Gernot B. Frank e-concierge™ Ohmstrasse 8 10179 Berlin

Berlin, 3. Oktober 2026

Ü30 Party - Auswertung Facebook Instagram Fanseite von e-concierge®

Bekanntheitsgrad Concierge Gerry

Stärke der Marke **e-concierge.de** - since 2000

Ein grandiose Rolle: **Concierge Gerry** und das Bewerben von Blogbeiträgen im direkten Vergleich zu Werbeanzeigen:

https://e-concierge.de/2026/09/es-ist-wirklich-so-spindler-klatt-stimmung-concierge-unserer-ue30-party-oktoberlichter-spree-terrasse/

Auswertung der Facebook-Kampagne: „Gerry Blogbeitrag - 3.10.2026 - Ü30 Party“

https://www.facebook.com/eConcierge.fan/posts/pfbid02VdwjZyufbjMRmPt5pr7uyoGhkJucz1dWry5yjatRYCNDaE4pCnCVfvNnAR4YWDLUl

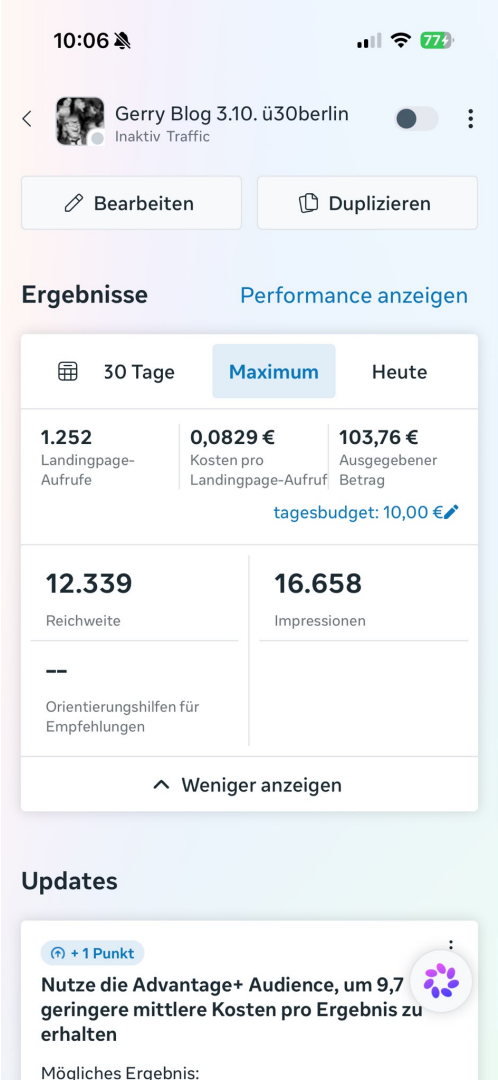
1. Leistungswerte & Kennzahlen im Überblick

Landingpage-Aufrufe: 1.252

Bedeutung: 1.252 Personen haben nach dem Klick auf die Facebook-Anzeige und dann den Beitrag den selbst geschriebenen Blogartikel auf e-concierge.de besucht.

Kosten pro Landingpage-Aufruf: 0,0829 € (~ 0,08 €)

Bedeutung: Für jeden einzelnen Besucher auf deinem Blog hat der Veranstalter durchschnittlich nur ca. 8 Cent gezahlt. Das ist ein sehr starker und extrem kosteneffizienter Wert für Traffic-Kampagnen auf Meta (Facebook).



© Concierge Gerry

Gernot B. Frank
+49 163 709 81 53
concierge@e-concierge.de

Ü30 Party Auswertung Facebook Fanseite von e-concierge® Bekanntheitsgrad Concierge Gerry - Klicks von Facebook nach e-concierge.de

Ausgegebener Betrag: 103,76 €

Bedeutung: Es wurden insgesamt 103,76 € für die Bewerbung eingesetzt (bei einem eingestellten Tagesbudget von 10,00 €).

Reichweite: 12.339

Bedeutung: Die Anzeige hat 12.339 einzigartige Personen auf Facebook/Instagram erreicht.

Impressionen: 16.658

Bedeutung: Die Anzeige wurde insgesamt 16.658 Mal auf den Bildschirmen der Nutzer eingeblendet.

2. Warum diese Top-Werte erzielt wurden: Das Fundament „e-concierge.de“ und Bekanntheitsgrad von „Concierge Gerry“

Diese hervorragenden Ergebnisse sind kein Zufall, sondern das direkte Resultat der starken Markenidentität und des Vertrauensvorschusses der Community:

Etablierte Brand e-concierge.de: Als gewachsene Medien- und PR-Plattform genießt der Blog eine hohe Glaubwürdigkeit. Nutzer klicken nicht auf eine anonyme Werbeanzeige, sondern auf eine Empfehlung eines anerkannten Lifestyle- und Event-Portals.

Persönlichkeit & Star: Concierge Gerry ist als bekannter Gastgeber, Speaker und Gesicht der Berliner/Deutschlandweiten Event-Szene das Entscheidende. Seine persönliche Empfehlung schafft eine Verbindlichkeit und Aufmerksamkeit, die klassische Werbebanner niemals erreichen können.

3. Vergleich: e-concierge.de Blogbeitrag vs. „neutrale“ Anzeige/Werbebanner

Kriterium	Anonyme Anzeige / Reine Werbeanzeige	e-concierge.de Blogbeitrag in Verbindung mit Concierge Gerry
Kosten pro Klick/Aufruf (CPC)	Oft 0,40 € bis 0,80 €+ (Zielgruppe ist skeptisch und scrollt weiter)	0,08 € (Extrem günstig durch hohe Klickbereitschaft)
Vertrauen & Conversion	Gering – wirkt wie reine, austauschbare Werbung	Sehr hoch – persönliche Empfehlung von Concierge Gerry

© Concierge Gerry

Gernot B. Frank
+49 163 709 81 53
concierge@e-concierge.de

ROI-Rechenbeispiel für Entscheider

- **Szenario A (Standard-Agentur / Eigene Social-Ads):**
  - Budget: 1.000 € Werbebudget
  - Klickpreis durchschnittlich: 0,50 €
  - Erzielte Besucher auf der Webseite: **2.000 Besucher**
- **Szenario B (e-concierge Kampagne):**
  - Budget: 1.000 € Werbebudget
  - Klickpreis mit Gerry-Empfehlung: 0,08 €
  - Erzielte Besucher auf dem Blog e-concierge: **12.500 Besucher**

Fazit für CFO/Geschäftsführer: Bei gleichem Werbebudget liefert, in dem oben geschilderten Fall, die Empfehlung von Concierge Gerry **über 5-mal mehr potenzielle Kunden**

4. Fazit aus PR- und Marketing-Sicht

Der in dem oben geschilderten Fall extrem niedrige Klickpreis von **0,08 €** zeigt deutlich: Der Mix aus der etablierten Marke **e-concierge.de** und der Bekanntheit von **Concierge Gerry** schlägt klassische Werbeformate um Längen.

Wichtig: Der Blogbeitrag sollte beworben werden - nicht die Werbeanzeige des Anbieters.

Der Veranstalter profitiert von exzellenten Klickzahlen bei minimalem Budgeteinsatz, während die Leser hochwertige und vertrauenswürdige Empfehlungen direkt vom Gastgeber erhalten.

Relevanz & Zielgruppen-Fit	Streuverluste durch fehlenden Bezug zum Host (Veranstalter)	Punktgenau – die Community kennt Gerry und vertraut den Tipps - neue Kunden werden
Content-Qualität	Oft generisch und werblich aufbereitet	Authentische Empfehlung, die als Mehrwert wahrgenommen wird

Weiterer Erfolg: Internetstar Concierge Gerry und die Präsenz mit Ü30 Partys im Spindler & Klatt (angesagte Location) strahlen als Start-Format in Berlin auf alle Städte in Deutschland. Jede Party hat sogleich mit hunderten Gästen kostendeckend begonnen.

5. Der Schlüssel zum Erfolg: Authentische Empfehlung als Hebel – branchenübergreifend

Die hier erzielten Spitzenwerte lassen sich branchenübergreifend auf nahezu jedes Produkt und jede Dienstleistung übertragen. Der Grund dafür ist ein fundamentales Prinzip im modernen Marketing:

Ü30 Party Auswertung Facebook Fanseite von e-concierge® Bekanntheitsgrad Concierge Gerry - Klicks von Facebook nach e-concierge.de

© Concierge Gerry

Gernot B. Frank
+49 163 709 81 53
concierge@e-concierge.de

Menschen kaufen von Menschen, denen sie vertrauen.

- **Der Markenbotschafter-Effekt (Testimonial-Prinzip):**

  Große Konzerne geben Millionenbeträge aus, um weltbekannte Stars als Zugpferd einzusetzen. Warum? Weil das Vertrauen und die Strahlkraft der Persönlichkeit direkt auf die Marke oder das Event abfärben.

- **Concierge Gerry erfüllt genau diese Rolle im B2B-, B2C- und Lifestyle-Segment.**

  Seine Persönlichkeit wirkt als natürlicher Anziehungspunkt: Er ist nicht nur Werbeträger, sondern authentischer Gastgeber, Vernetzer und Speaker mit Gesicht und Stimme.

- **Digitale Reputation & Sichtbarkeit:** Wer den Namen **Concierge Gerry** noch nicht kennt, sucht bei Google oder mit der KI und findet sofort ein starkes digitales Ökosystem mit zahllosen Resultaten, Berichten und Empfehlungen. Dieser direkte Proof of Authority beseitigt Bedenken bei der Zielgruppe augenblicklich und konvertiert flüchtige Impressionen in echte Landingpage-Aufrufe.

  Internetstar Concierge Gerry und die Präsenz mit Ü30 Partys im Spindler & Klatt (angesagte Location) strahlen als Format aus Berlin auf alle Städte in Deutschland.

- **Fazit für Partner und Werbekunden:** Unabhängig davon, ob es sich um Event-PR, Immobilien, Lifestyle-Produkte oder B2B-Services handelt: Das Zusammenspiel aus der etablierten Brand e-concierge.de und der strahlenden Persönlichkeit von **Concierge Gerry** erzeugt eine organische Relevanz, die klassische, gesichtslose Firmenwerbung niemals erreichen kann – und das zu einem Bruchteil der üblichen Marketingkosten.

6. Zukunftsfähigkeit: GenZ im B2B vertraut Personen statt Konzernen

Die Arbeitswelt verändert sich rasant: **GenZ und Millennials** stellen bereits über **70% aller B2B-Entscheider und Einkäufer** dar. Diese neue Entscheider-Generation bringt völlig neue Anforderungen an Marketing und Sales mit.

Was Studien und Daten eindeutig belegen:

Empfehlung & Expertenstimmen schlagen klassische Werbung:

- Laut aktuellen Untersuchungen (u.a. LinkedIn Research 2026 & Sopro B2B Report) geben **86% der GenZ- und Millennial-B2B-Käufer** an, dass sie Peer-Empfehlungen und Stimmen von branchenbekannten Experten weit mehr vertrauen als Werbebotschaften von Marken oder Sales-Pitches.

- **75% der B2B-Marketer** bestätigen, dass **Glaubwürdigkeit (Credibility) heute wichtiger ist als reine Reichweite/Sichtbarkeit (Visibility)**.

Short-Form Video & Human-First Content:

- B2B-Käufer der GenZ verlangen kurze, prägnante Formate: Short-Form Videos (z.B. 30–90 Sekunden) und Beitragsformate von Experten gelten als die mit Abstand effektivsten Instrumente, um junge Entscheider im B2B-Bereich zu gewinnen.

Ü30 Party Auswertung Facebook Fanseite von e-concierge® Bekanntheitsgrad Concierge Gerry - Klicks von Facebook nach e-concierge.de

© Concierge Gerry

Gernot B. Frank
+49 163 709 81 53
concierge@e-concierge.de

Recherche über Personen und Communities:

- Anstatt gesichtslose Broschüren herunterzuladen, **suchen B2B-Käufer nach echten Meinungen**, Video-Einblicken (Behind-the-Scenes) und Vertrauenspersonen auf Social Media und Fach-Plattformen.

Der direkte Zusammenhang zu Concierge Gerry & e-concierge.de

Diese neuen B2B-Spielregeln beschreiben exakt das Erfolgsmodell, das **Concierge Gerry** und **e-concierge.de** seit Jahren leben:

- **Concierge Gerry** als **„B2B Expert Voice“**: Als etablierte Persönlichkeit, Vernetzer und Gastgeber ist Gerry kein anonymer Werbeträger, sondern eine v**ertraute Expertenstimme (Industry/Peer Voice) - eine Star**. Wenn Gerry ein Event, ein Produkt oder ein Unternehmen empfiehlt, wird dies von der Gen Z nicht als störende Werbung wahrgenommen, sondern als fundierte Empfehlung eines Experten, den man kennt und schätzt.

- **Reale B2B-Stories statt gesichtsloser PR**: GenZ fordert im B2B echte Menschen und nahbare Einblicke. Genau das liefert Gerry durch Videoclips, Event-Rückblicke und persönliche Berichte. Kurzvideos (z.B. auf Facebook/Instagram oder LinkedIn) von vor Ort generieren eine sofortige Authentizität, die kein Konzern-Spot nachstellen kann.

- **Hohe Conversion-Raten bei minimalem Budget**: Dass im Screenshot (Seite 1) ein **Klickpreis von nur 0,08 €** erreicht wurde, ist der direkte Beweis dafür: Die Zielgruppe (inkl. der jungen Entscheider) vertraut dem Absender. Der Transfer vom vertrauten Brand e-concierge.de auf das beworbene Thema funktioniert nahtlos.

Fazit für Geschäftspartner und B2B-Kunden:
Wer die neue Generation von B2B und B2C Entscheider erreichen will, scheitert oft an klassischer Bannerwerbung oder teurer Konzern-PR. Das Format e-concierge.de in Kombination mit der starken Personal Brand Concierge Gerry bietet genau die Mischung aus Vertrauen und persönlicher Empfehlung, die GenZ im B2B und B2C fordert und belohnt.

7. GEO-Sichtbarkeit: Blog inkl. Storys über dein Produkt, Unternehmen oder deiner Dienstleistung in den KI-Antworten von morgen (ChatGPT, Perplexity & Gemini)

Klassisches **SEO** und **GEO (Generative Engine Optimization)** entscheiden darüber, ob dein Business gefunden wird. Wenn künftige Kunden KI-Systeme nach Empfehlungen für Produkte, Services oder Events fragen, zieht die KI ihre Antworten nicht aus isolierter Werbung, sondern aus einem **Ganzheitsnetzwerk aus Content, PR, Community und Markenreputation**.

Genau hier entfaltet der Blog e-concierge.de seine volle Stärke als akzeptiertes, bekanntes Premium-Medium:

- **Starker Digitaler Anker:** Dein Beitrag auf e-concierge.de liefert strukturierten, redaktionellen Content, den KI-Systeme als verlässliche, hoch-autoritäre Quelle (Proof of Authority) indexieren.

Ü30 Party Auswertung Facebook Fanseite von e-concierge® Bekanntheitsgrad Concierge Gerry - Klicks von Facebook nach e-concierge.de

© Concierge Gerry

Gernot B. Frank
+49 163 709 81 53
concierge@e-concierge.de

- **Ganzheitliche Markenführung:** Einzelne Social-Posts verpuffen nach 24 Stunden. Das Zusammenspiel aus Blog-Artikel, Social-PR und der fest verankerten Marke e-concierge.de erzeugt genau das digitale Inhalte, das KI-Algorithmen als echte Relevanz bewerten.

- **Der Personal-Brand-Faktor:** Die Kombination mit Concierge Gerry gibt deiner Werbebotschaft ein klares, menschliches Profil. KI-Modelle bevorzugen verifizierte Entitäten und reale Netzwerker mit Historie und Event-Reputation.

Wissenschaftliche Studien & Analysen: Woher KI ihr Wissen bezieht

1. Die Common Crawl & C4 Dataset Analysen (zB AI Index Report / Data Provenance Initiative)

- Ergebnis: Große Sprachmodelle (LLMs) wie ChatGPT (GPT-4), Claude oder Gemini basieren zu 60% bis 80% ihrer Trainingsdaten auf öffentlichen Web-Crawls (wie Common Crawl oder C4).

- Die Rolle von Blogs: Innerhalb dieser gigantischen Textsammlungen stellen Blogs, redaktionelle Artikel und Fachportale den mit Abstand größten Anteil an qualitativem Fließtext. Während soziale Netzwerke oft kurze Kommentare oder geschlossene Feeds enthalten, sind Blogs der primäre Ort, an dem Fachwissen, Struktur, Produktempfehlungen und Kontext detailliert formuliert sind.

2. MIT / Data Provenance Project (Auditing Open Web Datasets)

- Das Data Provenance Initiative-Projekt (u.a. von Forschern des MIT) untersuchte Tausende von Datensätzen, die für das Training führender KI-Modelle genutzt werden.

- Erkenntnis: KI-Entwickler filtern das Netz gezielt nach langformigen, kohärenten Texten (Long-form Text). Fach-Blogs und journalistische Formate haben die höchste Gewichtung (Training Weight), weil sie der KI beibringen, Zusammenhänge, Markenreputation und Fachthemen logisch zu verknüpfen.

3. Uberall LLM-Visibility Study (Generative Engine Optimization)

- Die Studie zur Sichtbarkeit in ChatGPT & Co. zeigt: AI-Engines zitieren zu über 80% strukturiertes Web-Content, Blogs und Experten-Plattformen, wenn Nutzer nach Empfehlungen, Dienstleistungen oder lokalen Marken fragen.

- KI-Systeme ziehen ihre Antworten bevorzugt aus vertrauenswürdigen "Grounding Pages" – also Artikeln auf etablierten Blogs mit hoher Domain-Autorität.

Ü30 Party Auswertung Facebook Fanseite von e-concierge® Bekanntheitsgrad Concierge Gerry - Klicks von Facebook nach e-concierge.de

© Concierge Gerry

Gernot B. Frank
+49 163 709 81 53
concierge@e-concierge.de

Quellentyp	KI-Zitierungs-Anteil	Warum die KI diese Quelle wählt	Rolle von e-concierge.de
Blogs & Fachportale (Third-Party / Earned)	**~38% – 42%**	**KI vertraut** neutralen Magazinen, Listicles und Testberichten **weit mehr** als Firmenwerbung.	Perfekter Fit: **e-concierge® liefert** genau diesen unabhängigen **Dritt-Plattform-Anker**.
Journalismus & Medien-Webseiten	**20% – 25%**	Aktuelle **Berichterstattung** und redaktionelle Qualität für **Fakten** und **Entitäten**.	**PR-Schnittstelle**: Bietet die nötige journalistische Struktur **für Such-Crawler**.
Community, Social & UGC (Reddit, etc.)	**15% – 18%**	Echtes Nutzer-Feedback und Diskussionen aus erster Hand.	**Social-Hebel**: Die Verzahnung mit der Fanpage & der Community von **Concierge Gerry.**
Eigene Firmen-Webseiten (Owned Media)	**< 8%**	Werden von KI oft als „subjektiv/werblich“ gefiltert. Eigene Angaben gelten als unzureichend.	Die Brücke: Firmen brauchen den Blog, um überhaupt in die KI-Antworten reinzukommen.

Vorteil für Geschäftspartner:

Warum eine Firmen-Website bei KI-Suchen (wie ChatGPT) nicht ausreicht:

Wenn Ihre Kunden künftig ChatGPT oder Google fragen: 'Welcher Anbieter/Dienstleister ist der beste in Berlin?', greift die KI zu **unter 8%** auf Ihre **eigene Firmenwebsite** zurück. Die **KI verlangt** neutrale **Bestätigung** von außen (**Drittmedien**).

Ein Artikel auf e-concierge.de ist für die KI der 'Beweis', dass es Ihr Unternehmen wirklich gibt und Sie zu den Top-Empfehlungen gehören.

Wer heute nur in eigene Banner oder gesichtslose Ads investiert, verliert den Anschluss. Über 60% der KI-Zitate stammen aus der Kombination von Blogs, Fachmedien und aktiver PR.

Wer bei e-concierge® bucht, erwirbt nicht nur kurzfristigen Traffic pro Klick – sondern investiert, durch den Blogbeitrag, nachhaltig in die eigene Präsenz in den KI-Suchmaschinen der Zukunft.

Diese Information ist aufgrund der abgebildeten Auswertung (Seite 1) zu einer ganz speziellen Kampagne Ü30 Party entstanden. Es ist keine Kalkulation, um andere Kampagnen zu stützen oder den Preis pro Klick zu garantieren. Es hängt von vielen Faktoren ab (Thema/Story/Produkt/Zeitpunkt) - Diese Faktoren können alle besprochen und müssen berücksichtigt werden.

© Concierge Gerry

Gernot B. Frank
+49 163 709 81 53
concierge@e-concierge.de