Sandra Hunke Partner: Handwerk trifft digitale Power

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 7. Februar 2026



Sandra Hunke Partner: Wenn das Handwerk auf digitale Power trifft

Sie ist Sanitär-Expertin mit Schlagbohrer-Erfahrung, Model mit Instagram-Reichweite und Markenbotschafterin für das deutsche Handwerk – Sandra Hunke ist kein PR-Gag, sondern ein Paradebeispiel für das, was passiert, wenn klassische Branchen auf moderne Online-Marketing-Strategien treffen. Doch wer

ist eigentlich Sandra Hunke? Und noch spannender: Wer ist ihr Partner – beruflich wie privat – in dieser digital-handwerklichen Symbiose, die das Baugewerbe aus dem Staub der 90er-Jahre katapultiert? Willkommen in der Welt, in der Bits auf Beton treffen. Und ja – es wird konkreter, als dir lieb ist.

- Wer ist Sandra Hunke – und warum ist sie mehr als ein Instagram-Phänomen?
- Wie das Handwerk durch digitale Strategien plötzlich sexy wurde
- Welche Rolle Online-Marketing und SEO im Handwerk 2025 spielen
- Warum Sandra Hunke als Personal Brand funktioniert – und was du davon lernen kannst
- Was ihr "Partner" in diesem Kontext wirklich bedeutet – und wie Collaboration heute aussieht
- Tools, Strategien und Kanäle: So digitalisiert sich das klassische Handwerk richtig
- Fehler, die 90 % der Handwerksunternehmen im Online-Marketing machen
- Eine Schritt-für-Schritt-Anleitung zur digitalen Positionierung im Handwerk
- Warum Authentizität im Marketing kein Buzzword, sondern Pflicht ist

Sandra Hunke: Handwerkerin, Influencerin, Markenbotschafterin

Wenn du bei "Handwerk" an graue Latzhosen und 90er-Jahre-Websites mit Baustellen-GIFs denkst, hast du Sandra Hunke noch nicht auf dem Schirm. Die gelernte Anlagenmechanikerin für Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik ist nicht nur auf Baustellen unterwegs, sondern auch auf Laufstegen, Messen, TikTok und in Podcasts. Sie vereint zwei Welten, die bisher in getrennten Galaxien lebten: Handwerk und digitale Sichtbarkeit.

Hunke ist keine gecastete Influencerin auf Werbetour für den Zentralverband – sie lebt ihren Beruf. Und genau das macht sie zur glaubwürdigsten Botschafterin für ein Handwerk, das digitalisieren will, aber oft nicht weiß, wie. Sie bringt Reichweite mit, ohne Authentizität zu verlieren. Sie spricht die Sprache der Branche – und die der Gen Z. Eine Kombination, die in der Marketingwelt extrem selten ist.

Im Gegensatz zu vielen Branchen-Testimonials, die mit Agentur-Texten und Hochglanzbildern durchgefüttert werden, produziert Hunke echten Content. Hands-on. Real. On-Site. Zwischen Baustelle und Branding bewegt sie sich souverän – und das mit einer Performance, die so manche Werbeagentur vor Neid erblassen lässt. Kurz: Sie ist kein Case Study-Objekt, sie ist der Case.

Wer sich fragt, warum das Handwerk 2025 plötzlich wieder cool ist, sollte sich Hunke mal genauer ansehen. Denn hier wird nicht nur mit Werkzeugen gearbeitet, sondern auch mit KPIs, Conversion Rates und Markenwerten. Und das funktioniert nur, weil sie es verstanden hat: Content ist gut – aber Kontext

ist besser.

Der “Partner” im Spiel: Wer digitalisiert hier wen?

Die Frage “Wer ist Sandra Hunke Partner?” ist mehrdeutig – und genau deshalb so spannend. Denn hier geht’s nicht nur um die Boulevard-Variante mit Klatschfaktor, sondern um strategische Partnerschaften im digitalen Raum. Hunke arbeitet mit Unternehmen aus der Sanitär-, Bau- und Werkzeugbranche zusammen – aber nicht als Deko-Figur, sondern als Content Creatorin mit Zielgruppenverständnis.

Ihr echter “Partner” ist nicht ein einzelner Mensch, sondern ein System aus Kooperationen, Plattformen und Marken, die verstanden haben, dass Handwerk mehr braucht als Schraubenzieher und Silikon. Es braucht Sichtbarkeit. Es braucht Stories. Es braucht Plattformstrategie. Hunke liefert das – und zwar nicht durch Paid Ads, sondern durch organische Reichweite, die auf Authentizität basiert.

Von Bosch über Grohe bis hin zu Branchenverbänden – ihre Partner sind Unternehmen, die das Handwerk nicht nur als B2B-Zielgruppe, sondern als potenziellen Mega-Influencer für ihre Produkte verstehen. Kein Wunder, dass sie auf internationalen Messen nicht nur mit Werkzeug, sondern mit Kamera und Content-Team unterwegs ist. Hunke ist die Brücke zwischen Offline und Online – ihr Partner: die Marke Handwerk 2.0.

Und hier trennt sich die Spreu vom Weizen: Während andere Betriebe immer noch überlegen, ob sie eine Facebook-Seite brauchen, hat Hunke längst verstanden, wie man Community Building betreibt, Multiplikatoren einsetzt und Content auf TikTok viralisiert. Marketing im Handwerk? Willkommen in der echten Welt.

Online-Marketing im Handwerk: Vom Klinkenputzer zur Conversion-Maschine

Handwerksbetriebe sind traditionell – und das ist nicht per se schlecht. Aber wenn es um Marketing geht, ist “traditionell” oft nur ein anderes Wort für “irrelevant”. Denn während die Welt digitale Funnels baut, hängen viele Handwerkswebsites noch in der Ära von Flash-Intros und Gästebüchern fest.

Online-Marketing im Handwerk heißt nicht nur “eine Website haben”. Es heißt: gefunden werden. Vertrauen aufbauen. Kunden vor der ersten Kontaktaufnahme überzeugen. Und das geht nur mit einem strategischen Setup, das SEO, SEA, Social Media, Content Marketing und Lokalisierung zusammendenkt. Wer heute nicht lokal rankt, verliert gegen MyHammer, Check24 und andere Plattformen,

die digital einfach besser aufgestellt sind.

Was bei Hunke funktioniert, ist übertragbar – wenn man’s richtig macht. Lokale SEO-Strategien, strukturierte Daten für Dienstleistungen, Google Business-Profilpflege, Kundenbewertungen, mobile Optimierung – das sind keine Kür-Punkte, das ist Pflichtprogramm. Wer das ignoriert, verliert Sichtbarkeit, Aufträge und letztlich Relevanz.

Der Gamechanger? Authentischer Content. Videos von der Baustelle, Vorher-Nachher-Projekte, Mitarbeiter-Stories, kurze Reels mit Tipps – das ist der Stoff, aus dem digitale Reichweite gemacht wird. Und genau das hat Hunke perfektioniert. Sie ist nicht das Produkt – sie ist der Proof of Concept.

Digitalisierung des Handwerks: Tools, Strategien, Realitäten

Die Digitalisierung des Handwerks ist kein Wunschtraum, sondern längst Realität – aber nur für die, die’s verstanden haben. Der Rest bastelt noch an WordPress-Themes rum, die 2013 mal modern waren. Wer heute im Handwerk digital sichtbar sein will, braucht ein Setup, das performt. Und das heißt: saubere Website-Struktur, schnelle Ladezeiten, klare Call-to-Actions, durchdachte Customer Journeys.

Tools wie Google Search Console, Ubersuggest, Ahrefs oder auch lokale Tools wie rankingCoach sind keine Spielzeuge, sondern Überlebenswerkzeuge. Sie zeigen dir, wie sichtbar du wirklich bist – lokal, mobil, organisch. Und sie helfen dir, deine Konkurrenz zu analysieren, Keywords zu identifizieren und Content zu entwickeln, der nicht nur schön, sondern suchbar ist.

Noch wichtiger: CRM-Systeme, digitale Angebots-Tools, automatisierte Terminvergabe. Das sind die Dinge, die Kunden heute erwarten – und die Betriebe intern massiv entlasten. Hunke und ihre Partnerbetriebe setzen genau darauf. Nicht weil’s fancy ist. Sondern weil’s funktioniert. Und weil Kundenbindung 2025 nicht mehr an der Haustür, sondern im digitalen Funnel beginnt.

Wer jetzt denkt: “Das klingt teuer” – hat das Prinzip nicht verstanden. Digitalisierung ist keine Kostenstelle, sondern ein Investment. Und wer nicht investiert, wird ersetzt. Von Plattformen, von Wettbewerbern, von Google selbst. Die Frage ist nicht, ob du digital wirst – sondern wann du verschwindest, wenn du’s nicht wirst.

Step-by-Step: So geht digitales Handwerksmarketing

mit Substanz

Du willst wissen, wie du das Ganze für deinen eigenen Betrieb umsetzt? Kein Problem. Hier kommt der pragmatische Fahrplan – ohne Agenturslang, aber mit Substanz:

1. Website aufräumen: Mobile-optimiertes, schnelles, strukturiertes Setup. HTTPS, saubere URLs, klare Navigation.
2. Google Business Profil: vollständig ausfüllen, regelmäßig aktualisieren, Bewertungen sammeln und beantworten.
3. Lokale Keywords recherchieren: “Sanitär Notdienst Berlin”, “Fliesenleger Köln Innenstadt” – du weißt, was gemeint ist.
4. Content produzieren: keine Stockfotos, sondern echte Bilder, echte Menschen, echte Projekte. Videos, Reels, Blogposts.
5. Social Media nutzen: nicht nur posten, sondern Storytelling betreiben. Zeig, wie’s läuft – und wo’s läuft.
6. Bewertungen managen: aktiv um Feedback bitten, negative Kritik professionell beantworten, Vertrauen aufbauen.
7. CRM & Automatisierung: Tools wie HubSpot, Zoho oder einfach Kalenderbuchung via Calendly einbinden.
8. Monitoring & Optimierung: Google Analytics, Search Console, regelmäßige SEO-Checks. Ohne Daten – keine Verbesserung.

Fazit: Handwerk braucht Helden mit WLAN

Sandra Hunke ist kein Einzelfall. Sie ist ein Vorbild für das, was möglich ist, wenn man das Handwerk aus seiner Offline-Höhle holt und ins digitale Rampenlicht stellt. Ihr “Partner” ist das System, das sie um sich herum aufgebaut hat: Marken, Plattformen, Communitys – und ein Verständnis für modernes Marketing, das vielen Betrieben noch fehlt.

Wer heute im Handwerk sichtbar sein will, braucht mehr als Skills mit der Wasserwaage. Er braucht digitale Kompetenz, Mut zur Sichtbarkeit und den Willen, sich neu zu erfinden. Hunke zeigt, wie’s geht. Und du? Du hast jetzt keine Ausrede mehr.