



## Social Media für Stuckateure

**Facebook und Co. eröffnen Unternehmen aus dem Handwerk neue Möglichkeiten, auf sich aufmerksam zu machen. Tipps für einen leichten Einstieg gab ihnen Michael Christmann am 17. Februar in einem informativen Workshop von ausbau + fassade.**

Der Stuckateurmeister aus Bonn ist Praktiker und weiß in Bezug auf Soziale Medien, wovon er spricht: Er und sein Unternehmen (Stuck Belz) wurden gleich mehrfach dafür ausgezeichnet. Im Rahmen des Marketingpreises des deutschen Handwerks war Michael Christmann der Gewinner für die »Beste Social-Media-Kommunikation«. Und beim Wettbewerb »Stuckateur des Jahres 2017« gab es den Sonderpreis für »Innovation«. Seine Präsenz in den Sozialen Medien hatte der Jury ausnehmend gut gefallen.

Der Veranstaltungsort, das »Podium 49« in Bonn, war Mitte Februar gut gefüllt, schließlich galt es, spannende Fragen zu beantworten, wie zum Beispiel: »Was will ich mit meiner Präsenz in den Sozialen Medien erreichen?«, auch die Themen »Netzwerken« und die »Interaktion mit Nutzern« wurde im Detail besprochen. Christmann machte deutlich, dass die User im Netz ernst genommen werden wollen: »Sie wollen ihre Probleme darstellen und Lösungen dafür finden.« Die Sozialen Medien seien ideal, um verschiedene Meinungen zu äußern und sich mit anderen auszutauschen. Für den Stuckateur sei dies eine große Chance, um sich als Problemlöser darzustellen – als Betrieb, der kompetente Dienstleistungen anbietet und authen-

tisch und sympathisch mit seinen Kunden umgeht.

### Kundenbindung und Emotionen

Christmann wies darauf hin, dass auch im Bereich Marktforschung und Kundenbindung soziale Medien wichtig seien. Man müsse natürlich zunächst wissen, wie und wo man sich im Internet darstellen wolle. Der Unternehmer betonte: »Verbindungen schaffen Emotionen!« Dafür sei es allerdings nötig, sich die Mühe zu machen und regelmäßig verschiedene Kanäle zu bespielen und Infor-

**1 Social Media-Experte Michael Christmann riet den Workshop-Teilnehmern: »Das Wichtigste ist, sich vorher einmal Gedanken zu machen, wo die Reise hingehen soll und dann einfach machen.«**

mationen einzustellen. Die kleine, aber hoch motivierte Teilnehmergruppe hakte sofort nach: »Welche Kanäle sind wichtig und wie viele Kanäle kann ich bedienen?«, wurde gefragt. Christmann ging deshalb explizit auf die Besonderheiten von Xing, Instagram, Pinterest, Snapchat, Facebook, FB Messenger, YouTube, Threema, WhatsApp, Twitter, G+, Skype und LinkedIn ein.

Wenn man seine Zielgruppe kennen würde, könne man auch erkennen, welcher Kanal der richtige sei, so Christmann. Ferner empfahl er, sich mit Gruppen zu verbinden oder selbst welche zu gründen. Diese würden untereinander die Posts teilen und somit die Reichweite vergrößern. Zum Schluss empfahl Christmann, den Usern auch die eigenen Erfolge zu schildern und Bewertungen abzugeben. Falls man selbst negativ bewertet worden sei, riet er zum direkten Kontakt mit dem Nutzer. Im persönlichen Gespräch würden sich manche Probleme schnell und gütlich regeln lassen.

Die Teilnehmer des Workshops hatten jedenfalls viele wertvolle Tipps und Informationen erhalten. Unisono hieß es am Ende eines lernintensiven Tages: »Eine tolle Veranstaltung. Gerne wieder!«

*Damir Mioc*



**2 Eine kleine, aber hoch motivierte Gruppe lauschte den Ausführungen von Michael Christmann.**

*Fotos: Feuerstein*