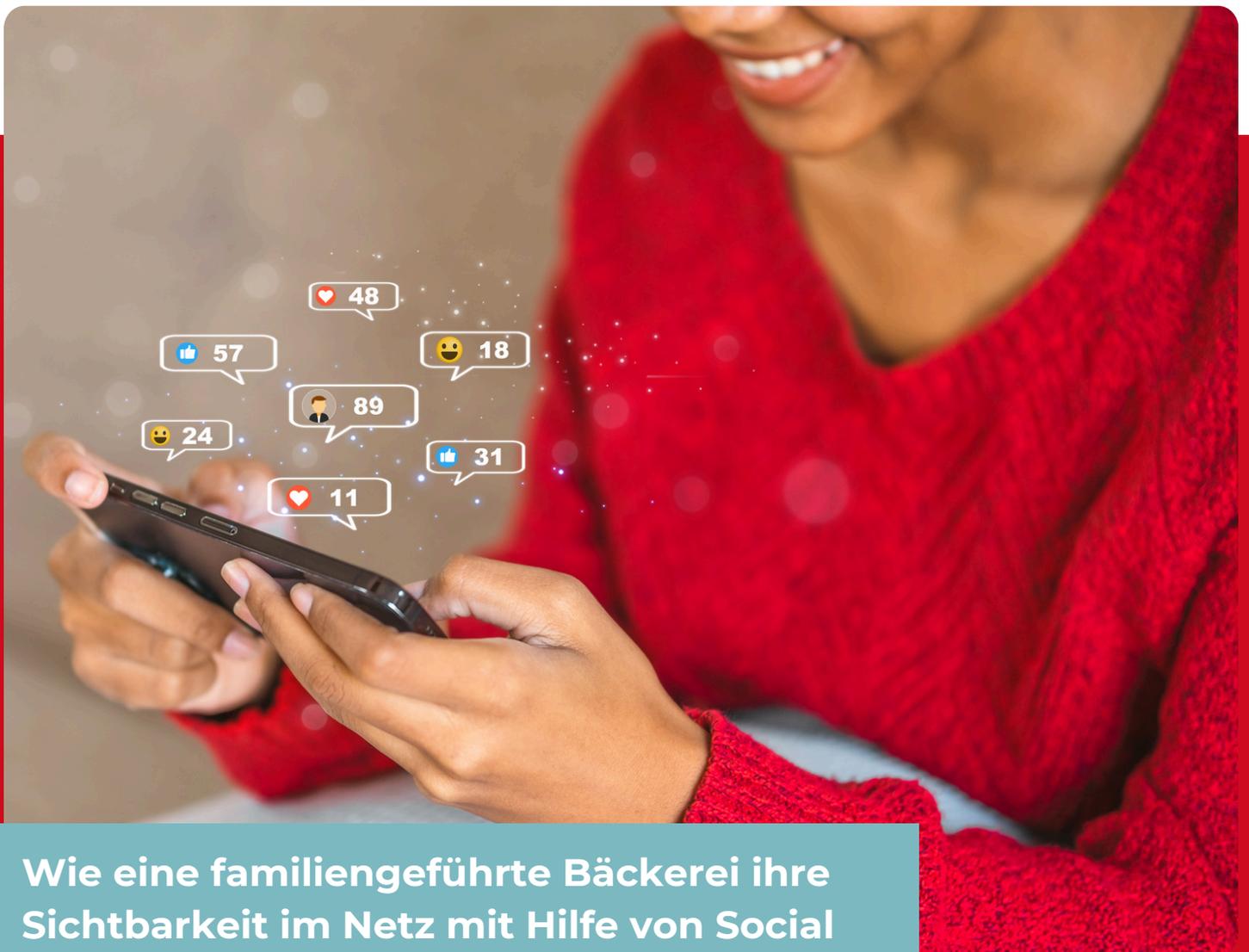


# Inspiration aus der Region



Wie eine familiengeführte Bäckerei ihre Sichtbarkeit im Netz mit Hilfe von Social Media steigern konnte

## ANLASS

Online sichtbarer zu werden, bedeutet, mehr Menschen mit der eigenen Marke bzw. den damit verbundenen Werbeaktivitäten zu erreichen. In einer zunehmend digitalisierten Welt wird der Ausbau von Online-Sichtbarkeit so zu einem immer wichtigeren Instrument der Kundengewinnung und -bindung.

Die Bäckerei Lampe wandte sich mit dem Anliegen an das Mittelstand-Digital Zentrum, die Social-Media-Präsenz des Unternehmens auszubauen und damit die eigene Marke bekannter zu machen. Auf diese Weise sollten neue Kunden gewonnen sowie potentielle neue Mitarbeitende angesprochen werden.

## ZIELE

Ziel der Bäckerei war es, eine starke Social-Media-Präsenz auf Instagram aufzubauen und neue Follower für das Profil zu gewinnen. Auf diese Weise sollten die Reichweite und Sichtbarkeit des Unternehmens „Der Bäcker Lampe“ erhöht und die Marke bekannter gemacht werden.

# Das Unternehmen im Überblick

## DER BÄCKER LAMPE



### Branche

Bäcker/Handwerk



### Unternehmensgröße

260 Mitarbeitende

54 Filialen in Sachsen, Sachsen-Anhalt und Thüringen



### Website

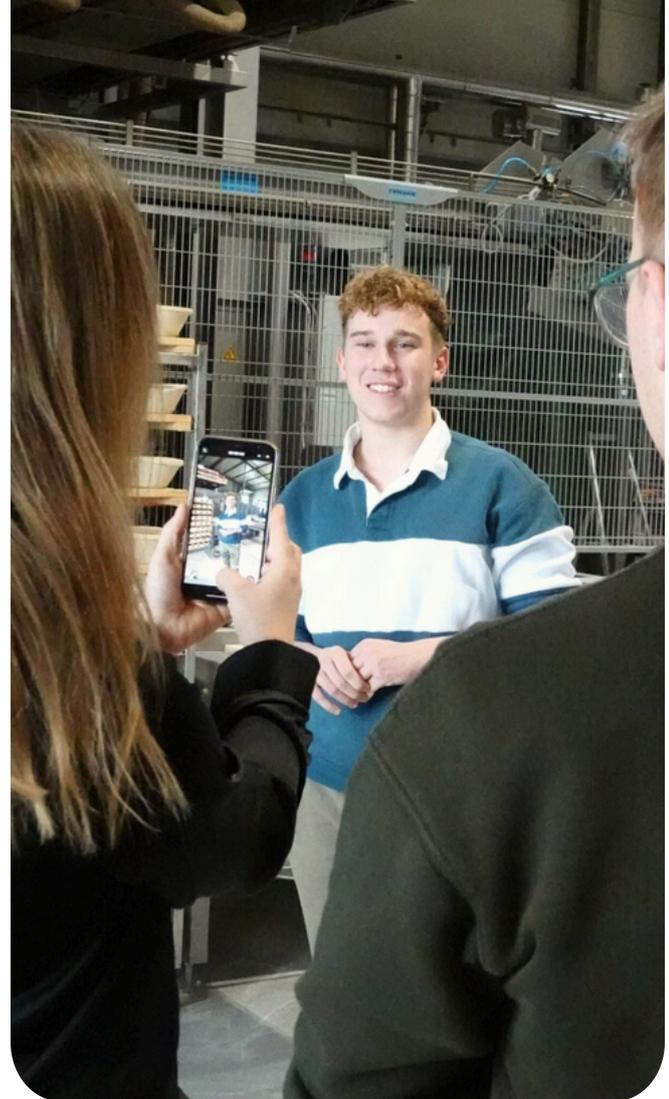
[www.baecker-lampe.de](http://www.baecker-lampe.de)



## HERAUSFORDERUNGEN

Die Mitarbeiter der Bäckerei stießen auf die folgenden Herausforderungen:

**Erstens** stellte sich der Zeitaufwand in der Phase der Ideenfindung als größer als erwartet heraus, weshalb eine Jahresvorausplanung erstellt wurde.  
**Zweitens** mussten die Social-Media-Aktivitäten effizient in die Arbeitsprozesse integriert werden, wofür monatliche Content-Tage eingeführt wurden.  
**Drittens** war der Umgang mit spezieller Software eine Hürde, die durch kostenfreie Programme und YouTube-Tutorials gemeistert wurde.



## AUFWAND

- **Kostenfaktor:** Anschaffung von Equipment wie Kamera und Mikrofon
- **Zeitfaktor:** Planung des Contents und Umsetzung insbesondere der Kurzvideos

## 3 TIPPS

- ein **einheitliches Design** verwenden als Wiedererkennungswert (Schrift & Farben)
- Reels (Kurzvideos) kommen besser an als Fotobeiträge insbesondere **Blicke hinter die Kulissen**
- viel Zeit einplanen für die Content-Entwicklung, ein **Content-Tag** wird empfohlen





## Ergebnis und Erfolge

### UNTERSTÜTZUNG DURCH DAS ZENTRUM

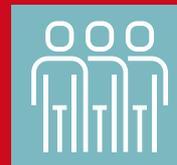
Max Lampe besuchte einen Workshop des Zentrums zum Thema „Social Media“. Es folgte ein Follow-Up-Workshop direkt vor Ort in der Bäckerei Lampe. Dabei wurde Input gegeben, wie das Unternehmen sich im Netzwerk präsentieren und authentisch darstellen kann.

Anschließend wurden Schwachstellen des aktuellen Social-Media-Auftritts identifiziert, ein grober Content-Plan für die folgenden Monate erstellt und konkrete Maßnahmen zur Umsetzung des Vorhabens erarbeitet.



#### **Aufruf der Beiträge**

ein Reel mit 24.000 Aufrufen,  
im Schnitt  
4.000 Aufrufe pro Reel



#### **Followerzahlen**

ca. 600 im November 2023,  
ca. 1.200 Follower (April 2024,  
nach dem Workshop)

### FAZIT

Auf die Frage, wie es zukünftig im Unternehmen „Der Bäcker Lampe“ mit Blick auf die Social-Media-Aktivitäten weitergeht, antworten Max und Felix Lampe, dass sie den nun eingeschlagenen Weg weitergehen und ihre Instagram-Präsenz ausbauen werden, zukünftig zudem auf Videos fokussieren und neue Plattformen wie TikTok erschließen möchten.



Diese Unternehmensgeschichte soll als Inspiration dienen und Ihnen eine mögliche Herangehensweise aufzeigen, falls Sie ein ähnliches Ziel verfolgen.

Dieses Dokument dient ausschließlich zu Informationszwecken und stellt keine Werbung für das Unternehmen oder seine Produkte dar.

---

Das Mittelstand-Digital Netzwerk bietet mit den Mittelstand-Digital Zentren und der Initiative IT-Sicherheit in der Wirtschaft umfassende Unterstützung bei der Digitalisierung. Kleine und mittlere Unternehmen profitieren von konkreten Praxisbeispielen und passgenauen, anbieterneutralen Angeboten zur Qualifikation und IT-Sicherheit.

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz ermöglicht die kostenfreie Nutzung der Angebote von Mittelstand-Digital. Weitere Informationen finden Sie unter [www.mittelstand-digital.de](http://www.mittelstand-digital.de).

# Impressum

## **Verfasserin der Inhalte:**

Lisa Stechert - Öffentlichkeitsarbeit  
Stadt Halle (Saale)  
Marktplatz 1, 06108 Halle (Saale)

## **gestalterische Umsetzung:**

Sarah Chantal Keller- Öffentlichkeitsarbeit  
Stadt Halle (Saale)  
Marktplatz 1, 06108 Halle (Saale)

## **Ansprechpartner:**

Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig  
Karl-Liebknecht Straße 132, 04277 Leipzig

## **Vertreten durch:**

Rektor Prof. Dr. rer. Pol. Mark Mietzner

## **Aufsichtsbehörde**

Sächsisches Staatsministerium für Wissenschaft, Kultur und Tourismus  
Wigardstraße 17, 01097 Dresden  
Rechtsform: Körperschaft des öffentlichen Rechts (§2 Abs. 1 SächsHSG)  
Ust-IdNr.: DE 153564026

## **Kontakt Geschäftsstelle:**

Dr. Sven Preußner  
c/o Hochschule für Technik, Wirtschaft und Kultur Leipzig  
Josephinenstraße 9, 04317 Leipzig  
Telefon: +49 (341) 3076 3162  
E-Mail: [sven.preusser@htwk-leipzig.de](mailto:sven.preusser@htwk-leipzig.de)