



# Der Weg in die Zukunft

## Kein Paradox: Handwerk und Social Media

Wir leben in einer digitalen Welt. Rechnungen kommen per E-Mail und Geschenke kauft man bequem im Onlineshop. Um langfristig erfolgreich zu sein gilt es, die technischen Errungenschaften für das eigene Geschäft zu nutzen. Einer, der es geschafft hat, ist Matthias Schultze, geschäftsführender Inhaber vom Malerfachbetrieb Heyse GmbH & Co.KG und Franchisegeber des Partnernetzwerks [www.mein-maler.de](http://www.mein-maler.de). Sein Unternehmen stand kurz vor der Pleite, doch dank der Präsenz in Social-Media-Kanälen ist er heute erfolgreicher denn je. Lesen Sie alle Details über den erfolgreichen Start in die Social-Media-Welt in unserem Interview.

Von Sarah Schmidt

**FOCUS:** Ihr Unternehmen befand sich in einer schwierigen Lage. Warum war für Sie die Online-Präsenz auszubauen der beste Weg aus der Krise?

**Schultze:** Es war das Jahr 2008 und wir haben innerhalb kürzester Zeit wiederholt Kundeninsolvenzen durchleben müssen. Ausstehende Rechnungen wurden nicht mehr an uns gezahlt und hinzu kam ein durch mich verkalkuliertes Großprojekt, was uns in der Summe fast den Gar ausgemacht hätte. Onlineaffin bin ich bereits seit 1997 und auch geschäftlich nutze ich das Internet seit dieser Zeit. Die Krise hat mir dann aber deutlich gezeigt, wie austauschbar man ist, wenn die Alleinstellungsmerkmale und Besonderheiten eines

Unternehmens und seiner Mitarbeiter nicht nach außen getragen werden.

Sehr früh haben wir damit begonnen unser Unternehmen ins Internet zu bringen und zu zeigen, was wir können, was wir erleben und wer unsere Mitarbeiter sind. Mit den Jahren konnten wir so unsere Reputation stärken und Schritt für Schritt unsere Marke bekannter machen. Gerade in der Krisenzeit haben wir es somit leichter gehabt, neue Wege zu gehen und uns aus dem Kern der damaligen Unannehmlichkeiten freizuschwimmen. Das hat mich weiter bestärkt unsere Außendarstellung via Internet- und Social-Media-Marketing zu verfeinern und unsere Geschichten zu erzählen. So ist es



uns über die Jahre sehr gut gelungen, neue Märkte zu schaffen und viele Menschen kennenzulernen, die Lösungen für neue Räume und Fassaden wünschen, die mein Team und ich liefern. Das hat sehr viel Mut gebraucht.

**FOCUS:** Mittlerweile haben Sie eine außerordentlich informative Webseite und Sie sind in allen einschlägigen Netzwerken vertreten. Wie war das bevor Sie anfangen alles umzukrempeln?

**Schultze:** In der Welt davor, also in Analogistan, war es deutlich schwerer seine Bekanntheit auszubauen. Natürlich haben wir zu den Zeiten auch von Mund-zu-Mund-Propaganda und Weiterempfehlungen profitiert, doch es war wesentlich zeitaufwändiger und mühseliger, seine Wunschprojekte zu realisieren und seine Marktanteile zu sichern. Hinzu kam auch der finanzielle Aufwand an Werbung, der notwendig war, um sich auch hier regelmäßig in Erinnerung zu bringen.

**FOCUS:** Was war die erste Online-Maßnahme, die Sie gestartet haben?

**Schultze:** Eine Internetseite. Das war 1997/1998. Hier habe ich mich sehr intensiv mit den damaligen Chancen und Möglichkeiten beschäftigt, die das Internet zu dem Zeitpunkt hergab. Folglich realisierten wir unsere erste Internetseite, auf der wir uns vorstellten, die Mitarbeiter zeigten, unsere Dienstleistungen erklärten und bereits ein Forum mit Gästebuch pflegten. Nach und nach modernisierten wir die Seiten und passten sie regelmäßig den Neuerungen an.

**FOCUS:** Wie lange mussten Sie auf erste Erfolge warten?

**Schultze:** Erfolge sind relativ. Da wir bereits 1998 eine eigene Webseite hatten und auch passend zu der Domain [www.maler-heyse.de](http://www.maler-heyse.de) den entsprechenden E-Mail-Account hatten, machten wir das auf den Fahrzeugen, dem Geschäftspapier, Visitenkarten, Gerüstsegeln, Berufskleidungen etc. sichtbar. Somit suggerierten wir bereits sehr früh, dass wir auch digital durchstarten, um in Kontakt zu gehen. Das wurde dankend angenommen und genutzt. Mit den Jahren und den vielen neuen Möglichkeiten wie z.B. Google, brachte uns das eine enorme Sichtbarkeit, Markenbildung und einen Expertenstatus. Daraus resultierten immer mehr Anfragen, die wir zu Aufträgen ummünzen konnten, was wir auch nach wie vor tun.

**FOCUS:** Hat sich durch die verstärkte Online-Präsenz auch Ihr Kundenstamm verändert?

**Schultze:** In der Tat. In der Zeit Analogistans haben wir 80% unseres damaligen Umsatzes mit 4-6 Kunden gemacht und zu der Zeit war das für uns auch völlig in Ordnung. Die neue Sichtbarkeit und die immer weiter zunehmenden Artikel auf den Webseiten und im Blog bringen uns große Aufmerksamkeit zu vielen verschiedenen Themen. Daraus generieren wir nach wie vor wundervolle Wunschkunden und Wunschaufträge, die wir mit großer Leidenschaft pflegen und realisieren. Unser Geschäft und unsere Kunden haben sich komplett

verändert. Es ist uns dadurch gelungen eine Vielzahl an Neukunden zu gewinnen, was uns ein gesundes und organisches Wachstum ermöglicht. Darauf sind wir sehr stolz.

**FOCUS:** Hat sich am Umfang Ihrer Dienstleistungen etwas geändert?

**Schultze:** Wir haben uns mit Sicherheit in einigen Leistungsfeldern noch weiter spezialisiert und hervorgetan, andere Aufgaben und Dienstleistungen sind hinzugekommen und wurden dadurch verfeinert. So ist es uns gelungen, einen eigenen Bereich ausschließlich für hochwertige Lifestyle-services und Raumgestaltungen ins Leben zu rufen, was alleine acht Mitarbeiter das ganze Jahr beschäftigt.

**FOCUS:** Wie finden Ihre Mitarbeiter die Online-Präsenz? Sind sie mittlerweile sowas wie Lokal-Prominenz?

**Schultze:** Wir stoßen auf absolute Begeisterung bei den Mitarbeitern und sehen eine große Motivation dadurch in jedem Einzelnen. Unsere enorme Sichtbarkeit und auch die vielen Mitarbeitergeschichten haben natürlich auch dazu beigetragen, dass unsere Mitarbeiter immer bekannter werden. Das freut alle umso mehr. Oft werden wir bereits herzlich namentlich begrüßt und hören schon Vieles von Menschen, denen wir so noch nie begegnet sind. Das zeigt uns, wie wichtig es ist, sich zu zeigen und seine Geschichte zu erzählen.

**FOCUS:** Das Internet ist eine wunderbare Sache, die allerdings auch ihre Tücken aufweist. Gab es für Sie Schwierigkeiten, an die Sie vorher nicht gedacht haben?

**Schultze:** In der Tat. Wo Licht ist, ist auch Schatten. Die neuen Medien zu nutzen, sich zu zeigen und Geschichten aus dem unternehmerischen Alltag und auch aus dem Privatleben preiszugeben bedeutet, dass man transparenter wird und somit auch angreifbarer. Damit umzugehen ist ein Prozess des Lernens und Anerkennens. Hinzu kommt auch, dass die Zeitinvestition in die neuen Medien – verbunden mit der regelmäßigen Pflege – eine nicht zu unterschätzende Angelegenheit ist, die Umdenken bedeutet, um sich die Zeit zu verschaffen. Hier kommt man schnell an Grenzen. Für mich war das eine enorme Veränderung im unternehmerischen Alltag. Hier musste ich lernen viele meiner Aufgaben an mein Team zu delegieren, um Zeit zu finden. Doch heute weiß ich, dass ich es mir nicht mehr leisten kann, kein Internet- und Social-Media-Marketing mehr zu betreiben.

**FOCUS:** Vielen Dank für das Interview! ■

