

Intelligentes Marketing

Matthias Schultze bloggt für seine Partner im MeinMaler-Netzwerk/
Social Media im Handwerk | Teil 1

Wie mache ich mein Unternehmen sichtbarer, greifbarer und erfolgreicher? Am besten online! Davon sind immer mehr Unternehmen überzeugt. Auch viele Maler- und Stuckateurbetriebe in Deutschland wollen mit Social Media-Aktivitäten auf Facebook, Twitter oder in einem Weblog den Kontakt zu ihren Kunden intensivieren, aus dem Maleralltag berichten und neue Kunden finden. „Vernetzt“ heißt das Zauberwort auch für Matthias Schultze – und zwar gleich im doppelten Sinn: was den Draht zu seinen Kunden angeht und zu anderen Malerfachbetrieben. Der Inhaber und Geschäftsführer der Heyse Malerfachbetrieb GmbH & Co. KG in Isernhagen, seit Jahren ein begeisterter Blogger, hat vor einem Jahr das Partner-Netzwerk „MeinMaler“ ins Leben gerufen und bündelt damit die Kompetenzen von derzeit sieben Firmen auf einer gemeinsamen Plattform im Internet.

„Das war mir eine Herzensangelegenheit“, sagt der 43-jährige Malermeister, denn eine Plattform dieser Art, die

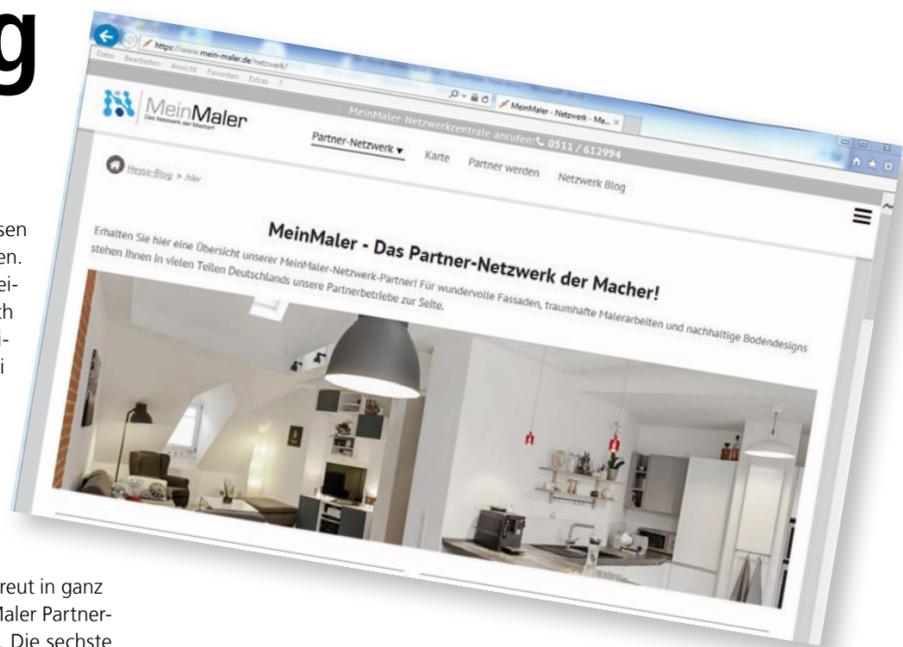


Stark vernetzt mit seinen Kollegen und Kunden: Malermeister Matthias Schultze

Social-Media und Internet-Marketing, aber auch klassische Werbung für Malerbetriebe anbietet, habe es vorher nicht gegeben. Dabei kämen vor allem in inhabergeführten Firmen, in denen der Chef oftmals auch auf der Baustelle mit anpackt, Marketingaktivitäten zu kurz. Und ein professioneller Auftritt im Netz zum Beispiel spiele für Unternehmen doch eine enorm wichtige Rolle. „Das Internet entwickelt sich ständig weiter“, betont Matthias Schultze. „Wir

sollten uns darauf einlassen und unsere Chancen nutzen. So können wir uns gegenseitig unterstützen und nach vorne bringen.“ Seine Philosophie: Jeder Betrieb sei einzigartig und konzentriere sich auf seine bevorzugten Geschäftsfelder. Doch Hand in Hand könne man effektiver nach vorne gehen.

Fürs Erste haben sich fünf externe Firmen, verstreut in ganz Deutschland, dem MeinMaler Partner-Netzwerk angeschlossen. Die sechste ist eine Tochter seines Malerfachbetriebs, die auf Farb- und Raumgestaltung spezialisierte Heyse Lifestyle. Alle Beteiligten profitieren von der gemeinsamen Plattform, auf deren Startseite alle Betriebe per Firmenlogo vertreten sind. Wenn ein Besucher auf eines der Logos klickt, landet er auf der jeweiligen Unternehmensseite. Doch wie findet ein Interessent überhaupt zu seinem MeinMaler? Zum Beispiel über Google. Wer in die Suchmaschine beispielsweise „Betonoptik“ und „Fulda“ eingibt, erhält als oberen



Treffer die MeinMaler-Website, den Partner vor Ort. Und mit einem weiteren Klick gelangt er zur Seite vom Malerfachbetrieb Ruschke oder zur Baudekoration Sachs, die klassische Malerarbeiten und Spezialtechniken rund um Fulda anbieten. Neben den Leistungsportfolios ist auf den Seiten auch eine Bildergalerie mit Referenzfotos hinterlegt. Um all diesen Content kümmert sich Matthias Schultze, der täglich für das Partner-Netzwerk online ist und gegen eine monatliche Gebühr Infos und Blogbeiträge für alle sieben Firmen online stellt.

deutlich steigern. Wenn wir unsere Marketing-Aktivitäten bündeln, können wir Unternehmensabläufe optimieren und mit unseren Kunden, Partnern und Zulieferern effektiver im Dialog bleiben.“ Und diese haben selbstverständlich die Möglichkeit, ihr Feedback zu hinterlegen. „Es kann uns doch nichts Besseres passieren, als wenn ein völlig begeisterter Kunde im Netz erklärt, warum er sich für ein Produkt oder eine Dienstleistung entschieden hat und warum das am Ende goldrichtig war!“

Ob er in seinem 30 Mitarbeiter starken Betrieb auch noch „analoges“ Marketing macht? „Wir setzen zu etwa 90 Prozent auf digitale Werbung. Natürlich haben wir nach wie vor gebrandete Briefkuverts, beschriftete Firmenfahrzeuge sowie mit Werbung bedruckte Gerüstbanner – aber die weisen natürlich auf unser MeinMaler Partner-Netzwerk ins Internet.“ Dort gibt es übrigens Neuigkeiten, die nicht nur die Partnerbetriebe interessieren: Vor wenigen Tagen ist die MeinMaler-Akademie (www.mein-maler-akademie.de) gestartet, die Fortbildungen mit externen Referenten für alle interessierten Malerbetriebe anbietet. Das Netzwerk wächst!

Name: MeinMaler Partner-Netzwerk
Internetseite: www.mein-maler.de/netzwerk
Blog: www.mein-maler.de/meinmaler-netzwerk-blog
aktiv auf: Twitter, Facebook, Google+, Xing und Youtube



Vieles läuft digital, doch eben nicht alles. Beim MeinMaler-Partnertag werden regelmäßig Ideen ausgetauscht.

Eine davon ist der Malerbetrieb José Castillo in Mannheim. „Wir haben Visionen und wollen diese umsetzen. Nur hat uns bislang die Unterstützung gefehlt“, sagt Mitarbeiterin Birgit Köster. „Mit MeinMaler haben wir genau den richtigen Weg eingeschlagen. Einzelkämpfer war gestern, Gemeinschaft ist heute.“ Genau das schätzt auch Manuel Schröder, Inhaber der Fläming Malerei in Treuenbrietzen: „Als Partner können wir schwierige Situationen leicht lösen, weil wir auf eine Datenbank von Wissen zurückgreifen können, die kein anderes Netzwerk bietet“, erklärt der Malermeister. „Matthias Schultze sorgt für eine enorme Sichtbarkeit unserer Betriebe im Bereich Social Media und generell im Internet. Hier werden Nägel mit Köpfen gemacht.“ Die Vorteile dieser „digitalen Genossenschaft“ fasst Matthias Schultze so zusammen: „Der einzelne Betrieb gewinnt an Strahlkraft. Wir können die Zugriffszahlen unserer Firmen und somit die Sichtbarkeit und Wahrnehmung

Elastischer Kleber aus der Kartusche

StoSeal F 100 dichtet Fugen ab – einsetzbar in allen StoTherm-Systemen

Der neue Kartuschenkleber StoSeal F 100 verbindet hohe Klebekraft mit einfacher Handhabung. Und ist dank seiner sehr guten Verträglichkeit mit EPS- und XPS-Dämmstoffen universell verwendbar.

Fugen wollen abgedichtet sein – gerade an der Fassade, die von Wind und Wetter einer beständigen Dichtigkeitsprüfung unterzogen wird. Mit dem Dicht- und Klebstoff StoSeal F 100 steht für diesen Zweck ein langlebiges und nahezu universell nutzbares Material bereit. Der Kartuschenkleber basiert auf einem MS-Hybrid-Polymersystem, das auch in anderen Branchen verwendet wird, etwa im Fahrzeug- und Möbelbau oder in der Klimatechnik. Diese Materialbasis zeichnet sich durch eine hohe Klebekraft und Elastizität, ausgeprägte Wit-

terungs- und UV-Beständigkeit aus, härtet geruchslos durch den Einfluss von Luftfeuchtigkeit und ist zudem schnell überstreichbar. Für den Einsatz in Wärmedämm-Verbundsystemen erweist sich die sehr gute Verträglichkeit mit Dämmstoffen der EPS- und XPS-Familie als besonders vorteilhaft. So kann StoSeal F 100 mit diesen Dämmstoffen eine direkte Verbindung eingehen und auch Stoßfugen sicher abdichten. Darüber hinaus eignet sich der Kartuschenkleber insbesondere für die Verfüllung von Sto-Laibungselementen, Sto-Fensterbänken und StoDeco-Elementen. Selbst Putzrisse verschleißt das Material zuverlässig. Dank der niedrigen Viskosität können mit StoSeal F 100 sogar feinste Fugen ohne großen Kraftaufwand verschlossen werden – ein großes Plus im täglichen Arbeitsablauf.



Hohe Klebekraft, einfache Handhabung: Der Kartuschenkleber StoSeal F 100 dichtet die Fugen in allen StoTherm-Systemen ab.