

Buongiorno!

Social Media Vortrag



Inhalt

Vorstellung

Social Media im
Jahr 2024

Praktische Tipps

Wer verwendet bereits Social Media für das Unternehmen?



Wer hat schon mal selbst Inhalte für das Unternehmen auf Social Media erstellt?



Wer von euch fühlt sich manchmal noch unsicher mit Social Media?



**Wer findet Social Media manchmal
herausfordernd / zeitraubend /
frustrierend?**



Marco

Esposito



Bilder: Nina Bröll, Michael Kreyer

Alle Infos über mich +
Lebenslauf gibt's [hier!](#)

Ausbildung

MSc., Digitale Transformation FH Vorarlberg - Abschluss 2025

BA, Internationale Betriebswirtschaft, FH Vorarlberg - 2023

Auszeichnungen

Vorarlbergs 50 Köpfe von Morgen, 2023

Junior Consultant Award, FH Vorarlberg 2023

Feedback von 350+ glücklichen Workshopteilnehmer:innen

"Meine Erwartungen wurden zu 100% erfüllt - Sehr zu empfehlen!"

"Man wird richtig motiviert und inspiriert ins Tun zu kommen"

"Echt genial! Einfach und verständlich erklärt!"

Referenzen & Kooperationen



Workshops & Vorträge

KI im (Arbeits-)Alltag

Sicheres Surfen



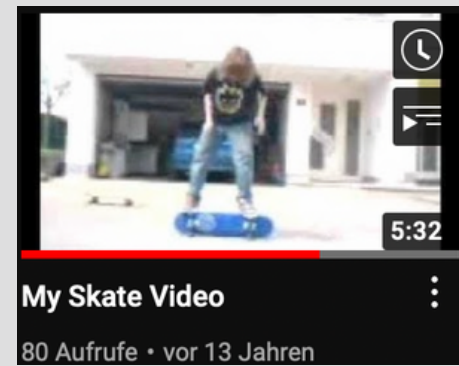
Digitales Bewusstsein

Content Creation

Digitale Reise

2009

Content Creation Anfänge



2019

VISAVI Interviews



2023

Trainer DCV



2006

Erster Social Media Account



2012

Erster Job als Social Media Manager



2022

Gründung VISAVI Creations



Presse

C12 Vorarlberger des Tages Donnerstag, 23. Dezember 2021 Vorarlberger Nachrichten

Inspiration zum Mitnehmen

Mit VISAVI holen die zwei FH-Studenten inspirierende Persönlichkeiten vor Mikro.

BONNEN Marco Esposito (27) und Maximilian Kathan (25) teilen so einige Dinge. Nicht nur die gleichen Interessen und Hobbys, sondern auch den gleichen Lebensstil. „Se curious not judgemental“ heißt übertrieben so viel wie: „Sei neugierig, nicht urteilend“. Im Rahmen ihres Projekts „VISAVI Interviews“ widmen sich die beiden aber noch vielen weiteren Weisheiten. Denn die FH-Studenten führen Interviews mit inspirierenden Persönlichkeiten. Herkömmliche Fragen stehen dabei allerdings nicht auf dem Plan. Viel mehr geht es darum, deren Grundzüge sowie hilfreiche Tipps & Tricks fürs Leben herauszufinden. Die erworbenen Empfehlungen werden dann in verschiedenen Formaten auf ihrer Plattform für Interessierte zur Verfügung gestellt. „Ich sehe VISAVI als ein Buffer voller Tools und jeder soll einfach das nehmen, was ihm schmeckt“, erklärt Marco Esposito.

Verschiedene Formate Dass die beiden sich kennengelernt haben, war wohl einfach. Schließlich, wie sie selbst so schön sagen: „Denn das Leben hat die zwei Studenten so lang immer wieder aufeinander treffen lassen, bis sie schließlich Freunde wurden.“

„Unsere Grundsatz lautet: Sei neugierig, nicht urteilend.“

Marco Esposito und Maximilian Kathan Vision

Das gleiche und Tipps die nicht alt werden auf die man immer wieder zurückgreifen kann“, erklärt er weiter. „Mithilfe von beiden ihren Fans auf Instagram gleich drei verschiedene Videoformate

Max Esposito (links) und Maximilian Kathan (rechts) sind eine professionelle Podkast-Systeme-Mannschaft.

meinem VISAVI ins Leben gerufen. Anfangs gab es die Interviews in zwei Teilen auf ihrem YouTube-Kanal zu sehen, wobei jedes Video 20-30 Minuten lang war. „Wir haben dann aber schnell gemerkt, dass das einfach zu lang ist und die Videos immer mehr gekürzt und das Ganze optimiert“, erzählt der Internetautor Maximilian Kathan. Das Konzept sei aber immer noch

„...was always sein“, so Dr. Dominik Klug. „Ich glaube immer“, ist das Motto des Highlights.“

Die beiden haben auch schon Schauspielerin und Model Laura Bilger für ein Interview getroffen.

mit unterschiedlicher Länge: Das Standard-Video mit einer Dauer von 15 Minuten, „Kurzgegragt“ mit einer Dauer von fünf Minuten und Karaoke, sogenannte „Reels“, welche lediglich eine Minute lang sind. Außerdem gibt es das Ganze noch in Form eines Podcasts auf Spotify zum Anhören. Apropos Interviewpartner: Zu diesen zählen sie bereits auch einige Bekanntheiten wie zum Beispiel Schauspielerin und Model Laura Bilger, Surfboarder Christian Holzknicht oder Profi-Skateboarder Chris Pfanner.

Zukunftspolize Auf dem Zukunftspolize von VISAVI stehen aber nicht nur weitere Sponsorenaktionen und die Produktion von weiteren Beiträgen. VISAVI soll außerdem bald ein Unternehmen werden. Marco Esposito ist gerade dabei, sein Betriebswirtschaftslehre-Studium abzuschließen und wurde bereits für das Unternehmensgründungsprogramm des AMS aufgenommen. Mit seinem betriebswirtschaftlichen Wissen und den Internetautor-Kenntnissen von Maximilian Kathan haben die beiden gute Voraussetzungen für ein erfolgreiches Start-up-Unternehmen.

ZU DEN PERSONEN
MARCO ESPOSITO & MAXIMILIAN KATHAN VISAVI
GEBOREN 1994 & 1996
WOHNT Fildach 10 Fildach
BERUFE Luca, Journalisten, Skateboarder, Fußballspieler
INSTAGRAM @maxinterviews
WN-LAF

Marco und Max holen spannende Gäste aus dem Ländle vor Kamera und Mikro, etwa Snowboard-Profi Gigi Rüf.

„Die Toolbox für deine 20er“

Die beiden FH-Vorarlberger-Studenten Marco Esposito (27) und Max Kathan (25) gründeten vor anderthalb Jahren die Interview-Plattform „Visavi“. Kürzlich gingen sie damit in die Produktion der dritten Staffel!

Verfügung, die zugunsten der Vorarlberger Kinderdörfer verlost werden.

Dritte Staffel in Arbeit

Die Dreharbeiten zur dritten Staffel, für die Marco und Max aktuell noch auf Sponsorentscheide warten, haben vor wenigen Wochen bereits begonnen. Und natürlich darf man sich erneut auf ein spannendes Gäste-Line-up freuen.

INFOS
Visavi Interviews – Tipps & Tricks von inspirierenden Menschen
Podcast (Spotify und Apple)
YouTube Interviews
Video solo/visavi sowie auf YouTube VISAVI Interviews
Instagram visaviinterviews

Das geht, ob bekannt oder nicht, allemal können sie einen Beitrag zur Spendenaktion, die VISAVI jährlich durchführt, leisten. Dafür müssen sie nur ein Produkt oder einen Gegenstand zur Verfügung stellen, welcher dann verlost wird. Der Gewinn, der sich aus dem Verkauf der Lose ergibt, kommt dem Vorarlberger Kinderdorf zugute.

„Visavi ist eine Plattform, für die wir spannende und inspirierende Menschen aus dem Ländle interviewen. Dabei liefern wir ihre Tipps und Tricks heraus, die dann jeder im eigenen Leben anwenden kann. Es ist quasi eine Toolbox für deine 20er“, erklärt Marco Esposito den Gedanken hinter „Visavi“. In der zweiten Staffel mit insgesamt 20 Episoden hatten sie Gäste wie Snowboarder Gigi Rüf, Skateboard-Profi Christian Pfanner, Star-Fotograf Christian Holzknicht und viele weitere vor Kamera und Mikrofon. Die ein- bis zweistündigen Interviews werden in knackige 15-Minuten-Video verpackt. Wenn das nicht reicht, der kann in die 20 bis 30 Minuten dauernden Podcasts greifen. Cool: Die jeweiligen Interviewpartner stellen Goodies zur

Max, Marco und Skateboard-Profi Chris Pfanner.

Seite 30 VORARLBERG Sonntag, 16. Oktober 2022

So lernt man von den Geschichten des Lebens

Eine „Toolbox für die Zwanziger“ bieten Marco Esposito (28) und Max Kathan (26) mit ihrer Online-Plattform „Visavi“. Von der Hilfe zur Selbsthilfe haben sie bereits selbst profitiert.

Wir stehen in unserem Leben immer wieder vor Herausforderungen, die es zu meistern gilt. Besonders junge Menschen haben Entscheidungen zu treffen – egal ob in Sachen Ausbildung oder der persönlichen Entwicklung –, bei welchen ein guter Rat gefragt wäre. Auch den „Visavi“-Machern Marco aus Ailach und Max aus Feldkirch erging es nicht anders. „Ich bin Einzelkind und in der Pubertät ist das Leben nicht immer so einfach. Da hätte ich mir sehr positiven Denkanstöße und Inputs gewünscht. Und auch jetzt noch, mit 28, bin ich froh, wenn ich meine Perspektive erweitern kann“, erzählt Ideengeber Marco. Max, in dem beiden sind beste Freunde und ergänzen sich in ihren aufbildungsbildungsaufgaben perfekt: Im Gespräch mit spannenden Persönlichkeiten wie Stefan Sagmeister oder Gigi Rüf, seinen Interviewpartnern auf den Zahn zu fühlen und genau die Botschaft herauszukitzeln, die für das Publikum so wertvoll ist. „Die Erfahrung aus zehn Jahren Verkauf macht sich bezahlt, denn in diesem Bereich muss man sich nicht immer ein „Must“-Prominente Gäste sind zwar beeindruckend, aber nicht immer ein „Must“-Unsere Community hat uns vorgeschlagen, auch einmal mit „normalen“ Leuten zu sprechen.“ Und dieser

Ich habe aus den Gesprächen so viel mitgenommen und setze konkrete Tipps in meinem Alltag um.

Meine Erfahrung im Verkauf macht sich bezahlt, denn auch in diesem Bereich muss man gezielt Fragen stellen können.

Eine starke Community und gute „Friends“

Genau dieses Persönliche macht das kongeniale Duo Marco und Max aus. Die beiden sind beste Freunde und ergänzen sich in ihren aufbildungsbildungsaufgaben perfekt: Im Gespräch mit spannenden Persönlichkeiten wie Stefan Sagmeister oder Gigi Rüf, seinen Interviewpartnern auf den Zahn zu fühlen und genau die Botschaft herauszukitzeln, die für das Publikum so wertvoll ist. „Die Erfahrung aus zehn Jahren Verkauf macht sich bezahlt, denn in diesem Bereich muss man sich nicht immer ein „Must“-Prominente Gäste sind zwar beeindruckend, aber nicht immer ein „Must“-Unsere Community hat uns vorgeschlagen, auch einmal mit „normalen“ Leuten zu sprechen.“ Und dieser

VORARLBERG Sonntag, 16. Oktober 2022

50 Köpfe von morgen

Auch Fotograf Christian Holzknicht wurde schon von Marco und Max zum Talk geladen.

DREI TIPPS VON „VISAVI“-GÄSTEN:

Linda Peterlunger („Linda's Ice Cream“): Dankbarkeit: Schreibe am Morgen bevor du aufstehst drei Dinge auf, für die Du dankbar bist. Egal, wie banal. **Stefan Sagmeister**: Problemlösung: Wenn Du für eine Herausforderung keine Lösung findest, benutze dich einfach mit etwas ganz anderem. Durch diesen „Switch“ können unerwartete Lösungsansätze entstehen. **Dr. Dominik Klug**: Power: Schreibe jeden Sonntag die wichtigsten Kleinaufgaben für jeden Tag der Woche auf. Die Dir dabei helfen sollen, eine neue Gewohnheit zu erlernen. Diese werden dann natürlich konsequent erledigt!

Vorschlag bleibt nicht ungehört, denn der Austausch mit ihren „Friends“ ist ihnen wichtig: „Wir haben auf Instagram rund 250 Follower, die zu unseren engen Freunden zählen und sie werden bei Entscheidungen miteinbezogen.“

„Dass sie mit ihrer „Toolbox“ für Persönlichkeitsentwicklung im Schwarz getroffen haben, beweist ihnen nicht zuletzt das gewaltige Feedback.“ Wenn wir hören, dass jüngere Leute, die durch eine Krise gehen, die Tipps umsetzen und es ihnen damit besser geht, dann haben wir unser Ziel erreicht“, schwärmt Max. „Visavi“ hat auch den Gründern selbst einige Türen geöffnet, die sie gar nicht auf dem Schirm hatten. Für ihre Kernbotschaft reicht ein Satz: „Wenn es sich richtig anfühlt, mach's einfach!“ SN

© Eines der Highlights war das Gespräch mit Grafikdesigner Stefan Sagmeister.
 © Ob als Video, Podcast oder Blog: Die Jungs von „Visavi“ stellen ihre Inhalte auf mehreren Kanälen bereit, damit sich jeder sein Lieblingsmedium auswählen kann.

Vorarlberger Nachrichten

Wann & Wo

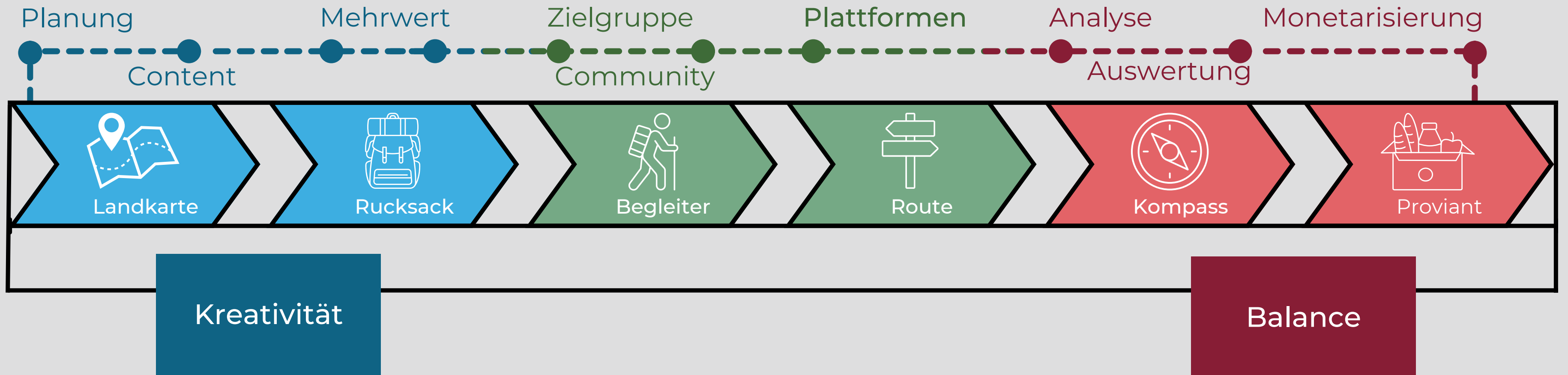
Krone Zeitung

50 Köpfe von morgen

Zu den Artikeln

Bachelorarbeit

Die Content Creation Journey



Ziel



- Social Media im Jahr 2024
- Relevanter Content
- Algorithmus
- Content Marketing
- Tipp: Serien

Social Media Statistiken



- ca. 5 Milliarden Personen ¹
- ca. 700.000 neue Nutzer:innen / Tag ²
- ca. 2.5 Stunden / Tag ³

¹Statista 2024

²Data Reportal 2024

³Data Reportal 2024

Gesellschaft



Deutschland

- 90% der 18 - 29 Jährigen¹
- 78% der 30 - 49 Jährigen
- 34% der 50 Jährigen

¹Statista 2022

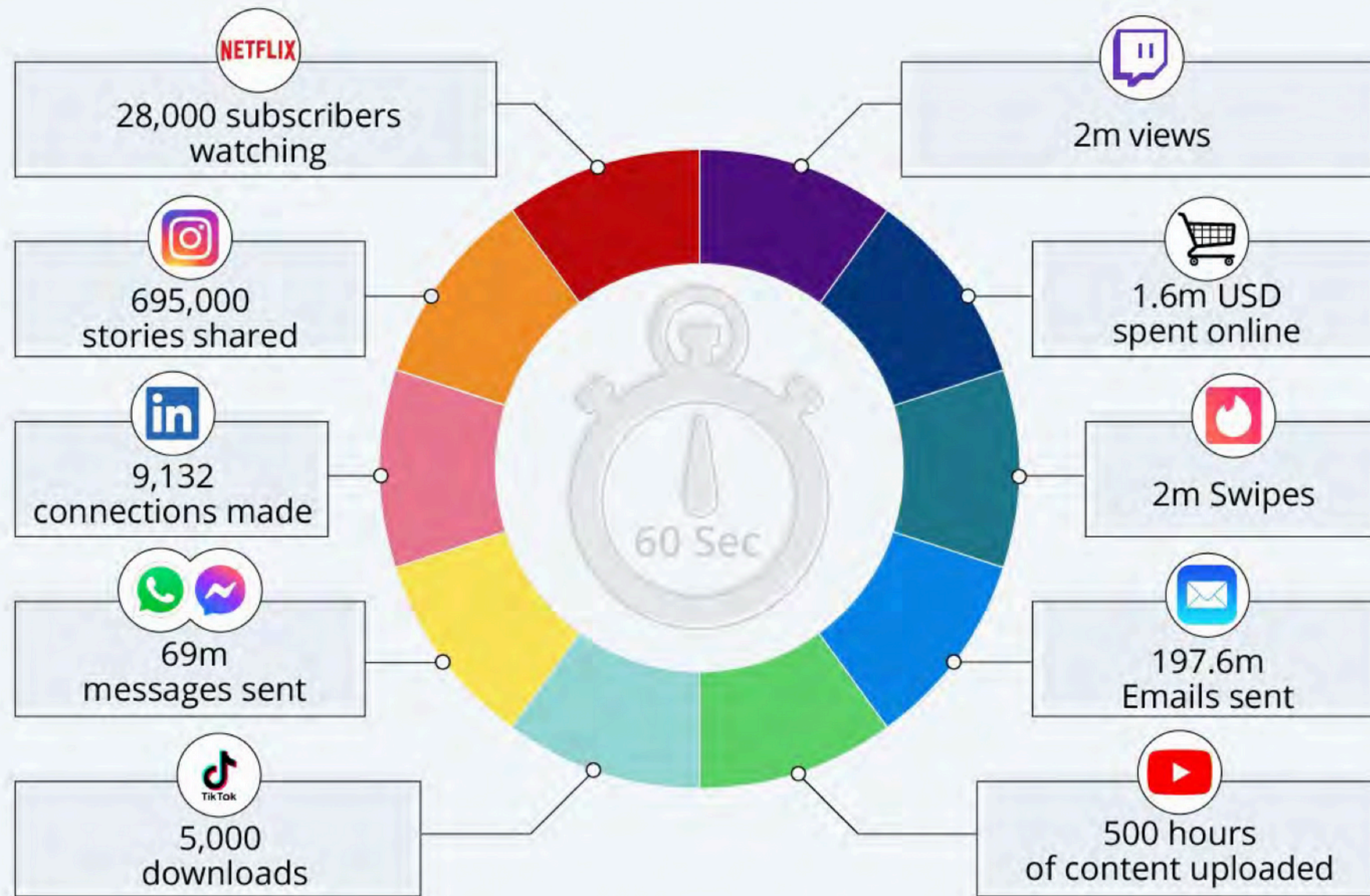
Nutzung



Täglich werden:¹

- 2,5 Milliarden Inhalte auf Facebook
- 500 Millionen Tweets
- 95 Millionen Posts auf Instagram
- 720.000 Stunden Videos auf YouTube

¹Statista 2022



Source: Lori Lewis via AllAccess

Jugend



Lego Studie 2019 ¹:
Kinder im Alter von 8-12 Jahren

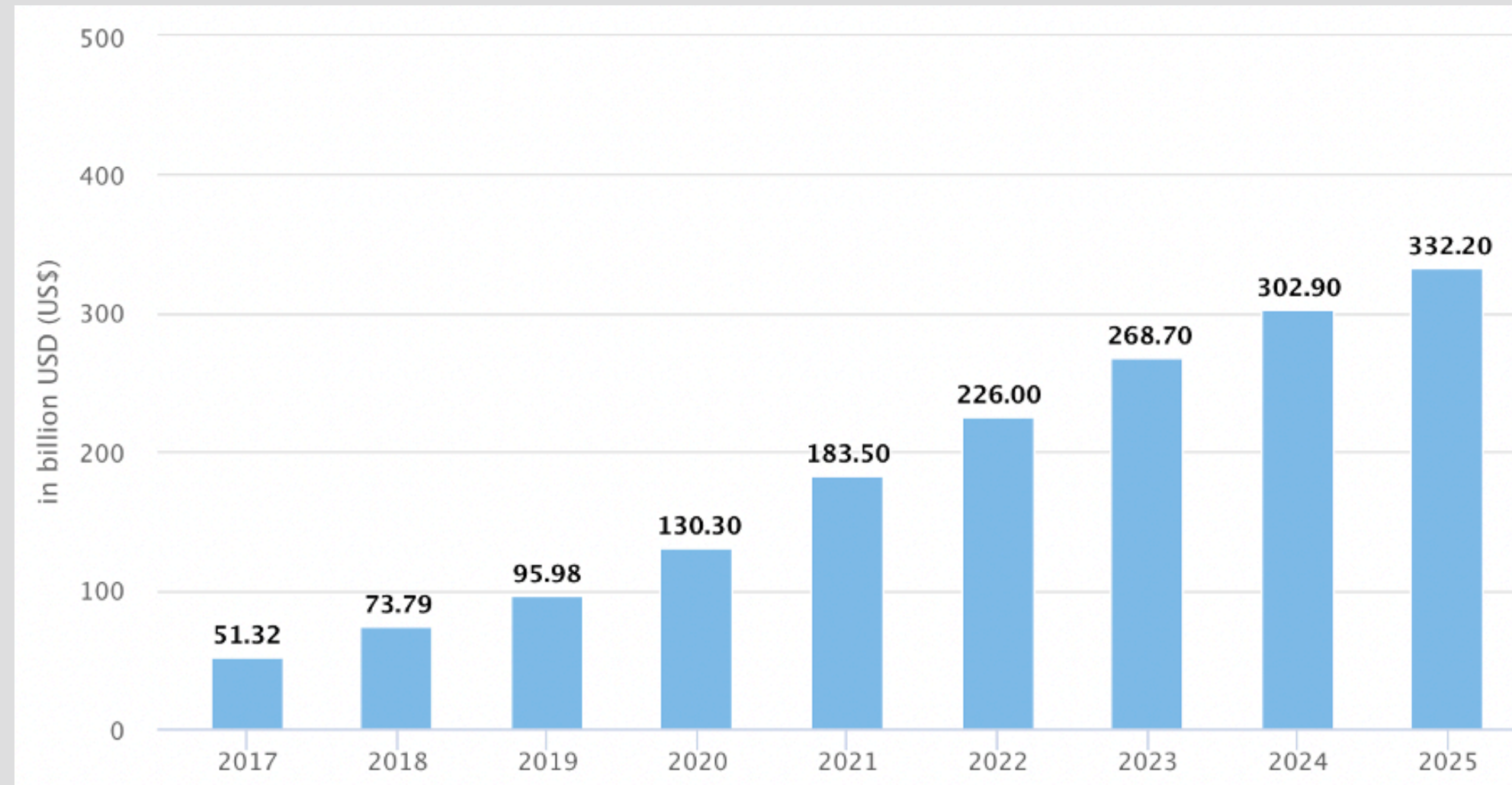
- 29% Youtube Star
- 11% Astronaut

¹LEGO Systems 2019

Wer plant nächstes Jahr mit Investitionen für Social Media Marketing?



Wirtschaft



Daten und Prognose für die Investitionen von Unternehmen in Social Media Werbung¹

¹Statista 2022

Das bedeutet



Mehr Akteure

+

Mehr Informationen

+

Mehr Investitionen

=

Kampf um die Aufmerksamkeit

Netflix größter Konkurrent?

Netflix größter Konkurrent?

You know, think about it, when you watch a show from Netflix and you get addicted to it, you stay up late at night," he said.

"**We're competing with sleep** and so, it's a very large pool of time."

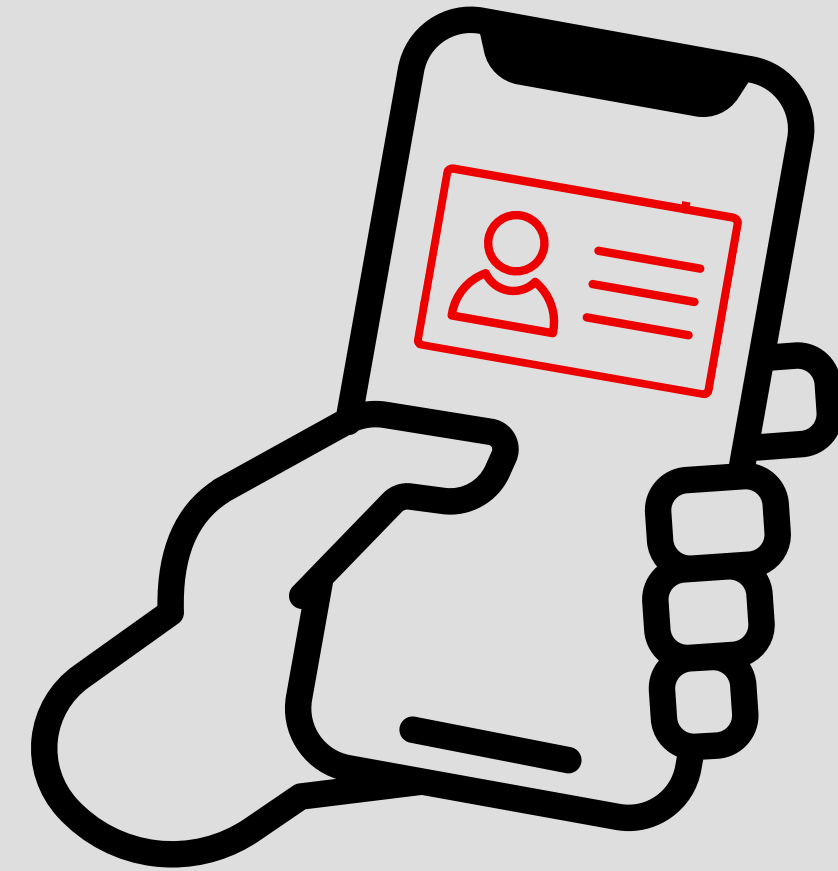
Reed Hastings, Netflix CEO

Daher

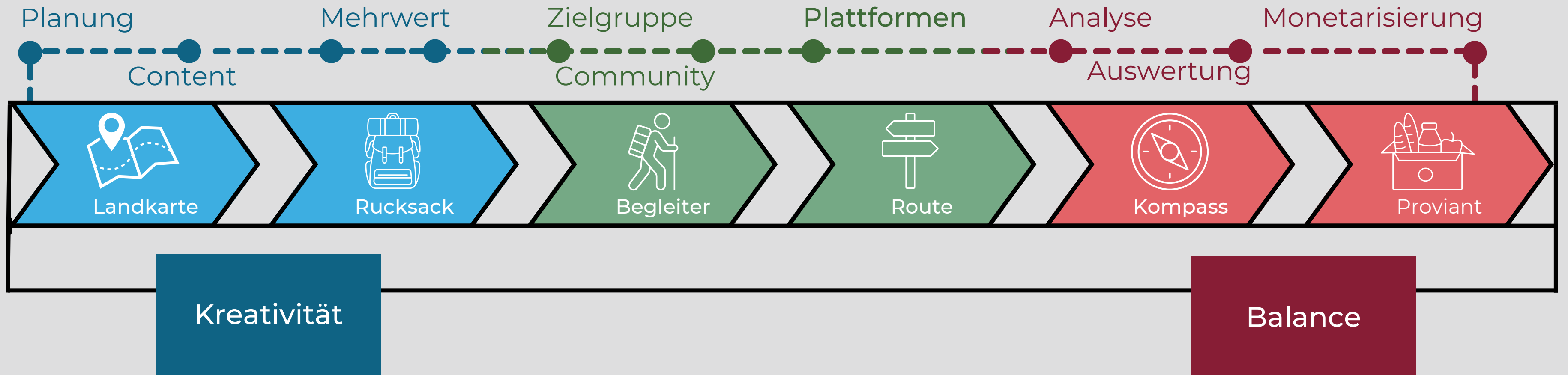


- Strategie
- Know How
- Tools

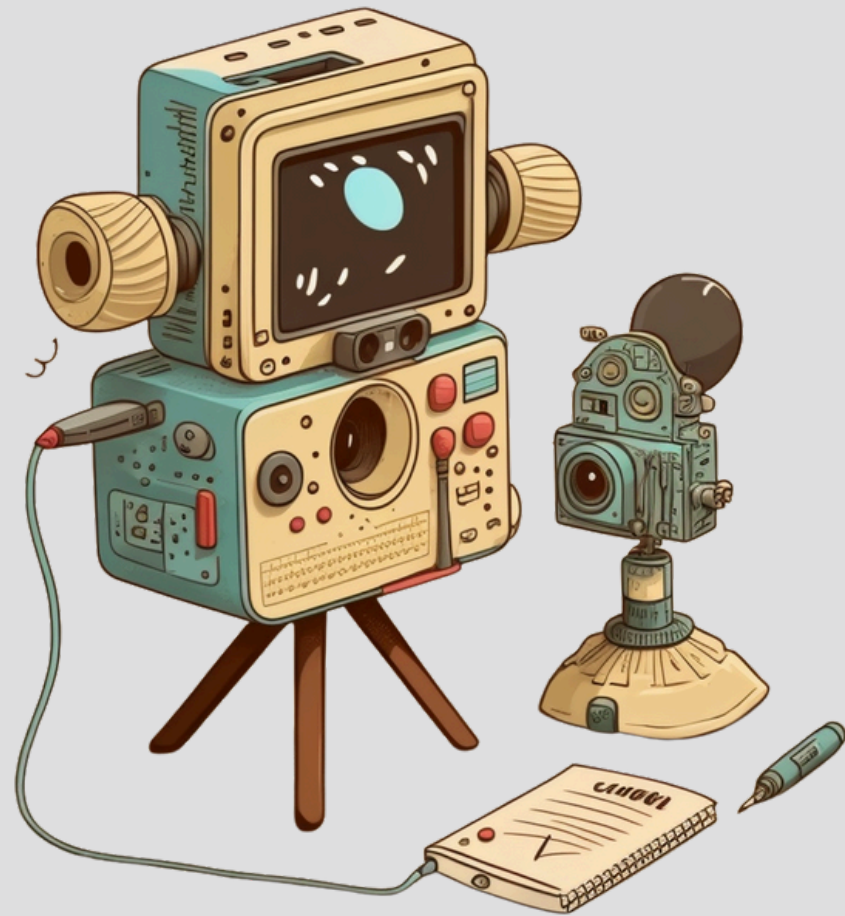
Was ist mein Ziel?



Die Content Creation Journey



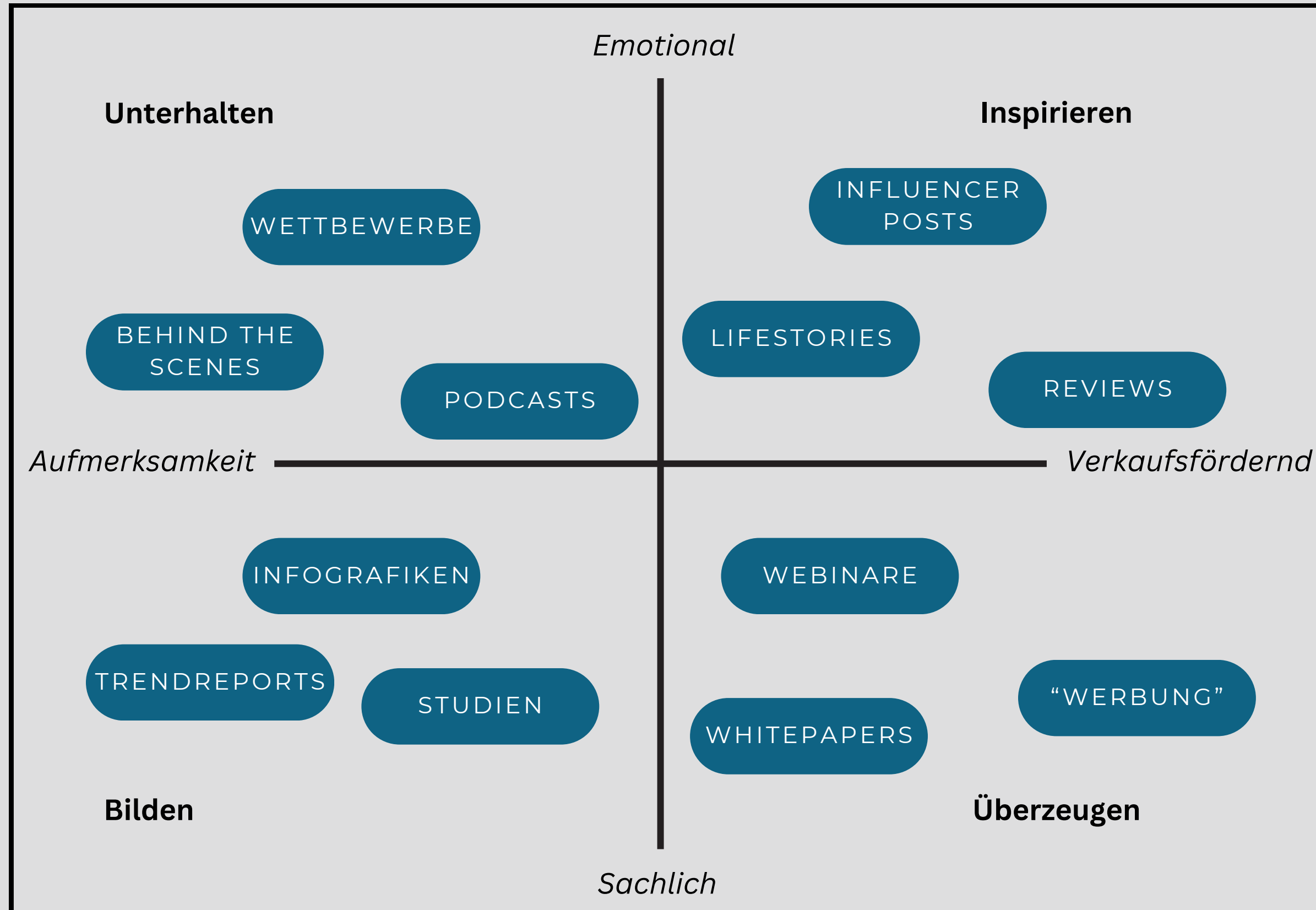
Content



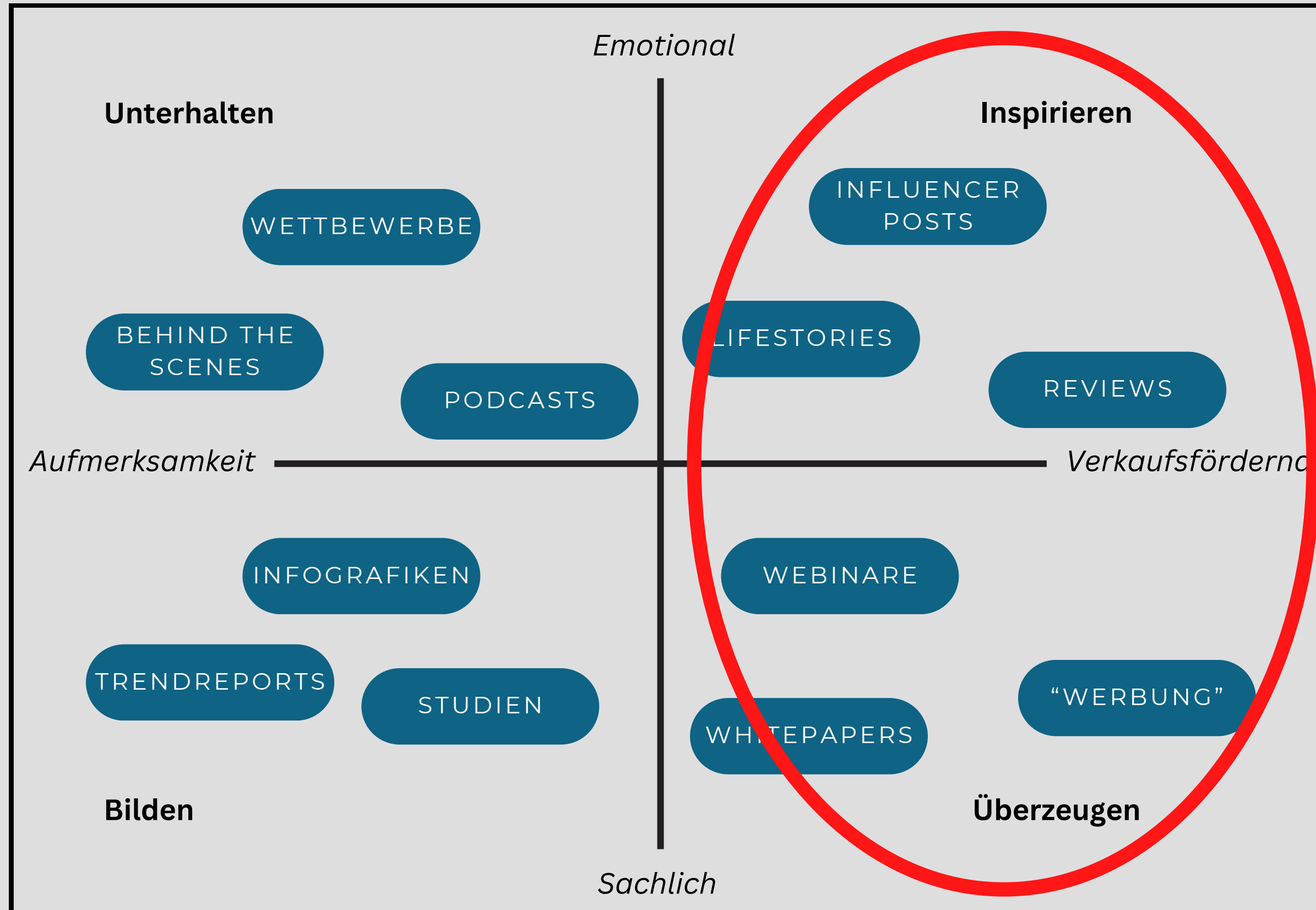
Sammelbegriff für:
Texte, Bilder, Videos, Grafiken & Daten.

(Digitale) Inhalte die eine Botschaft transportieren.

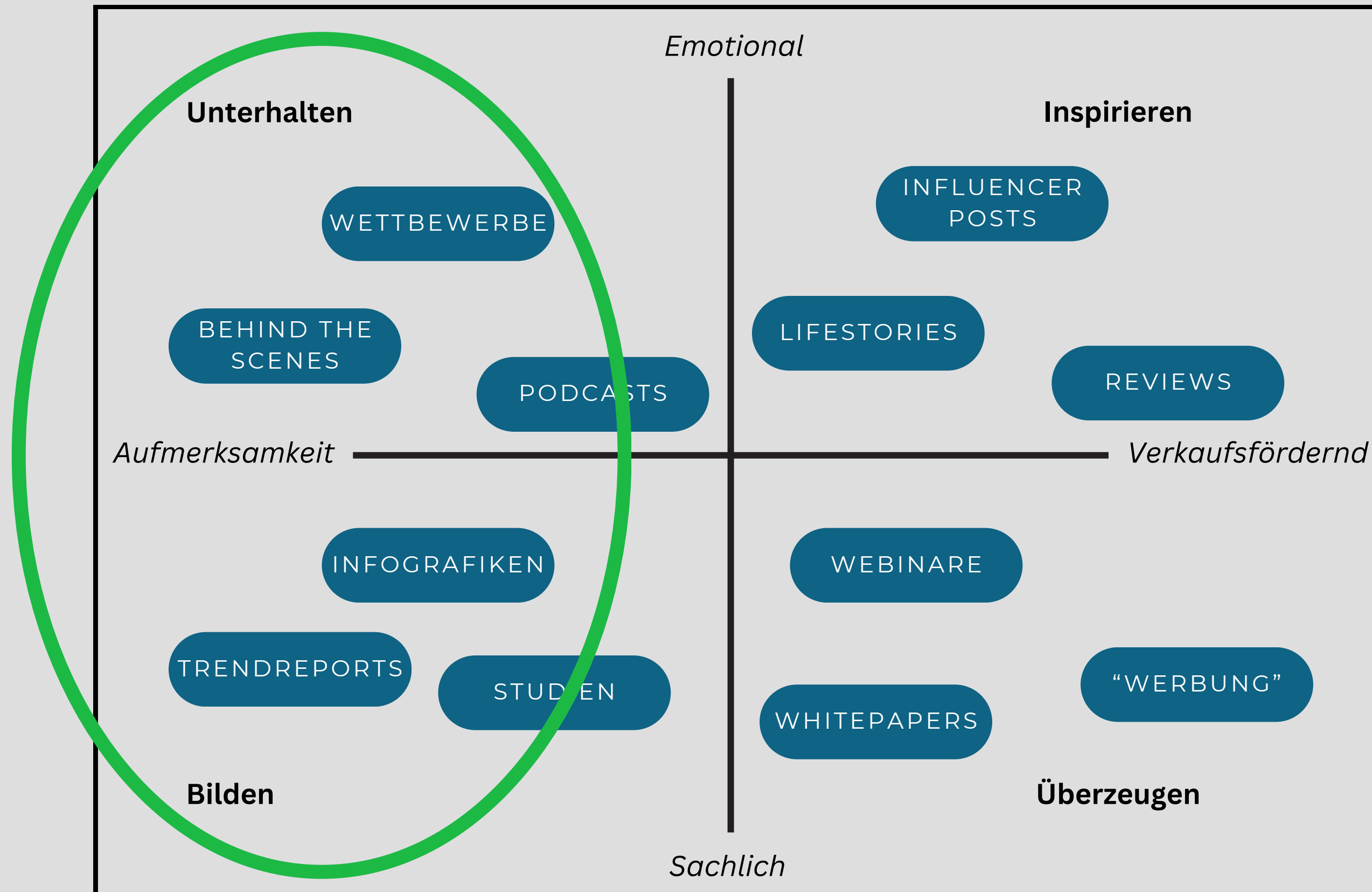
Content Arten



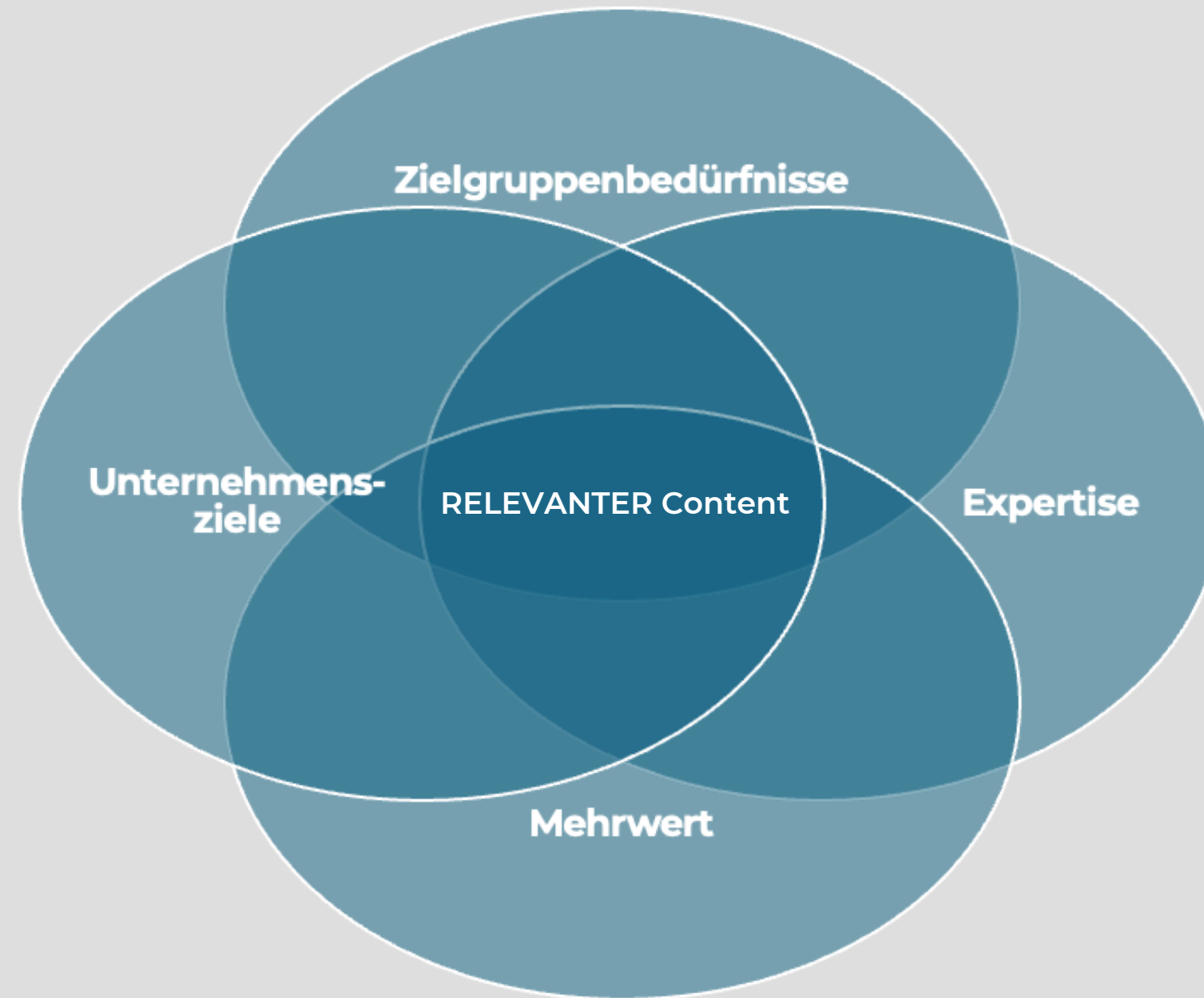
Content Arten



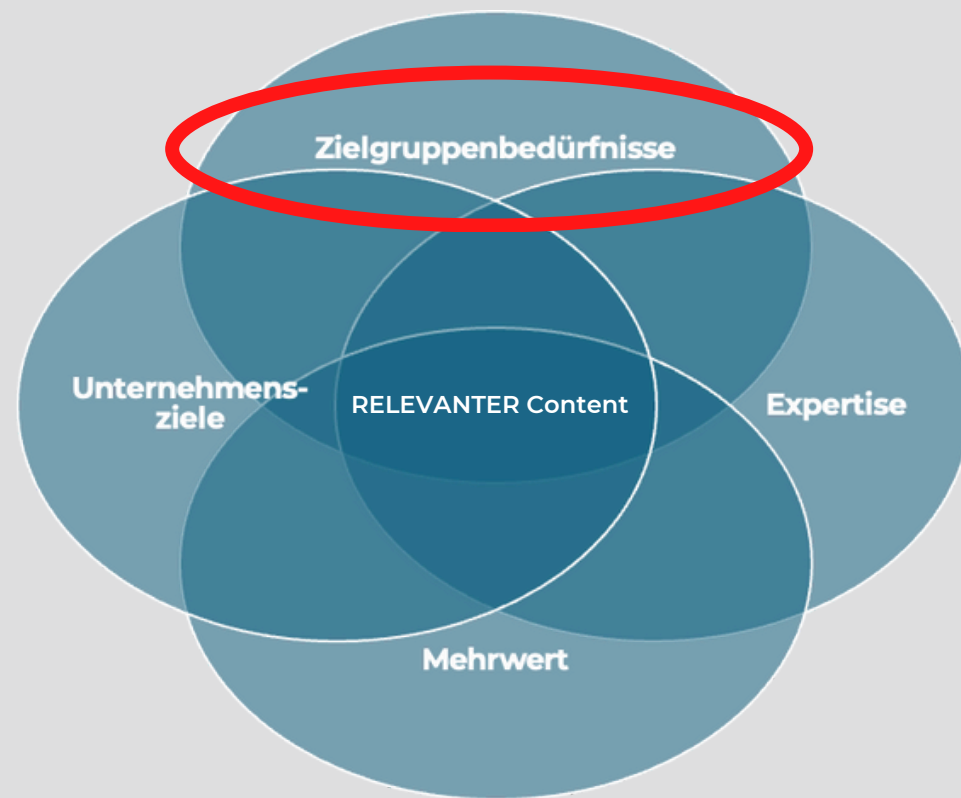
Content Arten



RELEVANTER Content

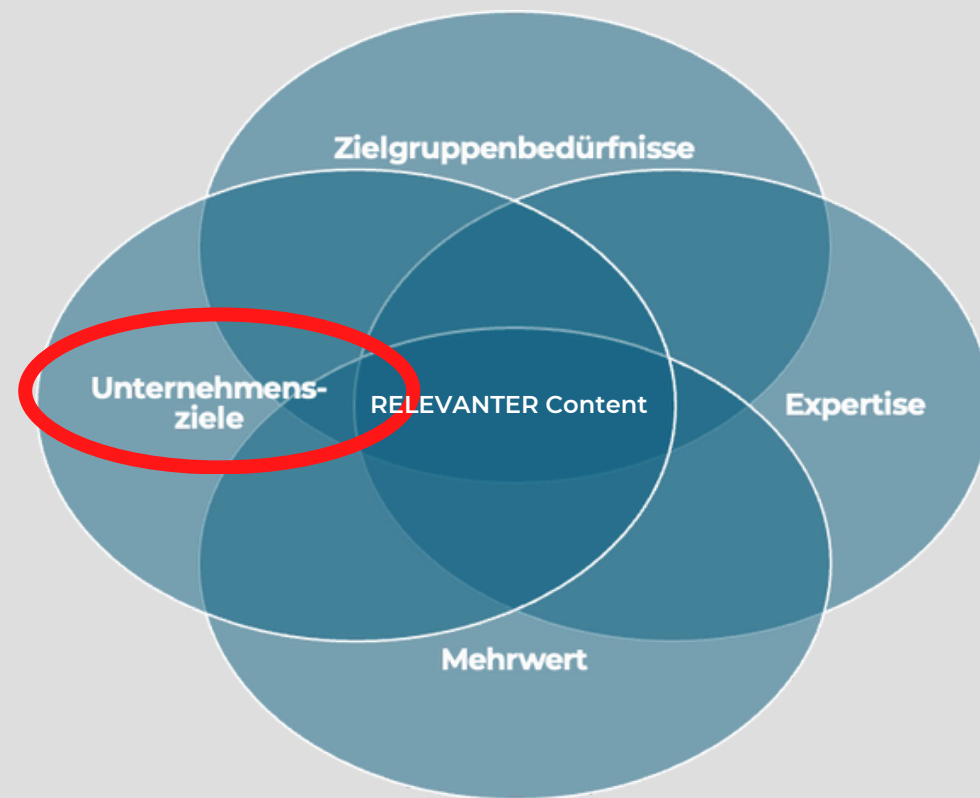


Zielgruppenbedürfnisse



- Erwartungen, Probleme, Wünsche
- Detaillierte Einblicke (Persona)
- Customer Journey verstehen
- Trends

Unternehmensziele



- Branding
- Gen Z erreichen
- Employer Branding
- Markenbekanntheit
- Produkte bewerben
- Expert:innen Status aufbauen
- Visitenkarte oder Einkommensquelle?

Mehrwert



Nutzwert schaffen

- Tutorials
- Praxis

Wahrnehmung

- Daten, Zahlen und Fakten liefern
- Mythen enttarnen

Viralität

- Überraschend
- Emotional

Mehrwert

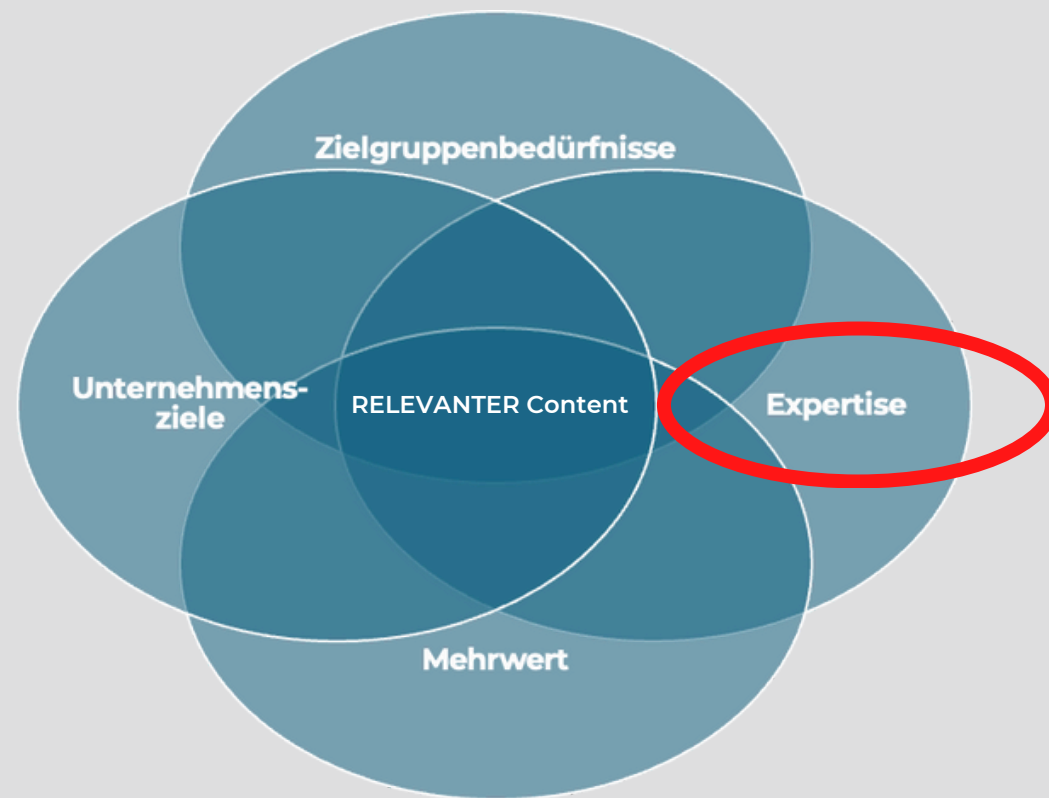


Mehrwert



Mehr Aufmerksamkeit? Mehr Wert!

Expertise



- Eigene Erfahrungen
- Einzigartigkeit (USP)
- Authentizität
- Offline Know How zu Online Expertise

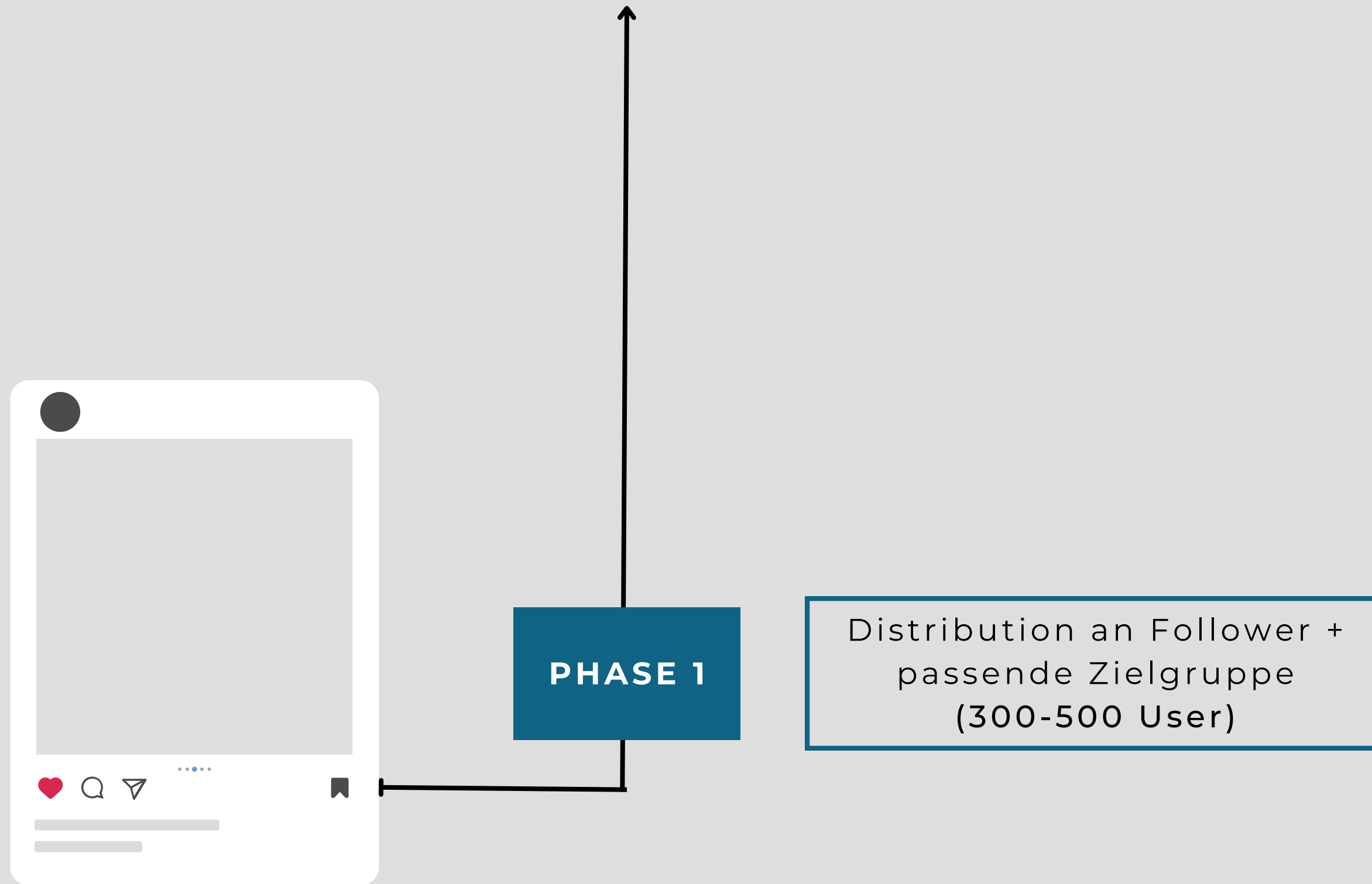
Offline vs. Online



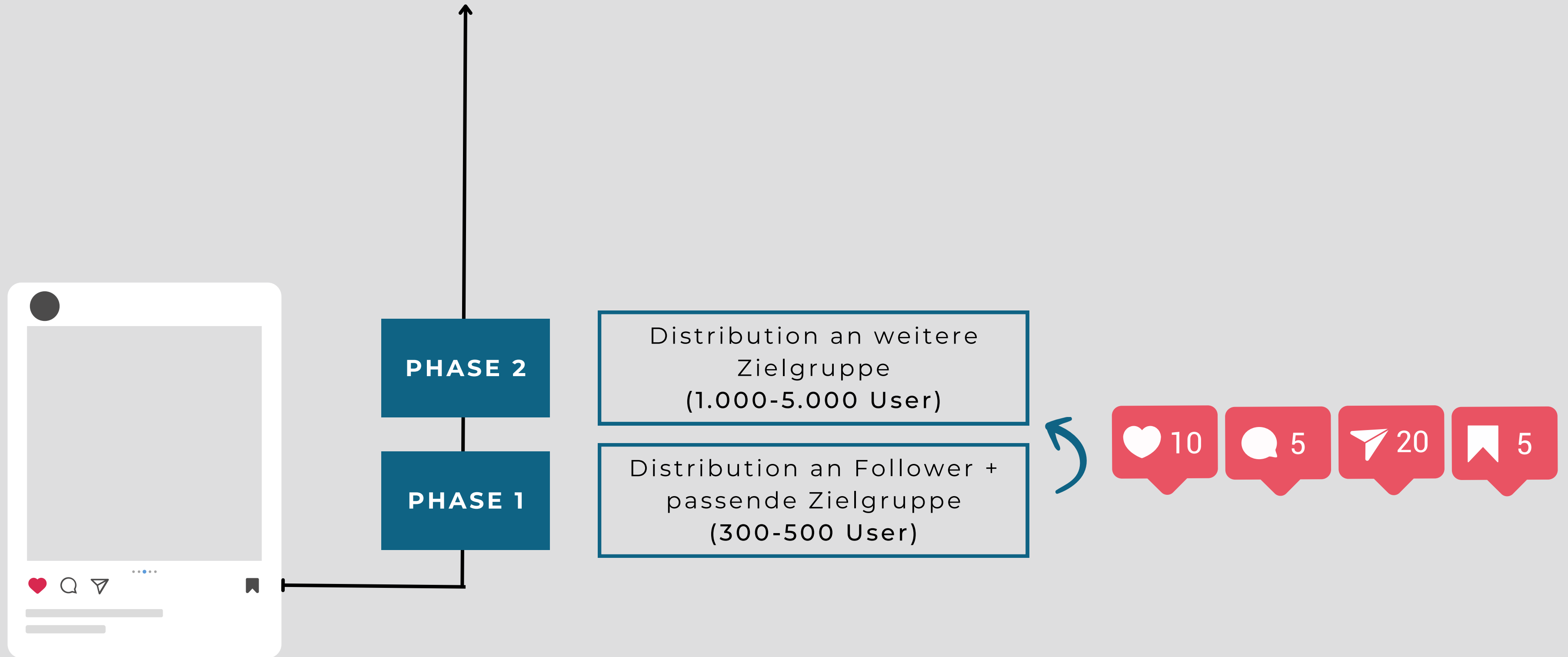
Offline vs. Online



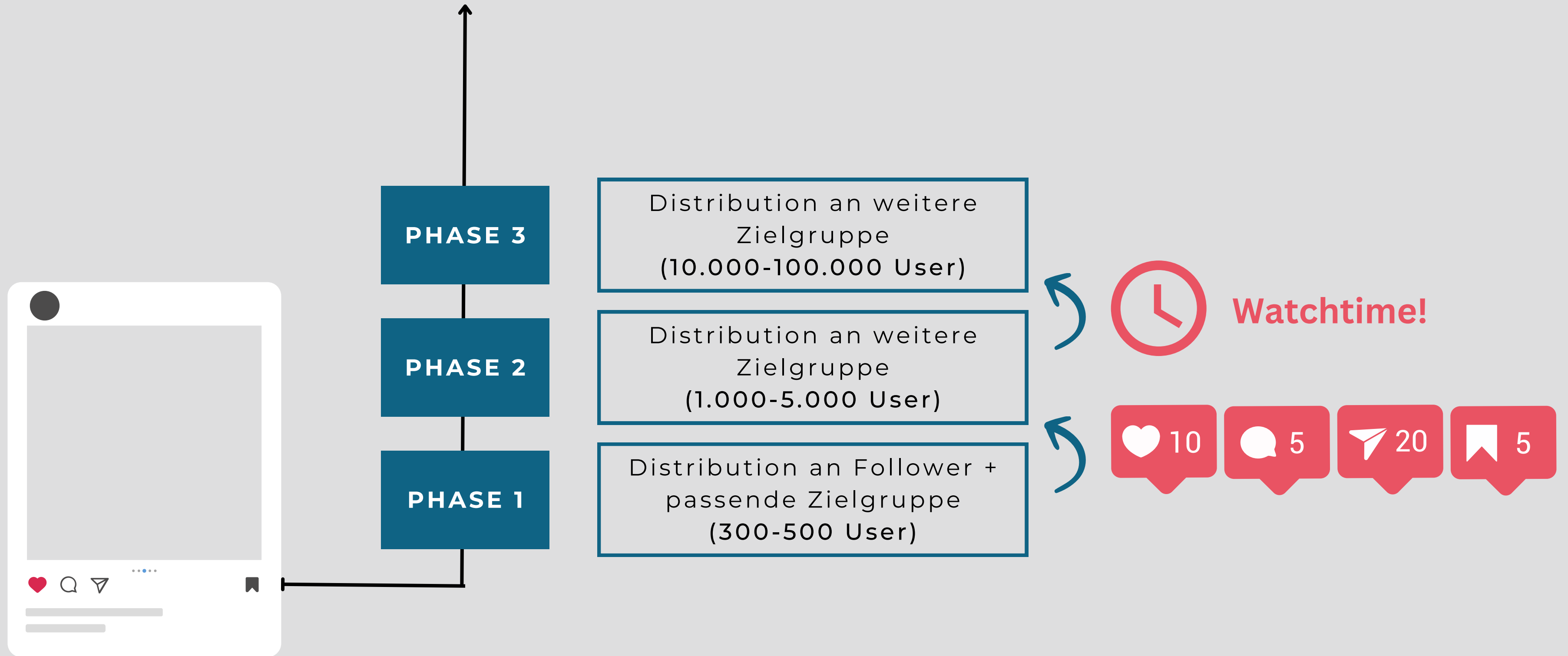
Algorithmus



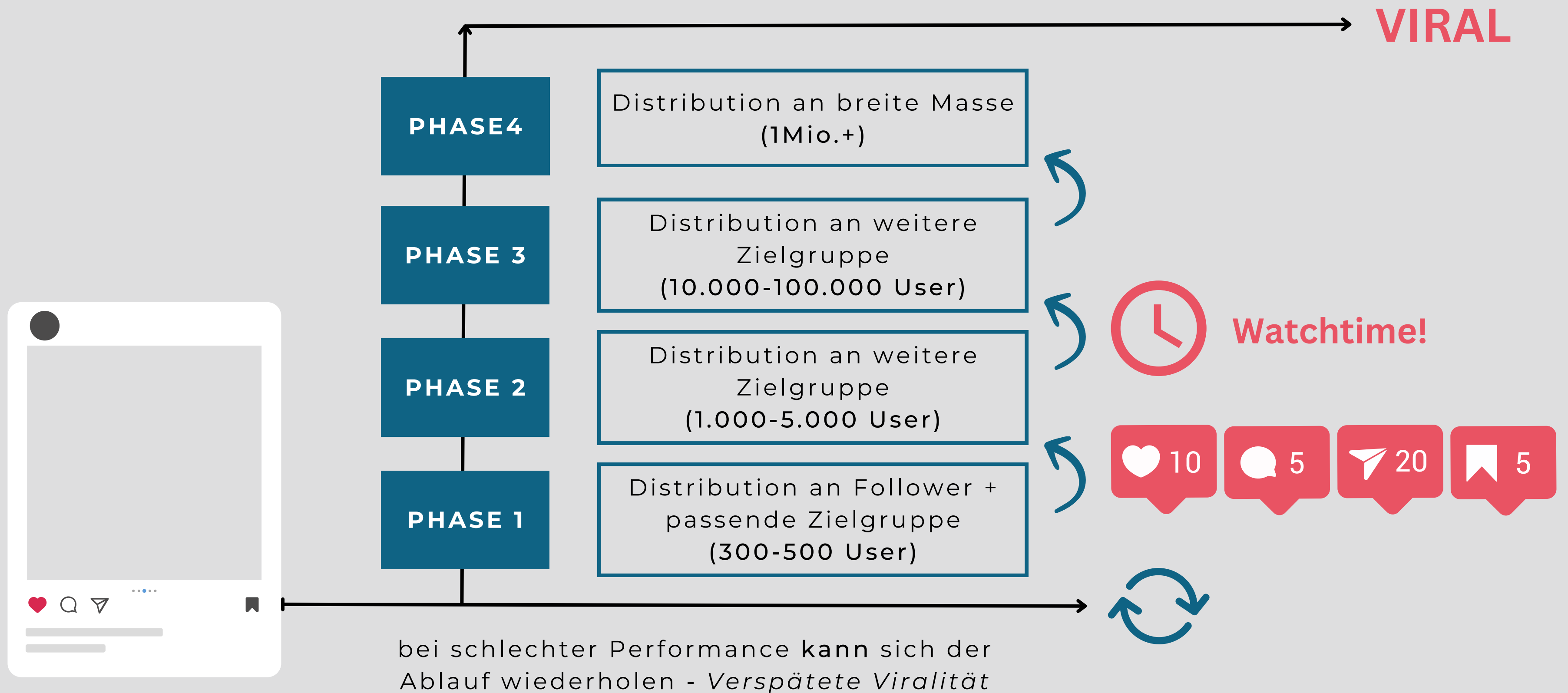
Algorithmus



Algorithmus



Algorithmus



Geschäftsmodell



Werbung



Screen time /
Engagement

Algorithmus

- Fokus auf die Zielgruppe statt auf die Technik / Trends
- Langfristige Strategie statt kurzfristiger Tricks
- Aufbau echter Beziehungen (**SOCIAL** Media)
- Qualität über Quantität

Algorithmus

Replace the Word Algorithm with Audience - *Mr Beast*

Ist es gut für den ~~Algorithmus~~, wenn ich jetzt poste?

Ist es ein guter Zeitpunkt, um für mein **Publikum** zu posten?

Content Marketing



Werbung?

~~Werbung?~~

Geschichte



"Marketing durch wertvolle Inhalte"

Geschichte



- Mehrwert



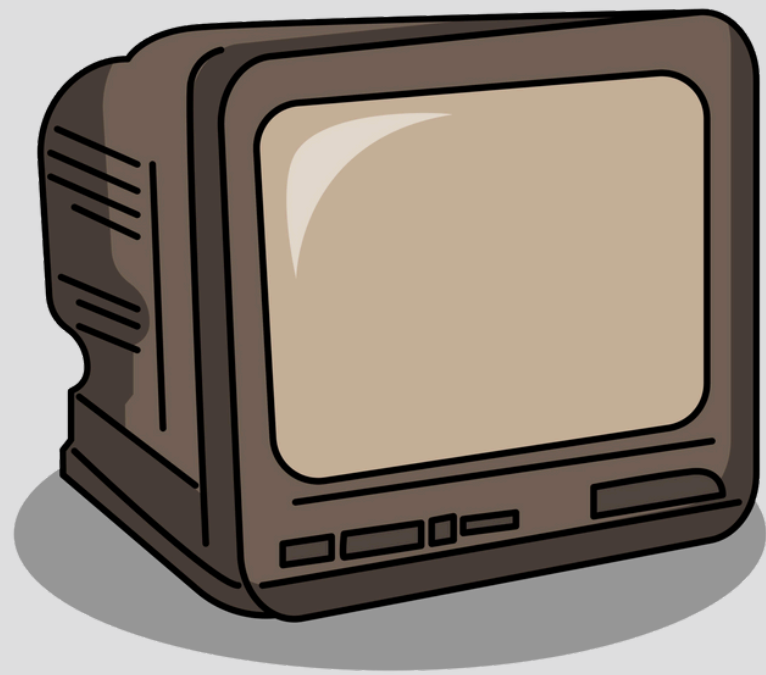
- Konstant



- Kostenlos

- Zielgruppenorientiert

Unterschied Werbung

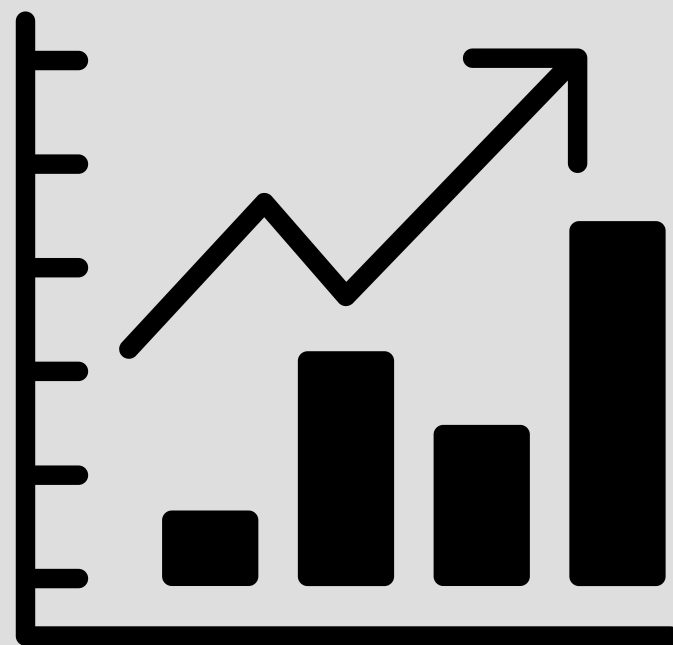


- Bewiesene Kompetenz anstatt behaupteter Nutzen
- Gewollte Information anstatt unerwünschte Störung
- Erhöht Kundenbindung
- Langfristig günstiger

Paid Advertising

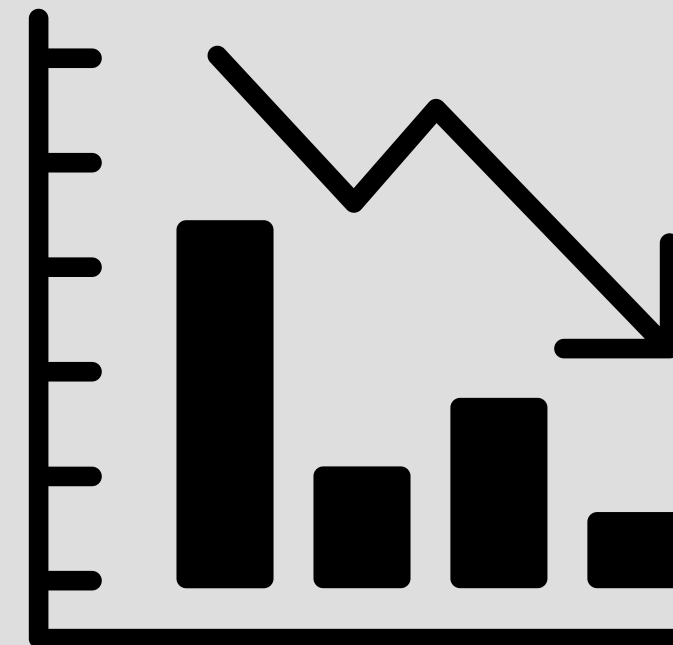
CPC (Cost per Click)

- Kosten für Werbeanzeige
- Steigen¹



CTR (Click Through Rate)

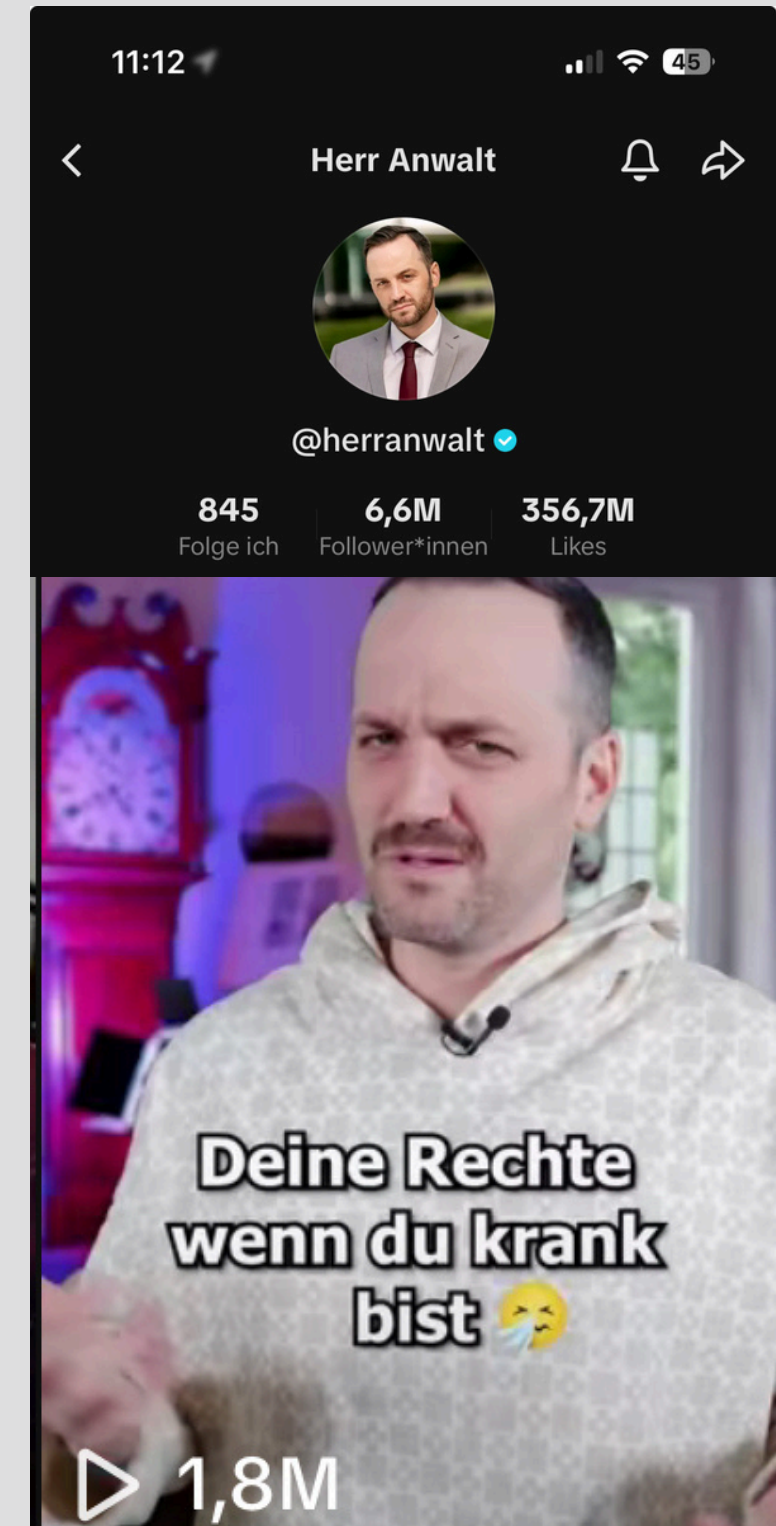
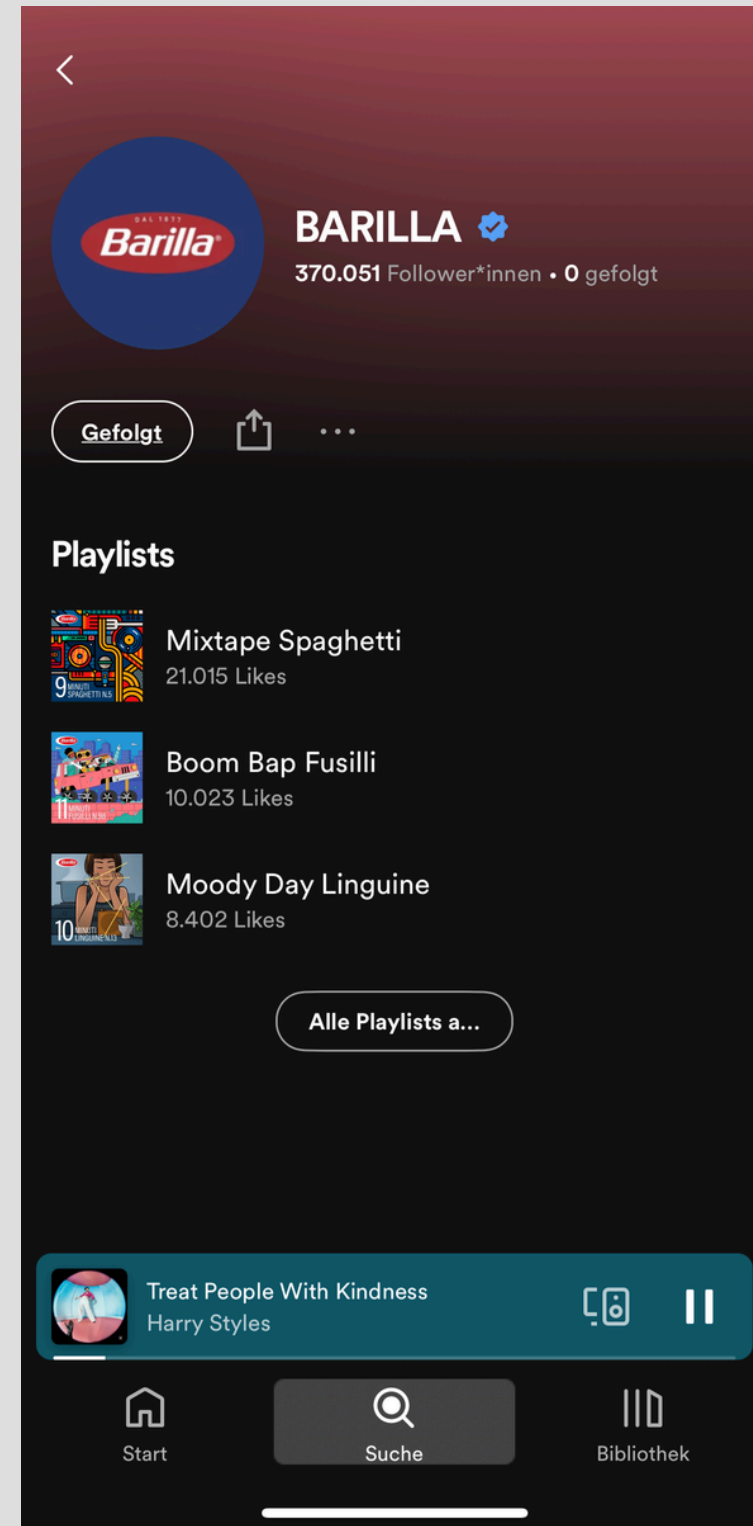
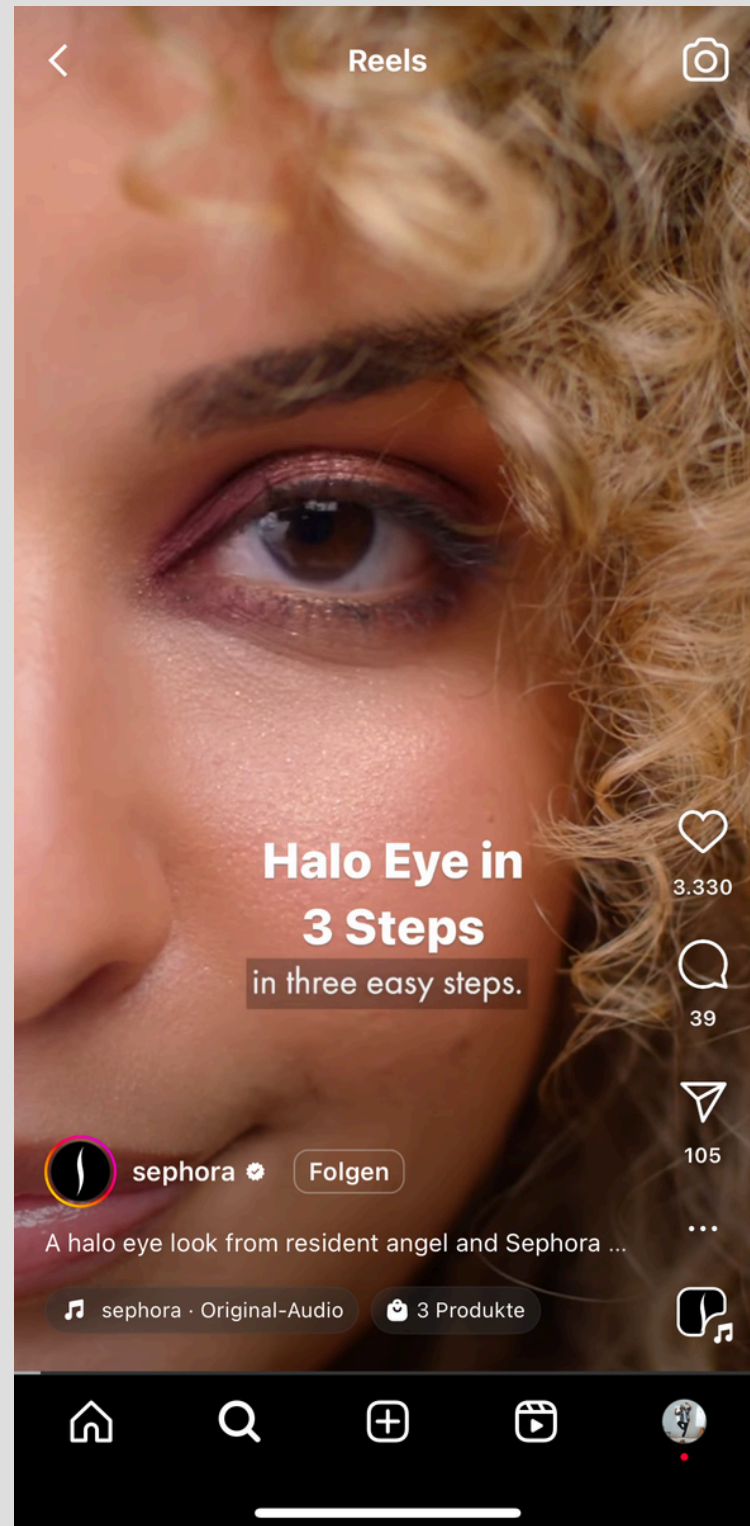
- Klickrate für Werbeanzeigen
- Sinken²



¹Statista 2022

²Statista 2022

Beispiele





[zum Video](#)

Content Idee für Vermieter

Tipps zur Immobilienpflege	(Saisonale) Aktivitäten	Design- und Einrichtungsideen	Rechtliche Hinweise und Änderungen
Spazier und Wanderwege in der Umgebung	Die schönsten Fahrradtouren in der Umgebung	Infografiken über Region / Märkte / etc.	Fragen und Antworten (Q&A)
Monatliche Restaurant-Highlights (Kooperationen)	Kulturelle Veranstaltungen	Lokale Geschäfte & Handwerker	Gesundheit & Wellness Aktivitäten
Die schönsten Fotoplätze in der Umgebung	Geschichtliches über die Region	Lokale Transportmöglichkeiten	Rezepte aus der Region
Tipps für Vermieter / Mieter	Interviews mit Persönlichkeiten aus der Region	Buch & Filmempfehlungen	Kinderaktivitäten

Ziel



BRAND AWARENESS

Top of Mind:

Die Marke erscheint als erstes in der Erinnerung des Verbrauchers, sobald dieser an das Produkt denkt.

Amanah & Harahap, 2018

Konstant

Plattform	Content Typ	Länge	Frequenz
Blog	Text + Bild	500 – 2.000 Wörter	Wöchentlich oder öfter
Newsletter	Text + Bild	500 – 2.000 Wörter	2x im Monat
YouTube	Video	5 – 15 Minuten	Mindestens wöchentlich
Podcast	Audio	30 – 90 Minuten	Mindestens wöchentlich
Facebook	Text / Bild / Video	Unterschiedlich	Täglich
Pinterest	Bild	Unterschiedlich	Täglich
Snapchat	Video	<60 Sekunden	Täglich
Instagram	Bild / Video	125 Zeichen / <60 Sekunden	Täglich
TikTok	Video	<30 Sekunden	Täglich

Konstanz



Intensität

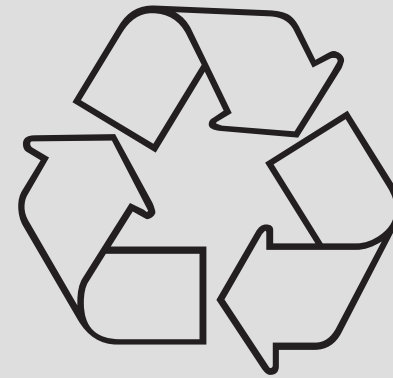
5 Videos / Monat



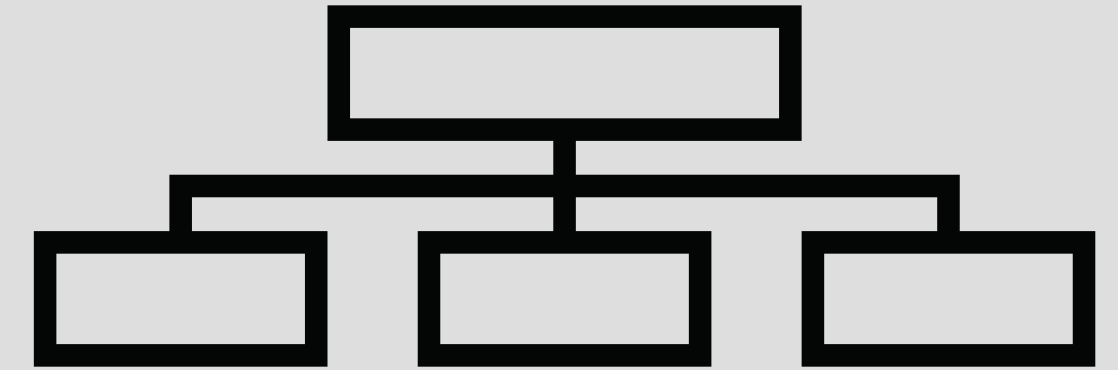
Tools



Serien



Recycling



Spaltung



Evergreen



UGC



Curation

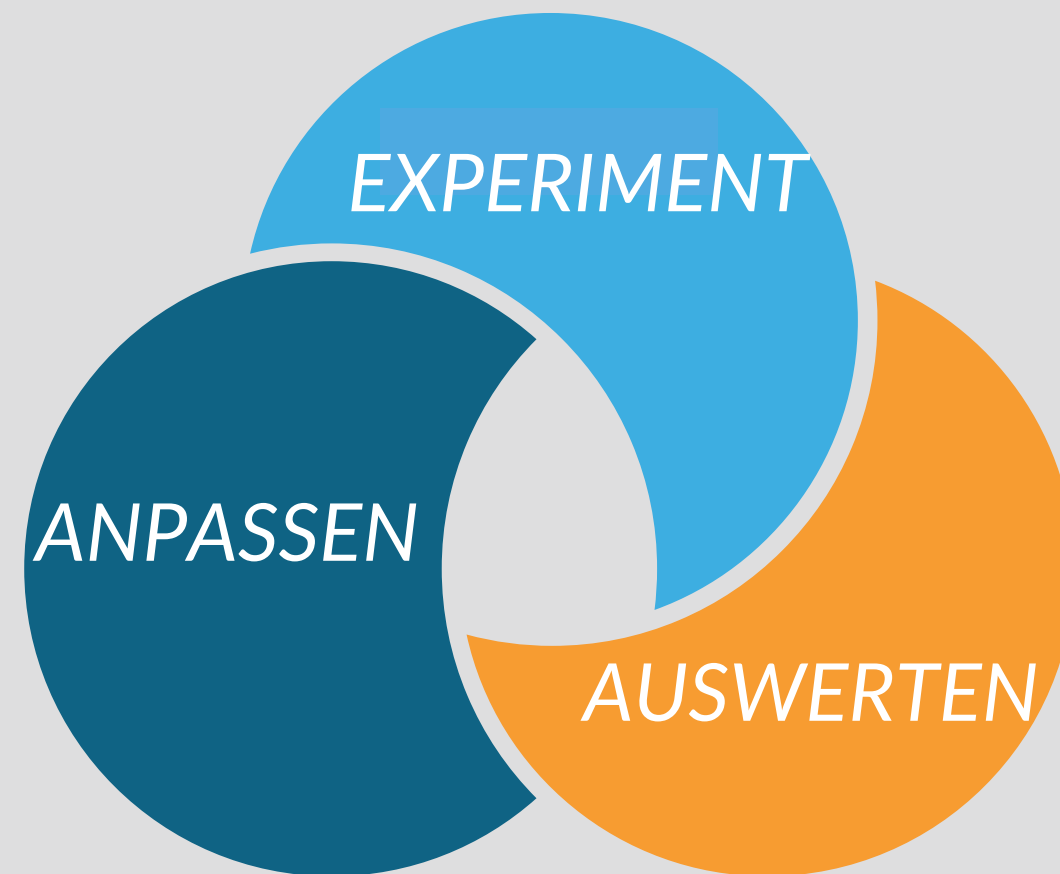
Content Serien



I AM NOT YOUR GURU

SOCIAL MEDIA

=



1. Plattform auswählen und LERNEN
2. Zielgruppe konkretisieren
3. Ideen zusammenfassen und Serien bilden
4. Veröffentliche, auch wenn man unsicher ist!
5. Ergebnisse Analysieren & Auswerten
6. Systematisiere, was funktioniert.

Wenn es einfach wäre, würde es jeder machen.

Unterlagen

hi@visavi.at



Alle Rechte dieser Präsentation liegen bei Marco Esposito. Es ist nicht gestattet Ideen, Textinhalte - auch nicht auszugsweise - oder Bilder daraus ohne ausdrückliche Genehmigung des Urherbers zu kopieren, zu drucken und zu verteilen. Auch die kommerzielle Verwertung der Präsentation ohne ausdrückliche Genehmigung des Urherbers ist nicht gestattet.