



Angepackt – sofort umsetzbare Business-Impulse für Ihren Handwerksbetrieb. Alle 14 Tage neu für Sie.

Impuls für heute:

Storys – Inhalte und Funktionen

Welche Story Formate sinnvoll sind und wie Sie Inhalte gezielt einsetzen.

Inhaltsverzeichnis

Inhalt	Seite
Newsletter	2
Social Media Beiträge	3 - 4
Blogartikel	5 - 6
Fachtext / Kolumne	7 - 9

Newsletter

Betreff:

Storys effektiv nutzen – Social Media fürs Handwerk

Preheader:

Storys richtig angewendet – mehr Reichweite und Sichtbarkeit in Ihrer Region.



Liebe Handwerksbetriebe,

Social Media ist längst nicht mehr nur für große Marken relevant. Auch Handwerksbetriebe profitieren, besonders durch Storys. Diese kurzen Inhalte dauern meist 15 Sekunden und verschwinden nach 24 Stunden. Genau das macht sie ideal für spontane Einblicke – authentisch statt perfekt.

Kunden möchten sehen, wer hinter dem Betrieb steht und wie gearbeitet wird. Storys schaffen Nähe, Vertrauen und zeigen Fachkompetenz – ohne großen Aufwand. Mit Umfragen, Fragen oder kurzen Updates treten Sie direkt in Kontakt mit Ihrer Community. Das steigert Reichweite, Sympathie und Sichtbarkeit.

Quelle: KI generiert – bereitgestellt von MeistX

Entscheidend ist Regelmäßigkeit: Schon ein täglicher Blick in Werkstatt oder Baustelle genügt. Regionale Bezüge und klare Ansprache sorgen zusätzlich für Relevanz. Ob Infos, Projekte oder Aktionen – Storys sind eine einfache Möglichkeit, um präsent zu bleiben und Ihr Handwerk digital erlebbar zu machen.

Fazit:

Binden Sie Ihre Kunden mit Storys direkt ein: Persönliche Einblicke schaffen Nähe und echte Verbundenheit. Probieren Sie es aus und erleben Sie, wie einfach Kundenbindung sein kann.

Gemeinsam für mehr Sichtbarkeit - und ein starkes, modernes Handwerk.

#meistx #handwerkwirkt #sichtbarwerden



Social Media Beitrag 1

Handwerk im Fokus – Storys als Schlüssel zur Sichtbarkeit



Schon mal an Storys gedacht? Damit zeigen Sie Ihr Handwerk echt, nahbar und bleiben bei Kunden im Kopf – ganz ohne großen Aufwand.

Handwerk, das auffällt!

👉 **Vertrauen gewinnen** – Zeigen Sie echte Einblicke in Ihre Arbeit, damit Kunden spüren: Auf Sie ist Verlass.

👉 **Nähe zeigen** – Teilen Sie kleine Momente aus dem Alltag, die Ihren Betrieb menschlich und sympathisch wirken lassen.

👉 **Im Gespräch bleiben** – Mit kurzen Updates erinnern Sie Ihre Kunden immer wieder daran, dass es Sie gibt.

👉 **Einfach informieren** – Ob Termin, Aktion oder Hinweis: Mit Storys erreicht Ihre Botschaft direkt die richtigen Leute.

Quelle: KI generiert – bereitgestellt von MeistX

Werkstatt oder Baustelle – Storys geben Ihrem Handwerk Persönlichkeit und machen Ihren Handwerksbetrieb in Ihrer Region und darüber hinaus präsent und nahbar.

Fazit:

Storys sind ein wirksames und kostenfreies Mittel, um regional sichtbar zu bleiben. Entscheidend sind keine großen Inszenierungen, sondern Authentizität, Persönlichkeit und handwerkliches Können. So schaffen Sie Vertrauen und binden Ihre Kunden dauerhaft.

#meistx #handwerkwirkt #sichtbarkeit



Social Media Beitrag 2

Storys fürs Handwerk – mehr als nur Einblicke!

Gerade für regionale Betriebe sind Storys eine echte Chance: Sie machen Ihr Handwerk nahbar, transparent und persönlich – ein klarer Vorteil gegenüber anonymen Großanbietern.



Blick hinter die Lieferung – Zeigen Sie, wie Material oder Werkzeug ankommt. Das vermittelt Professionalität und Transparenz.

Projekt-Meilensteine feiern – Kurze Storys zu „Halbzeit geschafft!“ oder „Fertigstellung heute!“ machen Fortschritte sichtbar und greifbar.

Kundenstimmen teilen – Mit Einverständnis kleine Clips zufriedener Kunden posten. Das wirkt stärker als jede Werbung.

Mini-Tipps geben – Zeigen Sie kurze How-To's, z. B. „So pflegen Sie Ihre neuen Fliesen“. Positionieren Sie sich als Experte.

Quelle: KI generiert – bereitgestellt von MeistX

Mit Kreativität und Persönlichkeit machen Sie Ihr Handwerk digital erlebbar – nahbar, modern und immer sichtbar.

👉 **Jetzt Story starten & Ihr Handwerk sichtbar machen!** Zeigen Sie, wer Sie sind und was Sie können

#meistx #handwerkwirkt #sichtbarkeit

Blogartikel

Titel:

Nähe schafft Vertrauen – mit Storys Ihr Handwerk zeigen

Meta-Beschreibung:

Authentische Einblicke, die Kunden begeistern und in Erinnerung bleiben.



Quelle: KI generiert – bereitgestellt von MeistX

Social Media ist längst nicht mehr nur etwas für große Marken oder Influencer. Auch für regionale Handwerksbetriebe bieten Plattformen wie Instagram, Facebook oder WhatsApp wertvolle Chancen – besonders durch das gezielte Einsetzen von Storys.

Storys sind kurze, meist 15-sekündige Inhalte, die nach 24 Stunden automatisch verschwinden. Genau diese Kurzlebigkeit macht sie ideal für spontane, echte Einblicke in den Arbeitsalltag. Sie müssen nicht perfekt sein – sie sollen **authentisch und persönlich** wirken.

Gerade im Handwerk ist das ein großer Vorteil: Kunden möchten sehen, **wer hinter dem Betrieb steht**, wie gearbeitet wird und was Sie vom Marktbegleiter unterscheidet. Mit Storys können Sie Nähe schaffen, Vertrauen aufbauen und Ihre Fachkompetenz unter Beweis stellen – ohne großen Aufwand.

Auch in Sachen Kundenbindung und Reichweite sind Storys ein starkes Werkzeug. Über **interaktive Elemente** wie Umfragen oder Fragen können Sie direkt mit Ihrer Community ins Gespräch kommen. Das erhöht nicht nur Ihre Sichtbarkeit, sondern macht Ihr Unternehmen gleichzeitig sympathisch und ansprechbar.

Wichtig dabei ist vor allem **Regelmäßigkeit statt Perfektion**. Schon ein kurzer täglicher Einblick – z. B. aus der Werkstatt oder von der Baustelle – genügt, um im Gedächtnis zu bleiben. Auch regionale Bezüge und die gezielte Ansprache Ihrer Zielgruppe sorgen dafür, dass Ihre Inhalte lokal relevant und auffindbar bleiben.

Eine Studie von Next Level Handwerk betont die Wichtigkeit von Storytelling. Storys geben authentische Einblicke in den Arbeitsalltag und wecken so das Interesse junger Menschen, um sie für eine Ausbildung im Handwerk zu gewinnen. (Next Level Handwerk, Februar 2024)

Ob kurze Info, aktuelles Projekt oder kleine Aktion: Mit Storys können Sie Inhalte einfach und direkt vermitteln – ohne lange Vorbereitung oder teure Technik.

Fazit:

Storys auf Social Media sind eine unkomplizierte Möglichkeit, um als Handwerksbetrieb **sichtbar, nahbar und präsent** zu bleiben. Setzen Sie auf Persönlichkeit, zeigen Sie, was Sie können – und nutzen Sie die digitalen Chancen Ihrer Region.

Das richtige Format für Instagram-Storys:

Die Länge einer Video-Story ist mit 15 Sekunden optimal, maximal bis zu 60 Sekunden. Bilder in der Story benötigen die Auflösung 1080 x 1920 px (9:16).

Tipp:

Starten Sie einfach – ein kurzes Video mit dem Handy genügt. Ihre Kunden werden es Ihnen danken.

Fachtext / Kolumne

Titel:

Storys: Strategien, Formate und Chancen für mehr Reichweite und Sichtbarkeit

Welche Story-Formate Ihren Handwerksbetrieb erfolgreich machen.

Storys haben sich in den vergangenen Jahren zu einem zentralen Instrument der digitalen Kommunikation entwickelt. Plattformen wie Instagram, Facebook oder WhatsApp setzen stark auf diese Form der Kurzzeit-Inhalte. Für Handwerksbetriebe – ob Dachdecker, Tischler, Metallbauer oder Anlagenmechaniker – bieten Storys eine unkomplizierte Möglichkeit, die eigene Arbeit sichtbar zu machen und gleichzeitig Nähe zu Kunden aufzubauen. Entscheidend ist dabei nicht Perfektion, sondern Relevanz und Authentizität.



Quelle: KI generiert – bereitgestellt von MeistX

Inhalte mit Mehrwert statt Hochglanzinszenierung.

Handwerksbetriebe müssen keine aufwendig produzierten Videos erstellen, um mit Storys zu überzeugen. Viel wirkungsvoller sind Inhalte, die den Arbeitsalltag zeigen: eine Dachsanierung im Zeitraffer, der erste Schnitt eines Holzträgers oder der Blick auf eine frisch montierte Heizungsanlage. Solche Sequenzen vermitteln Kompetenz und schaffen gleichzeitig Vertrauen. Wichtig ist, dass die Inhalte echten Mehrwert bieten – sei es durch Information, Transparenz oder Unterhaltung.

Geeignete Story-Formate im Handwerk.

Neben den klassischen Einblicken in Projekte gibt es zahlreiche weitere Formate, die Handwerksbetriebe gezielt einsetzen können:

- **Schritt-für-Schritt-Dokumentationen:** Zeigen Sie, wie einzelne Arbeitsschritte ablaufen. Ob das Zuschneiden einer Metallplatte oder das Verlegen einer neuen Leitung – solche Sequenzen machen Prozesse nachvollziehbar und verdeutlichen die Fachkompetenz Ihres Teams.
- **Materialvorstellungen:** Viele Kunden wissen nicht, welche Unterschiede es zwischen Materialien gibt. Eine kurze Story über die Vorteile von Holzarten, Dämmstoffen oder innovativen Werkzeugen informiert und stärkt die Rolle des Betriebs als Experte.
- **Sicherheits- und Qualitätsstandards:** Handwerk lebt von Präzision und Sorgfalt. Storys, die die Einhaltung von Sicherheitsmaßnahmen oder die Qualitätskontrolle zeigen, unterstreichen Professionalität und Verantwortungsbewusstsein.
- **Azubi-Einblicke:** Nachwuchskräfte stehen im Fokus vieler Betriebe. Kurze Einblicke in die Ausbildung oder ein „Tag im Leben eines Azubis“ sind nicht nur für Kunden spannend, sondern auch für potenzielle Bewerber ein Anreiz.
- **Projekt-Highlights:** Präsentieren Sie besondere Aufträge, wie den Bau einer individuellen Holzterasse oder die Sanierung eines denkmalgeschützten Gebäudes. Solche Storys heben die Vielseitigkeit und Kreativität Ihres Unternehmens hervor.

Inhalte gezielt einsetzen.

Damit Storys ihre volle Wirkung entfalten, ist eine strategische Herangehensweise notwendig. Spontane Einblicke sind wertvoll, doch ein durchdachter Plan sorgt für Kontinuität und Wiedererkennbarkeit. Dabei helfen folgende Ansätze:

- **Redaktionsplan entwickeln:** Legen Sie fest, welche Themen Sie in welchem Rhythmus teilen möchten. Beispielsweise montags einen Einblick in die Werkstatt, mittwochs ein Projekt-Update und freitags ein kurzes Mitarbeiter-Interview.
- **Regionale Bezüge einbauen:** Für Handwerksbetriebe spielt die lokale Verankerung eine zentrale Rolle. Markieren Sie Orte, erwähnen Sie lokale Partner oder zeigen Sie regionale Baustellen. So stärken Sie Ihre Position im Umfeld und erhöhen die Auffindbarkeit.
- **Interaktive Funktionen nutzen:** Storys leben von Interaktion. Fragen, Umfragen oder Abstimmungen können schnell integriert werden und geben Kunden die Möglichkeit, direkt Feedback zu geben. Das steigert nicht nur die Sichtbarkeit, sondern auch die Bindung.
- **Kombination mit anderen Inhalten:** Storys sollten nicht isoliert betrachtet werden. Verknüpfen Sie sie mit Feed-Beiträgen, Blogartikeln oder Newsletter-Inhalten, um eine konsistente Kommunikationsstrategie zu verfolgen.

Storys erfüllen im Handwerk gleich mehrere Funktionen:

1. **Präsenz aufbauen:** Durch die regelmäßige Veröffentlichung bleiben Betriebe im digitalen Gedächtnis.
2. **Transparenz schaffen:** Kunden erhalten authentische Einblicke und verstehen, wie Leistungen erbracht werden.

3. **Kompetenz beweisen:** Fachwissen wird nicht durch Worte, sondern durch Taten gezeigt – live und nachvollziehbar.
4. **Kunden binden:** Direkte Interaktion stärkt die Beziehung zu Bestandskunden und macht den Betrieb nahbar.
5. **Nachwuchs gewinnen:** Authentische Storys machen Berufe greifbar und können junge Menschen für eine Ausbildung begeistern.



Quelle: KI generiert – bereitgestellt von MeistX

Tipps für den erfolgreichen Einsatz:

- 👉 **Regelmäßigkeit** ist wichtiger als Perfektion. Lieber täglich eine kurze Szene teilen als einmal im Monat ein aufwendig produziertes Video.
- 👉 **Einfache Technik** reicht völlig aus. Ein Smartphone mit guter Kamera genügt, um professionelle Ergebnisse zu erzielen.
- 👉 **Echtheit vor Inszenierung:** Kunden wollen Menschen sehen, keine Hochglanzwerbung. Kleine Fehler oder spontane Momente machen Storys besonders sympathisch.
- 👉 **Klare Botschaften:** Jede Story sollte ein Ziel haben – informieren, unterhalten oder Vertrauen schaffen. Unklare Inhalte gehen schnell unter.

Fazit

Storys sind ein flexibles und zugleich kostenfreies Werkzeug, mit dem Handwerksbetriebe ihre Arbeit sichtbar machen, Kundenbindung stärken, potenzielle Kunden aus Ihrer Region gewinnen und Reichweite aufbauen können. Entscheidend ist der gezielte Einsatz: Wer authentische Einblicke, Fachkompetenz und Persönlichkeit kombiniert, positioniert sich erfolgreich – nicht nur im digitalen Raum, sondern auch im regionalen Marktumfeld.

#meistx #marketingstrategie #markenaufbau

CTA-Kasten für Redaktion:

Weitere praxisnahe Tipps für Handwerksbetriebe gibt es alle 14 Tage kostenfrei in der Medienmappe von MeistX „Angepackt“. Mehr über die innovativste Handwerkercommunity Deutschlands erfahren Sie unter: www.meistx.com / MeistX ist Teil der Influently GmbH.