

Die BLOG- Rebellen

Sie melden sich zu Wort, beziehen Stellung, kommentieren Politik und stellen Forderungen. Eine immer größere Gruppe von Handwerksunternehmern machen sich in ihren Blogs Gedanken zu wichtigen Zukunftsfragen des Handwerks: Identität, Ansehen, Akzeptanz und ihre Rolle in der Gesellschaft. Ein erster Überblick.

Autor **Ramón Kadel** Fotografen **Stephan Minx, Axel Griesch, Tristan Vonkann, Tim Wegner, Franz Fender**



Jeder Handwerkschef hat Geschichten zu erzählen, jeder hat eine eigene Meinung. Für diese emotionalen Themen eignet sich ein Blog am besten.“ Jörg Mosler kommt gerade von einer seiner Veranstaltungen als Speaker. Der ehemalige Dachdecker und Experte für Aufmerksamkeit durch Emotionen im Handwerk ist ernüchert. 300 Handwerker waren zu Gast, nur etwa 150 davon haben eine Website, nur zehn nutzen Facebook. Wenn schon kein Social Media, dann wenigstens eine Website, denkt er sich – und dazu einen Blog. „Es kommt nur auf die Geschichten an – ‚Storytelling‘ ist das Stichwort“, erklärt Mosler.

„Soziale Netzwerke wie Twitter und Facebook sind hilfreich zum Anlocken der User. Wirklich mitteilen können sich Handwerksunternehmer aber am besten auf dem eigenen Blog. Man baut ja auch kein Haus auf gemieteten Grund.“

AUFMERKSAMKEIT DURCH EIGENE MEINUNG

Zentraler Aspekt ist dabei die Emotion: Politische, gesellschaftliche oder ethische Themen bringen die meisten Besucher auf die Blogs. So können Chefs auch ihre Mitarbeiter mitnehmen und ihnen das Gefühl der Wertschätzung in einer bedeutenden und meinungsstarken Branche geben. „Wenn man es gut macht, be-

kommt man Aufmerksamkeit – und damit auch neue Kunden, neue Mitarbeiter und Multiplikatoren“, betont der Autor und Entwickler unseres Podcasts „Workers Cast“ (handwerk-magazin.de/workers-cast). „Das Handwerk sollte als ‚coole Wirtschaftsmacht‘ mit einer starken Meinung und hohem Wert präsentiert werden. Das Alter spielt dabei keine Rolle.“ Auf den nachfolgenden Seiten präsentiert Ihnen handwerk magazin sechs Blogrebellinnen aus dem Handwerk, die mit jeweils unterschiedlichen Themen und Denkanstößen große Reichweiten erzielen. Was sie alle eint: Die Blogger schaffen Aufmerksamkeit durch Querdenken und eine starke Meinung.