



In 60 Tagen alle Augen auf dein Unternehmen richten.



Wieviele Anbieter gibt es in deiner Branche?

Die meisten Märkte sind mittlerweile übersättigt. Es wird wichtiger als je zuvor, gesehen, und wahrgenommen zu werden. Ich gewinne den Kampf um Aufmerksamkeit auf den Sozialen Medien für Unternehmen, und hier findest du meine Strategien, Tipps und Tricks die wir nutzen. Diese helfen dir in 60 tagen Millionen Menschen zu erreichen und als Marke wahrgenommen zu werden.

Du bekommst einen klaren Fahrplan:

- Content Strategien für 1 Mio+ Aufrufe in 60 Tagen
- Geheimtipps und Secrets aus 136mio+ Views Erfahrung
- Psychologisch Relevante Trigger und Mechanismen für Social Media.

und eine To-Do listen mit klaren schritten.

<https://youtu.be/QgTSIC53YNo>

▼ Warum diese Methode

46 % der Konsument:innen recherchieren Produkte direkt auf Social Media (GWI, 2024)

Was würde sich in Deinem Unternehmen ändern, wenn plötzlich mindestens 1.000.000 Menschen wahrnehmen was ihr macht?

Viele Unternehmer begreifen nicht wie nah das eigentlich ist, unabhängig von deiner Branche und womit du dein Geld verdienst, Millionen Menschen können Dich innerhalb von 60 Tagen sehen, Organisch und ohne Tief in die Tasche greifen zu müssen.

Unternehmen mit aktiver Social-Media-Präsenz erzielen im Schnitt +32 % mehr Umsatzwachstum p. a. (Sprout Social Index 2024)

▼ Die Basics

1. Der Türsteher zum Erfolg

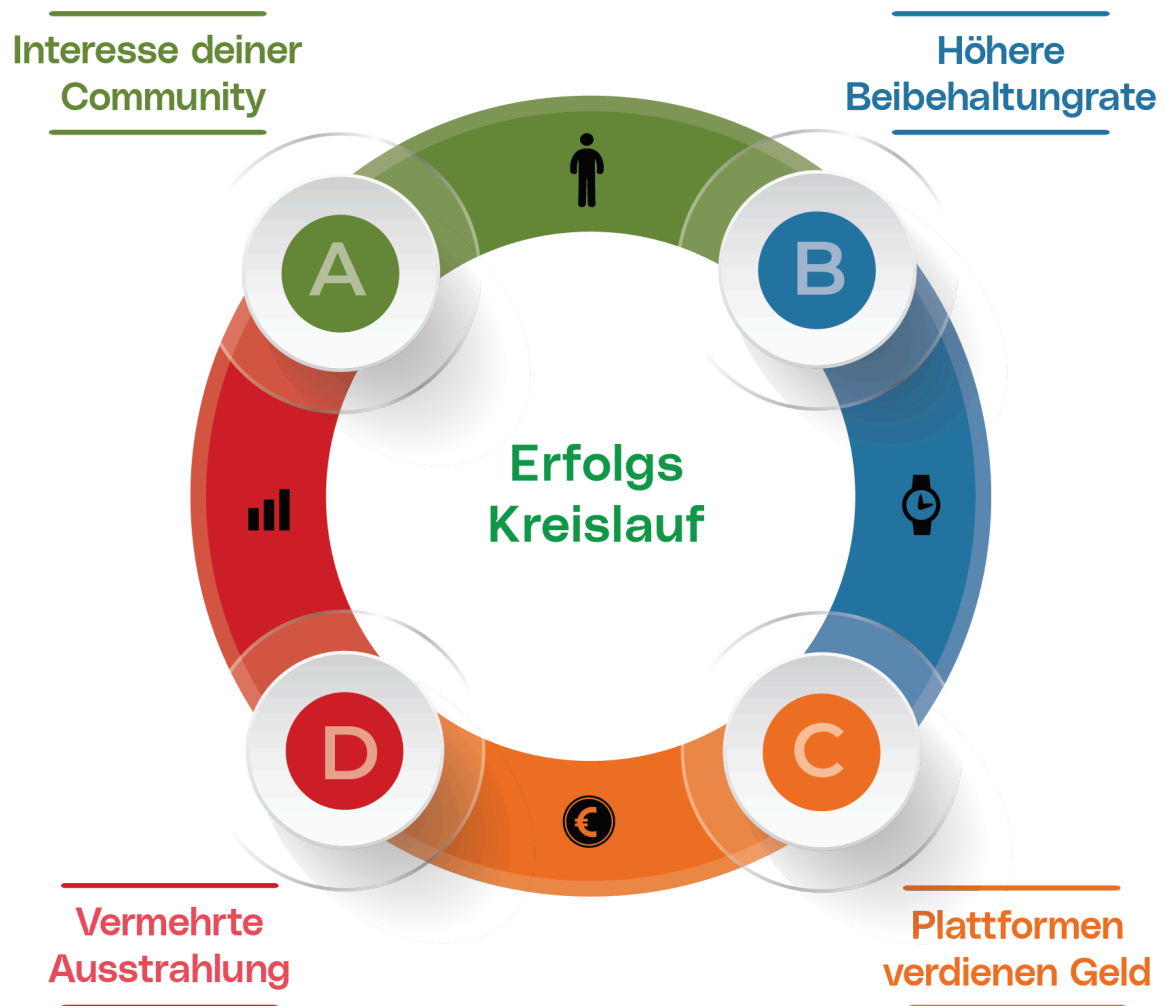
Zu Beginn muss Dir eins klar werden, der Algorithmus ist der Türsteher von Meta & TikTok. Er achtet darauf, wer die Party füllt. Sein Ziel: maximale Verweildauer, damit die Plattform mehr Werbegeld einnimmt. Wenn dein Content dafür sorgt, dass mehr Leute zur Party kommen und länger bleiben, belohnt er Dich.

2. Eine Hand wäscht die andere (Das Geheimnis)

Das was jetzt kommt, verstehen die meisten falsch.

Die meisten Posten in erster Linie um sich von der besten Seite zu präsentieren, Content wird nicht greifbar, bei **Glückstreffern** geht mal was **Viral** aber als **Umsatz** und **Recruitinghebel** wird Social Media noch lange nicht genutzt.

Wenn du anfängst im Interesse deiner Community & Kundschaft auf Meta, Youtube und TikTok zu Posten, mit Beiträgen auf denen viel Zeit verbracht wird, dann "Hackst" du den Algorithmus. Denn Dein Video vermehrt auszustrahlen wird lukrativ für Meta und TikTok. So haben wir über 136+ Mio Aufrufe generiert, und es funktioniert jedes mal. Auch bei Dir!



mehr interessierte kommt raus rein muss meta verdient Geld

Struktur

Unser Content hat 3 Phasen - Alle sind wichtig und unter keinen Umständen zu vernachlässigen, denn die Kombination aus allen 3 muss passen.

Jede Phase hat ein Ziel – und dein Skript muss das Maximum aus jeder einzelnen herausholen.

Dabei gilt: Der **Call-to-Action (CTA)** muss **nicht immer am Ende** stehen.

Gerade bei kürzeren Clips oder dynamischen Formaten kann es sinnvoll sein, den CTA

bereits in der Mitte zu platzieren, wenn dort der größte Aufmerksamkeitsspitzenwert liegt.

Jede Phase hat ein Ziel und dein Skript muss das meiste aus jeder Phase rausholen.

1. Jeder spricht über Hooks

Für die meisten ist die Lösung eine **gute Hook**.

Hooks sind **NICHT** das Werkzeug das dir Millionen Views einbringt, es ist die Grundlage die es dir ermöglicht überhaupt Viral zu gehen. Wenn du ihn in den ersten 2-3 Sekunden abholst beginnt der Kampf um die Aufmerksamkeit.

Es gibt keine Standard Hooks die du definitiv verwenden solltest - passe dich dem an was zurzeit gut funktioniert (Beispiele findest du wieder unten)

2. Der Perfekte Body

Der Body ist in der Regel der längste Part, regelmäßige Schnitte, die richtigen Worte und Storytelling können hier aufblühen, du kannst hier schon dein CTA einbauen, den Kunden über dein Produkt oder Dienstleistung informieren oder noch mehr Spannung aufbauen.

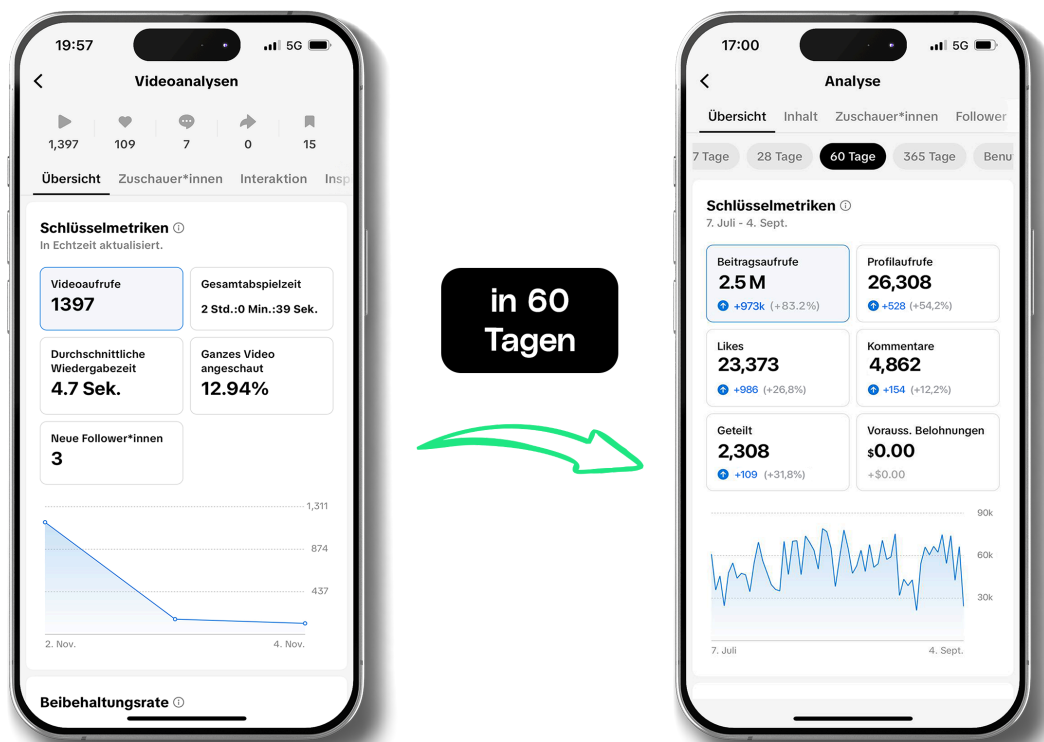
wichtig ist: du musst den Zuschauer weiter auf Trab halten und **je länger dein Video desto schwieriger** wird es.

3. Reibungsloser Abschluss

Die Hook soll eine Erwartung aufbauen, wenn du möchtest das deine Zuschauer nochmal kommen, erfüllst du sie spätestens hier. Auch eine Handlungsaufforderung solltest du spätestens hier platzieren wenn du es noch nicht getan hast. Es muss nicht immer ein Aufruf sein, es kann auch ein subtiler Hinweis darauf sein was jemand erwarten kann wenn er euch folgt.



Phase	Primäres Ziel	Sekundäres Ziel
Hook	Scrollen Stoppen	Zielgruppe filtern
Body	Zuschauer auf Trab halten	informieren
Close	zu einer Handlung auffordern , Erwartung erfüllen	Dem Zuschauer klar machen wo er was findet (Adresse, Landingpage etc.)



▼ Dein Inhalt für Millionenreichweite

Nach tausenden Videos, unzähligen Accounts und etlichen Strategien, gebe ich dir die komplette Anleitung für deinen Content ohne das du Zeit und Budget verschwenden musst.

Es ist die Kombination aus Psychologischen Triggern also gezielte Handlungen und Emotionen die wir auslösen und die für Verweildauer sorgen. wir nutzen tief verankerte Schwächen und Muster damit wir kriegen was wir brauchen.

▼ Psychologische Trigger & Tricks

Es gibt weitaus mehr Tipps und Tricks die du nutzen kannst, hier findest du die wichtigsten die wir in jedem Projekt nutzen um Millionen Aufrufe in **wenigen Posts** zu erreichen.

"Besserwisser-Syndrom"

Menschen lieben es, Recht zu haben. Du musst ihnen nur den richtigen Anlass geben. Formuliere provokante Fragen, ohne selbst Position zu beziehen. Zum Beispiel: „Hat ein Vertriebler mit einem Porsche wirklich mehr Erfolg als mit einem Fiat?“ So entsteht Diskussion, ohne dass du polarisierst oder jemanden angreifst.

"Curiosity Gap"

Mit den richtigen Worten hältst du den Zuschauer bis zum Ende. Statt zu sagen, was kommt, teasere an, was *noch* nicht gesagt wurde. Lass deine Überschrift oder Hook eine Lücke offen – Neugier zieht stärker als jede Aufforderung.

"Caption Hook"

ein Trick, der in Captions Wunder wirkt. Teil deine Caption in vier Absätze. Der erste öffnet eine Schleife („Open Loop“), die erst ganz am Ende geschlossen wird. So bleibt die Aufmerksamkeit hoch, weil der Leser spürt, dass da noch etwas fehlt. Ein klassischer Fehler: sofort den Mehrwert verraten oder mit „Hey, ich bin...“ starten. Nimm stattdessen den Leser mit auf eine kleine Reise.

"Participate"

Lass dein Publikum mitmachen. Menschen wollen Teil von etwas Größerem sein. Gib ihnen das Gefühl, dass ihre Interaktion etwas bewirkt – zum Beispiel: „Für jeden Like pflanzen wir einen Baum.“ Das funktioniert weit besser als ein leeres „Like, wenn's dir gefällt“.

Was alle erfolgreichen Accounts gemeinsam haben: Sie testen. Keiner weiß beim ersten Versuch, welches Format zündet. Ai Tools wie ChatGPT können helfen, Ideen zu formulieren, aber dein eigenes Gespür für Viralität entsteht nur durchs Ausprobieren. und die Gewinner musst du skalieren.

“Open Loop Hooks”

Unsere Daten zeigen klar: funktionieren am besten. Sie lassen Fragen offen, regen zum Nachdenken an und führen automatisch zu mehr Kommentaren, weil es keine „richtige“ Antwort gibt. Kombiniert mit **Visual Hooks** – also auffälligen Sounds, ungewöhnlichen Bildern oder Kontrasten – kannst du den Zuschauer buchstäblich fesseln, noch bevor er bewusst entscheidet, weiterzuschauen.

Du darfst Schummeln

Deine Konkurrenz macht es dir einfach, sie testen für dich, das bedeutet du musst dich nicht rumprobieren und durch Trial & Error an dein Ziel kommen. Schau nach was die Big Player in deiner Nischeposten, *ABER vorsichtig!* Viele Aufrufe bedeuten nicht immer gleich viel Umsatz, schau in den Kommentaren wie das Video ankommt, und was für **Nachfrage** entsteht.

Dir muss bei deiner Recherche Klar werden *wieso* ein Video Viral gegangen ist, das ist **95% deiner Recherche Arbeit**, die restlichen 5% sind die Auswahl der Reels, an denen du dich Inspirierst.

Versuch die Reaktion der Leute zu verstehen und zu lesen, und finde die Ursache für die Reaktion im Reel selbst.

Die Inspiration kannst du in deine eigene Version umwandeln, so profitierst du von anderen Unternehmen **ohne zu kopieren!**

Meine Empfehlung: such nach Keywords die wichtig in deiner Branche sind und nimm die ersten Inhalte, die bekommt jeder vorgeschlagen der nach deinem Themengebiet sucht.

Das Skript

Ich muss ein Buch über das Thema schreiben um jede Facette miteinzubeziehen, wir konzentrieren uns auf das wesentliche alles was du **sofort** umsetzen kannst.

Lass sie verstehen

Ich hoffe das du deine Zielgruppe gut kennst, hier kommt nämlich der Größte Hebel aus deiner Zielgruppenanalyse den du haben kannst.

Verknüpfe deine Reels mit alltäglichen Themen mit denen sich deine Zielgruppe UND "Normale" Zuschauer identifizieren. Das erhöht Engagement und Watchtime drastisch.

vor allem Negative Emotionen Generieren viel Engagement. Sprich unangenehme Themen an, Geh auf die Nachteile ein wenn jemand dein Produkt NICHT kauft, löse angst etwas zu verpassen aus, Spiel mit Open Loops, all das sind Werkzeuge die du in allen 3 Phasen nutzen kannst.



Der Knackpunkt

Im besten Falle sprichst du seine Gedanken direkt aus.

Dein fertiger Content

Der Schlüssel zu gutem Content der Zuschauern das Gefühl gibt verstanden zu werden liegt darin vorherzusagen wissen was der Zuschauer **denkt** um genau da anzusetzen.

Nachdem du den Wettbewerb analysiert hast, und erfolgreich zwischen nicht erfolgreichem Content identifizieren kannst, stehen deine Basics. Jetzt suchst du dir Themen über die du sprechen willst und wendest die Prinzipien an. Hook- Body - Close , mit den Triggern um die Watchtime zu erhöhen.

Hier ist ein Skript für eine Bundesweite Gastronomie Franchise-Kette, Das Video allein hat mehr als 2 Mio Aufrufe generiert.

Fallstudie: Et Manus Burger – 2,4 Millionen Aufrufe in 60 Sekunden

Dieses Video einer bundesweiten Gastronomie-Franchise hat **2,4 Millionen Aufrufe, 122.148 Likes, 4.529 Kommentare, 15.205 Speicherungen** und **13.669 Teilungen** erzielt.

Und das alles **ohne aufwendige Produktion, Skript oder Paid Ads.**

Ziel des Videos

Ein einfaches Konzept:

5 Burger + Pommes + Drink in 30 Minuten = „Das Goldene Ticket“

Das Video zeigt einen Teilnehmer, der die Challenge annimmt – mit Timer, Mitarbeiter-Kommentaren und spontanen Reaktionen.

Der Zuschauer versteht das Format in **2 Sekunden**, erkennt sofort das Ziel und bleibt, um das Ende zu sehen.

Psychologische Trigger:

- **Gamification** → Belohnungssystem aktiviert („Ich will das auch schaffen“)
- **Open Loop** → Spannung, ob der Teilnehmer es schafft
- **Relatability** → Zuschauer fühlen mit („Ich könnte das schaffen... oder auch nicht“)

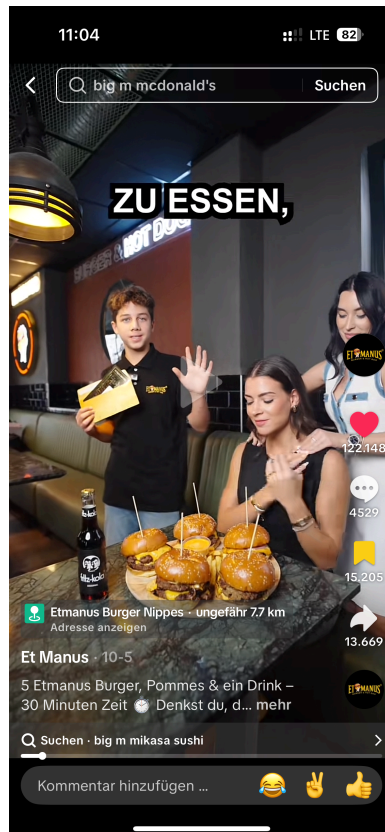
Aufbau nach dem 3-Phasen-System (Hook – Body – Close)

HOOK – Die Einladung zur Challenge

„Wenn du es schaffst, fünf unserer Burger zu essen – mit Pommes und Drink – kriegst du unser Goldenes Ticket.“

Visual: Mitarbeiter mit goldenem Umschlag, Tisch voller Burger, 2 Teilnehmerinnen

Der Zuschauer wird sofort in eine Geschichte gezogen, die einfach, klar und belohnend ist.



BODY – Spannung durch Echtzeit

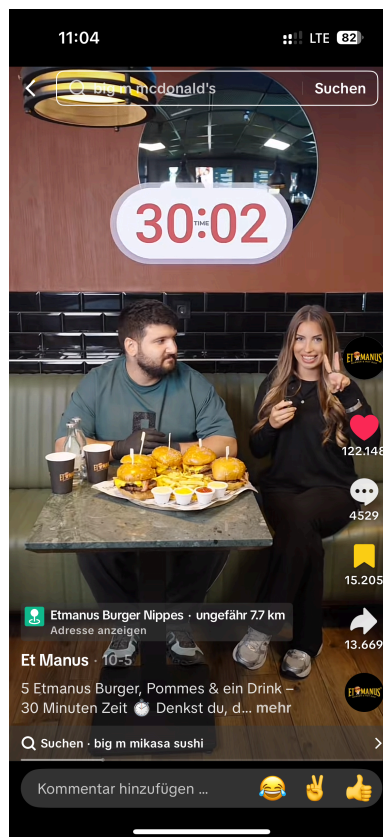
In der Mitte passiert das Entscheidende:

- Countdown („3...2...1...“) – Dopaminschub.
- Erste Kommentare („Ich leg dir 'ne Serviette hin...“) – Humor & Nahbarkeit.
- Der Teilnehmer kämpft sichtbar – man *fühlt* das Sättigungsgefühl mit.

💡 **Wichtig:**

Diese Sequenz war **nicht geskriptet** – sie entstand spontan vor Ort.

Die Echtheit der Reaktionen hält das Video am Leben und sorgt für maximale Watchtime.



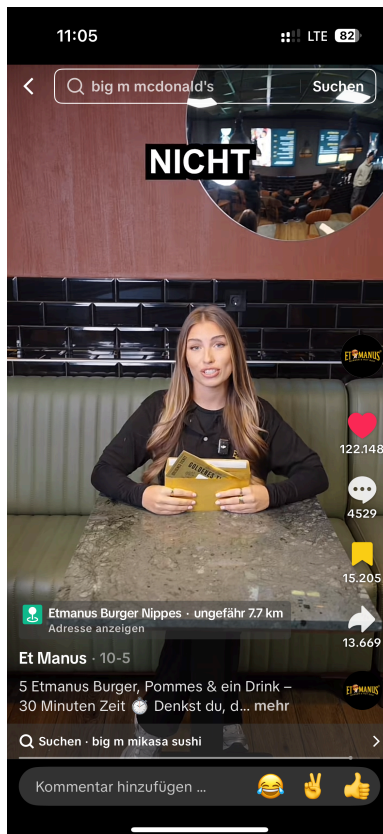
CLOSE – Auflösung & Community Call

„Yunus hat's leider nicht geschafft – aber wenn du denkst, du schaffst es, schreib's in die Kommentare und bewirb dich!“

Das offene Ende erzeugt **Interaktion statt Abschluss**.

Zuschauer kommentieren, markieren Freunde und speichern das Video, tausende Menschen wollen mitmachen!

Der CTA ist kein „Kauf jetzt“, sondern ein spielerischer „Mach mit“ – perfekt für organisches Wachstum.



Warum dieses Skript 2,4 + Mio Views generierte

- **Kognitive Einfachheit:** Jeder versteht in 2 Sekunden das Konzept.
- **Reale Emotion:** Kein Schauspiel, echte Reaktionen → Vertrauen.
- **Kommentaranreiz:** Zuschauer wollen mitreden („Ich könnte das schaffen!“).
- **Loop-Effekt:** Zuschauer bleiben bis zum Ende, um zu sehen, ob Yunus es schafft.

▼ Der Virale Videoschnitt

Dieses Briefing bringt dir nicht das Videoschneiden bei, es zeigt jemandem der schneiden kann wie man Viral schneidet. Die Techniken funktionieren bei jedem Kunden in allen Branchen, solltest du damit Probleme haben findest du meinen Kontakt unten.

Placing

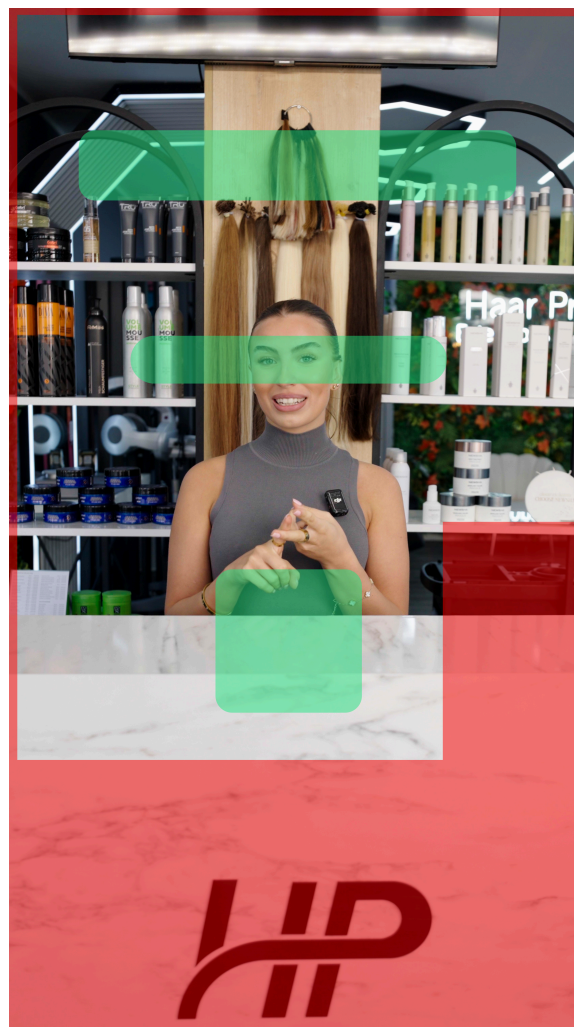
Die **Platzierung** entscheidet, ob ein Video professionell aussieht oder einfach nur „okay“.

Bei Einblendungen gilt: dezente Bewegung, vertraute Elemente.

Verwende z. B. Emojis oder simple Grafiken, die der Zuschauer intuitiv versteht – so bleibt das Video sauber, klar und angenehm zu schauen.

Kleine Platzierungsfehler können das gesamte Bild unruhig wirken lassen – präzise gesetzte Elemente dagegen lassen dein Video sofort hochwertig wirken

Vorlage:



Optimale Zonen (grün):

- Bereich, in dem sich **Gesicht, Untertitel oder Einblendungen** befinden dürfen.

- Das Gesicht sollte idealerweise im **oberen, mittleren Drittel** platziert sein – dort wirkt der Blickkontakt am natürlichsten.
- Untertitel dürfen **auch oberhalb des Kopfes** stehen, um nicht mit Plattform-Overlays zu kollidieren.

Sicherheitsbereiche (rot):

- **Vermeide wichtige Inhalte** (Text, Logos, Untertitel oder Branding) in diesen Randzonen.
- Viele Social-Media-Plattformen **croppen Videos leicht an den Rändern** – daher an allen Seiten **ca. 0,5 cm Puffer** lassen.
- Auch App-Icons, Like-Buttons und Captions verdecken oft diesen Bereich.

Zoom in - Zoom out

Eine einzige Sekunde kann darüber entscheiden, ob Dein Video viral geht oder übersprungen wird.

Tempo ist das Herz jedes guten Cuts. Wenn du zu lange auf einer Szene bleibst, wirkt sie sofort träge.

Tipp: Arbeite mit **Zoom-Ins und Zoom-Outs**, um Dynamik zu erzeugen und Schnitte zu kaschieren. So bleibt das Video flüssig und visuell spannend.

Zuschauer reinziehen

Ein langsames, dauerhaftes **Zoom-In** kann fast hypnotisch wirken.

Es zieht den Zuschauer unbewusst immer tiefer ins Geschehen und schafft eine subtile Spannung.

Das funktioniert, weil das Bild dem Gehirn signalisiert: *„Achtung, das wird wichtig.“*

Das Gesicht rückt näher, Emotionen werden greifbarer – die Aufmerksamkeit steigt automatisch.

Tipp: Setz den Effekt genauelt bei starken Aussagen oder Story-Momenten ein.

Dezent bleibt er wirkungsvoll – übertrieben wirkt er schnell künstlich.

▼ Wann und wo postest du?

Plattformen

Wir nutzen jede Chance die wir haben und versuchen dabei keine Ressourcen zu verbrennen, deswegen Laden wir jedes Video das wir Posten auf YouTube Shorts, TikTok und Instagram hoch. Das erhöht Unsere Chancen und Customer Touchpoints Massiv. Im besten Falle lädst du Jeden Tag ein Reel hoch. Wir konnten so 10.000 Abonnenten auf YouTube und 6000 auf TikTok mit den gleichen 37 Reels erzielen. Es macht keinen Sinn "Plattformgerecht" für unterschiedliche Kanäle zu Produzieren.

Uploadzeiten

Falls du noch keine Follower hast oder von neu beginnen willst (meine Empfehlung), dann lädst du um 10:00 Hoch, schaffst du keine 30 Reels brauchst du Mindestens 10 Im Monat, alle 3 Tage 1 Reel, nicht für die Millionenreichweite, sondern um Verbindungen aufzubauen, das ist wichtig um Deine Views in Kunden zu konvertieren. Solltest Du schon Traffic auf Deinen Kanälen haben kannst Du einsehen wann Deine Community Aktiv ist, du postest 30-60 Minuten vor dem Zeitfenster an dem Du normalerweise den meisten Traffic generierst.

Nach dem Posting

Du Postest die Reels in deine Story, am besten wählst du einen Kontrastreichen Hintergrund, wenn das nicht zu deiner CI passt oder einfach "hässlich" ist (nicht zum Gesamtbild passt), nimmst du Weiß oder Schwarz. Du antwortest auf jeden Kommentar mit einer offenen Frage, bei Möglichkeit entfache eine Diskussion - Engagement ist der Key.

Consistency

Du solltest unter keinen Umständen aufhören, es kann ein paar Posts dauern, denn selbst wir brauchen in Durchschnitt 17 Posts, bis wir Durchbrüche feiern, genauso können die nächsten Posts nach einem viralen Video in den Views abfallen, das ist völlig in Ordnung!

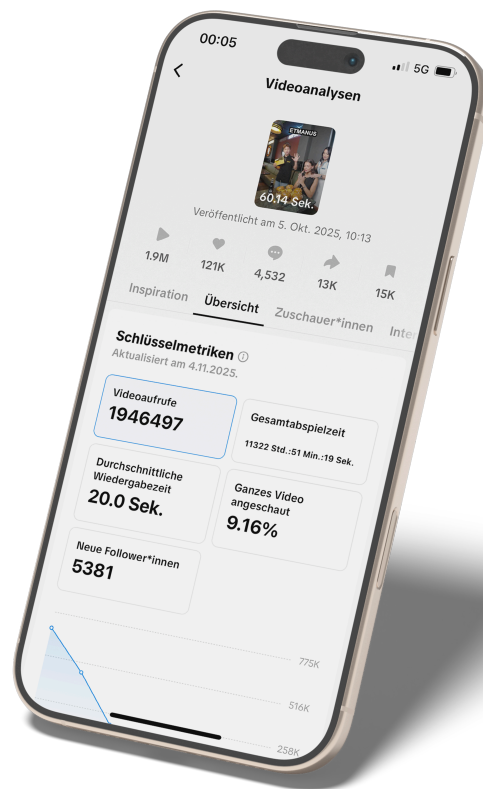
Wenn du 60 Posts auf 3 Plattformen hochlädst sind das 180 Postings - ein durchschnitt von 5500 Aufrufen ist mehr als machbar!

▼ Messbare KPI's und Analyse

Wenn du dein Ziel – **eine Million Aufrufe in 60 Tagen** – erreichen willst, brauchst du präzise Kennzahlen, die dir zeigen, **wo du stehst, wohin du dich bewegst und was du optimieren musst**.

Social Media-Plattformen wie TikTok, Instagram und YouTube liefern dir Echtzeitdaten, die dein digitaler Kompass sind. Wer sie versteht, kann Wachstum vorhersagen und steuern – wer sie ignoriert, verlässt sich auf Glück.

KPI's



Durchschnittliche Wiedergabezeit (Average Watch Time)

Die wichtigste KPI, wenn du viral gehen willst. TikTok & Meta pushen Videos, die lange angeschaut werden – sie bringen der Plattform Werbegeld.

Zielwert: 12–15 Sekunden durchschnittliche Wiedergabezeit bei Reels unter 30 Sekunden.

Pro-Tipp: Wenn du über 40 % Watchtime erreichst, wird dein Video exponentiell häufiger ausgespielt.

Neue Follower*innen (Follower Growth)

Follower sind ein Nebeneffekt von Relevanz, kein Selbstzweck. Sie zeigen, ob dein Content Vertrauen aufbaut. Wir sind erfolgreich wenn wir langfristig Exponentiell steigen, kurzfristige Ein- und Ausbrüche sind normal.

Beibehaltungsrate (Retention Rate)

Versuch hier MINDESTENS 25% anzupeilen, zu den Top Performern gehörst du bei 60%+. sollte dir das zu schwer fallen solltest du auch mit 15-30% bei 30 Videos auf 3 Plattformen.

Deine Checkliste für 1+ Millionen Views

- ☐ Schaue das Einführungsvideo und lese das Kapitel "Die Basics"
- ☐ Lies das Kapitel "deine Inhalte für Millionenreichweite & Psychologische Trigger"
- ☐ **CHECKPOINT:** Du hast Verstanden welche Inhalte von Plattformen wie Instagram und TikTok vermehrt organisch ausgespielt werden.
- ☐ Analysiere mindestens **10 erfolgreiche Reels** in deiner Branche – erkenne, warum sie funktionieren (Hook, Emotion, Schnitt).
- ☐ Definiere dein Publikum (Community-Interesse = dein Algorithmus-Booster).
- ☐ **CHECKPOINT:** Du hast verstanden wie dein Content aufgebaut sein muss damit du viele Menschen erreichst.
- ☐ Sieh dir die Analyse meines Millionenskripts an
- ☐ Skripte 30 Ideen nach der Struktur H - B - C, verwende überall mindestens 1-3 Psychologische Trigger
- ☐ Gehe das Briefing mit "Der Virale Videoschnitt" mit einem Cutter durch, und wenn du kannst schneide dein Video selbst damit.
- ☐ **CHECKPOINT:** Du hast 30 Skripte die du jetzt drehen kannst mit einer klaren Anleitung wie der Schnitt sitzen muss.
- ☐ Lies das Kapitel "wann und wo postest du?" und mache es genauso wie es da steht.
- ☐ Lies das Kapitel "KPI's und Analyse" und passe deine Strategie an. erstelle weitere 30 Skripte. **Mehr** von dem was gut klappt und **weniger** von dem was keine Aufmerksamkeit zieht.
- ☐ **CHECKPOINT:** Du hast den Überblick deiner Uploads, und bleibst dran
- ☐ Melde dich bei mir und wir konvertieren deine Views in Kunden

Wer wir sind.

Wir sind eine Kombination aus Contentexperten und Wirtschaftspsychologen, die es sich zur Aufgabe gemacht haben die Mechanismen hinter Viralität, Verkaufspsychologie und Content zu verstehen und replizierbar anzuwenden. Wir gewinnen den Kampf um Aufmerksamkeit für unsere Kunden seit 2024 von Köln aus. Unsere Mission ist **eindeutig**. Wir schaffen ein organisches Millionenpublikum für Unternehmen, die ihre Mission verbreiten wollen.