

ANGEBOT • 90-TAGE-SPRINT

LinkedIn-Founder-Brand: In 90 Tagen sichtbar als Geschäftsführung.

B2B-Käufer prüfen, wer hinter einem Angebot steht. **Wir bauen den Auftritt eurer Geschäftsführung auf:** Positionierung, Stimme, zwölf und mehr Beiträge im Monat, Kommentar-Strategie. Eure Substanz, professionell gesetzt.

1.800 €

EINMALIG, ZU
BEGINN

1.400 €

MONATLICH JE
PERSON

6.000 €

90 TAGE ZUSAMMEN

10 Min.

AM TAG FÜR DIE
PERSON

STAND 24.09.2026

WWW.VOGLER.MARKETING

Das Angebot in sieben Zeilen.

FÜR WEN	Geschäftsführung, Gründer und Inhaber im B2B-Mittelstand, die fachlich Position beziehen wollen und dafür ein System brauchen statt guter Vorsätze.
WAS ES IST	Ein Sprint über 90 Tage, der den persönlichen Auftritt aufbaut: Positionierung, Profil, Beiträge, Kommentar-Strategie. Danach führt ihr ihn selbst weiter oder bleibt bei uns.
ERGEBNIS	Ein Auftritt, der Gespräche vorbereitet, bevor euer Vertrieb sie führt. Dazu ein Themenplan für zwölf Monate und ein Arbeitssystem für zehn Minuten am Tag.
WAS WIR MACHEN	Tiefeninterview, Positionierungsbrief, Profil-Überarbeitung, fünf Themenfelder, mehr als 36 Beiträge in 90 Tagen, Kommentar-Strategie mit den fünfzig wichtigsten Konten, Berichte nach 30, 60 und 90 Tagen.
WAS IHR MACHT	Das Tiefeninterview von 90 Minuten, danach rund zehn Minuten am Tag für Sprachnotizen und Freigaben. Kein Schreiben, keine Recherche.
PREIS	Einmalig 1.800 € für Positionierung und Profil, monatlich 1.400 € je Person für Beiträge und Kommentar-Strategie. Drei Monate Mindestlaufzeit, zusammen 6.000 €. Optional ein Drehtag für 1.100 €.
LAUFZEIT	Die ersten drei Monate sind fest, danach monatlich kündbar. Vor dem Start steht der Vertrag, und vor dem Vertrag stehen alle Preise fest.

Was in 90 Tagen entsteht.

WANN	Was wir machen	Was ihr bekommt
TAG 1 BIS 14	Positionierung und Profil Ein Tiefeninterview von 90 Minuten: Wer seid ihr, wofür steht ihr, welche Themen besetzt ihr, und welche bewusst nicht. Daraus der Positionierungsbrief mit eurer dokumentierten Stimme.	Positionierungsbrief, überarbeitetes Profil mit Überschrift, Über-mich, Banner und Ankerinhalten, fünf Themenfelder, Plan für 90 Tage.
TAG 15 BIS 75	Die aktive Phase Mehr als 36 Beiträge, gemischt aus Text, Karussell und Video. Ihr sprecht Gedanken als Sprachnotiz ein, wir formulieren, ihr gebt frei. Dazu die fünfzig wichtigsten Konten zum Kommentieren.	Zwölf und mehr veröffentlichte Beiträge im Monat, Kommentar-Vorlagen, Berichte nach 30 und 60 Tagen.

TAG 76 BIS
90

Die Übergabe

Abschlussbericht mit Reichweite, Reaktionen und Anfragen. Dazu das Arbeitssystem, mit dem die Person in zehn Minuten am Tag selbst weitermacht.

Abschlussbericht, Themenplan für zwölf Monate, dokumentiertes Arbeitssystem.

DANACH

Allein oder weiter mit uns

Ihr postet selbst weiter oder bucht die Betreuung monatlich. Keine Bindung, monatlich kündbar.

Die Entscheidung liegt bei euch, und ihr trefft sie mit Zahlen aus 90 Tagen.

3 / DIE DREI FORMATE

Woraus die Beiträge bestehen.

Ein Auftritt aus nur einem Format ermüdet. Wir mischen drei, und jedes hat eine andere Aufgabe.

Welche Mischung bei euch trägt, entscheidet sich an eurem Thema und daran, wie gern die Person vor einer Kamera steht. Ohne Video geht es auch, es kostet nur Reichweite.

Text

Der Kern. Eine Beobachtung, eine These, ein Fall aus eurem Alltag. Entsteht aus einer Sprachnotiz von zwei Minuten.

Passt, wenn ihr eine Haltung habt, die in eurem Markt nicht selbstverständlich ist.

Karussell

Mehrere Seiten zum Durchblättern, für alles, was Schritte, Vergleiche oder Zahlen hat. Wird überdurchschnittlich oft gespeichert und weitergereicht.

Passt, wenn euer Thema erklärt werden muss und intern weitergegeben wird.

Video

Die Person spricht selbst, sechzig bis neunzig Sekunden. Nichts baut schneller Vertrauen auf. Entsteht am Drehtag oder am Schreibtisch mit dem Telefon.

Passt, wenn die Person vor der Kamera natürlich wirkt. Wenn nicht, lassen wir es weg.

Dustin Vogler auf LinkedIn

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

Der häufigste Grund, warum Geschäftsführer auf LinkedIn scheitern, ist nicht fehlende Meinung. Es ist die Annahme, dass das Schreiben irgendwo zwischen zwei Terminen passiert. Deshalb steht hier vorher fest, was die Person wirklich tut.

	Positionierung TAG 1 BIS 14	Aktive Phase TAG 15 BIS 75	Übergabe TAG 76 BIS 90	Danach AB TAG 91
Die sichtbare Person Geschäftsführung, Gründerin, Inhaber · rund 10 Minuten am Tag	Tiefeninterview 90 MIN Themenfelder bestätigen IM KICK-OFF GEKLÄRT Profil freigeben 20 MIN	Sprachnotizen einsprechen 5 MIN AM TAG Beiträge freigeben 5 MIN AM TAG Auf Kommentare antworten NACH BEDARF	Abschlussbericht besprechen 45 MIN	Selbst weitermachen oder verlängern ENTSCHEIDUNG
Eine Person bei euch Assistenz oder Marketing · rund 30 Minuten im Monat	Zugänge, Bildmaterial, CI-Vorgaben liefern 30 MIN	Termine für Sprachnotizen im Kalender halten LAUFEND	Nichts weiter KEIN AUFWAND	Nichts weiter KEIN AUFWAND
Wir Vogler Marketing · alles Übrige	Interview führen, Positionierungsbrief schreiben, Profil überarbeiten, Themenplan bauen	Zwölf und mehr Beiträge im Monat schreiben und gestalten, veröffentlichen, Kommentar-Konten pflegen, monatlich berichten	Abschlussbericht, Themenplan für zwölf Monate, Arbeitssystem dokumentieren und übergeben	Auf Wunsch monatlich weiter, sonst Übergabe und Ende

Unter jeder Aufgabe steht der Zeitaufwand. Gelb: im Tiefeninterview geklärt, kein Extra-Termin.

Zwei Module, ein Preis, der nachvollziehbar ist.

Eines einmalig, eines monatlich. Beide sind Pflicht, weil ohne Positionierung keine Beiträge entstehen und ohne Beiträge die Positionierung nichts bewirkt. Wählbar sind der Drehtag und die Zahl der Personen. Ein Werbebudget ist nicht nötig: Der Sprint lebt von organischer Reichweite.

1.800 €

einmalig, **Positionierung und Profil**: Tiefeninterview von 90 Minuten, Positionierungsbrief mit eurer dokumentierten Stimme, überarbeitetes Profil mit Überschrift, Über-mich, Banner und Ankerinhalten, fünf Themenfelder und der Plan für 90 Tage. Je weiterer Person noch einmal 1.800 €, weil jede eine eigene Positionierung bekommt.

1.400 €

monatlich je Person, **Beiträge und Kommentar-Strategie**: zwölf und mehr Beiträge im Monat aus Text, Karussell und Video, die fünfzig wichtigsten Konten zum Kommentieren samt Vorlagen, dazu ein Bericht nach jedem Monat.

1.100 €

einmalig und optional, **Drehtag**: ein Produktionstag bei euch, Foto und Video. Daraus entstehen Porträts, Banner und der Videoanteil für die nächsten Monate.

Die ersten zwölf Wochen, gerechnet

PFLICHT	1.800 € einmalig plus 1.400 € im Monat je Person
MINDESTLAUFZEIT	drei Monate, zusammen 6.000 € für eine Person
MIT DREHTAG	7.100 € für 90 Tage
ZWEI PERSONEN	3.600 € einmalig plus 2.800 € im Monat, zusammen 12.000 € für 90 Tage
DANACH	monatlich 1.400 € je Person, monatlich kündbar, oder Übergabe und Ende

Alle Preise netto zuzüglich Mehrwertsteuer. Vor dem Start steht der Vertrag, und vor dem Vertrag stehen alle Preise fest, auch für einen Drehtag und für weitere Personal Brands. 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. Ein Werbebudget ist nicht Teil des Angebots und nicht nötig; wer einzelne Beiträge zusätzlich verstärken will, zahlt das direkt an LinkedIn.

Der Sprint scheitert nicht am Geld. Er scheitert an zehn Minuten am Tag.

Kann eure Geschäftsführung nicht zehn Minuten am Tag aufbringen, sagen wir ab.

Wir schreiben die Beiträge, wir gestalten sie, wir veröffentlichen sie. Was wir nicht können, ist die Haltung liefern. Jeder Beitrag entsteht aus einer Sprachnotiz der Person, und wenn diese Notizen ausbleiben, entsteht entweder nichts oder etwas Austauschbares. Beides ist euer Geld nicht wert.

Ehrlich zum Tempo: In den ersten Wochen passiert wenig Sichtbares. Reichweite auf einem persönlichen Profil wächst nicht linear, sie springt, wenn ein Beitrag den richtigen Nerv trifft. Wer nach drei Wochen ein Urteil fällt, urteilt zu früh. Deshalb sind drei Monate die Mindestlaufzeit und nicht ein Vertriebsstrick.

Wir raten auch ab, wenn die Person anonym bleiben will oder soll, wenn eure Zielgruppe beruflich nicht auf LinkedIn ist, oder wenn niemand die Anfragen bearbeitet, die daraus entstehen. Sichtbarkeit ersetzt keinen Vertrieb, sie beschäftigt ihn.

Wofür ihr bezahlt

- Ein Auftritt, der Gespräche vorbereitet, bevor euer Vertrieb sie führt
- Persönliche Profile erreichen deutlich mehr Menschen als Unternehmensseiten, in der Vergleichsstudie von Refine Labs 2,75-mal so viele Einblendungen je Beitrag
- Eure Sprache dokumentiert: Der Positionierungsbrief macht die Stimme wiederholbar, auch für andere Kanäle
- Nach 90 Tagen ein Themenplan für zwölf Monate und ein System für zehn Minuten am Tag

Alle Kosten

1.800 € einmalig, 1.400 € im Monat je Person, drei Monate fest, zusammen 6.000 € netto. Kein Werbebudget nötig.

Rechnet es an eurem Vertrieb: Wie viele Gespräche im Jahr entstehen heute aus Empfehlungen und Messen, und was wäre ein zusätzliches Gespräch mit einem Entscheider wert, der euch schon kennt, bevor ihr euch meldet.

7 / WIE IHR DEN PREIS SENKT

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

Die beiden Pflichtmodule lassen sich nicht weglassen, ohne das Ergebnis zu verlieren. Was sich ändern lässt, ist der Umfang drumherum.

1 Ohne Drehtag starten

**spart 1.100 €
einmalig**

Wir arbeiten mit vorhandenem Bildmaterial und mit Videos, die die Person selbst am Schreibtisch mit dem Telefon aufnimmt.

Haken: Der Videoanteil sinkt in der Qualität, und Video ist das Format, das am schnellsten Vertrauen aufbaut. Für den Anfang geht es, nach einem halben Jahr fällt es auf.

- | | | |
|---|--|---|
| 2 | Mit einer Person starten statt mit zweien
spart 1.800 € einmalig und 1.400 € im Monat | Eine Person aufbauen, die zweite später dazunehmen, wenn das System steht und der Aufwand im Alltag bekannt ist.
Haken: Kein echter Haken, eher eine Empfehlung: Zwei Personen gleichzeitig aufzubauen ist selten nötig und verdoppelt den Abstimmungsaufwand bei euch. |
| 3 | Nach 90 Tagen selbst weitermachen
spart 1.400 € im Monat | Ihr bekommt Themenplan, Positionierungsbrief und das dokumentierte Arbeitssystem. Damit lässt sich in zehn Minuten am Tag weiterarbeiten.
Haken: Das funktioniert genau so lange, wie jemand es wirklich täglich tut. Erfahrungsgemäß schläft es im zweiten Monat ein, wenn der Kalender voll wird. |

Wovon wir abraten: die Beiträge selbst schreiben, um zu sparen. Der Sprint kostet, weil das Schreiben Arbeit ist, nicht weil die Idee teuer wäre. Wer ihn übernimmt, schreibt in Woche eins begeistert, in Woche vier weniger und in Woche sieben gar nicht mehr. Dann steht ein überarbeitetes Profil ohne Inhalte, und das wirkt schlechter als vorher.

8 / WAS BEI EUCH BLEIBT

Was bei euch bleibt, auch wenn ihr aufhört.

- **Der Positionierungsbrief** mit eurer dokumentierten Stimme. Er taugt auch für Website, Vorträge und Angebote.
- **Das überarbeitete Profil** samt Banner und Ankerinhalten. Es bleibt, wie es ist.
- **Alle Beiträge** in den Quelldateien, auch die Karussells zum Weiterverwenden.
- **Der Themenplan für zwölf Monate** und das dokumentierte Arbeitssystem.
- **Alle Aufnahmen vom Drehtag** in den Rohdateien, verwendbar auch außerhalb von LinkedIn.
- **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 eure Person der Hebel ist.

Im Erstgespräch sehen wir uns das Profil an, hören, welche Haltung zum Thema da ist, und sagen offen, ob 90 Tage bei euch den Unterschied machen. Wenn die Zeit im Alltag nicht da ist, sagen wir das vorher. Wer weiß, wer sichtbar werden soll, kann den Sprint auch direkt beauftragen.

[Erstgespräch vereinbaren](#) · [Sprint 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. Preisstand 24.09.2026.