

1798

Schloss Wülflingen, Winterthur

7,3 Mio.

Schweizer auf Social Media

81 %

der Bevölkerung

2 Sek.

bis zum Urteil

Warum dieses Thema Sie betrifft

1

Ihre Kunden sind dort.

Sie suchen, vergleichen und bilden sich dort eine Meinung.

2

Ihre Mitarbeitenden von morgen sind dort.

Wer eine Lehrstelle oder einen Job sucht, schaut zuerst aufs Handy.

3

Und KI?

Hilft dieser Maschine enorm – ersetzt sie aber nicht. Entschieden wird dort, wo die Menschen sind.

Heute: Social Media als Maschine, die aus Sichtbarkeit Anfragen, Aufträge und Bewerbungen macht.





Florian Looser

- Geschäftsführer Euphoris Digital GmbH
- U. a. Projekte für Beat und die Baltensperger AG sowie die Artbau AG
- **Heute als Geschäftsleitungsmitglied & Marketingverantwortlicher der Gärten und mehr AG, mit 45 Mitarbeitenden, davon 10 Lernenden**

Einzelteile drucken nicht.

Die meisten scheitern nicht am Posten – sie besitzen Einzelteile statt einer Maschine.





Baufehler · Station: Inhalt

Einweg-Inhalt

«Das haben wir doch schon gepostet» – unser eigener Denkfehler.

Nur ~3 von 100 Followern sehen einen Beitrag



Kurz erklärt: Follower sind Menschen, die Ihrem Firmenprofil folgen, weil sie Ihre Beiträge sehen möchten – Ihr eigenes Stammpublikum.

Aus einem Drehtag: über 125 Videos

Modular drehen – der Baukasten

5 Einstiege

Frage

Zahl

Vorher / Nachher

Zeitraffer

Kundenstimme zuerst



5 Hauptteile

Projekt

Team

Handwerk

Material

Making-of



5 Abschlüsse

Event anmelden

Prospekt bestellen

Offerte anfragen

Bewerben

Mehr entdecken

$5 \times 5 \times 5 = 125$ Videovarianten aus 1 Drehtag

2

Baufehler · Station: Verstärken

«Erst mal gratis probieren»

Unser teuerster Fehler: Wir dachten, fleissig posten reicht.

Bezahlt ist Miete. Unbezahlt ist Eigentum.



Kurz erklärt: Bezahlte Werbung («Paid») = Anzeigen mit Budget, erreichen gezielt auch Fremde. Organisch = normale Beiträge ohne Geld – sie erreichen vor allem die eigenen Follower.



Baufehler · Station: Website

Inseldenken

Der bezahlte Klick landet auf der Startseite – und verpufft.

Folge: «Social Media funktioniert nicht» – dabei war nur die Kette gebrochen

4

Baufehler · Station: Messung

Blindflug

Ohne Messung verlieren Sie doppelt.

Ohne Messung beginnt jeder Kontakt wieder bei null



Kurz erklärt: Messung («Tracking») = ein Zählwerk auf Website und Werbung. Es zeigt, welche Anzeige zu Anfragen führt – und wer sich bereits für Sie interessiert hat.

5

Baufehler · Und: Wer führt die Maschine?

Delegation an die Falschen

«Das macht bei uns die Lernende – die ist jung, die kennt das.»

Budget + Marke + Mitarbeitersuche = Chefsache

Die Maschine.

Einmal produzieren → mehrfach verwenden → verstärken → weiterführen → messen.



Das Geld fließt dorthin, wo es wirkt

Der Weg vom Fremden zum Kunden

Kennenlernen Man erfährt, dass es Sie gibt

Angebot zeigen Dienstleistungen, Projekte, Handwerk,

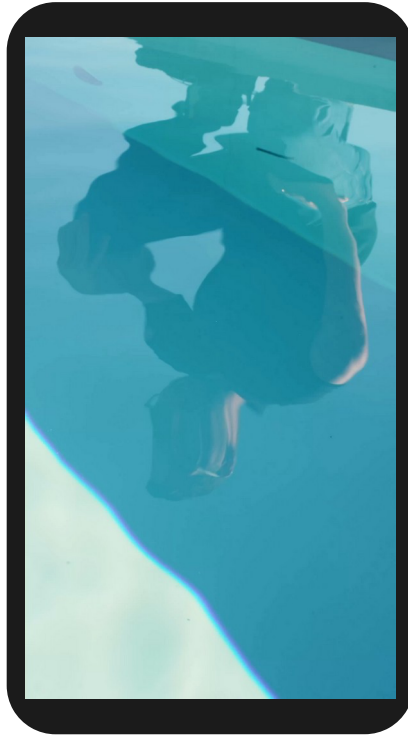
Vertrauen Stimmen zufriedener Kunden, Resultate

Handlung Anfrage · Anmeldung · Bewerbung

**Ziel: Umsatz &
Bewerbungen**

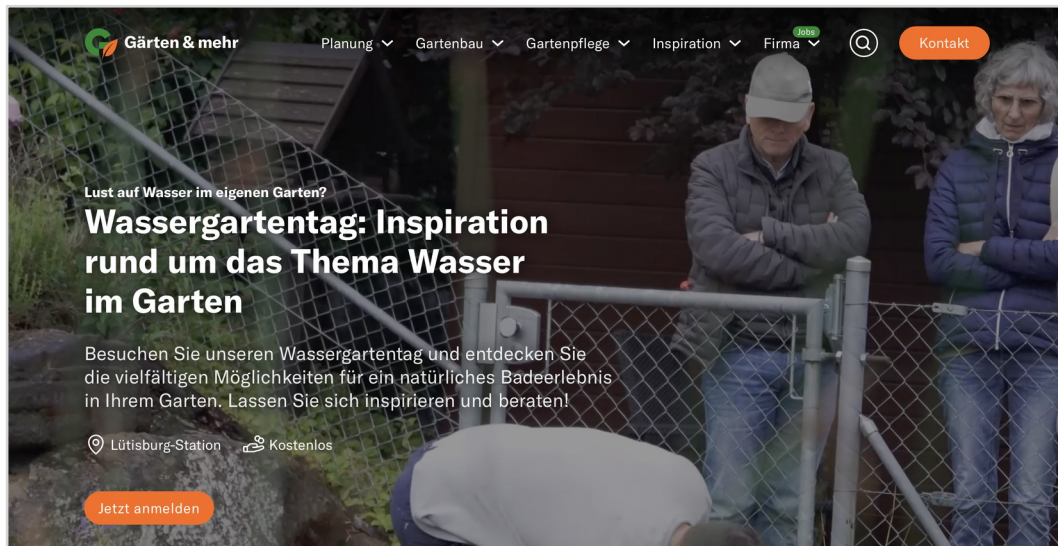
Die Maschine live: Wassergartentage

4 Events pro Jahr – die Maschine füllt sie



Vom Klick zur Anmeldung

1 · Der Klick landet hier – die Seite zur Anzeige



2 · Anmelden in 1 Minute

The registration form is titled 'Jetzt anmelden' and includes the subtext 'Freuen Sie sich auf einen inspirierenden Tag.' The form fields are as follows:

- 'An welchem Datum möchten Sie teilnehmen?' with a selected date of '12. September 2026'.
- 'Anzahl Personen *' with a value of '1'.
- 'Vorname *' and 'Nachname *' fields.
- 'E-Mail *' with a placeholder 'E-Mailadresse'.
- 'Telefonnummer *' with a placeholder '071 123 45 67'.

Kundenstimmen & Rückblick

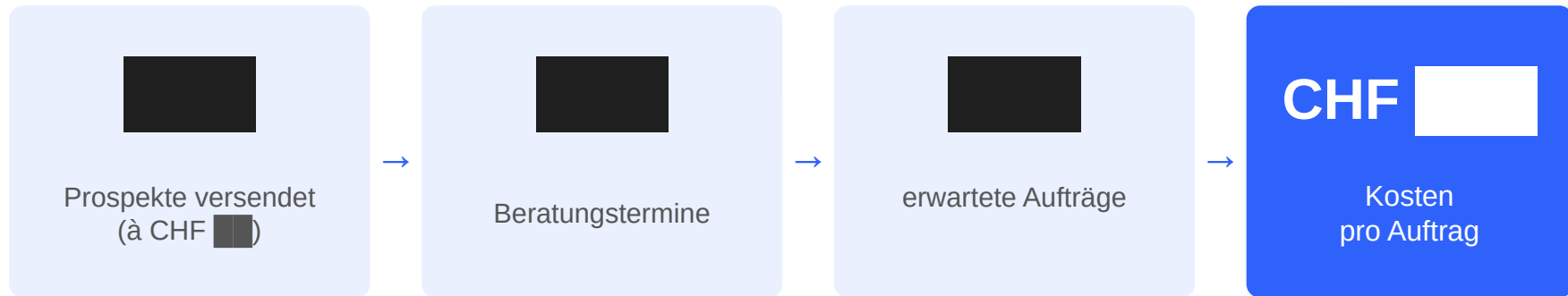
*«So tönt es nach dem
Event.»*

WIR SIND VOLLER

Diese Stimmen arbeiten weiter:
Website, Werbung, Prospekt.

Und der gute alte Prospekt?

Über die Website bestellt – endlich messbar



Umsatzpotenzial CHF █ · Akquisekosten: █ % des Umsatzes

Das Urteil gewinnen

Drei Regeln für die ersten 2 Sekunden

1

Kein Logo am Anfang

Ein Bild, das den Daumen stoppt

2

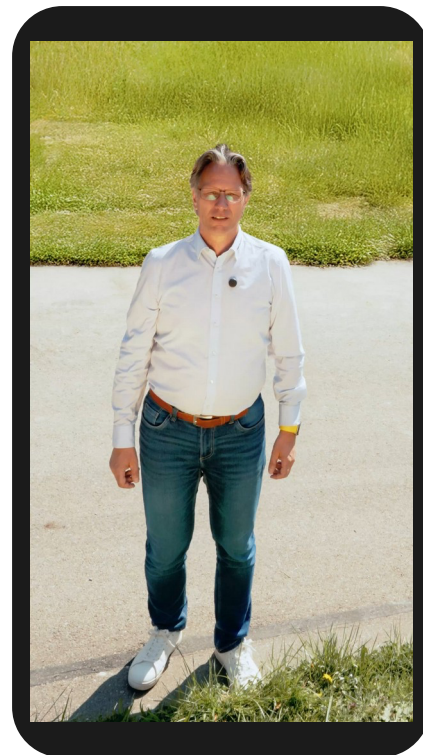
Stumm verständlich

Das Versprechen steht im Bild

3

Das erste Standbild

macht neugierig – es ist das Schaufenster



Drei Dinge zum Mitnehmen

1

Einzelteile drucken nicht.

Erst die verbundene Maschine bringt Events, Aufträge, Bewerbungen.

2

Einmal produzieren, vielfach verwenden.

Nur 3 von 100 sehen einen Beitrag – zeigen Sie ihn öfter.

3

Kurzfristig mieten, langfristig bauen.

Bezahlte Werbung wirkt sofort, die Marke wirkt, wenn es zählt.

«Bezahlte Werbung ist Miete, organisch ist Eigentum – und die Maschine macht aus beidem Umsatz.»

Der Maschinen-Check

Fotografieren erlaubt – jedes Nein zeigt, wo es klemmt.

- 1 Wissen Sie, was Sie ein Neukunde online kostet?
- 2 Wird jedes Video/Foto mehr als 3× verwendet?
- 3 Landen Werbeklicks auf einer passenden Seite?
- 4 Haben Sie ein festes monatliches Budget?
- 5 Ist eine Führungsperson verantwortlich?
- 6 Zeigen Ihre Inhalte Menschen statt Logos?
- 7 Funktionieren Ihre Videos auch ohne Ton?
- 8 Führt Ihre Website zu einer Handlung?
- 9 Nutzen Sie Inhalte auch für die Mitarbeitersuche?
- 10 Wissen Sie, woher Ihr letzter Auftrag kam?

Quellen

Social-Media-Nutzung Schweiz (7,3 Mio. / 81 %): DataReportal, «Digital 2026: Switzerland», Stand Okt. 2025 – datareportal.com/reports/digital-2026-switzerland

Organische Reichweite («3 von 100»): Socialinsider, Analyse Mai 2024–Mai 2025 (Instagram Ø 3,5 %, Facebook Ø 1,65 %) – socialinsider.io/blog/social-media-reach

Social-Media-Nutzung Schweizer KMU (36,5 % mit Profil; «Aufwand übersteigt Ertrag»): FH Graubünden, Forschungsbericht, N=976 – fhgr.ch

Videonutzung ohne Ton: Studienlage 40–85 % je nach Plattform/Erhebung (u. a. Digiday/Meta; W&V/Screenforce)

Event- und Prospekt-Zahlen: Gärten und Mehr, eigene Auswertungen 2025 (reines Werbebudget, exkl. Produktion & Dienstleistungen)

Geschichte Schloss Wülflingen (Gerichtsort bis 1798): schloss-wuelflingen.ch/geschichte; Wikipedia «Schloss Wülflingen»