

nettes Produkt erschaffen.» Um dieses zu vermarkten, setzt Frédéric Recrosio auf sein schauspielerisches Talent: **Seine kurzen Facebook-Videos stecken voller Humor.** Es sind einfache, aber professionelle Videos, für deren Dreh eine auf Multimedia und digitale Kommunikation spezialisierte Agentur ausgewählt wurde. «Aber man kann die besten Videos auf der ganzen Welt drehen: Wenn das Produkt nicht gut ist, hilft das nichts», erklärt Recrosio. Seine handgemachten Würste sind heute in 250 Verkaufsstellen erhältlich.

[www.donrecroze.ch](http://www.donrecroze.ch)

#### Die Stärken

- einladendes, handgemachtes und hochwertiges Produkt
- viel Liebe
- Humor, der ins Schwarze trifft
- sympathische, gut gemachte Videos

## Die Würzmeister

### Inspiration über alle sozialen Netzwerke hinweg



Seit Jahren stellt Yves Woodhatch, der leidenschaftlich gern kocht, seine eigenen Gewürzmischungen her. Früher tat er dies nur für sich oder als Geschenk für Freunde. Doch die Resonanz war so überwältigend, dass er und

seine Frau Tania 2012 entschieden, daraus ein Geschäft zu machen. Der Name des Unternehmens: Würzmeister. Zunächst richteten sie einen Online-Shop ein (weil das einfach ist und praktisch nichts kostet) und machten Werbung in den sozialen Netzwerken: zuerst auf Twitter (ihrer Lieblingsplattform), dann **auf Pinterest, Instagram und Facebook, wo ihr zuletzt erschienenes Video mehr als 5000 Mal angeschaut wurde.**

Tania Woodhatch postet gern, setzt aber mehr auf Qualität denn auf Quantität. «Wir möchten die Menschen inspirieren und ihnen nicht einfach etwas verkaufen», sagt sie. Dies kommt bei ihren Social-Media-Fans gut an: **Aktiv, fröhlich und mit viel Enthusiasmus kommentieren und teilen die Community-Mitglieder die Posts.** Um bekannt zu werden und Kunden anzulocken, setzt Würzmeister auch auf Messeauftritte. An 12 bis 14 Messen ist das Unternehmen jährlich anzutreffen, was sowohl von seinen Privats als auch von den Geschäftskunden geschätzt wird. «Wir erhalten zahlreiche Anfragen von Unternehmen, für die wir Geschenkpakete zusammenstellen. Das macht die Hälfte unseres Umsatzes aus.» Würzmeister vertreibt seine Produkte auch über 25 Läden (ei-

ner davon in Hongkong). Noch können die Woodhatchs nicht von ihrem Geschäft leben. Dafür wäre ein vier- bis fünfmal höherer Umsatz nötig. Doch sie sind auf gutem Weg: Ihre jährliche Wachstumsrate beträgt konstant 40 bis 50 Prozent.

[www.wuerzmeister.ch](http://www.wuerzmeister.ch)

Quelle: «Interview mit Tania Woodhatch von Würzmeister», Evelyne

Baumgartner (twitter.com/evelyne\_lynn) für alike. [www.alike.ch](http://www.alike.ch).

#### Die Stärken

- Qualitätsprodukte
- Aufrichtigkeit und Engagement
- Fokus auf Interaktion mit Kunden
- Kommunikation auf allen Kanälen

## #Mélaniepeutlefaire

### Eine Facebook-Kampagne, die Aufsehen erregte



Hier wird kein Produkt verkauft, sondern ein Wunsch erfüllt. Nämlich der von Mélanie Ségard, einer jungen Frau mit Trisomie 21. Ihr Traum: Im Fernsehen den Wetterbericht zu präsentieren. Um das zu erreichen, startete sie eine

Facebook-Kampagne. Ihre Botschaft war simpel: **Gebt mir 100 000 Likes und ich kann das Wetter präsentieren.** Was sie dafür brauchte? Eine Facebook-Seite, ein Logo und ein Video. All das hat Mélanie natürlich nicht allein gemacht. Organisiert wurde die Kampagne von Unapei, dem französischen Dachverband für Menschen mit geistiger Behinderung und deren Familien. Unterstützung bot zudem eine Kommunikationsagentur.

Die am 27. Februar lancierte Aktion übertraf alle Erwartungen: **In weniger als 24 Stunden lagen die 100 000 Likes vor.** Die Fernsehsender haben schnell reagiert, und am 14. März konnte Mélanie auf France 2 das Wetter präsentieren. **Bisher wurde das Video mehr als 2 Millionen Mal angeschaut,** die Facebook-Seite #Mélaniepeutlefaire hat über 250 000 Fans. Inzwischen machte diese Platz für eine gleichnamige Seite, auf der Unapei sich weiter für Inklusion und Solidarität einsetzt und aufzeigt, mit welchen Schwierigkeiten Menschen mit Behinderung zu kämpfen haben.

[www.melaniepeutlefaire.org](http://www.melaniepeutlefaire.org)

#### Die Stärken

- charismatische und authentische Botschafterin
- schöne Videos
- positive Botschaften
- mediales und populäres Thema (Wetter)