

# Social Media.

@Ringier Advertising



## **Message meets Social Media**

**Wir haben die Kanäle, die  
Follower – und die Ideen. Wir  
inszenieren Ihre Botschaft so,  
dass sie die User begeistert  
und distribuieren sie  
passgenau.**

# Ansätze

**01**

## Branded Social

- Als Traffic Booster in unserem Portfolio zu Content- und 360°-Kampagnen.
- Als Stand-Alone-Sponsored-Reel/-Post in unserem Portfolio.

**02**

## Social-Kampagne

- Kreation und Ad-Set-up auf Ihrem Kanal oder im Universum von Ringier Medien Schweiz.

**03**

## Social Outsourcing

- Wir übernehmen Ihren Social-Media-Channel. Von der Strategie über die Konzeption und Kreation bis zur Umsetzung: Alles aus einer Hand.

# Branded Social.



# Mechanismus Social Posts

**01**

## Verlängerung Branded Stories

- Diese Social Posts verlängern als Teaser bestehende Branded Storys oder verpacken deren Kernbotschaften in snackable Social-Happen. Etwa als in-house erstellte Reels.

**02**

## Standalone Post

- Diese Social Posts vermitteln Ihre Botschaft so, dass sie sich perfekt in die Feeds unserer Medienmarken einfügt. Inklusive einem in-house erstellten Visual. Optional verlinken wir Ihre Website.

# Social Content

## Unsere Formate:

- ✓ Bild-Post
- ✓ Carousel-Post
- ✓ Story-Post
- ✓ Contextual-Post
- ✓ Contextual-Story
- ✓ Host-Video
- ✓ Strassenumfrage

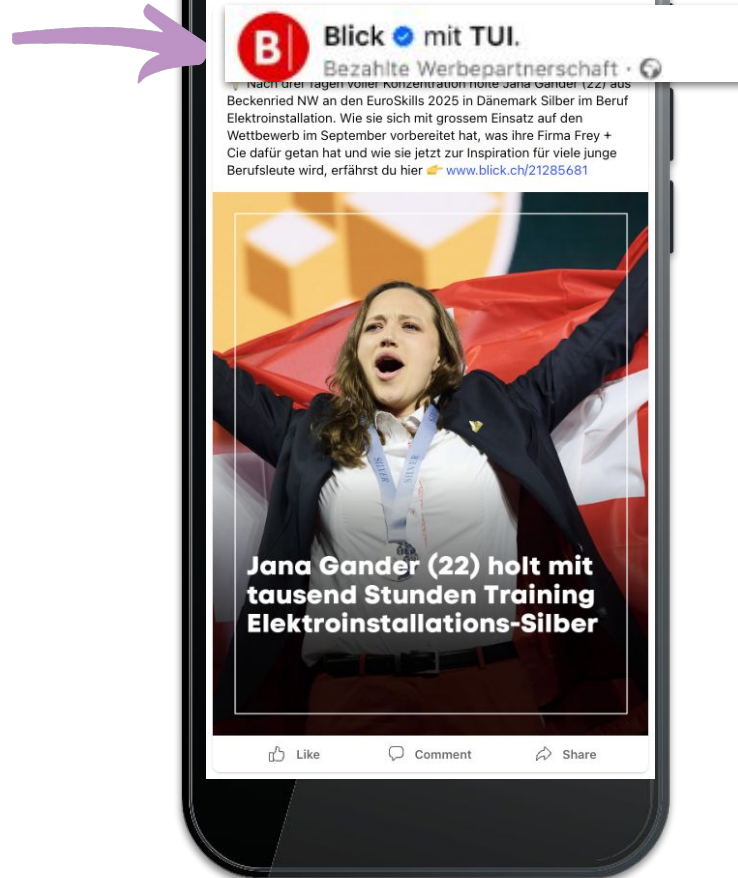
# Verlängerung Ihrer Branded Story

Sie haben eine Branded Story auf einem unserer Kanäle gebucht? Dann ist der Bild-Post genau die richtige Wahl! Wir teasern Ihre Story mit einem aufmerksamkeitsstarken Visual an und verlinken direkt auf die Original-Story. So erreicht Ihre Botschaft zusätzliche Zielgruppen auf Social Media.

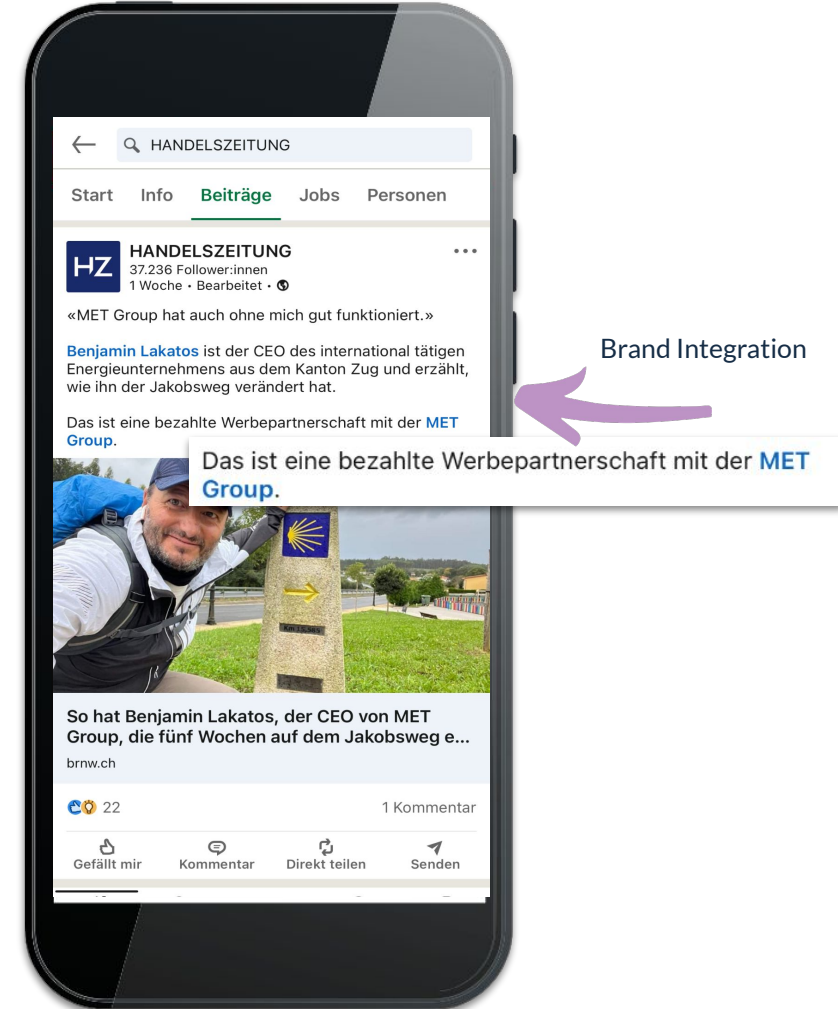
Channel



Brand Integration



Brand Integration

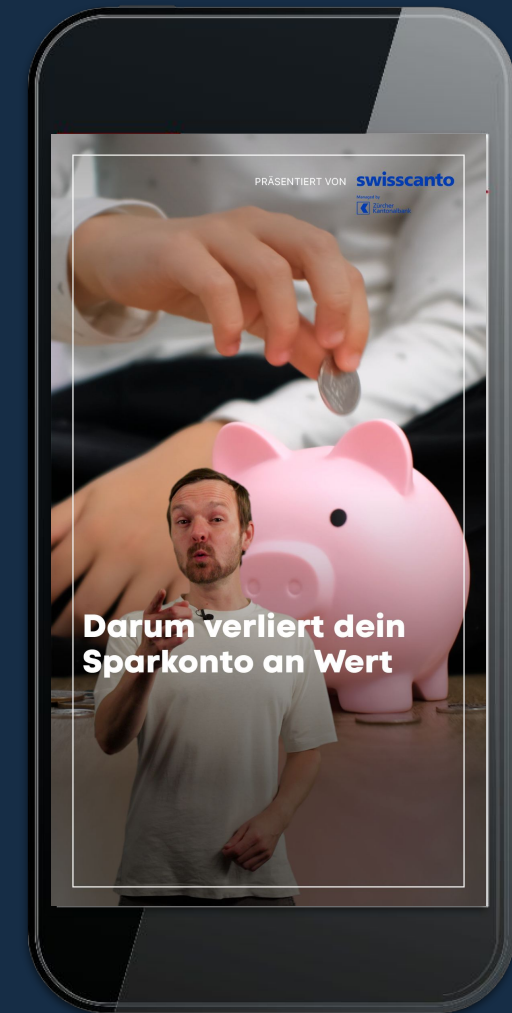


# Mehr Storytelling, Mehr Engagement

Durch Formate wie Storytelling-Slider, Strassenumfragen oder unsere Host Videos vermitteln wir ihre Message auf nahbare Art und Weise und sorgen so für mehr Engagement. Auch ohne Branded Story. Social only.

Bis zu 3x höhere Engagement-Rate mit Storytelling-Slidern

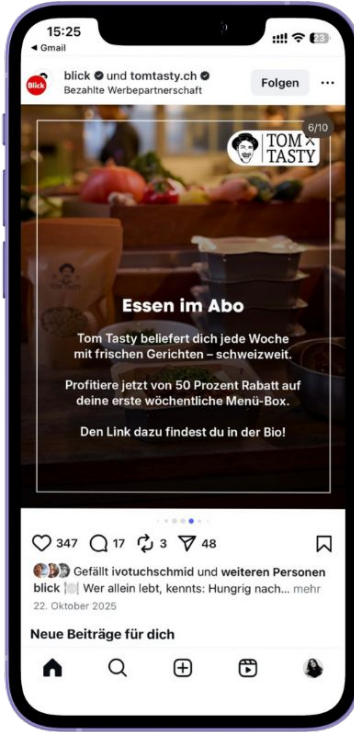
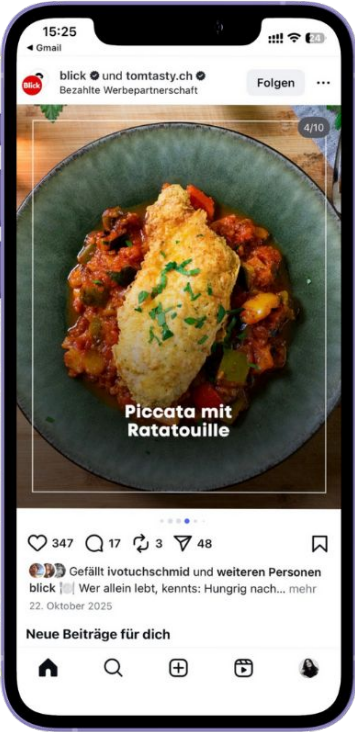
Bis zu 5x höhere Engagement-Rate mit Umfrage- oder Host-Videos



# Social-Posts ohne Branded Story

Keine Branded Story, kein Problem! Sie wollen Traffic auf Ihrer Landing-Page. Dazu braucht es keine Branded Story. Wir verlinken direkt zu Ihnen. Optimal für die Bewerbung von Ihren Aktionen, Gewinnspielen, etc. Und wenn gewünscht, treffen wir dank Targeting nur die gewünschte Zielgruppe.

Channel



# Syngenta

Für Syngenta haben wir mit einer gezielten Social-Media-Video-Aktion Tickets für das ESAF 2025 verlost und so maximale Aufmerksamkeit generiert.



# Carousel Posts als Storytelling- und KPI-Erfolg

Auf Instagram spielen wir geeigneten Branded-Post-Content neu konsequent als Carousel Post («Slider», interaktive Galerie) aus. Wir platzieren die Kernbotschaften so direkt im Feed der User.

**Ex-Skirennfahrer Daniel Albrecht (41) hat sein eigenes Mondhaus konzipiert – das steckt dahinter**

**Was genau ist ein Mondhaus?**  
«Das Holz wurde bei abnehmendem Mond geschlagen», sagt Daniel Albrecht. In der besagten Mondphase befindet sich am wenigsten Feuchtigkeit im Holz, was ihm eine besonders hohe Widerstandsfähigkeit und Langlebigkeit verleihe – und es sei resistenter gegen Schädlinge.

**Alles aus der Region**  
Alle Materialien für Albrechts Haus in Fiesch VS stammen aus der Umgebung – das Lärchenholz etwa aus dem Nachbardorf Münster. Die Verarbeitung erfolgte ohne chemische Zusätze, ohne Leim und ohne künstliche Dämmstoffe.

**Kurze Wege auch für den Strom**  
«Mit der Solaranlage produzieren wir unseren eigenen Strom und leisten einen Beitrag zum Klimaschutz», sagt Daniel Albrecht. «Zudem funktioniert das Holz wie eine Klimaanlage: Im Sommer sorgt es dafür, dass es nicht zu heiss, im Winter dafür, dass es nicht zu kalt wird.»

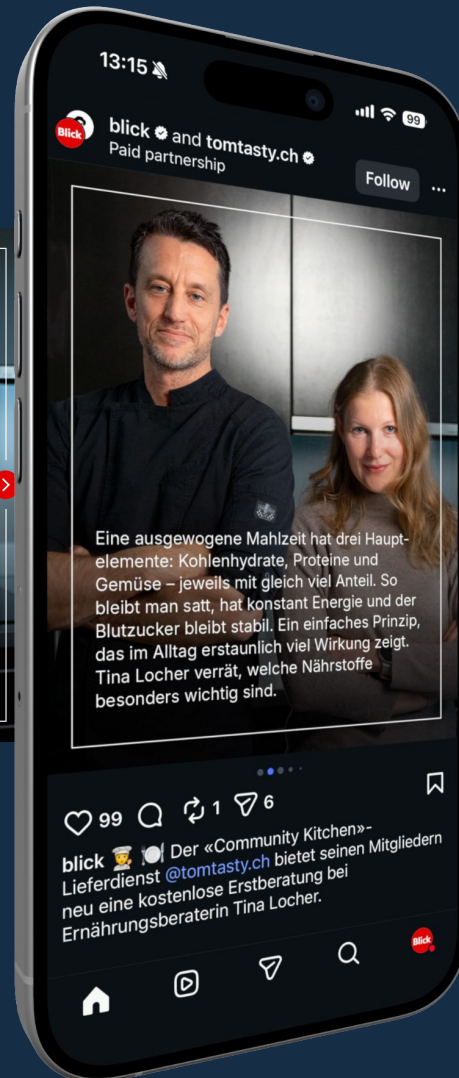
**Zweites Mondhaus ist im Bau**  
Daniel Albrecht hat beim Bau viel gelernt – jetzt hat er noch grössere Pläne: Im Zentrum von Fiesch entsteht ein Mehrfamilienhaus nach dem gleichen Prinzip. Er spricht von einem «Leuchtturmprojekt» und träumt von ganzen Quartieren, «alles regional, nachhaltig und gesund für Geist und Körper».

659 8  
Liked by instazurigo and others  
blick Schon als Skirennfahrer war Daniel Albrecht ein Perfektionist. Heute steckt er seinen

56'284  
659  
Kunde: BKW

# Carousel Posts als Storytelling- und KPI-Erfolg

Auf Instagram spielen wir geeigneten Branded-Post-Content neu konsequent als Carousel Post («Slider», interaktive Galerie) aus. Wir platzieren die Kernbotschaften so direkt im Feed der User.



# Neu auch als Kombi auf Instagram und TikTok

Für den Blick-Channel wurde auf TikTok eine neue Funktion freigeschaltet: Wir können direkt auf die Branded Storys verlinken.



# Story-Post

Wir teasen Ihre Botschaft an – und vertiefen sie extern. Entweder in einer Branded Story oder auf Ihrer Landing Page.

Channel



Brand-Integration



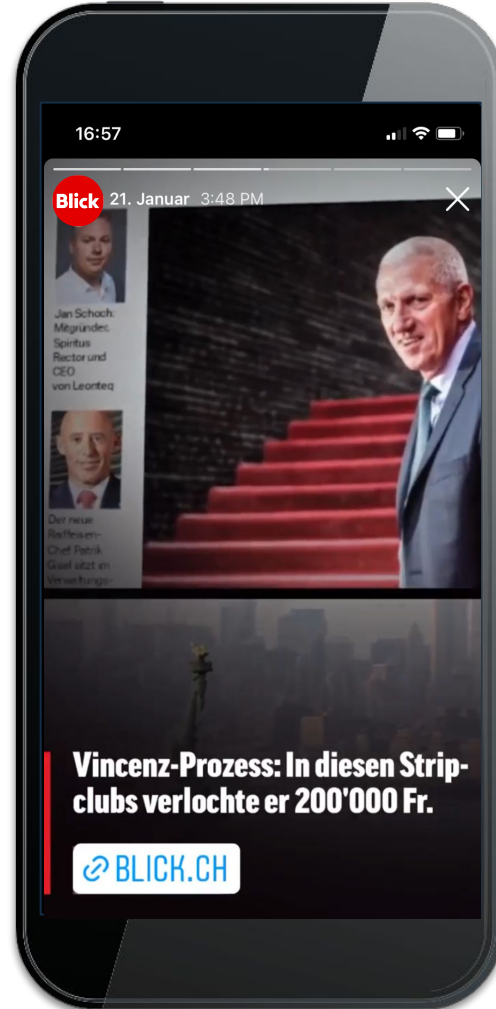
Brand-Integration



# Contextual-Story

Gleiche Mechanik wie beim Contextual-Post – aber mit Story-Pace. Auf eine redaktionelle Story folgt ihre Botschaft mit Bezug zum Inhalt. Clever und witzig.

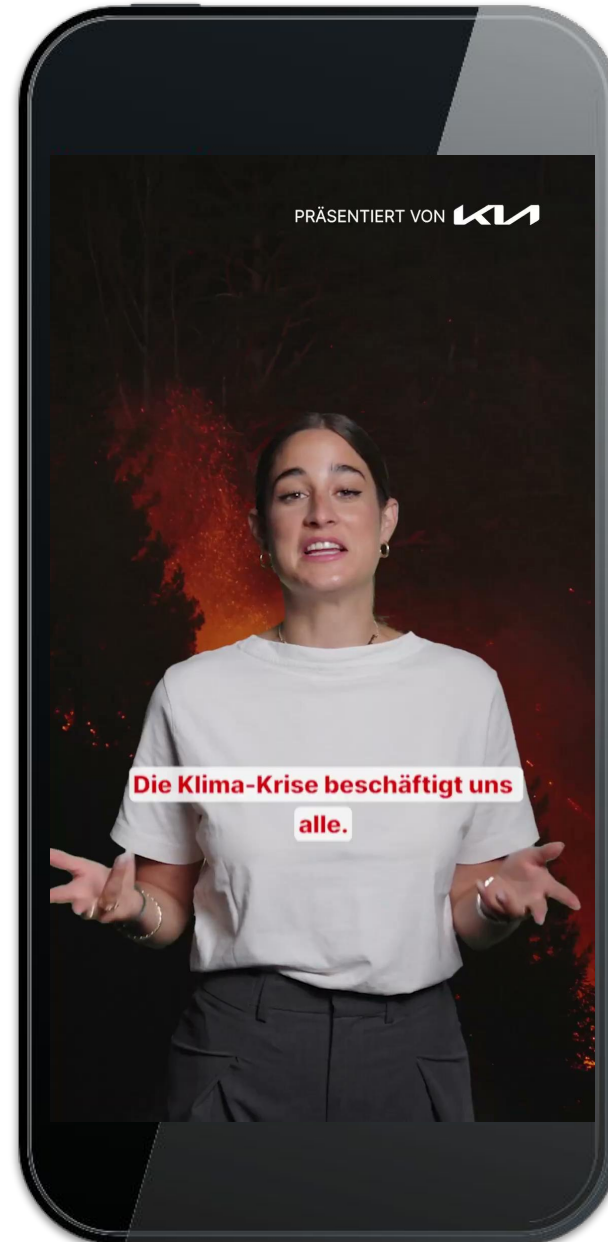
Channel



# Host-Video

Der Kern ihrer Botschaft kanalgerecht destilliert: Unsere Hosts verlängern Ihre Branded Story vor dem Green Screen ins Hochkant-Video.

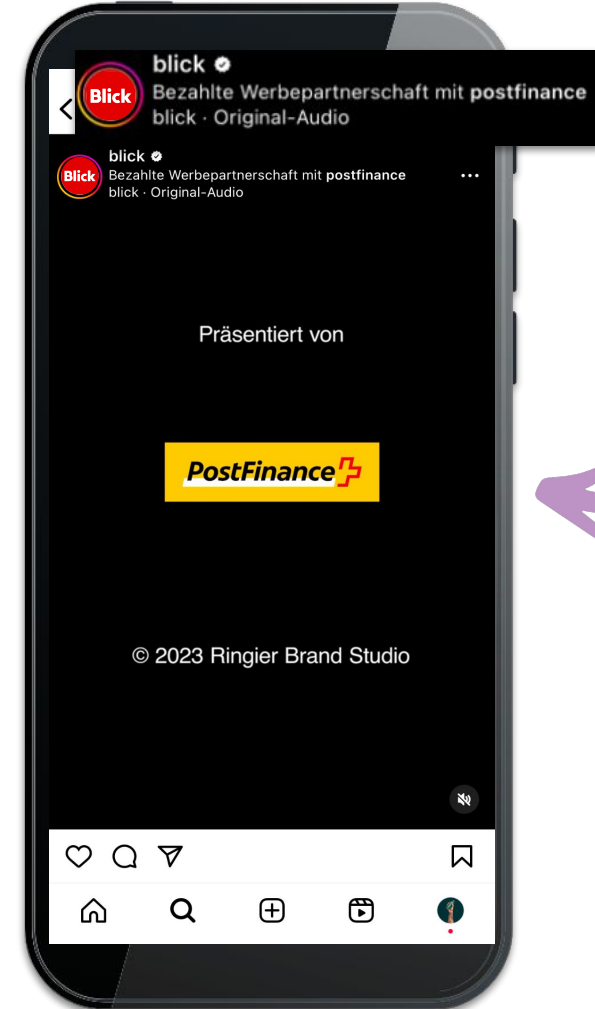
Channel



# Strassen-Umfrage

Sie möchten die Leute zu ihrem Thema zu Wort kommen lassen? Dann ist die Strassenumfrage das richtige Format.

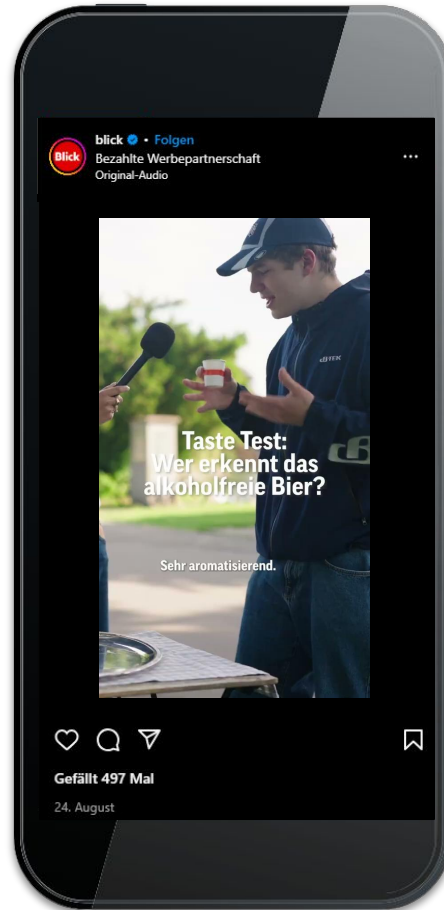
Channel



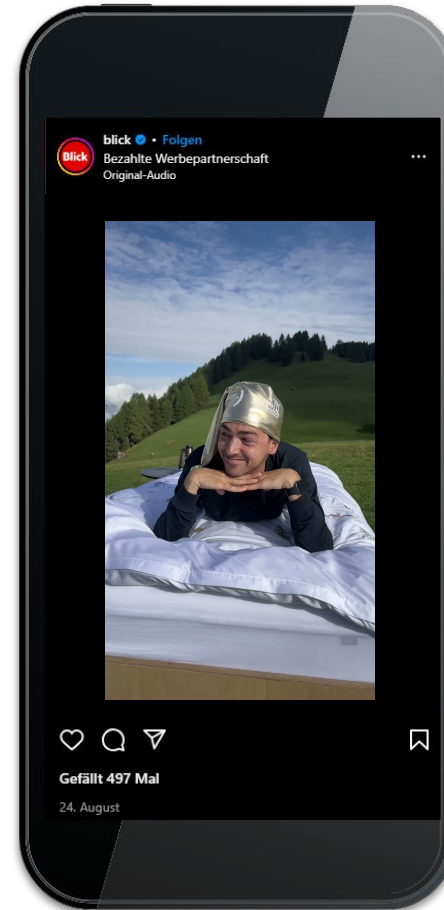
# Storytelling wirkt – auch social

Brand-Lift-Studie<sup>1</sup>  
zeigt: «Authentisches  
Storytelling mit  
glaubwürdigen  
Content Creators  
wirken besser als  
klassische Social  
Media Ads.»

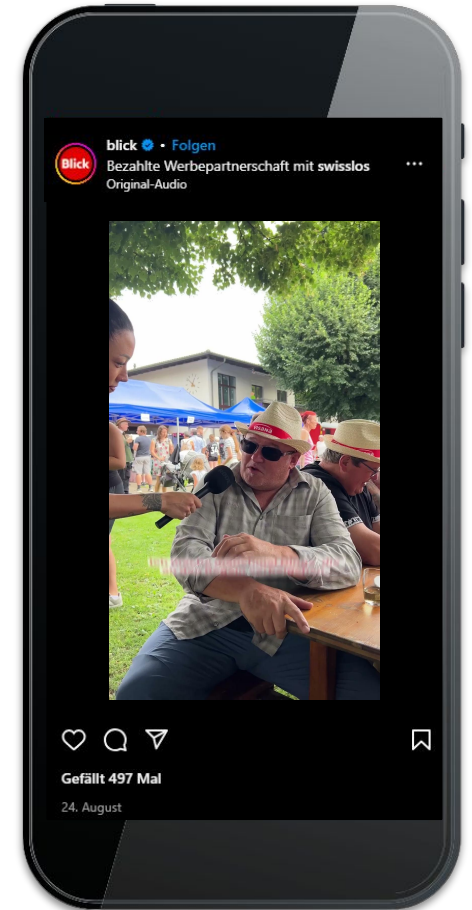
Unsere Hosts verankern ihre  
Botschaft in der echten Welt!



Chiara



Lukas



Jasmin

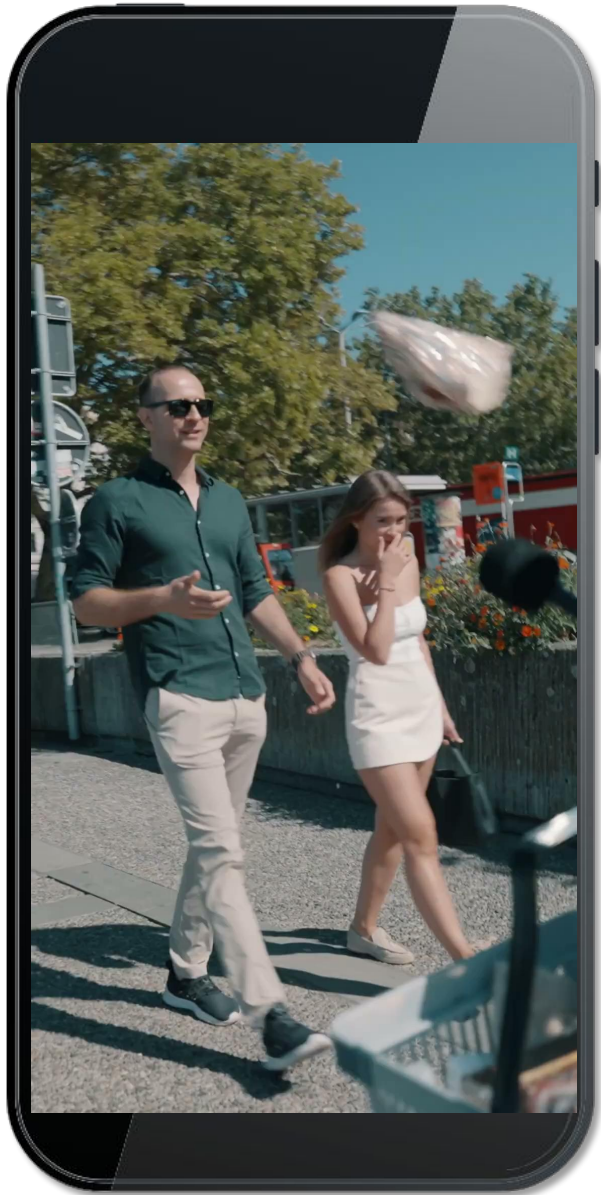
<sup>1</sup> Brand Lift Studie von 20 Minuten, Furthur und Meta.



# «Echtes Engagement: Bankpaket im Reality-Check»

Um Bankpakete auch der Jugend  
schmackhaft zu machen, haben wir  
speziell für TikTok eine  
Strassenumfrage gedreht.

**Umsetzbar ab  
CHF 4'500**



**In einem spielerischen Quiz konfrontieren wir Paare in Zürich mit einem Wäschekorb. Die humorvolle Umfrage zeigt, wie Electrolux zur idealen Lösung für jeden Haushalt wird.**

# Pricing Social-Content

## Bild- oder Story-Post

**Sprache:** Deutsch

**Inklusive:** Kreation von statischem Post (Feed oder Story) mit bestehendem Bild- material, Caption, Posting, Ad-Setup

**Preis:** CHF 500

## Carousel-Post

**Sprache:** Deutsch

**Inklusive:** Kreation von statischem Post mit mehreren Slides (Feed oder Story) mit bestehendem Bild- material, Caption, Posting, Ad-Setup

**Preis:** CHF 1'000

## Host-Video / Strassenumfrage

**Sprache:** Deutsch

**Inklusive:** Produktion von Social-Video (Erklärvideo oder Strassenumfrage). Schnitt, Caption, Posting, Ad-Setup

Als Verlängerung zur bestehenden Story Host-Video:

**Preis:** ab CHF 2'500

Strassenumfrage oder Stand-alone-Videos:

**Preis:** ab CHF 4'500

# Noch mehr Premium?

Mit unser Video-Unit realisieren wir auch noch raffiniertere Produktionen.

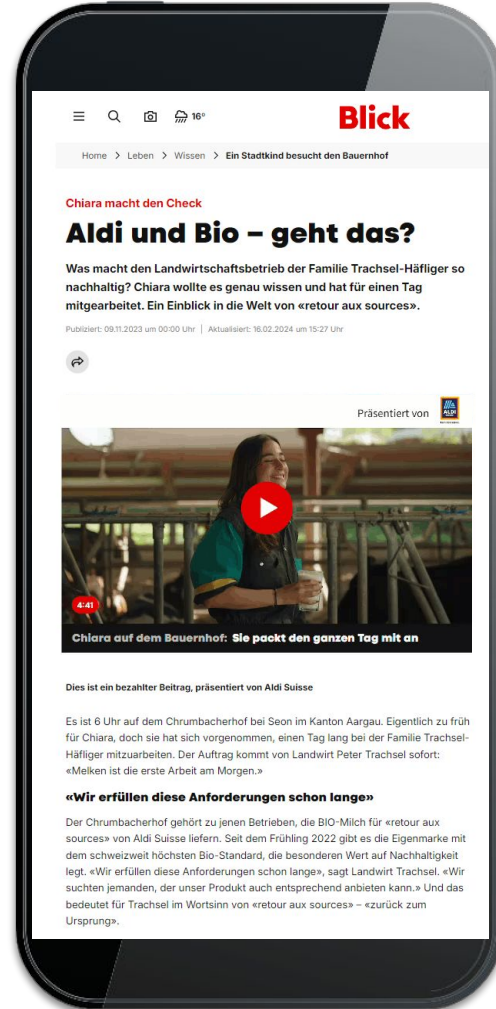
## Unser Leistungsumfang:

- ✓ Ideenfindung und Konzept
- ✓ Treatment und Storyboard  
Social-Video
- ✓ Produktion Social-Video
- ✓ Kampagnenumsetzung und  
-Betreuung
- ✓ Analyse & Reporting

# Video-Adaption

Wir stellen sicher, dass für Formate wie Branded Stories erstellte Videos auch auf Social funktionieren. Dafür überarbeiten und adaptieren wir bestehende Videos.

Channel



[Hier](#) geht's zum Video in der Branded Story

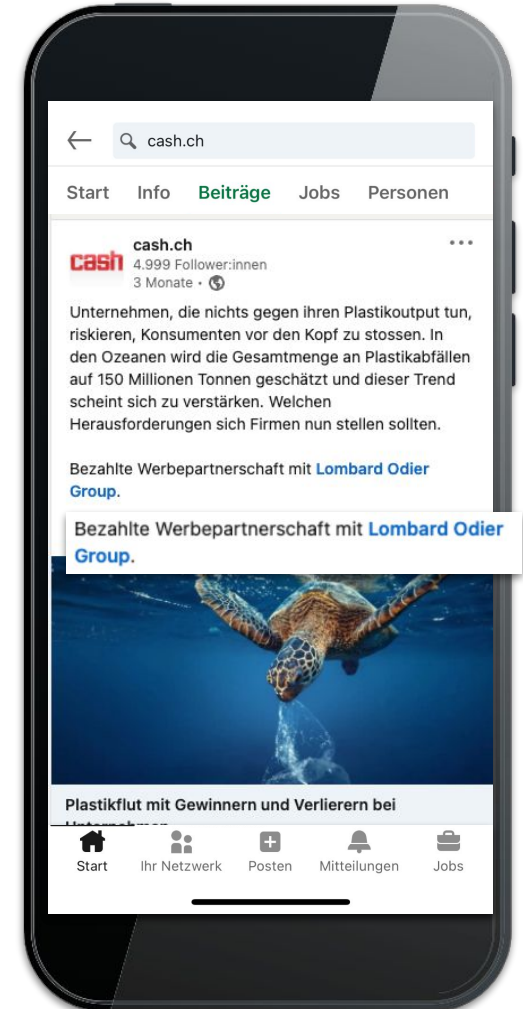
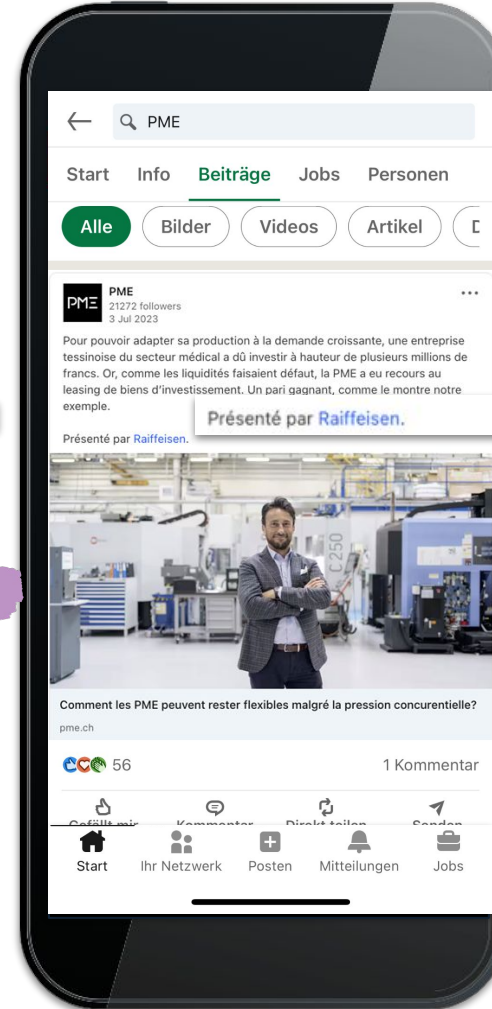


Reel

# LinkedIn-Post

Bild-, Video- oder Link-Posts im Feed unserer Wirtschaftskompetenz-Titel sind perfekte LinkedIn-Matches.

Channel



# Pricing Social Media Blick Gruppe - Reach

	Package S	Package M	Package L
Kosten in CHF ohne Produktion	1'950	3'450	4'950
<b>Reach</b>			
Blick	195'000	450'000	850'000
Blick Romandie Blick Sport	130'000	300'000	550'000
Blick Soda	105'000	275'000	460'000

## Produktion

- Bild-Post\*  
CHF 500
- Carousel-Post\*  
CHF 1'000
- Story-Post\*  
CHF 500
- Contextual-Post/-Story\*\*  
CHF 1'000

\*Bei nationalen Kampagnen gelten folgende Übersetzungskosten bei kombinierten Posts:

Bild Post CHF 300  
 Carousel Post CHF 500  
 Story Post CHF 300

\*\*Beziehen sich die Social Contextuals auf eine Tagesaktualität, ist es nicht möglich eine Reichweite zu garantieren.

# Pricing Social Media Blick Gruppe - Video

	Package S	Package M	Package L
Kosten in CHF ohne Produktion	1'950	3'450	4'950
Video Views			
Blick	65'000	200'000	300'000
Blick Soda	40'000	120'000	180'000

## Produktion

- Produktion Video-Post inkl. Adaption bestehendes Video auf Instagram  
CHF 1'000
- Produktionskosten Video, bestehendes Bildmaterial (d)  
CHF 3'500
- Produktionskosten Reel  
CHF ab 2'500

# Pricing Social Media alle weiteren RMS Kanäle - Reach

	Bild-Post	Instagram-Story	Linkedin-Post
Kosten in CHF inkl. Produktion	2'900	1'400	2'900
	Reach		
Alle weiteren RMS Kanäle	80'000	40'000	30'000
BlueNews	100'000 (Video Views) 50'000	-	-

# Kanäle.



# Blick

Blick ist einer der stärksten News-Kanäle der Deutschschweiz. Mit Videos, instantly shareable Content und Links zu Blick.ch-Artikeln liefern wir täglich die wichtigsten Nachrichten.



**News, Aktuelles und Hintergründe**  
Schwerpunkt

**446'349**  
Abonent:innen

**42% | 58%**  
w | m



**News, Aktuelles und Hintergründe**  
Schwerpunkt

**165'000**  
Abonent:innen

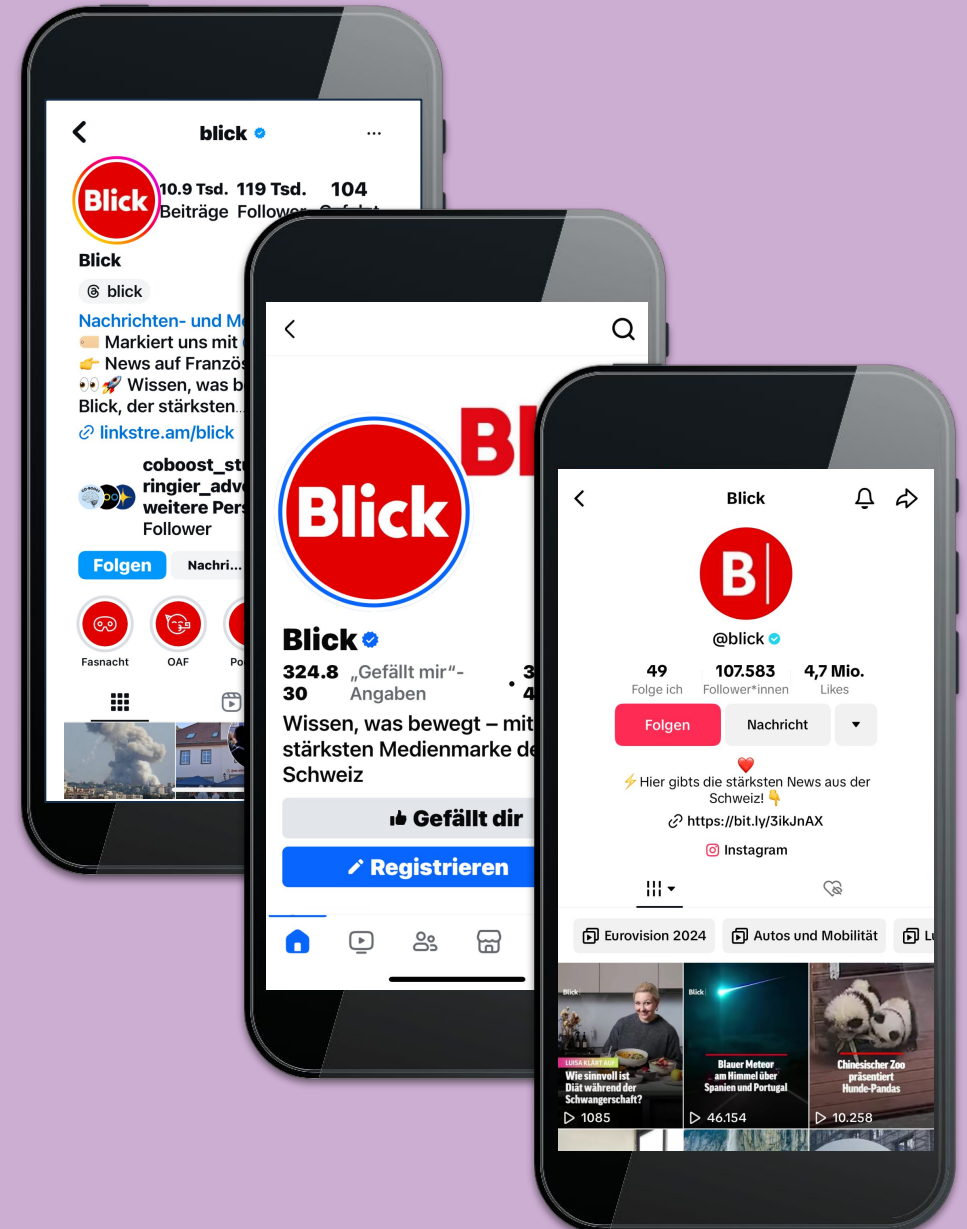
**51% | 49%**  
w | m



**News, Aktuelles und Hintergründe**  
Schwerpunkt

**262'800**  
Abonent:innen

**41% | 59%**  
w | m



# Blick Sportwelt

Blick Sport, Blick Fussball und Blick Eishockey decken die Schweizer und internationale Sportwelt mit den relevantesten News & Informationen ab.



@blicksport

Channel

129'429

Abonnt:innen

25 - 34

Alter

19% | 81%

w | m



@blickfussball  
@blickeishockey  
@blicksport  
Channel

127'523

Abonnt:innen

18 - 44

Alter

20% | 80%

w | m



@blicksport

Channel

19'646

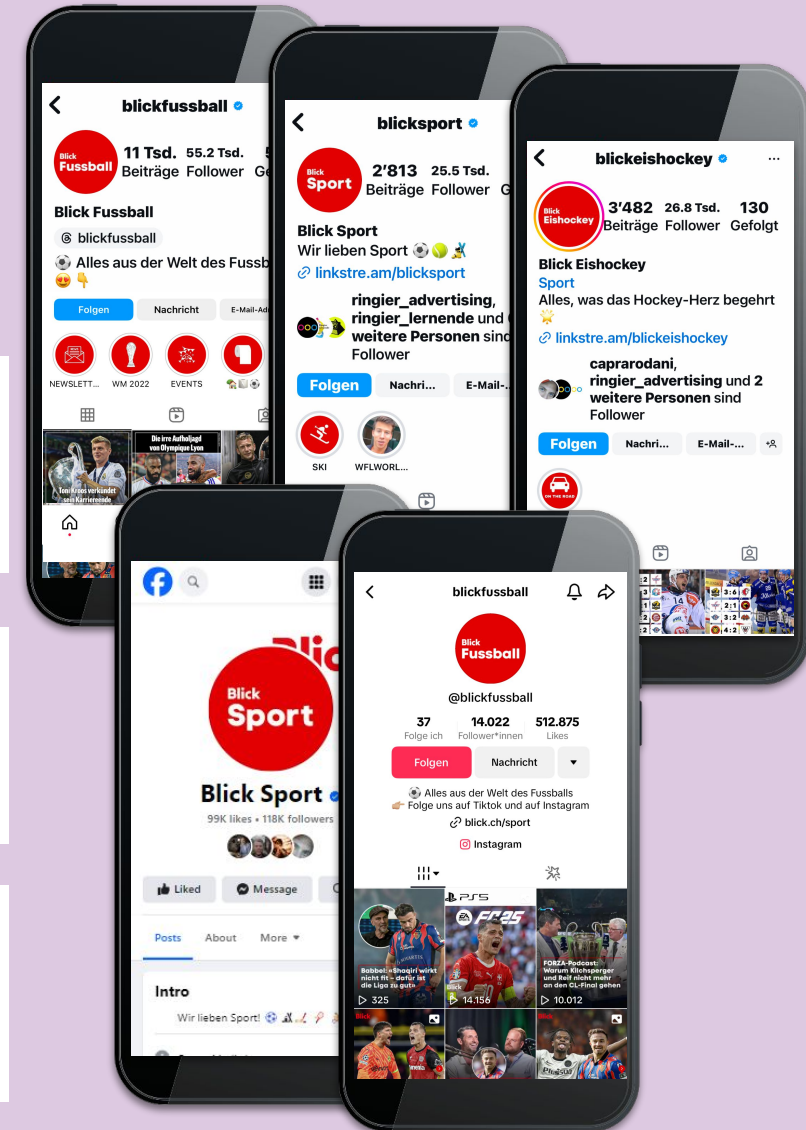
Abonnt:innen

18 - 24

Alter

29% | 71%

w | m



# Blick Romandie

Blick ist einer der einflussreichsten Informationskanäle der Deutschschweiz. Mit Videos, sofort teilbaren Inhalten und Links zu Artikeln auf Blick.ch liefern wir täglich die wichtigsten Nachrichten.



**News, Aktuelles und Hintergründe**

Schwerpunkt

121'000

Abonent:innen

42% | 58%

w | m



**News, Aktuelles und Hintergründe**

Schwerpunkt

59'800

Abonent:innen

51% | 49%

w | m



**News, Aktuelles und Hintergründe**

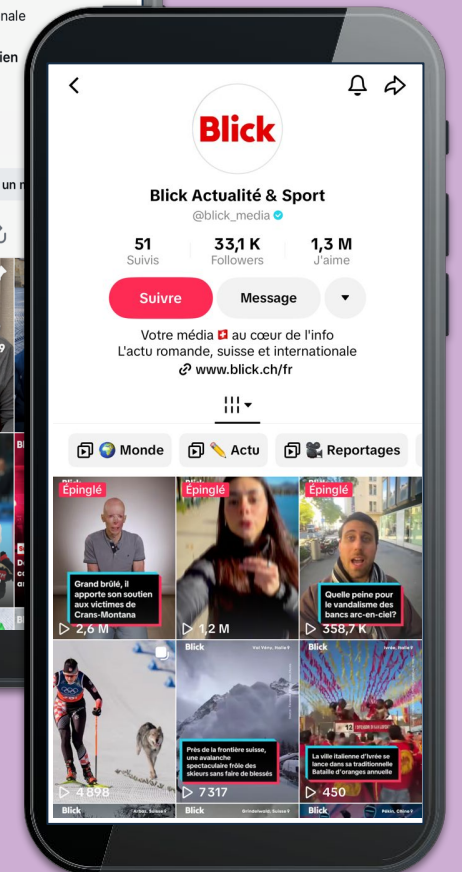
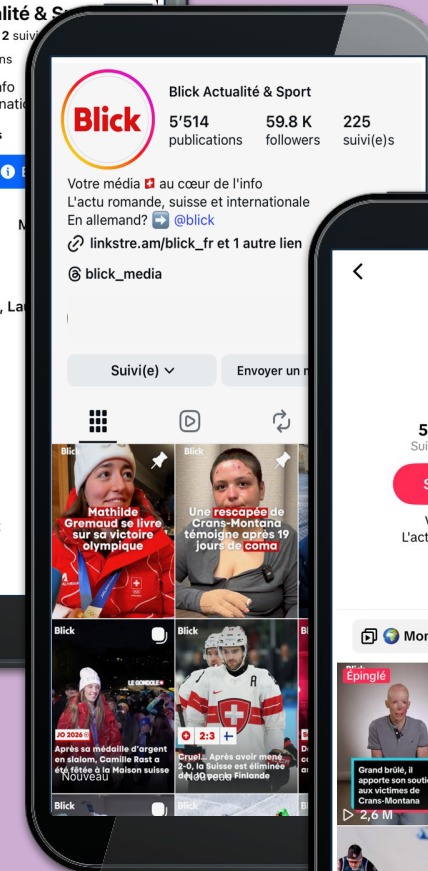
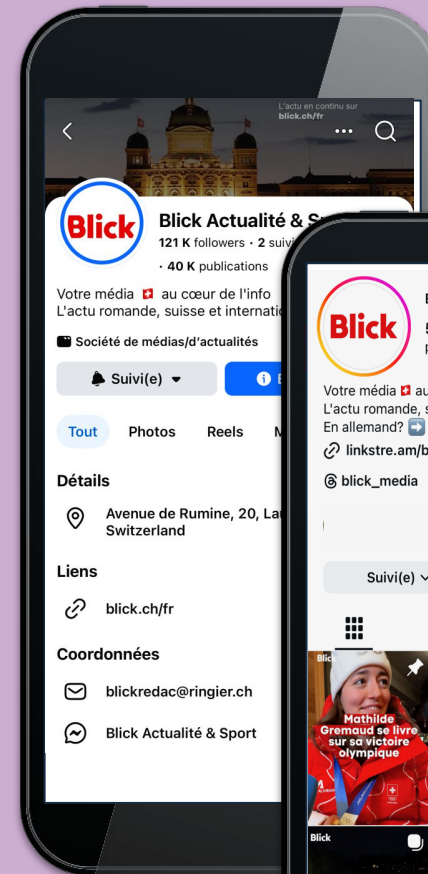
Schwerpunkt

33'100

Abonent:innen

41% | 59%

w | m



# Handelszeitung

Wirtschaft im Klartext! Handelszeitung ist der führende Wirtschaftstitel der Schweiz. News, Interviews, Jobwechsel, Karrieretipps und Start-ups. Das bewegt die Wirtschaft in der Schweiz und weltweit.



**Schweizer  
Wirtschaft, Politik  
und Finanzen**  
Schwerpunkt

**12'069**  
Abonent:innen

**35 - 54**  
Alter

**28% | 73%**  
w | m



**Schweizer  
Wirtschaft, Politik  
und Finanzen**  
Schwerpunkt

**3'669**  
Abonent:innen

**35 - 54**  
Alter

**33% | 67%**  
w | m

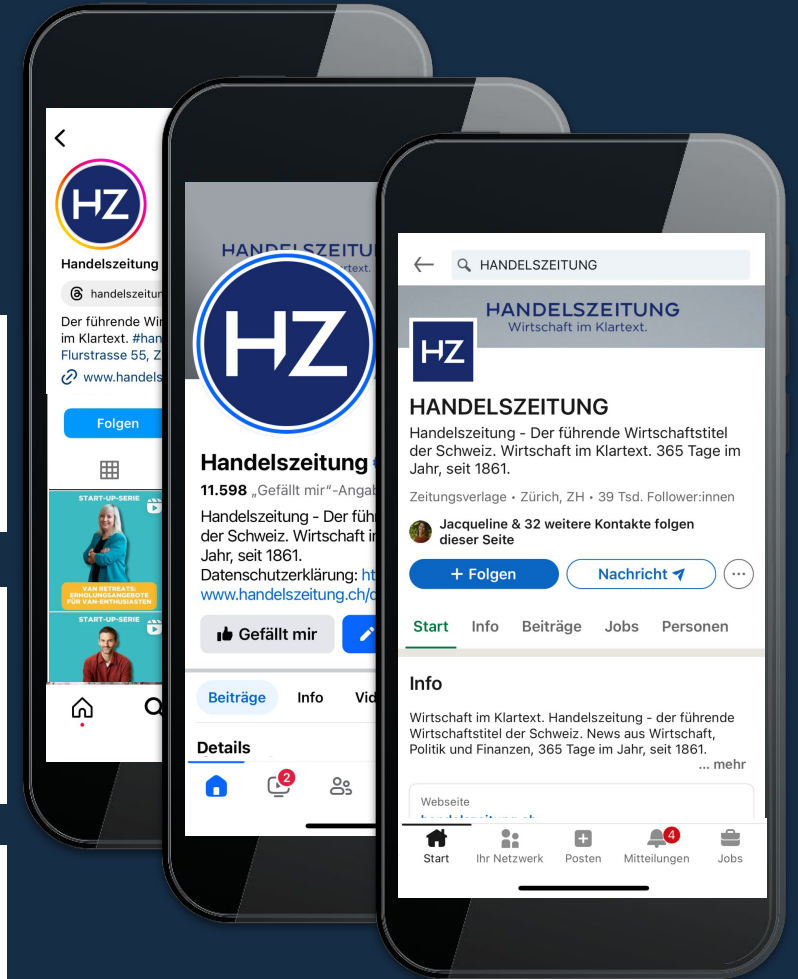


**Schweizer  
Wirtschaft, Politik  
und Finanzen**  
Schwerpunkt

**39'000**  
Abonent:innen

**n/a**  
Alter

**n/a**  
w | m



# Bilanz

Die BILANZ ist das führende Schweizer Wirtschaftsmagazin und deckt alle Facetten des Wirtschaftsgeschehens ab. Personalisierter, recherchierter Wirtschaftsjournalismus in Magazinform und online.



**Wirtschafts-  
journalismus**  
Schwerpunkt

20'603

Abonent:innen

25 - 44

Alter

28% | 72%

w | m



**Wirtschafts-  
journalismus**  
Schwerpunkt

5'069

Abonent:innen

25 - 44

Alter

39% | 61%

w | m



**Wirtschafts-  
journalismus**  
Schwerpunkt

47'000

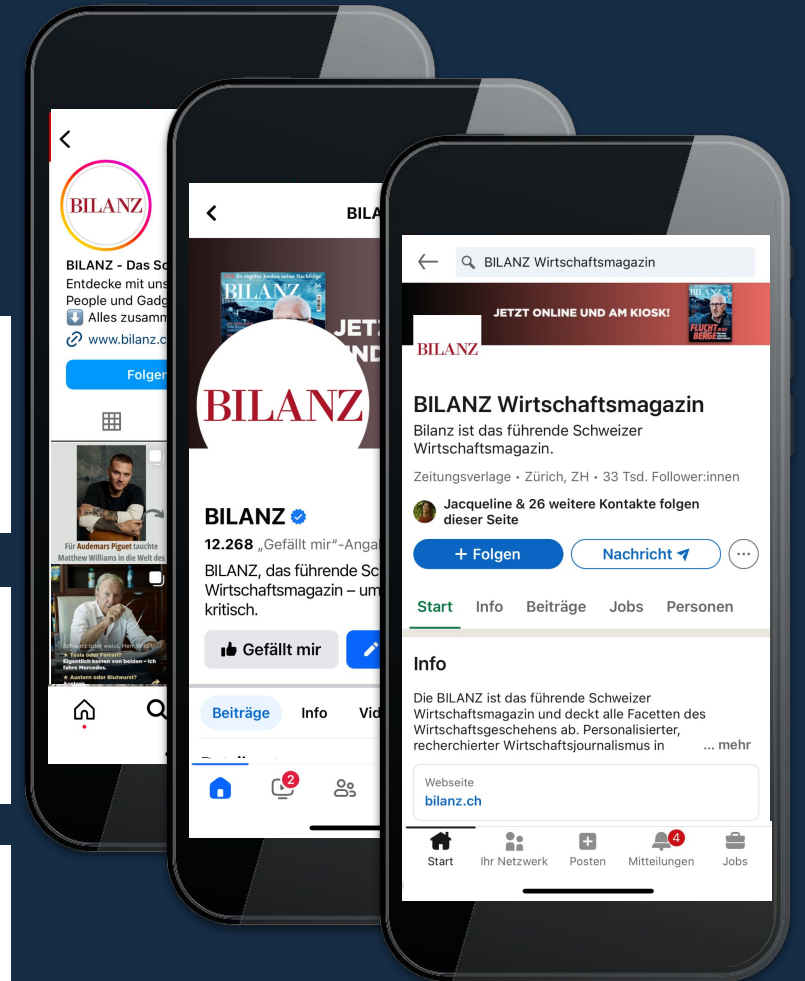
Abonent:innen

n/a

Alter

n/a

w | m



# Beobachter

Der Beobachter bietet seinen Leserinnen und Lesern tatkräftige Hilfe in allen Rechts- und Lebensfragen. fundierte Informationen zu aktuellen Themen des Zeitgeschehens sowie ausgiebige Ratgeberinhalte. Wissen hilft.



**Gesundheit, Arbeit,  
Konsum, Wohnen,  
Rechtsberatung**  
Schwerpunkt

67'627

Abonnt:innen

35 - 54

Alter

64% | 36%

w | m



**Gesundheit, Arbeit,  
Konsum, Wohnen,  
Rechtsberatung**  
Schwerpunkt

24'600

Abonnt:innen

35 - 54

Alter

64% | 36%

w | m



**Gesundheit, Arbeit,  
Konsum, Wohnen,  
Rechtsberatung**  
Schwerpunkt

10'187

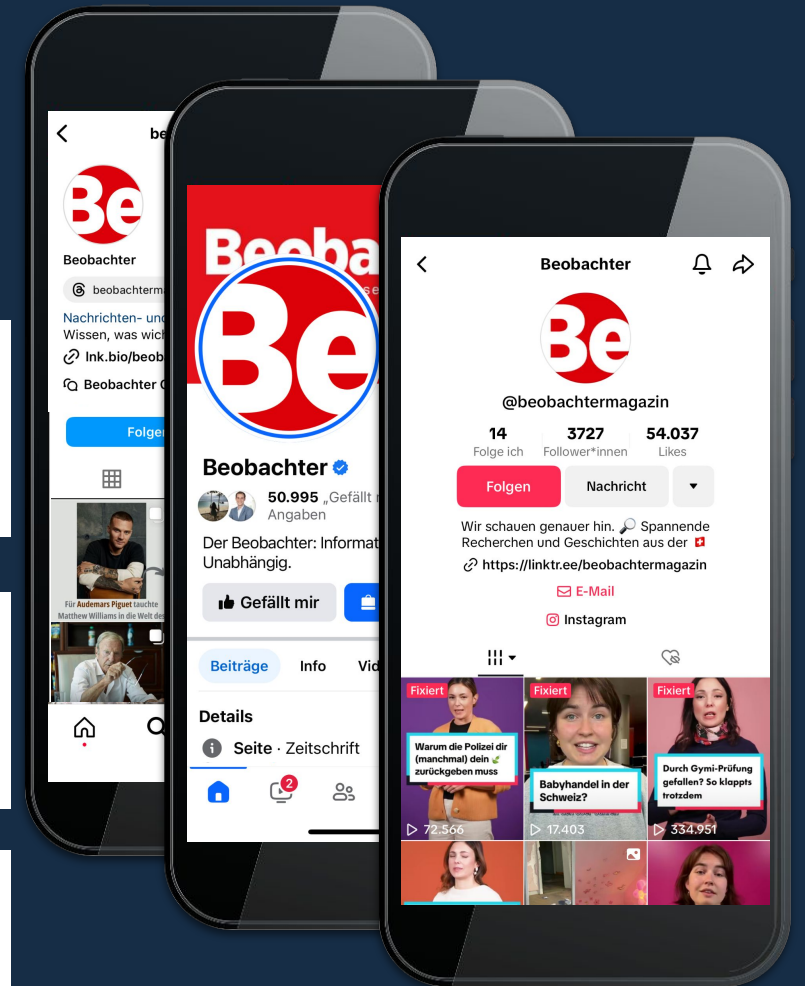
Abonnt:innen

34 - 44

Alter

46% | 54%

w | m



# PME

PME ist die beste Quelle für das Wirtschaftsgeschehen in der Romandie. Das Magazin berichtet über Neuigkeiten, Management, Start-ups, Fusionen, Übernahmen, Innovation, Cyberkriminalität und Investitionen.



**Westschweizer  
Wirtschaft - Fokus  
KMU**  
Schwerpunkt

4'773

Abonnet:innen

44 - 54

Alter

45% | 55%

w | m



**Westschweizer  
Wirtschaft - Fokus  
KMU**  
Schwerpunkt

29'000

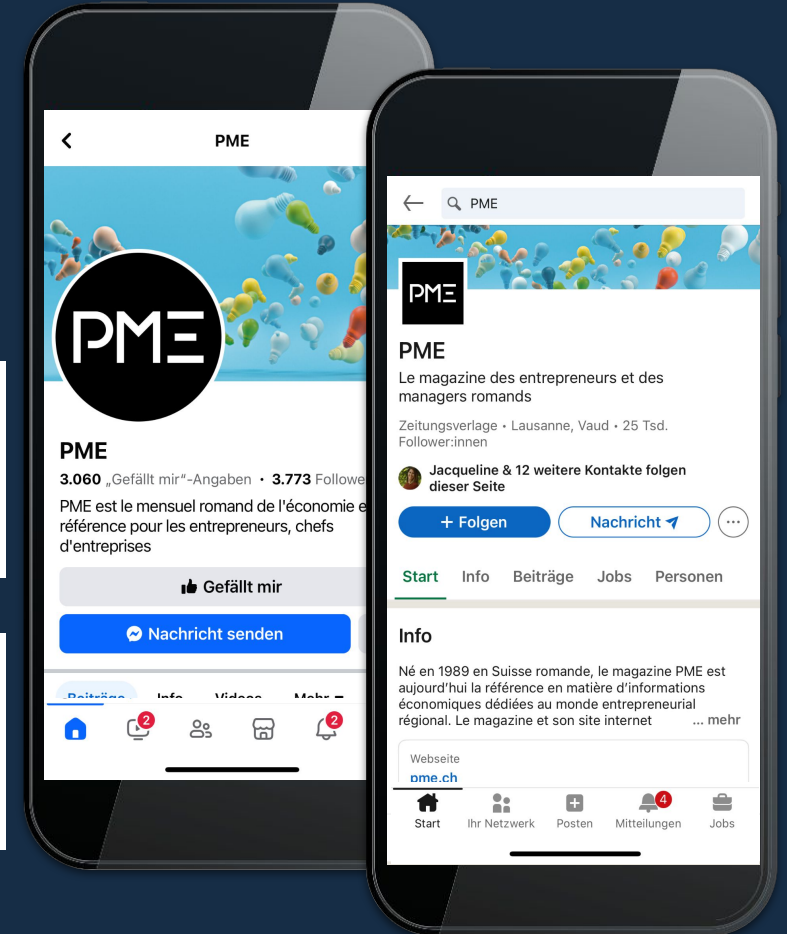
Abonnet:innen

44 - 54

Alter

n/a

w | m



# Schweizer Illustrierte

Das beliebteste People-Magazin der Schweiz liefert schnell und kompetent Nachrichten über nationale und internationale Stars sowie bewegende Themen wie Familie, Erziehung, Gesundheit, Reisen, Liebe und Sexualität.



**People-News und  
Unterhaltung**  
Schwerpunkt

69'684

Abonnt:innen

72% | 28%

w | m



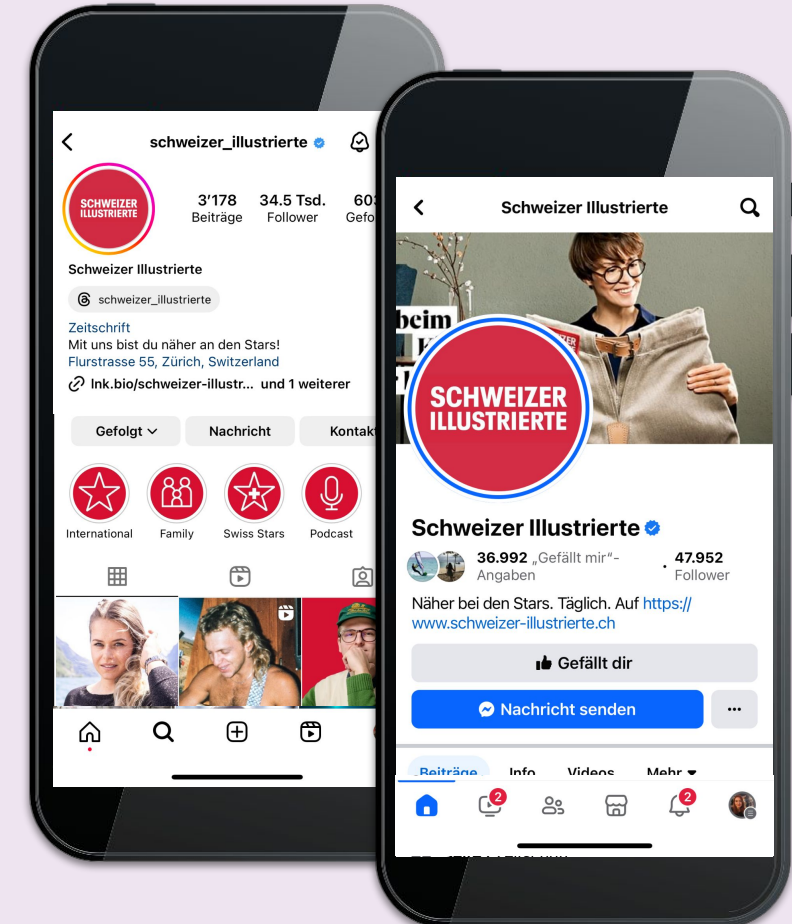
**People-News und  
Unterhaltung**  
Schwerpunkt

39'300

Abonnt:innen

74% | 26%

w | m



# Umsetzungen Schweizer Illustrierte



# L'illustré

Einzigartig, engagiert, grosszügig – so wie die Menschen in der Romandie! L'illustré ist ein positives, offenes Magazin, das alle Generationen anspricht.



**bewegende  
Persönlichkeiten  
und Schicksale**  
Schwerpunkt

**263'000**  
Abonnt:innen

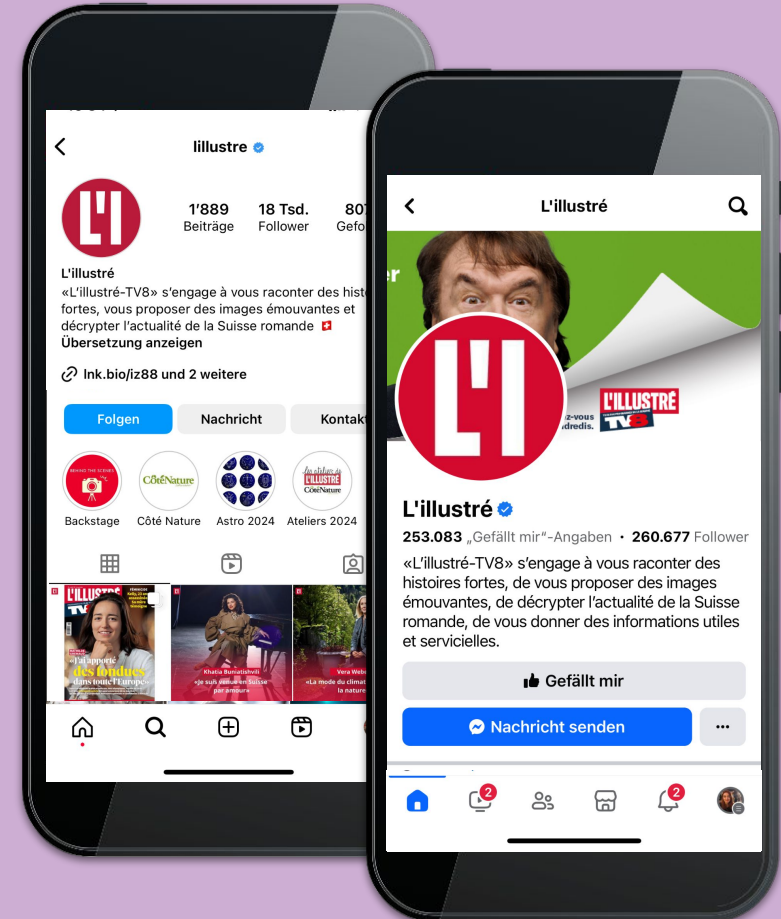
**25-44**  
Alter



**bewegende  
Persönlichkeiten  
und Schicksale**  
Schwerpunkt

**19'700**  
Abonnt:innen

**35 - 54**  
Alter



# Style

Die Trends in Sachen Fashion, Beauty, Living. Inhalte von H&M bis Hermès, von Micasa bis Minotti , von Streetstyle bis Catwalk, von Öko Lux bis Haute Couture. Immer mit Style!



**Fashion, Beauty,  
Body & Health und  
Lifestyle**  
Schwerpunkt

**9'918**

Abonnt:innen

**35 – 54**

Alter

**84% | 16%**

w | m



**Fashion, Beauty,  
Body & Health und  
Lifestyle**  
Schwerpunkt

**28'700**

Abonnt:innen

**35 – 54**

Alter

**74% | 26%**

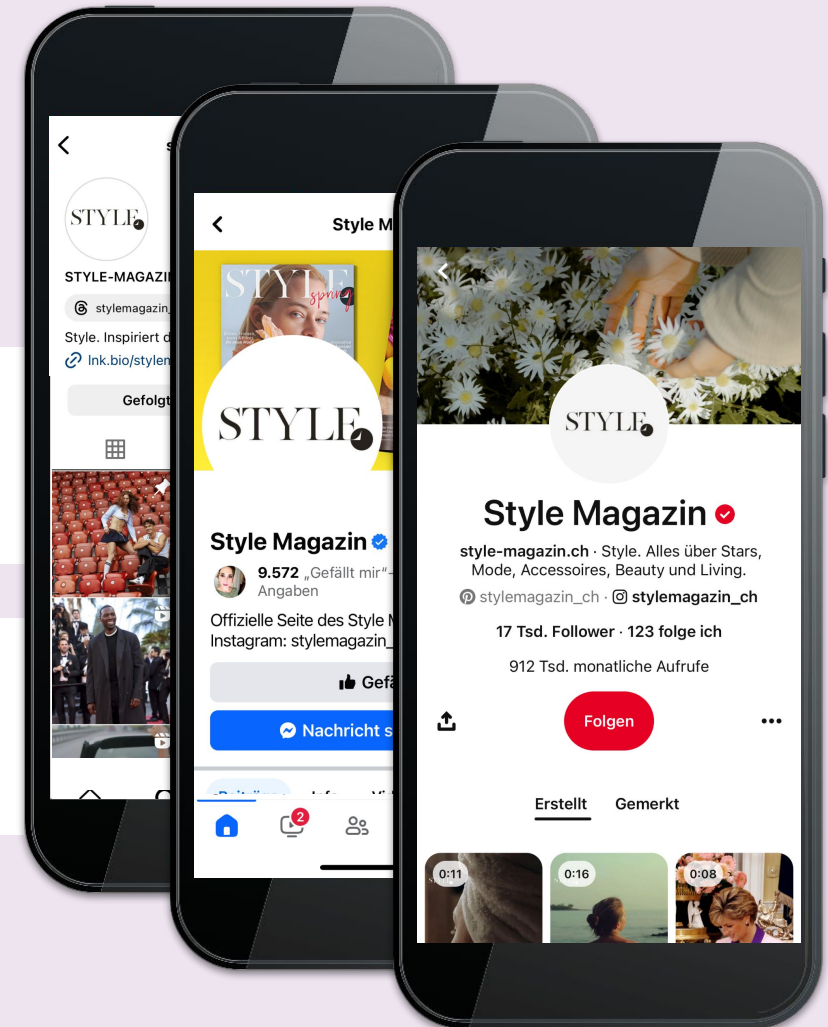
w | m



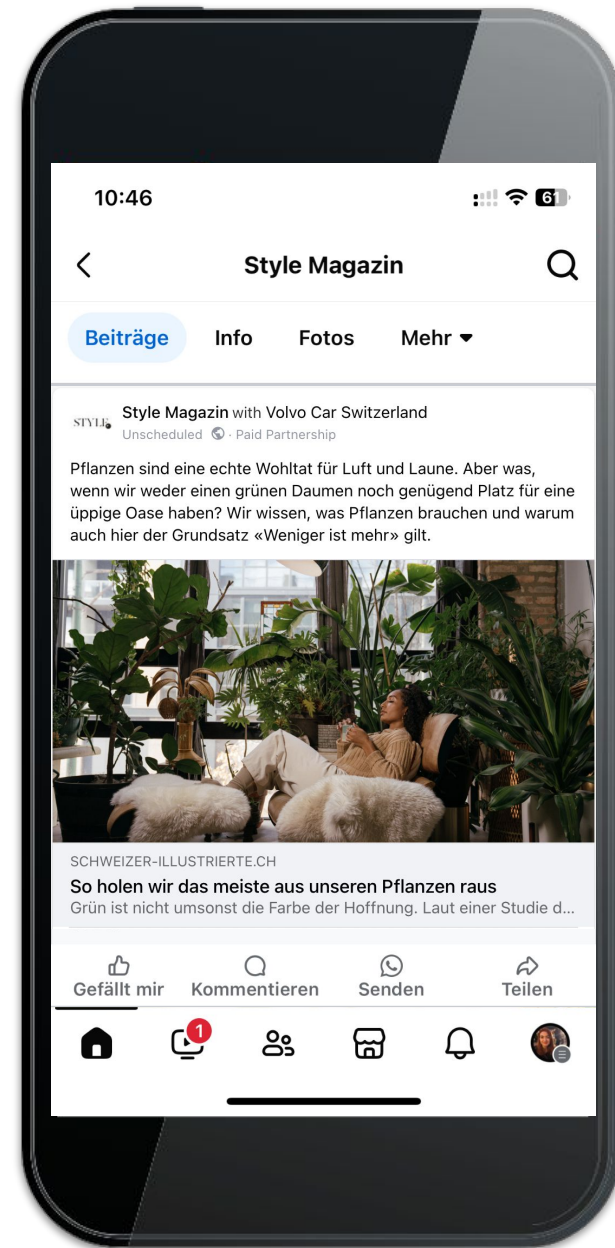
**Fashion, Beauty,  
Body & Health und  
Lifestyle**  
Schwerpunkt

**18'000**

Abonnt:innen



# Umsetzungen Style



# Bolero

Seit über 30 Jahren steht Bolero für Kultur, Design, Mode, Reisen und Beauty. Boleros Stärke sind die engen Beziehungen zu international anerkannten Entscheidungsträgern der Mode- und Beauty-Branche.



Mode, Stil & Kultur

Schwerpunkt

11'960

Abonnt:innen

18 - 34

Alter

49% | 51%

w | m



Mode, Stil & Kultur

Schwerpunkt

19'000

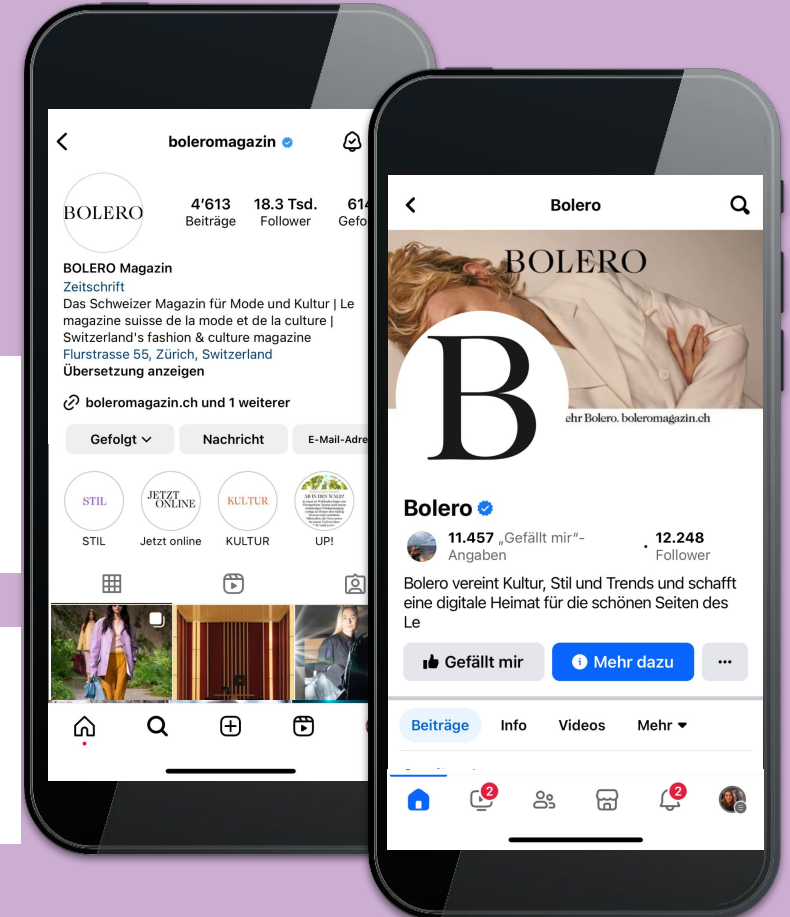
Abonnt:innen

25 - 44

Alter

70% | 30%

w | m



# LandLiebe

Die schönsten Seiten des Schweizer Landlebens und die entschleunigte Lebensart. Faszinierende Fotoreportagen, köstliche Landfrauenküche, raffinierte Strickideen und Porträts bodenständiger Menschen.



**Schweizer  
Landleben**  
Schwerpunkt

20'873

Abonnt:innen

45 – 65

Alter

82% | 18%

w | m



**Schweizer  
Landleben**  
Schwerpunkt

6'698

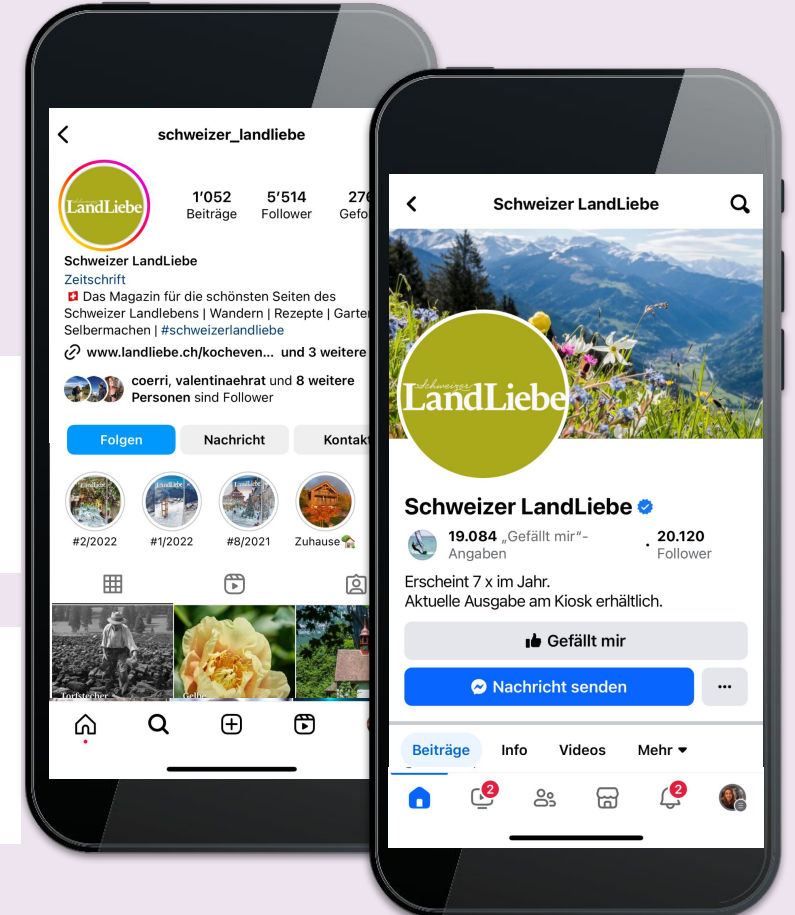
Abonnt:innen

35 – 55

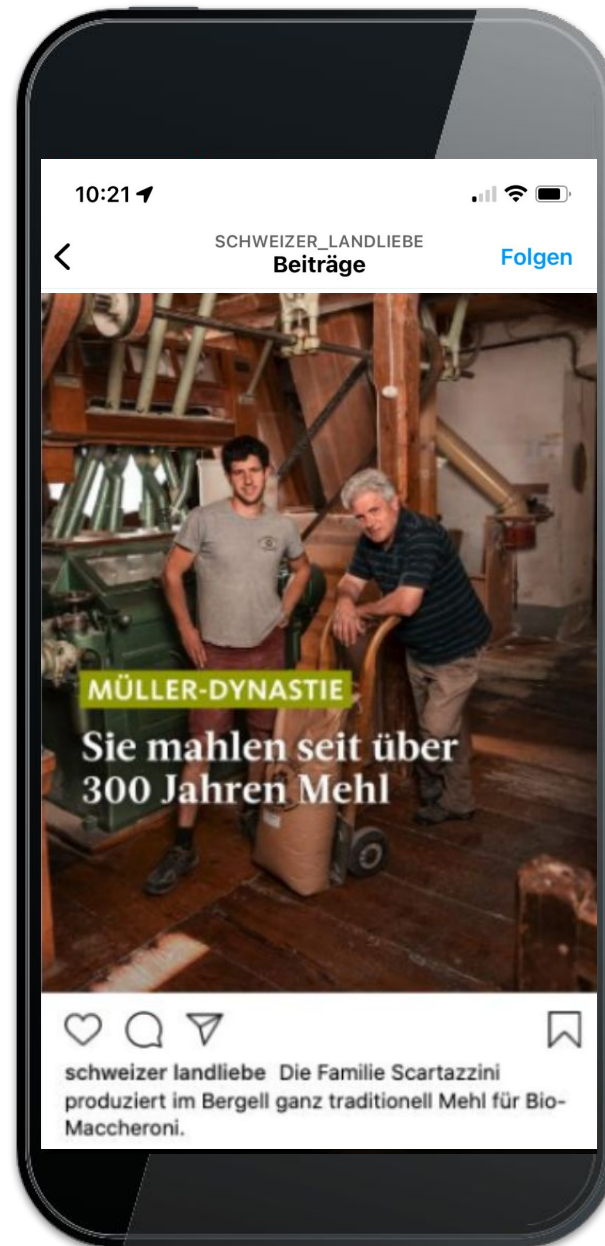
Alter

83% | 17%

w | m



# Umsetzungen LandLiebe



# Energy

Multimediale Inhalte für Social Media begeistern täglich Hunderttausende. Dieses Know-how im Storytelling und eine große Social Community stehen auch Kunden zur Verfügung.



**Unterhaltung,  
Humor**  
Schwerpunkt

**266'654**  
Abonnt:innen

**25 - 34**  
Alter

**52% | 48%**  
w | m



**Unterhaltung,  
Humor**  
Schwerpunkt

**288'000**  
Abonnt:innen

**18 - 34**  
Alter

**56% | 44%**  
w | m

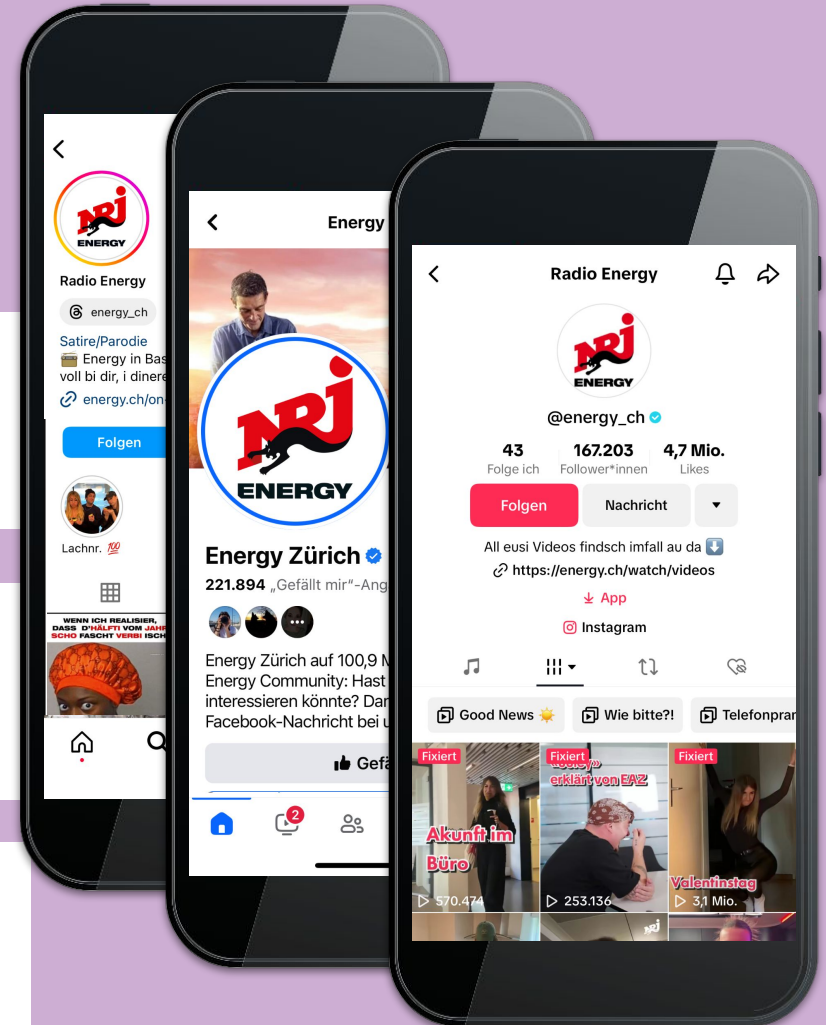


**Unterhaltung,  
Humor**  
Schwerpunkt

**169'500**  
Abonnt:innen

**18 - 24**  
Alter

**51% | 49%**  
w | m



# izzy Projects

izzy Projects - Wirkungsvolle Kampagnen für junge Zielgruppe



**Unterhaltung,  
Journalismus**  
Schwerpunkt

**274'815**

Abonnt:innen

**18 - 34**

Alter

**44% | 56%**

w | m



**Unterhaltung,  
Journalismus**  
Schwerpunkt

**278'000**

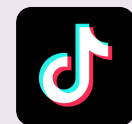
Abonnt:innen

**18 - 34**

Alter

**44% | 56%**

w | m



**Unterhaltung,  
Journalismus**  
Schwerpunkt

**74'700**

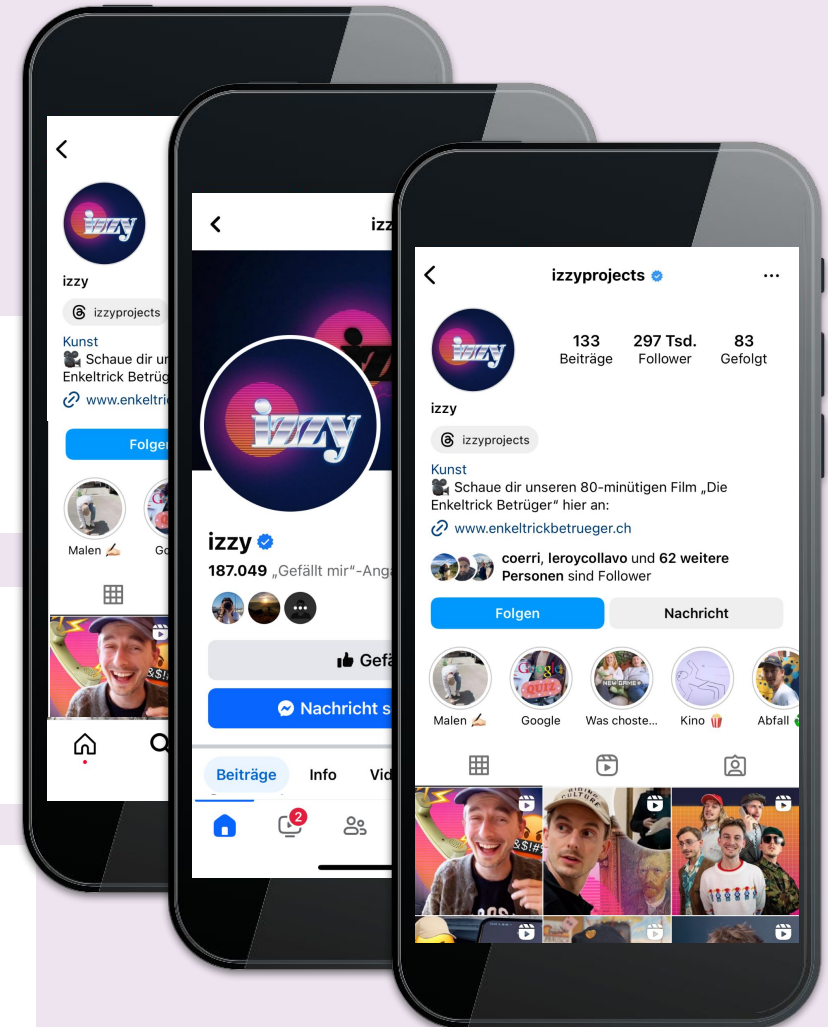
Abonnt:innen

**18 - 34**

Alter

**44% | 56%**

w | m



# Umsetzungen

## IZZY

**WER TRINKT HIER  
BEI DER ARBEIT?!**



**Es ist Montagmorgen, acht Uhr.  
Heute machen wir etwas ganz spezielles**

# Blue Sport

Exklusive Übertragungsrechte für Fussball und weitere Sportarten, ein hochkarätiges Expertenteam, News, Ticker und Hintergrundinformationen.



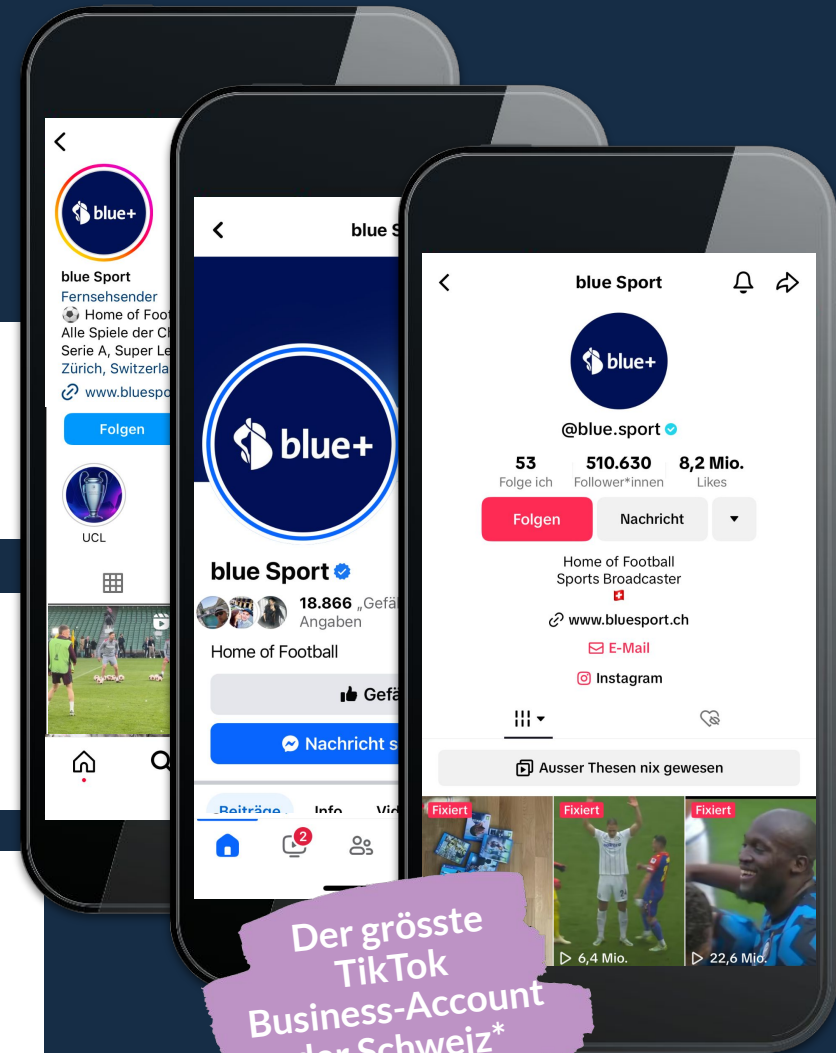
Sport Schwerpunkt	52'810 Abonnt:innen	25 - 44 Alter	12%   88% w   m
----------------------	------------------------	------------------	--------------------



Sport Schwerpunkt	158'000 Abonnt:innen	18 - 35 Alter	12%   88% w   m
----------------------	-------------------------	------------------	--------------------



Sport Schwerpunkt	887'100 (D-CH) 1.3 Mio (F-CH) Abonnt:innen	18 - 34 Alter	12%   88% w   m
----------------------	--	------------------	--------------------



# Blue News

Exklusive Übertragungsrechte für Fussball und weitere Sportarten, ein hochkarätiges Expertenteam, News, Ticker und Hintergrundinformationen.



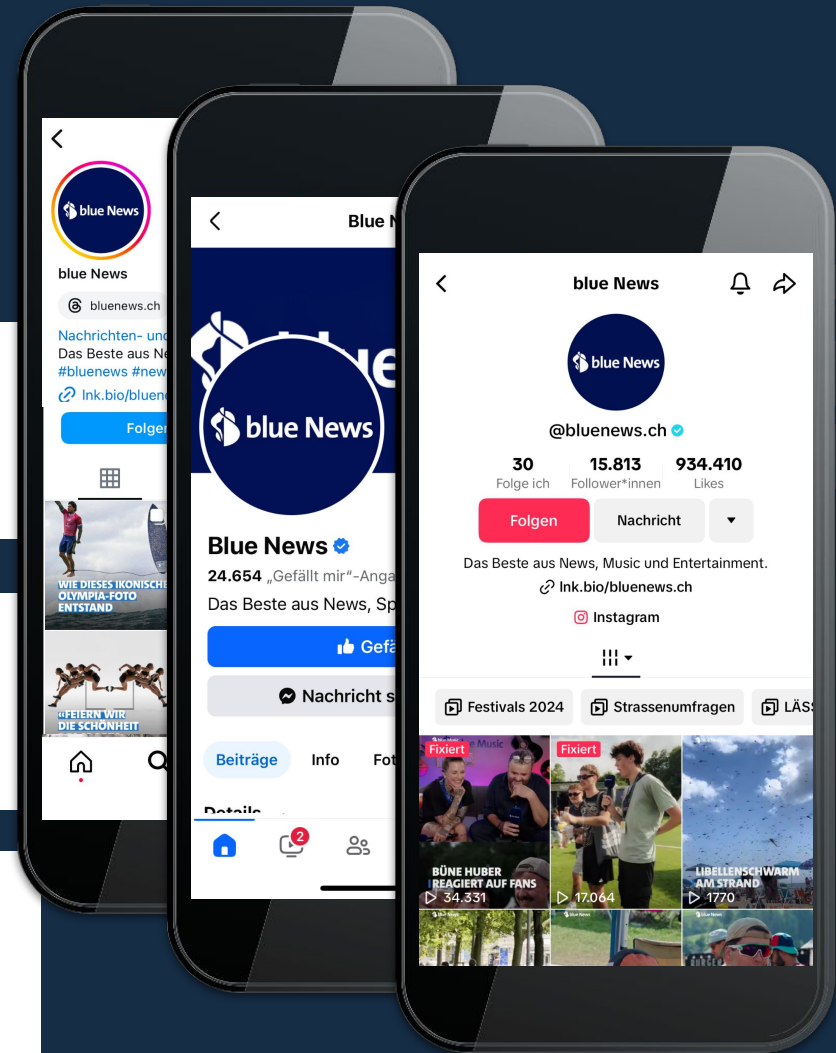
<b>News</b> Schwerpunkt	<b>49'295</b> Abonnt:innen	<b>35 - 65</b> Alter	<b>47%   53%</b> w   m
----------------------------	-------------------------------	-------------------------	---------------------------



<b>News</b> Schwerpunkt	<b>20'900</b> Abonnt:innen	<b>18 - 45</b> Alter	<b>41%   59%</b> w   m
----------------------------	-------------------------------	-------------------------	---------------------------



<b>News</b> Schwerpunkt	<b>91'300</b> Abonnt:innen	<b>35 - 54</b> Alter	<b>41%   59%</b> w   m
----------------------------	-------------------------------	-------------------------	---------------------------



# Ansätze

01

## Branded Social

- Als Traffic Booster in unserem Portfolio zu Content- und 360°-Kampagnen.
- Als Stand-Alone-Sponsored-Reel/-Post in unserem Portfolio.
- 
- 

02

## Social Kampagne

- Kreation und Ad-Set-up auf Ihrem Kanal oder im Universum von Ringier Medien Schweiz.

03

## Social Outsourcing

- Wir übernehmen Ihren Social-Media-Channel. Von der Strategie über die Konzeption und Kreation bis zur Umsetzung: Alles aus einer Hand.

# Social- Kampagne

## Unser Leistungsumfang:

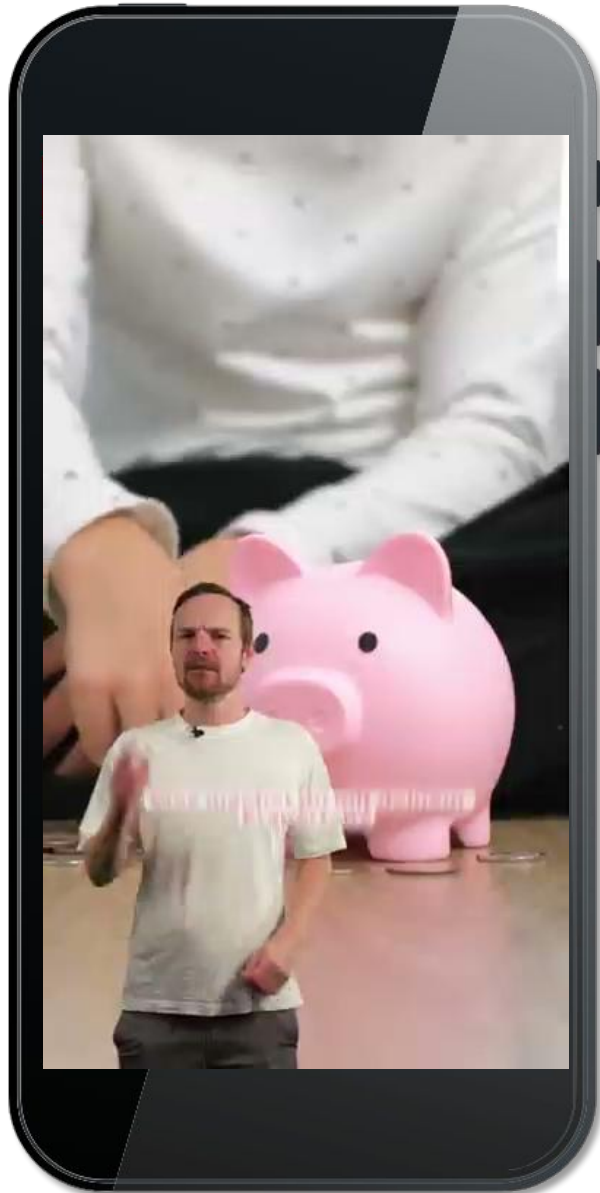
- ✓ Ideenfindung und Konzept
- ✓ Strategie und Planung
- ✓ Kampagnen-Setup
- ✓ Kampagnenumsetzung und -Betreuung
- ✓ Produktion und Adaption Ad Creatives
- ✓ Analyse und Reporting

# Cases.



SWISSCANTO.





Sparkonto VS Anlegen

# Swisscanto

## Aufgabe

- Social-Only-Kampagne
- Das Hauptziel war es, ETF-Grundlagen auf leicht verständliche Weise zu vermitteln.
- Die Kampagne richtete sich an Personen, die sich bisher kaum mit Finanzen beschäftigt haben, aber unkompliziert in die Welt der Geldanlage einsteigen möchten.

## Idee

- In einfach aufbereiteten Videos im Hochformat erklärt unser Host Ivo, was ETFs sind und wie sie funktionieren. Die Videos wurden gezielt als Instagram Reels ausgespielt und erhielten zusätzlich einen Push über TikTok, um die Sichtbarkeit zu maximieren. Alle Videos enthielten eine direkte Verlinkung zur Landingpage des Kunden, um den Traffic nahtlos weiterzuleiten.

# ETFs – einfach erklärt von unserem Host Ivo



ETF Sparpläne



Nachhaltig  
investieren



Klischees

# GRAUBÜNDEN TOURISMUS.





# Graubünden Tourismus Patgific

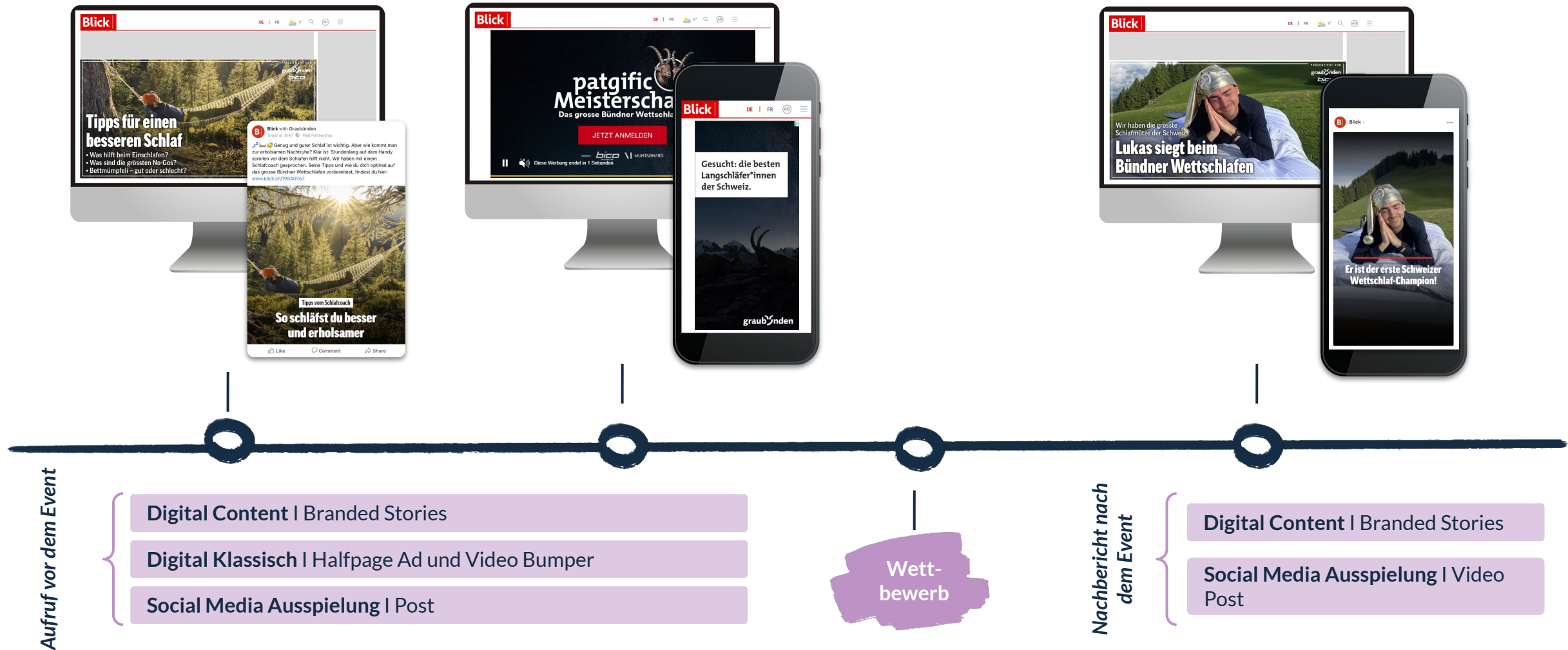
## Aufgabe

- Bewerbung neue «Patgific»-Kampagne
- Themenfelder «gesunder Schlaf» & «Patgific - Bündner Lebensgefühl» beleuchten sowie Anmeldungen für «Wettschlaf-Wettbewerb» promoten.

## Idee

- Wir schicken unseren Social Media Manager selbst zum Wettbewerb und dokumentieren den 'Schlaf-Wettbewerb' mit Social Stories, Beiträgen und einem Video. Vor dem Event rufen wir die Community dazu auf, sich ebenfalls für den Wettbewerb anzumelden und geben gleichzeitig Tipps für einen gesunden Schlaf. Das Ganze schliessen wir ab mit einem Nachbericht in Videoform.

# Distribution



Aufzug vor dem Event

- Digital Content | Branded Stories
- Digital Klassisch | Halfpage Ad und Video Bumper
- Social Media Ausspielung | Post

Wettbewerb

Nachbericht nach dem Event

- Digital Content | Branded Stories
- Social Media Ausspielung | Video Post

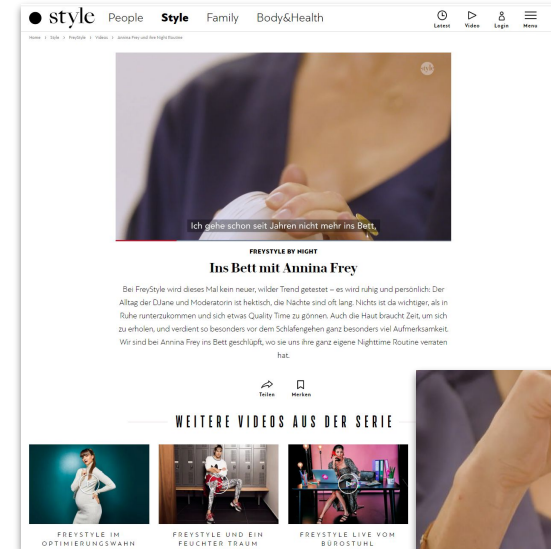
# Video Nachbericht



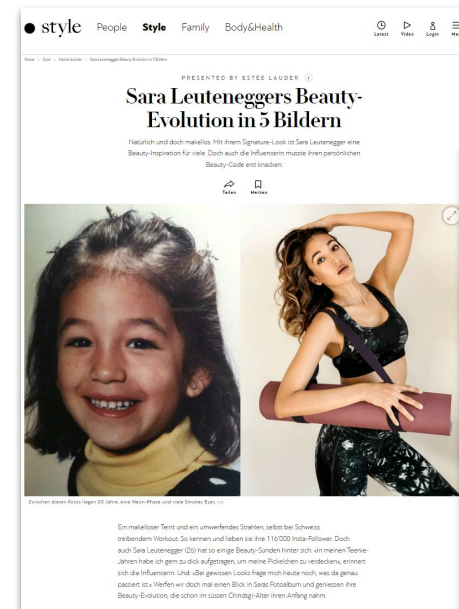
ESTÉE LAUDER.



# ESTÉE LAUDER BEAUTY UMSETZUNGEN



[Hier geht's zur Story](#)



[Hier geht's zur Story](#)



OPI.





# OPI New Collection

## Aufgabe

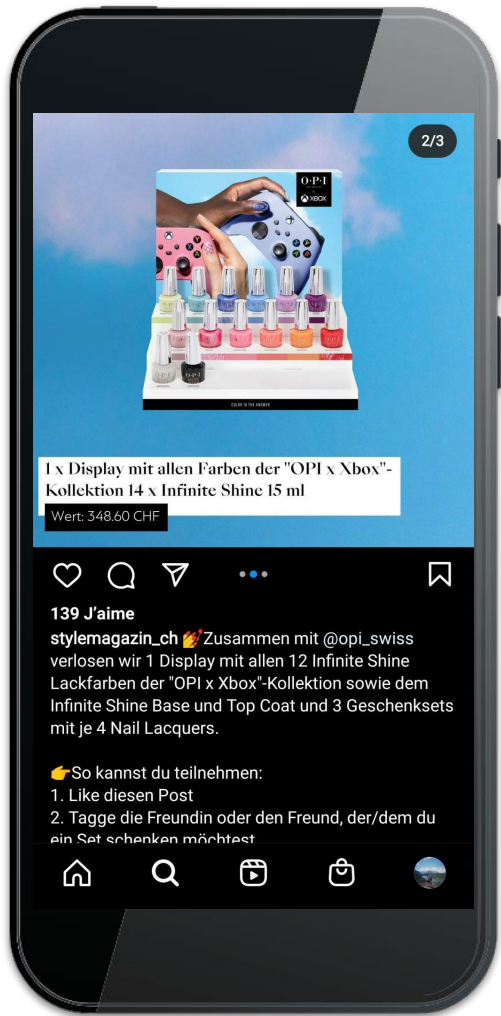
- Bekanntmachung der neuen Nagellack Kollektion von OPI

## Idee

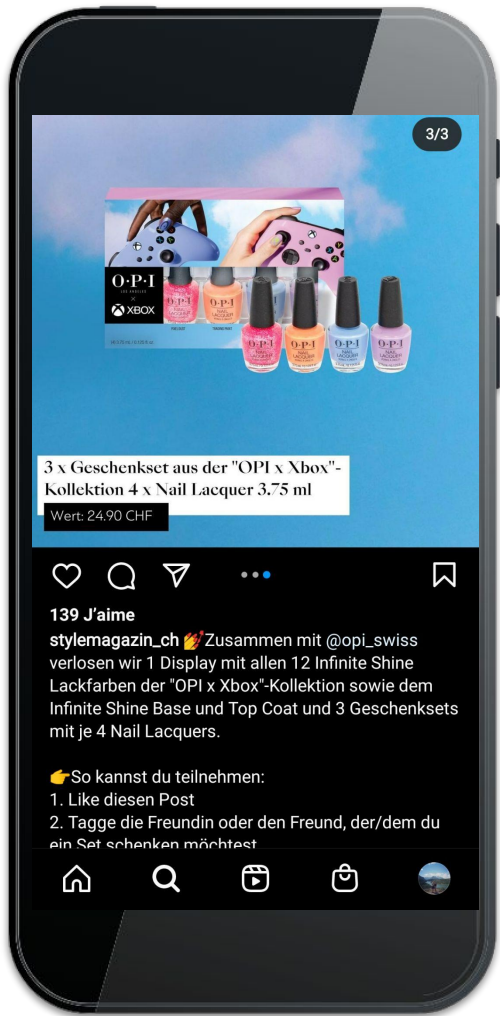
- Wettbewerb auf Instagram: Umsetzung mittels Stories und Posts auf Style und Illustré Instagram Kanal

# Social Only Case

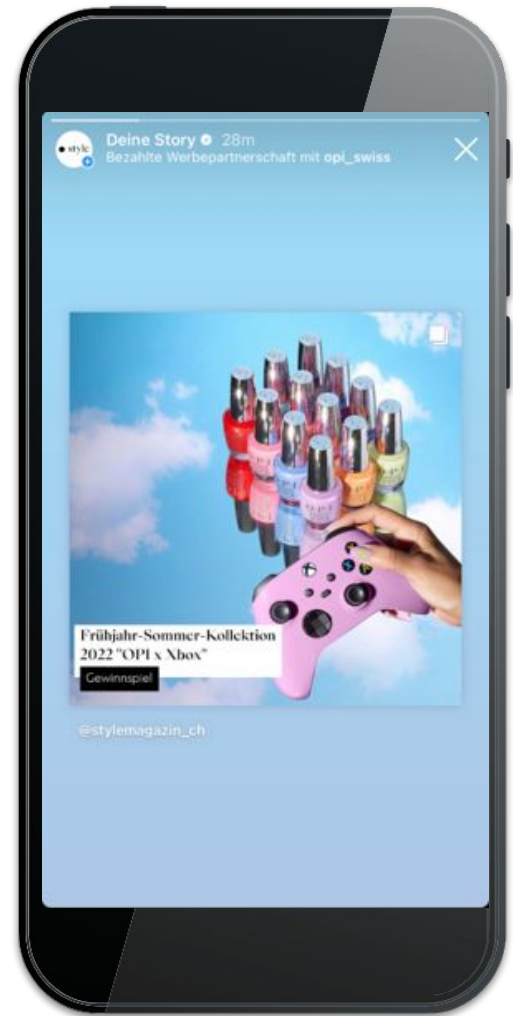
Social Post



Story

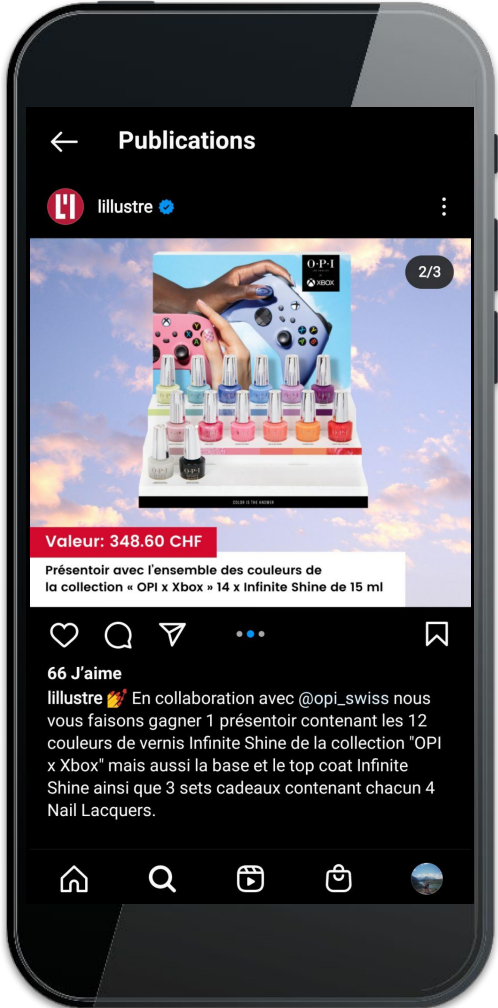


Story

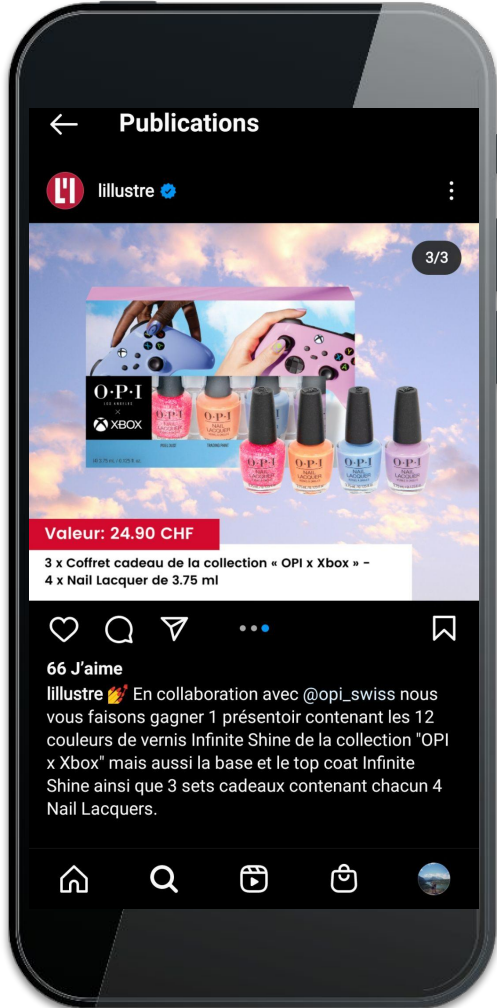


# Social Only Case

Social Post



Social Post



Story



SWISSLOS.





# Swisslos: Schiebermeisterschaften

## Aufgabe

- Bekanntheit der Schweizer Schiebermeisterschaften auch bei der jüngeren Zielgruppe steigern.
- Mehr Anmeldungen für die 7. Schweizer Schiebermeisterschaft generieren.

## Idee

- Eine breit angelegte Kampagne über verschiedene Ringier Kanäle.
- Ergänzend dazu eine Social-Ad-Kampagne mit kreativen Visuals.



# Social-Ad-Kampagne

Um die jüngere Zielgruppe abzuholen, haben wir – zusätzlich zur Print- und Online Kommunikation – eine Social-Ad-Kampagne kreiert. Mit speziellen Visuals, die vor allem Millennials und die Gen Z ansprechen, haben wir Awareness für die Qualifikationsphase generiert.

Um die Conversions zu optimieren, haben wir anschliessend mittels Retargeting angepasste Visuals ausgespielt.

## Fazit

Die umfangreiche Kampagne hat die Anzahl der Anmeldungen gegenüber dem Vorjahr übertreffen können und war somit ein voller Erfolg.

# Social- Kampagnen.



# Umsetzungen

**SWISSLOS Blick**

**Startschuss zur 7. Schweizer Schieber-Meisterschaft**

**Holen Sie sich die Jass-Krone!**

Die Schweizer Schieber-Meisterschaft von Blick und Swisslos geht in die 7. Runde! Mit mehr Gewinnchancen und tollen Preisen. Das müssen Sie über das grösste Jassturnier des Landes wissen.

**Jetzt auftrumpfen auf jass.ch**

«Es war eine Achterbahnfahrt, die mit einem Höhepunkt endete»

**7. Schweizer Schieber-Meisterschaft**

**Preis im Wert von 20 000 Franken**

Print

**Blick**

SPORT

**Wir Schweizer wahren nicht! Wer hat das Jassen eigentlich erfunden?**

Jassen gilt in der Schweiz als Kein Wunder, wurde das Kart hier erfunden. Würde man m Dem ist aber nicht so.

Publiziert: 11.10.2023 um 00:11 Uhr  
Aktualisiert: 17.11.2023 um 14:29 Uhr

**7. Schweizer Schieber-Meisterschaft**

**Am 18. November wird gross aufgetrumpft!**

Digital

**Blick**

Bezahlte Werbepartnerschaft

♣♣♣ Beim Jassen ist Köpfchen gefragt! Trümpfe zählen und wissen, welche Karten Bock sind, ist Pflicht. Wer nicht mitzählt, verärgert beim Schieber seine Jassgspäni und verschenkt Punkte. Das muss nicht sein! Mit diesen Tipps kannst du dir die Karten besser merken. 📖 Zu den Tipps: [www.bit.ly/SSTraining](http://www.bit.ly/SSTraining) — mit Swisslos.

**So merkst du dir die Karten beim Jassen**

Gedächtnstraining für Schieber

👍❤️😄 113 15 Kommentare 9 Mal geteilt

👍 Gefällt mir 💬 Kommentieren ➦ Teilen

Social Media

# Umsetzungen Social

**B** Blick Anzeige

Jetzt für die Schweizer Schieber-Meisterschaft anmelden.

## Die grösste Jass-Meisterschaft der Schweiz!

Mitmachen und tolle Preise gewinnen.

swisslos.ch  
Mitmachen und tolle Preise gewinnen. **Registrieren**

113 15 Kommentare 9 Mal geteilt

Gefällt mir Kommentieren Teilen

Reels Schelle isch Trumpf

## «Du hesch kei Stich! Wirklich?»

Jetzt für die Schweizer Schiebermeisterschaft anmelden.

**B** blick Anzeige

**Registrieren**

Du hesch kei Stich! Wirklich?

Anzeige

Instagram

**B** blick Anzeige

Schelle isch Trumpf

## «Häsch Bock?»

Jetzt für die Schweizer Schiebermeisterschaft anmelden.

**Registrieren**

blick Die grösste Jass-Meisterschaft der Schweiz!

**B** blick Anzeige

## «Schiebsch?»

Jetzt für die Schweizer Schiebermeisterschaft anmelden.

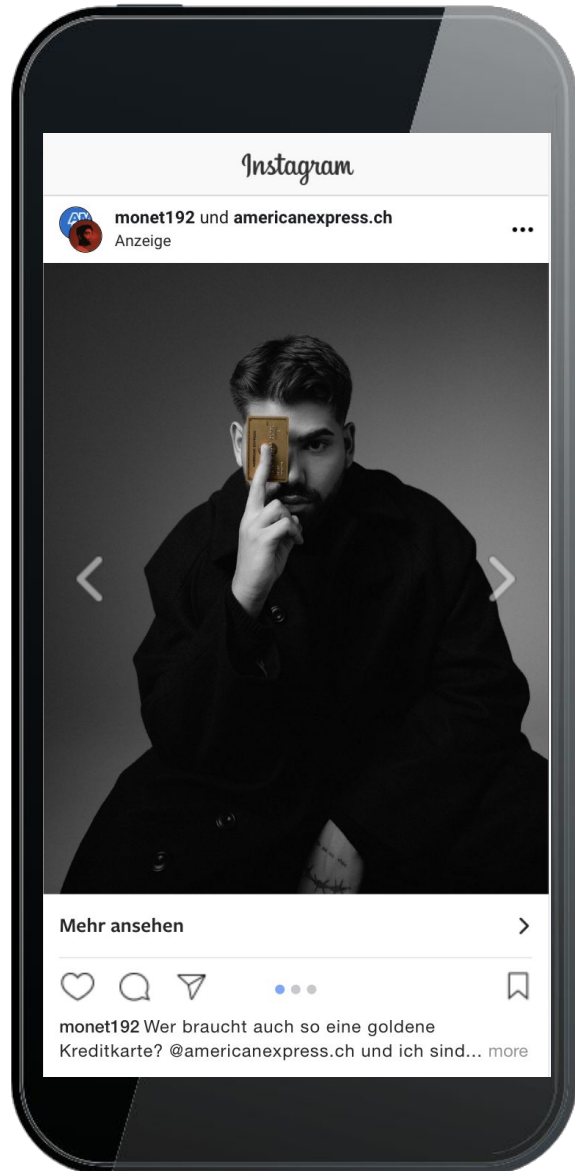
**REGISTRIEREN**

# Umsetzungen Social



AMERICAN  
EXPRESS GOLD.





# American Express

## «GOLD BUZZ»

### Aufgabe

- Aufmerksamkeit für die neue American Express Gold kreieren. Beziehungsweise mehr als nur Aufmerksamkeit: einen richtigen Buzz.

### Idee

- Dafür setzen wir auf einen überraschenden Hebel. Eine Kooperation mit einem bekannten Schweizer HipHop Act. On- und Offstage. Wir etablieren den Schweizer Star-Rapper als Testimonial für American Express Gold.

# Timeline Kampagne



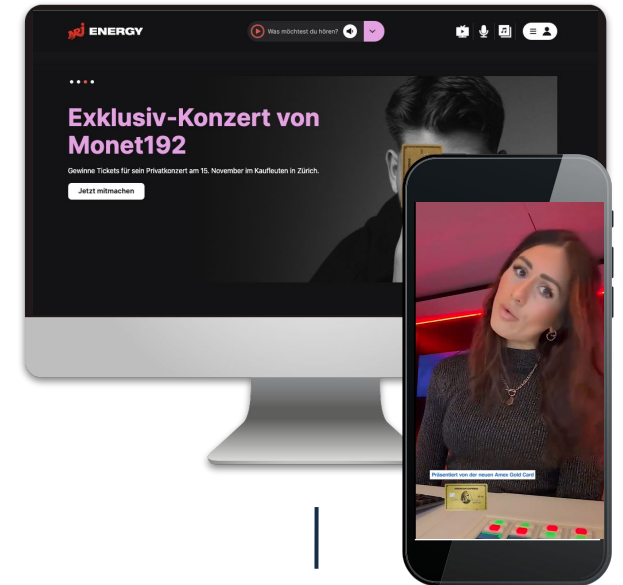
Ankündigung Collab



Aufruf Fan Story



Der Fan-Tag inkl. Nachbericht Story



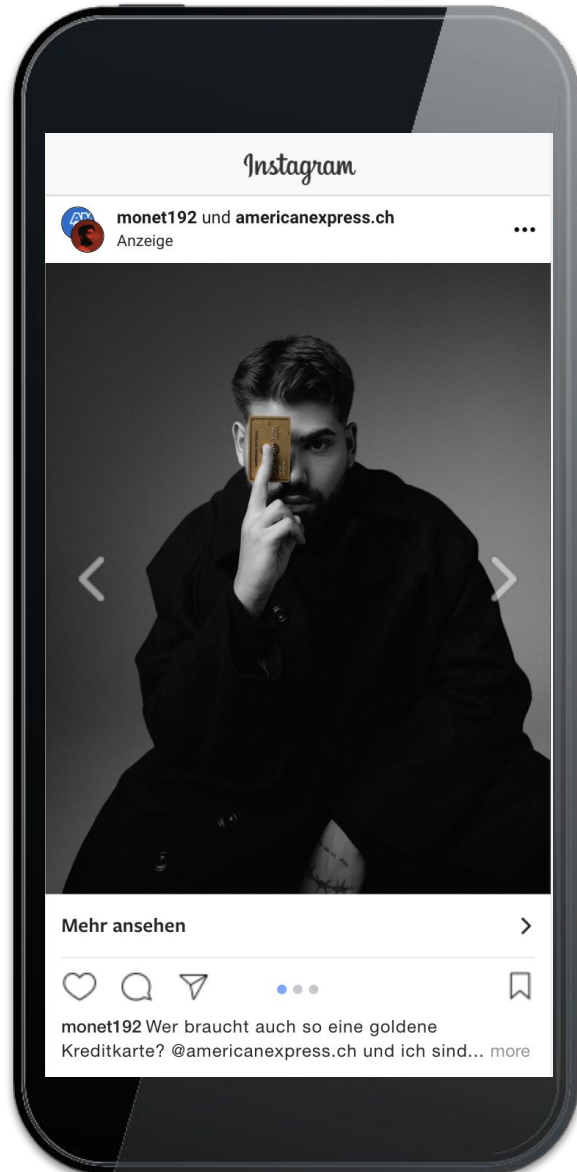
Aufruf Exklusiv Konzert

# Das Exklusiv Konzert



AMEX.





# American Express

## «GOLD BUZZ»

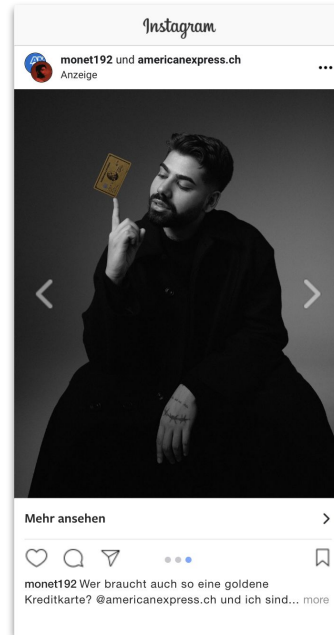
### Aufgabe

- Aufmerksamkeit für die neue American Express Gold kreieren. Beziehungsweise mehr als nur Aufmerksamkeit: einen richtigen Buzz.

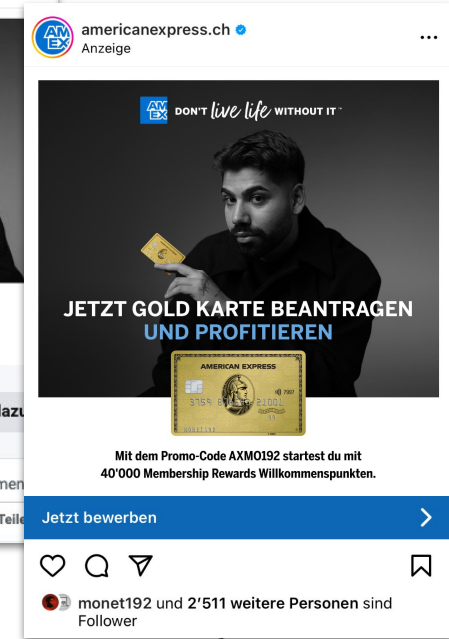
### Idee

- Dafür setzen wir auf einen überraschenden Hebel. Eine Kooperation mit einem bekannten Schweizer HipHop-Act. On- und Offstage. Wir etablieren den Schweizer Star-Rapper als Testimonial für American Express Gold.

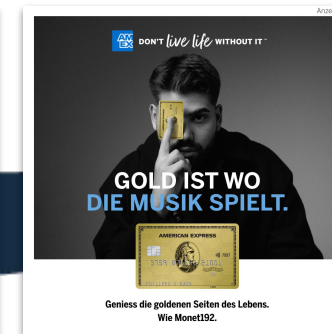
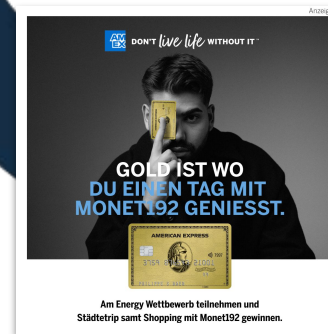
# Collab- Ankündigung



IG-Feedp-Post  
Monet192

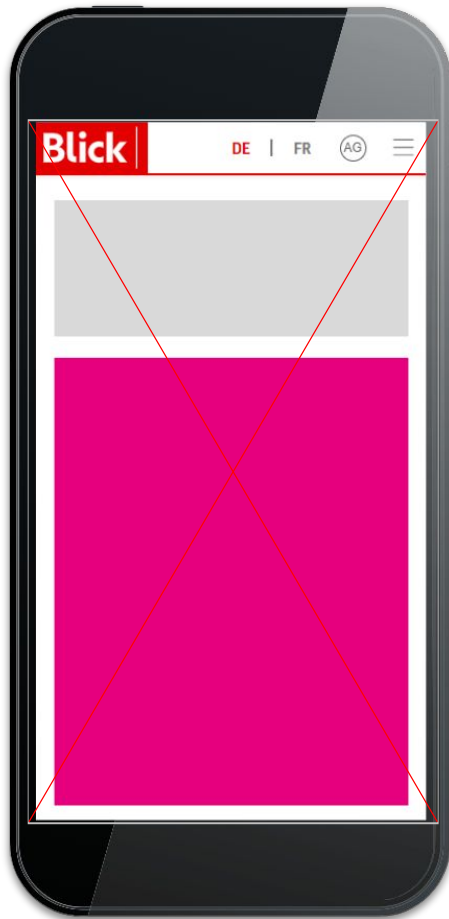


Social Media Ads

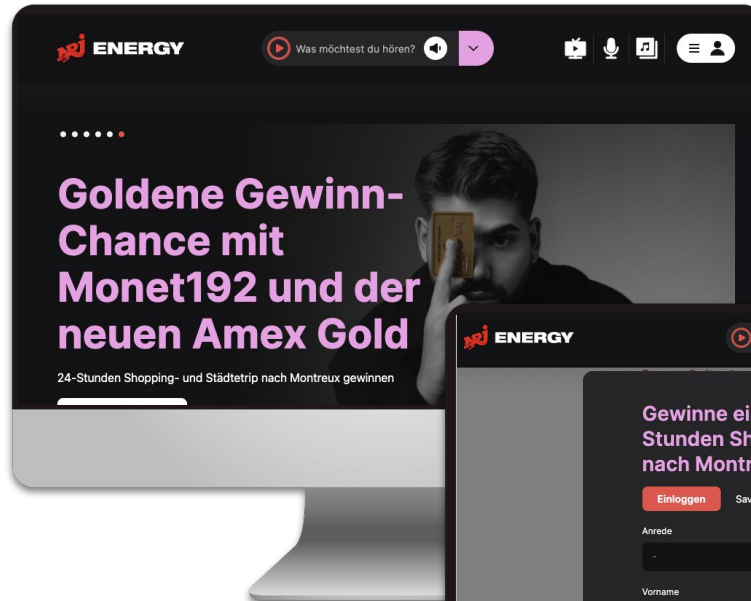


Contextuals

# Die Fan-Story – Aufruf



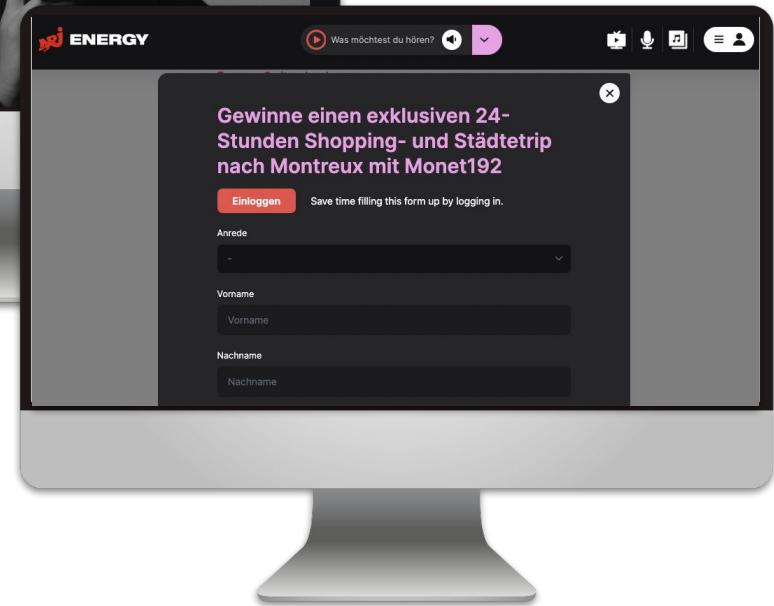
IG-Story-Post Monet192



Gewinn-Landingpage mit Formular für Fantag



Bewerbungs-Spot Radio Energy



# Die Fan-Story – Während des Fantages



IG-Story-Post Monet192

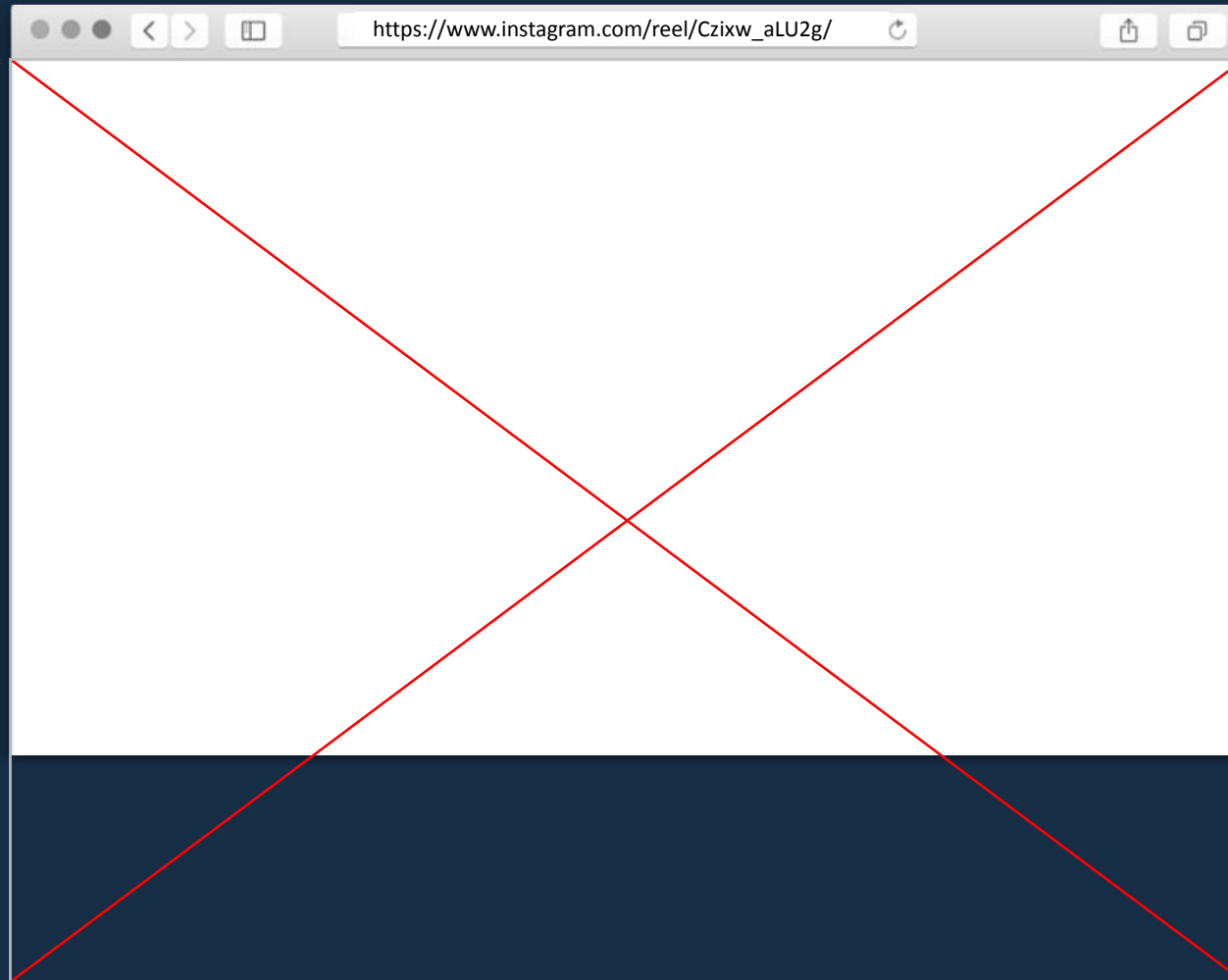


IG-Story-Post Monet192



IG-Story-Post Monet192

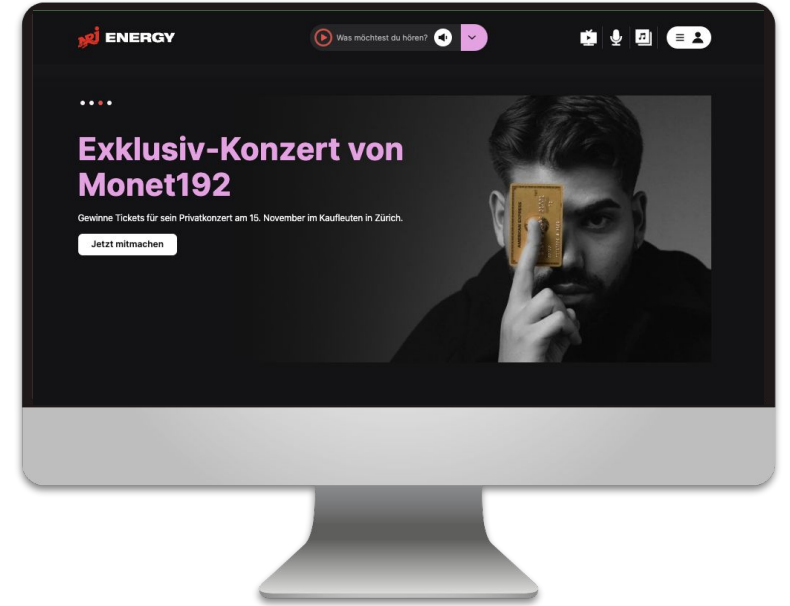
# Die Fan-Story – Nachbarbericht



# Exklusiv-Konzert – Ankündigung



IG-Story-Post Monet192



Gewinn-Landingpage mit Formular für Fant-Tag



# Das Exklusiv-Konzert



# Social Outsourcing.



# Ansätze

01

## Branded Social

- Als Traffic Booster in unserem Portfolio zu Content- und 360°-Kampagnen.
- Als Stand-Alone-Sponsored-Reel/-Post in unserem Portfolio.
- 
- 

02

## Social Kampagne

- Kreation und Ad-Set-up auf Ihrem Kanal oder im Universum von Ringier Medien Schweiz.

03

## Social Outsourcing

- Wir übernehmen Ihren Social-Media-Channel. Von der Strategie über die Konzeption und Kreation bis zur Umsetzung: Alles aus einer Hand.

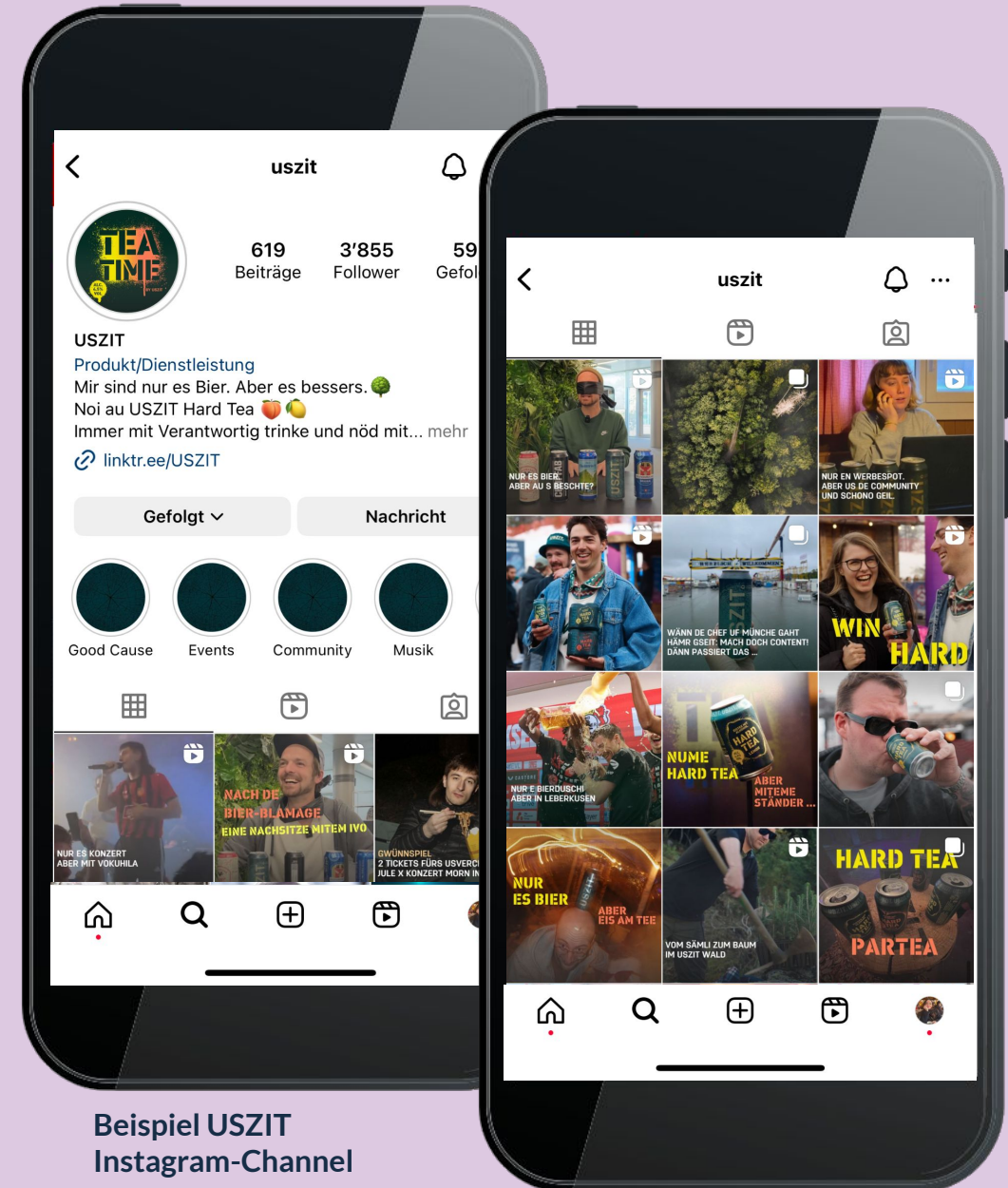
# Social Outsourcing

## Your Channel, Our Power

Wir übernehmen Ihren Social-Media-Channel. Von der Strategie über die Konzeption und Kreation bis zur Umsetzung. Alles aus einer Hand.

Für Sie verfolgen wir die gemeinsam gesetzten Kommunikationsziele, produzieren regelmässig (corporate-konformen) Social Content und kümmern uns um die Performance.

Somit verschlanken wir Ihre Organisationsstruktur und treiben Ihren Brand stetig für Sie voran.



Beispiel USZIT  
Instagram-Channel

# Social Outsourcing

## Your Channel, Our Power

Eine sorgfältige Zielgruppenanalyse ist der erste Schritt auf dem Weg zum Channel-Outsourcing.

Für eine erfolgreiche Übernahme müssen wir die Zielgruppe(n) kennen und verstehen.

- **Wen möchten wir ansprechen?**
- **Wo ist diese Zielgruppe unterwegs?**
- **Wie ist sie demografisch aufgestellt?**
- **Was hat sie für Interessen?**
- **Wie ist ihr Kaufverhalten? etc.**



# Social Outsourcing Konzept & Strategie

Wo wollen wir hin? Wie erreichen wir das.  
Dafür entwickeln wir ein Konzept und eine  
Content- Strategie – als Guideline für die  
Bewirtschaftung Ihres Channels dienen. Dazu  
zählen z.B.:

- Postingformate und -turnus
- Targetings, Hashtags, Verlinkungen
- Look and Feel
- Wording und Tonalität
- Redaktionsplan
- Community-Einbindung
- Kollaborationen etc.



# Social Outsourcing Ziele

## Awareness



### It's About Quantity

Das Ziel: Möglichst viele Menschen ansprechen, deren Demografie und Interessensgebiete ein potentiell Match mit unserem Kunden darstellen.

Durch eine Mischung aus unterschiedlichen inhaltlichen Schwerpunkten (z.B. Inspiration, Service, Trends) können wir auf verschiedene Informationsbedürfnisse einzahlen und so für eine breite ZG-Ansprache sorgen.

## Traffic



### Authenticity is Key

Erfolgreicher organischer Social-Media-Traffic führt kostengünstig zu mehr Sichtbarkeit und so zu einer höheren Markenbekanntheit.

Zudem hat organischer Traffic den Vorteil, dass er auf authentischem Interesse basiert. Die perfekte Voraussetzung für ein hohes Engagement.

## Interaction



### We Make it Click

Je besser und relevanter der Content, desto mehr Interaktionen erzielt er.

Als Teil von Ringier Medien Schweiz sind wir stets am Puls der Zeit und wissen, was die Zielgruppe bewegt.

So erarbeiten wir für unsere Kunden Social-Media-Inhalte, die geliked, geteilt und kommentiert werden.

## Community



### Love Bonds

Wenn Inhalte begeistern, schaffen sie Bindung.

Durch die regelmässige Einbindung der User:innen in die Social-Media-Kommunikation schaffen wir eine starke Community.

Z.B. mit Gewinnspielen, Umfragen, Aktivierungen, Reposts etc. Fühlt sie die Community gehört, belohnt sie uns mit ihrer Treue.

# Pricing

	Pricing	On Top
<b>Phase 1</b> Zielgruppenanalyse Konkurrenzanalyse Social Media Zieldefinition	<b>pro Stunde</b> CHF 180	<b>Produktion Bild</b>  <b>Produktion Video inkl. Schnitt</b>  <b>Motion Design</b>
<b>Phase 2</b> Konzeption & Strategie Format Definition	<b>pro Stunde</b> CHF 180	
<b>Phase 3</b> Content Kreation Umsetzung Reporting und Evaluation	<b>pro Stunde</b> CHF 125	



# Pricing: Beispiel-Kalkulation: 150K

	Pricing	Brutto
<b>Phase 1</b> Zielgruppenanalyse Konkurrenzanalyse Social Media Zieldefinition	<b>2 Personen à 3 Tage pro Stunde</b> CHF 180	<b>ca. 8K</b>
<b>Phase 2</b> Konzeption & Strategie Format Definition	<b>pro Stunde</b> CHF 180	<b>ca. 12K</b>
<b>Phase 3</b> Content Kreation Umsetzung Reporting und Evaluation	<b>80h/Monat à CHF</b> CHF 125	<b>ca. 10K</b> monthly Retainer



FELDSCHLÖSSCHEN.





# Feldschlösschen - Auf das uns kommt's an

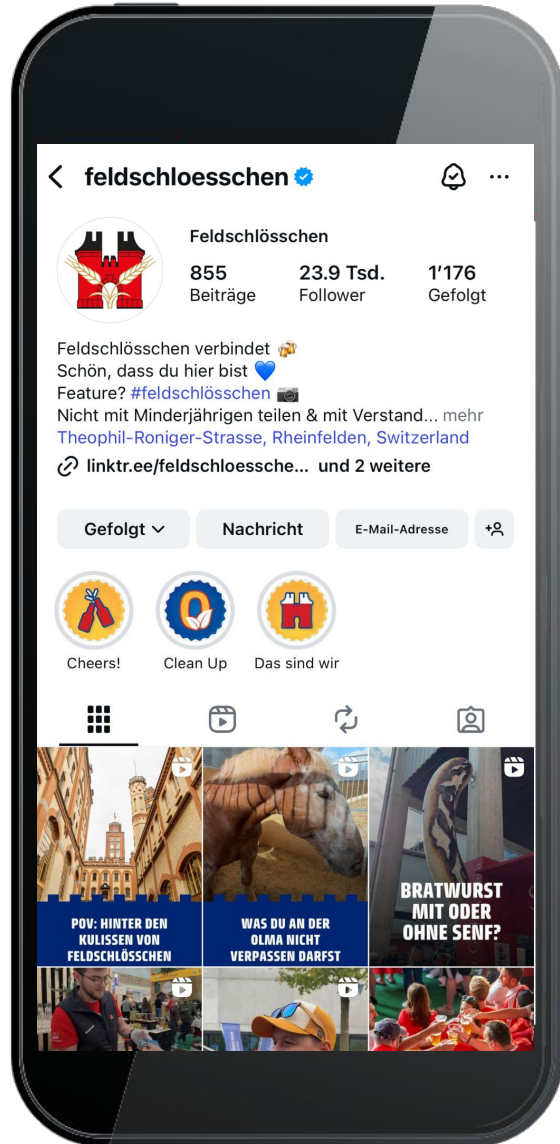
**Social Media Takeover: Mai - Oktober 2025**

Seit Ende Mai verantworten wir die Social Media Präsenz von Feldschlösschen.

## **Unser Ziel:**

Die Marke dort erlebbar machen, wo Schweiz zusammenkommt – mit emotionalem, authentischem und aktivierendem Content, der zeigt:

**Feldschlösschen verbindet.**



# Gemeinschaft & Kultur – digital erlebbar.

Unter dem Claim „Auf das uns kommt’s an – Feldschlösschen verbindet“ positionierten wir die Marke als verbindende Kraft der Schweiz.

Im Fokus stand nicht das Produkt, sondern das gemeinsame Erlebnis – ob an Festivals, Volksfesten oder am Stammtisch.

## Kernprinzipien

**Community & Nähe:** Menschen und Momente im Mittelpunkt

**Events als Bühne:** Präsenz dort, wo Begegnung passiert

**Authentizität:** Echte Stimmen statt Werbesprache

**Social-First Formate:** Reels, Umfragen, Trends, POVs

# Von Heitere bis ESAF –wo Feldschlösschen verbindet.

**Heitere Festival:** Aktivierung mit Reels & Challenges („Bier verdoppeln“), Community-Umfragen & Festival-Vibes.

**ESAF 2025:** Emotionaler Live-Content, Interviews mit Besucher:innen, BTS von Aufbau

**Oktoberfest & Olma:** Feierkultur, Tradition und Biergenuss – charmant und authentisch inszeniert.

**Brauerei & Schlosscontent:** Blick hinter die Kulissen – vom Brauprozess bis zu den Feldschlösschen-Pferden.



**EIN BIER ODER ZWEI  
FÜR DIE NÄCHSTEN?**

# Mehr Nähe. Mehr Verbindung.

Innerhalb weniger Monate entwickelte sich der Feldschlösschen-Auftritt zu einem Ort echter Interaktion.

Eventnähe, Humor und Schweizer Themen führten zu spürbarem Community-Wachstum und gesteigerter Markenbindung.

## Key Learnings:

- Echte Menschen funktionieren besser als Inszenierung.
- Schweizer Kultur-Content aktiviert plattformübergreifend.
- Reels & Trends treiben Reichweite, Gewinnspiele steigern Engagement.
- Emotionaler Live-Content wirkt nachhaltiger als reine Werbung.

