VOGLER
Marketing

ANGEBOT · ANFRAGEN ÜBER ANZEIGEN

Meta Ads Betreuung: Erstberatungsgespräche über Facebook und Instagram.

Einmal im Monat kommen wir zu euch und drehen drei bis vier Stunden. **Wir schreiben die Texte vorher, ihr lest sie vom Teleprompter ab.** Daraus entstehen die Anzeigen für den ganzen Monat, gesteuert auf Erstgespräche statt auf Klicks.

3.100 €	1.800 €	3 bis 4 h	3 Monate
MONATLICH, DREI MODULE	SETUP, EINMALIG	EUER AUFWAND IM MONAT	FESTE LAUFZEIT

STAND 25.09.2026

WWW.VOGLER.MARKETING

1 / AUF EINER SEITE

Das Angebot in sieben Zeilen.

FÜR WEN	Unternehmen, deren Geschäft im Gespräch entschieden wird: Handwerk und Bau, Beratung, Kanzleien, Praxen, Finanz- und Versicherungsberatung, Energie und Sanierung, Immobilien, Weiterbildung.
WAS ES IST	Meta-Anzeigen auf Facebook und Instagram, gespeist aus einem Drehtag im Monat bei euch. Keine organischen Beiträge, kein Redaktionsplan. Wer beides will, nimmt das volle Programm.
ERGEBNIS	Erstberatungsgespräche, die bei euch ankommen, mit Herkunft im Bericht. Gezählt werden Anfragen, nicht Klicks.
WAS WIR MACHEN	Kick-off und Messung, Werbekonto und Zielgruppen, Skripte schreiben, Drehtag bei euch, Schnitt und Anzeigenmotive im Hochformat, laufende Steuerung, Monatsbericht. Auf Wunsch automatische Nachrichten, die aus einem Kommentar ein Gespräch machen.
WAS IHR MACHT	Drei bis vier Stunden Drehtag im Monat, zehn Minuten Skripte lesen und die Anfragen zeitnah annehmen. Auswendig lernen muss niemand etwas.
PREIS	Monatlich 3.100 €: Drehtag 1.100 €, Schnitt und Motive 1.200 €, Kampagnenbetreuung 800 €. Einmalig 1.800 € Setup, dazu 1.200 € Tracking-Setup, falls noch keine saubere Messung läuft. Optional Zielseite 500 bis 1.500 €, WhatsApp-Anzeigen ab 450 €, automatische Nachrichten ab 900 €.
LAUFZEIT	Die ersten drei Monate sind fest, danach monatlich kündbar. Das Werbebudget zahlt ihr direkt an Meta, es läuft nicht über uns.

2 / VON DER BEAUFTRAGUNG BIS ZUM ERSTEN GESPRÄCH

Fünf Schritte, immer in dieser Reihenfolge.

WANN	Was wir machen	Was ihr bekommt
WOCHE 1	**Kick-off und Messung** Zwei Stunden mit euch: Was verkauft ihr, was ist ein Erstgespräch wert, wer geht vor die Kamera, was soll auf keinen Fall gesagt werden. Danach Messung einrichten und Werbekonto auf euren Namen anlegen.	Eine funktionierende Messung, ein Werbekonto, das euch gehört.
WOCHE 2	**Skripte und erster Drehtag** Wir schreiben die Texte und schicken sie zwei Tage vorher. Dann kommen wir zu euch, bauen auf und drehen drei bis vier Stunden mit Teleprompter.	Das Material für den ganzen Monat, gedreht an einem Vormittag.
WOCHE 3	**Die Anzeigen starten** Schnitt, Untertitel und Formate für Feed, Storys und Reels. Zielgruppen gebaut, Ausschlüsse gesetzt, Kampagnen live.	Drei bis fünf Anzeigen mit Testvarianten, vorher zur Freigabe.

WOCHE 4 BIS 8	**Steuern statt zusehen** Budget wandert zu den Motiven, die Erstgespräche bringen. Zielgruppen nachschärfen, Bestandskunden ausschließen, erneute Ansprache dazuschalten.	Wöchentlich eine kurze Übersicht, wie sich die Kampagnen entwickeln.
JEDEN MONAT	**Neuer Drehtag, neuer Bericht** Anzeigen nutzen sich ab, gerade bei kleinen Zielgruppen. Jeden Monat kommt neues Material, und der Bericht sagt, was eine Anfrage gekostet hat.	Ein Bericht als Datei: Anfragen, Kosten je Anfrage, Empfehlung.

3 / VOM SEHEN ZUM TERMIN

Drei Wege, wie aus einer Anzeige ein Erstgespräch wird.

Der Klick ist bezahlt, sobald er passiert. Was danach kommt, entscheidet, ob daraus ein Termin wird. **Der stärkste Weg ist der, bei dem niemand die App verlassen muss:** Jeder Sprung auf eine Website kostet Menschen, weil die Seite lädt und das Formular Daten will. Kommentare und Nachrichten passieren dort, wo die Person schon ist. Dazu kommt ein Nebeneffekt, der bares Geld spart: Kommentare sind öffentlich, sie zeigen anderen, dass das Angebot interessiert, und Meta spielt Anzeigen mit vielen Reaktionen günstiger aus.

Stichwort im Kommentar

„Schreibt PREIS unter das Video.“ Der Kommentar wird öffentlich beantwortet, gleichzeitig geht eine private Nachricht mit Preisliste, Leitfaden oder Terminlink raus. Einrichtung ab 900 €, Lizenz direkt beim Anbieter.

Passt, wenn ihr Reichweite und Anfragen gleichzeitig wollt. Ein Kommentar ist eine winzige Zusage, und wer sie gegeben hat, antwortet danach deutlich eher.

Anzeigen, die WhatsApp öffnen

Ein Klick startet ein Gespräch mit euch, ohne Formular und ohne Umweg über die Website. Einrichtung ab 450 €.

Passt, wenn eure Kunden lieber schreiben als anrufen. Für Handwerk und Beratung oft der kürzeste Weg zum Termin.

Eine geschärfte Zielseite

Eure vorhandene Seite wird auf die Menschen ausgerichtet, die ihr gewinnen wollt: eine Aussage, ein Weg zum Kontakt, kein Imagetext. Ab 500 €.

Passt, wenn euer Angebot Erklärung braucht, bevor jemand einen Termin will.

4 / WER MACHT WAS, WANN

Wer bei euch was übernimmt, und wie lange es dauert.

Der häufigste Grund, warum Werbung im Mittelstand liegen bleibt, ist nicht das Budget, sondern die Frage, wer es macht. Deshalb steht das hier vorher fest.

	Kick-off, Messung WOCHE 1	Skripte, Drehtag WOCHE 2	Start WOCHE 3	Betrieb AB WOCHE 4	Jeder Monat LAUFEND
Die Person vor der Kamera Geschäftsführung, Meister, Beratung oder Vertrieb · 3 bis 4 h im Monat	Kick-off 2 H Was auf keinen Fall gesagt wird IM KICK-OFF GEKLÄRT	Skripte lesen 10 MIN Drehtag 3 BIS 4 H	Motive freigeben 15 MIN	Anfragen annehmen LAUFEND	Drehtag im Monat 3 BIS 4 H
Eine Person bei euch Assistenz oder Büro · rund 30 Minuten im Monat	Zugänge, Logos, CI-Vorgaben liefern 30 MIN	Raum für den Drehtag bereitstellen 15 MIN	Nichts weiter KEIN AUFWAND	Anfragen an die richtige Person weiterreichen LAUFEND	Rückmeldung, welche Anfrage getaugt hat 15 MIN
Euer Webentwickler einmalig, rund 1 h	Messcode einbauen, wir liefern ihn mit Anleitung 1 H	Nichts weiter KEIN AUFWAND	Nichts weiter KEIN AUFWAND	Nichts weiter KEIN AUFWAND	Nichts weiter KEIN AUFWAND
Wir Vogler Marketing · alles Übrige	Kick-off führen, Messung und Werbekonto einrichten, Zielgruppen bauen	Skripte schreiben, Drehtag durchführen, Kamera, Licht, Ton, Teleprompter	Schnitt, Untertitel, Formate, Kampagnen aufsetzen und starten	Budget umschichten, Zielgruppen nachschärfen, erneute Ansprache schalten	Neue Skripte, neuer Drehtag, neue Motive, Monatsbericht mit Empfehlung

Unter jeder Aufgabe steht euer Zeitaufwand. Gelb: im Kick-off geklärt, kein Extra-Termin.

5 / WAS ES KOSTET

Drei Module im Monat, eines einmalig. Was ihr nicht braucht, zahlt ihr nicht.

Die drei monatlichen Module gehören zusammen, weil aus dem Drehtag die Motive entstehen und die Motive gesteuert werden müssen. Bei den einmaligen entscheidet ihr, was bei euch fehlt. Dazu kommt das Werbebudget, das ihr direkt an Meta zahlt und das nicht über uns läuft.

3.100 €

monatlich, **drei feste Module**: Drehtag bei euch 1.100 €, Schnitt und Anzeigenmotive 1.200 € (drei bis fünf Anzeigen im Hochformat mit Testvarianten), Kampagnenbetreuung 800 € (Zielgruppen, Budgetsteuerung, erneute Ansprache, Monatsbericht).

1.800 €

einmalig, **Setup**: Kick-off, Werbekonto auf euren Namen, Zielgruppen aufgebaut, erste Motive nach eurer CI und die Skripte für den ersten Drehtag.

1.200 €

einmalig und nur falls nötig, **Tracking-Setup**: Meta-Pixel und Conversions API serverseitig, datenschutzkonform, inklusive der Ereignisse fürs Retargeting. Läuft bei euch schon eine saubere Messung, entfällt der Posten.

Die ersten zwölf Wochen, gerechnet

MONATLICH	**3.100 €**, drei Module, erste drei Monate fest
EINMALIG, PFLICHT	Setup **1.800 €**
EINMALIG, HÄUFIG NÖTIG	Tracking-Setup 1.200 €
EINMALIG, OPTIONAL	Zielseite 500 bis 1.500 €, WhatsApp-Anzeigen ab 450 €, automatische Nachrichten ab 900 €
DIE ERSTEN DREI MONATE	**ab 12.300 €** zuzüglich Werbebudget, mit Setup und Tracking-Setup

Alle Preise netto zuzüglich Mehrwertsteuer. Vor dem Start steht der Vertrag, und vor dem Vertrag stehen alle Preise fest, auch die Festpreise für Zielseite und Tracking. Den ersten Monat zahlt ihr vor dem Start, danach immer zu Monatsbeginn für den laufenden Monat. Die ersten drei Monate sind fest, danach monatlich kündbar. Das Werbebudget geht direkt an Meta; wie viel sinnvoll ist, hängt von eurem Einzugsgebiet und eurem Auftragswert ab und steht im Angebot nach dem Erstgespräch.

6 / WANN WIR ABSAGEN

Dieses Angebot scheitert nicht am Budget. Es scheitert daran, dass niemand vor die Kamera will.

Ohne ein Gesicht funktioniert es nicht, und das sagen wir vorher.

Auf Meta entscheiden Menschen in zwei Sekunden, ob sie weiterschauen. Was in diesen zwei Sekunden trägt, ist selten ein Logo und fast immer ein Mensch, der etwas Kluges sagt. Anzeigen mit Aufnahmen aus dem Betrieb, ohne sprechende Person, sind möglich und wirken schwächer.

Wir raten außerdem ab, wenn ihr kalt eine enge B2B-Zielgruppe erreichen wollt, denn Meta kennt keine Rolle im Unternehmen. Dafür ist LinkedIn der genauere Kanal. Ebenso, wenn niemand die Anfragen zeitnah annimmt: Auf diesem Kanal ist Geschwindigkeit ein Teil des Ergebnisses.

Und wenn ihr nach vier Wochen urteilen wollt. Die Anzeigen laufen ab Woche drei, belastbare Zahlen gibt es nach etwa acht Wochen. Deshalb sind drei Monate die Mindestlaufzeit und kein Vertriebstrick.

Wofür ihr bezahlt

- Drei bis fünf neue Anzeigen im Monat aus eigener Produktion, nicht aus einer Bilddatenbank
- Ein fester Termin im Monat, sonst keine Zeit bei euch
- Ihr müsst nichts schreiben und nichts auswendig lernen, der Teleprompter läuft unter der Kamera mit
- Werbekonto, Messung, Zielgruppen und alle Aufnahmen in den Rohdateien gehören euch

Alle Kosten

3.100 € im Monat, Setup 1.800 € einmalig, Tracking-Setup 1.200 € falls nötig, jeweils netto und zuzüglich Werbebudget.

Rechnet es an eurem Geschäft: Was ist bei euch ein gewonnener Kunde wert, und wie viele Erstgespräche braucht ihr für einen Abschluss? Daraus ergibt sich, ab welchen Kosten je Anfrage sich der Kanal trägt. Diese Rechnung machen wir im Erstgespräch gemeinsam.

7 / WIE IHR DEN PREIS SENKT

Drei Wege, den Preis zu senken. Und einer, den wir nicht empfehlen.

Die drei monatlichen Module gehören zusammen und lassen sich nicht einzeln weglassen, ohne das Ergebnis zu verlieren. Was sich ändern lässt, ist das Einmalige und der Rhythmus.

1	**Tracking-Setup weglassen** **spart 1.200 € einmalig**	Wenn bei euch schon eine serverseitige Messung läuft, die sauber überträgt, übernehmen wir sie und berechnen nichts. **Haken:** Kein Haken, wenn es wirklich sauber läuft. Wir sehen es im Kick-off durch und sagen ehrlich, ob es reicht. Eine halbe Messung ist teurer als gar keine, weil sie zu falschen Entscheidungen führt.

2	**Alle zwei Monate drehen statt jeden Monat** **spart 1.100 € in jedem zweiten Monat**	Ein Drehtag liefert bei gutem Ablauf auch Material für zwei Monate, wenn wir bewusst mehr Themen abarbeiten. **Haken:** Dieselben Menschen sehen dieselben Anzeigen länger. Bei kleinen Zielgruppen steigen dadurch die Kosten je Anfrage spürbar. Für ein großes Einzugsgebiet funktioniert es, für einen Landkreis selten.
3	**Mit dem Setup starten und den Betrieb später buchen** **3.100 € im Monat, bis ihr startet**	Ihr bekommt Werbekonto, Messung, Zielgruppen und die ersten Motive und entscheidet danach, ob und wann der Betrieb beginnt. **Haken:** Ein eingerichtetes Konto ohne laufende Steuerung bringt nichts. Sinnvoll ist das nur, wenn ihr einen konkreten Starttermin habt, etwa nach einem Umbau oder vor einer Saison.

Wovon wir abraten: am Werbebudget sparen. Jede Einblendung wird versteigert. Wer zu wenig bietet, verliert zu viele Auktionen, und die Anzeige wird schlicht nicht ausgespielt. Dann zahlt ihr Drehtag, Schnitt und Betreuung für Anzeigen, die kaum jemand sieht. Lieber alle zwei Monate drehen als das Budget so weit kürzen, dass nichts mehr läuft.

8 / WAS BEI EUCH BLEIBT

Was bei euch bleibt, auch wenn ihr aufhört.

- **Das Werbekonto** läuft auf euren Namen. Beim Aufhören entziehen wir uns den Zugang, das Konto bleibt mit der gesamten Historie bei euch.
- **Alle Aufnahmen** aus jedem Drehtag in den Rohdateien, verwendbar auch außerhalb von Meta: Website, Newsletter, Messe.
- **Die fertigen Anzeigen** mit Schnitt und Untertiteln, in allen Formaten.
- **Die Messung** bleibt auf eurer Website, ihr messt weiter, auch ohne uns.
- **Die Zielgruppen** samt Ausschlusslisten bleiben in eurem Konto.
- **Jeder Bericht** als Datei, nicht als Zugang zu einem Dashboard, das beim Vertragsende dunkel wird.

9 / DER NÄCHSTE SCHRITT

Dreißig Minuten, und ihr wisst, ob Meta bei euch Erstgespräche bringt.

Im Erstgespräch sehen wir uns euer Angebot, euer Einzugsgebiet und eure Messung an und nennen eine Budgetempfehlung für euren Fall. Wenn niemand bei euch vor die Kamera will oder der Kanal nicht passt, sagen wir das und schlagen etwas anderes vor. Wer weiß, wer vor die Kamera geht, kann das Setup auch direkt beauftragen.

Erstgespräch vereinbaren · Setup direkt beauftragen · Die Seite zum Angebot

Dustin Vogler, Gründer · Vogler Marketing · dustin@vogler.marketing · www.vogler.marketing

Dieses Dokument fasst das Angebot von der Website zusammen und ersetzt kein verbindliches Angebot. Zu den automatischen Nachrichten: Meta erlaubt genau eine private Antwort auf einen Kommentar, bis zu sieben Tage danach. Weiterschreiben ist erst möglich, wenn die Person antwortet, dann für 24 Stunden automatisch und bis zu sieben Tage manuell. Fremde ohne vorherige Reaktion anzuschreiben ist nicht erlaubt. Wir arbeiten ausschließlich über die offiziellen Schnittstellen von Meta. Eine Rechtsberatung ist das nicht. Preisstand 25.09.2026.