

# Der malende Erzähler

Wie der 54-jährige Handwerker Volker Geyer zwei Drittel seines Geschäfts ins Netz verlagert hat

MÜNSTER. Vor vier Jahren beschloss der Wiesbadener Malermeister Volker Geyer, mit seiner Firma ins Netz zu gehen. Heute findet er dort zwei Drittel seiner Kunden. Bei einem Seminar für Handwerker am Haus Kump erzählte er gestern, wie ihm das gelungen ist – und wie er aus Schwächen Stärken macht.

Es gibt Menschen, die stehen um 8 Uhr auf. Volker Geyer ist dann seit gut einer Viertelstunde vom Joggen zurück. Davor hat er anderthalb Stunden am Schreibtisch gesessen, Xing-Kontakten zum Geburtstag gratuliert, auf seiner Facebook-Seite ein oder zwei Bilder veröffentlicht, dazu etwas geschrieben und E-Mails beantwortet. Danach ist er im Netz schwer zu erreichen, denn zu Kunden fährt er selbst. Angebote schreibt er selbst. „Wer mir um neun eine E-Mail schickt, muss bis zum nächsten Morgen warten“, sagt er.

Geyer ist 54 Jahre alt und in dritter Generation Malermeister. So stellt man sich niemanden vor, der anderen Menschen Internet-Marketing erklären kann. Aber wahrscheinlich kann er das besser



„Wer sich nicht mehr meldet, den haben wir zum Glück nicht als Kunden gewonnen“: Volker Geyer legt es darauf an, dass einige Kunden gleich wieder gehen.

MZ-Foto Heimann

als viele Wirtschafts-Professoren, denn er hat verstanden, dass kein Kunde einen Handwerker sucht, sondern eine Idee verwirklichen möchte und dafür einen Handwerker braucht – und dass es nichts Langweiligeres gibt als Firmen, nur erzählen, wie toll ihre Produkte sind.

## 17 000 Follower

Volker Geyer hat 5000 Fans bei Facebook, 17000 Menschen folgen ihm bei Twitter, in ein paar anderen Netzwerken findet man ihn auch. Aber er ist nicht einfach so da, er hat vorher drüber nachgedacht, was er da eigentlich

will. Und das unterscheidet ihn wahrscheinlich schon von vielen anderen kleinen Betrieben. „Wer seine Marketing-Hausaufgaben gemacht hat, hat es im Internet wesentlich leichter“, sagt Geyer.

Wenn man bei Google nach „Maler Wiesbaden“ sucht, findet man Geyer auf den ersten beiden Seiten nicht. Gibt man stattdessen „Betonoptik Wiesbaden“ ein, ist Geyers Seite gleich der fünfte Treffer. Auf seiner Internetseite hat Geyer einen Showroom eingerichtet. 24 Kategorien. Wer sie sucht, findet Geyer schnell. Wer etwas anderes sucht, nur durch Zufall. Und wenn ande-

re Handwerker sagen, sie freuen sich über jeden Kunden, sagt Geyer Sätze wie: „Wer sich nicht mehr meldet, den haben wir zum Glück nicht als Kunden gewonnen.“ Geyer legt es ein bisschen drauf an.

Im Internet begrüßt er seine Kunden mit einer Liebeserklärung an das, was er macht. Und Geyer meint das ganz ernst. Wer sich gleich hier wohlfühlt, der wird möglicherweise Kunde. Wer nicht, zum Glück nicht. So denkt er. Man könnte das für arrogant halten, aber auch für vernünftig. Denn wer zufriedene Kunden haben möchte und es

sich aussuchen kann, der nimmt doch die, die auf einer Wellenlänge liegen.

## Interessante Fassade

Und davon gibt es offenbar genug. Fünf Neukunden melden sich pro Tag im Netz, sagt Geyer. Damit das so bleibt, versucht er die Menschen im Netz zu unterhalten. Wenn er mit dem Auto durch Wiesbaden fährt und eine interessant gestrichene Fassade sieht, dann hält er an, macht ein Foto. Dazu schreibt er etwas auf. „Eigentlich bin ich ein Geschichtenerzähler“, sagt er. Und so schafft er es auch, vermeintliche Schwächen in Stärken umzumünzen.

Einmal haben seine Mitarbeiter sündhaft teure Tapeten geklebt, die nachher an der Wand Falten warfen. Die Auftraggeberin bot an, die Tapete trotzdem zu nehmen. Für etwas weniger Geld. Geyer bestellte auf eigene Kosten neue Ware. Am Abend darauf war alles fertig. Dann stellte er ein Foto von den Falten auf der Tapete ins Netz. Dazu schrieb er: „So was passiert uns.“ Dann erklärte er, wie er mit dem Fehler umgegangen ist. So fand er wieder neue Kunden. *Ralf Heimann*