Dein Portfolio: mehr als eine Mappe

Was in dein UGC-Portfolio gehört, in welcher Reihenfolge und wie es gut aussieht. Lies das zum Video und nutze am Ende den Portfolio-Check, bevor du dein Portfolio verschickst.

Mach dich nicht verrückt

Dein Portfolio ist ein Prozess und muss am Anfang nicht perfekt sein. Meins sieht heute auch nicht mehr so aus wie ganz am Anfang. Du entwickelst dich weiter, bekommst neues Kundenfeedback und neuen Content und kannst immer wieder Sachen austauschen.

1 Grundlage · 2 Cover · 3 Social Proof · 4 Content · 5 Preisliste · 6 Gestaltung · 7 Abschluss · 8 Check

1 GRUNDLAGE
Was ist ein Portfolio wirklich?

Dein Portfolio zeigt nicht nur, was du kannst. Es zeigt auch, wie du arbeitest und wer du bist. Es ist keine Sammlung von irgendwelchen Videos, sondern deine Visitenkarte als UGC Creator.

DEIN
Statement
Brands sehen in Sekunden, wofür du stehst.

DEIN
Filter
Es zieht Brands an, die zu dir passen.

DEIN
Beweisstück
Es zeigt echte Ergebnisse statt Versprechen.

DEIN
Magnet
Es macht Lust, mit dir zu arbeiten.

Die Reihenfolge in deinem Portfolio

TEIL 1
Cover
Wer bist du?

›

TEIL 2
Social Proof
Kunden & Zahlen

›

TEIL 3
Videos
Was kannst du?

›

TEIL 4
Fotos
Produkt & Anwendung

›

ZUM SCHLUSS
Abschluss
CTA & Kontakt

TIPP Jede Seite braucht einen klaren Grund, warum sie da ist. Alles, was nichts über dich oder deine Arbeit aussagt, darf raus.

Im nächsten Video

Hier geht es um das Was. Wie du dein Portfolio praktisch umsetzt, zeigen wir dir im nächsten Video: Einarbeitungs-Video 9 „Canva & Vorlagen für dein Portfolio & übertragen auf Etsy“.

DER ERSTE EINDRUCK

2 Das Cover

Das Cover entscheidet, ob weitergeblättert wird. Hier soll eine Brand sofort sehen: Wer bist du, was machst du, und wie erreicht man dich?

UGC 2026

Foto oder Vorstellungsvideo

PORTFOLIO

Dein Name

Dein USP-Satz

Instagram
TikTok
deine@ugc-mail.de

Deine Socials und deine UGC-Mail

- Instagram, TikTok und deine UGC-E-Mail-Adresse gehören auf jeden Fall aufs Cover.
- Hinterlege die Links direkt: In Canva Text markieren, Rechtsklick, „Link“ und die Adresse einfügen. So kommen Brands mit einem Klick zu dir.

Ein Foto, das zu UGC passt

- Kein Selfie und kein Schnappschuss, sondern ein Foto, das zeigt, wie du vor der Kamera wirkst.
- Am besten ganz drauf oder ein echtes Portrait. Achte darauf, dass keine Füße oder Arme abgeschnitten sind.
- Alternative: Pack dein Vorstellungsvideo direkt aufs Cover.

Dein USP-Satz

- Ein Satz, der zeigt, was dich besonders macht (USP = Unique Selling Point).
- Denk ihn dir selbst aus. Er soll nach dir klingen, nicht nach KI.

KLINGT NACH KI

„Ich kreiere authentischen, emotionalen Content, der deine Zielgruppe begeistert und nachhaltig überzeugt.“

KLINGT NACH DIR

„Mama von zwei Jungs und Hundebesitzerin: Ich teste Produkte da, wo dein Kunde sie auch nutzt, im echten Familienchaos.“

TIPP Für deinen USP-Satz: Was ist an deinem Alltag, deinem Umfeld oder deiner Art anders? Konkrete Details wirken echter als große Worte wie „authentisch“ oder „emotional“.

ZUR INSPIRATION

Beispiele für starke Cover

So sehen Cover aus unserem Team aus. Achte darauf, was alle gemeinsam haben: ein gutes Foto oder Video, eine klare Aussage und Kontaktdaten zum Anklicken.



Lena @lenapeter_

Foto ganz drauf, klare Positionierung und anklickbare Buttons zu Arbeiten, Mail, Instagram und TikTok.



Lena @lenapeter_

Vorstellungsvideo direkt aufs Cover, dazu ein Beispielvideo und alle Kontaktdaten.



Alanis @digitalsuccessbyalanis

Portrait mit kurzer USP-Zeile und Kontaktleiste mit Mail, Instagram und Telefon, alles verlinkt.



Celine @grewenepisodes

Ruhiges Portrait, klare Schrift, Mail, Instagram und TikTok unten rechts.

DAS HABEN ALLE GEMEINSAM

- Ein Foto, das zu UGC passt, oder das Vorstellungsvideo
- Name groß und gut lesbar
- Eine kurze Zeile, wofür sie stehen
- Kontaktdaten und Socials, verlinkt
- Ruhige Farben, höchstens 2 Schriften

VERTRAUEN SCHAFFEN

3 Social Proof

Direkt nach dem Cover kommen noch nicht deine Videos, sondern der Beweis, dass deine Arbeit funktioniert. Das überzeugt Brands mehr als jedes schöne Video.

Ergebnisse

Wie sind deine Videos gelaufen? In der Facebook-Werbebibliothek siehst du, ob und wie lange Brands deine Videos als Werbung schalten. Lange Laufzeit heißt: Das Video funktioniert.

Kundenstimmen

Was haben Kunden über die Zusammenarbeit gesagt? Frag nach einem Auftrag einfach nach einem kurzen Feedback und nimm es als Zitat auf.

Trusted Brands

Sobald du echte Kooperationen hattest: Zeig die Logos der Marken, mit denen du gearbeitet hast. Das zeigt auf einen Blick, dass Brands dir schon vertraut haben.

Wichtig: Beispielvideos oder echte Aufträge?

Am Anfang hast du noch keinen Social Proof, weil du nur Beispielvideos hast. Deshalb sind Beispielvideos nicht die Priorität fürs Portfolio. Sie sind vor allem zum Üben da und für die Registrierung auf Plattformen und bei Agenturen, damit du schneller an echte Aufträge kommst. Echte Aufträge sind das, was dein Portfolio stark macht. Tausch Beispielvideos also nach und nach gegen echte Kundenvideos aus.

DEINE ARBEIT

4 Dein Content: Videos & Fotos

Nach dem Social Proof kommen deine Videos. Damit sie gut wirken, achte auf drei Dinge:

Bilder

So wirken deine Videos echt

- Ähnliches Licht und ähnliche Farben in allen Bildern
- Jedes Bild zeigt etwas: das Ergebnis, wie du arbeitest oder die Stimmung
- Mal nah dran, mal mit mehr Abstand
- Echt statt gestellt
- Lieber weniger, dafür gute Bilder

DAS DENKT DIE BRAND
Du arbeitest ordentlich und echt.

Texte

So liest man gern weiter

- Große Überschrift, kleiner Text darunter
- Viel freier Platz um den Text
- Kurze Absätze statt langer Textblöcke
- Ein kurzes Kundenzitat lockert auf
- Zu jedem Video: Brand und was das Ziel war

DAS DENKT DIE BRAND
Du bist klar und strukturiert.

Aufbau

So findet man sich zurecht

- Jede Seite ist gleich aufgebaut
- Dieselben Elemente kommen immer wieder
- Kleine Linien oder Symbole helfen beim Lesen
- Farbe nur gezielt einsetzen
- Text und Bild im Gleichgewicht

DAS DENKT DIE BRAND
Du weißt, was du tust.

TIPP Zeig deine Videos als Vorschaubild und verlinke sie direkt, genau wie deine Socials. So sehen Brands mit einem Klick, wie du vor der Kamera wirkst.

Wichtig: Kein automatisches Abspielen

Deine Videos sollen nicht automatisch abspielen. Sonst laufen beim Öffnen mehrere Videos gleichzeitig, das wirkt unruhig und lenkt ab. Die Brand soll selbst entscheiden, welches Video sie ansieht. Wie du das einstellst, zeigt Lena dir im Video auf der Einarbeitungsseite.

Nach den Videos: dein Fotocontent

Platzier das Produkt nicht einfach irgendwie. Zeig eine gute Mischung aus Fotos, auf denen nur das Produkt zu sehen ist, und Fotos, auf denen es benutzt wird. Genau wie in deinen Videos.

Nur Produkt

Das Produkt steht im Mittelpunkt

- Schön in Szene gesetzt, z. B. auf passendem Untergrund
- Gutes Licht, ruhiger Hintergrund
- Details wie Verpackung oder Textur zeigen

Produkt in Anwendung

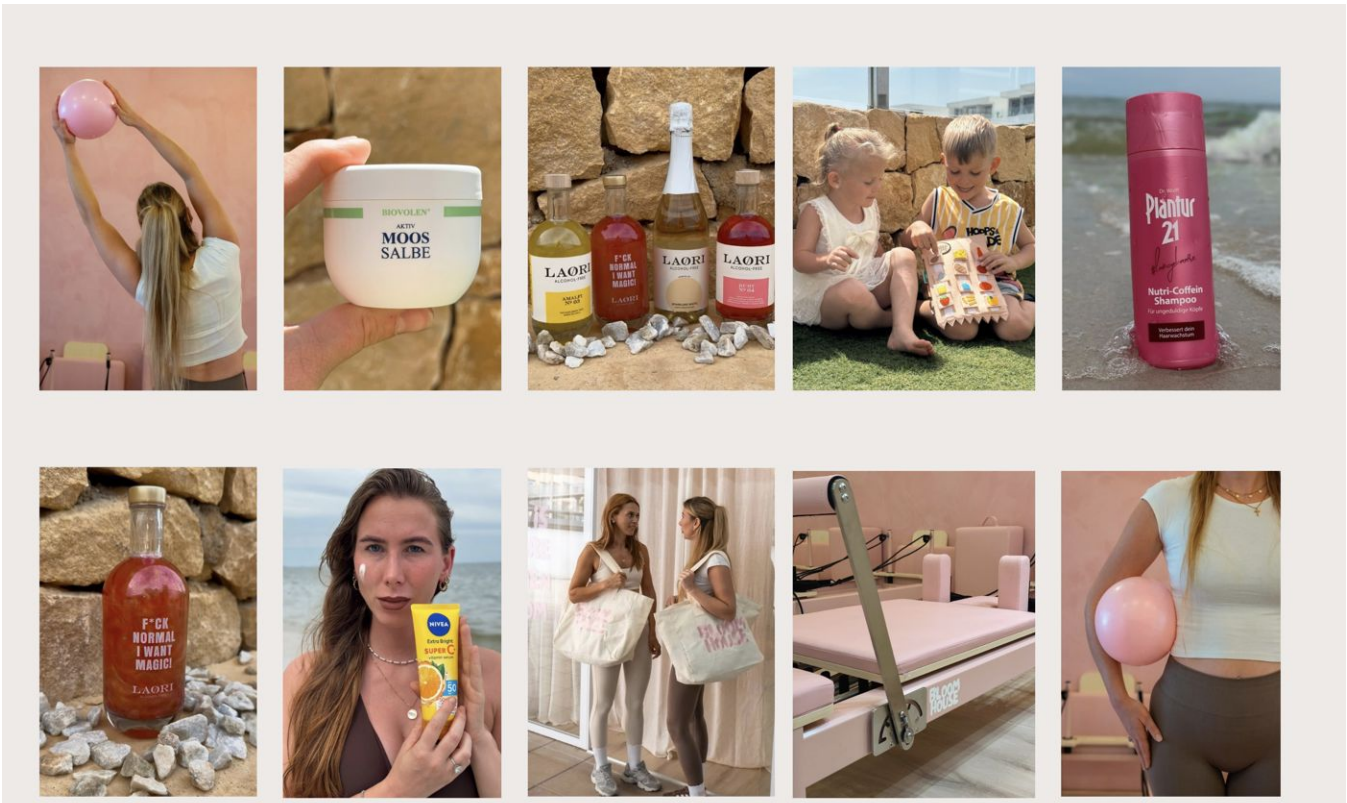
Das Produkt im echten Leben

- In der Hand, beim Auftragen, beim Benutzen
- In einer Alltagssituation, die zur Zielgruppe passt
- Du bist mit im Bild, wo es passt

ZUR INSPIRATION

Beispiele für Fotocontent

So sieht Fotocontent aus unserem Team aus. Achte auf die Mischung: Mal steht nur das Produkt im Bild, mal wird es in die Hand genommen, aufgetragen oder benutzt.



Celine @grewenepisodes

Produkt allein vor passendem Hintergrund, Produkt in der Hand und Produkt in Anwendung, mit einer einheitlichen Farbwelt.



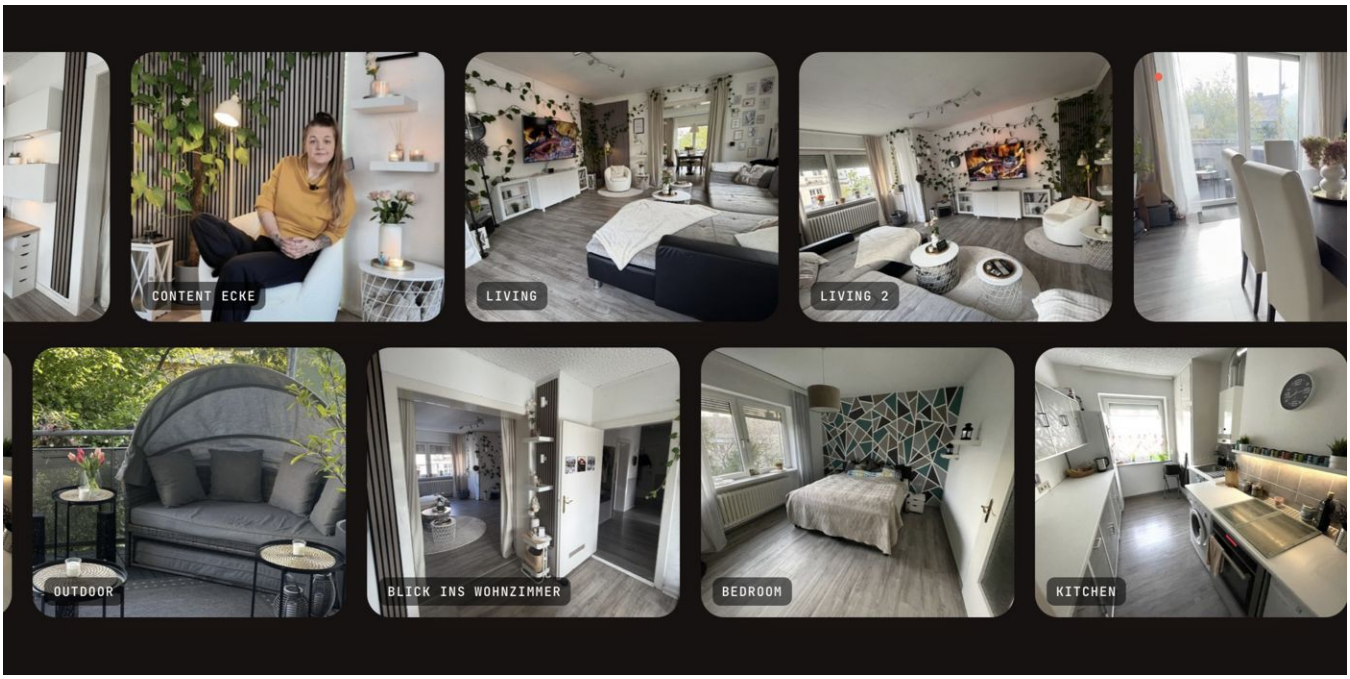
Lena @lenapeter_

Produkte im eigenen Zuhause, mal als Stillleben, mal in der Hand, mal im Einsatz. Das gleiche Licht und die gleiche Umgebung halten alles zusammen.

ADD-ON · KEIN MUSS

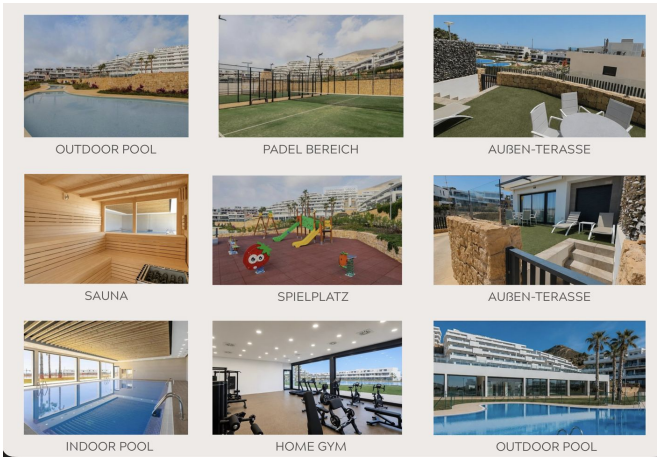
Deine Locations

Wenn du einen besonderen Drehort hast, zeig ihn. Zum Beispiel, wenn du im Ausland lebst, eine helle Wohnung hast oder eine besonders schöne Einrichtung. So sieht die Brand direkt, wo ihr Content entsteht und wie er aussehen kann.



Lena @lenapeter_

Die eigene Wohnung, Raum für Raum mit Beschriftung, inklusive Content-Ecke.



Celine @grewenepisodes

Wohnanlage im Ausland mit Pool, Sauna, Gym und Terrasse.



Alanis @digitalsuccessbyalanis

Die Stadt als Drehort: Strand, Parks, Altstadt und Golden Hour.

TIPP Locations sind ein Bonus, keine Pflicht. Ein gutes Portfolio funktioniert auch ohne. Wenn du sie zeigst, dann mit hellen, aufgeräumten Fotos und kurzer Beschriftung.

JA ODER NEIN?

5 Preisliste im Portfolio

Ob du eine Preisliste ins Portfolio packst, ist deine Entscheidung. Beides hat Vor- und Nachteile:

Vorteil

Brands, die viel zu wenig Budget haben, melden sich gar nicht erst. Es sortiert sich also von selbst aus, und du sparst dir Gespräche, die zu nichts führen.

Nachteil

Steht am Anfang zum Beispiel 150 oder 200 € drin, zahlt eine Brand eben nur diesen Preis. Auch dann, wenn sie bereit gewesen wäre, dir deutlich mehr zu zahlen.

Lenas Erfahrung

Ich habe erst eine Preisliste ins Portfolio genommen, als ich bei Videopreisen von 400 € war.

GUT LESBAR, RUHIG, EINHEITLICH

6 Die Gestaltung

Dein Portfolio soll wirken wie aus einem Guss. Wenn jede Seite anders aussieht, wirkt es wie ein Haufen einzelner Projekte. Wenn alles zusammenpasst, wirkt es wie eine Marke.

Schriften

Weniger ist mehr

- Höchstens 2 Schriften: eine für Überschriften, eine für Text
- Keine verspielten oder Schnörkel-Schriften
- Gut lesbar geht immer vor

Farben

Nicht zu bunt

- 2–3 Farben, die zu dir passen
- Ruhige Farben als Grundlage, eine Farbe als Akzent
- Überall dieselben Farben verwenden

Schreib hier auf, wofür du dich in Canva entschieden hast. So bleibst du bei allen Seiten dabei:

Meine Farben	
Meine Schrift für Überschriften	
Meine Schrift für Text	

Woran man den Unterschied merkt

Ohne roten Faden

- Jede Seite sieht anders aus
- Man weiß nicht, wo man hinschauen soll
- Zu viele Schriften und Farben
- Wirkt unruhig und unfertig

Die Brand blättert nicht weiter.

Mit rotem Faden

- Man findet sich sofort zurecht
- Alles wirkt ruhig und aufgeräumt
- Man traut dir die Arbeit zu
- Man hat Lust, weiterzuschauen

Die Brand meldet sich bei dir.

7

DAMIT SICH BRANDS MELDEN

Abschluss & CTAs

Ein CTA (Call-to-Action) ist eine direkte Aufforderung, dich zu kontaktieren. Er gehört auf die letzte Seite, darf aber auch zwischendurch auftauchen.

Die letzte Seite

- Ein klarer CTA, z. B. „Lust auf Zusammenarbeit? Schreib mir!“
- Nochmal alle Kontaktdaten: UGC-Mail, Instagram, TikTok
- Dein Impressum

CTAs zwischendurch

- Bau immer wieder mal einen kurzen CTA ein, z. B. nach dem Social Proof oder nach deinen Videos
- So muss niemand bis zum Ende blättern, um dich zu erreichen

Wichtig: IMMER verlinken

Jeder CTA und alle Kontaktdaten müssen verlinkt sein, damit man sie anklicken kann. In Canva: Text markieren, Rechtsklick, „Link“ und die Adresse einfügen. Für die Mail schreibst du mailto: vor die Adresse.

BEVOR DU ES VERSCHICKST

8 Dein Portfolio-Check

Tipp die Kästchen an oder hak sie auf dem Ausdruck ab. Erst wenn alles erledigt ist, geht dein Portfolio raus.

COVER

- [ ] Instagram, TikTok und UGC-Mail stehen drauf und sind verlinkt.
- [ ] Mein Foto passt zu UGC: kein Selfie, nichts abgeschnitten (oder Vorstellungsvideo).
- [ ] Mein USP-Satz ist selbst geschrieben und klingt nach mir.

SOCIAL PROOF

- [ ] Ich zeige Ergebnisse, Kundenstimmen oder Trusted Brands.
- [ ] Echte Kundenvideos stehen vor Beispielvideos.

CONTENT

- [ ] Meine Videos sind als Vorschaubild gezeigt und verlinkt.
- [ ] Meine Videos spielen nicht automatisch ab.
- [ ] Zu jedem Video steht kurz, für welche Brand und mit welchem Ziel.
- [ ] Meine Fotos mischen „nur Produkt“ und „Produkt in Anwendung“.
- [ ] Optional: Meine Locations sind mit hellen Fotos und Beschriftung gezeigt.

PREISLISTE

- [ ] Ich habe bewusst entschieden, ob eine Preisliste rein soll.

GESTALTUNG

- [ ] Ich nutze höchstens 2 gut lesbare Schriften.
- [ ] Ich nutze 2–3 ruhige Farben, überall dieselben.
- [ ] Alle Seiten sind gleich aufgebaut.

ABSCHLUSS

- [ ] Die letzte Seite hat einen CTA, alle Kontaktdaten und mein Impressum.
- [ ] Jeder CTA und alle Kontaktdaten sind verlinkt und anklickbar.
- [ ] Ich habe Feedback in der UGC-Gruppe meines Teams geholt.

Und jetzt: bauen!

Im nächsten Video, Einarbeitungs-Video 9 „Canva & Vorlagen für dein Portfolio & übertragen auf Etsy“, zeigen wir dir, wie du dein Portfolio Schritt für Schritt umsetzt.