

**AUF DEM HOLZWEG?** **AM BESTEN BEI FLUCK!**

Arbeiten bei Fluck ist mehr als nur ein Job. Holzbau ist nicht nur unser Beruf, sondern unsere Berufung. So denken und arbeiten wir.

Und so begeistern wir unsere Kunden Tag für Tag mit individuellen Holzhäusern, die faszinierende Wohnträume wahr werden lassen.

**Bist du dabei?**  
**Wir bauen auf Dich!**

**Wir suchen zum nächst möglichen Zeitpunkt:**

- Zimmerer / Zimmermeister (m/w/d)
- Bauschreiner (m/w/d)
- Bauhelfer (m/w/d)
- Maschinenführer für CNC-gesteuerte Weinmann Maschine (m/w/d)
- Architekt (m/w/d)

Wenn du Lust auf eine neue Herausforderung in einem super Team hast, dann melde Dich!

Fluck Holzbau GmbH, Florian Fluck  
 Alemannenstr. 48, 78176 Blumberg  
 Telefon: 07702/6080090  
 Mail: [struck@fluck-holzbaude](mailto:struck@fluck-holzbaude)

[www.fluck-holzbaude](http://www.fluck-holzbaude)  
[FluckHolzbau](https://www.facebook.com/FluckHolzbau)  
[fluckholzbaude](https://www.instagram.com/fluckholzbaude)

Stellenausschreibungen, die sich was trauen und wirken: Über Facebook und Instagram findet Fluck Holzbau mit diesen eigens gestalteten Sharepics Mitarbeiter und Azubis.

# Facebook und Instagram – wo liegt ihr Nutzen für den Holzbaubetrieb?

**Soziale Medien** Wer will sich als Inhaber eines Handwerksbetriebs im Alter von 45+ schon mit Social Media herumschlagen? Stimmt – die wenigsten. Wer will schon zur Marke werden, richtig gute Mitarbeiter und Azubis gewinnen oder Wunschaufträge an Land ziehen? Stimmt – eigentlich jeder. Genau deshalb kommt man an Facebook, Instagram & Co. nicht vorbei. Wie man es anstellt, mit diesen Kanälen zu punkten, zeigt Fluck Holzbau aus Blumberg im Schwarzwald-Baar-Kreis.

Matthias Eigel

Erfolgreiche Handwerksbetriebe suchen das Gespräch, und sie sorgen dafür, dass man über sie spricht. Anders geht es nicht, wenn man seine Bekanntheit erhöhen, mit guten Kunden und neuen Mitarbeitern in Kontakt kommen, Vertrauen und ein gutes Image aufbauen will. Doch für das Gespräch braucht es Kanäle. Der persönliche Dialog, die Broschüre, die Anzeige, die Fahrzeugbeschriftung oder der Hörfunkspot – das alles sind Kommunikationswege, die Handwerksbetriebe wie selbstverständlich beschreiten. Doch wenn es um die gar nicht mehr so neuen digitalen Kanäle geht, fremdelt die Mehrheit der Betriebsinhaber. Soziale Medien wie Facebook und Instagram werden nach wie vor nur von einer Minderheit genutzt und – wenn sie genutzt werden – auch zielführend bespielt. Das hat natürlich seine Gründe. Soziale Medien kosten Zeit, die der Betriebsinhaber oft nicht hat. Soziale Medien brauchen Know-how, das oft nicht vorhanden ist. Soziale Medien wirken nur mit Strategie, die es viel zu häufig nicht gibt. Was also tun? Weiter für teuer Geld Stellenanzeigen für junge Gesellen oder Azubis in der Tageszeitung schalten, auf die es null Komma null Bewerbungen gibt – weil die Zielgruppe überhaupt keine Zeitung mehr liest – und die sozialen Medien weiter weg ignorieren? Die Chance vertun, auf einem sehr einfachen Weg mit Kunden in Dauerkontakt zu bleiben? Die kluge Alternative lautet, die Sozialen Medien als ein weiteres Werkzeug in den betrieblichen Marketingkoffer zu integrieren. Ein Holzbaubetrieb, der genau dies seit mittlerweile fünf Jahren auf Facebook und seit zwei Jahren auf Instagram tut, ist Fluck Holzbau aus Blumberg im Schwarzwald-Baar-Kreis. Was stellen die Blumberger online, wie machen sie es – und vor allem: mit welchem Erfolg?

### Personalsuche profitiert von digitalen Kanälen

„Klar gewinnen wir Fachkräfte und Azubis direkt über soziale Medien – nicht nur für das Zimmermannsgewerk, sondern auch für den eher in den Hintergrund gerückten Beruf des Blechners in unserer Firma“, lacht Saskia Struck und nimmt die Antwort auf die letzte Frage damit vorweg.

„Zuletzt hat Ende Januar ein richtig guter Zimmerer aus England, ein Glückstreffer von einem Mitarbeiter, direkt über unseren Facebook-Account bei uns angeheuert.“ Die 26-Jährige ist Assistentin der Geschäftsführung und leitet das Marketing des Holzbaubetriebs mit seinen rund 50 Mitarbeitern. Geschäftsführer und Zimmermeister Florian Fluck, der das Unternehmen 2008 gegründet hat, lässt seiner jungen Mitarbeiterin bei der Bespielung der Onlinekanäle mit Bild-Textbeiträgen, Videos und sogenannten „Storys“ bewusst freie Hand. Er gibt Themen mit vor, die Umsetzung überlässt er ihr: Schließlich ist sie nicht nur wegen ihrer Ausbildung, sondern auch aufgrund ihres Alters Fachfrau für die Kommunikation auf diesen Kanälen. Saskia Struck weiß: Für Arbeitgeber haben die sozialen Medien als Rekrutierungsplattform enorme Vorteile, weil sich dort durch Einblicke ins Alltagsgeschäft ein attraktives Bild des Betriebs und des Handwerks zeichnen lässt. Bei Fluck geht man aber noch einen Schritt weiter. Saskia Struck gestaltet bewusst Beiträge für Facebook und Instagram, die Emotionen vermitteln. „Oh cool, die machen voll tolle Sachen, bei dem Team will ich mitmachen“ – dieses Gefühl wollen wir bei den jungen Leuten auslösen“, macht die Marketingleitung deutlich. Aus diesem Geist heraus sind auch die ungewöhnlichen Stellenanzeigenmotive entstanden, die ebenfalls auf den Onlinekanälen gepostet werden: Die echten Zimmermänner und -frauen von Fluck wurden in eigenen Fotoshootings so abgelichtet, dass sie gut und gerne als Actionheld(inn)en durchgehen können. Und das spiegelt das Selbstverständnis der Firma Fluck auch wider: „Wir sind jung, aufgeschlossen, humorvoll, stolz auf unser Handwerk und wirklich wie eine große Familie“, sagt Saskia Struck. „Das, was wir nach außen sichtbar machen, leben wir auch.“

### Die Qualität macht's – auch bei Facebook und Instagram

Will man Aufmerksamkeit auf Facebook und Instagram erzielen, ist neben guten, authentischen Inhalten in den regelmäßig geposteten neuen Beiträgen noch Weiteres von entscheidender Bedeutung: „Speziell bei Instagram achte ich auf wirklich gute Bildqualität“, betont Saskia Struck.

**KNAPP®**  
verbinder.com



WALCO® V

### Wandverbinder für Holzrahmenbau, Wand- / Fassadenelemente und Module

- | hohe Wirtschaftlichkeit
- | kurze Kranzeiten
- | Ideal für Hubschraubermontagen
- | Präzise und schnell
- | nur wenige Minuten Montagezeit auf der Baustelle



Architekt Anselm Kanno

„Dank der vorgefertigten Elemente, die wir per Verbinder nur noch aneinander hängen mussten, haben wir die Dachaufstockung problemlos bewältigt.“



CE ETA

WALCO® V





Referenzen,  
Videos und  
Planerservice

[www.knapp-verbinder.com](http://www.knapp-verbinder.com)

+49 (0) 8106/995599-0

+43 (0) 7474/79910

  knappverbinder

Wir verbinden Ihre Ideen ...



Bei Fluck Holzbau verantwortlich für soziale Medien: Saskia Struck

### Fluck Holzbau im Netz

Fluck Holzbau aus Blumberg kümmert sich online intensiv um neue Kunden und geeignete Mitarbeiter. Ein Blick auf die Website und die Social-Media-Kanäle des Unternehmens lohnt sich:

fluck-holzbau.de  
 facebook.com/FluckHolzbau  
 instagram.com/fluckholzbau

Auch die Strategie hinter den Meldungen aus der Firma muss zunächst formuliert und anschließend möglichst hochwertiger Input in Form von Bildern, Videos und erzählten Geschichten produziert werden. „Da kommen schnell einige Stunden pro Woche zusammen“, schätzt Saskia Struck. Doch der Aufwand rechnet sich. Fluck Holzbau gewinnt Azubis und sogar Fachkräfte, an denen es mangelt. Das Volumen der Aufträge, die der Betrieb bevorzugt und gerne macht, steigt stetig. Dafür ist nicht allein der kluge Einsatz von sozialen Medien verantwortlich – aber: Er trägt einen wichtigen Teil dazu bei. ■

### Autor

#### Matthias Eigel

ist Inhaber von Kaleidoskop Marketing Service, einer Werbeagentur fürs Handwerk. Im Holzbaubereich ist Kaleidoskop für Berufsorganisationen, Zulieferer und vor allen Dingen die Betriebe selbst tätig. [www.kaleidoskop.de](http://www.kaleidoskop.de)

Qualitativ schlechte Fotos oder Videos fallen bei den anspruchsvollen Nutzern schnell durch oder beschädigen sogar das Image der Firma. Auch die Tonalität der Texte und die Inszenierung der Videos sollten dem Geschmack der Follower angepasst sein. Wie gut dies bei Fluck Holzbau funktioniert, zeigen die Nutzerzahlen. Auf Facebook und Instagram folgen jeweils rund 1.000 Abonnenten und Follower dem Unternehmen – eine sehr stolze Zahl für einen Handwerksbetrieb, die für eine gute Reichweite sorgt.

#### Mit Facebook Kunden binden

Bekanntlich bevorzugt die jüngere Zielgruppe zwischen 14 und 35 Jahren heute Instagram als Kanal. Auf Facebook dagegen sind vermehrt die „Älteren“ ab 25 bis 55 Jahren anzutreffen. Genau deshalb platziert Fluck Holzbau auf Facebook auch die Beiträge, die sich an Kunden wenden und der Beziehungspflege dienen.

„In den Facebook-Posts nehmen wir Bauherren ebenfalls emotional mit und lassen sie hinter die Kulissen unserer Arbeit blicken“, erzählt Saskia Struck. „Es geht darum, die Persönlichkeit des Betriebs zu vermitteln, sympathische Geschichten zu erzählen und allenfalls dezent auf Produkte oder Leistungen aufmerksam zu machen.“ Von rein verkäuferischen Posts wie „Wir bauen auch Carports“ oder „Ab sofort bei uns: ökologische Vollholzdielen“ rät die Marketingfachfrau dringend an. „Unsere Follower möchten mitgenommen werden und uns als Unternehmen folgen, nicht Produktwerbung erhalten. Dies läuft nebenbei, ist aber nicht Hauptfokus unseres Contents“, so die 26-Jährige.

#### Einsatz bringt Gewinn

Umsonst sind die an sich kostenlosen Präsenzen auf Facebook und Instagram allerdings nicht zu haben. Ein – bevorzugt jüngerer – Mitarbeiter oder externer Dienstleister muss sich um die Umsetzung kümmern.