



<http://www.ausbauundfassade.de/>

Plötzlich steht es im Internet

Wir zeigen Ihnen auf www.ausbauundfassade.de, über welchen Kollegen was wo in der Online-Zeitung steht. Es gibt viele interessante Geschichten – aber oft sind die Geschichten, die hinter einem Zeitungsbericht stecken, noch viel spannender. Wir erzählen hier zwei Geschichten hinter der Geschichte.

1

Von Berlin nach Hüfingen

Es fing damit an, dass Ralf Albert Post vom baden-württembergischen Fachverband der Stuckateure bekam. Der Stuckateur aus Hüfingen im Schwarzwald wurde eingeladen, auf dem Berufsbildungskongress für das Stuckateurhandwerk in Berlin das Modell des Azubi-Trainers zu präsentieren und zu erklären. Seit drei Jahren stellt Albert seinen Auszubildenden

lin – immerhin vor 150 gestandenen Ausbildern und Lehrern. Der Azubi-Trainer Oliver Vana und sein damaliger Auszubildender und jetziger Geselle Daniel Gemeinder waren begeistert. Auch der neue Auszubildende im ersten Lehrjahr, Adem Günlü, machte bei dem Projekt mit.

Selbstständige Mitarbeiter

Doch dann entwickelte sich die Auftragslage besser als erwartet und den Mitarbeitern ging die Zeit aus. Aber der Termin stand und die Presse war zur Konferenz geladen. Zum Schluss motivierte Dr. Roland Falk vom Kompetenzzentrum die Truppe noch einmal. Er hatte großes Interesse an der Präsentation. Immerhin entstand das Modell des Azubi-Trainers im »Komzet« in Rutesheim. Der Bildungskongress war die beste Möglichkeit, bundesweit dafür zu werben.

In Berlin meisterten die drei jungen Leute ihren Auftritt ganz ohne Chef sehr selbstbewusst und plauderten erfrischend locker über Beruf und Ausbildung (ausbau + fassade berichtete in Ausgabe 1/2011).

Überraschendes Presseecho

Was danach kam, überraschte Albert. Der Schwarzwälder Bote brachte einen umfangreichen Bericht, der dann auch online ging. Dazu kamen noch Artikel im Südkurier und in einem Anzeigen-

Online Presse

Wenn Sie mehr Storys über Ihre Kollegen aus dem Stuckateur-, Maler- oder Trockenbau-Handwerk lesen wollen, gehen Sie auf www.ausbauundfassade.de und klicken Sie in der Menü-Liste auf Online-Presse.

Sie erhalten damit auch Anregungen für Ihre Pressearbeit. Man muss nicht immer auf ein Jubiläum warten!

blatt. Das Ganze kam ohne Zutun von Albert in Gang. Die Sto-Stiftung hat den Stein ins Rollen gebracht. Sie war an dem Bildungskongress maßgeblich beteiligt und beauftragte ihre PR-Agentur mit der Pressearbeit. Der Auftritt in der Hauptstadt Berlin wirkte damit zurück nach Hüfingen in die Schwarzwälder Provinz.

Berufsethos wichtiger als Gerüstpläne

Ralf Albert selbst will sich gar nicht so in den Vordergrund spielen. »Mir ist wichtig, dass für unseren Berufszweig des Stuckateurs und für das Handwerk allgemein etwas getan wird«, sagt er. Die Berichte sind auch gut für die Kollegen, um weiter vorwärts zu kommen – gerade auch in Hinblick auf die Nachwuchswerbung. »Junge Leute sind daran interessiert, einen Beruf zu erlernen, der gut dasteht«, so Albert.

Er ist ein Verfechter eines Berufsethos, der die Gemeinschaft für unverzichtbar hält. Dazu gehört sicherlich die Zugehörigkeit zur Innung. Wichtig ist aber auch, dass man miteinander redet und sich gegenseitig hilft. Es verbietet sich von selbst, den Kollegen in der Öffentlichkeit herunterzumachen. Dies ist in der Außenwirkung wichtiger als eine schöne Gerüstpläne.



1 Mit diesem Bild kam der Stuckateurbetrieb Albert in die Zeitung und in das Internet (von links): Daniel Gemeinder (Junggeselle), Adem Günlü (Auszubildender), Oliver Vana (Azubi-Trainer), Senior Kurt Albert und Ralf Albert. (Foto: Filip/Schwarzwälder Bote)

einen erfahrenen Gesellen zur Seite, der die jungen Kollegen fachlich wie persönlich während der Lehrzeit begleitet. Aber der Stuckateurunternehmer war zu diesem Zeitpunkt anderweitig verbucht und dachte sofort daran, dass seine Mitarbeiter die Präsentation selbst in die Hände nehmen können. Er ließ ihnen freie Hand für ihren Auftritt in Ber-



Ralf Albert wird noch fast jeden Tag auf die Berichte angesprochen. »Was in der Zeitung stand, kommt gut an«, stellt er fest. Von daher brachte der Auftritt beim Berufsbildungskongress dem Stuckateurbetrieb einen unerwarteten Werbeeffect. Dabei ging es Ralf Albert darum, seinen Kollegen den Azubi-Trainer näherzubringen und ihnen zu zeigen, welche Chancen in Zeiten des Fachkräftemangels darin liegen. »Nicht alles, was verbissen vorangetrieben wird, führt zum gewünschten Effect. Dagegen kann manches, was locker angegangen wird, ganz gut einschlagen«, weiß Ralf Albert und fühlt sich in seiner unkomplizierten Lebensauffassung bestätigt.

2 Messe mit Folgen

Ein Auftritt auf einer Fachmesse brachte Tobias Jöhren aus Rees am Niederrhein mehr Publi- city als erwartet. Der ausführliche Pressebericht am 23. November 2010 auf www.derwesten.de war nur die Spitze des publizistischen Eisbergs. Dieses Nachrichtenportal wird von der NRZ betrieben, einer »großen Tageszeitung an Rhein und Ruhr« – so die Eigendarstellung. Auch in den gedruckten Blättern standen mehrere Artikel. Sogar im Fernsehen kam ein Bericht über den Lehmbaufachmann.

Für die Medien wurde Tobias Jöhren deshalb so interessant, weil er mit seinen Farben und Putzen aus Lehm auf einer Fachmesse für Landwirtschaft und Garten ausstellte. Bei der Greenlive in Kalkar Anfang Dezember 2010 stach sein Stand ins Auge. Neben den Ausstellern von Melkmaschinen und landwirtschaftlichen Geräten zeigte Jöhren dem überwiegend aus Landwirten bestehenden Publikum etwas anderes. Statt Saatgut und Landmaschinen zeigte er alle Facetten des Lehmbaus. Insgesamt verarbeiteten Jöhren und seine Mitarbeiter 2,5 Tonnen Material beim Bau des Messestandes.

»Seit November haben wir bei der Presse einen guten Lauf«, kommentiert Jöhren seinen Glückstreffer. Dank der Berichterstattung im Vorfeld kamen extra Besucher wegen ihm auf die Messe. Sogar von Fan-E-Mails berichtet Jöhren. »Das klingt seltsam, aber es läuft runter wie Öl«, sagt er und freut sich über die tollen Kontakte. Auch der Baustoffhersteller Claytec berichtet ausführlich und gut gebildet im Internet über das

Messe-Engagement des Claytec-Partnerbetriebs.

Der unkonventionelle Auftritt passt zu Tobias Jöhren. Mit 20 Jahren machte sich der gelernte Maler und Lackierer 2003 als Bodenleger und Raumausstatter selbstständig. Von Anfang an war der Lehm- bau ein wichtiger Leistungs- bereich. Später kam die Ausbildung und anschließende Zertifizierung zur Fachkraft im Lehm- bau.

Neuer Name, neue Außendarstellung 2008 stellte er die Außendarstellung auf völlig neue Beine. Mit neuem Namen und Logo schlug Jöhren im Bereich des Marketings einen gewagten Weg ein. »Weniger ist manchmal mehr«, so der Lehm- bauer und entschied sich bewusst gegen den üblichen Werbeauftritt eines Handwerksbetriebs. »Mit dem Namen Projektbeginn und den damit einhergehenden Fragen um das Tätigkeitsfeld wecken wir die natürliche Neugier der Menschen«, so Tobias Jöhren. So ist es nur konsequent, auch bei der Fahrzeug- beschriftung lediglich Name und Inter- netadresse des Betriebes und nicht das vollständige Leistungsportfolio abzu- bilden. »Seitdem haben wir auf unserer Inter- netseite eine durchschnittliche Be- suchsdauer von 16 Minuten, zweiein- halbmal so viel wie vorher«, freut sich Jöhren.

Auf der Startseite von projektbeginn.de, der individuellen und gut gemachten Homepage, steht in Stichworten, wofür Projektbeginn steht: Sanierung, Ren- ovierung, Gestaltung.

Um im Gespräch zu bleiben, probiert Jöhren immer wieder neue Marketing- aktionen, welche oft auch kostspielig sind. Jedoch sind Präsenz und Öffent- lichkeitsarbeit unabdingbar. Sponsoring gehört dazu – sei es die Unterstützung einer Tombola oder auch die kostenfreie Renovierung eines Klassenzimmers zu-



2 Das Engagement auf der Landwirtschaftsmesse lohnte sich für Tobias Jöhren, hier im Gespräch mit einer Besucherin. (Foto: Kolja Knust)

sammen mit Eltern und Schülern. »Die Wirkung solcher Aktionen ist oft schwer einzuschätzen, dennoch macht es Sinn. Schon Henry Ford wusste: Wer aufhört zu werben, um Geld zu sparen, kann ebenso seine Uhr anhalten, um Zeit zu sparen«, so Tobias Jöhren. Wer mit Jöhren spricht merkt sofort, dass aber eines unverzichtbar ist: Herzblut und Engagement für seine Sache. *pd*

Update

Auf www.ausbauundfassade.de gibt es zwei neue Angebote:

Sie können ab sofort an der aktuellen Branchen-Umfrage teilnehmen. Die Box zur Abstimmung finden Sie in der rechten Spalte. Dort geben Sie einfach mit einem Klick Ihr Votum ab und können auch sofort schauen, wohin der Trend geht. Machen Sie mit! Je mehr sich be- teiligen, desto aussagekräftiger ist das Ergebnis.

Die Adressen der Bildungseinrichtungen des Stuckateurhandwerks sowie des Maler- und Lackierhandwerks stehen jetzt online. Der Zugang erfolgt über die linke Menüleiste unter dem Punkt »Wei- terbildung«.

Die neue Rubrik »Online«

Das Internet bietet eine Menge an In- formationen. Doch oft verschwindet der Nutzeffect hinter der schieren Fülle. Für mehr Übersicht sorgt die [ausbau + fassade](http://ausbau+fassade) mit den beiden Portalen www.ausbauundfassade.de und www.ausbau-online.de sowie dem Newsletter.

In dieser neuen Rubrik in der Chefsache geben wir Ihnen Tipps und Infos und

berichten darüber, wie Fachunterneh- mer mit dem Thema Internet umgehen. Ihre Anregungen und Hinweise auf tol- le Inhalte im Internet nehmen wir gerne auf. Uns interessieren auch Ihre Er- fahrungen mit der eigenen Homepage oder Berichte über Sie im Netz. Schicken Sie uns einfach eine E-Mail:

@ ausbau@ausbauundfassade.de