

CASESTUDY

PHYSIOPARK®

Physiotherapie · Ergotherapie · Beratung

x

rueter
MEDIA

„Unsere Sichtbarkeit hat sich im ersten Monat mehr als verdreifacht.“



INHALT

Zusammenfassung | Über den Kunden | Die
Herausforderung | KPIs | Strategie | Umsetzung |
Ergebnis nach 30 Tagen | Kundenstimme |
Learning & Insights | Fazit |
Deine Zusammenarbeit mit Rüter Media |
Der Social Media Guide für Unternehmen

Herausgeber:
Rüter Media
Gründer & Geschäftsführer: Joschka Meier

+49 176/45242823
joschka@ruetermedia.de

www.ruetermedia.de



©2026 Joschka Meier | Rüter Media
Der Weiterverkauf, Vervielfältigung, Kopie oder Weiterverbreitung dieses Materials ist untersagt

“UNSERE SICHTBARKEIT HAT SICH IM ERSTEN MONAT MEHR ALS VERDREIFACHT!”

Die Physiopark Berlin GmbH stand vor der Herausforderung, Social Media aktiv als Hebel für das Unternehmen einzusetzen und strategischen Content zu erstellen, der nicht nur da ist um gepostet zu werden, sondern auch aktiv in das Wachstum der Physiopark Berlin GmbH einzahlte.

Innerhalb von nur 30 Tagen entwickelten und implementierten wir eine gezielte Content-Marketing-Strategie mit Fokus auf lokale Sichtbarkeit. Das Ergebnis: Alleine auf Instagram eine organische Steigerung von 174,2%, deutlich positives Kundenfeedback und ein Anstieg der Qualität der eingehenden Bewerbungen.

4. MÄRZ 2026

Aufrufe	76.842 >
Interaktionen	156 >

Instagram Profil Insights @physiopark_berlin

4. APRIL 2026

Aufrufe	↗ 208.381 >
Interaktionen	↗ 280 >

Instagram Profil Insights @physiopark_berlin



©2026 Joschka Meier | Rüter Media

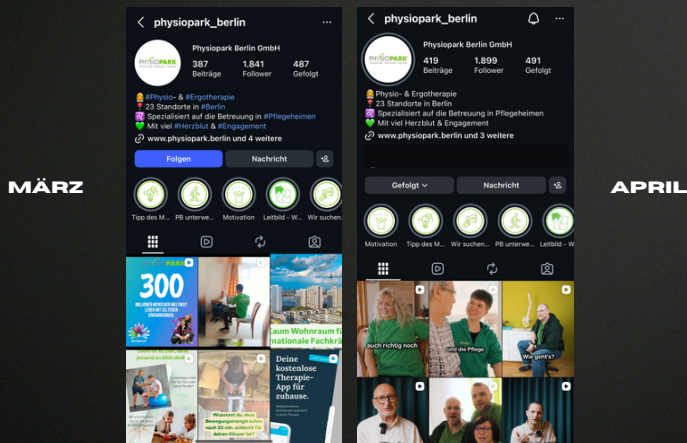
Der Weiterverkauf, Kopie oder Weiterverbreitung dieses Materials ist untersagt

Physiopark Berlin ist eine der führenden Physiotherapiepraxen der Hauptstadt. Erfahrene Therapeuten, modernste Methoden, zufriedene Patienten und dennoch: Online sah das kaum jemand.

Das Instagramprofil existierte und wurde auch sporadisch bespielt, dennoch gab es kaum Interaktionen, kaum Reichweite, kaum neue Gesichter in der Praxis und schlussendlich wurde Social Media als Last, anstatt als möglicher Hebel gesehen.

Nachdem schon mit verschiedenen Agenturen versucht wurde zusammenzuarbeiten, aber es immer wieder scheiterte, hat die interne Verwaltungsfachkraft die Aufgabe an sich genommen und von der Planung, Umsetzung bis zum fertigen Post alles alleine umgesetzt.

VOR VS. WÄHREND DER ZUSAMMENARBEIT



Hand auf's Herz: Bei welchem Profil würdest Du als potenzieller Bewerber sagen "Bei der Praxis bewerbe ich mich!" ?

Ausgangssituation:

- sehr geringe Sichtbarkeit
- kein klares Branding und somit kein Fundament für ein einheitliches auftreten des Unternehmens
- starke Abhängigkeit von Empfehlungen und Bewerbungen über Stepstone und Co
- inaktive Follower, die aus Gewinnspielen stammen
- kein strategischer Einsatz von Social Media als Wachstumshebel für das Unternehmen
- keine authentischen Einblicke in das Unternehmen
- KI generierter Content & Ads (Text und Foto/Video)



EXPERTE STATT NEBENJOB

Oder gehst du mit Herzproblemen auch zum Hausarzt?

Social Media klingt einfach. Jeder hat ein Smartphone, jeder scrollt täglich durch seinen Feed... wie schwer kann es sein, ein paar Posts für das Unternehmen zu erstellen?

Diese Frage stellen sich viele Unternehmer und Inhaber. Und die Antwort zeigt sich meistens erst dann, wenn die Ergebnisse ausbleiben. Denn hinter jedem Kanal, der wirklich Wirkung erzielt, stecken Algorithmusverständnis, Zielgruppenanalyse, Content-Strategie, Videoproduktion, Copywriting und datenbasierte Optimierung. Fähigkeiten, die man nicht nebenbei erwirbt.

Würdest du deinen Vertrieb vom aktuellen Werkstudenten leiten lassen? Wahrscheinlich nicht, denn Vertrieb entscheidet über Umsatz, und dafür brauchst du jemanden, der weiß, was er tut. Social Media ist heute dein digitaler Vertrieb. Und er verdient dieselbe Ernsthaftigkeit.

Stell dir vor, du hast seit Wochen Herzrasen. Ein unangenehmes Drücken in der Brust. Du gehst zum Arzt aber zu welchem? Du könntest natürlich zum Hausarzt gehen. Er ist vertraut, unkompliziert, immer eine gute erste Anlaufstelle. Aber würdest du bei einem ernsthaften Herzproblem wirklich dabei bleiben? Oder würdest du irgendwann die Frage stellen: Brauche ich hier nicht jemanden, der sich wirklich damit auskennt – einen Kardiologen, der täglich nichts anderes macht als genau das? Jemanden, der nicht nur die Symptome kennt, sondern die Ursache findet und einen klaren Plan hat? Die meisten Menschen kennen die Antwort. Und sie gilt genauso, wenn es um die Sichtbarkeit deines Unternehmens geht. Die Frage ist nur: Wann stellst du sie dir?



DIE HERAUSFORDERUNG

Inaktive Follower, die aus Gewinnspielen stammen

Die Physiopark Berlin GmbH hatte in der Vergangenheit verstärkt auf Gewinnspiele gesetzt, bei denen das Folgen des Profils Teilnahmevoraussetzung war. Diese Taktik kann punktuell funktionieren, führt bei häufiger Anwendung jedoch zu einem zentralen Problem: einer hohen Anzahl inaktiver oder unpassender Follower. Viele dieser Nutzer folgen ausschließlich wegen des Gewinns – nicht aufgrund echten Interesses am Unternehmen oder den Inhalten.

Das Resultat ist ein aufgeblähtes, aber qualitativ schwaches Publikum. Die Folge: sinkende Interaktionsraten, geringere organische Reichweite und Inhalte, die vom Algorithmus schlechter ausgespielt werden. Für ein Unternehmen, das Social Media gezielt zur Kunden- und Mitarbeitergewinnung einsetzen möchte, wird genau das zum entscheidenden Nachteil.

Keine authentischen Einblicke in das Unternehmen

Dem Profil der Physiopark Berlin GmbH fehlten authentische Einblicke in den Praxisalltag. Statt echter Inhalte dominierten Stockmaterial, generische Grafiken, austauschbare Feiertagspostings und thematisch unpassende Beiträge. Auch KI generierte Bilder und Videos, insbesondere bei Ads, wirkten wenig greifbar und unpersönlich.

Das Ergebnis: ein beliebiges Erscheinungsbild ohne klare Positionierung oder Vertrauensaufbau. Gerade im Gesundheitsbereich gilt jedoch: Menschen entscheiden sich für Menschen.

Fehlende Authentizität schreckt potenzielle Kunden und Fachkräfte eher ab, während echte Einblicke heute entscheidend sind, um die richtigen Personen anzuziehen.

Keine Strategie

Zudem fehlte eine klare Social-Media-Strategie. Durch enttäuschende Erfahrungen mit früheren Agenturen wurde der Kanal intern eher als Pflichtaufgabe statt als Chance wahrgenommen. Die Verwaltung übernahm das Thema zusätzlich zum Tagesgeschäft, jedoch ohne klare Ziele, KPIs oder ein fundiertes Verständnis für Zielgruppe und Content. Es wurde gepostet, „weil man es eben macht“, nicht mit einer durchdachten Linie.

Das Resultat: uneinheitliche Inhalte ohne Wirkung, ein zunehmend unattraktives Profil und Social Media, das eher gegen als für das Unternehmen arbeitete.



WAS WIRKT UND WAS BLEIBT IM KOPF?

Zwei Inhalte, zwei völlig unterschiedliche psychologische Effekte.

Links: eine KI-generierte Anzeige der Physiopark Berlin GmbH. Perfekt inszeniert, glatt, fehlerfrei – und genau deshalb schwer greifbar. Das Gehirn erkennt schnell: hier fehlt echte soziale Substanz. Es wirkt wie ein Bild, nicht wie eine Erfahrung.

Rechts: ein echtes Mitarbeiterinterview. Eine Person erzählt aus dem Alltag, unperfekt, aber glaubwürdig. Genau diese kleinen Unschärfen erzeugen Nähe – und damit Vertrauen. Der Unterschied liegt nicht in der Ästhetik, sondern in der Wirkung: Das eine wird gesehen. Das andere wird geglaubt. Und genau das entscheidet am Ende darüber, was hängen bleibt und was ignoriert wird.

Die eigentliche Spannung entsteht genau hier:

Was sieht professionell aus und was fühlt sich wahr an?

Und vor allem: welchem davon würde man selbst eher vertrauen, wenn es um eine Entscheidung geht, die einen persönlich betrifft?



WAS WIRKT UND WAS BLEIBT IM KOPF?



Die Wirkung zeigt sich nicht nur subjektiv, sondern auch messbar in den Interaktionen. Links: 8 Likes – ohne Kommentare, ohne Shares, ohne weitere Verbreitung. Rechts hingegen: 87 Likes, 2 Kommentare, 1 Reshare und 13 direkte Weiterleitungen.

Aus fachlicher Sicht ist genau dieses Verhältnis entscheidend: Während KI-Visuals meist nur kurzfristige Aufmerksamkeit erzeugen (sogenannte „Scroll-Stops“ ohne tiefere Verarbeitung), aktivieren echte, narrative Inhalte soziale Resonanzmechanismen. Menschen reagieren stärker auf Inhalte, in denen sie echte Personen, Emotionen und Situationen erkennen können. Das fördert nicht nur Likes, sondern vor allem geteilte Inhalte und Kommentare.

Shares und Weiterleitungen gelten im Social Media Marketing als deutlich stärkere Signale als reine Likes, da sie aktives Empfehlungsverhalten abbilden. Genau hier zeigt sich der Unterschied zwischen oberflächlicher Wahrnehmung und echter Relevanz im Feed.



WER CONTENT BLIND VON DER KI ERSTELLEN LÄSST, PRODUZIERT BELIEBIGKEIT AM FLIEßBAND

Hinzu kommt ein grundsätzliches Problem:

Wer seinen Content komplett von der KI erstellen lässt, bekommt am Ende genau das, was alle anderen auch bekommen, nämlich glattgebügelte, gesichtslose Inhalte, die sich anfühlen wie hundert andere im Feed.

Echte Sichtbarkeit entsteht aber nicht durch Austauschbarkeit, sondern durch Wiedererkennbarkeit. Genau das, was eine Marke einzigartig macht, die eigene Handschrift, die echten Gesichter, die reale Geschichte und genau das kann eine KI nicht liefern. Und ohne diese Wiedererkennbarkeit bleibt man einer von vielen, statt der Eine, an den man sich erinnert.



Was bleibt bei dir hängen? Ein echtes Gesicht, das dir erzählt, warum es morgens gerne zur Arbeit kommt oder eine dieser austauschbaren KI Anzeigen, die du gefühlt schon hundertmal im Feed gesehen hast?



KPIS UND ZIELARCHITEKTUR DER 30 TAGE PHASE

Für den einmonatigen Projektzeitraum mit der Physiopark Berlin GmbH wurden klare, messbare Ziele definiert, die sich konsequent an vier Ebenen orientieren: Sichtbarkeit, Zielgruppenqualität, Bewerberqualität und Markenauftritt.

1. Steigerung der Sichtbarkeit

Ein zentrales Ziel war die messbare Erhöhung der digitalen Sichtbarkeit der Physiopark Berlin GmbH.

Der Fokus lag dabei nicht auf reinen Follower-Zahlen, sondern auf echter Reichweite innerhalb der relevanten Zielgruppen in Berlin.

- Steigerung der organischen Reichweite
- Wachstum der Profilaufrufe
- Erhöhung der Website-Klicks über Social Media
- Verbesserung der lokalen Auffindbarkeit



2. Erreichen der richtigen Zielgruppe

Statt möglichst viele Menschen zu erreichen, lag der Fokus auf den richtigen: potenzielle Patienten sowie qualifizierte Fachkräfte im therapeutischen Umfeld.

- Anteil relevanter Interaktionen (Kommentare, Saves, Shares)
- Zielgruppenpassende Profilbesuche (lokal & fachlich)
- Qualitative Resonanz auf Inhalte (z. B. Rückfragen, Gespräche)
- Reduktion irrelevanter Follower-Zuwächse



KPIS UND ZIELARCHITEKTUR DER 30 TAGE PHASE

3. Verbesserung der Bewerberqualität

Ein weiterer Schwerpunkt lag auf der Arbeitgebermarke. Ziel war nicht mehr Bewerbungen, sondern bessere Bewerbungen.

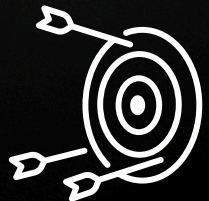
- Anzahl qualifizierter Bewerbungen im Zeitraum
- Passung der Bewerberprofile (fachlich & kulturell)
- Direkte Anfragen über Social Media
- Wahrnehmung als attraktiver Arbeitgeber im Gesundheitsbereich

4. Aufbau eines klaren Brandings

Parallel dazu wurde ein konsistentes Branding aufgebaut und strategisch im gesamten Social-Media-Auftritt verankert. Ziel war es, die Physiopark Berlin GmbH klarer zu positionieren und wiedererkennbar zu machen.

- Einheitliche visuelle und inhaltliche Kommunikation
- Wiedererkennbarkeit der Inhalte im Feed
- Konsistente Tonalität über alle Beiträge hinweg
- Stärkere emotionale Zuordnung der Marke

Die Zusammenarbeit war bewusst nicht auf kurzfristige Vanity Metriken ausgerichtet, sondern auf nachhaltige Wirkung: mehr relevante Sichtbarkeit, gezielte Zielgruppenansprache, eine höhere Bewerberqualität sowie ein klar positioniertes und konsistentes Markenbild.



VON DER ZIELSETZUNG ZUR UMSETZUNG

Um die definierten Ziele innerhalb von 30 Tagen zu erreichen, wurde ein klar strukturierter, praxisnaher und individueller Umsetzungsprozess aufgesetzt, mit Fokus auf Geschwindigkeit, Präzision und inhaltliche Qualität.

1. Zielgruppenanalyse & Zielschärfung

Zu Beginn wurde die bestehende Zielgruppe nicht nur grob definiert, sondern präzise geschärft:

- Wer sind die idealen Patienten?
- Welche Fachkräfte sollen konkret angesprochen werden?
- Welche Bedürfnisse, Ängste und Entscheidungsfaktoren spielen eine Rolle?

Darauf aufbauend wurden die Ziele konkretisiert und messbar gemacht, sodass jede Maßnahme direkt darauf einzahlen konnte.

2. Entwicklung der Content-Strategie

Auf Basis dieser Erkenntnisse wurde eine individuelle Content-Strategie entwickelt – abgestimmt auf:

- die Positionierung der Physiopark Berlin GmbH
- die Erwartungen der Zielgruppe
- die definierten KPIs

Die Strategie wurde eng mit dem Kunden abgestimmt, um sicherzustellen, dass Inhalte nicht nur performen, sondern auch authentisch zur Marke passen.



VON DER ZIELSETZUNG ZUR UMSETZUNG

3. Operatives Setup & Prozesse

Für eine schnelle und saubere Umsetzung wurden klare Strukturen geschaffen:

- Definition eines festen Content-Workflows
- Aufbau eines zentralen Notion-Boards zur Planung, Abstimmung und Übersicht
- Optimierung interner Prozesse für effiziente Zusammenarbeit

Zusätzlich wurden gezielt die passenden Mitarbeitenden für die Content-Produktion eingebunden, um echte Einblicke und Authentizität sicherzustellen.

4. Profil-Optimierung

Parallel zur Content-Planung wurden die bestehenden Social-Media-Profile überarbeitet:

- Klarere Positionierung
- Optimierte Texte und visuelle Struktur
- Stärkere Ausrichtung auf Conversion (z. B. Bewerbungen, Anfragen)



VON DER ZIELSETZUNG ZUR UMSETZUNG

Durch die Kombination aus klarer Strategie, strukturierten Prozessen und authentischer Umsetzung konnte innerhalb kürzester Zeit ein Social-Media-Auftritt geschaffen werden, der nicht nur sichtbar ist – sondern wirkt.

5. Content-Produktion

Die Inhalte wurden nicht nur geplant, sondern konsequent umgesetzt:

- Entwicklung konkreter Content-Ideen und Skripte
- Vorbereitung der Drehs mit klarer Struktur
- Produktion von authentischem Bild- und Videomaterial direkt vor Ort

Der Fokus lag dabei durchgehend auf echten Einblicken statt inszenierter Perfektion.

Rüter Media verbindet langjährige, praxisnahe Erfahrung mit echter Individualität in der Umsetzung. In den vergangenen Jahren wurden Strategien dieser Art bereits für über 80 Personal Brands und Unternehmen erfolgreich entwickelt und umgesetzt.

Diese Erfahrung wird jedoch nicht pauschal übertragen. Statt standardisierter Konzepte entsteht jede Zusammenarbeit individuell und im engen 1:1 Austausch. Es gibt keine Strategien „von der Stange“, sondern maßgeschneiderte Ansätze, die exakt auf Unternehmen, Zielgruppe und Markt abgestimmt sind.

Um dieses Niveau konstant hochzuhalten, arbeitet Rüter Media bewusst nur mit einer stark begrenzten Anzahl an Kunden parallel.

Maximal zehn Unternehmen werden gleichzeitig betreut. Entsprechend selektiv ist die Zusammenarbeit: Nicht jedes Unternehmen erhält einen Platz.

Die Auswahl erfolgt anhand klar definierter Kriterien, um Qualität, Fokus und messbare Ergebnisse sicherzustellen.



ERGEBNISSE, DIE FÜR SICH SPRECHEN

Innerhalb von nur 30 Tagen wurden mit lediglich **15 Reels** klare, messbare und organische Resultate erzielt:

➔ **ÜBER 621.970 VIEWS**

➔ **1.174 MINUTEN WATCHTIME**

➔ **458 LIKES**

➔ **80 KOMMENTARE**



Besonders entscheidend: Die Reichweite kam nicht zufällig, sondern durch gezielte Ansprache der richtigen Zielgruppe. Das zeigt sich nicht nur in den Interaktionen, sondern auch im qualitativen Follower-Wachstum (+55), das auf echtes Interesse statt auf kurzfristige Effekte zurückzuführen ist.

Diese Zahlen stehen nicht nur für Sichtbarkeit, sondern für Relevanz – und damit für Content, der nicht einfach konsumiert, sondern wahrgenommen und weitergedacht wird.



PHYSIOPARK BERLIN GMBH

„Kein Vergleich zu anderen Agenturen!“

Ich kann an dieser Stelle viel über die Zusammenarbeit erzählen...
am aussagekräftigsten ist jedoch die Perspektive des Kunden selbst.

Die Physiopark Berlin GmbH berichtet über die Zusammenarbeit mit
Rüter Media und zieht ein klares Fazit:
„Kein Vergleich zu anderen Agenturen.“

Das vollständige Video finden Sie auf unserer Website:
www.ruetermedia.de

Oder scannen Sie einfach den QR-Code, um direkt zur
Kundenstimme zu gelangen.



VOM ZWEIFEL ZUM ERGEBNIS

Lotto spielen oder in Social Media investieren?

Zu Beginn der Zusammenarbeit war die Skepsis deutlich spürbar. Social Media wurde eher als unsicherer Kostenfaktor betrachtet, begleitet von der skeptischen Frage im Onboarding:

„Was ist sinnvoller? Lotto spielen oder als Unternehmen in Social Media investieren?“ 30 Tage später ist die Perspektive eine andere.

Die Physiopark Berlin GmbH hat in sehr kurzer Zeit erlebt, dass gezieltes, strategisches Content Marketing keine Spielerei ist, sondern ein funktionierender Wachstumstreiber. Und das vollständig organisch, ohne Paid Ads, ohne künstliche Reichweitenverstärkung, ohne Abkürzungen.

Neben den messbaren Ergebnissen zeigen sich auch qualitative Veränderungen: Mitarbeitende und Kunden sprechen aktiv und positiv über den neuen Auftritt, Führungspersonen erhalten direktes Feedback aus dem Team, und Bewerber gehen mit einer deutlich besseren Wahrnehmung in den Bewerbungsprozess. Der Social Media Auftritt wirkt nicht mehr abschreckend oder beliebig, sondern wird als echter Einblick in das Unternehmen wahrgenommen und als gezielter Wachstumshebel eingesetzt,

Und dennoch: Das ist erst der Anfang. In den kommenden Monaten wird die Zusammenarbeit weiter ausgebaut. Unter anderem durch Performance Marketing über Meta Ads, die Optimierung der Recruitingprozesse sowie den Aufbau der Personal Brand von CEO Dr. Lucas Fichter. Damit eröffnen sich für die Physiopark Berlin GmbH weitere strategische Ebenen, die zuvor kaum greifbar waren. Auch hier war der Start von Skepsis geprägt. Heute ist klar: Der Schritt hat sich gelohnt.



MIT RÜTER MEDIA AN DEINER SEITE

Wir unterstützen Unternehmen dabei, Social Media nicht länger als Pflichtaufgabe, sondern als strategischen Hebel für Kunden und Bewerber zu nutzen. Dabei legen wir besonderen Wert auf persönliche, individuelle Zusammenarbeit und ein konsequentes, ergebnisorientiertes Vorgehen.

Auf Basis unserer Analyse der Top 1 % der erfolgreichsten Unternehmen auf Social Media haben wir ein System entwickelt, das bereits über 100 Unternehmen mit mehr als 10.000 erfolgreichen Kampagnen dabei unterstützt hat, Reichweite gezielt auszubauen, qualifizierte Anfragen zu generieren, Marken sichtbar zu positionieren und das Unternehmenswachstum messbar zu skalieren.

Wenn auch Sie Social Media effektiv, planbar und strategisch nutzen möchten, zeigen wir Ihnen, wie Sie eine starke Online-Präsenz aufbauen – persönlich begleitet und ergebnisorientiert.

SICHERN SIE SICH IHR EINMALIGES GESCHENK



Jedes Unternehmen ist einzigartig – genau deshalb nehme ich mir Zeit, Ihre Marke, Ihre Zielgruppe und Ihre bestehenden Social-Media-Accounts zu verstehen. Im Rahmen eines kostenlosen Strategiegelgesprächs, erhalten Sie eine fundierte Social-Media-Analyse mit klaren Handlungsempfehlungen. Jetzt QR-Code scannen und einen der limitierten Termine sichern, um wertvolle Einblicke für Dein Unternehmenswachstum zu gewinnen.

Unternehmen und Marken, die bereits auf Rüter Media setzen



ST. BARBARA-KLINIK
HAMM-HEESSEN



FLORIAN
KÜNSTLER



ITB
BERLIN



Andere Agenturen

- ✗ Optisch ansprechend, aber ohne messbare Kundengewinnung
- ✗ Pauschale Konzepte statt passgenauer Umsetzung
- ✗ Hoher Zeit- und Ressourcenaufwand statt Entlastung für dich
- ✗ Einheitsprozesse statt maßgeschneiderter Umsetzung
- ✗ Anonyme Zusammenarbeit mit minimalem Support
- ✗ Gefällt-mir-Optimierung statt Kundengewinn

Inhouse Team

- ✗ Minimum 5 Stellen Inhouse (Videograf, Cutter, Grafiker, Social Media Manager, Performance Marketer, Copy Writer etc.)
- ✗ Urlaub
- ✗ Krankheit
- ✗ Wochenende
- ✗ Lohnnebenkosten
- ✗ Führung & Koordination (kostet dich wieder Zeit)
- ✗ Schulungen und Weiterbildungen
- ✗ Kosten für Equipment (Handy, Kamera, Objektive, Lichter, Mikrofone, MacBook, Bearbeitungsprogramme und Abos etc.)
- ✗ Betriebsblindheit (sieht nur deine Firma)
- ✗ Fixkosten laufen egal ob's was bringt
- ✗ Monatelange Anlaufzeit, Gehalt ab Tag 1





- ✓ 1 fester Ansprechpartner der Ihr Unternehmen kennt
- ✓ Content, der qualifizierte Kunden & Bewerber bringt, nicht nur Klicks
- ✓ individuelle Strategien, die genau zu Ihnen passen
- ✓ Wir erledigen alles und Sie ernten Ergebnisse
- ✓ Individuelle Umsetzung statt Standardprozesse
- ✓ Persönliche 1:1 Betreuung statt anonymer Service
- ✓ Messbare Ergebnisse & kontinuierliche Optimierung
- ✓ Echte Gesichter, echte Geschichten, vor Ort gedreht mit Ihrer Handschrift
- ✓ Spezialisiert auf KMU im DACH Raum, wir sprechen Ihre Sprache
- ✓ Fällt nicht krank aus, geht nicht in Elternzeit, macht keinen Urlaub am Stück... es läuft einfach & unkompliziert weiter
- ✓ Ergebnisse statt Show
- ✓ Schnelle Lieferung (teils noch am selben Tag)
- ✓ 24/7 für Sie erreichbar



Ihre **FRAGEN** Unsere **ANTWORTEN**

WIE LÄUFT DIE ZUSAMMENARBEIT AB?

In vier Schritten zum maßgeschneiderten Erfolg für Ihr Unternehmen: Erstgespräch, Strategie, Umsetzung und Optimierung – alles passgenau auf Ihre Ziele und Bedürfnisse abgestimmt.

WO PRODUZIERT IHR?

Von Deutschland bis ganz Europa: Wir realisieren Produktionen überall, ob vor Ort in deiner Region oder im Ausland – flexibel, professionell und zuverlässig.

ÜBERNEHMT IHR DIE SOCIAL-KANÄLE?

Auf Wunsch übernehmen wir die komplette Betreuung Ihrer Social-Media-Kanäle – inklusive Content und Community Management. Alternativ arbeiten wir eng mit Ihrem Team zusammen und unterstützen genau dort, wo es sinnvoll ist.

WER KANN VON EINER ZUSAMMENARBEIT PROFITIEREN?

Wir arbeiten branchenübergreifend. Ganz gleich, ob Hotel, Gastronomie, Immobilien, Finanzunternehmen, Lifestyle- oder Luxusmarke – wenn Sie online sichtbar sein, Vertrauen aufbauen und messbare Ergebnisse erzielen wollen, sind Sie bei uns richtig.

MIT WELCHEM BUDGET SOLLTE ICH RECHNEN?

Je nach Projektumfang, Zielsetzung und Produktionsart können die Kosten variieren. Wir bieten klare, verbindliche Festpreise und beraten Sie vorab kostenlos, damit Sie genau wissen, welche Lösung zu Ihrem Budget und Zielen passt.



„Social Media? Das macht bei uns der Praktikant.“

Diesen Satz höre ich erstaunlich oft. Würden Sie Ihren Praktikanten die Steuererklärung erledigen oder die Produktentwicklung verantworten lassen?

Natürlich nicht. Für kritische Unternehmensbereiche holen Sie sich **Experten**, die ihr Handwerk von Grund auf verstehen – genau so verhält es sich auch mit Social Media.

Nur der Irrglaube, einfach mal etwas zu posten und zu hoffen, dass es funktioniert, hält sich hartnäckig. Dabei sind die Zeiten längst vorbei, in denen Social Media nur aus Tanzvideos von 12-Jährigen besteht. Richtig eingesetzt ist es heute ein **strategischer Wachstumskanal**, mit dem **Unternehmen nachhaltig und skalierbar wachsen**, kontinuierlich **neue Kunden gewinnen** und **gezielt die richtigen Mitarbeitenden anziehen**.

Noch skeptisch? Lassen Sie uns sprechen und buchen Sie sich direkt Ihr kostenloses Strategiegelgespräch mit mir, Joschka Meier, dem Gründer und Geschäftsführer von Rüter Media. Wir analysieren Ihre jetzige Situation und Sie gehen mit wertvollen Mehrwert aus dem Gespräch. Egal, ob Sie mit uns in die Umsetzung gehen oder alleine. Ich freue mich Sie kennen zu lernen!

J. Meier

JOSCHKA MEIER

Gründer & Geschäftsführer



©2026 Joschka Meier | Rüter Media

Der Weiterverkauf, Kopie oder Weiterverbreitung dieses Materials ist untersagt

Die Inhalte, die auf Social Media geteilt werden, fließen auch in die Datenbasis von ChatGPT und ähnlichen KI-Systemen ein. Mit dieser Methode positionieren Sie sich nachhaltig sichtbar – über Social Media hinaus.





DER SOCIAL MEDIA GUIDE FÜR UNTERNEHMEN

Kostenlos als PDF Download auf
www.ruetermedia.de



Social Media, das genau die Kunden und
Bewerber anzieht, die Ihr Unternehmen
wirklich braucht.



©2026 Joschka Meier | Rüter Media | www.rütermedia.de

Der Weiterverkauf, Kopie oder Weiterverbreitung dieses Materials ist untersagt