

ANGEBOT • NUR ANZEIGEN

LinkedIn Ads Betreuung für B2B: **Anzeigen an genau die Firmen**, die als Kunden infrage kommen.

Zielgruppe aus euren eigenen Firmenlisten, Motive aus eigener
Produktion, Kampagnen auf Anfragen gesteuert statt auf Klicks. **Ihr
bucht Module, keine Pakete.** Ein Modul ist Pflicht, alles andere wählt
ihr.

1.800 €

SETUP, EINMALIG

ab 2.000 €

BETRIEB, MONATLICH

ab 3.500 €

ADSPEND AN
LINKEDIN

3 Monate

FESTE LAUFZEIT

STAND 24.09.2026

WWW.VOGLER.MARKETING

Das Angebot in sieben Zeilen.

FÜR WEN	B2B-Anbieter mit erklärungsbedürftigem Angebot und einem typischen Auftragswert ab 5.000 € oder mit Folgegeschäft. Mittelstand und Konzernstrukturen mit eigenem Vertrieb.
WAS ES IST	Das schmalste unserer drei LinkedIn-Angebote: nur Werbung. Keine Beiträge, kein Redaktionsplan, kein Profilaufbau. Wer Anzeigen und Sichtbarkeit zusammen will, findet das im Zwölf-Wochen-Angebot.
ERGEBNIS	Anfragen, die eurer eigenen Definition entsprechen, mit Firma, Rolle, Anlass und Verlauf im Kalender eures Vertriebs. Gezählt werden Gespräche, nicht Klicks.
WAS WIR MACHEN	Kick-off, Messung bis ins Kundensystem, Zielgruppe aus euren Firmenlisten, Anzeigenmotive nach eurer CI, laufende Steuerung, erneute Ansprache, monatlicher Bericht.
WAS IHR MACHT	Kick-off von zwei bis drei Stunden, Motive freigeben, Anfragen annehmen. Rund drei Stunden im Aufbau, danach etwa eine Stunde im Monat. Eine Ansprechperson genügt.
PREIS	Einmalig: Setup 1.800 €, optional Drehtag 1.100 €, Lead-Magnet ab 1.000 €, Zielseite schärfen ab 500 €. Monatlich frei wählbar: Creatives für Ads 1.200 €, Kampagnenbetreuung 800 €, beides 2.000 €. Dazu der LinkedIn-Adspend ab 3.500 € im Monat, direkt an LinkedIn.
LAUFZEIT	Die ersten drei Monate sind fest, danach monatlich kündbar. Vor dem Start steht der Vertrag, und vor dem Vertrag stehen alle Preise fest.

Fünf Schritte, immer in dieser Reihenfolge.

WANN	Was wir machen	Was ihr bekommt
WOCHE 1	Kick-off und Messung Zwei bis drei Stunden mit euch und eurem Vertrieb: Was zählt als Anfrage, welche Rolle, welcher Anlass, was ist ein Auftrag wert. Danach richten wir die Messung ein, LinkedIn-Code, Ziele und Anbindung an euer Kundensystem, soweit möglich.	Eure Anfrage-Definition schriftlich, eine funktionierende Messung.
WOCHE 1 BIS 2	Zielgruppe aus euren Listen Wunschkunden, Bestandskunden, verlorene Angebote, Messekontakte. Ausgespielt wird gegen Firmenlisten, nicht gegen hochgeladene Kontaktdaten. Wettbewerber, Agenturen und Personalvermittler fliegen raus.	Eine Zielgruppe, die euer Vertrieb mit Namen nennen kann, zur Freigabe.
WOCHE 2 BIS 3	Motive nach eurer CI Drei bis fünf Motive zum Start, jedes zu einem konkreten Anlass eurer Zielgruppe. Mit Drehtag aus eigenem Material, ohne Drehtag aus dem, was ihr habt.	Die Motive vor dem Start zur Freigabe.

AB WOCHE 3	Anspielung und erneute Ansprache Die Kampagne startet gegen eure Firmenliste, jede Reaktion wird erfasst. Sobald 300 Personen im Pool sind, startet die erneute Ansprache. Genau dort entstehen die meisten Anfragen.	Wöchentlich eine Übersicht, welche Firmen reagieren und wie der Pool wächst.
JEDEN MONAT	Bericht und Nachsteuern Budget wandert zu den Motiven und Firmen, die Gespräche bringen, weg von denen, die nur Klicks bringen. Dazu unsere Empfehlung, begründet mit den Zahlen.	Ein Bericht als Datei: Anfragen, Firmen, Kosten je Anfrage, Empfehlung.

3 / WO HIN DIE ANZEIGE FÜHRT

Eine Anzeige braucht eine Seite, die zu einer Anfrage führt.

Im B2B entscheidet niemand beim ersten Kontakt. Ein Formular auf einer Imageseite reicht hier nicht, so gut das auf anderen Plattformen für regionale Dienstleistungen funktioniert. **Der Lead-Magnet ist die stärkste Form, eine geschärfte Zielseite die schnellere, beides zusammen die beste.** Mindestens eines von beiden sollte stehen. Ob wir das bauen, jemand bei euch, ein Freelancer oder eure Webagentur, ist uns gleich.

Ein Rechner

Der Besucher tippt seine Zahlen ein und sieht sofort, was das für ihn bedeutet: Ersparnis, Rendite, Kosten. 1.000 bis 3.000 €.

Passt, wenn eure Kunden erst verstehen müssen, was euer Angebot ihnen bringt.

Mieterstrom-Rechner,
Lumitra

Basisrente-Rechner, Kanzlei
Seehofer

Ein Check oder Leitfaden

Acht bis zwölf Fragen mit einer Einordnung am Ende, oder ein Dokument, das eine Entscheidung vorbereitet. Je 1.100 bis 2.900 €.

Passt, wenn eure Kunden intern überzeugen müssen und etwas zum Weiterreichen brauchen.

Solar-Standort-Check,
Lumitra

Messe-Briefing 2026, SYMA

Eure Zielseite schärfen

Die Seite, auf der eure Anzeigen landen, wird auf eure Entscheider ausgerichtet: eine klare Aussage, ein Weg zum Kontakt, kein Imagetext. Ab 500 €.

Passt, wenn ihr schon eine Seite habt und keinen Lead-Magneten wollt. Den Festpreis nennen wir, sobald wir die Seite gesehen haben.

Die Angebotsseite dazu

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	Zielgruppe WOCHE 1 BIS 2	Motive WOCHE 2 BIS 3	Ausspielung AB WOCHE 3	Bericht JEDEN MONAT
Ihr entscheidet Geschäftsführung, Vertriebsleitung · rund 3 h im Aufbau	Kick-off 2 BIS 3 H Anfrage- Kriterien bestätigen IM KICK-OFF GEKLÄRT Werbebudget festlegen, ab 3.500 € IM KICK-OFF GEKLÄRT	Firmenliste freigeben 20 MIN	Anzeigenmotive freigeben 15 MIN	Anfragen im Kundensystem sehen KEIN AUFWAND	Bericht lesen, entscheiden 20 MIN IM MONAT
Eine Person bei euch Marketing, Assistenz oder Vertriebsinnendienst · rund 1 h im Monat	Zugänge und Ansprechpartner benennen 30 MIN	Wunschkunden- und Verlustliste liefern 1 H	Logos, Bilder, CI-Vorgaben liefern 30 MIN	Anfragen an den Vertrieb weiterreichen LAUFEND	Rückmeldung, welche Anfrage getaugt hat 15 MIN IM MONAT
Euer Webentwickler einmalig, rund 1 h	LinkedIn-Code 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 einrichten, Ziele definieren	Zielgruppe bauen, Rollen eingrenzen, Ausschlüsse setzen	Motive produzieren, Texte schreiben, Testvarianten anlegen	Kampagnen steuern, Budget umschichten, erneute Ansprache schalten	Bericht schreiben, Empfehlung geben, Motive für den Folgemonat ansetzen

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

Module, einzeln kalkuliert. Was ihr nicht bucht, zahlt ihr nicht.

Ein Modul ist Pflicht, weil ohne Messung und Zielgruppe keine Kampagne läuft. Alles andere wählt ihr. Monatlich sind beide Module einzeln buchbar: nur die Motive, nur die Steuerung oder beides. Dazu

kommt der LinkedIn-Adspend, mindestens 3.500 € im Monat. Den zahlt ihr direkt an LinkedIn, er läuft nicht über uns.

1.800 €

einmalig, **Setup** und Pflichtmodul: Kick-off, Messung bis in euer Kundensystem, eure Firmenliste als Zielgruppe und die ersten Anzeigenmotive nach euren CI-Richtlinien. Das Werbekonto gehört euch. Den LinkedIn-Code baut euer Webentwickler ein, wir liefern ihn mit Anleitung und prüfen.

1.100 €

einmalig und optional, **Drehtag**: ein Produktionstag bei euch, Foto und Video. Daraus entstehen die Motive für die nächsten Monate. Ohne Drehtag arbeiten wir mit eurem vorhandenen Material.

ab 2.000 €

monatlich, frei wählbar: **Creatives für Ads 1.200 €** (drei bis fünf neue Motive im Monat mit Testvarianten) und **Kampagnenbetreuung 800 €** (Steuerung, laufende Optimierung, Bericht). Eines von beiden oder beides.

Die ersten zwölf Wochen, gerechnet

PFLICHT	Setup 1.800 € einmalig
OPTIONAL EINMALIG	Drehtag 1.100 €, Lead-Magnet ab 1.000 €, Zielseite schärfen ab 500 €
MONATLICH	Creatives für Ads 1.200 € und Kampagnenbetreuung 800 €, zusammen 2.000 € . Einzeln buchbar.
DER VOLLE START	Setup, Drehtag und Lead-Magnet, dazu drei Monate Betrieb: ab 9.900 € zuzüglich Adspend
DER SCHMALE START	Setup und drei Monate Betreuung ohne Creatives: ab 4.200 € zuzüglich Adspend

Alle Preise netto zuzüglich Mehrwertsteuer. Vor dem Start steht der Vertrag, und vor dem Vertrag stehen alle Preise fest, auch der Festpreis für den Lead-Magneten und für die Zielseite. 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. Der LinkedIn-Adspend liegt bei mindestens 3.500 € im Monat und geht direkt an LinkedIn, nicht über uns.

LinkedIn macht euch bei den Entscheidern sichtbar, die ihr sonst nicht erreicht. Und es ist teuer.

Verkauft ihr für unter 5.000 Euro je Auftrag, lohnt sich LinkedIn für euch selten.

Gemeint ist euer Auftragswert, nicht unser Honorar. LinkedIn ist der teuerste Weg, im B2B sichtbar zu werden, weil jede Einblendung versteigert wird: Wer im Feed eines Einkäufers, einer Bereichsleitung oder einer Geschäftsführung erscheinen will, bietet gegen alle anderen, die dieselben Menschen erreichen wollen.

Rechnet das Werbebudget mit. Unter 3.500 Euro im Monat ergeben LinkedIn-Anzeigen selten Sinn: Die erneute Ansprache startet erst, wenn 300 Personen reagiert haben. Wer zu wenig bietet, verliert zu viele Auktionen, der Pool füllt sich nicht, und genau der Teil läuft nicht an, der die Anfragen bringt.

Unsere Faustregel: Liegt euer typischer Auftragswert unter 5.000 Euro und gibt es kein Folgegeschäft, sagen wir ab und empfehlen Google Ads für die, die ohnehin schon suchen, oder Meta für regionale Angebote. Das sagen wir im Erstgespräch, bevor Geld fließt.

Wofür ihr bezahlt

- Sichtbarkeit bei genau den Menschen, die entscheiden, in den Firmen eurer eigenen Listen
- Motive aus eigener Produktion, monatlich getauscht, bevor sie sich abnutzen
- Erneute Ansprache aller, die schon reagiert haben: der Teil, in dem die meisten Anfragen entstehen
- Werbekonto, Messung, Motive, Listen und Berichte gehören euch, auch wenn ihr aufhört

Alle Kosten

Setup 1.800 € einmalig, Betrieb ab 2.000 € im Monat, dazu LinkedIn-Adspend ab 3.500 € im Monat, jeweils netto.

Ein Auftrag über 30.000 Euro trägt die ersten drei Monate aus sich heraus. Bei 4.000 Euro Auftragswert bräuchtet ihr mehrere gewonnene Aufträge allein zur Kostendeckung. Rechnet mit eurer Abschlussquote und mit dem Wert eines Kunden über die gesamte Zusammenarbeit.

7 / WIE IHR DEN PREIS SENKT

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

Jedes Modul ist einzeln kalkuliert, also lässt sich jedes einzeln weglassen. Was ihr dann selbst tragt, steht dabei, und der Haken auch.

1 Ohne Drehtag starten

**spart 1.100 €
einmalig**

Wir arbeiten mit eurem vorhandenen Material: Produktbilder, Referenzfotos, Aufnahmen aus dem Marketing.

Haken: Die Motive sind nur so gut wie das Material. Wenn es keine brauchbaren Aufnahmen gibt, merkt man das in der Auktion, weil schwache Motive teurer werden.

2	Nur die Kampagnenbetreuung buchen spart 1.200 € im Monat	Wir steuern, ihr liefert die Motive aus eurem Marketing oder von eurer Agentur. Haken: Im B2B entscheidet die Motivqualität stark mit. Das ist die schwächere der beiden Hälften, wenn bei euch niemand gestalten kann.
3	Nur die Creatives buchen spart 800 € im Monat	Ihr bekommt jeden Monat neue Motive mit Testvarianten und steuert die Kampagnen selbst. Haken: Das trägt nur, wenn bei euch jemand den Anzeigenmanager wirklich bedient und die Zahlen liest. Sonst läuft Budget in Motive, die niemand nachsteuert.
4	Ohne Lead-Magnet starten und die Zielseite schärfen spart ab 1.000 € einmalig	Statt eines Rechners oder Leitfadens richten wir eure vorhandene Seite auf eure Entscheider aus. In der Regel ab 500 €, Festpreis sobald wir die Seite gesehen haben. Haken: Ein Lead-Magnet bringt deutlich mehr. Er gibt dem Entscheider einen Grund, seine Daten zu hinterlassen, bevor er mit einem Vertrieb sprechen will. Eine Zielseite fängt nur die, die ohnehin schon so weit sind.

Wovon wir abraten: am Adspend sparen. Jede Einblendung wird versteigert. Wer zu wenig bietet, verliert die Auktion, und die Anzeige wird nicht ausgespielt. Dann zahlt ihr für eine Betreuung, die niemand sieht. Lieber ein Modul bei uns weglassen als das Budget so weit kürzen, dass nichts mehr läuft. Unsere Untergrenze sind 3.500 € im Monat.

8 / WAS BEI EUCH BLEIBT

Was bei euch bleibt, auch wenn ihr aufhört.

- **Das Werbekonto** läuft auf euren Namen, wir arbeiten als Partner darauf. Beim Aufhören entziehen wir uns den Zugang, das Konto bleibt mit der gesamten Historie bei euch.
- **Die Messung** bleibt auf eurer Website und in eurem Kundensystem. Ihr messt weiter, auch ohne uns.
- **Alle Motive** in den Rohdateien, verwendbar auch außerhalb von LinkedIn.
- **Die Zielgruppenlisten** bleiben in eurem Konto und lassen sich exportieren.
- **Der Lead-Magnet** steht auf eurer Website und läuft weiter, ganz gleich ob noch Anzeigen laufen.
- **Jeder Bericht** als Datei, nicht als Zugang zu einem Dashboard, das beim Vertragsende dunkel wird.

Dreißig Minuten, und ihr wisst, ob sich der Kanal für euch rechnet.

Im Erstgespräch sehen wir uns euren Auftragswert, eure Zielgruppe und eure Zielseite an und sagen offen, ob LinkedIn-Anzeigen bei euch tragen. Wenn nicht, nennen wir den Kanal, der besser passt. Danach bekommt ihr ein verbindliches Angebot mit allen Preisen. Wer Zielgruppe und Anfrage-Definition schon klar hat, 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. Hinweise zum Datenschutz sind keine Rechtsberatung; die Umsetzung in eurem Haus prüft euer Datenschutzbeauftragter. Preisstand 24.09.2026.