

Altbüron 12.01.2023 - 08:23

Fünf Millionen Klicks auf Instagram

Mit einem Instagram-Video erreichte die Altbürer Teppichmanufaktur Kramis im Dezember auf einen Schlag weltweite Aufmerksamkeit. Tim Kramis, Verantwortlicher für Marketing und Verkauf, über die Ursachen und Folgen des plötzlichen Erfolgs.



Mittels Handtuft-Technik produziert Ferat Ogaj einen Teppich für die Marke Adidas. Wenn Sie dieses Bild mit der Digiplus-App scannen, sehen Sie ein Video des Altbürer Unternehmens Kramis, das mittlerweile fünf Millionen Aufrufe erzielte. Foto zvg

Anna Graf

Teilen



Ein von Ihnen produziertes **Video** vom 6. Dezember, das die Arbeitsabläufe bei der Teppichherstellung zeigt, hat fünf Millionen Aufrufe und mehr als 200 000 Likes auf Instagram erreicht. Wie erklären Sie sich den viralen Internethit?

Tim Kramis: Bei diesem Video handelt es sich um einen Zusammenschnitt aus rund hundert Filmen, die ich in den letzten drei Jahren hinter den Kulissen unserer Teppichmanufaktur aufgenommen habe. Da stecken viele Stunden Arbeit drin. Bei der Auswahl der Filmausschnitte habe ich den Fokus aufs Handwerk gelegt und jeweils nur die eindrücklichsten Schritte gezeigt. Das kam gut an – in den Kommentar- spalten des Instagram-Beitrags finden sich Komplimente von Menschen aus den verschiedensten Ländern, die unsere Arbeit bewundern.

Komplimente mögen schön sein, aber befinden sich auch Kundinnen und Kunden unter den neu gewonnenen Followern?

Diese gehören bestimmt zur Minderheit unseres Publikums. Da wir nachhaltige Luxusteppiche herstellen und Qualität ihren Preis hat, ist die Anzahl potenzieller Kundschaft unter ausländischen Followern gering. Viele Leute finden Gefallen an unserem Handwerk oder möchten dieses selbst erlernen. Trotzdem befinden sich darunter auch Personen im Bereich Kunst, Design und Innenarchitektur, mit denen eine interessante Zusammenarbeit entstehen kann. Der eine oder andere grosse Fisch schwimmt in jedem Teich – so haben wir kürzlich eine vielversprechende Anfrage eines New Yorker Einrichtungsgeschäfts bekommen.

Denken Sie, dass Schweizer Firmen die Macht der sozialen Medien unterschätzen?

Ja, definitiv. Der Fokus auf Instagram, LinkedIn, TikTok und Co. wird immer wichtiger. Deshalb absolviere ich gerade eine Weiterbildung zum Social-Media-Spezialisten. Für erfolgreiches Online-Marketing müssen sich Unternehmen stärker auf die sozialen Medien konzentrieren und eine authentische Strategie entwickeln. Leider sehe ich immer noch Firmen, die diese Plattformen ausschliesslich für Werbung nutzen und sich dann fragen, warum sie damit keinen Erfolg erzielen.

Warum liegt der Fokus von Kramis gerade auf Instagram?

Hier ist die gesamte Einrichtungsbranche unterwegs und vernetzt. Die am besten geeignete Plattform ist natürlich von Branche zu Branche verschieden. Jede Firma sollte sich Gedanken machen, wo ihre Zielgruppe online unterwegs ist und diese dort abholen.

Was macht ein virales Video aus?

Ein solches Video startet direkt mit einem Blickfang und erreicht durch schnelle Szenen möglichst lang anhaltende Aufmerksamkeit. Das ist wichtig, denn die Aufmerksamkeit der Nutzerinnen und Nutzer auf Instagram beträgt nur ein bis zwei Sekunden. Man muss sie von Anfang an packen.

Dank Ihrem Videoerfolg haben Sie über 100 000 Follower gewonnen. Besteht nun ein Druck, immer mehr Likes und Klicks zu generieren?

Die Qualität der bisherigen Videos möchte ich beibehalten – hier bin ich ein Perfektionist. Aber ich habe nicht die Erwartung, dass jedes Video denselben Erfolg haben wird. Ein Rückgang an Aufrufen ist bei unseren letzten paar Beiträgen bereits erkennbar. Solche Schwankungen gehören zum Leben.

Haben Sie eine Social-Media-Strategie für die Zukunft?

Künftig möchte ich jede Woche durch die Teppichmanufaktur laufen und den Arbeitsalltag einfangen. Ich habe gelernt: Authentisches kommt besser an als künstlich Platziertes. Die Leute interessieren sich viel mehr für die Menschen hinter unseren Produkten als für Bilder einer perfekt hergerichteten Wohnsituation. Deshalb ermuntere ich andere Firmen, ab und zu das Handy hervorzunehmen und den Arbeitsalltag auf den sozialen Medien zu teilen. Authentizität halte ich für wichtiger als Professionalität. Mit einem sympathischen Auftritt baut man Loyalität auf.

Wartet auf die Firma Kramis nun der grosse Wachstumsschub?

Fürs Erste bleiben wir auf dem «Teppich». Eine Expandierung ist aktuell nicht geplant und wir fühlen uns in Altbüron zu Hause.



Ein Teppich für das Luxushotel Mandarin Oriental Palace in Luzern. Foto zvg

Die Teppichmanufaktur Kramis

Vor etwas mehr als 35 Jahren gründeten Felix und Doris Kramis die Kramis Teppich Design AG. Heute beschäftigt das Familienunternehmen zwölf Angestellte und zwei freie Mitarbeitende. Mittels Handtuftung stellt Kramis hochwertige Teppiche her. Hierbei wird ein Holzrahmen mit einem Trägergewebe bespannt. In dieses wird anschliessend mit einer Handtuftmaschine Garn eingestickt (siehe Foto oben). **ag**

Neuen Kommentar schreiben

Kommentar*

Speichern

Traueranzeige online aufgeben



Inserate

Alle Inserate

WB-Gspröch



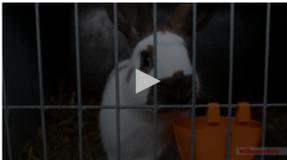
Am Freitag, 2. Dezember, startet im Städtli Willisau zum 24. Mal der Christkindli Mär. Der stv. WB-Chefredaktor Norbert Bossart unterhält sich mit dem Willisauer Franz Gehrig, Co-Präsident des Organisationsteams, über den Anlass, der gleichzeitig Generationen-Treffpunkt, wichtige Einnahmequelle und Willisauer Aushängeschild ist.

Unsere Partner:
GUT AG
Die Mobiliar Willisau-Entebuch

Aktuelle Videos



Erleben Sie die Fasnachtseröffnung 2023 in Willisau noch einmal mit uns! Zunftmeister Rainer Thüer eröffnete die Fasnacht offiziell. Sehen Sie sich das Video an und tauchen Sie noch einmal ein in die ausgelassenen Feierlichkeiten im Städtli Willisau.



Der Schweizer Englischschcken Klub stellte in Willisau 330 Kaninchen zur schau und krönte jeweilige Rassengewinner. Im Video erfahren Sie mehr über die Kaninchenausstellung.

Leserfotos



Haareis im Mühlewald, Grosseidwil

— Leserreporter / Helena Häfliger

▲ nach oben