

Projekt: Next Level Handwerk

Medium FH Fleischer Handwerk

Ausgabe 1/2025 / Online

Interview ■ Social Media

Next Level Handwerk

Marta Sproll (re.) ist Auszubildende im Handwerk, Teil der Gen Z. Social Media ist für sie mehr als nur eine Kommunikationsplattform. Im Interview spricht sie über dieses Thema und warum es so wichtig für die Gewinnung von Branchennachwuchs ist.



Seit 2024 ist sie mit ihrer Kollegin Lea (oben li.) für „Next Level Handwerk“ im Einsatz, einem Angebot der Innungen und Kreishandwerkerschaften für ihre Mitgliedsbetriebe. Das Projekt steht unter der Schirmherrschaft der Aktion Modernes Handwerk, wird von handwerksnahen Partnern unterstützt und inhaltlich durch das Institut für Betriebsführung im Deutschen Handwerk (itb) begleitet. Mit ihrer Serie „Lea & Marta zeigen wie’s geht“ bewerten sie Social-Media-Auftritte von Handwerksbetrieben und Handwerker/-innen. Im Interview mit www.handwerk.de erklärte Marta Sproll, worauf sie dabei achtet und was sie jedem Betrieb ans Herz legt.

Marta, wie lange warst Du heute schon auf Instagram?

Heute tatsächlich noch nicht. Sonst bin ich aber etwa eine Stunde auf Instagram. Am Wochenende deutlich mehr. Im Durchschnitt verbringe ich rund zwei bis drei Stunden auf Instagram und TikTok. Für „Next Level Handwerk“ bin ich mehr auf Instagram und YouTube unterwegs, meine Kollegin Lea mehr auf TikTok und YouTube.

Bist Du noch privat auf Instagram, Facebook oder TikTok unterwegs oder betrachtest Du den Content immer als Expertin von „Next Level Handwerk“?

Privat nutze ich vorwiegend Instagram und

merke, dass es immer schwieriger wird, die Profi-Brille abzusetzen. Zum Beispiel bewerte ich fast schon automatisch Content (Inhalte) auch von handwerksfernen Unternehmen. Generell trenne ich meine private und berufliche Nutzung aber.

Worauf achtest Du als Erstes, wenn Du einen Beitrag aus dem Handwerk siehst?

Vor allem auf die ersten Sekunden eines Videos. Die müssen einfach sitzen. Man muss sich hier in die Nutzer/-innen hineinversetzen, die teils Hunderte Videos anschauen. Ansonsten achte ich auf die Authentizität der Personen und darauf, dass wirklich die Personen im Vordergrund stehen. Mir ist auch

Foto: Aktion Modernes Handwerk



Spezi-Metzger (o.), Landmetzgerei Moosmeier und Metzgermeister Rögele (re.).

Fotos: Spezi-Metzger, Landmetzgerei Moosmeier, Metzgermeister Rögele

wichtig, dass die Leute Spaß an dem haben, was sie auf Instagram & Co. zeigen. Zudem achte ich auf die Video- und besonders die Tonqualität. Wenn das nicht passt, macht es keinen Spaß, die Videos zu schauen.

Kann man pauschal sagen, was junge Menschen heute auf Insta & Co. sehen wollen?

Die zuvor genannten Dinge gelten sicherlich für fast alle Nutzer/-innen. Grundsätzlich sind die Geschmäcker verschieden. Es kommt sehr auf die jeweilige Nische an und wie die jeweilige Zielgruppe aussieht. Als Handwerksbetrieb sollte der Content auf jeden Fall thematisch vom Handwerk handeln, da viele Azubis den Betrieb kennenler-

nen möchten. Formate wie „Behind-the-Scenes“, Sketche aus dem Arbeitsalltag oder die Vorstellung von Projekten kommen bei Jugendlichen gut an. Betriebe können hier auch ihre Benefits präsentieren oder durch spannende Tutorials beweisen, dass sie ein attraktiver Arbeitgeber sind. Bei unseren Befragungen haben wir festgestellt, dass viele junge Leute nicht wissen, was das Handwerk mit all seinen Weiterbildungsmöglichkeiten zu bieten hat. Hier sehe ich für viele Betriebe ein großes ungenutztes Potenzial.

Was sind für Dich absolute No-Gos?

Wenn Videos viel zu langatmig sind. Dazu gehören etwa Interviews mit Azubis, die mit einer

Länge von bis zu 10 Minuten auf YouTube richtig platziert wären. Plattformen wie TikTok, Instagram oder YouTube Shorts leben von kurzen und knackigen Videos. Azubi-Interviews sind oft spannend, doch einfach zu lang. Mein Tipp: Videos kürzen und nur anteasern, die Beschreibung dafür länger formulieren und bei Interesse auf das vollständige Video auf YouTube verweisen. Außerdem sind für mich hintereinander geschnittene Fotos als Reel ebenso ein absolutes No-Go wie fehlerhafte Aussagen oder falsche Versprechungen in Beiträgen.

Welche Tipps gibst Du Handwerksbetrieben, die wöchentlich etwa ein bis zwei Beiträge

veröffentlichen möchten? Worauf sollte man den Fokus legen?

Zuerst vorweg: Ich habe riesigen Respekt vor Handwerksbetrieben, die es schaffen, ein bis zweimal wöchentlich zu posten. Social Media darf man grundsätzlich nicht unterschätzen. Jeder Betrieb sollte zuerst einen Fokus definieren. Das kann etwa die Mitarbeiter- oder Kundengewinnung sein. Beim Content sollte der Betrieb authentisch, humorvoll und selbstironisch sein. Beim Content-Format empfehle ich aufgrund des Algorithmus den Fokus auf Reels zu legen. In Kombination mit den richtigen Schlagworten und Hashtags kann die Reichweite enorm optimiert werden. Außerdem wird die AMH 2024-Interaktion mit anderen Kanälen (Liken, kommentieren, teilen, abspeichern von Beiträgen) auf allen Plattformen belohnt. Zuletzt empfehle ich jedem Betrieb, ein wenig Budget für das gezielte Bewerben von Beiträgen einzuplanen. Unbedingt sollten sie ihren eigenen Content planen und im Auge behalten, um zu verstehen, zu welcher Tageszeit die jeweilige Zielgruppe aktiv ist. Hier lohnt sich besonders ein Business Account auf Meta, um den eigenen Content optimal zu tracken.

Was vermisst Du bei den meisten Social-Media-Auftritten von Handwerker/-innen?

Was gefällt Dir besonders gut?

Mir fällt auf, dass einige Betriebe Trends verschlafen. Es ist oft ganz einfach, auf aktuelle Trends aufzuspringen und somit relevanten Content zu erstellen. Bei der technischen Umsetzung fällt mir oft auf, dass ein Grundwissen in puncto Filmschnitt wirklich hilfreich wäre. Der Schnitt sollte zum Takt der Musik passen, die Musik sollte man ausfaden lassen und so weiter.

Diese Basics kann man sich auf YouTube aneignen. Dafür gefällt mir aber besonders gut, dass es viele Handwerker/-innen schaffen, ihren Arbeitsalltag spannend und teilweise auch lustig darzustellen. Der eigenen Kreativität sind hier keine Grenzen gesetzt. Total cool finde ich Betriebe oder Handwerker/-innen, die sich selbst nicht zu ernst nehmen. Technisch stehe ich auf Drohnenaufnahmen. Das Equipment ist bezahlbar und solche Bilder hauen mich immer wieder mal um. red

www.nextlevelhandwerk.de