



Foto: Denny Gille

Hat mit Online-Werbung dieses Jahr ordentlich Umsatz generiert und neue Mitarbeiter gewonnen: Tischlermeister Robert Dreyer.

# Experiment: 300.000 Euro Umsatz durch Online-Werbung

Was bringt es, ein Jahr massiv in Google- und Social-Media-Werbung zu investieren? Dieser Handwerksmeister hat es probiert. Hier zieht er Bilanz.

Von [Denny Gille](#)

„Wir müssten mehr Facebook und Instagram machen“ – wie viele Betriebe hörten sich diesen Satz schon sagen, ohne das Thema konsequent zu verfolgen? Robert Dreyer kennt das noch gut. „Keine feste Zuständigkeit, zu viel zu tun. So geht Social Media im Tagesgeschäft unter“, sagt der Inhaber der Tischlerei Dreyer. Sein Ausweg: „Wir haben jemanden eingestellt, der sich nur um unsere Online-Sichtbarkeit kümmert, Ideen entwickelt und Kampagnen aufsetzt.“

Seit Ende 2021 ist das Aufgabe von Leon Thiebold. Sein Werbebudget: 2.500 Euro im Monat. Das setzt er ein um drängende Unternehmensziele zu erreichen und eine permanente digitale Sichtbarkeit auf Facebook, Instagram und Google aufzubauen. „Anfangs haben wir das Budget für die Mitarbeitergewinnung genutzt, momentan läuft eine Fensterbaukampagne zur Auftragsgewinnung“, sagt Dreyer.

**Wenn Fenster, dann Dreyer!**

**Ihr Fensterbauer aus der Region**  
Holzfenster aus eigener Produktion

**Jetzt Anfrage  
stellen!**



Einer der Kampagnenpostst, mit denen die Tischler online auf Kundensiche gingen

Finanziell lautet der Erfolg: „Wir haben damit in diesem Jahr über Facebook und Google einen Nettoumsatz von rund 300.000 Euro generiert“, bilanziert Dreyer. Daran hätten beide Plattformen einen gleichgroßen Anteil gehabt. Auch wollte der Betrieb sein 15-köpfiges Team für eine Standortübernahme verdoppeln. Das gelang mit Hilfe der Werbe-Kampagnen ebenfalls. „Wir haben darüber 100 Bewerbungen in sieben Monaten bekommen und konnten engagierte Teammitglieder gewinnen.“

Ein volles Jahr will Dreyer seine Online-Kampagnen in dieser Intensität laufen lassen und dann über die Fortsetzung entscheiden. „Ich sehe es auch als Experiment. Mein Bauchgefühl sagt: Es lohnt sich.“