"Einfach machen"

Michael Christmann von Stuck Belz gibt mittelständischen Betrieben Tipps bei der Social-Media-Nutzung

VON MATTHIAS KIRCH

BONN. Als der Aufstieg von Facebook auch in Deutschland begann, war Michael Christmann äußerst skeptisch. "Damit wollte ich nichts zu tun haben", sagt der Inhaber des Bonner Stuckateurbetriebs Belz. Als ihm aber klar wurde, dass er seinen Betrieb in dem sozialen Netzwerk gut präsentieren kann, meldete er sich doch an. Das war 2011.

Heute ist Facebook ein sehr wichtiger Bestandteil der Marketingstrategie des Handwerksbetriebs, der zuletzt sein 70-jähriges Bestehen feierte. "Zwei- bis dreimal in der Woche posten wir dort Dinge aus unserem Arbeitsalltag", erzählt Christmann. Neben Facebook nutzt er auch das Videoportal Youtube oder den Fotodienst Instagram für seine Zwecke. Wichtig ist ihm dabei, die 14 Mitarbeiter in den Prozess mit einzubinden: Sie sollen bei der Arbeit stets einen Blick für ein mögliches Fotomotiv haben.

Seinen Bekanntheitsgrad hat der Betrieb in den vergangenen Jahren damit erheblich gesteigert. Und nicht nur das: Die in der Handwerksbranche übliche verzweifelte Suche nach Auszubildenden kennt Christmann nicht, es gibt genügend Bewerber. "Wenn man auf den Social-Media-Kanälen unterwegs ist, kann man nicht übersehen werden", sagt der Belz-Ge-

schäftsführer und schiebt mit Blick auf die Nutzung der Netzwerke noch einen Rat an seine Handwerkskollegen hinterher: "Mein Tipp ist: Einfach machen."

Christmann war mit seinem Betrieb so etwas wie das leuchtende Beispiel für gelungene Digitalisierung in einem mittelständischen Unternehmen, die im Zentrum einer Veranstaltung im neuen Postbank-Vertriebscenter in der Bonngasse stand. Impulse lieferten dabei auch eine Reihe von Start-ups aus der Region, darunter das Kölner Portal Resment. Mit dem können Betriebe mehrere Aufgaben der Personalverwaltung erledigen, so etwa die Schichtplanung oder Zeiterfassung. Laut Gründer Marc Stratmann handelt es sich um ein selbstlernendes System: "Je länger Sie es nutzen, desto mehr Zeit sparen Sie."

Die wirtschaftliche Stärkung von Geschäften in Zeiten des blühenden Onlinehandels hat sich dagegen Andreas Fiacco mit seinem Bonner Start-up Spotilike zum Ziel gesetzt. Damit sollen etwa Einzelhandel, Friseure oder Handwerksbetriebe ihren Bekanntheitsgrad steigern und Kunden an sich binden. Die können umgekehrt über eine App profitieren: Wenn sie im stationären Handel einkaufen. werden ihnen Rabattaktionen angeboten. Von seiner Idee hat Fiacco in Bonn bislang 60 Geschäfte überzeugt.