



1 Etwa die Hälfte der 14- bis 64-jährigen Bevölkerung in Deutschland ist inzwischen Mitglied in einem sozialen Netzwerk und täglich werden es mehr. *Foto: Fotolia*

Wem nutzen soziale Medien?

Die Unternehmenskommunikation – auch im Handwerk – findet immer mehr im Internet statt: Social Media ist in aller Munde. Es ist nichts anderes, als im Netz persönliche Beziehungen aufzubauen und diese sinnvoll zu nutzen.

Die sozialen Medien verändern das Marketing dramatisch und viele klassische Werbewege funktionieren in Zukunft nicht mehr wie gewohnt. Etwa die Hälfte der 14- bis 64-jährigen Bevölkerung in Deutschland ist inzwischen Mitglied in einem sozialen Netzwerk und täglich werden es mehr. Trotz dieser beeindruckenden Zahlen sind viele Handwerksunternehmen darauf nicht vorbereitet. Wegschauen hilft nicht, die bessere Strategie ist: machen Sie mit!

Warum Sie Social Media nutzen müssen

Das Internet befindet sich in einem gewaltigen Veränderungsprozess und die sozialen Medien nehmen immer mehr Einfluss auf geschäftliche Bereiche. Früher reichte eine Website aus. Heute ist die Website lediglich ein Mosaikstein im gesamten Internetmarketing-Konzept. Die Menschen verbringen zunehmend mehr Zeit

in sozialen Netzwerken und holen sich dort Tipps und Empfehlungen. Mundpropaganda ist nach wie vor ein wichtiger Werbeweg, Social Media ist die moderne Form davon. Diese Entwicklung geht quer durch alle Gesellschafts- und Altersschichten. Auch für gute Platzierungen bei Google und Co. werden Links aus dem Bereich Social Media immer wichtiger. Die dahinter stehende Google-Logik: wer in Social Media Portalen nicht vorkommt, existiert faktisch nicht. Denn was wichtig ist, wird heute online diskutiert. Durch die sozialen Medien werden erhebliche Werbeerfolge ohne großen Aufwand möglich. Was gefällt, verbreitet sich rasend schnell über diverse Kanäle. Behalten Sie stets die Kontrolle darüber, was auf Ihren Seiten passiert. Denn Informationen über schlechten Service oder schlechte Produkte verbreiten sich schneller, als Sie denken!

Nicht abwarten – aktiv werden bringt Erfolg

Ich kann mich noch gut daran erinnern. Es war genau vor zehn Jahren, als ich mir erstmalig ein Konto in einem sozialen Netzwerk angelegt habe. Damals hieß dieses Netzwerk noch »Open BC«, heute heißt es »Xing«. Nach einigen Monaten kam ich zu der Erkenntnis, online zu netzwerken funktioniert nicht und habe meine Beobachtungen auf dieser Plattform wieder eingestellt. Nach und nach las ich die ersten Artikel zum Thema Social Media und ich erkannte, dass ich in meinem ersten Social Media-Netzwerk einen entscheidenden Fehler gemacht habe: ich habe abgewartet! Es sollte etwas passieren, sozusagen von selbst. Mittlerweile weiß ich, so kann es nicht funktionieren.

Social Media erfolgreich zu nutzen bedeutet, selbst aktiv zu werden. Nur wie? Ich habe mich fortan mit dem Thema beschäftigt und verschiedene Dinge ausprobiert. Mittlerweile hat mein kleines Handwerksunternehmen viele tausend Social Media-Kontakte auf Facebook, Twitter, Xing und Co. und wir generierten darüber in 2014 etwa 37 Prozent unseres Firmenumsatzes. Alles lukrative Aufträge, die wir ohne Netzwerke nie bekommen hätten. Und immer wieder hängen Folgeaufträge daran. Social Media ist in unserem Betrieb nicht mehr wegzudenken.

Shitstorm-Risiko

Die mir am meisten gestellte Frage von Teilnehmern nach meinen Vorträgen ist: »Wie gehen Sie mit negativen Einträgen um?« Negative Einträge scheinen die größte Angst von Neueinsteigern zu sein. Ich musste erst überlegen, ob ich überhaupt schon einmal einen negativen Beitrag bekommen habe. Sicher ist, je weniger Angriffsfläche Sie der Internetwelt für Negativeinträge bieten, desto weniger bis gar nicht kommen solche Kommentare vor. Wenn Sie allerdings unfreundlich und unzuverlässig sind sowie zahlreiche unzufriedene Kunden haben und womöglich in verschiedenen Internet-Foren gegen andere Dampf ablassen, dann sollten Sie sich über Negativkommentare nicht wundern.



2 Ob Laptop oder Handy: Soziale Medien sind aus unserem Alltag kaum mehr wegzudenken. Foto: Fotolia

Allerdings: wenn Sie andere anerkennen, wird man auch Ihre Beiträge wertschätzend kommentieren. Getreu dem Motto: »Wie man in den Wald hineinruft, schallt es wieder heraus.« Mit der richtigen Strategie kann Social Media auch für Sie und Ihr Unternehmen funktionieren. Einige Handwerksbetriebe machen es bereits eindrucksvoll vor.

Die wichtigsten Social Media Portale im Überblick

Facebook: Diese Plattform dominiert weltweit die sozialen Netzwerke und hat zwischenzeitlich die Schallmauer von einer Milliarde Mitgliedern durchbrochen. 25 Millionen Deutsche sind auf Facebook aktiv. Ein geschäftliches Profil auf Facebook ist daher Pflicht für jeden Betrieb, um Kontakte zu knüpfen, Produkte zu bewerben und Neukunden zu gewinnen.

Mit einer Facebook-Firmenseite können sich Betriebe eigene Fangemeinden aufbauen, die ihre Beiträge mit »Gefällt mir« markieren und die wiederum diese Beiträge an ihre Kontakte weiterempfehlen können. Die

Schwerlastkonsole SLK®-ALU-TR



Anwendung

- Treppen
- Markisen
- Vordächer



Anbauteile aus Metall in Wärmedämmverbundsystemen führen nachweislich zu Wärmeverlusten. Ausschlaggebend hierfür sind Befestigungen direkt auf das Mauerwerk. Die Lösung liegt in einer thermischen Entkoppelung. Dosteba hat hierfür diverse thermisch getrennte Montageelemente entwickelt.

Dosteba GmbH

D-72770 Reutlingen-Betzingen
 Telefon: +49 (0)7121 30177-10
 Web: www.dosteba.de

Dosteba

Elemente sind unsere Stärke



3 Social Media steht für Kommunikation. Durch die sozialen Medien werden erhebliche Werbeerfolge ohne großen Aufwand möglich. Was den Nutzern gefällt, verbreitet sich rasend schnell über diverse Kanäle. Grafik: Pixelio

Facebookseite www.facebook.com/malerische.wohnideen ist ein gutes Beispiel. Auf Facebook blüht das Empfehlungsmarketing. Die Anmeldung ist kostenlos.

Xing

Im Gegensatz zu anderen sozialen Netzwerken, überwiegen bei Xing die geschäftlichen Kontakte. Rund 13 Millionen Mitglieder weltweit nutzen diese Plattform, davon über sieben Millionen im deutschsprachigen Raum. Außerdem gibt es über 50 000 Fachgruppen zu nahezu allen Themenbereichen.

Die Basis-Mitgliedschaft bei Xing ist kostenfrei. Empfehlenswert ist die Premium-Mitgliedschaft zu fünf Euro pro Monat wegen der Zusatzfunktionen wie beispielsweise der Anzeige der Besucher Ihres Profils, Profilbesucher-Analyse, erweiterte Mitgliedersuche, Versand persönlicher Nachrichten auch an Nicht-Kontakte und dergleichen. Hier begegnen Sie Hausverwaltungen und Architekten. Einige Handwerksunternehmer nutzen Xing sehr erfolgreich.

Twitter

Twitter ist der Kurznachrichtendienst, der weltweit schon lange 500 Millionen Nutzer überschritten hat. In Deutschland ist dieses soziale Medium mittlerweile

gesellschaftsfähig und es wird von einigen Handwerksbetrieben bereits sehr erfolgreich eingesetzt. Die Anmeldung ist wie bei den meisten Social Media-Portalen kostenlos. Betriebe senden hierüber Infos aus ihrer Firma, zum Beispiel über anstehende Events, Erfahrungen und Erlebnisse bei Aufträgen und Unterhaltsames aus dem Unternehmensalltag.

Ein Beispiel für diese Strategie finden Sie unter www.twitter.com/schoenewaende. Die Nachrichten (Tweets) haben eine maximale Länge von 140 Zeichen und können auch einen Link zu einer Website und auch Bilder enthalten.

Youtube

Mehr als 800 Millionen Menschen besuchen die Youtube-Website jeden Monat. Die Anmeldung ist ebenfalls kostenfrei. Auch für Handwerksbetriebe bieten sich gute Marketingchancen, wie das Best-Practice-Beispiel Maler Heyse unter www.youtube.com/user/HEYSE37 zeigt. Wichtig dabei, man sollte nicht zu kompliziert denken. Gut gemachte Amateur-Videos reichen aus, der Mehrwert ist entscheidend. Gerade Handwerksbetriebe haben in diesem Bereich sehr viele hilfreiche Tipps aus der Praxis zu bieten.

Instagram/Pinterest

Das Auge kauft mit. Immer mehr Unternehmen beziehen Bilder-Netzwerke aktiv in ihre Marketingstrategie mit ein. Laut Statistik zählen Pinterest und Instagram zu den meistbesuchten Webseiten weltweit. Die Anmeldung ist bei beiden kostenfrei. Beide Portale rangieren als Traffic-Quellen auf einem ähnlich hohen Niveau wie Google oder Twitter. Sogar Facebook, dem größten Social-Traffic-Lieferanten, sind beide auf den Fersen. Bilderportale funktionieren wie Suchmaschinen. In den Ergebnislisten bei Google rangieren Treffer aus Pinterest und Instagram weit vorne. Ein schönes Beispiel aus dem Handwerk ist www.instagram.com/malertrynoga.

Tipps für Social Media-Starter

Informieren Sie sich zuerst über Ihre Möglichkeiten auf den wichtigsten Plattformen. Finden Sie heraus, wo Sie am ehesten Ihre Zielgruppe antreffen. Beobachten Sie die Besten Ihrer Branche und schauen Sie sich in anderen Branchen um. Wie machen es die Erfahrenen und was davon können Sie auf Ihre künftige Social Media-Strategie übertagen? Dann starten Sie auf einer, maximal auf zwei Plattformen und zwar mit übersichtlichem Aufwand.

Testen Sie, welche Vorgehensweise Ihnen liegt und beobachten Sie, wie die Menschen im Netz darauf reagieren. Sie werden schnell sehen, dass Sie bereits zu diesem Zeitpunkt damit begonnen haben, sich eine eigene Social Media-Strategie zu erarbeiten.

*Volker Geyer,
Maler- und Lackierermeister,
Betriebswirt des Handwerks*

**Die »Google-Logik« besagt:
wer in Social Media-Portalen nicht vorkommt,
existiert faktisch nicht. Denn was wichtig ist,
wird heute online diskutiert.**