

# Gute Produkte sind (leider) nicht genug

*Wer verkaufen will, muss auch digital sichtbar sein. Deshalb veröffentlichen wir ab Februar bis Juni in jedem Heft einen Artikel zum Thema »Präsenz Ihres Betriebes auf digitalen Kanälen für mehr Kunden«. Auf der Stone + tec verleihen wir zudem erstmals den »Naturstein Marketing Award«.*

**K**lappern gehört zum Handwerk – das weiß jeder, der einen Betrieb führt. Nur: Klappern geht heute anders als früher. Lauter, präziser und vor allem effektiver. Denn wer richtig klappert, klappert heutzutage insbesondere auch digital. Die gute Nachricht dabei: Wer digitale Kanäle richtig nutzt, um für seinen Betrieb zu werben, kann auch mit bescheidenen

Budgets große Sichtbarkeit und Reichweite für seine Inhalte erzielen. Naturstein ist, zumindest in der Theorie, ein Werkstoff für die Ewigkeit. Die digitale Welt hingegen ist überaus vergänglich. Wir alle sehnen uns nach dem Ewigen, leben aber mehr und mehr in der schnelllebigen digitalen Welt. Wir alle nutzen die Google-Suchmaschine, um Informationen zu den Fragen zu erhal-

ten, die uns umtreiben. Die meisten von uns vertrauen dem weltgrößten sozialen Netzwerk Facebook dankbar alle möglichen Details aus unserem privaten Leben an, indem wir dort mit Kollegen, Freunden und Verwandten kommunizieren. Viele von uns nutzen als wichtige Informationsquelle und Rechercheinstrument mittlerweile die Video-Plattform YouTube (weltweit nach Google die zweitgrößte Suchmaschine). Denn Bewegtbild transportiert Inhalte anders als Schrift und Bild – direkter, unmittelbarer, je nach Thema durchaus auch nutzenstiftender.

## **Ewiges und Digitales vereint**

Für die Redaktion des »Naturstein« sind dies mehr als warme Worte und zeitgeistige Verlautbarungen. Zwar ist das gedruckte Heft weit entfernt vom Ewigkeitsanspruch eines Natursteinprodukts. Aber im Vergleich mit der schnelllebigen digitalen Welt, erscheint auch das monatlich erscheinende Heft geradezu »in Stein gemeißelt«. Die »Naturstein«-Redaktion hat es sich deshalb längst – mit dem in der Fachzeitschriftenbranche eine digitale Vorreiterrolle einnehmenden Ebner Verlag als Muttergesellschaft im Hintergrund – zur Aufgabe gemacht, beide Welten, den ewigen Naturstein (sei es gedruckt oder gemeißelt) und die digitalen Kanäle zueinander zu bringen. Denn wir sind davon überzeugt, dass nur derjenige dauerhaft relevant sein kann, der mit seinen Inhalten überall dort präsent ist, wo auch seine Zielgruppe sucht, kommuniziert, fragt und inspiriert wird. Ein Kanal ist nicht schlechter als der



**Ewiges und Digitales vereint: Vanitas-Interpretation aus NEBRAER SANDSTEIN auf dem Stadtgottesacker in Halle von Martin Roedel** Foto: Marcus Golter

## KURZINFO



### COMMUNICATE AND SELL

*Seit 2015 bündelt der Ulmer Ebner Verlag sämtliche Kompetenzen seiner digitalen Audience Development-Abteilung in der Content Marketing-Agentur Communicate And Sell berät v.a. mittelständische Kunden beim Aufbau digitaler Sichtbarkeits- und Reichweitenstrategien. Dabei kommen die SEO-, Social Media- und Content-Experten des Ebnerschen Audience Developments als operativ erfahrene Consultants und Strategen zum Einsatz und machen Best Practices und Erfahrungen des gesamten Ebner Verlags für die Kunden von Communicate And Sell zugänglich. Communicate And Sell veröffentlicht regelmäßig wertvolles Wissen rund um Themen der digitalen Vermarktung auf der Agenturwebsite [www.communicateandsell.de](http://www.communicateandsell.de)*

andere. Deshalb nutzen wir – wir selbst und unsere Zielgruppen und Kunden – ja auch so viele davon, je nach Bedarf, Lust und Laune. Wer das nicht glaubt: Natursteinonline und Bärbel Holländer auf Facebook folgen genügt, um eine Vorstellung von digitaler Präsenz zu bekommen.

#### **Klappern, aber richtig!**

Das »digitale Klappern« – da gibt es kein Vertun! – ist keine triviale Angelegenheit. Vieles sieht einfach aus – ein Facebook-Post hier, ein Artikel auf der Website dort, kostet ja direkt auch nichts! Die strategisch unterfütterte, sorgfältig geplante und in den Ergebnissen ständig analysierte Arbeit mit Inhalten auf digitalen Kanälen hingegen, von Google über Facebook bis Instagram und YouTube, ist für jedes Unternehmen eine echte

Herausforderung. Zumindest, wenn nicht einfach nur irgendwelche Inhalte irgendwo ins Internet gedrückt, sondern ein konkreter Marketingzweck damit erfüllt werden soll. Im Normalfall also: Mehr Kunden für den Betrieb! Wir möchten daher das beginnende Jahr 2018 ganz unter das Motto »Klappern, aber richtig!« stellen. Denn wir sind davon überzeugt, dass es der Natursteinbranche an vielen Stellen noch an Fachwissen und Erfahrung fehlt, um aus den digitalen Kanälen herauszuholen, was geht. Dass da einiges ist, dass es Potenziale zu heben gibt, zeigen wiederum einige Betriebe bereits auf mustergültige Weise. Wir brauchen deshalb mehr Transparenz und Erfahrungsaustausch zum Thema »Umgang mit digitalen Kanälen«.

#### **Leuchttürme in der Branche: der Naturstein Marketing Award**

Ab der Februar-Ausgabe wird es deshalb in jedem »Naturstein«-Heft einen Artikel zum Thema »Präsenz Ihres Betriebes auf digitalen Kanälen für mehr Kunden« geben – jeweils verfasst von einem Experten aus dem Audience Development-Team des Ebner Verlags und seiner Beratungsagentur »Communicate And Sell«. Diese Artikelserie wird begleitet von kostenlosen Live-Webinaren der Autoren, in denen Sie konkrete Fragen stellen und sich mit den Experten austauschen können.

Die Artikelserie schafft damit das Fundament für unser eigentliches Anliegen: Die Verleihung des »Naturstein Marketing Award«. Dieser Award prämiiert Unternehmen aus der Branche, die sich in den verschiedenen Aspekten des gelungenen Einsatzes von Inhalten auf digitalen Kanälen (Social Media-Präsenz, Sichtbarkeit in der Suchmaschine etc.) schon heute besonders hervortun und damit eine wichtige Leuchtturm-Funktion für die Branche einnehmen. Der



**Der Naturstein Marketing Award wird im Juni auf der Stone+tec 2018 verliehen.**

»Naturstein Marketing Award« wird im Juni auf der »Stone+tec« in Nürnberg verliehen. Er wird in direkter Kooperation der »Naturstein«-Redaktion und der Agentur »Communicate And Sell« des Ebner Verlags organisiert. Unser Ziel: Wir möchten Sichtbarkeit schaffen für Betriebe, die Sichtbarkeit schaffen für Produkte und Dienstleistungen. Wir möchten zeigen, wer richtig klappert und wie das geht. Wir möchten ein Bewusstsein dafür schaffen, dass gute Produkte allein noch nie ausgereicht haben, um als Betrieb erfolgreich zu sein – heute ist mehr denn je gutes Marketing gefragt. Und das ist eben vor allem digital.

Weitere Informationen zum »Naturstein Marketing Award« und zu den anstehenden Marketing-Webinaren erhalten Sie in Kürze auf [www.natursteinonline.de](http://www.natursteinonline.de).

*Dr. Simon Geisler*



#### **Dr. Simon Geisler**



ist Chief Marketing Officer des Ulmer Ebner Verlags. Der promovierte Philosoph und ehemalige Unternehmensberater arbeitet seit sieben Jahren im Verlag und ist dort verantwortlich für die Abteilung Audience Development, in welcher sämtliche digitalen Kompetenzen des Verlags gebündelt sind. Außerdem führt er die 2015 gegründete Content Marketing-Agentur des Verlag, Communicate And Sell.