

Werbung im Wandel:

So erreichen KMU ihre Zielgruppen



Abend Anlass mit Apéro
18. Juni, 17.30 – 19.00 Uhr
Aula ibW Chur

Infos und Anmeldung
www.kmu-impuls.ch

Eine Veranstaltung von



Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Uniun grischuna da mastern

HWSGR

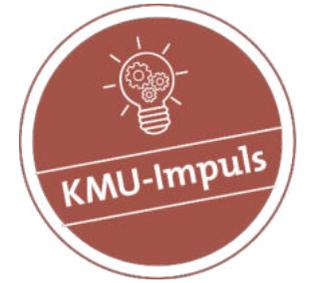
Hochschule
Südostschweiz

Presenting Partner

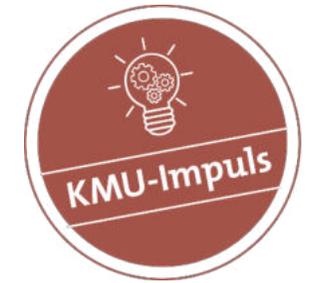


Höhere Fachschule
Südostschweiz

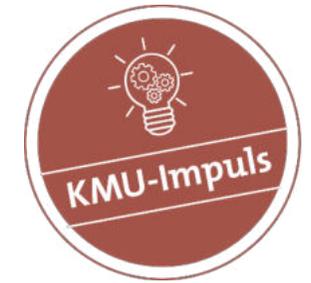
AGENDA



- Begrüssung
- Keynote „Werbestrategien und Werbemöglichkeiten“, Armin Spescha, communicaziun
- Praxisbeispiel AF Dachtechnik AG, Robin Attenhofer
- Keynote „Scrollst du noch oder likest du schon? Social Media für KMUs, das wirkt“, Robin Mark, Rob Nicolas
- Praxisbeispiel Heldstab AG Motorgeräte & Landtechnik, Hansruedi Heldstab
- Abschluss
- Netzwerkapéro

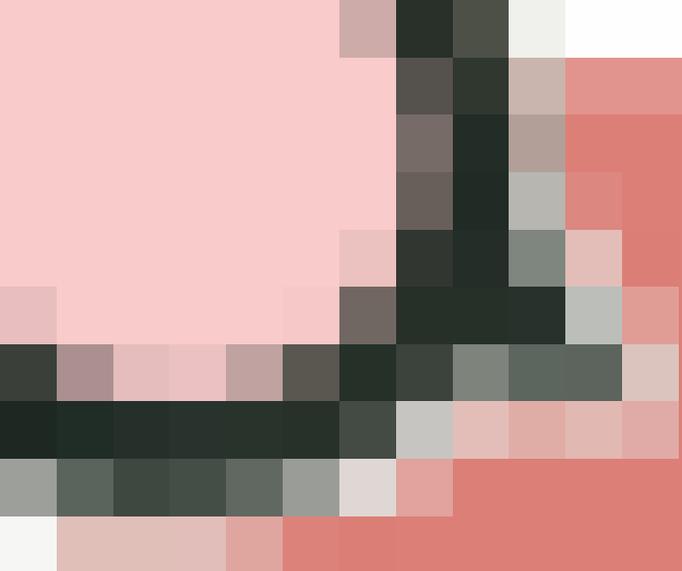


Fragen zum Thema können während
der Veranstaltung unter
www.kgv-gr.ch/livestream
erfasst werden.



„Werbestrategien und Werbemöglichkeiten“

Armin Spescha, communicaziun



Werbestrategien und Werbemöglichkeiten

Armin Spescha
communicaziun.ch
18. Juni 2025

Werbestrategien

Entwicklung der Werbung



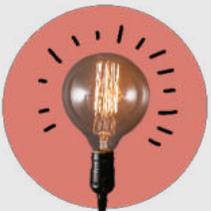
Früher

- Es gibt nur Offlinemarketing
- Hohe Sichtbarkeit bei wenig Massnahmen



Entwicklung

- Onlinemarketing gewinnt an Bedeutung
- Printmassnahmen werden hinterfragt und vernachlässigt



Heute

- Nichts ist substituiert worden
- Es braucht den kompletten «Marketingstrauss»

Werbestrategien

Aktuelle Trends



Das interne Marketing gewinnt an Bedeutung.



Employer Branding und eine starke Arbeitgebermarke sind entscheidend für die Lehrlingsgewinnung.



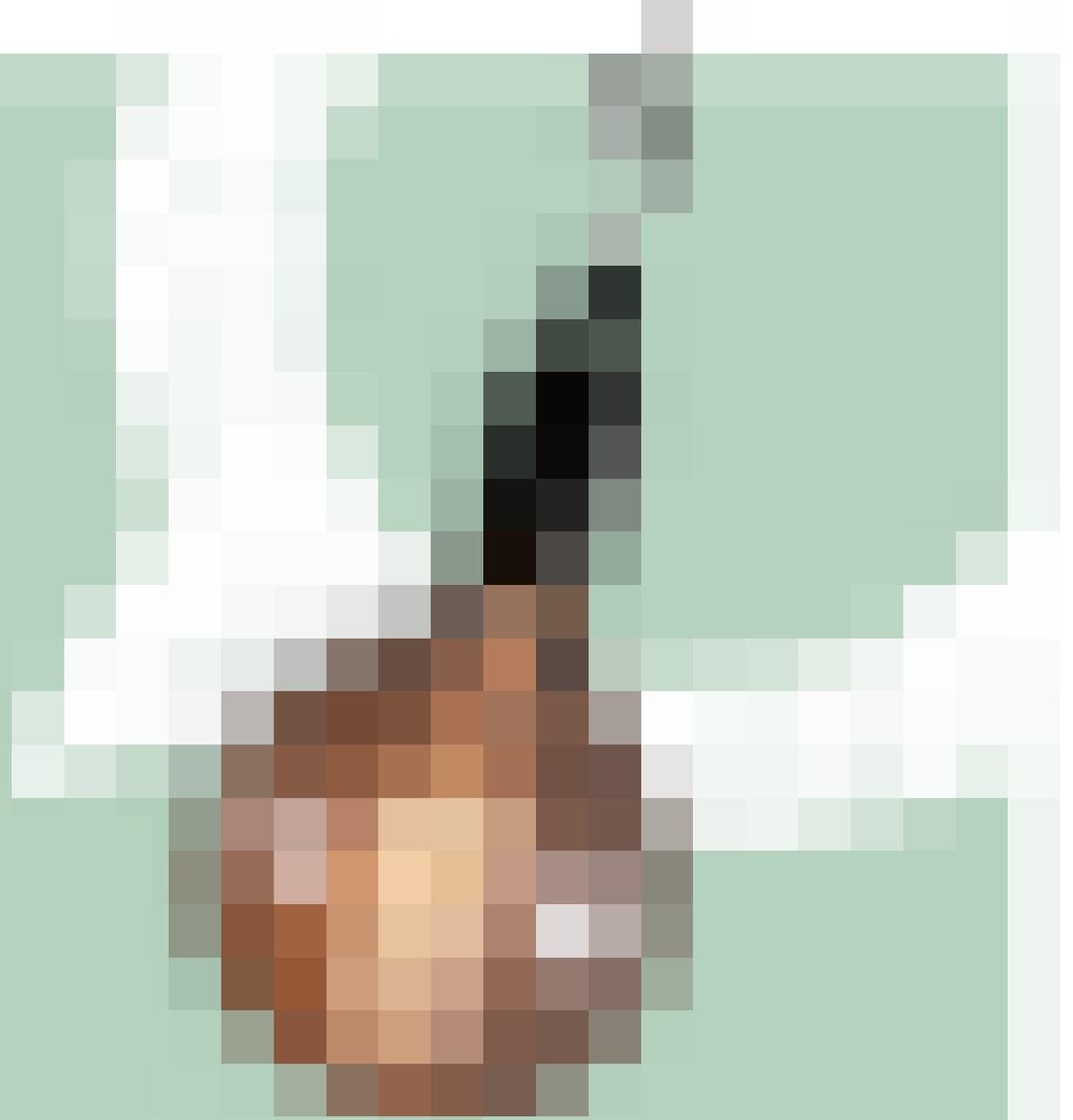
Mehr Kanäle – mehr Anforderungen:
Die Kommunikationslandschaft wird zunehmend komplexer.

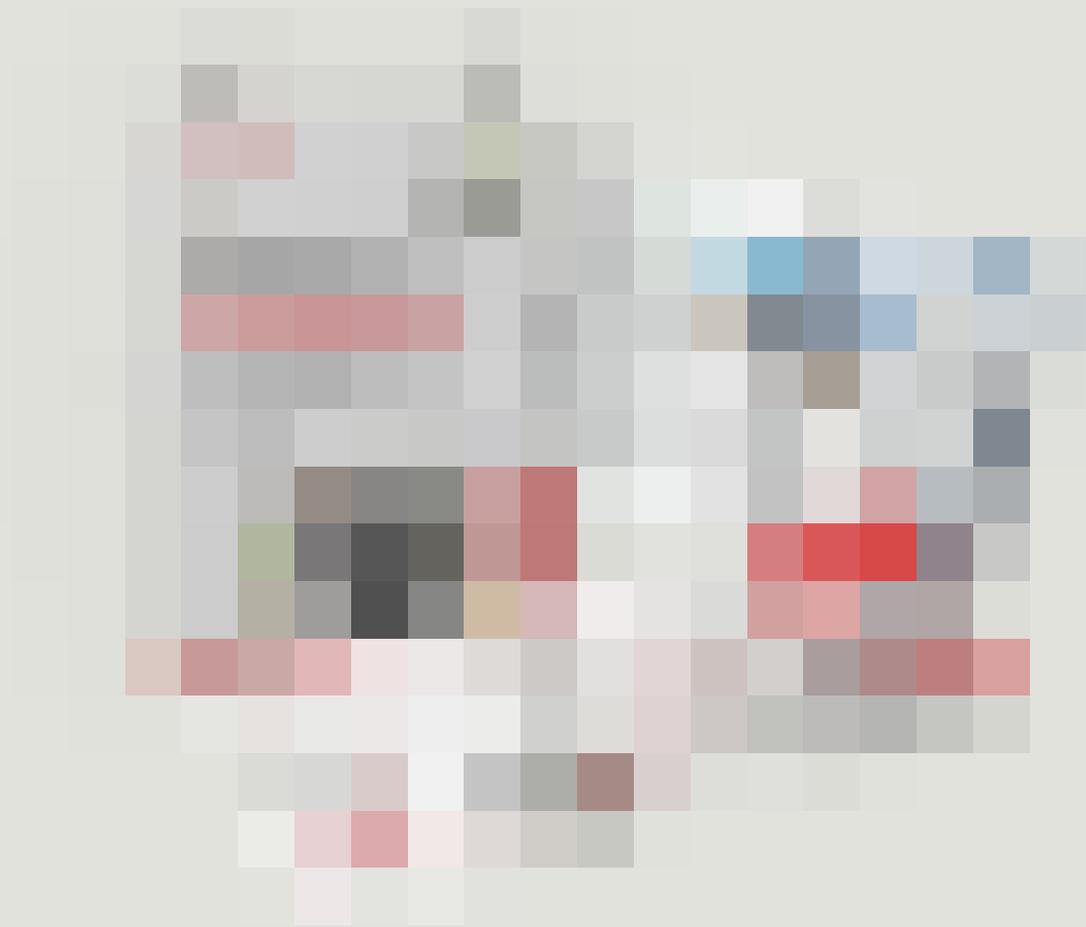


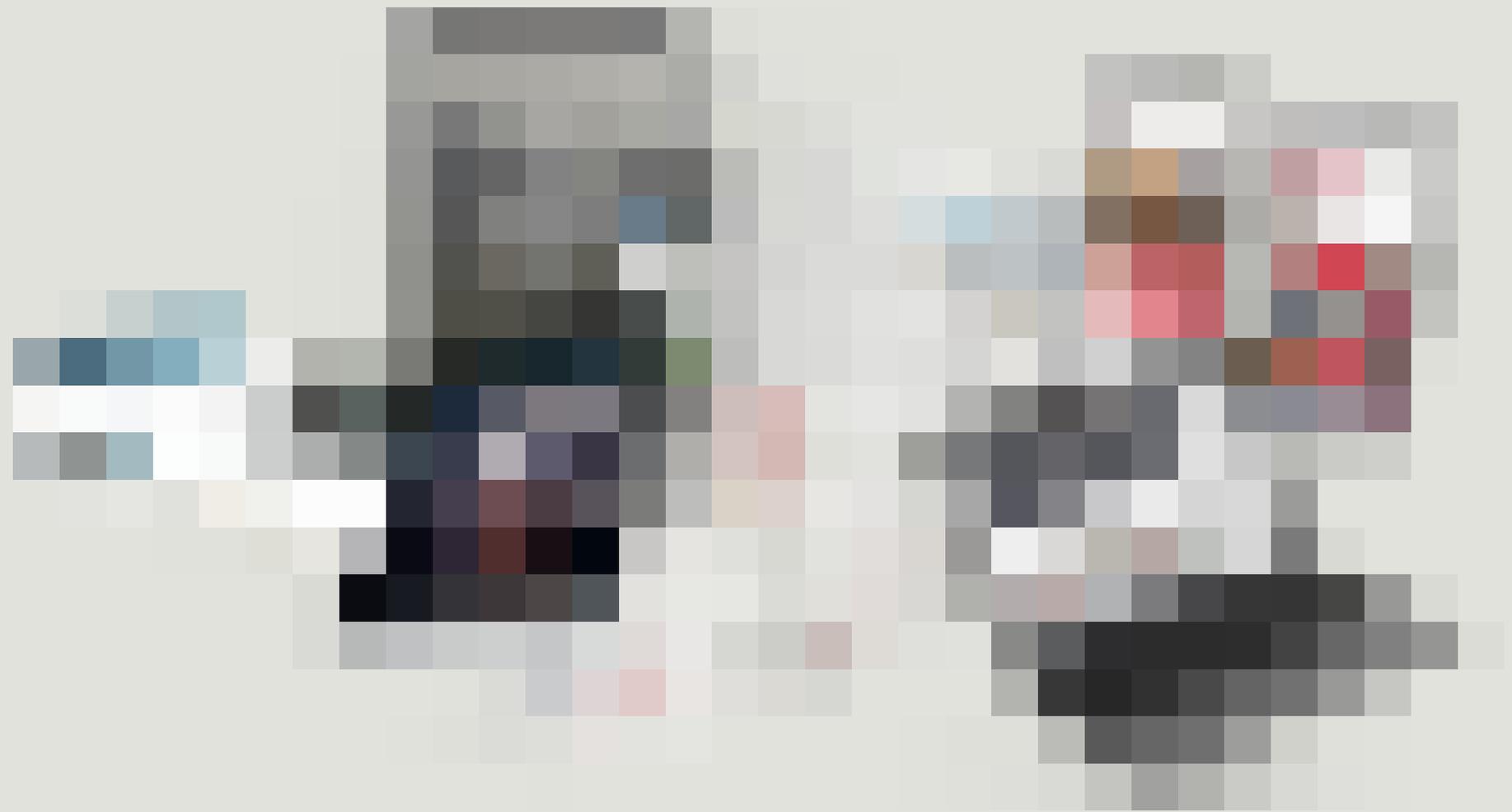
Die künstliche Intelligenz bringt Chancen und Herausforderungen.

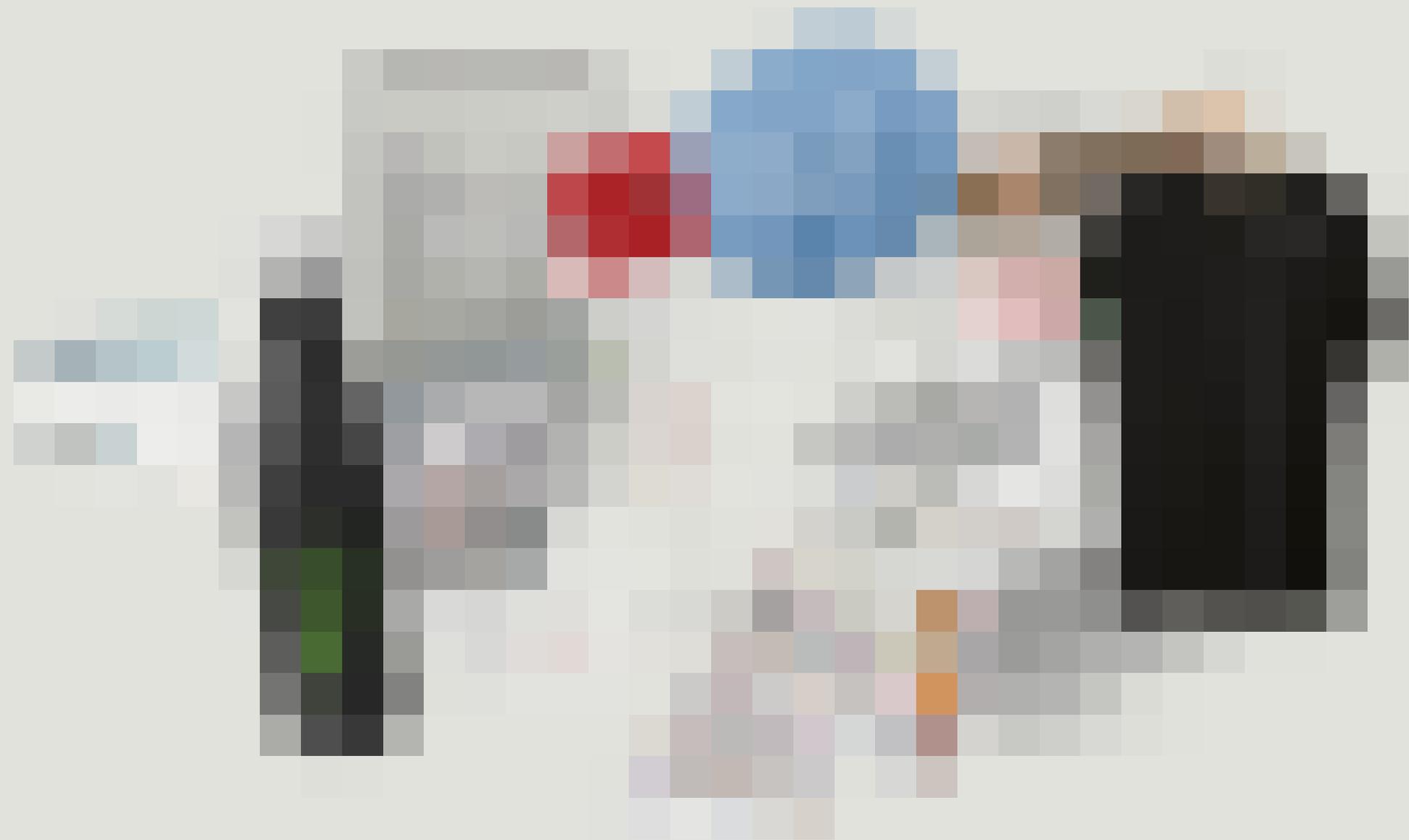


**Werbe-
möglichkeiten**











Werbestrategien



Ja aber

... wir sind ein KMU und haben dafür keine Ressourcen

... das ist sicher teuer

... das bringt für unser Kleinunternehmen nichts

Werbestrategien

Strategie für KMU



Strategie und Basis



**Offline
Marketing**



**Online
Marketing**



Events

Werbestrategien

Strategie für KMU

Strategie und Basis

- Strategieworkshop
- Zielgruppen analysieren und Ziele definieren
- Konzeption der Massnahmen inkl. Budgetierung
- Key Visual & Hauptbotschaft
- Unternehmensauftritt
(Logo, Webseite, Social Media, Bildmaterial etc.)





Personalkampagne zur Rekrutierung von
Pflegepersonal – vom Strategieworkshop zum Key
Visual bis zur finalen Umsetzung.

Werbestrategien

Strategie für KMU

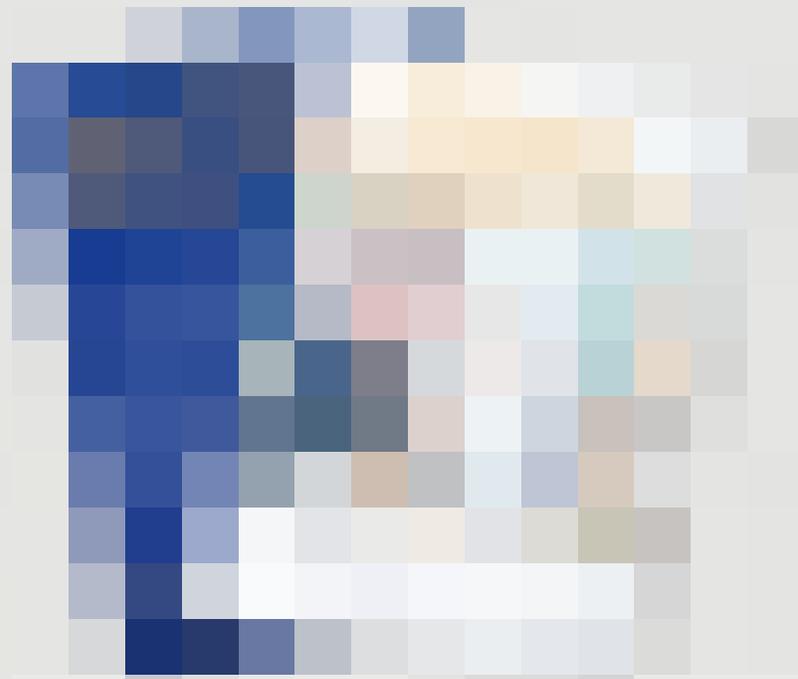
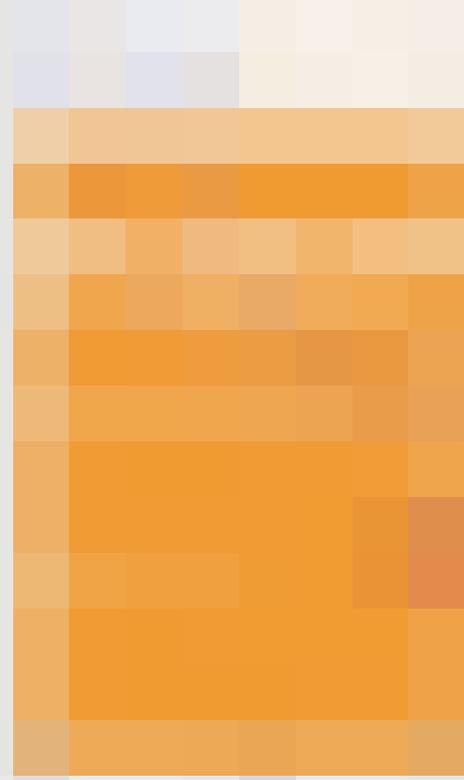
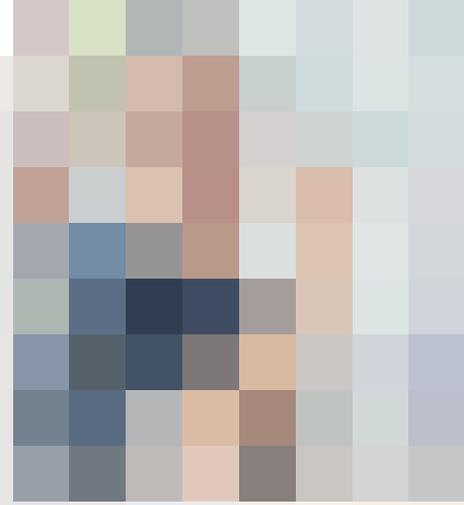
Offline Marketing

- Geschäftsdrucksachen
- Broschüren / Magazine
- Fahrzeugbeschriftungen / Bekleidung
- Flyer / Promopostversand
- Plakatkampagnen
- Give-Aways / Sticker
- Mailings



Procap Grischun

Vom Magazin bis zur Etikette - verschiedene Drucksachen sorgen für einen einheitlichen Gesamtauftritt im Offlinebereich.



Werbestrategien

Strategie für KMU

Events

- Tag der offenen Tür
- Neukundenapéro
- Demotag / Lehrlingsgewinnung
- Messeauftritt / Teilnahme an Gewerbefest
- Teamanlass
- Jubiläumsfest



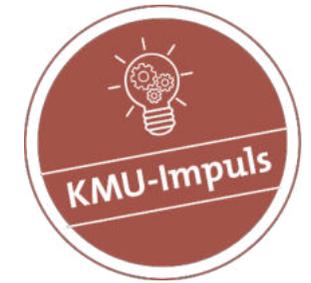


Raiffeisenbank

Zum 100-jährigen Bestehen
entstand ein nachhaltiger
Event, der die traditionelle
Generalversammlung ablöst.

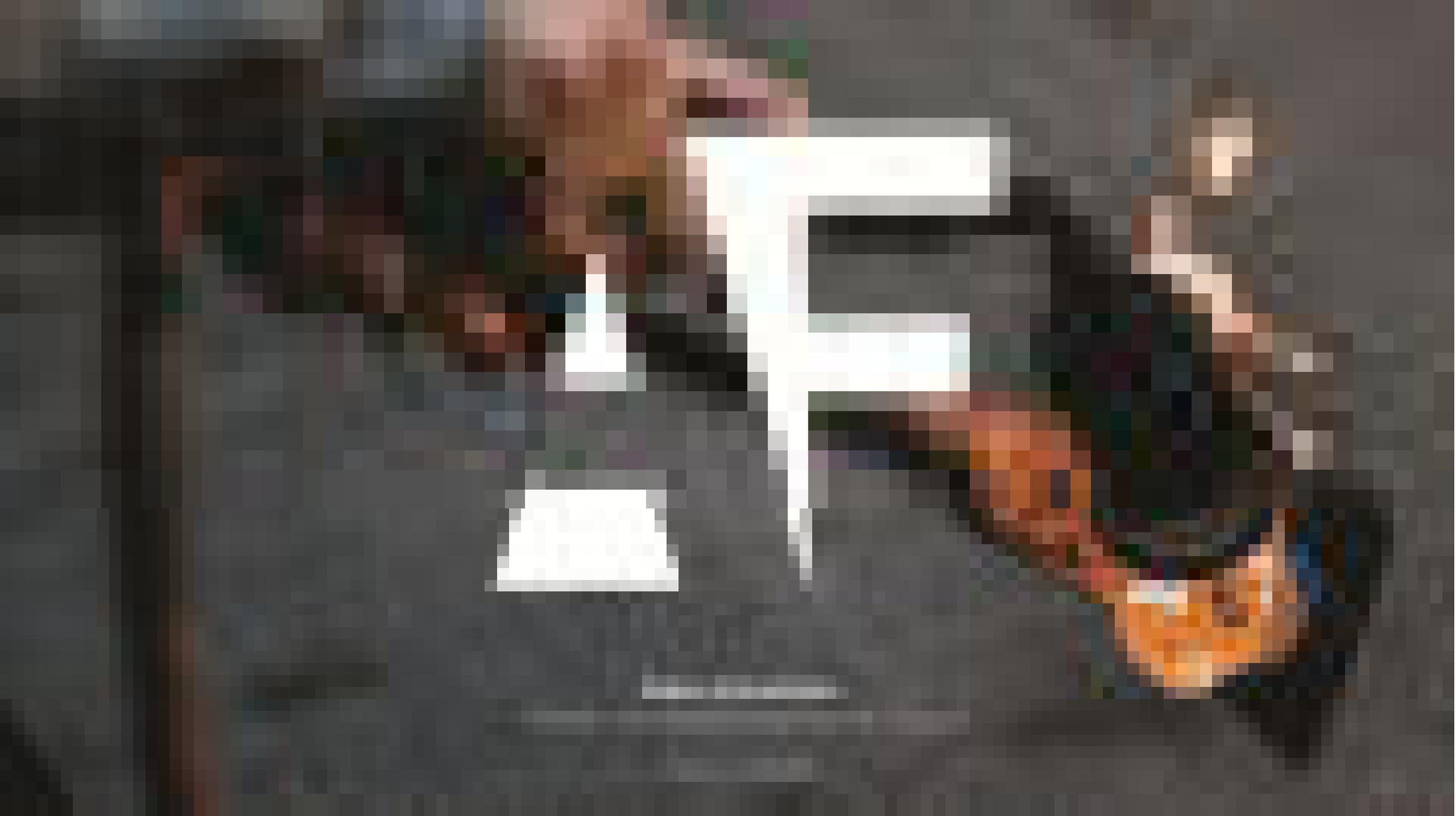
”

**Ausser
man
tut es**



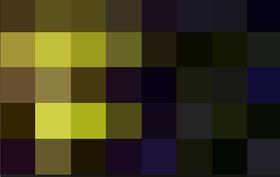
Praxisbeispiel

AF Dachtechnik AG, Robin Attenhofer
Inhaber und Geschäftsführer



1000

1000



1000

1000

1000

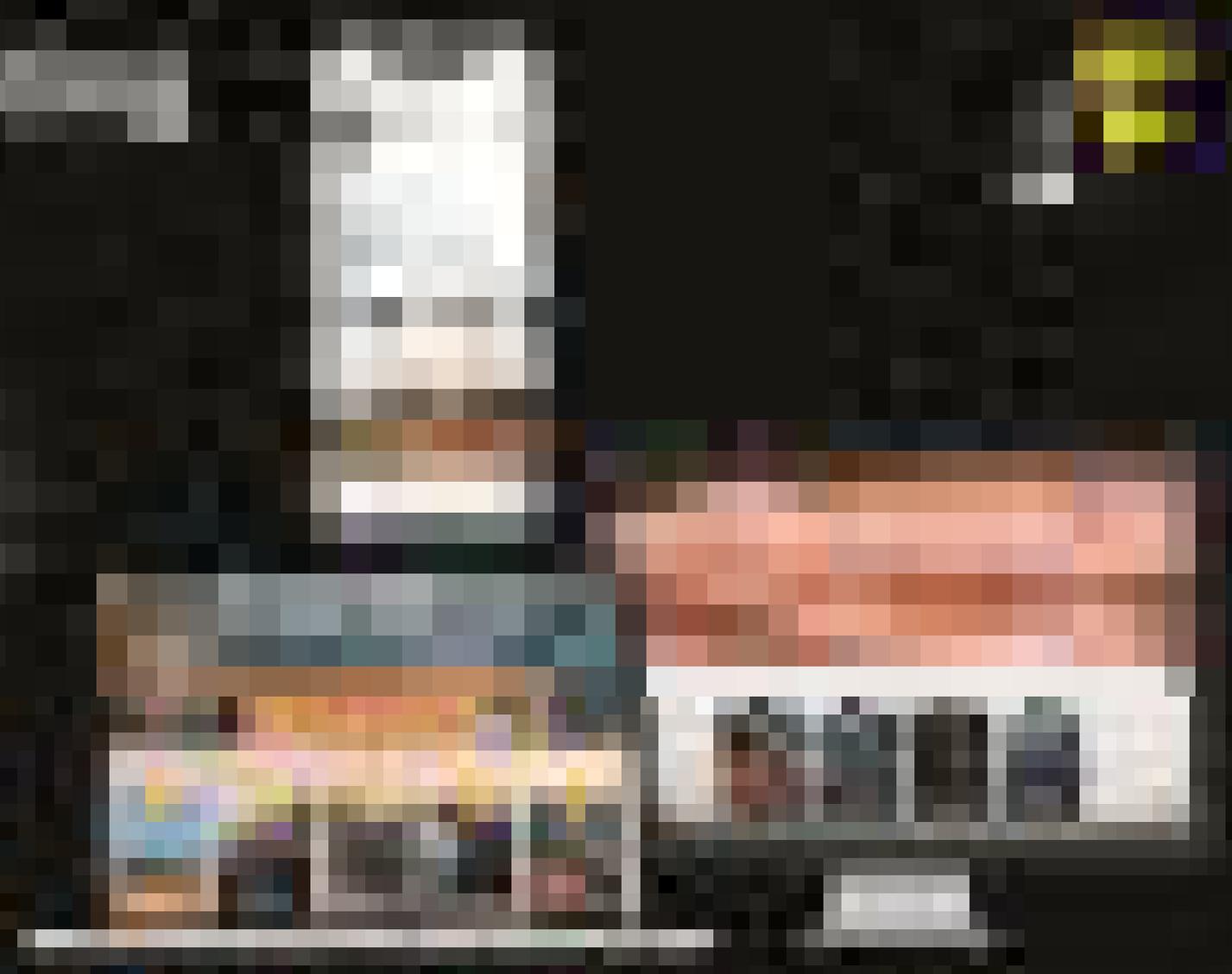
1000

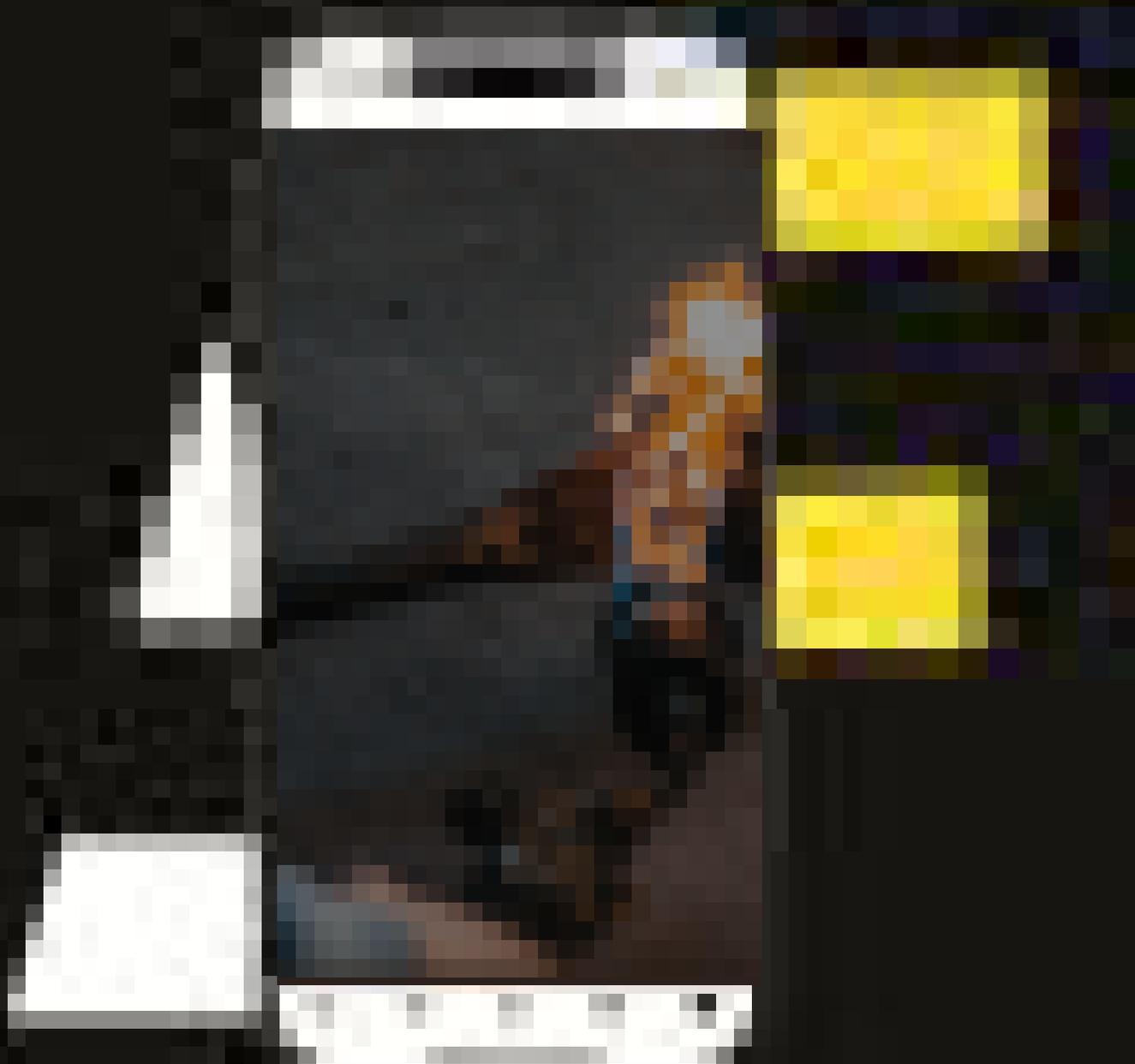
1000

1000

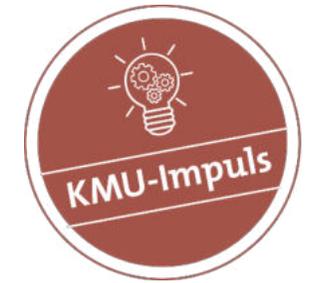












„Scrollst du noch oder likest du schon? Social Media für KMUs, das wirkt“

Robin Mark, Rob Nicolas

Scrollst du noch oder likest du schon?

Social Media für KMU, das wirkt.

Robin Mark



**Ich habe gute Nachrichten
und schlechte Nachrichten.**

Die gute Nachricht

Mit Online Marketing abzuheben ist keine Wissenschaft.

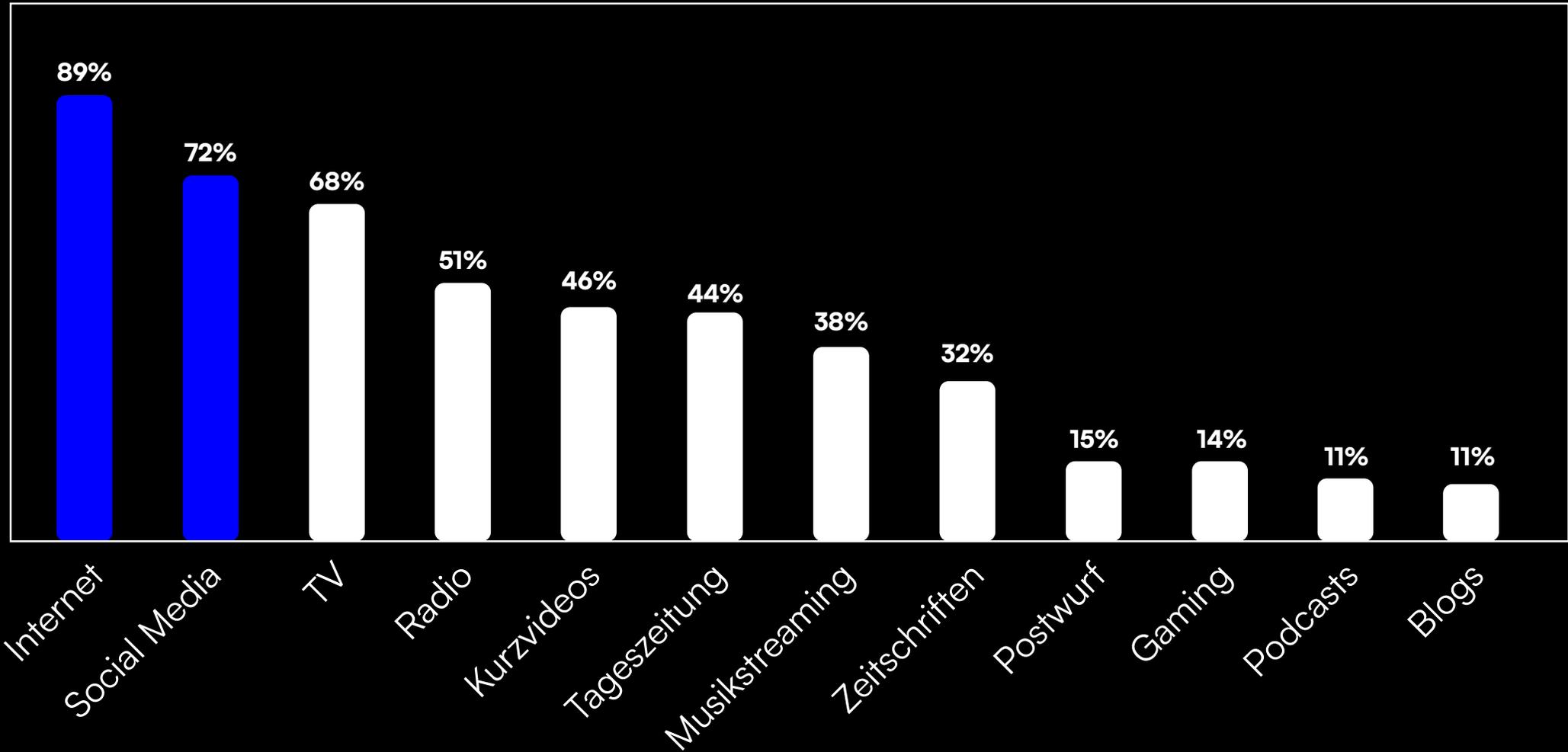




Die nicht so gute Nachricht

Es ist trotzdem (harte) Arbeit.

Die Relevanz ist unbestritten



Tägliche Mediennutzung in der Schweiz. Quelle: MUI, 2023.
* TV inkludiert traditionelle/lineare Nutzung und Streaming.

**Ok. Aber wie geh' ich
als KMU damit um?**

Strategie & Basis

Offline

Online

Events

Search

Social

Website

E-Mail

Banner

So gehe ich vor

1. Audit

Wo stehen wir
aktuell?

2. Strategie

Wer sind wir?
Wer sind unsere
Kunden?
Wo sind wir aktiv?

3. Taktik

Was erzählen wir?
Und wie?

4. Massnahmen

Wie setzen wir
dies um?

Aber aufgepasst ...

Konkurrenz ist nicht gleich Konkurrenz



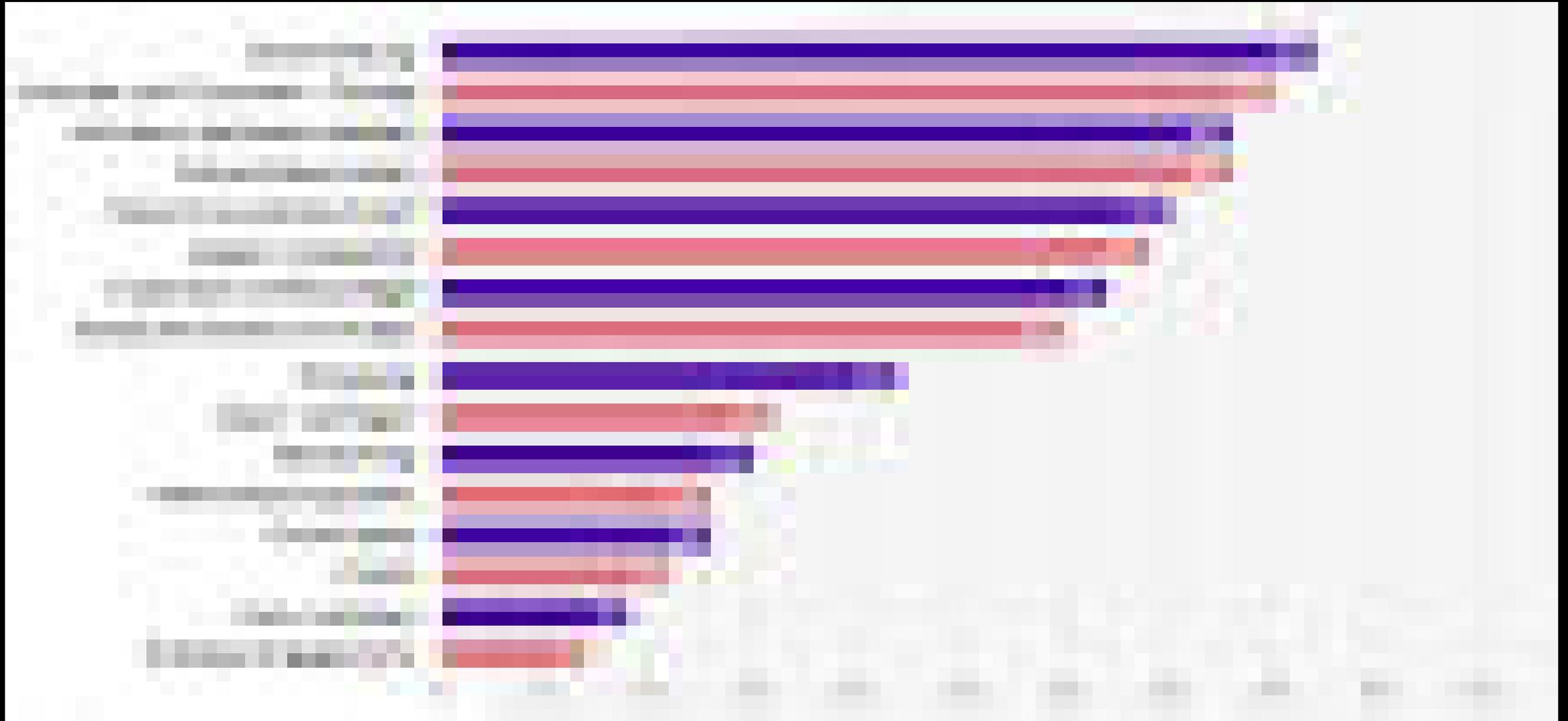
**BUSINESS-
KONKURRENZ**

VS

**AUFMERKSAMKEITS-
KONKURRENZ**

**Die Lösung?
Finden wir in
Studien!**

Gründe für die Nutzung von Social Media



**Unterhalten heisst,
emotionale Geschichten
zu erzählen.**





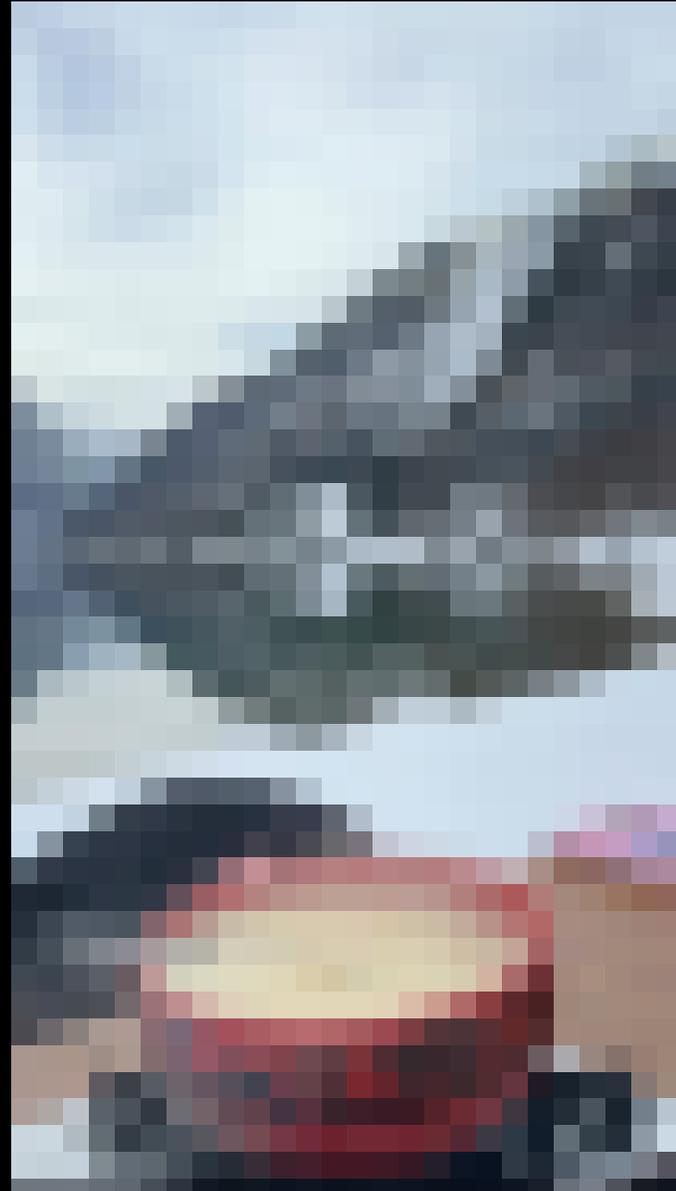
**Frag mal deine
Stammkunden, was
dich ausmacht.**

Vier Tipps für mehr

Punch



Starte von 0 auf 100



Starte von 0 auf 100

Sei authentisch



Starte von 0 auf 100

Sei authentisch

Sag was Sache ist



Starte von 0 auf 100

Sei authentisch

Sag was Sache ist

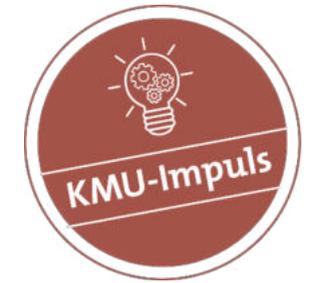
Halte es einfach



Mehr Tipps gefällig?

robin.mark@robnicolas.ch

robnicolas.ch



Praxisbeispiel

Heldstab AG Motorgeräte & Landtechnik,
Hansruedi Heldstab
Geschäftsführer

Werbung im Wandel

HELDSTAB AG
MOTORGERÄTE & LANDTECHNIK

Hansruedi Heldstab



HELDSTAB AG

MOTORGERÄTE & LANDTECHNIK

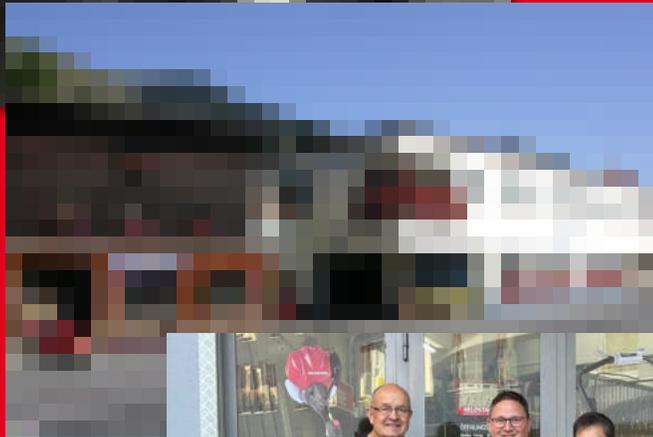
1976 gegründet durch Chr. & Heidi Heldstab

2000 Umzug in die Dorfgarage

2002 Eintritt von Hansruedi Heldstab

2012 Umwandlung in AG und Übernahme durch Hansruedi Heldstab

Heute 17 wertvolle Mitarbeiter

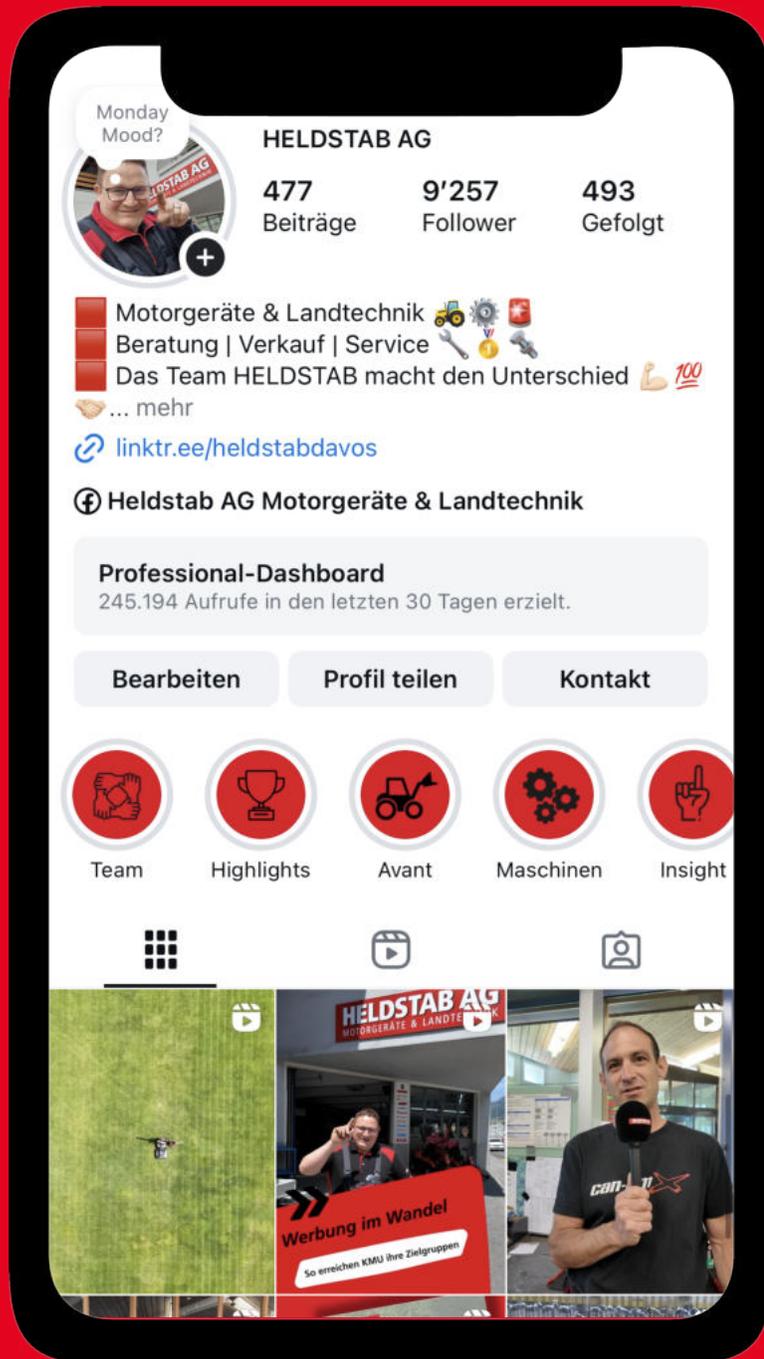




Meine Herausforderung

bis vor 4 Jahren

- im Hamsterrad
- fehlende oder unpassende Mitarbeiter



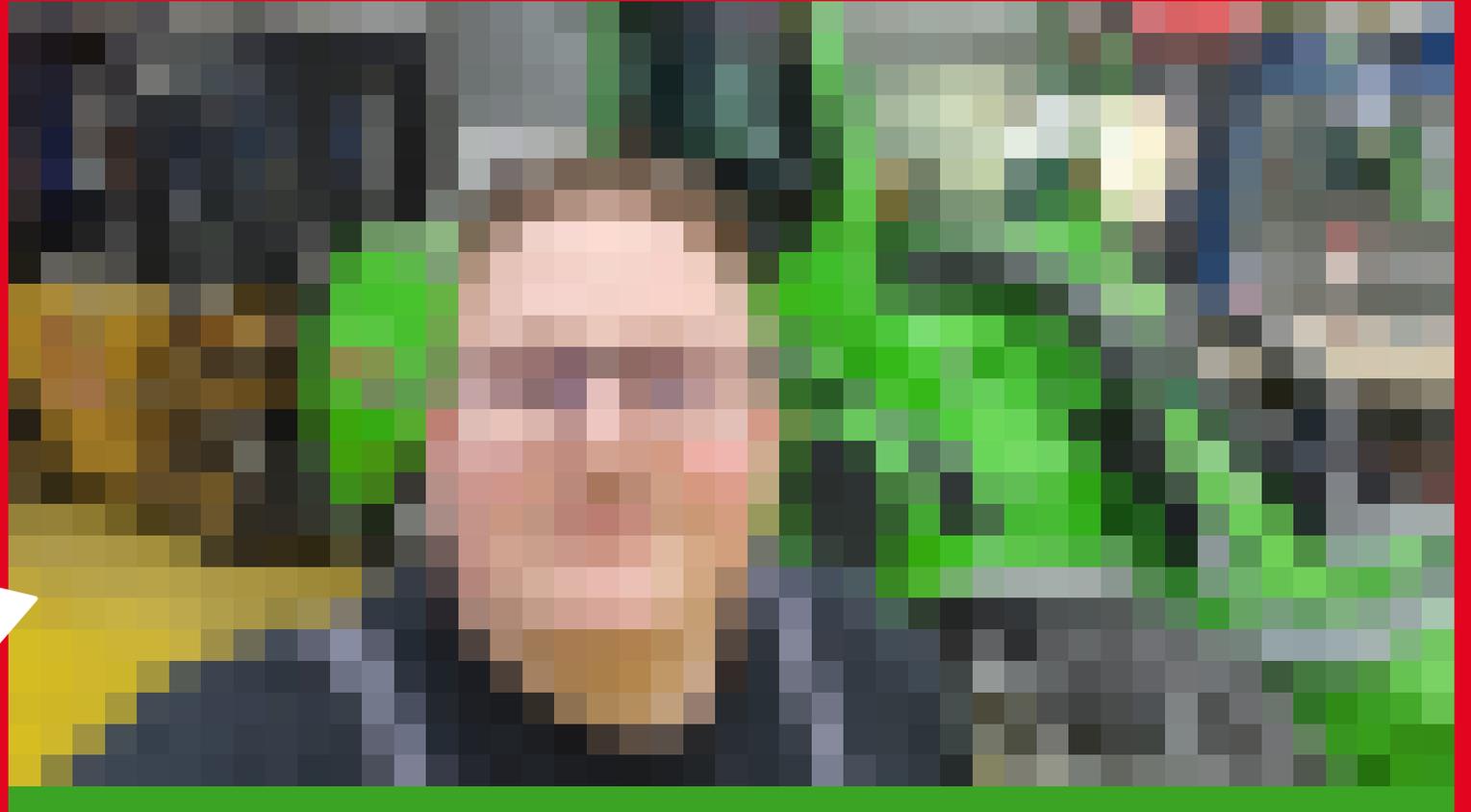
Sichtbarkeit auf Social-Media



Der Schlüssel für
erfolgreiches Marketing
und Recruiting

Umsetzung

1. Video
für Mechaniker-Suche
veröffentlicht

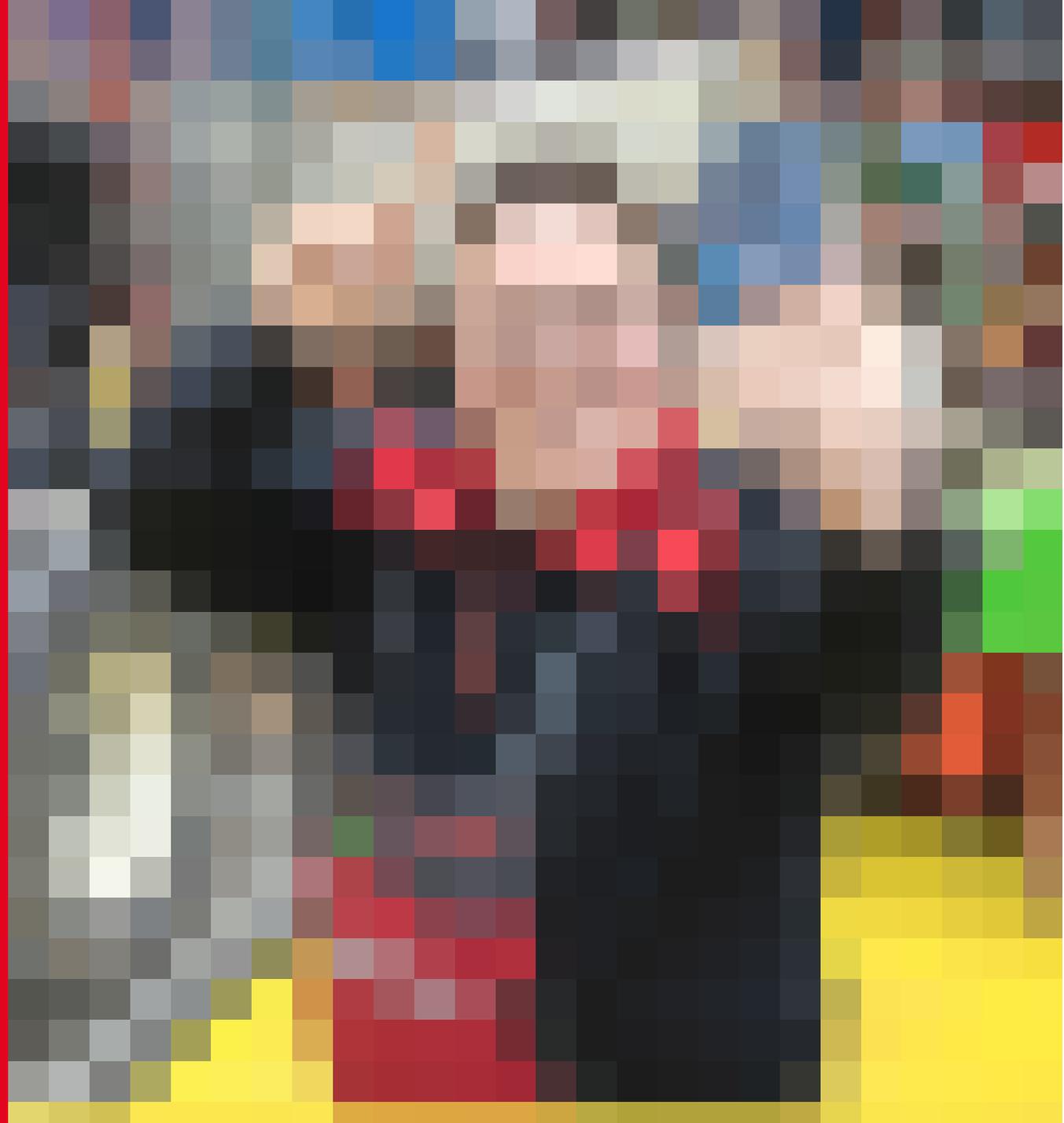


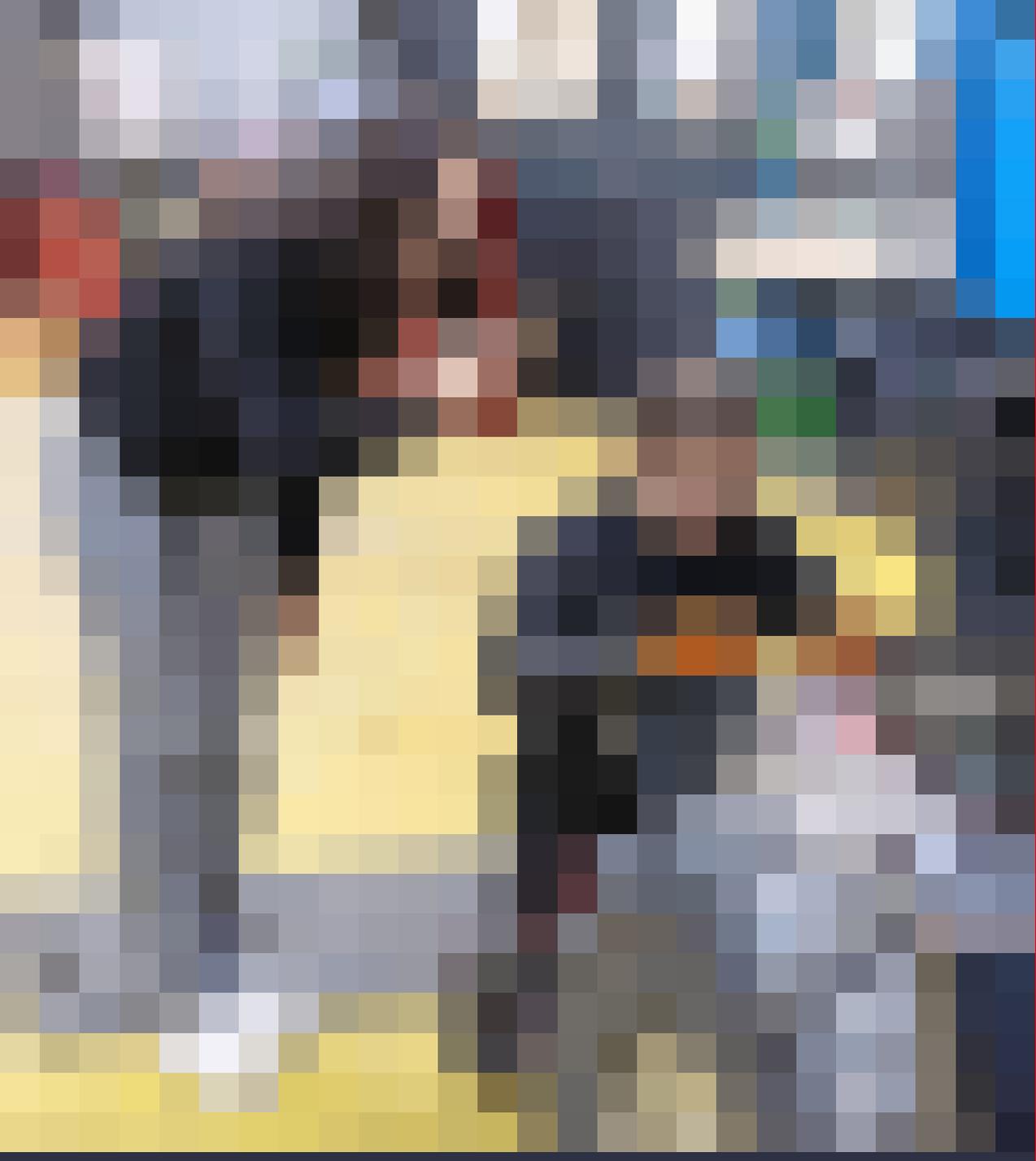
«Lieber unperfekt starten, als perfekt warten»

Marketing ist Chefsache

Man muss sich zeigen wollen
und auch können!

Gesicht des Chefs oder des Teams
als Profilbild!





Game Changer: Social-Media Managerin

100% unser Content.

100% unser Handwerk.

authentisch • regelmässig • strukturiert

Maschinen-MONTAG

Unser erfolgreichstes Video: Akku-Balkenmäher

1.8 Mio. Views auf Instagram

1.4 Mio. Views auf Facebook

1.0 Mio. Views auf TikTok innert 2 Tagen

→ 100 verkaufte Einheiten

→ ca. Fr. 125'000.- Umsatz



**Chef: Ihr könnt nicht
alles zu zweit machen!**



Mitarbeiter-MITTWOCH

Wir leben Trends – gemeinsam mit
unserem Team.

Humorvoll, unterhaltsam und real.

Fakten- FREITAG



Wir zeigen, wer wir
sind, und was wir
können.

Echte Einblicke.
Echte Menschen.

HELDSTAB AG
PowerSports

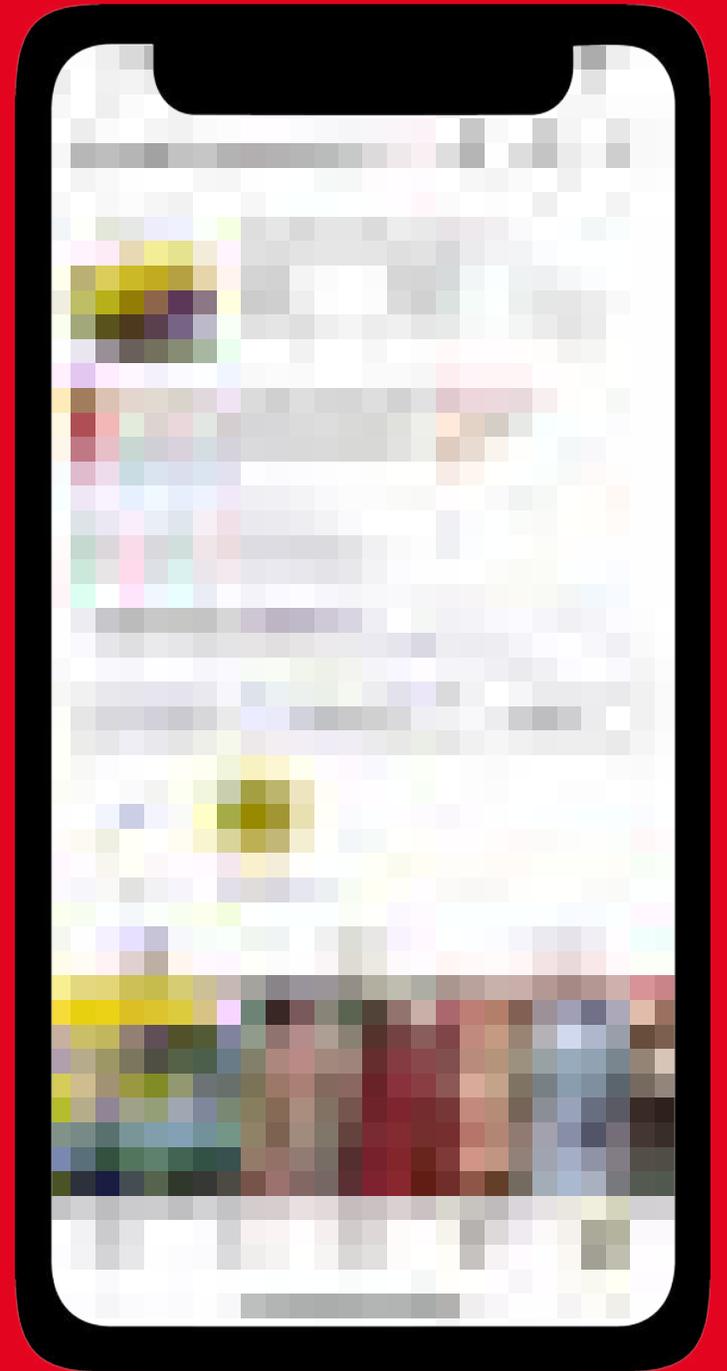


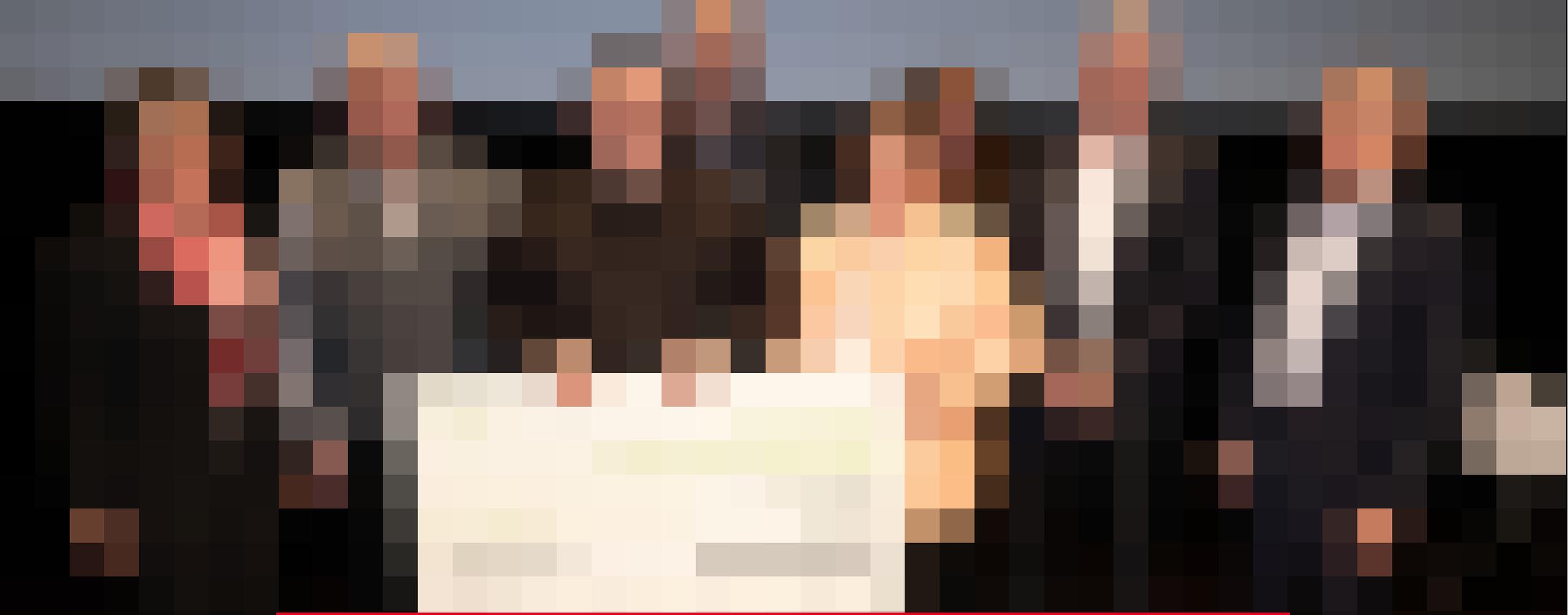
PowerSports Kanal

#heldstab_powersports

jeweils
Dienstag und Donnerstag

Beiträge rund um
Quads & Side-by-Side Fahrzeuge





Leuchtturm in der Branche

Gewinn Unternehmerpreis Agrotec Suisse
2025

WIN
WIN
WIN

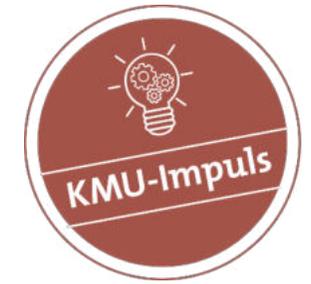


Danke!

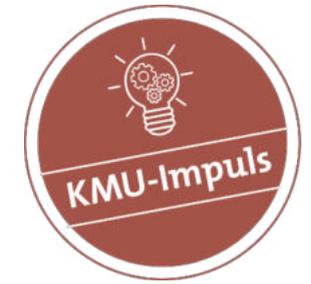


#heldstabdavos





Abschluss



Lehrgang

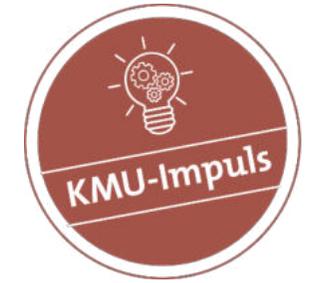
Digital Marketing Manager mit IAB-Zertifikat

Startdatum: 12.08.2025



Informationen

Herzlichen Dank



Presenting Partner



Höhere Fachschule
Südostschweiz

Eine Veranstaltung von



Bündner Gewerbeverband
Unione grigione arti e mestieri
Uniun grischuna da mastergn

HWSGR

Handwerk
Südostschweiz
Gemeinschaft