

## Computern im Handwerk Web 2.0 mit viel Potenzial

Foren oder Online-Nachschlagewerke können Kundenkontakte verbessern.

Handwerker sind immer noch als „Online-Muffel“ verschrien. Doch das stimmt nur teilweise. So herrscht zwar noch Zurückhaltung bei der Nutzung interaktiver Möglichkeiten. Das sogenannte „Web 2.0“ mit Diskussionsforen, Online-Nachschlagewerken oder auch anbieterneutralen Plattformen zur Kundenakquise ist dabei noch kein Thema. Als Informations- und Kommunikationsplattform wird das Internet aber intensiv genutzt. Die Legende der onlineabstinenten Handwerker widerlegt eine Benutzeranalyse, die das Hamburger Marktforschungsunternehmen Fittkau und Maaß erstellt hat. Seit 1995 nehmen diese Analysten das Verhalten unterschiedlicher Benutzergruppen im Web unter die Lupe. Während einer Befragung im Mai dieses Jahres gaben 64,2 % der befragten Handwerker an, das Internet sehr häufig geschäftlich zu nutzen, in der Gesamtheit der knapp 80 000 Befragten waren es nur 58 %. Es werden Informationen ausgetauscht oder Produkte gekauft. Experten-Chats oder Foren rangieren allerdings noch unter „ferner liefen“. Das kann sich aber in einigen Jahren als fatal erweisen. Für die heutigen Jugendlichen und jungen Erwachsenen, die in einigen Jahren Entscheidungen über den Hausbau und Sanierungen fällen, ist es normal, sich im Internet nicht nur über Produkte zu informieren, sondern auch in Blogs oder Foren zu recherchieren und sich in beruflichen Netzwerken zu organisieren. Wenn sich ein Handwerker dort als kompetenter Diskussionspartner erweist, kann er Pluspunkte sammeln und sich von anderen abheben.

### Vom Info-zum Mitmach-Netz

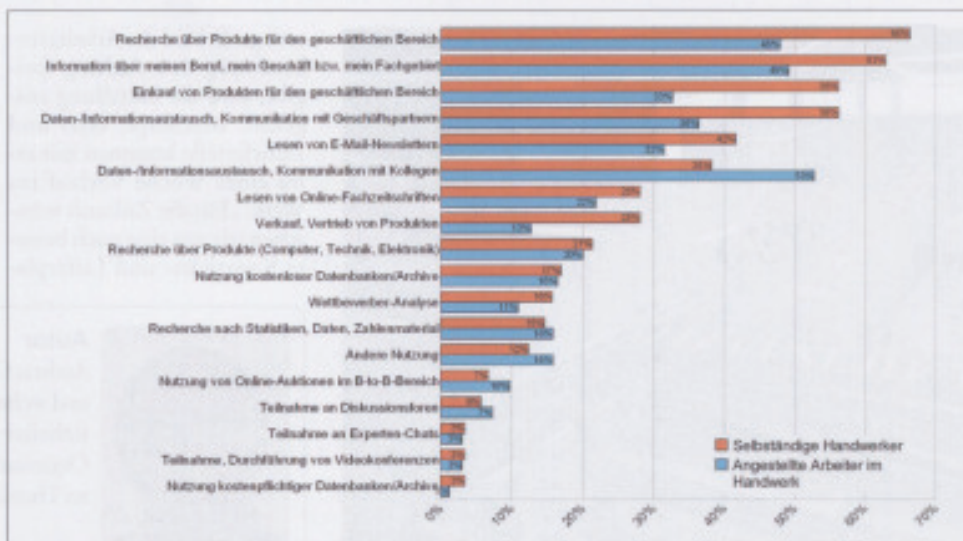
„Das Internet hat sich gewandelt“, bestätigt Markus Schaffrin, Fachbereichsleiter E-Business im Verband der deutschen Internetwirtschaft (ECO). „Am Anfang war es sehr technisch geprägt. Dann ging es vorwiegend darum, im Netz Geschäfte zu machen – also um den E-Commerce. Heute wird es zunehmend zum Mitmach-Web.“ Für Sebastian Müller, Marketing Manager bei Quotatis, einem Portal, das sich auf die Vermittlung von Handwerkeraufträgen spezialisiert hat, ist die Bewertung von Unternehmen eine entscheidende Herausforderung, der sich auch Handwerker stellen müssen. „Es gibt nicht wie bei den ‚Gelben Seiten‘ nur Informationen, die das Unternehmen selbst steuern kann, sondern auch Bewertungen potenzieller Kunden“, sagt Müller. Sicher eignet sich nicht jedes Werkzeug für

jeden Handwerker. Aber sie sollten sich auf dem Laufenden halten und kompetent entscheiden, was sie nutzen und was eben auch nicht. Doch wie findet ein Handwerker die für ihn geeigneten Anwendungen? Dazu gibt es zwei Wege: Er kann sich im Netz umschauen, was die Konkurrenz macht, oder er kann vor allem die eigenen Kunden fragen. Ein sinnvolles Vehikel dazu sind Kundenkontakte, seien es persönliche Gespräche vor Ort oder virtuelle über die Internet-Seite. Internet-Auftritte werden in der Regel noch viel zu wenig genutzt, um die Kunden zu binden und die eigenen Geschäftsideen zu optimieren.

### Tipps vom Experten

Eine Möglichkeit, sich als kompetenter Ansprechpartner im eigenen Gewerbe zu etablieren, können sogenannte „Wikis“ sein. Das bekannteste ist das Online-Lexikon „Wikipedia“. Solche Anwendungen lassen sich auch im Kleinen erstellen, etwa mit Basisinformationen zur energieeffizienten Sanierung eines Dachs. Das Besondere an einem solchen Online-Lexikon ist, dass die Nutzer die Einträge bearbeiten und erweitern können. „Handwerker, die auf diese Weise mal etwas anderes, etwas mehr bieten, bleiben positiv im Gedächtnis“, betont Schaffrin. Diese können damit beispielsweise sogar Lieferanten oder Kunden gewinnen, sich mit ihrem Wissen ebenfalls dort einzubringen. Informationsportale wie „Enbausa“ bieten hierfür aktuelle und fundierte Inhalte – sei es als tagesaktuellen Newsticker oder als Basiswissen.

Neben der eigenen Firmenseite ist die Teilnahme an Diskussionsforen eine weitere Möglichkeit, um auf sich und seine Fachkompetenz aufmerksam zu machen. Viele Handwerker scheuen immer



Umfrageergebnisse nach Fittkau und Maaß vom April/Mai. Befragt wurden über 120 000 Internetnutzer, davon ca. 2 000 Handwerker.

noch vor Foren zurück, da sie fürchten, zu viel von ihrem Wissen preiszugeben und damit der Konkurrenz oder privaten Bauherren zu nutzen. Da sich viele Bauherren aber mittlerweile im Internet informieren, kann diese Zurückhaltung leicht zum Burnout werden. Einträge in Foren dienen dazu, schnell und einfach gefunden zu werden, wenn potenzielle Kunden Fachleute suchen. Diese Chance sollten sich Handwerker nicht entgehen lassen.

#### Community für alle Handwerker

Ähnliches gilt für Experten-Foren, die online Wissen von Handwerkern vermitteln. Das Projekt „E-Learning 2.0 im Handwerk“ will herausfinden, wie sich Elemente des informellen Lernens und Wissensaustauschs mit traditionellen E-Learning-Ansätzen wie Computer-Based-Trainings

für ein individuelles Lernen verknüpfen lassen. Das Vorhaben wird finanziert durch das Forschungsministerium (BMBF) sowie den Europäischen Sozialfonds und in Kooperation mit der Zentralstelle für die Weiterbildung im Handwerk (ZWH) durchgeführt. Ein Ziel ist die Entwicklung eines Community-Portals auf der Grundlage von Web 2.0-Technologien, das sich speziell an Beschäftigte im Handwerk richtet. Eine erste Version ist für Mitte 2010 geplant, insgesamt läuft das Projekt in Kooperation mit der Zentralstelle für Weiterbildung im Handwerk bis 2012.

„Die junge Handwerker-Generation wird die Themen rund um das Internet und Web 2.0 sehr intensiv aufnehmen und verfolgen“, ist sich Dr. Lothar Semper von der Handwerkskammer München sicher. Diese koordiniert die Gemeinschaftsinitiative „handwerkskammer.de“, der in-

#### „exakt“ interaktiv – Diskutieren Sie mit!



Auch die „exakt“ nutzt die Foren: „Mobile Monteure“ diskutieren im Business-Netzwerk „Xing“: <https://www.xing.com/net/montagebetriebe>

„exakt“ interaktiv:  
Die „Mobiles Monteure“ auf „Xing“.  
Fotomontage: Acer/Microsoft/Xing/Gable

zwischen 50 Handwerkskammern angehören. Damit repräsentiert sie über 95 % aller Handwerksbetriebe der Bundesrepublik Deutschland. Alle an der Initiative beteiligten Handwerkskammern bieten auf der Website gebündelt Informationen und Servicedienste für interessierte Kunden des Handwerks, junge Menschen mit dem Berufswunsch „Handwerk“ und ihre Mitgliedsbetriebe. Web 2.0 ist ebenfalls ein Thema. Semper: „Wir überlegen bereits, wie wir das nutzen können.“

#### Schnelligkeit ist Trumpf

Auf einen weiteren Aspekt weist Sebastian Müller hin: das Internet und seine Interaktionsmöglichkeiten führen zu einer Beschleunigung der Prozesse, auf die sich auch Handwerker einstellen müssen. So verspricht sein Portal den Kunden, dass sich die Hand-

werker innerhalb von drei Tagen zurückmelden. „Unsere Befragungen haben ergeben, dass diejenigen unserer Handwerksunternehmen, die schnell reagieren, mit unserem Portal zufriedener sind als solche, die zwei Tage mit der Kontaktaufnahme warten“, berichtet Müller. Vor allem junge Menschen, die schnelle Reaktionen per Mail oder Handy gewohnt sind, erwarten das. Und es sollten sich alle Gewerke darauf einstellen, meint Müller: „Es ist erstaunlich, wie schnell sich Umsatzvolumina ins Internet verschieben.“

Allein für 2009 schätzt Müller, dass ein Auftragsvolumen von über 900 Millionen Euro über Quotatis vermittelt wird. 2008 lag das Auftragsvolumen noch bei zirka 350 Millionen Euro. Wachstumstreiber sei dabei der Bereich Fotovoltaik, der natürlich hohe Volumina beisteuert.



Nach getaner Arbeit noch ins Netz? Die Industrie macht es vor: Produkte (hier die Aluminium-Sockelleiste „Decolino“) sind schon längst im Netz. Warum also nicht als Schreiner mitdiskutieren und Tipps zum Verlegen austauschen? Foto: Kübert



#### Autorin

Pia Grund-Ludwig ist Journalistin und Expertin für Internet-Technologien. Seit März leitet sie als Geschäftsführerin und Chefredakteurin den Internetdienst „Enbausa“ ([www.enbausa.de](http://www.enbausa.de)), ein Portal mit Diskussionsforen rund um das energieeffiziente Bauen und Sanieren.