



„Pflicht: Social Media!“

Interview mit Torsten Brämer,
TÜV Rheinland

Inwiefern macht es für Fahrschulen Sinn, sich im Bereich Social Media zu engagieren?

Auch wenn mittlerweile alle Altersgruppen auf Facebook und anderen Plattformen vertreten sind, Social Media sind die Plattformen der jungen Generation, vor allem Teens und junge Twens sind sehr aktiv in diesen Online-Medien.



Welche Plattform ist dabei für Fahrschulen am sinnvollsten?

Erstens sollte jede Fahrschule regelmäßig hinschauen, was in einschlägigen Foren und Social Media-Plattformen über sie und ihre Mitarbeiter geschrieben wird. Zuhören 2.0 ist angeraten. Zweitens sollte eine Fahrschule heute eine eigene Social Media-Präsenz pflegen, um dort mit Kunden und Interessenten aktiv zu kommunizieren. Die erste Wahl dafür ist heute immer noch Facebook, da hier 23 Millionen Menschen in Deutschland unterwegs sind. Dies kann sich jedoch auf Dauer ändern, da etwa Google+ oder andere Plattformen wichtiger werden.



Worin bestehen die Gefahren bei der Social Media-Nutzung für Fahrschulen?

Wer in Social Media etwas tut, muss es regelmäßig tun, vernachlässigt man die Präsenz, kann dies schnell ungewollte Dynamiken auslösen. Also: Wenn man es macht, dann regelmäßig und richtig. Die Ängste, die Social Media-Unerfahrene häufig äußern: „Machen die mich nicht hinterher im Netz platt? Meckern da nicht alle nur rum?“ Nein, so ist es nicht, das zeigen die Erfahrungen anderer Unternehmen. Im Gegenteil: Der richtige Umgang mit Beschwerden auf Facebook kann zu neuen Kunden führen!



Welche Möglichkeiten bietet Social Media und in welchen Geschäftsbereichen ist es sinnvoll?

Für jede unternehmerische Aufgabe, von der Kundengewinnung über die Mitarbeiterrekrutierung bis zum Beschwerdemanagement und der Produktentwicklung lässt sich Social Media einsetzen.

www.youtube.com/watch?v=p6EEYOfYgw4



© Erwin Fleischmann: Social Media Icons: Fotolia

Digital statt Mund zu Mund

Bisher wurden per Mund-zu-Mund-Propaganda Empfehlungen ausgesprochen, welche Fahrschule gut und welche weniger gut ist. Heute findet diese Kettenreaktion über soziale Netzwerke wie Facebook statt, jedoch mit einem entscheidenden Unterschied: „Im besten oder schlimmsten Fall für die Fahrschule lesen tausende Menschen mit!“, sagt Torsten Brämer, Leiter

Autohaus- und Fuhrpark-Services beim TÜV Rheinland und Ansprechpartner für den „Social Media Check für Fahrschulen“.

„Damit gilt für Fahrschulen: Nicht abwarten, bis über das Unternehmen geschrieben wird, sondern die Zielgruppe selbst aktiv über Social Media ansprechen und bewerben!“ Der TÜV Rheinland hilft Fahrschulen dabei, einen eigenen Social Media-Auftritt zu er-

stellen und eine eigene Social Media-Strategie zu pflegen.

WIE MAN SOCIAL MEDIA GEWINNBRINGEND FÜR SEIN UNTERNEHMEN EINSETZT

Josef Rankl, Social Media-Berater aus München, gibt im Hinblick auf die Kundenrekrutierung per soziale Netzwerke zu bedenken, dass Fahrschulen keine wiederkehrenden



Bei jungen Menschen spielen soziale Netzwerke eine wichtige Rolle. Fahrlehrer sollten diesen Kommunikationskanal für sich nutzen, um Schüler zu generieren.

TEXT: VERENA BREITBACH

Kunden haben. Daher spielen weniger die Kundenbindung als vielmehr das virale Moment eine wichtige Rolle. „Das heißt, dass junge Menschen, die den Führerschein noch vor sich haben, bei ihren Facebook-Freunden sehen, welche Fahrschule sie empfehlen“, sagt Rankl. „Dadurch kommt die jeweilige Fahrschule bei der Entscheidungsfindung in die Köpfe der Zielgruppe.“ Daher sollte auf der Facebook-Fanpage mit Fotos von Fahrzeugen und dem Team ein erster Eindruck vermittelt werden. „Da die Suchfunktionen bei Facebook noch rudimentär sind, sollte in der Facebook-Adresse in keinem Fall der

Name der Fahrschule und der Stadt fehlen“, erklärt Rankl. Auch sei es wichtig, die Fanpage immer zu aktualisieren. „Das Erstellen der Seite ist das Eine, sie am Laufen zu halten das Andere.“

FAHRLEHRER NUTZEN BEREITS FACEBOOK, UM MIT FAHRSCHÜLERN ZU „SPRECHEN“

Jürgen Kopp, Inhaber der Fahrschule Kopp in Moosburg und 3. Vorsitzender des Landesverbandes Bayerischer Fahrlehrer, nutzt Facebook schon seit zwei Jahren als Kommunikationsplattform mit seinen Fahrschülern.

Anfragen für Fahrstunden laufen fast nur noch über Facebook

„Immer mehr Fahrschüler waren bereits in Facebook und so haben wir auch damit angefangen“, erklärt Kopp. „Anfragen für Fahrstunden laufen fast nur noch über Facebook“, erklärt Kopp. Zudem wird Aktuelles, wie Ferienkurse, regelmäßig auf die Facebook-Pinwand gepostet. Kopp möchte über Facebook keine Werbung machen, ihm geht es um die Kommunikation zwischen Lehrern

und Schülern. „Der Übersichtlichkeit halber laden wir die Fahrschüler in Facebook als Gruppen ein“, erklärt Kopp. „Das erfolgt nicht offiziell.“ So werden etwa Prüfgruppen zusammenberufen und die Konkurrenz kann nicht mitlesen. „Wir versprechen uns von unserem Social Media-Engagement, dass die jungen Fahrschüler sehen, dass wir auch auf Facebook aktiv und damit hip sind.“ Dennoch gebe es auch immer noch Fahrschüler, die kein Facebook-Profil haben. „Da wird angerufen und per SMS gearbeitet“, sagt Kopp.

ERLEBNISSE RUND UM DEN ERWERB DES FÜHRERSCHEINS MIT FREUNDEN TEILEN

Auch die App „Track my Ride“, die BMW mit Wissen der Bundesvereinigung gemeinsam mit dem Landesverband Bayerischer Fahrlehrer entwickelt hat, bietet den Fahrschülern die Möglichkeit, alle Erlebnisse rund um den Erwerb des Führerscheins mit den Facebook-Freunden zu teilen. Mit der App hat BMW die Ausbildungsdiagrammkarte digitalisiert. Dadurch, dass Fahrlehrer nach jeder Fahrstunde eine Bewertung abgeben, können sich die Fahrschüler mit ihren Freunden vergleichen. Fahrlehrer hingegen können, wenn sie die Facebook-Seite ihrer Schüler ansehen, feststellen, wie viele „Freunde“ die Ausbildung des Fahrschülers verfolgen.



Hans-Peter Kamieth, Inhaber der Fahrschule „Sunny“, ist seit etwa einem Jahr auf der Social Media-Plattform Facebook aktiv

Auch Hans-Peter Kamieth, Fahrschulinhaber aus Magdeburg, ist seit etwa einem Jahr im Bereich Social Media aktiv. Mit der Facebook-Fanpage seiner Fahrschule „Sunny“ rekrutiert er neue Fahrschüler. Auf der Fanpage postet er regelmäßig die Termine für Ferienkurse und Punkteabbaukurse. Für ihn lohnt sich der Aufwand. Außerdem stellt er regelmäßig Fotos derjenigen auf Facebook, die den Führerschein bestanden haben, und gratuliert den Fahrschülern zur bestandenen Prüfung über die Social Media-Plattform. Alles natürlich nur mit der Einwilligung der jungen Menschen. „Die Fahrschüler unter-

schreiben, dass wir die Bilder ins Netz stellen dürfen und wenn sie noch keine 18 Jahre alt sind, müssen das deren Eltern übernehmen.“ Bei Xing ist Kamieth auch aktiv. „Dort spreche ich jedoch Geschäftsleute an und informiere etwa Speditionen über Berufskraftfahrer-Qualifikationskurse.“ Er weist darauf hin, dass es nicht sinnvoll ist, Preisanfragen, die öffentlich gestellt wurden, öffentlich zu beantworten. „Ich schreibe direkt eine E-Mail an die Betroffenen oder unterhalte mich mit ihnen in meiner Fahrschule.“ Eine Mitarbeiterin unterstützt Kamieth bei der Social Media-Pflege. „Sie begrüßt morgens die Facebook-Freunde und sagt ihnen abends auch wieder gute Nacht“, sagt der Fahrschulinhaber. Zudem befüllen sie die Fanpage regelmäßig mit lustigen oder fragenden Verkehrssituationen aus dem Alltag. „Dadurch bekommen wir immer Feedback und viele I-like-Buttons.“ Torsten Brämer gibt abschließend zu Bedenken: „Social Media wird nicht alles bisher dagewesene ablösen, es ist ein zusätzlicher neuer Kommunikationskanal für Fahrschulen und andere Unternehmen. Aber eben ein sehr wichtiger!“ Das bestätigt auch Jürgen Kopp. „Für Fahrschulen ist es wichtig, mit Facebook zu kommunizieren, um auf der Höhe der Zeit zu sein.“

Tipps vom Profi im Umgang mit der Facebook-Fanpage

- » Zeigen Sie Fahrschüler, die Ihre Prüfung bestanden haben. Am besten mit Bild und frischem Führerschein. Zum einen symbolisiert eine bestandene Prüfung immer eine positive Nachricht, die in Verbindung mit Ihrer Schule nach außen getragen wird. Zum anderen kann der Schüler das Bild „teilen“ und so Ihren Namen bei seinen Freunden bekannt machen und weiter leiten. Bitte vergessen Sie nicht, die Fotografierten vor der Veröffentlichung um Erlaubnis zu Fragen.
- » Zeigen Sie Ihre Fahrzeuge. Fahrlehrer und Mitarbeiter im Fahrschulbüro. So kann sich der interessierte neue Schüler ein Bild von Ihrer Schule machen. Legen Sie die Bilder am besten jeweils in einem Album ab. Das gleiche gilt für Örtlichkeiten wie Ihren Schulungsraum.
- » Was ändert sich bei Ihnen? Sagen Sie Ihren Fans, wenn Sie neue Fahrzeuge bekommen oder neue Mitarbeiter.
- » Was ändert sich generell? Gibt es gesetzliche Änderungen rund um den Führerschein, die Ausbildung oder um das Autofahren generell wie etwa Änderungen um die Punkteregelung in Flensburg? Ihre Schüler und Kunden sind für Hinweise dankbar.
- » Avisieren Sie Ihre Kurse. Sicher gibt es viele Kurse bei Ihnen, oder Sie empfehlen Kurse (wie ASP, ASF, Erste Hilfe). Kündigen Sie diese rechtzeitig mit einer Meldung an und schreiben Sie, wo und wann sie stattfinden und wie man sich anmelden kann.
- » Teilen Sie selbst. Drücken Sie selbst auf „Gefällt mir“ bei Seiten, die für Sie relevante Informationen liefern (beispielsweise TÜV Süd, ADAC). Sie bekommen automatisch die Nachrichten auf Ihre Seite geliefert. Teilen Sie die besten Informationen mit Ihren Schülern!
- » Geben Sie Verkehrstipps. Sie lassen die Winterreifen von Ihren Fahrschulwagen nehmen? Oder die Fahrzeuge müssen zum Lichttest? Dann sagen Sie es auch Ihren



Josef Rankl, Social Media-Berater aus München, gibt Fahrschulen Tipps für die Gestaltung der Fanpage

Schülern und Fans. Sie können es Ihnen gleich tun und wissen zudem, dass Sie Ihre Fahrzeuge warten.

- » Auch mal was Lustiges. Auf Facebook darf gelacht werden. Zeigen Sie doch mal was Lustiges: zum Beispiel Horst Schlämmer bei der Führerscheinprüfung: www.youtube.com/watch?v=2Izy9SqzR3w
 - » Wie posten Sie? Laden Sie neue Bilder nicht gleich an einem Tag hoch. Verteilen Sie Ihre Informationen lieber auf mehrere Tage. So bleibt der Kontakt auf gleich bleibend hohem Niveau.
- Facebook für Fahrschulen: www.emarcon.de/fahrschule