



# LEITFADEN

---

UGC-Creator

DEIN 8-WOCHEN PROGRAMM  
IN EINEM WORKBOOK

STAND 09.05.2025

© 2025 JAY & R. E. K. | ALLE RECHTE VORBEHALTEN.  
DIESE DATEI IST URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZT UND DARF NICHT OHNE SCHRIFTLICHE  
GENEHMIGUNG KOPIERT, VERÄNDERT ODER VERBREITET WERDEN.



# INHALTSVERZEICHNIS

1



## WARUM UGC?

Entdecke, was User Generated Content (UGC) so einzigartig macht – für Unternehmen wie für Creator – und warum sich der Einstieg lohnt.

2



## ERSTE SCHRITTE & POSITIONIERUNG

Hier beginnt deine UGC-Reise – mit Klarheit über deine Rolle, Zielgruppe und deinen Stil.

3



## EQUIPMENT & SICHTBARKEIT

Die Basics für professionelle Inhalte und maximale Reichweite – auch mit kleinem Budget.

4



## RECHTLICHES & ZUSAMMENARBEIT

Wichtige Grundlagen, damit deine Arbeit rechtlich abgesichert und professionell abläuft.



# KAPITEL

# 1

ENTDECKE, WAS USER GENERATED CONTENT (UGC) SO EINZIGARTIG MACHT – FÜR UNTERNEHMEN WIE FÜR CREATOR – UND WARUM SICH DER EINSTIEG LOHNT.

## Kapitel 1

# WARUM UGC?



### Was ist User Generated Content (UGC)?

User Generated Content – kurz UGC oder auch Consumer Generated Media oder Conversational Media – sind Inhalte, die von echten Menschen, wie Kund:innen, Followern, Fans oder jeglicher Person kommen kann. Dazu gehören zum Beispiel Social Media Posts, Videos, Fotos, Blogartikel – alles, was Menschen freiwillig teilen und dabei ein Produkt, eine Marke oder eine Erfahrung zeigen.

### Warum ist User Generated Content (UGC) so relevant für Marken?

Kurz gesagt: Weil er wirkt.

UGC hat sich zu einem der effektivsten Werkzeuge im modernen Marketing entwickelt – aus gutem Grund.

Authentizität überzeugt mehr als Werbung. Empfehlungen von echten Nutzer:innen wirken glaubwürdiger als jede professionelle Werbeanzeige. Menschen vertrauen anderen Menschen – besonders, wenn Inhalte ehrlich, ungefiltert und persönlich sind. Authentizität schlägt Hochglanz-Inszenierung, und genau hier liegt die Stärke von UGC.



# WARUM UGC?

## **Social Proof beeinflusst Kaufentscheidungen**

Menschen orientieren sich stark an der Meinung anderer. Rund 80 % geben an, dass Inhalte von anderen Konsument:innen ihre Kaufentscheidung stärker beeinflussen als klassische Werbung. Wer sieht, dass andere ein Produkt mögen und nutzen, greift eher selbst zu.

## **2025: Das Jahr der Ehrlichkeit und Authentizität**

In einer Zeit, in der Menschen Werbung immer kritischer hinterfragen, zählt Echtheit mehr denn je. 2025 steht im Zeichen von Transparenz, Vertrauen und echter Verbindung. Marken, die auf Authentizität setzen und ihren Kund:innen auf Augenhöhe begegnen, gewinnen nicht nur Reichweite – sondern auch langfristige Loyalität. User Generated Content trifft damit genau den Nerv der Zeit.

## **Große Reichweite ohne großes Budget**

UGC verbreitet sich oft ganz von selbst – schnell, organisch und kosteneffizient. Wenn Nutzer:innen Inhalte teilen, vervielfacht sich die Reichweite einer Marke ganz ohne zusätzliches Media-Budget. UGC ist damit nicht nur wirksam, sondern auch wirtschaftlich. Unternehmen sparen Produktionskosten, weil sie nicht jeden Beitrag selbst konzipieren, filmen oder schneiden müssen. Der Content entsteht in der Community – authentisch und oft überraschend kreativ.

## **Höhere Interaktion und stärkere Bindung**

Wer aktiv Inhalte erstellt oder teilt, fühlt sich einer Marke verbundener. UGC fördert Engagement und stärkt die Beziehung zur Community. Beteiligung schafft Nähe – und Nähe sorgt für Loyalität. Zudem verbessert es grundsätzlich die Online-Präsenz. Regelmäßig veröffentlichter, authentischer Content verbessert das Google-Ranking. Suchmaschinen lieben frische und relevante Inhalte – genau das liefert UGC. So profitiert nicht nur die Marke selbst, sondern auch ihre Online-Sichtbarkeit.



# KAPITEL

# 2

HIER BEGINNT DEINE UGC-REISE  
– MIT KLARHEIT ÜBER DEINE ROLLE,  
ZIELGRUPPE UND DEINEN STIL.



# Dein Weg zum Wachstum

1.

## 1. Wie finde ich meine Nische?

Der erste Schritt auf dem Weg zum erfolgreichen UGC Creator ist die Wahl deiner Nische. Überlege dir, welche Themen dich begeistern und in welchen Bereichen du bereits Erfahrung oder besonderes Interesse hast – zum Beispiel Beauty, Technik, Food, Fitness, Reisen oder Mode<sup>74</sup>. Marken suchen gezielt nach Creatoren, die authentisch für ihre Zielgruppe sprechen können. Je klarer du dich positionierst, desto leichter wirst du von passenden Unternehmen gefunden.

### **Tipps zur Nischenfindung:**

- Analysiere deine Interessen und Stärken.
- Schau dir an, welche Themen auf Social Media besonders gefragt sind.
- Teste verschiedene Bereiche und beobachte, was dir am meisten Spaß macht und am besten ankommt.

2.

## 2. Finde deinen Stil: Formate im UGC-Bereich

UGC lebt von Vielfalt, aber auch von Spezialisierung. Überlege dir, welche Formate dir besonders liegen und vor allem, was dir wirklich Spaß macht – denn genau das macht deine Inhalte lebendig.

Ob du lieber Produkt-Reviews drehst, Unboxings filmst, How-to-Videos und Tutorials erstellst oder in kurzen Clips deine persönliche Erfahrung teilst – es gibt viele Möglichkeiten, dich kreativ auszudrücken. Auch Alltagsszenen mit natürlicher Produktintegration oder spontane Inhalte wie Fotos, Reels und Stories haben ihren Platz im UGC-Kosmos. Am besten: ausprobieren. Teste verschiedene Formate, um herauszufinden, was dir am meisten liegt. Denn am Ende zählt nicht Perfektion, sondern Persönlichkeit. Zeig dich, wie du bist – echt, nahbar und mit Freude an dem, was du tust.



3.

### ***3. Aufbau eines authentischen Portfolios***

Ein überzeugendes Portfolio ist dein wichtigstes Werkzeug, um potenzielle Markenpartner auf dich aufmerksam zu machen. Es zeigt nicht nur, was du kannst, sondern auch, wer du bist – und warum genau du die richtige Wahl für authentischen Content bist.

*Beginne mit einer kurzen Vorstellung über dich: Wer bist du, was sind deine Interessen, Ziele und vielleicht auch deine thematische Nische? Ein professionelles, aber sympathisches Foto sorgt direkt für einen positiven ersten Eindruck.*

*Im nächsten Schritt solltest du 3 bis 5 aussagekräftige Arbeitsbeispiele zeigen – idealerweise unterschiedliche Formate und Marken. Erkläre kurz, was das Konzept war, welche Rolle du übernommen hast und, wenn möglich, welche Ergebnisse (z. B. Engagement oder Reichweite) erzielt wurden. Auch deine Preisstruktur sollte transparent und nachvollziehbar sein, ob als Stundenlohn oder in Form klar definierter Pakete. So wissen Marken direkt, was sie erwartet. Damit dich Unternehmen schnell und unkompliziert kontaktieren können, gehören auch deine E-Mail-Adresse, deine Social-Media-Profile und optional ein Kontaktformular ins Portfolio. Ein klar formulierter Call-to-Action am Ende – zum Beispiel „Lass uns gemeinsam authentischen Content erstellen!“ – rundet das Ganze ab.*

*Ein **kleiner Tipp:** Tools wie Canva oder Vorlagen auf Etsy helfen dir, dein Portfolio professionell zu gestalten. Lass dich gerne von anderen erfolgreichen Creatoren inspirieren, aber vergiss nicht, deine eigene Persönlichkeit und Stil einfließen zu lassen – denn genau das macht dich einzigartig.*

4.

### ***4. Erste Erfahrungen sammeln***

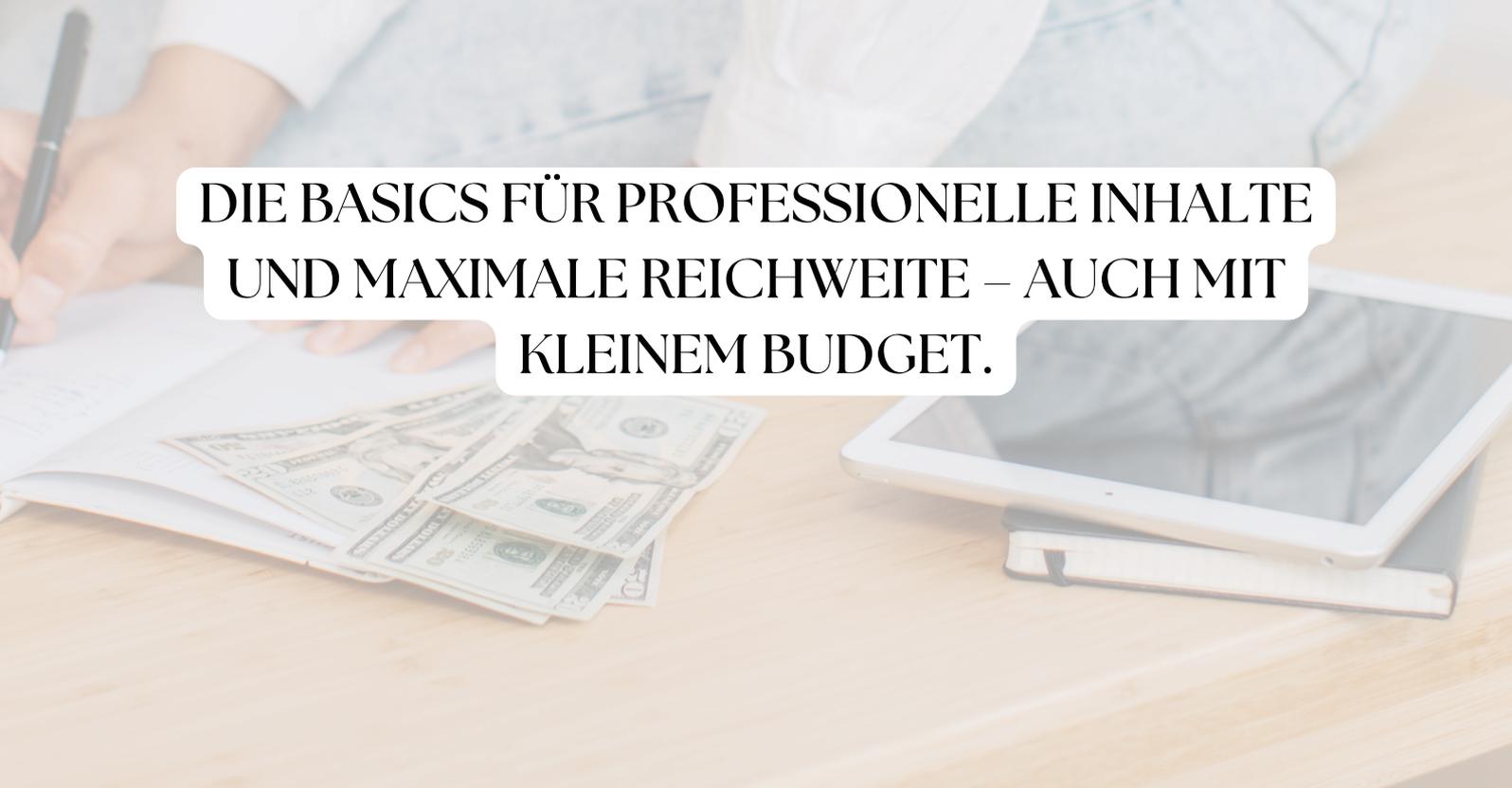
Gerade am Anfang lohnt es sich, aktiv zu werden und eigene Inhalte zu erstellen – auch ohne direkten Auftrag. Du kannst zum Beispiel UGC für fiktive Marken produzieren oder Produkte aus deinem Alltag kreativ in Szene setzen. So baust du erste Referenzen auf, die du auf deinen Social-Media-Kanälen teilen und für dein Portfolio nutzen kannst. Gleichzeitig bekommst du wertvolles Feedback von deiner Community oder von anderen Creatoren, das dir hilft, deinen Stil zu verfeinern.



# KAPITEL

# 3

**DIE BASICS FÜR PROFESSIONELLE INHALTE  
UND MAXIMALE REICHWEITE – AUCH MIT  
KLEINEM BUDGET.**





# EQUIPMENT & SICHTBARKEIT

## Technische Grundausstattung: Kamera, Licht, Ton, Apps

Um als UGC Creator professionelle und markentaugliche Inhalte zu produzieren, ist die richtige Ausrüstung entscheidend. Die Basis bildet ein modernes Smartphone mit hochwertiger Kamera – aktuelle Modelle liefern bereits beeindruckende Bild- und Videoqualität, insbesondere bei guter Beleuchtung. Wer noch mehr Kontrolle und Vielseitigkeit sucht, kann in eine spiegellose Systemkamera investieren, ist aber nicht zwingend darauf angewiesen.



### Licht:

Ein Ringlicht oder eine Softbox sorgt für gleichmäßige, schmeichelhafte Ausleuchtung und hebt deine Inhalte auf ein höheres Level. Natürliches Tageslicht ist ebenfalls eine hervorragende Option.



### Ton:

Guter Ton ist Pflicht – ein Lavalier-Mikrofon (Ansteckmikro) oder ein externes Mikrofon verhindert störende Hintergrundgeräusche und sorgt für klare Sprachaufnahmen.



### Bearbeitung:

Für die Videobearbeitung gibt es sowohl mobile Apps als auch professionelle Desktop-Programme. Ein leistungsfähiger Computer ist hilfreich, aber für den Einstieg reicht ein Smartphone mit Bearbeitungs-Apps völlig aus.



### Sicherheit:

Ein Stativ oder eine Handyhalterung verhindert verwackelte Aufnahmen und ermöglicht kreative Perspektiven. SD-Karten, SSDs oder Cloud-Speicher helfen beim Backup und erleichtern die Organisation großer Datenmengen.



## Tipps für professionelle Aufnahmen

**Plane deine Aufnahmen:** Überlege dir vorab, welche Story du erzählen möchtest und welche Einstellungen dazu passen.

**Achte auf den Hintergrund:** Ein aufgeräumtes, ruhiges Setting lenkt nicht ab und wirkt professionell.

**Nutze Tageslicht oder Softboxen:** Vermeide harte Schatten und Sorge für gleichmäßige Ausleuchtung.

Teste verschiedene Perspektiven: Abwechslung macht deine Videos dynamischer.

**Ton separat prüfen:** Mache vorab einen kurzen Testclip, um Störgeräusche zu vermeiden.

**Bearbeitung nicht unterschätzen:** Die Postproduktion macht aus Rohmaterial überzeugenden Content – investiere Zeit in Schnitt, Farbkorrektur und Sound.



## Social Media als Schaufenster

Deine Social-Media-Kanäle sind deine digitale Visitenkarte. Präsentiere dort regelmäßig deine besten UGC-Beispiele – egal ob auf Instagram, TikTok oder YouTube.

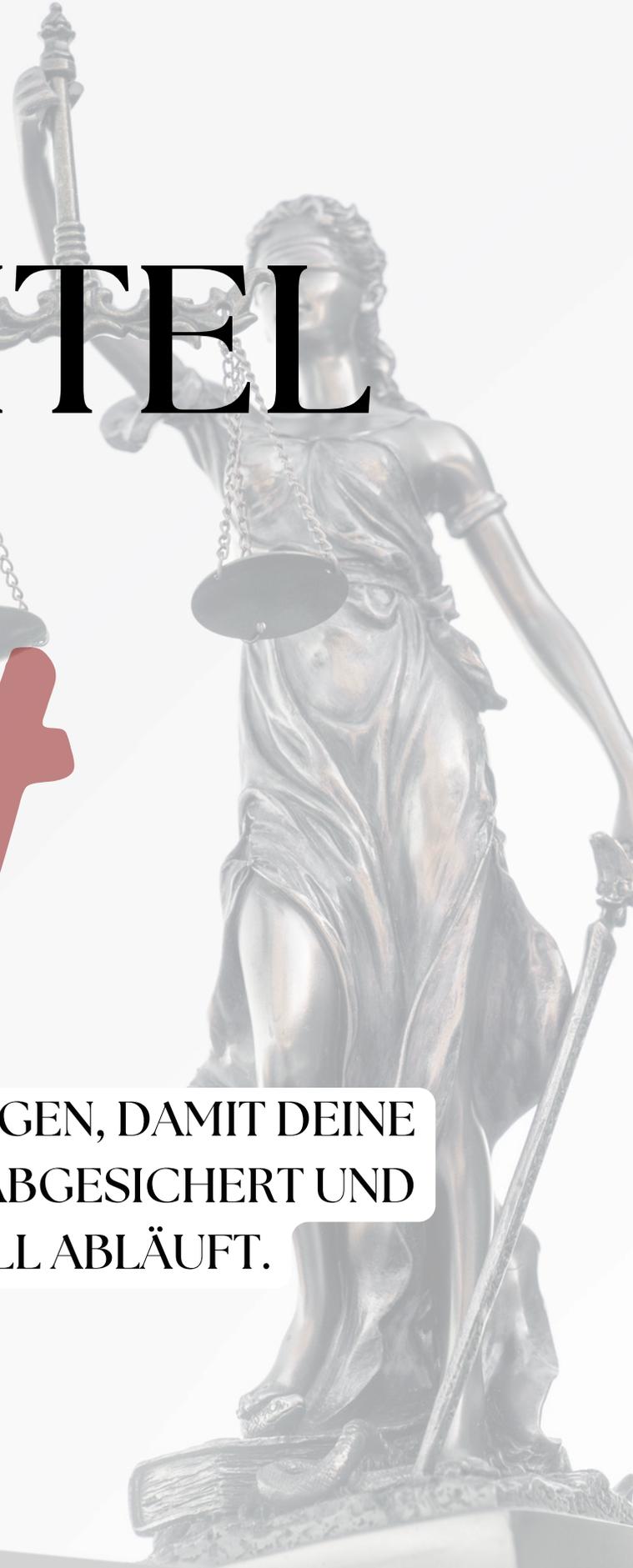
Mit der richtigen technischen Ausstattung, professionellen Aufnahme- und Bearbeitungstipps sowie einer gezielten Präsenz auf UGC-Plattformen und Social Media legst du das Fundament für nachhaltigen Erfolg und Sichtbarkeit als UGC Creator. Entscheidend ist nicht nur die Technik, sondern auch, dass du deine Inhalte authentisch, kreativ und zielgruppenorientiert präsentierst.



# KAPITEL

# 4

WICHTIGE GRUNDLAGEN, DAMIT DEINE  
ARBEIT RECHTLICH ABGESICHERT UND  
PROFESSIONELL ABLÄUFT.





# RECHTLICHES & ZUSAMMENARBEIT ALS UGC CREATOR

## **Gewerbeanmeldung und steuerliche Basics**

Sobald du mit UGC-Creation Einnahmen erzielen möchtest und eine Gewinnerzielungsabsicht hast, bist du in Deutschland verpflichtet, ein Gewerbe anzumelden. Dies gilt unabhängig davon, ob du haupt- oder nebenberuflich arbeitest. Die Anmeldung erfolgt meist unkompliziert online beim zuständigen Gewerbeamt. Es empfiehlt sich, die Tätigkeit möglichst allgemein zu beschreiben (z.B. „Online-Marketing-Dienstleistungen“), um flexibel zu bleiben. Nach der Anmeldung erhältst du Post vom Finanzamt und musst den „Fragebogen zur steuerlichen Erfassung“ ausfüllen, um deine Steuernummer zu erhalten. Erst mit dieser kannst du Rechnungen schreiben und bist verpflichtet, jährlich eine Steuererklärung abzugeben.

## **Verträge, Nutzungsrechte, Model Release**

### **Nutzungsrechte:**

Die Urheberrechte an deinen Inhalten liegen grundsätzlich bei dir als Ersteller:in. Marken und Unternehmen dürfen deinen Content nur nutzen, wenn sie von dir die entsprechenden Nutzungsrechte (Verwertungsrechte) erhalten haben. Diese Rechte müssen ausdrücklich vertraglich vereinbart werden – etwa in Form eines Lizenzvertrags oder als Bestandteil eines Auftrags. Die Vereinbarung sollte klar regeln, wie, wo und wie lange die Inhalte genutzt werden dürfen (z.B. Social Media, Website, Werbung).





### **Model Release:**

Wenn in deinen Videos oder Fotos andere Personen zu sehen sind, ist ein sogenannter Model Release Vertrag notwendig. Damit erklärst du (bzw. die abgebildete Person), dass die Aufnahmen für die vereinbarten Zwecke verwendet werden dürfen. Das schützt dich und die Marke vor rechtlichen Problemen wegen Persönlichkeitsrechtsverletzungen.

### **Datenschutz & Urheberrecht**

#### **Datenschutz:**

Sobald du mit personenbezogenen Daten arbeitest – etwa bei der Veröffentlichung von Bildern mit anderen Personen – musst du die DSGVO beachten. Das bedeutet: Personen müssen der Verwendung ihrer Daten (z.B. ihres Bildes) ausdrücklich zustimmen. Ein Model Release deckt diesen Aspekt in der Regel ab.

#### **Urheberrecht:**

UGC berührt oft das Urheberrecht, etwa wenn du Musik, Bilder oder fremde Videos in deinen Inhalten verwendest. Du darfst nur Material nutzen, für das du die entsprechenden Rechte hast, oder das unter einer geeigneten Lizenz (z.B. Creative Commons) steht. Bei Verstößen drohen Abmahnungen oder Schadensersatzforderungen.

# BEREIT, ENTLASTET ZU WERDEN?



 **Website**  
[www.jayandr.de](http://www.jayandr.de)

 **Phone**  
+49 1781 456 808

 **E-mail**  
[info@jayandr.de](mailto:info@jayandr.de)

 **Social Media**  
[@jayandr.ugc](https://www.instagram.com/jayandr.ugc)

 **Janika Jasmin Rüd**  
Jay & R. e. K.

 **Stuttgart**  
Ba-Wü. Deutschland

© 2025 JAY & R. E. K. | ALLE RECHTE VORBEHALTEN.

DIESE DATEI IST URHEBERRECHTLICH GESCHÜTZT UND DARF NICHT OHNE  
SCHRIFTLICHE GENEHMIGUNG KOPIERT, VERÄNDERT ODER VERBREITET WERDEN.