

## MARKETING UND SOCIAL-MEDIA FÜRS HANDWERK

## Expertentipps von Michael Christmann



## TIPP 5: Wie finde ich brauchbare Inhalte?

**Wie Sie aus Ihrem Alltag die Themen für Ihre Social-Media-Kanäle finden.**

Suchen Sie nicht lange nach Themen und zerbrechen sich den Kopf darüber, was genau Sie Ihren Fans zeigen und sagen wollen. Fangen Sie mit den einfachsten Sachen an. Nehmen Sie Bilder Ihrer Arbeiten und klären Sie vorher mit Ihren Kunden und Mitarbeitern, dass Sie gerne Bilder veröffentlichen möchten. Halten Sie dabei einfache Spielregeln ein und stellen Sie keinen Ihrer Mitarbeiter bloß oder geben Sie zu erkennen, bei welchem Kunden Sie gerade zum Beispiel das Badezimmer neu gemacht haben. Adressangaben und Kundennamen sind tabu, es sei denn, es ist abgesprochen oder es handelt sich zum Beispiel um die Außenansicht eines frei zugänglichen Gebäudes.

Wenn Sie kein Risiko eingehen möchten, fragen Sie lieber einmal zu viel. Zeigen Sie sich und Ihr Team bei den täglichen Arbeiten. Jedes Mal dann, wenn Sie selbst das Gefühl haben, das war jetzt eine besondere Arbeit, haben Sie wieder eine gute Gelegenheit, zwei Zeilen dazu zu schreiben. Nutzen Sie Firmenfeiern, Jubiläen, Auszeichnungen und Fortbildungen, um Ihren Fans zu zeigen, was bei Ihnen im Betrieb für großartige Sachen passieren. Das wirkt sich auch auf die Menschen aus, die vielleicht gerade in Ihrem aktuellen Betrieb unzufrieden sind.

**Michael Christmann ist Inhaber des Bonner Traditionsunternehmens Stuck-Belz. Seine 15 Mitarbeiter kümmern sich um die Sanierung historischer Gebäude. 2017 wurde Stuck-Belz als innovativster Stuckateur mit einem Sonderpreis bei Stuckateur des Jahres ausgezeichnet. Es folgten der Marketingpreis für die beste Social-Media Kampagne, der deutsche Mittelstandspreis für Marketing »Der Ludwig« und 2018 der Digital Champions Award im Vorentscheid West für das Beste digitale Kundenerlebnis. Außerdem erzielte Stuck-Belz in einer Online-Abstimmung zum besten Ausbildungsbetrieb im europäischen Handwerk den zweiten Platz.**

Die Wahrscheinlichkeit, einen neuen Mitarbeiter auf diesem Weg für den eigenen Betrieb zu finden, funktioniert aus eigener Erfahrung sehr gut. Unterschätzen Sie nicht, was ein ordentliches Auftreten und Miteinander nach außen ausstrahlt, nicht nur gegenüber eventuellen neuen Mitarbeitern.

Wenn aktuell nichts dergleichen ansteht, überlegen Sie, welche Fragen Ihre Kunden immer wieder stellen. Dann fangen Sie mit diesen Themen an. Beim Kunden macht es einen guten Eindruck, wenn Sie auf seine Frage auf einem Ihrer Kanäle schon eine passende Antwort bereithalten. Legen Sie dabei die Messlatte für Perfektion nicht zu hoch an. Das soll keine Aufforderung sein, nur halbe Sachen zu machen. Oft sind die eigenen Ansprüche höher, als diese für die Sache nicht erforderlich sind. Ein aus Ihrer Sicht nicht ganz perfektes Bild ist besser, als keinen Post zu machen.

Ihr Michael Christmann

