lässt ein Video schneller unprofessionell wirken als wackelige Aufnahmen. Wann immer möglich:

- Nutze ein Stativ.
- Nutze eine Handyhalterung.
- Stütze die Ellbogen auf einem Tisch ab.
- Lehne dich zur Stabilisierung an eine Wand.

Vermeide unnötige Bewegungen während der Aufnahme. Wenn du die Position wechseln musst: Aufnahme stoppen, neu positionieren und einen neuen Clip beginnen – statt mit dem Handy durch den Raum zu laufen.

Kurze Clips statt langer Videos

Statt eines durchgehenden zehnminütigen Videos: mehrere kürzere Clips aufnehmen.

Ziel: Clips zwischen 5 und 20 Sekunden.

Das macht den Schnitt deutlich einfacher und ermöglicht es, Fehler zu entfernen, ohne wertvolles Material zu verlieren. Professionelle Produktionen entstehen aus vielen kurzen Clips – nicht aus einer langen Aufnahme.

Verschiedene Kameraperspektiven nutzen

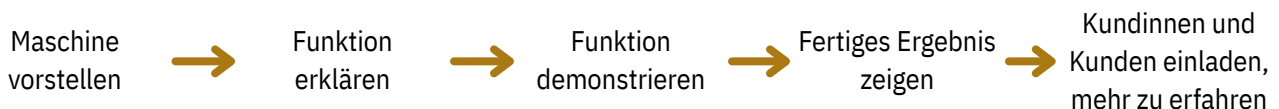
Abwechslungsreiche Perspektiven halten Zuschauerinnen und Zuschauer bei der Stange und zeigen die Maschine von allen Seiten. Kombiniere:

- Totale – zeigt die gesamte Maschine und den Arbeitsbereich.
- Halbnahe – zeigt die Maschine im Einsatz.
- Nahaufnahme – hebt Bedienelemente, Stiche, Einfädeln und Einstellungen hervor.
- Detailaufnahme – Fokus auf Nadel, Nähfuß, Stoffbewegung und fertigen Stich.

Ein Perspektivwechsel alle paar Sekunden sorgt für ein deutlich lebendigeres Video-Erlebnis.

Erzähle eine Geschichte

Statt einfach beliebige Clips zu drehen: an die Reise der Kundin/des Kunden denken. Eine einfache Struktur funktioniert gut:



Jeder Clip sollte die Frage beantworten: "Warum ist diese Funktion für meine Kundin/meinen Kunden wichtig?"

Ton ist wichtiger als du denkst

Zuschauerinnen und Zuschauer sind überraschend nachsichtig mit durchschnittlicher Bildqualität. Schlechter Ton hingegen bringt sie häufig dazu, das Video zu stoppen.

Nimm, wann immer möglich, in einer ruhigen Umgebung auf. Reduziere Hintergrundgeräusche, indem du Ventilatoren, Klimaanlage, Radio und Fernseher ausschaltest. Stehe möglichst nah am Handy, wenn du sprichst. Sprich natürlich, langsam und deutlich.

Hintergrund frei halten

Die Maschine sollte immer der Star der Aufnahme sein. Vor dem Drehen: unnötige Gegenstände entfernen, Stoffe gerade legen, Werkzeug ordentlich hinlegen und ablenkende Gegenstände im Hintergrund vermeiden. Ein aufgeräumter Arbeitsbereich vermittelt Professionalität und Qualität.

Häufige Fehler, die du vermeiden solltest

VERMEIDEN

- Mit schmutzigem Objektiv aufnehmen
- Mit hellem Fenster im Rücken stehen
- Ständig rein- und rauszoomen
- Zu schnell sprechen
- Zu lange Clips aufnehmen
- Die Kamera unnötig bewegen
- Das fertige Ergebnis nicht zeigen
- Hintergrundgeräusche ignorieren

Kleine Verbesserungen haben oft die größte Wirkung.

Dein Video schneiden

Guter Schnitt bedeutet, Ablenkungen zu entfernen – nicht Effekte hinzuzufügen.

Jeder Schnitt sollte dazu beitragen, dass das Video flüssiger wirkt und leichter zu folgen ist.

Beginne stark

Die ersten fünf Sekunden entscheiden darüber, ob jemand weiterschaut. Beginne mit etwas Interessantem: dem fertigen Projekt, der Maschine in Aktion, einer Nahaufnahme des Sticks, einem nützlichen Tipp oder einer Frage, die deine Kundinnen und Kunden beschäftigt. Vermeide lange Einstiege.

Alles entfernen, was keinen Mehrwert hat

Kürze heraus: das Laufen zur Kamera, das Aufbauen der Ausrüstung, lange Pausen, Fehler und wiederholte Erklärungen. Jede Sekunde sollte einen Zweck haben.

Videos fokussiert halten

Empfohlene Videolängen:

Videotyp	Empfohlene Länge
Schnelle Produktfunktion	30–60 Sekunden
Maschinenvorführung	1–3 Minuten
Tutorial	2–5 Minuten

Längere Videos sind nur dann sinnvoll, wenn der Inhalt es wirklich erfordert.

Branding hinzufügen

Einheitliches Branding baut über die Zeit Vertrauen auf. Füge dein Händler-Logo, Unternehmensfarben, einheitliche Schriftarten und einen professionellen Abschlusscreen hinzu. Platziere Logos in der oberen oder unteren Ecke des Videos – verdecke dabei keine wichtigen Teile der Maschine. Branding unterstützt den Inhalt – es lenkt nicht davon ab.

Immer einen Call-to-Action einbauen

Beende kein Video, ohne den Zuschauerinnen und Zuschauern zu sagen, was sie als Nächstes tun sollen.

Beispiele: "Besuche unsere Website." · "Kontaktiere uns für eine Vorführung." · "Ruf unser Team für weitere Informationen an." · "Buch ein Hands-on-Erlebnis." · "Folge uns für weitere Näh-Inspiration."

Ein klarer Call-to-Action macht aus Zuschauerinnen und Zuschauern potenzielle Kundinnen und Kunden.

Untertitel verwenden

Viele Menschen schauen Videos ohne Ton. Untertitel verbessern die Barrierefreiheit, erhöhen die Verweildauer, helfen beim Mitverfolgen von Vorführungen und steigern das Engagement in sozialen Netzwerken. Wo immer möglich: Untertitel in allen Videos einbinden.

Grafiken einfach halten

Übermäßige Animationen, auffällige Übergänge und ablenkende Effekte vermeiden. Schlichter, klarer Schnitt hält die Aufmerksamkeit dort, wo sie hingehört – auf der baby lock Maschine. Professionelle Videos werden für ihre Klarheit in Erinnerung behalten, nicht für ihre Spezialeffekte.



Kostenlose Tools, die alle Händler:innen kennen sollten

Für hervorragende Videos braucht es keine teure Software.

Videobearbeitung

- **CapCut** - einer der einsteigerfreundlichsten Editoren überhaupt. Mit Schnitt, Untertiteln, Übergängen und Vorlagen.
- **VN Video Editor** – ein intuitiver Editor mit professionellen Funktionen ohne unnötige Komplexität.
- **DaVinci Resolve (Desktop)** – ideal für Händler, die irgendwann mehr kreative Kontrolle und erweiterte Bearbeitungsmöglichkeiten wünschen.

Grafikdesign

Canva – perfekt für Video-Thumbnails, Titel, Werbegrafiken, Social-Media-Beiträge, Abschluss-Screens und Produktankündigungen.

Lizenzfreie Musik

Professionelle Hintergrundmusik kann das Engagement verbessern – wenn sie passend eingesetzt wird. Empfohlene kostenlose Quellen:

- ccMixter – Creative Commons, klare Lizenzkennzeichnung
- Free Music Archive – CC-lizenziert, nach Lizenztyp filterbar
- Pixabay Music – keine Namensnennung erforderlich
- YouTube Audio Library – kostenlos für kommerzielle Nutzung
- Musopen – gemeinfreie klassische Musik

Achte immer darauf, dass die Musik für kommerzielle Nutzung lizenziert ist.

Kostenloses Stock-Material

Nützlich für Werbevideos oder die Vorstellung deines Geschäfts. Empfohlene Websites: Pexels, Pixabay, Mixkit.

Audioaufnahmen

Die meisten modernen Smartphones haben hervorragende Aufnahme-Apps. Viele Schnitt-Apps ermöglichen es auch, Voiceovers direkt im Programm aufzunehmen. Nimm für beste Ergebnisse in einem ruhigen Raum auf. Externe Mikrofone sind günstig und einfach online zu kaufen.

KI als Helfer für Content

Künstliche Intelligenz kann bei der Video-Planung erheblich Zeit sparen. Nutze KI-Tools wie Claude oder ChatGPT, um Videoideen zu entwickeln, Maschinenvorführungen zu skripten, Captions zu erstellen, YouTube-Beschreibungen zu formulieren, Kunden-FAQs zu entwickeln und Schulungs-Skripte aufzubauen. Prüfe KI-Inhalte immer auf fachliche Korrektheit, bevor du sie verwendest.

Content-Ideen, die Kundinnen und Kunden ansprechen

Kundinnen und Kunden lieben praktische, hilfreiche Inhalte.

Wenn du nicht weißt, was du filmen sollst – Beliebte Ideen sind:

- Maschinen-Walkthroughs
- Unboxing-Videos
- Erste Eindrücke
- Einfädel-Demonstrationen
- Nähfußwechsel
- Nadelwechsel
- Stichvergleiche
- Stofftests
- Funktions-Demonstrationen
- Pflegetipps
- Häufig gestellte Fragen
- Erfolgsgeschichten von Kundinnen und Kunden
- Einsteiger-Tutorials
- Häufige Nähfehler
- Projekt-Inspiration
- Zubehör
- Vorher-/Nachher-Verwandlungen

Je hilfreicher deine Videos sind, desto wahrscheinlicher ist es, dass Kundinnen und Kunden deiner Expertise vertrauen.

Die baby lock Video-Formel

- 1** Aufmerksamkeit in den ersten fünf Sekunden wecken
- 2** Maschine oder Funktion klar vorstellen
- 3** In Aktion zeigen
- 4** Den Nutzen für die Kundin erklären
- 5** Das fertige Ergebnis zeigen
- 6** Mit dem Händler-Branding und einem klaren Call-to-Action abschließen

Abschlussgedanke

Die beste Kamera ist die, die du bereits hast.

Kundinnen und Kunden suchen keine Kinoproduktion – sie suchen Vertrauen. Sie wollen echte Vorführungen von sachkundigen Menschen, denen sie vertrauen können.

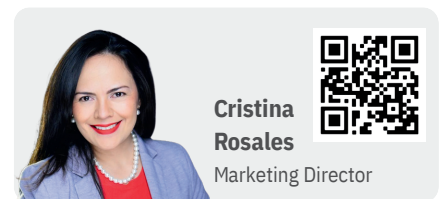
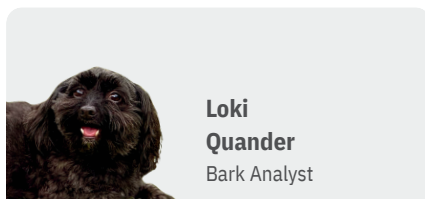
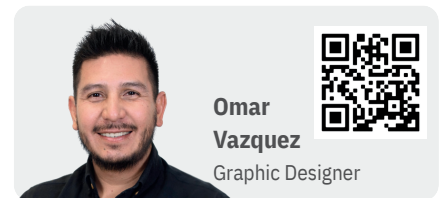
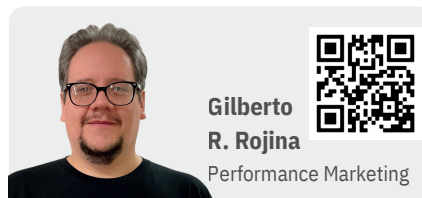
Sei klar, hilfreich und authentisch. Jedes Video, das du erstellst, ist eine Chance, zu informieren, zu inspirieren und langfristige Beziehungen zu deinen Kundinnen und Kunden aufzubauen.

Fang einfach an. Bleib konsequent. Werde besser. Je mehr du erstellst, desto besser werden deine Videos – und dein Selbstvertrauen.



Kontaktiere uns!

Wir stehen Ihnen gerne für alle Fragen zur Verfügung.



Hast du Fragen?

Wende dich an das Marketing-Team von Baby Locks und wir helfen dir bei allem, was du brauchst.







Workbook
Digitale Sichtbarkeit
für Händler:innen

baby lock

#babylockserenity