

# ***Social Media als Umsatzmotor***

***Facebook & Instagram erfolgreich nutzen  
durch die Trendinspiration von DecoTeam***



bandex

**buchheister**<sup>®</sup>  
inspiring rooms



**NEUTEX**  
HOME DECORATION

**UNLAND**  
zieht die Fenster an

**RZ** | TRENDS  
INTERIOR  
DESIGN

heimtextil

**HÓPKE**  
TEXTILES



***Mitglieder & Partner***





Trainings & Workshops  
Digitale Marketing- und  
Vertriebs-Lösungen für kleine und  
mittelständische Unternehmen

Beratung, Training, Coaching, Umsetzung

Done for you-Lösungen

**Florian Stahl**

Geschäftsführer & Trainer

[www.icosmedia.de](http://www.icosmedia.de)



***25 Jahre Erfahrung im Marketing und Vertrieb***





# ***Aktuelle Situation***





***Keine Messen***





***Fehlende Inspirationen***





***Kein Austausch***





***Geschäfte öffnen wieder***



# ***Die Chancen***







***Trends früh erkennen und kommunizieren***

***www.decoteam.de***

...decoteam

AKTUELLES MITGLIEDER ▼ TRENDS 2021 PRESSE



Willkommen bei DecoTeam

Die Interessengemeinschaft führender deutscher Heimtextilanbieter.

Wir präsentieren Ihnen die textile Welt des Wohnens. Die Symbiose von Gardinen und Dekostoffen, Möbelstoffen, Sonnenschutz, textilen Accessoires und dem richtigen Zubehör.


***Impulse und Ideen von DecoTeam nutzen***



17:04

DECOTEAM.DE  
Beiträge

decoteam.de



♥️ 💬 📌

Gefällt 31 Mal

decoteam.de Wohnen im Vintage-Style! Ein kreativer Mix & Match Look in ausdrucksstarken Farben und Dessins. 🎨  
Inspirationen dazu auf [www.decoteam.de](http://www.decoteam.de) 📌  
#heimtextil#raumausstattung#homeinspiration  
#raumgestaltung

Alle 4 Kommentare ansehen

benettimoss @decoteam.de This is a beautiful innenarchitektur!

17:04

DECOTEAM.DE  
Beiträge

decoteam.de



♥️ 💬 📌

Gefällt 23 Mal

decoteam.de Der neue Chalet-Style für ein Zuhause mit Gemütlichkeit. ✨ Stylish und modern in natürlichen Farben und Strukturen.  
@englischdekor @hoepke\_textiles @bandex.textil

✨ Weitere Inspirationen auf [www.decoteam.de](http://www.decoteam.de) ✨

#haroteppiche#zuhausewohnen#wohndecken#fenstergestaltung#decohomies

21. Januar

16:51

DECOTEAM.DE  
Beiträge

decoteam.de



♥️ 💬 📌

Gefällt 22 Mal

decoteam.de Home-Office im Scandi-Style pur und stylish. Und der richtige Sicht- und Schallschutz sorgt für eine ruhige und wohltuende Atmosphäre auch in modernen und offenen Wohn- und Arbeitskonzepten. ✨ 📌

@buchheister.de @hoepke\_textiles  
★ Weitere Inspirationen auf [www.decoteam.de](http://www.decoteam.de) !!  
#zuhausewohnen#wohndecken#raumgestaltung#haroteppiche

17. Februar

*Inspirierende Posts die Anfragen generieren*



***Als Experte(in) positionieren***





*Wie Sie die Impulse  
von DecoTeam  
erfolgreich nutzen*



# *3 Erfolgsfaktoren*







***Profitieren Sie von  
den Impulsen  
von DecoTeam***





# DECO Home

## WOHNEN MIT STOFFEN

Die richtige Auswahl für mehr Atmosphäre

**NEXT STEP**  
Wie Teppiche den Boden neu erobern

## LIFE & STYLE

Entdecken Sie die DecoTeam-Trends 2021

[www.decohome.de](http://www.decohome.de)

# Life & Style





LINKS: Wandvorhang und Kissen auf dem rosa Sessel aus „Tropica“, 80 Euro, Sessel und Poufs bezogen mit „Tamino“ in Rosa und Petrol, 47 Euro. Kissen, mit oder ohne Inlay (von links): „7306“ mit Kolibris, ab 27 Euro, „2700“ im modischen Chanel-Look, ab 27 Euro, „Aurelia“, ab 35 Euro, und Jaguar-Motiv „Jamie“, ab 33 Euro (alles Apelt). Konsole „Sia“, 449 Euro, Pendelleuchte „Spike“, 159 Euro (beides Westwingnow). Tischleuchte „Drop“, 149 Euro (Zoeppritz). Kerzenständer „Ring“, 24 Euro (Westwingnow). Keramikvasen auf dem Couchtisch (privat), ab 50 Euro (Knabstrup).



## VINTAGE-STYLE

Ausdrucksstarke Stoffe treffen auf Retro-Design und sorgsam ausgewählte Accessoires. Perfekt für alle, die gerne mutig kombinieren



Teppich „Century VT“, 1279 Euro/m<sup>2</sup> (Makalu by Paulig). Boden „Allura Wood“, 60 Euro/m<sup>2</sup> (Forbo). Wandfarbe „Innocence“, 95 Euro/2,5 Liter (Caparol Icons). Rest (privat). MITTE: Vorhang aus dem grafischen Design „6429-800“, 33 Euro, Plissee „4902“ mit dezentem Muster, 93 Euro/Anlage (beides Westwingnow). Rest (privat). RECHTS: Kissen aus (von Unland). Schwarze Vase aus Metall, 50 Euro (Bloomingville), gelber Übertopf „Aaren“, 17 Euro (Westwingnow). Rest (privat). TROPICA: Kissen aus (von Unland). „Jamie“ mit Jaguar-Dessin, ab 33 Euro, „2700“ im Chanel-Style, ab 27 Euro, und Baumwolle „Tropica“, 80 Euro (alles Apelt).

# Vintage Style



# Life & Style

... lautet das Motto, unter dem DecoTeam, die Interessengemeinschaft führender Stoff- und Sonnenschutzanbieter, die neuen Trendwelten für 2021 präsentiert

Styling: NICOLE ZWEIG & SABINE RAABE | Fotos: VERONIKA STARK



LINKS: Vorhänge aus „Varena“, 7 Euro (Neutex). Modernes Rollo „4-3302“ mit Behang „Laila 3-2627“, PVC-frei, Okotex-Standard 100, Preis auf Anfrage (MHZ). Vasen und Übertöpfe, ab 15 Euro, Holzscheit von Kay Boyesen, 50 Euro (alles Westwingnow). Tischleuchte „Evedal“, 146 Euro, Stühle „Fröset“, je 69 Euro (beides Ikea). Lammfell, 179 Euro (Katrin Leuze). Kissen aus dem hellen „Varena“, 7 Euro, und „Glen“ in Graublau, 9 Euro, Pouf ebenfalls aus „Glen“ (alles Neutex). Teppich „City Denver“, 330 Euro/m² (Haro by Paulig). Boden „Allura Wood“, 60 Euro/m² (Forbo). Rest (privat). MITTE: Plisse-Rollo-Kombination „Tube“, 99 x 188 cm, 568 Euro (Buchheister). Marmorschale „Azla Bowl“, 119 Euro (Ferm Living).



## SKANDI-STYLE

Pur und dennoch wohnlich: Den minimalistisch-funktionalen Look prägen dezente Muster, weiche Strukturen und der Einsatz von nachhaltigen Materialien



Kopfskulptur, 40 Euro, Glasvase „Bubble“, 35 Euro (beides Westwingnow). Kissen aus (von links): „Aurea“ in Waben-Optik, 74 Euro, „Terra“ aus 100 % recyceltem PES-Garn, 56 Euro, und „Calma“, 68 Euro (alles Höpke). RECHTS: Sessel und Hocker bezogen mit „Calma“, 68 Euro (Ikea). Akustikelement „Mosaic“ von Lautloz, 150 x 75 cm, 499 Euro (Buchheister). „Vello“, 74 Euro (beides Höpke). Stehleuchte „Ypperlig“, 59 Euro (Ikea). Teppich „City New York“, 152/m² (Haro by Paulig). Boden „Allura Wood“, 60 Euro/m² (Forbo). Wandfarbe „Nouvelle Vague“, 95 Euro/2,5 Liter (Caparol Icons). Teppich „City New York“, 152/m² (Haro by Paulig). Boden „Allura Wood“, 60 Euro/m² (Forbo). Rest (privat). Die Stoffpreise auf diesen und den folgenden Seiten verstehen sich pro Meter. Alle Preise unverbindlich.

# Scandinavian Style





## CHALET-STYLE

*In neutralen Tönen und frei von Edelweissmustern ist der Stil auch jenseits der Alpen beliebt. Seine Key-pieces: Holz, natürliche Materialien und große Teppiche*

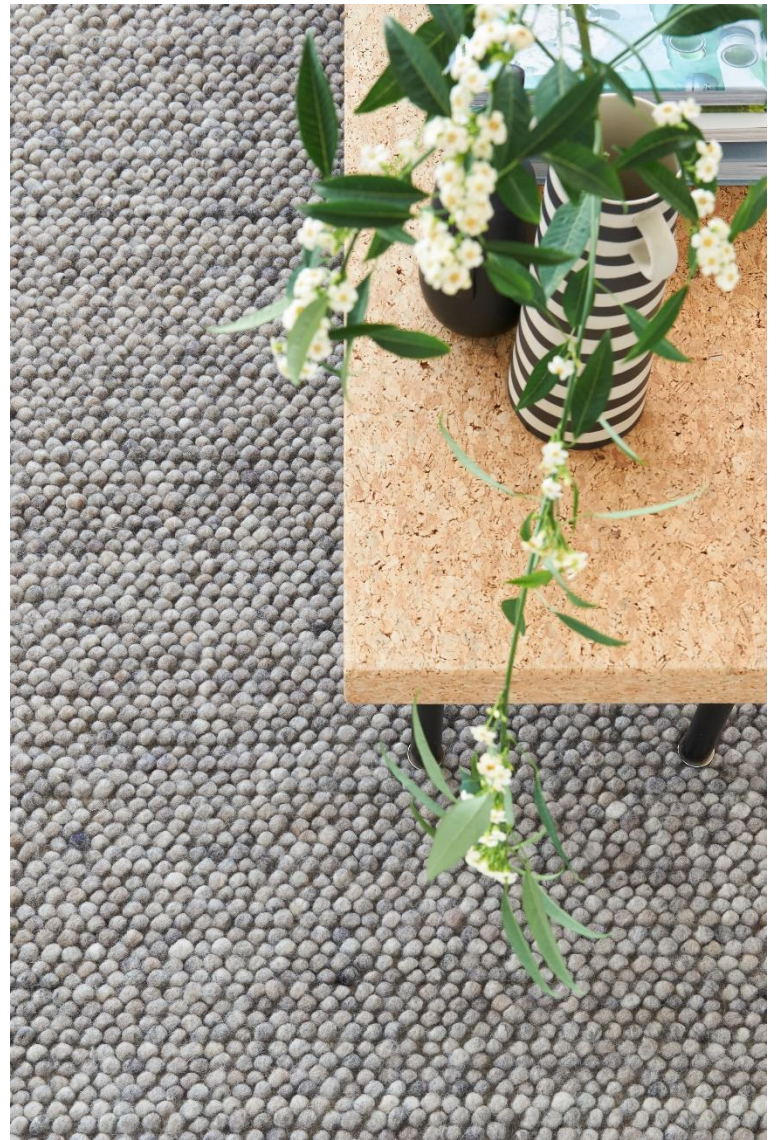
LINKS: Braune Vorhänge aus „E3550“, 45 Euro, und Store „X9558“, 70 Euro, Daybed bezogen mit „E3561“, 90 Euro, Kissen aus „A3492“ und „A3493“ in Aqatönen (auch auf dem Boden), je 55 Euro, Karomuster „A2928“, 85 Euro, und Uni „E3562“, 90 Euro (alles Englisch Dekor). Plaid „Herring Check“, 198 Euro (Zoeppritzt). Stehleuchte „Evedal“, 194 Euro (Ikea). Bodenvase „Drop“, 65 Euro (Westwingnow). Muschel, 95 Euro (Ferm Living). Teppich „City Canberra“, 290 Euro/m² (Haro by Paulig). Rest (privat). MITTE: Sofa und großes Kissen bezogen mit „E3562“, 90 Euro, Karokissen aus „A2922“, 85 Euro, Kissen mit Keder aus „A3493“, 55 Euro (alles Englisch Dekor). Beistelltisch „Eames Occasional“, 243 Euro (Vitra), darauf Vase „Peruya“, 22 Euro (Westwingnow). Auf der Konsole (privat): Holztopf „Craft“, 77 Euro (House Doctor), Vasen „Omlänsam“, ab 8 Euro (Ikea), und Rauchglas-

vase, 27 Euro (Bloomingville). Wandfarbe „Lace“, 95 Euro/2,5 Liter (Caparol Icons). Rest (privat). RECHTS: Sessel bezogen mit „Coluna“, 57 Euro, Kissen aus Fischgrät „Vista“, und „Asana“, je 57 Euro (alles Höpke). Tisch „Frame“, 2599 Euro (Bolia). Tischleuchte „Mali Made“, 350 Euro (House Doctor). Rollos „Greenscreen SEA-TEX“ in Weiß und Beige, Preis auf Anfrage (Erfal). Holztafel „8550-46“, 28 Euro/Rolle (A.S. Création). Ofen „Aike“, ab 3000 Euro (MCZ). Wandfarbe „B-Boy“, 95 Euro/2,5 Liter (Caparol Icons). Teppich „City Ohura“, 227 Euro/m² (Haro by Paulig). Rest (privat). Boden auf allen Bildern: „Allura Wood“, 60 Euro/m² (Forbo). Eine Teilaufgabe von DECO HOME erscheint mit einem Cover aus der Themenwelt Vintage-Style und Stoffen von Apelt

**Quellen**  
ab Seite 118

# Chalet Style





***... der perfekt dazu passende Boden***





***und dazu perfekt verarbeitete Gardinenbänder***





***Inspirieren Sie Ihre Kunden und generieren Kontakte***





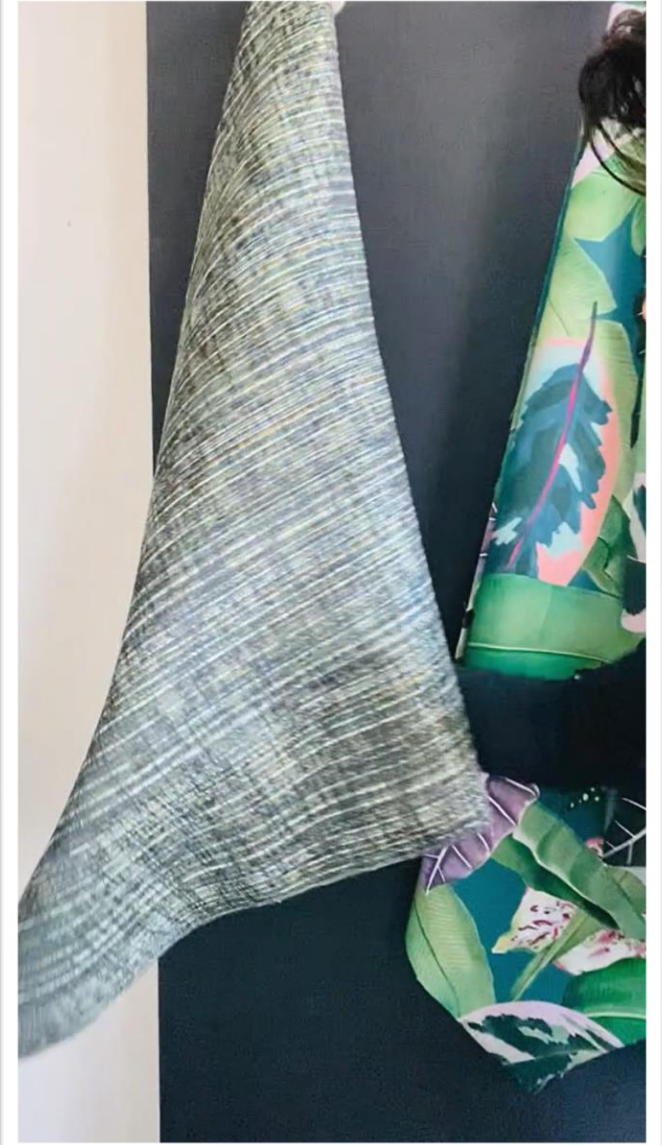
***Kunden Gespräche online führen***





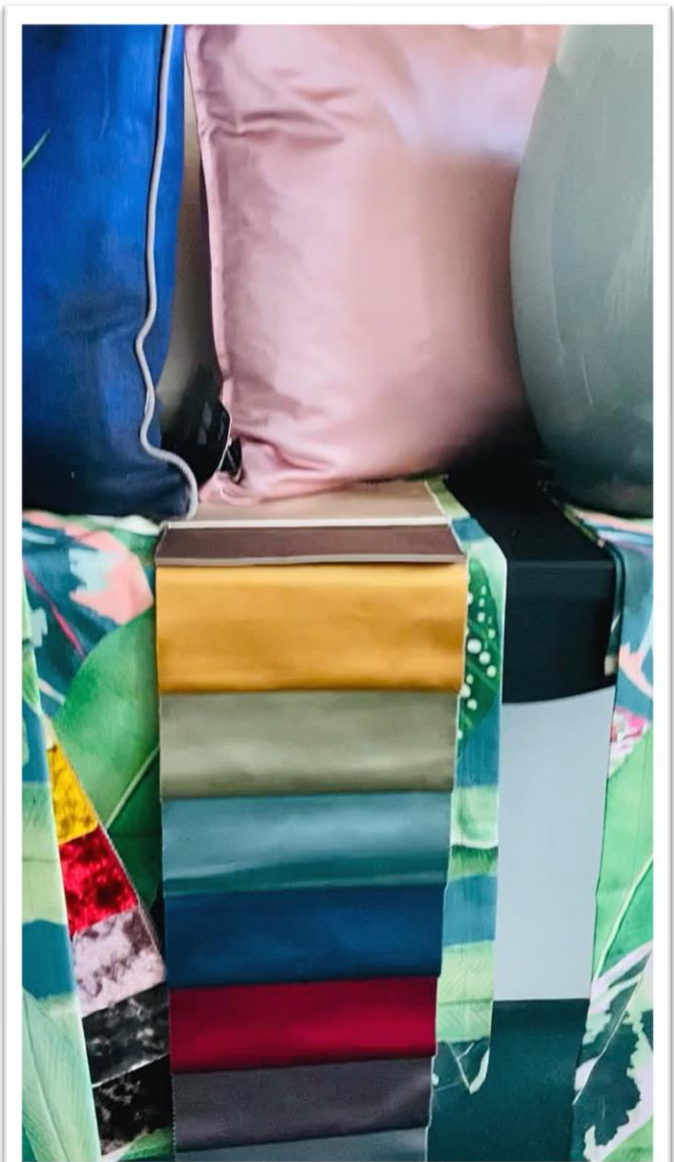
***Best-Practice: Dekostoffe für textile Konzepte***





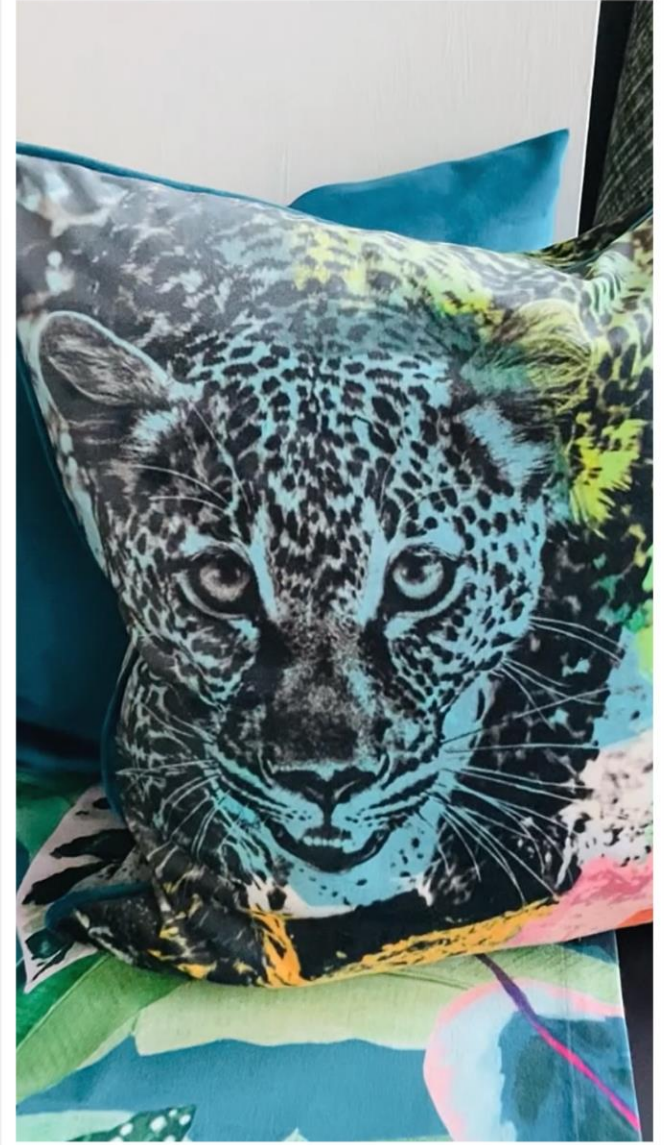
***Inspirierende Videos mit dem Handy erstellen***





***Inspirierende Videos mit dem Handy erstellen***





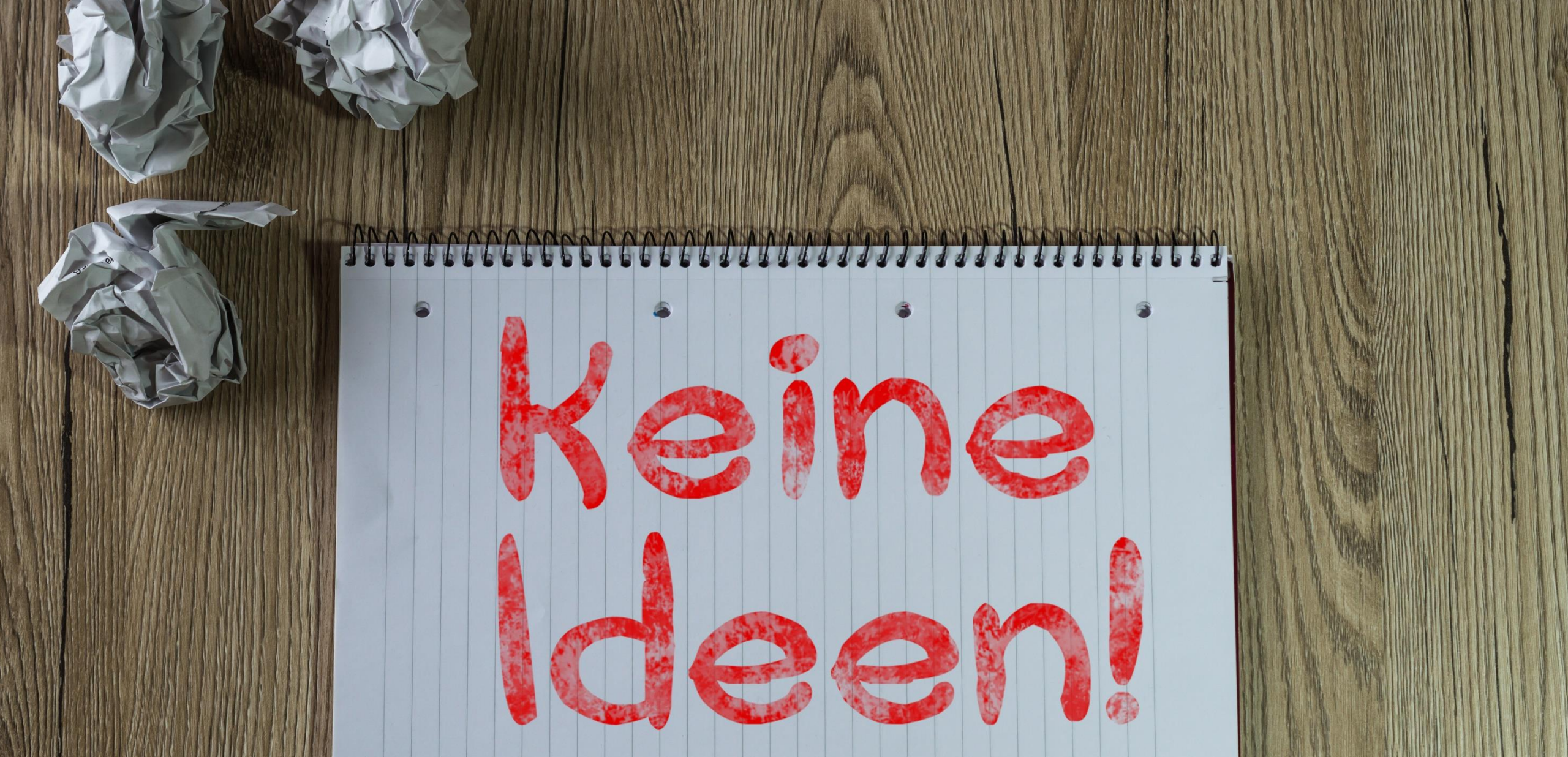
***Inspirierende Videos mit dem Handy erstellen***





***Kunden begeistern***





Keine  
Ideen!

***Warum das Rad neu erfinden***







## Pressekontakt

Birgit Schlenker

BS Werbung PR  
Im Küppersfeld 2  
40667 Meerbusch

Telefon 02132 80654  
info@decoteam.de

DecoTeam stellt Journalisten, Autoren und Bloggern das Bildmaterial zur redaktionellen Verwendung honorarfrei zur Verfügung. Veröffentlichung nur unverändert und mit Urhebervermerk "© 2021 DecoTeam, decoteam.de".

Bitte informieren Sie DecoTeam, wenn Sie Bildmaterial verwenden. Vielen Dank.

### DecoTeam 2021 Trends

Word-Datei in DE und EN

[Download ZIP](#)

### DecoTeam 2021 VIDEOS

6 Videos in einer ZIP Datei (65 MB)  
1920 x 1080 / MP4

[Download ZIP](#)

### Chalet - Set 1

5 Bilder in einer ZIP-Datei (9,3 MB)

[Download ZIP](#)

### Chalet - Set 2

5 Bilder in einer ZIP-Datei (12,2 MB)

[Download ZIP](#)

### Scandi - Set 1

5 Bilder in einer ZIP-Datei (20,2 MB)

[Download ZIP](#)

### Scandi - Set 2

5 Bilder in einer ZIP-Datei (20,7 MB)

[Download ZIP](#)

# Nutzen Sie die Bilder, Videos und Texte







***Facebook  
und/oder  
Instagram***







# *Nutzen Sie Instagram zum Trendthema 2021 Life&Style*



## Top 10: Das sind die beliebtesten Hashtags auf Instagram

1. #love (1,8 Milliarden)
2. #instagood (1,1 Milliarden)
3. #fashion (812 Millionen)
4. #photooftheday (797 Millionen)
5. #beautiful (661 Millionen)
6. #art (649 Millionen)
7. #photography (583 Millionen)
8. #happy (578 Millionen)
9. #picoftheday (570 Millionen)
10. #cute (569 Millionen)



Stand 03/2021

# ***Mehr Reichweite durch #***



#interiorstyle 4,7 M

#wohnzimmer 618 K

#homeoffice 6,1 M

#handwerk 1,2 M

#outdoor 29,4 M

#stoffliebe 287 K

#homesweethome 49,5 M

#Deko 2,3 M

#scandinavianstyle 1,8 M

#sofa 8,6 M

#münchen 9,5 M

#chaletstyle 69,6 K

#düsseldorf 6,8 M

#hamburg 19,2 M

#boden 277 K

#mannheim 2,8 M

#würzburg 1,1 M

#outdoorstyle 264 K

#sonnenschutz 100 K

#lifestyle 261 M

#vintagestyle 21,5 M

Stand 03/2021

***Mit welchen # erreichen Sie Ihre Zielgruppe***





***Instagram Post im Feed – Best Practice***





***Instagram Story– Best Practice***





**Beitrag:** Erstellen Sie Beiträge, ergänzen Sie diese durch Text und #

**#...:** Erhöhen Sie Ihre Reichweite durch #... (bei Beiträgen möglich, nicht bei Story)

**Story:** Erscheinen Sie für 24 Stunden oben bei Ihren Abonnenten, der Beitrag ist anschließend gelöscht

**Story-Highlight:** Geteilte Stories werden in Highlights gruppiert. Story-Highlights erscheinen im Profil.

**Reels:** 15 sekündige Multi-Clip Videos aufnehmen und mit Ton, Effekten, etc. erstellen und im Feed teilen.

**IGTV-Video:** Ähnlich wie Youtube ist IGTV ein Videoportal auf dem Sie eigene Kanäle anlegen können.

**Guide:** Empfehlen Sie Orte, Produkte, Beiträge, ... Ideal für Übersichten und Themen-Informationen

**Verifizierter Nutzer (blauer Haken neben Benutzernamen):** Bekommen Sie, wenn Sie gewisse Anforderungen erfüllen. Die Person, Organisation oder Marke müssen bekannt sein oder Sie haben mind. 10.000 Follower.

**Swipe-Up:** Wenn Sie den blauen Haken besitzen, können Sie in Ihre Story ein Swipe-Up einfügen. Das ist die Möglichkeit einer aktiven Call-to-Action. Sie verlinken z. B. auf Webseite, Blog, Landingpage.

Stand 02/2021

# ***Instagram Begriffe im Überblick***



**Video:** Laden Sie Videos auf Facebook hoch, Videos erzielen nach Messungen die größte Reichweite.

**Beitrag:** Erstellen Sie Beiträge, bei Facebook ist die Beschreibung eines Beitrages oft der Schlüssel zur optimalen Reichweite. Obwohl auch Facebook den Hashtag bietet, ist die Relevanz nicht gleich dem Hashtag bei Instagram.

**Visuelles:** Nach Analysen haben Beiträge mit visuellen Elementen eine 2.3X größere Reichweite.

**Reine Text-Beiträge oder Long-Posts:** Ein Content-Typ der besonders gute Ergebnisse erzielen kann, wenn er für die richtige Ziel-Gruppe sichtbar ist. Hier wird der Inhalt meistens weiter ausgebaut und kann eine Erweiterung einer kürzeren Form darstellen.

**Teilen von Inhalten Anderer:** Passende Beiträge können einfach geteilt werden, dadurch kann sehr schnell Content erstellt werden.

**Story:** Erscheinen Sie für 24 Stunden oben bei Ihren Abonnenten.

**Blog-Posts:** Der Content, der auf Ihrem Blog bereits vorhanden ist, kann einerseits wiederverwendet werden und noch dazu mehr Traffic für den Blog generieren.

**Podcasts:** Ein Content-Typ dessen Beliebtheit immer größer wird. Meistens handelt es sich um Content eines lehrreichen Typs.

**Inspirierende Zitate:** Ein sehr beliebtes Format, dass wegen der einfachen Erstellung gern eingesetzt wird. Meistens mit einer Kombination von einer passenden Aussage und am besten, mit einem Foto dass dem Thema entsprechend ist.

**Fragen:** Fragen dienen dazu die Benutzer zur Interaktion anzuregen und sind besonders einfach zu erstellen. Durch richtige Fragen und Antworten die generiert werden, kann ein Mehrwert für die Benutzer geschaffen werden.

**Umfragen:** Die Interaktion steht im Vordergrund.

**Call to Action:** Ist eine Handlungs-Aufforderung.

**Infografiken:** Ermöglicht Daten und Fakten übersichtlich darzustellen und Klarheit bringt.

**Tipps:** Der Mehrwert für den Benutzer steht im Vordergrund.



Stand 02/2021

# ***Facebook Begriffe im Überblick***



***Kundengewinnung  
mit Facebook &  
Instagram strategisch  
planen***

The background of the image shows a beach scene with sand in the foreground and a blue sky in the background. Two large, stylized logos are partially buried in the sand. On the left is the Instagram logo, which is a pink-to-orange gradient circle with a white camera outline. On the right is the Facebook logo, which is a blue square with a white lowercase 'f'. The text is overlaid on these logos.





***Was ist Ihr Social Media Ziel?***





***Wer ist Ihre Zielgruppe?***



Welcher Trend & Style ist für Ihre Zielgruppe interessant?



***Welche Trends & Styles posten Sie?***





***Zeitplan – Wann und wie oft posten Sie?***



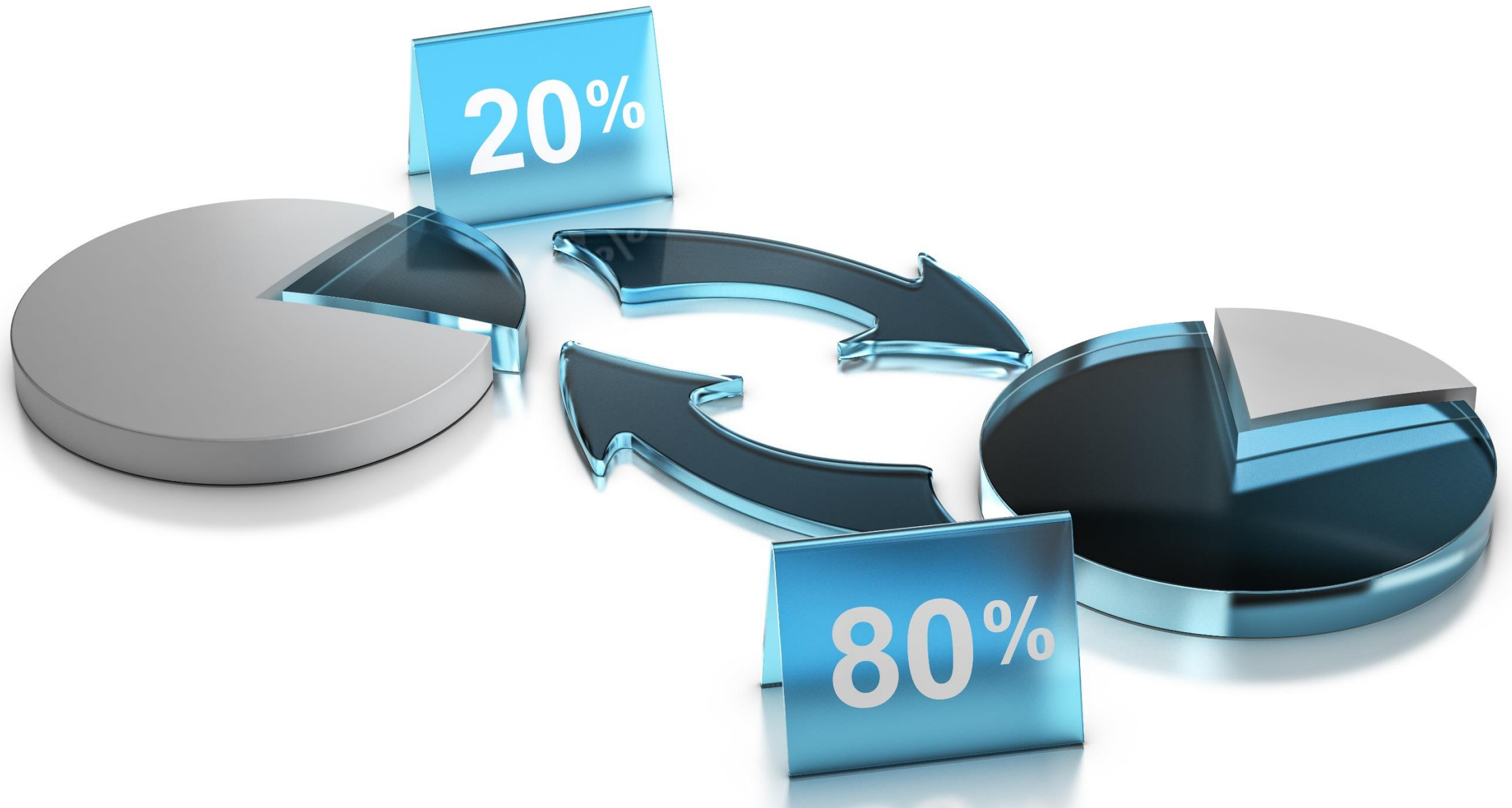
## Social Media – Monatsplan – April 2021



KW	Datum	Thema	Inhalt (Text, Bild(er), Videos)	# für hohe Reichweite	Auf welchen Sozialen Netzen posten	
13	01.04.21	Vintage Style	Vintage Style gefällt als kreativer Mix&Match Look in ausdrucksstarken Farben und Dessins. So wird das Thema von Apelt mit einem aufregenden wie eleganten Dschungelmotiv inszeniert.	#Vintagestyle #münchen #stoffliebe	Instagram Beitrag Story	Facebook
14	07.04.21				Instagram Beitrag Story	Facebook
15	13.04.21				Instagram Beitrag Story	Facebook
16	21.04.21				Instagram Beitrag Story	Facebook
17	29.04.21				Instagram Beitrag Story	Facebook

# *Ihr Social Media Monats-Plan*





***Setzen Sie das Pareto-Prinzip um!***

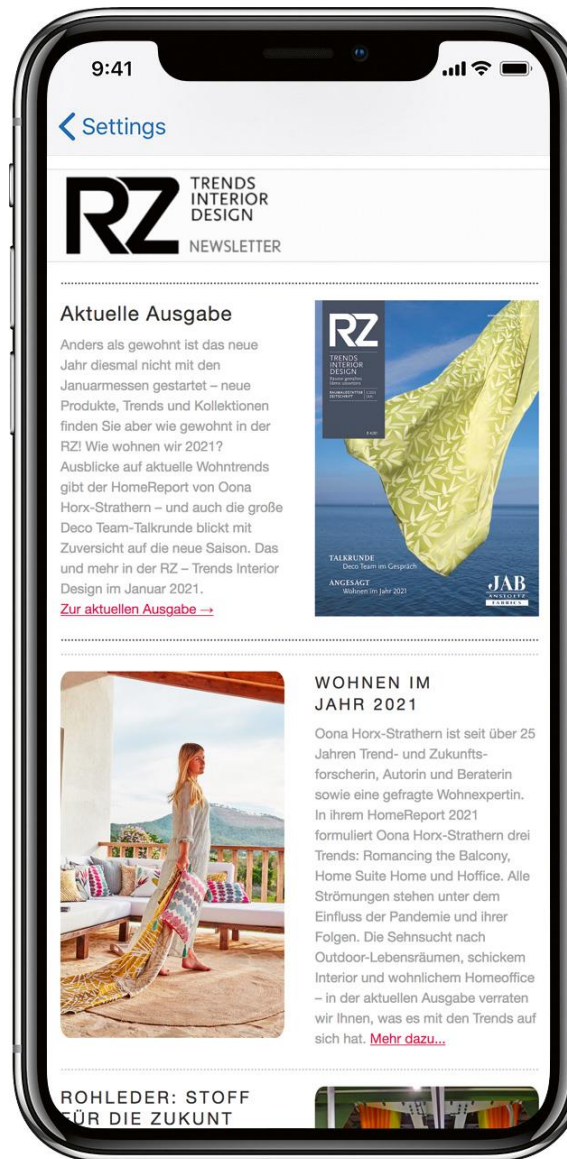




***In Medien sehr präsent***



**Registrieren Sie sich  
für den kostenlosen  
Newsletter**  
**[www.raumausstatter.com](http://www.raumausstatter.com)**



**Aktion: Gratis E-Paper-Jahresabo der RZ**



## Social Media für Raumausstatter

Wie Sie sich mit Instagram, Facebook & Co. ins Blickfeld der Kunden bringen

### Wer nutzt welche Plattform?

Es gibt zahlreiche Social-Media-Plattformen, insbesondere für unterschiedliche Alterszielgruppen.

Laut einer Statista-Umfrage unter regelmäßigen Social-Media-Nutzern ist **Facebook** das beliebteste soziale Netzwerk in Deutschland. 84 Prozent der Befragten gaben an, diesen Dienst regelmäßig zu nutzen. 65 Prozent der Befragten griffen regelmäßig auf das Google-Angebot YouTube zurück, 38 Prozent der Befragten nutzten regelmäßig die zu Facebook gehörende Foto-App **Instagram**.<sup>1</sup>

Während die Nutzung von Facebook von jüngeren Zielgruppen nachlässt, ist die Plattform bei älteren Zielgruppen immer noch stark. In keiner Gruppe ist der Zuwachs so groß wie bei den „Silver Surfern“. Dagegen ist bei Instagram die Zielgruppe 14–29 und 30–49 gut vertreten.<sup>2</sup>

Der Kanal **Pinterest** hat sich ebenso etabliert in Deutschland. Laut Pinterest nutzen über 7 Mio. Menschen aus Deutschland Pinterest und speichern jeden Monat über 4 Mio. Inhalte. 61 Prozent der Nutzer sind 30–49 Jahre alt.<sup>3</sup> Pinterest unterscheidet sich von anderen sozialen Netzwerken: Es geht um Inspirationen und das Sammeln von visuellen Inhalten und Ideen.<sup>4</sup> Pinterest ist für Sie interessant, wenn sie Bilder, Produkte und Inhalte verbreiten und mit Ihrer Webseite/Blog/Shop verknüpfen möchten. DIY, Einrichtung und Gestaltung sind Themen, die u. a. auf Pinterest stark nachgefragt werden.

Die weiteren Netzwerke, z. B. Twitter, Twitch, Snapchat, Xing und LinkedIn sind für Social-Media-Auftritte im Bereich Raumausstattung weniger relevant für den Austausch mit Kunden; Twitter ist mit seinen telegrammartigen Kurznachrichten für den Bereich Politik/Gesellschaft eher für Fachexperten, Presse und Nachrichten interessant, während Xing und LinkedIn Business-Plattformen sind. Bei Snapchat ist die größte Anzahl unter 24 Jahren, Twitch ist eine Gaming-Plattform.

### Facebook und Co. – Tipps für die Social-Media-Strategie

#### Wie starte ich mein Business auf Social Media?

Sie haben sich entschieden eine Social-Media-Präsenz aufzubauen. Ohne Social-Media-Strategie geht es aber nicht. Sie sollten sich einen kleinen Plan machen, welche Inhalte sie posten und welche Zielsetzung Sie verfolgen. Eine Social-Media-Strategie ist die Zusammenfassung Ihrer Redaktionsplanung und Ziele in den sozialen Medien. Überlegen Sie sich zuerst, was Ihre Kunden und potenziellen Kunden interessiert und wie diese charakterisiert sind. Legen Sie einen Redaktionsplan fest und überlegen Sie, wie viel Zeit und Budget Sie investieren können. Folgende Fragen und To-dos sollten Sie beantworten und beachten:

#### Was wollen Sie erreichen auf Social Media?

Ein direkter Abverkauf ist selten eine realistische Zielsetzung. Social Media ist ein langfristiger Aufbau, der kontinuierlich entsteht. Vielmehr können Sie aber Kunden neugierig machen und über Produkte und Leistungen informieren, mehr Reichweite für Ihr Angebot schaffen, potenziell neue Interessenten erreichen und stärker mit Ihren Kunden in Kontakt stehen oder Fragen beantworten (Stichwort: Kundenbindung). Machen Sie sich klar, was Sie von der Social-Media-Präsenz erwarten und wie viel Zeit Sie investieren möchten – und ob Sie ein kleines Budget investieren können, um etwas Werbung zu machen und Follower zu generieren. Gerade am Anfang sollten Sie etwas Zeit einplanen, um die Kanäle zu verstehen. Gehen Sie von ca. 2–5 Stunden in der Woche aus. Mehr Zeit müssen Sie investieren, wenn Sie mehrere Kanäle bespielen und öfters posten möchten.

<sup>1</sup> <https://de.statista.com/themen/1842/soziale-netzwerke/>

<sup>2</sup> <https://www.horizont.net/m Medien/nachrichten/Social-Media-Atlas-Facebook-verliert-immer-mehr-Teenager--und-wird-zum-Social-Altersheim-164846> und <http://www.ard-zdf-onlinestudie.de/whatsapponlinecommunities/>

<sup>3</sup> <https://de.statista.com/statistik/daten/studie/812588/umfrage/nutzung-von-pinterest-nach-altersgruppen-in-deutschland/>

<sup>4</sup> <https://de.statista.com/themen/1996/pinterest/>



A person in business attire (white shirt, dark trousers) is starting a race on a red running track. They are in a starting crouch, with their hands on the ground. A black suitcase is on the track to their right. The word 'START' is painted in large white letters on the track. The text 'Packen Sie es jetzt an' is overlaid in a large, white, italicized font.

***Packen Sie  
es jetzt an***





# ***Aha's Erkenntnisse Ideen***



1.

2.

3.

***Aktionsplan für die Umsetzung***

## Inspirierendes Social Media Online-Seminar



Zum ersten DecoTeam Social Media Seminar konnten mehr als 200 Teilnehmer/innen begrüßt werden. Im Mittelpunkt standen die Profilierung und Wahrnehmung des Raumausstatters als Experte sowie die Steigerung von Umsätzen mittels Facebook & Instagram. Ein klares Erfolgskonzept und begeisternde Posts sind der entscheidende Erfolgsfaktor für mehr Sichtbarkeit, Anfragen und Aufträge. Dabei ist die DecoTeam -Website eine optimale Trendinspiration für die Content-Entwicklung. Inspirierende Fotos stehen über den Presse-Download zur Verfügung. Am Beispiel von unzähligen Best-Practise Beispielen wurde die Erstellung von eigenen Posts, das Erstellen von Feeds einer Story und vieles mehr dargestellt. Und mit den richtigen #s und durch begeisternde und wertvolle Inhalte steigt die Reichweite und die Zahl der Abonnenten.

Das nächste Social Media Online-Seminar findet am 23. April statt. Die Anmeldung ist über die DecoTeam Website möglich.

Material-Download für Seminar-Teilnehmer/innen nach dem Seminar

### MITGLIEDER

APELT

BANDEX

BUCHHEISTER

ENGLISCH DEKOR

ERFAL

HARO-TEPPICHE BY PAULIG

MHZ

NEUTEX

UNLAND

### PARTNER

HEIMTEXTIL

HÖPKE MÖBELSTOFFE

MZE/2HK

RZ TRENDS INTERIOR DESIGN

STOECKEL & GRIMMLER

CAPAROL ICONS

# Umsetzungs-Material-Download





***heimtextil 11.-14. Jan. 22 in Frankfurt am Main***

***So können wir Sie unterstützen ...***



**Florian Stahl**  
[fst@icosmedia.de](mailto:fst@icosmedia.de)

**Individuelle Lösungen**  
Coachings & Workshops  
Umsetzungs-Unterstützung

Link zum Online-Termin  
<https://icos.li/florianstahl>

***Viel Erfolg in der  
Umsetzung!***



***Wie hat's Ihnen gefallen?***

**...decoteam**



**Birgit Schlenker**  
info@decoteam.de

**Senden Sie uns eine E-Mail und geben Sie  
uns Ihr Feedback an**

info@decoteam.de

***Ich freue mich auf  
Ihren Response!***



**Birgit Schlenker**  
DecoTeam



**Peter J. Schroeder**  
2HK MZE GmbH



**Thimo Schwenzfeier**  
Messe Frankfurt



**Gabriela Reckstat**  
Winkler Medien Verlag GmbH



**Florian Stahl**  
IcosMedia

***Wir sind gerne für Ihre Fragen jetzt noch da***