



1



2



3

**EUER SPEAKER
HEUTE ...**



Folie 4

4

**DIETMAR
FISCHER**

-  Digitales Marketing
-  Podcasting
-  2. Platz im BPW 2001 (1. Stufe)
-  Argo.berlin:
Agentur für Online-Marketing
-  Bloggt unter cubanews.de

5

MEINE 3 HASHTAGS

- #Digital**
- #KI**
- #Virtual Reality**

6

WARUM SOCIAL MEDIA

- 85,1 Prozent der Deutschen benutzen Social Media

7

GRUND-PRINZIPIEN DIGITALER MEDIEN

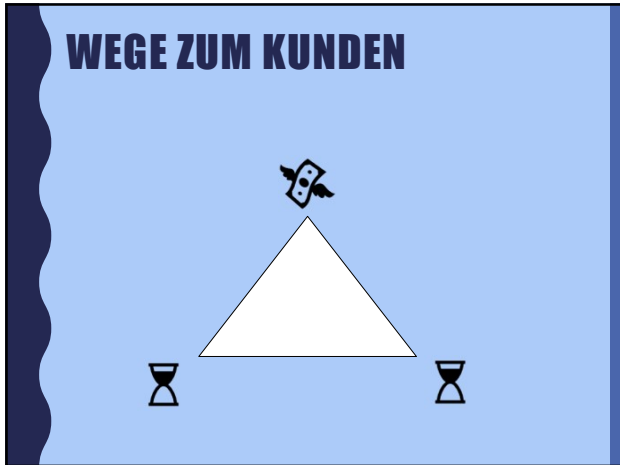
8

WEGE ZUM KUNDEN

Paid

Owned Earned

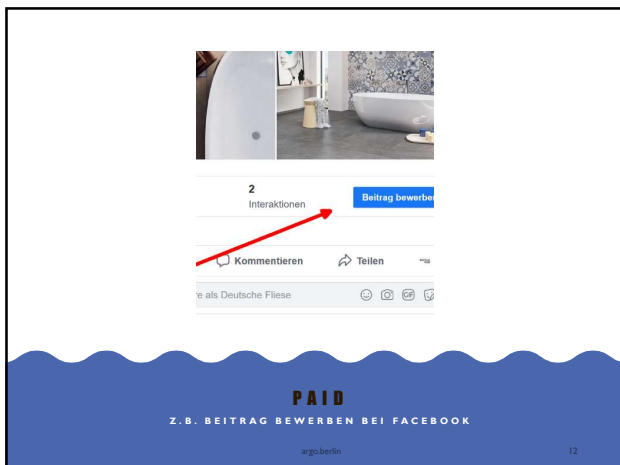
9



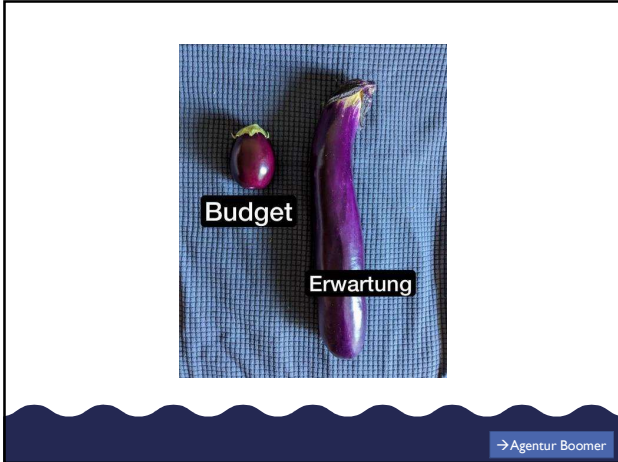
10



11



12



13



14



15



16



17



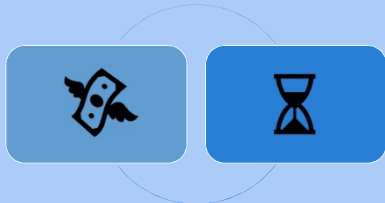
18

2 WEGE



19

2 WEGE



20

FÜR GELD

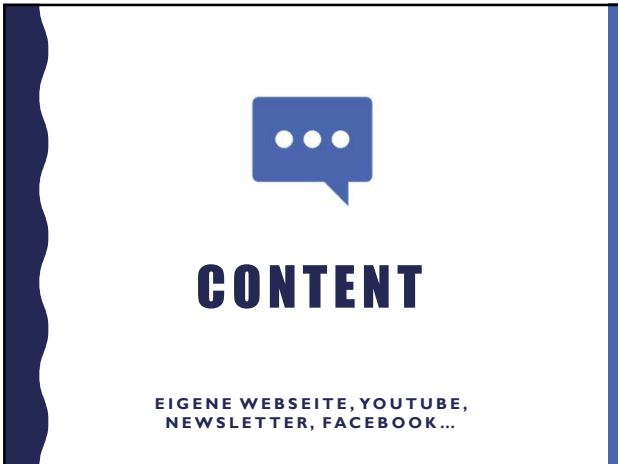
GOOGLE ADS,
META ADS...



21



22



23



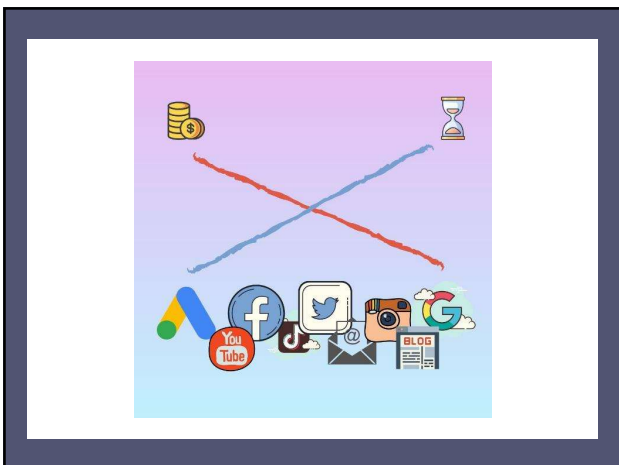
24



25



26



27



28



29



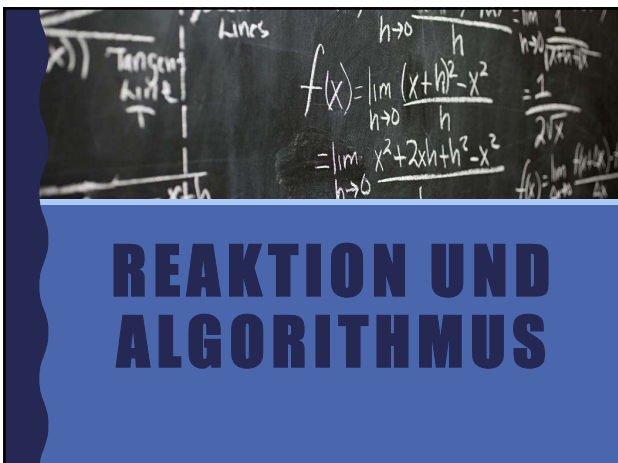
30



31



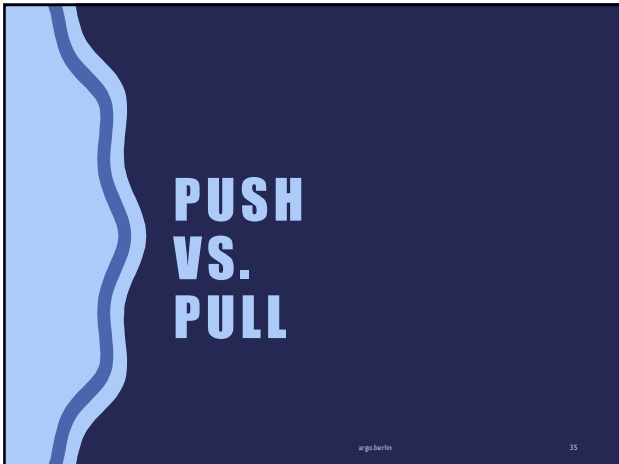
32



33



34



35



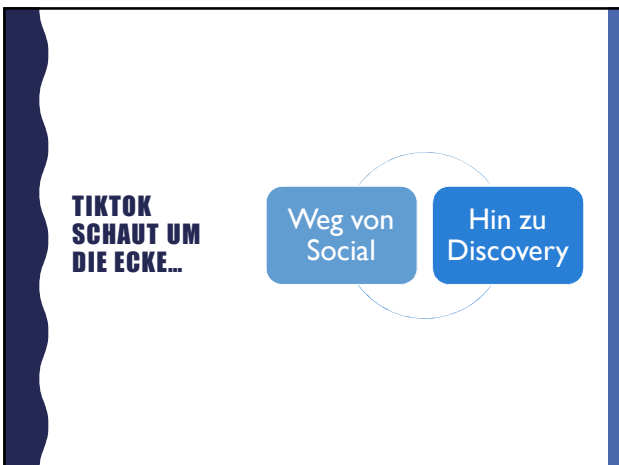
36



37



38



39

DIE ENTWICKLUNG

- Organisches Marketing wird schwerer
- Content muss besser werden
- Paid muss Teil der Strategie werden

40

ES SEI DENN...

41

AUSBLICK

- ChatGPT
- Midjourney

argo.berlin 42

42

**CONTENT
MARKETING**

DIE QUELLE FÜR SOCIAL
MEDIA



43




**ÜBER WAS
KÖNNT IHR
REDEN?**

TIPP: NICHT PRODUKT,
ABER NUTZEN

44

GEHT IN EUCH!

- Jetzt:
- Macht eine Liste mit 5-10 Punkten, die eure Kund:innen interessieren



45



46



47

GARY V'S KONZEPT

- Ein Content Piece wird über alle Netzwerke verteilt
- Und optimiert
- Täglich ;)

48

FÜR EUCH?!

- Fokus!




49



KONZENTRATION AUF:

- Eigene Channels
- 1-2 Netzwerke

50



EIGENE CHANNELS

- Newsletter
- SMS
- Print
- Webseite
- Podcast
- Community

51

SOZIALE NETZWERKE NUR VERTEILER!



52



SOZIALE NETZWERKE

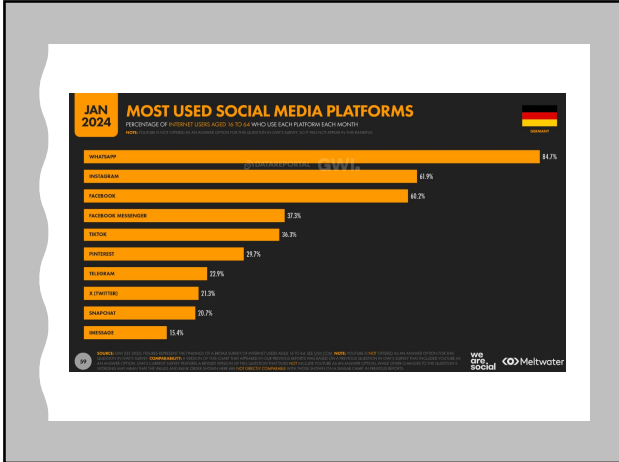
- Sucht euch maximal 2 aus
- Zeit, die Netzwerke zu verstehen und zu managen

53

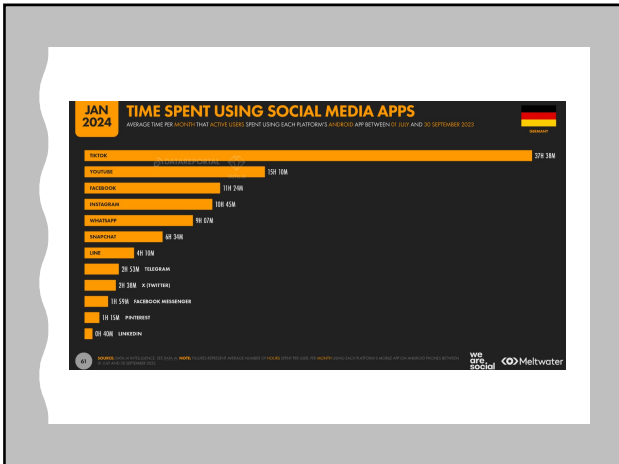


DIE SOZIALEN NETZWERKE

54



55



56



57

FACEBOOK

- Professionell nur über Facebook-Seite
- Werbung (fast) immer nötig
- Keine hohe Posting-Frequenz nötig
- Vielfalt der Inhalte



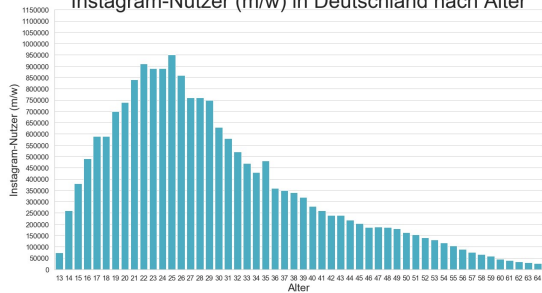
58

STECKBRIEF INSTAGRAM

- Mitglieder: 61,9% der Deutschen
- Aktivitäten: stark privat, Consumer-Produkte
- Aufwand: gering bis mittelmäßig

59

Instagram-Nutzer (m/w) in Deutschland nach Alter



60

INSTAGRAM

- Einfach über App nutzbar, professionell über Facebook
- Hohe Postingfrequenz nötig
- Bildmaterial nötig
- Viel Interaktion nötig
- Werbung nur bedingt zielführend

61

STECKBRIEF TWITTER/X

- Mitglieder: 21,3% der Deutschen
- Alter: alle Altersgruppen
- Hauptsächlich Männer
- Aufwand: mittel

62

STECKBRIEF YOUTUBE

- Mitglieder: 81,4% der Deutschen
- Alter: 14 – 29 Jahre
- Aber in allen Altersklassen verbreitet



63

YOUTUBE

- Hoher Aufwand: Videos
- Moderate Postingfrequenz
- Wenig Interaktion nötig
- Werbung hilfreich und preiswert

64

STECKBRIEF TIKTOK

- Mitglieder: 36,3% der Deutschen
- Alter: 14 – 19 Jahre (56%)
- 37,38 Stunden monatliche Nutzungsdauer



65

TIKTOK

- Hoher Aufwand: einfache Videos, aber:
- Jeder Post zählt für sich
- Hohe Erfolgsquote nötig
- Werbung hilfreich
- Perspektive?



66

STECKBRIEF LINKEDIN

- Mitglieder: 21,6% der Deutschen
- Business-Netzwerk
- Durchbruch in Deutschland erst vor kurzen, d.h. viel Potenzial



67

LINKEDIN

- Niedriger Aufwand (alle Formate möglich, selbst Kommentare helfen)
- Einfacher Follower-Aufbau
- Werbung sehr teuer, aber (noch) nicht nötig
- Wer weniger Werbung sehen will: Premium-Abo

68

KLEINER EINSCHUB: LEITFADEN ZUM STARTEN



Webseite



Inhalte
schaffen



Inhalte
verteilen



Inhalte
bewerben

69

CHATGPT FÜR SOCIAL MEDIA NUTZEN

Du bist nun eine super erfahrene Social-Media-Expertin mit viel Erfahrung in PR und Social Media für Startups.
Ich benötige einen Post für LinkedIn.
Zielgruppe sind Startups.
Die Sprache sollte peppig und direkt sein.
Inhalt des Posts: „Heute beim Businessplanwettbewerb Berlin-Brandenburg über Social Media gesprochen.Viele tolle Gründer:innen, die sehr neugierig auf das Thema waren und viele Fragen gestellt haben“
Hier hast du noch 3 gut performende Posts als Beispiel:[...]
Bitte generiere 5 Varianten des Posts.
Danach bewerte bitte die 5 Varianten des Posts, um mir die Auswahl zu erleichtern.

70

UND NUN NOCHMAL!

71

DON'T BUILD ON RENTED LAND

OWNED!!!

72



73

1. DIGITALE VERNETZUNG ALS SELBSTZWECK

- "Die Welt offener und vernetzter machen,,
- Wie ist es geworden? Wie immer...

Two yellow Minions are shown in a workshop-like setting. One Minion is standing and looking at a mechanical device on the floor, while the other is crouched next to it, appearing to be working on it.

74

2. DIE MODERATIONSMACHT DER PLATTFORMEN

ENSHITTIFICATION (CORY DOCTOROV)

A close-up of a metallic robot head with glowing blue eyes and a menacing, toothy mouth. The robot is positioned on the right side of the slide, partially overlapping the blue background.

75

3. DIE NEUTRALITÄTSLÜGE

- Die Netzwerke nehmen sehr wohl Einfluss auf die Kommunikation



76

UNSERE NÄCHSTEN WEBINARE HIER IM BPW

- 23.01.2025: Online Marketing
12 – 14:30 Uhr
- 24.01.2025: ChatGPT & KI
12 – 14 Uhr



<https://www.b-p-w.de/termine/>

77

JETZT IST ZEIT FÜR FRAGEN!

Kontakt: dietmar@argo.berlin

LinkedIn:
<https://www.linkedin.com/in/dietmarfischer/>



78



BPW 2025
Deine Idee | Dein Konzept | Dein Unternehmen

Hotline: 030 / 21 25 - 21 21
E-Mail: bpw@ibb-business-team.de
Internet: www.b-p-w.de

Förderer



Kofinanziert von der Europäischen Union



Der Businessplan-Wettbewerb Berlin-Brandenburg wird gemeinsam durch die Senatsverwaltung für Wirtschaft, Energie und Betriebe des Landes Berlin und durch das Ministerium für Wirtschaft, Arbeit, Energie und Klimaschutz des Landes Brandenburg unterstützt sowie aus Mitteln der Europäischen Union kofinanziert.

#30 jahrebpw
