

Evers-Bau-Tischlerei GmbH nutzt Soziale Netzwerke zur Auftragsakquise

„Ich investiere eine halbe Stunde am Tag in Facebook“

Die Produktpalette ist umfangreich: Denkmalschutzfenster, Haustüren, fotorealistiche Fußböden und ab und zu sei auch ein handgefertigtes Möbelstück dabei, beschreibt Dirk Evers, Geschäftsführer der in Braunschweig ansässigen Evers-Bau-Tischlerei GmbH die Fertigungsschwerpunkte.

Highlight: Das Geneo Inovent

Sein persönliches Highlight: Die selbstlüftenden Fenster von Rehau. Evers darf dank Gebietsschutz als Einziger in einem Umkreis von circa 15 Kilometer das Geneo Inovent einbauen. Die Vorteile von einem Fenster, das geschlossen lüftet, liegen für ihn klar auf der Hand: „Da das Fenster nicht mehr gekippt oder ganz geöffnet werden muss, wird die Gefahr von Einbrüchen minimiert. Durch das automatische Lüftungssystem mit Wärmetauscher können Heizkosten gespart werden. Sinnvoll ist das Fenster auch für Allergiker: Durch einen integrierten Großstaubfilter gelangen bis zu 80 Prozent weniger Pollen in die Wohnung. Vorteile bietet

das Fenster auch in Sachen Lautstärke und Schallschutz.“

Auch ein gutes Produkt verkauft sich nicht von alleine

Für Evers eignen sich vor allem die Neuen Medien, um Aufträge zu akquirieren. Die Tischlerei besitzt bereits seit 2010 eine eigene Facebook-Seite und seit einem halben Jahr einen Instagram-Account. Mittlerweile kommen circa ein Drittel der Anfragen über die Sozialen Netzwerke. „In keinem anderen Medium kann ich mit so wenig Geld eine so hohe Reichweite erzielen. Dass die Reichweite nicht nur quantitativ ist, bestätigen mir die Kunden, die durch Facebook-Posts auf meine Tischlerei aufmerksam geworden sind“, so der Betriebsinhaber.

Nicht nur potentielle Auftraggeber werden durch die Neuen Medien auf die Tischlerei aufmerksam. Auch neue Mitarbeiter konnten schon dank des Facebook-Auftrittes gewonnen werden.

Die Inhalte liefern Evers seine Angestellten. Die zehn Mitarbeiter der Tischlerei



Für Geschäftsführer Dirk Evers sind Soziale Medien Herzensangelegenheit und Mittel zur Kundenbindung gleichermaßen.

machen pro Baustelle circa 20 Fotos. Der Inhaber wählt dann aus, welche Fotos sich für die Sozialen Netzwerke eignen. „Die Fotos sind aber nicht nur essentiell für Facebook und Instagram. Sie sind auch praktisch, wenn ich beispielweise Neukunden erkläre, wie die Montage abläuft oder ihr Möbelstück gefertigt wird“, erklärt Evers.

Die Mitarbeiter liefern zwar Fotos, die Pflege übernimmt der Chef aber persönlich: „Facebook oder auch Instagram sind mir eine Herzensangelegenheit. Für mich ist es ein Hobby, das jedoch nicht nur Zeitvertreib ist, sondern auch zu Aufträgen führt.“ Wie viel Zeit er für die Pflege pro Tag aufwendet, kann der gelernte Juwelier und Tischler nicht genau sagen: „Wahrscheinlich eine halbe Stunde am Tag“, so sein Resümee. „Das ist aber eine subjektive Meinung, meine Frau würde vermutlich sagen, dass es mehr ist“, fügt Evers schmunzelnd hinzu.

Der Facebook-Account der Tischlerei hat mittlerweile rund 1.500 Abonnenten. Diese werden circa zwei bis dreimal die Woche mit News versorgt. Hauptsächlich am frühen Morgen oder späten Abend, denn dann seien seine Follower am empfänglichsten für Nachrichten und Emotionen, so Evers. ■



Selbstlüftendes Fenster von Rehau.