



Personal Branding – Sichtbarkeit in sozialen Medien schaffen

Köln, 17. Januar 2025

Im Handwerk wird der persönliche Kontakt großgeschrieben – sei es zum Kunden, zu Kollegen oder innerhalb der eigenen Organisation. Doch in einer zunehmend digitalen Welt wird auch die Präsenz in sozialen Medien immer wichtiger. Personal Branding, also die Entwicklung einer eigenen Marke, hilft Handwerkerinnen und Handwerkern dabei, neue Aufträge zu gewinnen, Mitarbeitende zu finden und das Image des Handwerks zu stärken.

Warum Social Media?

Soziale Netzwerke wie LinkedIn, Instagram oder TikTok bieten gute Plattformen, um die eigene Arbeit, den Betrieb und das Handwerk sichtbar zu machen. 60 Prozent der Bundesbürger scrollen laut einer aktuellen Medienstudie des ARD und ZDF mindestens einmal pro Woche durch ihre Newsfeeds – insbesondere jugendliche Zielgruppen, die für die Zukunft des Handwerks essenziell sind. Über Social Media lassen sich Kunden, Lieferanten und Mitarbeitende direkt ansprechen und langfristige Netzwerke aufbauen.

Dachdeckerhandwerk: Nahbar und transparent

Ob es um die Herausforderungen des Fachkräftemangels, die Einführung neuer Technologien oder den Alltag auf der Baustelle geht – Social Media bietet Raum für authentische Geschichten. Dachdecker*innen sowie Dachdeckerbetriebe und die verschiedenen Organisationen können hier als Sprachrohr für die Branche auftreten und Nähe schaffen.

Eigene Marke aufbauen und Branche stärken

Erfolgreiche Influencer machen es vor: Während die einen ihren abwechslungsreichen Alltag zwischen Büro und Baustelle dokumentieren, überzeugen andere mit Anleitungen und Tipps für das Dachdeckerhandwerk. So werden sie Botschafter für ihre Branche, aber auch für das Handwerk insgesamt.

Fünf Schritte zur Sichtbarkeit

1. **Konto erstellen und persönliche Geschichten teilen:** Melden Sie sich auf Plattformen wie LinkedIn, Instagram oder TikTok an. Zeigen Sie besondere Projekte, kreative Lösungen oder Einblicke in den Arbeitsalltag und ziehen so die Aufmerksamkeit auf sich.
2. **Menschen in den Mittelpunkt stellen:** Stellen Sie neue Mitarbeitende, Partner oder Kunden vor. Wichtig: vorher deren Zustimmung einholen.
3. **Führungserfahrungen teilen:** Als Chef können Sie nützliche Einblicke in die Leitung eines Betriebs geben.
4. **Innovationen zeigen:** Neue Produkte, Methoden oder digitale Tools im Einsatz sind ideale Themen für Beiträge.
5. **Bilder und Videos nutzen:** Optische Inhalte sind besonders wichtig – professionell gestaltete Fotos und Videos wecken Interesse. Umfangreiches Bildmaterial stellt der ZVDH den Innungsbetrieben in der [Bilderdatenbank](#) zur Verfügung.

Nicht nur Betriebe profitieren von einer aktiven Präsenz in sozialen Netzwerken, auch Innungen und Landesverbände des Dachdeckerhandwerks können diese nutzen. Indem sie Mitglieder vorstellen, Veranstaltungen ankündigen oder Einblicke in ihre Arbeit gewähren, stärken sie den Zusammenhalt und die Kommunikation innerhalb der Branche.

Praxisbeispiele

Personal Branding in sozialen Medien ist mehr als nur Eigenwerbung: Es ist eine Investition in die Zukunft des Dachdeckerhandwerks. Weitere Infos und Hinweise unter [Handwerk digital](#).

[Dachdeckerin Sina](#)

[Die Dachdeckerei](#)

[ZVDH auf Insta](#)