



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

### **Impuls für heute:**

**Analyse und Optimierung: Warum Sie Ihre Inhalte regelmäßig prüfen sollten, um daraus die besten Ergebnisse zu erzielen.**

---

## Inhaltsverzeichnis

| Inhalt                | Seite  |
|-----------------------|--------|
| Newsletter            | 2 - 3  |
| Social Media Beiträge | 4 - 5  |
| Blogartikel           | 6 - 8  |
| Fachtext / Kolumne    | 9 - 12 |

# Newsletter

**Betreff:** Mehr vom richtigen machen.

**Preheader:** Aufhören zu raten. Anfangen zu machen, was funktioniert.



Quelle: KI generiert, mit Canva bearbeitet – bereitgestellt von MeistX

Liebe Kollegen,

Hand aufs Herz: Wir stecken Arbeit in Social Media, aber oft kommt zu wenig dabei rum. Wir posten, machen und tun, aber die Reichweite bleibt im Keller. Aktuelle Zahlen zeigen, dass wir oft nur noch 3 - 5 % unserer eigenen Zielgruppe erreichen (Hootsuite, 2025). Das ist nicht nur ärgerlich, das ist verschwendete Zeit.

Aber was, wenn wir wüssten, welche Beiträge wirklich ziehen? Wenn wir aufhören zu raten und stattdessen das machen, was nachweislich Kunden und Mitarbeiter bringt? Genau dafür muss man seine Zahlen kennen. Kein kompliziertes Zeug, sondern klare Fakten.

- Wissen, was potenzielle Kunden und Mitarbeiter wollen: Mehr Aufträge und passende Kolleginnen und Kollegen durch klare Analyse.

Jede Plattform hat heute einfache Auswertungen (nennt sich „Insights“), die uns knallhart zeigen, was läuft. Welche Beiträge speichern sich die Leute? Welche Videos schauen sie bis zum Schluss?

Was bringt das für Ihren Betrieb?

- Schluss mit Rätselraten: Sie sehen schwarz auf weiß, welche Themen ankommen.
- Zeit sparen: Konzentrieren Sie sich auf die Dinge, die wirklich was bringen.
- Mehr Reichweite: Der Algorithmus merkt, was gut ankommt und zeigt es mehr Leuten. Ganz automatisch.



### **Tipp für Ihre Praxis:**

- Einmal die Woche reinschauen: Welche 3 Beiträge liefen am besten?
- Vergleichen: Gehen bei Ihnen Videos besser oder Bilder von der Baustelle?
- Auf Reaktionen achten: Wo gibt's die meisten Kommentare?
- Eine Sache pro Woche testen: Einfach mal eine Umfrage machen oder ein kurzes Video.

Auf den Punkt gebracht:

Seine Zahlen zu kennen, ist kein Schnickschnack. Es ist das beste Werkzeug, um nicht umsonst zu arbeiten. Wer weiß, was ankommt, kann gezielt mehr davon machen und holt am Ende mehr Aufträge rein.

Packen wir's an!

**P.S.:** Ihre aktuellen Zahlen zeigen nicht das, was Sie sich wünschen? Dann sichern Sie sich ein kurzes Gespräch mit Mohamad von Influently – Handwerksmeister und Gründer von MeistX. Er bietet Ihnen eine kostenfreie 15-Minuten-Analyse, egal ob Sie schon auf Social Media aktiv sind oder gerade erst starten. Sprechen Sie mit ihm und erhalten Sie einen klaren Überblick, wie Sie endlich Ergebnisse erzielen.

<https://calendly.com/meistx/ihr-kennenlerngesprach>

Gemeinsam für mehr Sichtbarkeit und ein starkes, modernes Handwerk.

#meistx #handwerkwirkt

---

# Social Media Beitrag 1



Quelle: KI generiert, mit Canva bearbeitet – bereitgestellt von MeistX

Bauchgefühl ist was für Anfänger. Profis schauen auf die Zahlen!

Posten und hoffen? Bringt nichts. Die Reichweite ist im Keller. Erfolgreiche Betriebe wissen, was ihre Zielgruppe an potenziellen Kunden und Mitarbeitern sehen will. Der Schlüssel: ein ehrlicher Blick in die „Insights“!

Warum das für uns im Handwerk so wichtig ist:

- Was funktioniert? Finden Sie raus, ob die Leute lieber die fertige Arbeit oder den Weg dorthin sehen wollen.
- Was kommt an? Sehen Sie, welche Beiträge gespeichert und geteilt werden.
- Was bringt's? Konzentrieren Sie sich auf die Posts, die Ihnen wirklich Anfragen bringen.

Der Algorithmus ist fair: Guter Inhalt wird belohnt!

Plattformen wie Instagram, Facebook und TikTok, als auch YouTube wollen, dass die Leute bleiben. Also zeigen sie ihnen, was gut ankommt. Ein Post mit vielen Kommentaren wird automatisch an mehr Leute ausgespielt. Eine Studie von Sprout Social (2025) bestätigt das.

Klartext: Wer seine Zahlen kennt, verschwendet keine Zeit. Analyse ist kein Hexenwerk, sondern solides Handwerk.

Schauen Sie jetzt in Ihre Insights: Welcher Beitrag lief im letzten Monat am besten? Machen Sie mehr davon!

#meistx #handwerkwirkt

## Social Media Beitrag 2



Quelle: KI generiert, mit Canva bearbeitet – bereitgestellt von MeistX

Schluss mit dem Gießkannenprinzip!

- Ein Tipp, der Ihnen sofort etwas bringt.

Sie posten und posten, aber es tut sich nichts? Dann hören Sie auf, ins Blaue zu arbeiten. Machen Sie das, was nachweislich funktioniert. So geht's:

👉 Finden Sie Ihre 3 besten Beiträge!

Gehen Sie in die Insights und filtern Sie nach „Reichweite“ der letzten 3 Monate.

👉 Suchen Sie das Muster!

Was haben diese 3 Posts gemeinsam? Waren es Videos? Bilder? Ein Blick hinter die Kulissen?

👉 Machen Sie mehr davon! Erstellen Sie nächste Woche genau so einen Beitrag noch einmal – gleiches Thema, nur anders dargestellt, aus einer anderen Perspektive, ähnliches Format. Wetten, der läuft wieder?

💡 Merke: Oft sind es Kleinigkeiten. Ein anderer Blickwinkel oder eine ehrliche Frage in der Beschreibung kann den Unterschied machen.

Erfolg auf Social Media ist planbar. Man muss nur wissen, wie.

#meistx #handwerkwirkt



# Blogartikel

**Titel:** Keine Zeit für Experimente: Wie wir im Handwerk mit einfacher Analyse unsere Wirkung auf Social Media verdoppeln

**Meta-Beschreibung:** Schluss mit Raten: Konkrete Tipps, wie Sie mit den einfachen Auswertungen von Instagram & Co. herausfinden, was Ihre potenziellen Kunden und Mitarbeiter wirklich sehen wollen.



Quelle: KI generiert, mit Canva bearbeitet – bereitgestellt von MeistX

Warum unser Bauchgefühl auf Social Media nicht mehr reicht und dort nichts zu suchen hat?

Wir alle kennen das: Wir stecken Zeit in Social Media, posten Bilder von der Baustelle, zeigen das Team – aber es kommt kaum etwas zurück. Der Grund ist einfach: Das Netz ist voll, und die Algorithmen sind knallhart. Beiträge, die keine Interaktionen wie Likes, Kommentare, geteilte oder gespeicherte Inhalte bekommen, gehen unter. Eine Studie von Hootsuite (2025) zeigt, dass Betriebe auf Social Media oft nur noch unter 3 % ihrer eigenen Follower erreichen.

Wir müssen aufhören zu raten und anfangen, auf Fakten zu schauen. Mit den „Insights“-Funktionen, die Instagram und Facebook kostenlos anbieten, hat jeder von uns ein solides Werkzeug in der Hand.

Die 3 wichtigsten Fragen, die uns die Zahlen beantworten

1. Was interessiert meine Leute & Zielgruppe wirklich?  
Schauen Sie sich die Beiträge mit der höchsten Reichweite und den meisten Reaktionen (Likes, Kommentare, Speicherungen) an. Sind es die perfekten Endresultate oder die ehrlichen authentischen Bilder? Meistens ist es das Echte, was ankommt.

2. Wann sind meine Follower online?

Die Insights zeigen auf die Stunde genau, wann Ihre Leute am aktivsten sind. Ein Post abends um 7 kann durch die Decke gehen, während er mittags verpufft.

3. Welches Format ist mein Gewinner?

Ist es das schnelle Video (Reel), der Post mit mehreren Bildern oder die Story mit einer Umfrage? Die Zahlen lügen nicht. Wenn Reels 90 % mehr Leute erreichen, sollten wir da mehr Zeit reinstecken.

Von der Zahl zur Tat: Einfach besser werden

Besser werden klingt nach viel Arbeit, ist es aber nicht. Es heißt nur: Mehr von dem machen, was läuft, und weniger von dem, was nicht läuft.

- Top-Beiträge wiederholen: Wenn ein Post über „die 5 häufigsten Fehler bei der Badplanung“ gut lief, machen wir als nächstes einen über „3 Tipps für die perfekte Fliesenwahl“.
- Ladenhüter weglassen: Wenn die Vorstellung vom Team niemanden interessiert, lassen wir sie weg oder machen es anders – zum Beispiel als kurzes Video-Interview statt nur als Foto. Achten Sie darauf, dass das Video aus verschiedenen Perspektiven gezeigt wird und schnelle Schnitte enthält, sonst geht auch dieses unter. Genau darum geht es in unserer fünfzehnten Ausgabe der Medienmappe.
- Fragen stellen: Am Ende vom Beitrag einfach mal eine klare Frage stellen, zum Beispiel „Was meint ihr? Fliese A oder B?“. So kommen die Leute ins Gespräch und der Beitrag bekommt mehr Reichweite. Das Thema mit dem richtigen Aufruf zur Interaktion (CTA) haben wir übrigens in der siebten Ausgabe der Medienmappe behandelt. Wenn Sie die noch nicht gelesen haben, holen Sie das am besten nach.



Quelle: KI generiert, mit Canva bearbeitet – bereitgestellt von MeistX



Eine aktuelle Bitkom-Umfrage (2025) zeigt: 56 % von uns im Handwerk nutzen Social Media. Wer da auffallen will, muss schlauer arbeiten, nicht härter. Und schlauer arbeiten heißt: Zahlen anschauen, verstehen, handeln.

Schluss mit dem Gießkannenprinzip. Ein kurzer Blick pro Woche in die Zahlen gibt Ihnen einen klaren Plan für Posts, die unsere potenziellen Kunden & Mitarbeiter sehen wollen und die uns am Ende Aufträge, Mitarbeiter oder auch Azubis bringen.

**P.S.:** Ihre aktuellen Zahlen zeigen nicht das, was Sie sich wünschen? Dann sichern Sie sich ein kurzes Gespräch mit Mohamad von Influently – Handwerksmeister und Gründer von MeistX. Er bietet Ihnen eine kostenfreie 15-Minuten-Analyse, egal ob Sie schon auf Social Media aktiv sind oder gerade erst starten. Sprechen Sie mit ihm und erhalten Sie einen klaren Überblick, wie Sie endlich Ergebnisse erzielen.

<https://calendly.com/meistx/ihr-kennenlerngesprach>

#meistx #handwerkwirkt

---

# Fachtext / Kolumne

**Titel:** Analyse und Optimierung: Warum Zahlen heute das wichtigste Werkzeug für uns Handwerker sind.



Quelle: KI generiert, mit Canva bearbeitet – bereitgestellt von MeistX

Die Zeiten, in denen man auf Social Media einfach etwas posten konnte und Kunden oder Mitarbeiter von allein kamen, sind vorbei. Heute zählt nicht, wer am lautesten ist, sondern wer seiner Zielgruppe richtig zuhört, sie versteht und Inhalte teilt, die sie wirklich interessieren. Für uns Handwerker heißt das: Wer seine Arbeit im Netz nicht auswertet, arbeitet blind und verschwendet Zeit und Geld.

Die harte Wahrheit: Die kostenlose Reichweite ist fast am Ende, wenn man diese wichtigen Sachen nicht einhält.

Die Zahlen lügen nicht: Die unbezahlte Reichweite auf Facebook und Instagram und Co. ist im freien Fall. Das ist keine gefühlte Wahrheit, das sind Fakten. Marketing-Leute berichten von Einbrüchen von über 90 % bei der Sichtbarkeit (Hootsuite, 2025). Ein konkretes Beispiel aus der Studie: Ein Händler, der vorher 8 % seiner Facebook-Follower erreichte, fiel auf unter 3 %. Das ist, als würde man auf einer vollen Messe stehen, aber nur drei von hundert Leuten schauen an den eigenen Stand. Die Algorithmen zeigen den Nutzern lieber, was ihre Freunde posten. Für uns als Betriebe wird es also immer schwerer, überhaupt noch im Feed der eigenen Abonnenten aufzutauchen.

Viele werden frustriert oder posten einfach noch mehr. Aber das ist wie hämmern ohne nachzudenken – viel Lärm, wenig Ergebnis. Die Lösung ist nicht, mehr zu arbeiten, sondern schlauer. Und das heißt: Relevanz liefern. Um die zu finden, müssen wir auf die Zahlen schauen.

Was heißt „Analyse“ für uns auf der Baustelle?

Analyse heißt nicht, dass wir jetzt alle zu Controllern werden. Es geht darum, die einfachen Auswertungen der Plattformen zu nutzen, um klare Antworten auf vier Kernfragen zu bekommen:



Quelle: KI generiert, mit Canva bearbeitet – bereitgestellt von MeistX

1. Mit wem rede ich hier eigentlich? (Zielgruppe)

Sind meine Follower Endkunden oder Kollegen? Kommen sie aus meiner Region? Das zu wissen, ist die Grundlage für alles. Wenn 80 % meiner Follower aus meiner Stadt kommen, sind lokale Themen Gold wert. Ist das nicht der Fall, sollten Sie an Ihrem Kanal arbeiten – denn alles, was außerhalb der Region liegt, ist meist irrelevant, außer Sie arbeiten deutschlandweit.

2. Was kommt an? (Beitrags-Check)

Hier geht's ans Eingemachte. Welche Beiträge haben die höchste Reichweite? Welche werden am häufigsten gespeichert – ein klares Zeichen für echten Mehrwert? Wo gibt es die meisten Kommentare? Das sind die Posts, von denen wir mehr machen müssen.

3. Was läuft am besten? (Format-Check)

Ein Blick auf die Zahlen zeigt sofort, ob Videos (Reels), Bilder oder Karussell-Posts (mehrere Bilder) das Rennen machen. Reels haben oft einen eigenen Turbo, der uns auch Leute zeigt, die uns noch nicht kennen. Karussells hingegen sind oft besser, um bestehende Follower zu binden und Wissen zu vermitteln.

4. Wann ist Feierabend? (Zeitpunkt-Check)

Die Insights zeigen uns, wann unsere Leute online sind. Ein Post zur richtigen Zeit kriegt sofort mehr Reaktionen und damit am Ende mehr Reichweite. Warum um 11 Uhr posten, wenn alle auf der Baustelle sind und erst um 19 Uhr aufs Handy schauen?

Vom Wissen zum Handeln: Konkrete Schritte für Ihren Erfolg

Die besten Zahlen bringen nichts, wenn wir nichts daraus machen. Optimierung heißt, einen klaren Plan zu haben.

- Strategie anpassen: Wenn Vorher-Nachher-Bilder am besten laufen, gehören sie fest in den Plan. Themen, die nicht funktionieren, fliegen raus. Ganz konsequent. Wobei man ehrlich sagen muss, dass die Zeit der reinen Vorher-Nachher-Bilder vorbei ist. Heute sollten Sie lieber Tipps und Tricks teilen, wenn Sie in der Masse an Beiträgen nicht untergehen wollen. Diese Art von Kommunikation stärkt nicht nur Ihre Reichweite, sondern auch das Vertrauen Ihrer Zielgruppe.
- Leute zum Mitmachen bringen: Laut einer Auswertung der Agentur *Socially Powerful* (2024), die Kampagnen für große Marken betreut, bringen interaktive Stories mit Umfragen bis zu 40 % mehr Sichtbarkeit. Also: Fragt eure Leute, lasst sie abstimmen – zum Beispiel „Welche Fliese gefällt euch besser, A oder B?“. Das ist einfach, macht Spaß und funktioniert wirklich.
- Kundenwerbung nutzen (UGC): Wenn ein zufriedener Kunde ein Bild von unserer Arbeit postet und uns markiert, ist das die beste Werbung. Das schafft Vertrauen – und der Algorithmus liebt es. Gleiches gilt für Mitarbeiter: Wenn jemand auf der Baustelle spontan eine ehrliche Story macht, ohne dass man ihm etwas vorschreibt, wirkt das viel authentischer und glaubwürdiger als gestellte Videos oder Interviews.
- Gefunden werden (Social Media SEO): Ob jung oder alt – immer mehr Menschen suchen direkt auf Instagram nach „Maler Hamburg“ oder „Tischler Berlin“. Genau deshalb sollten solche Begriffe im Profilnamen oder Benutzernamen stehen, am besten gleich mit dem Firmennamen kombiniert. In der ersten Ausgabe der Medienmappe vom 2.6.2025 haben wir das Thema ausführlich erklärt. Falls Sie die verpasst haben, lohnt sich ein Blick auf jeden Fall. Denn wer hier schläft, wird nicht gefunden. So einfach ist das.





Quelle: KI generiert, mit Canva bearbeitet – bereitgestellt von MeistX

### **Fazit: Zahlen sind unser schärfstes Werkzeug**

Laut einer Bitkom-Studie (2025) ist mehr als die Hälfte der Handwerksbetriebe in Deutschland auf Social Media aktiv. Die meisten arbeiten dabei aber noch nach Gefühl. Die Betriebe, die anfangen, ihre Zahlen zu verstehen und gezielt zu verbessern, werden sich im Wettbewerb um Sichtbarkeit durchsetzen. Am Ende geht es darum, dass unsere gute Arbeit auch online die Anerkennung, Aufträge und Mitarbeiter bekommt, die sie verdient. Und genau dafür sind die Zahlen unser ehrlichstes Werkzeug.

**P.S.:** Ihre aktuellen Zahlen zeigen nicht das, was Sie sich wünschen? Dann sichern Sie sich ein kurzes Gespräch mit Mohamad von Influently – Handwerksmeister und Gründer von MeistX. Er bietet Ihnen eine kostenfreie 15-Minuten-Analyse, egal ob Sie schon auf Social Media aktiv sind oder gerade erst starten. Sprechen Sie mit ihm und erhalten Sie einen klaren Überblick, wie Sie endlich Ergebnisse erzielen.

<https://calendly.com/meistx/ihr-kennenlerngesprach>

#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](http://www.meistx.com) / MeistX ist Teil der Influently GmbH