

# Chancen nutzen im Internet

Eine professionelle, hochwertige Homepage gewinnt an Bedeutung. Denn über Google suchen schon heute potenzielle Kunden immer öfter nach Handwerkern in der Region.

Das Internet war lange ganz weit weg für Dachdecker. Eine eigene Homepage – wozu das denn? Heute haben viele von ihnen einen eigenen Webauftritt. Doch richtig professionell nutzen nur ganz wenige Dachdecker das Internet als Visitenkarte, zur Kundenbindung oder sogar zur Akquise. Die meisten Webauftritte sind frei nach dem olympischen Motto „Dabei sein ist alles“ gestaltet. Einmal eingestellt – nie mehr aktualisiert. So lassen sich kaum Medaillen gewinnen und Chancen bleiben ungenutzt. Denn immer mehr potenzielle Kunden suchen über das Internet nach Dienstleistungen, gerade auch regional vor Ort. Das gilt nicht nur für jüngere Menschen, auch die vielumworbene Generation 50+ hat längst die einfache, schnelle und komfortable Suche im Netz schätzen gelernt. Der Grund hat einen Namen: Google. Diese Suchmaschine kennt fast jeder – 31 Milliarden Anfragen gibt es dort nach Angaben des amerikanischen Marktforschungsinstituts comScore pro Monat. Wer da einfach nur dabei ist und dem potenziellen Kunden keinen ansprechenden Auftritt mit klarem Nutzen bietet, wird weggeklickt. Zwei Mausklicks weiter finden sich schon die Seiten der Konkurrenz.

## Marketing nur noch im Internet

Ein Betrieb, der im Marketing auf das Internet setzt, ist die Dachdeckerei Mederer & Keucher GmbH in Chemnitz. Vor drei Jahren ging die neue Seite online – mit einem schönen Intro, einer bewegten Animation. Da werden dem Nutzer gleich auf spielerische Weise die Leistungen vorgestellt. Die folgende Startseite ist mit schöner Musik unterlegt. Der erste Eindruck: Hier stellt sich ein moderner Dienstleister vor – von verstaubtem Handwerksimage keine Spur.



Das Layout ist ansprechend, die Menüführung übersichtlich und durchdacht, die Texte kurz und informativ. „Wir hatten eine zehn Jahre alte Seite, die war nicht mehr aktuell“, sagt Dachdeckermeister Sebastian Keucher. Für ihn ganz selbstverständlich: eine Online-Agentur hat den Auftritt gestaltet und programmiert. Keucher ist ein Vorreiter unter den Dachdeckern, auch wenn der Betrieb mit acht Mitarbeitern keineswegs zu den großen zählt. „Wer was braucht, sucht heute im Internet – auch im Handwerk“, sagt Keucher. Für ihn ist klar, dass in Zukunft immer mehr Anfragen über die Suchmaschinen laufen. „Das merken wir jetzt schon, unsere Anfrageformulare werden gezielt genutzt“, berichtet der Dachdeckermeister.

### Webauftritt gut bedacht

Der Fokus auf das Internet habe sich gelohnt. „Gelbe Seiten oder Anzeigenwerbung bringen im Vergleich nichts und sind viel teurer“, meint Keucher. Werbung macht er lieber bei Google, mit den sogenannten „Ad-words“. Wer in die Suchmaske „Dachdecker Chemnitz“ eingibt, sieht rechts oben die Anzeige von Mederer & Keucher. Adwords für Dachdecker – auch hier betritt der Betrieb mutig Neuland. Mit Adwords hat auch schon Dachdeckermeister Wolfgang Schmidt gewonnen. Doch der Geschäftsführer

der Schmidt Bedachungen GmbH in Bassum ist skeptisch, was das Kosten-Nutzen-Verhältnis angeht, Anfragen gibt es aber schon. Ein guter Internetauftritt ist für Schmidt ebenfalls selbstverständlich. Seine Seiten sind einfach und klar gestaltet, auf einen Klick ist zu sehen, was der Betrieb an Leistungen bietet, die ausgetasteten Referenzen bieten Bildern, die

sich ohne große Ladezeiten vergrößern lassen. Eine Seite ohne Schnörkel, die bestens zum Motto des Betriebs passt: „alles gut bedacht“.

### Aktualität und Kundennutzen

Auf Aktualität setzt Geschäftsführer Peter J. Ott von der Firma Klemens Ott GmbH in Miltenberg bei Aschaffenburg. „Das Internet ist ein schnelles Medium. Da erwarten Nutzer aktuelle Informationen.“ Die Pflege der Seiten übernimmt im Dachdeckerbetrieb seine Schwester Monika Klein. Sie hat sich nach und nach in das Thema Marketing eingearbeitet und betreut diesen Bereich als Teilzeitkraft. Eine Mitarbeiterin nur für den Bereich Marketing, das hat Seltenheitswert unter Dachdeckern. Wer sich die Home-



page anschaut, sieht, welche Vorteile das bietet. So gibt es einen Menüpunkt „Top-Projekte“, wo Monika Klein in Text und Bild jeweils aktuelle Referenzen vorstellt. Interessenten können sich so mit wenigen Klicks anhand konkreter Beispiele zu allen Leistungsbereichen gleich ein konkretes Bild von der Arbeitsweise machen. „Wir erhalten viele positive



■ Aktuelle Informationen finden sich bei Klemens Ott direkt auf der Startseite.

Rückmeldungen auf unsere Seiten“, freut sich Klein. Geschäftsführer Ott hält diese hochwertige Visitenkarte für wichtig. „Wenn wir uns irgendwo vorgestellt haben, schauen die Interessenten danach sofort auf unsere Homepage. Das mache ich ja genauso“. Auffällig ist die gut durchdachte Menüführung, die alles beinhaltet, was ein möglicher Kunde suchen könnte. „Wir bieten auch Formulare und Informationen zum Download, etwa Freistellungsaufträge oder Tipps zum Steuern sparen bei Handwerkerrechnungen“, berichtet Klein.

■ Einladende Bilder und ein klares Layout bietet Schmidt Bedachungen.

Unter „Kontakt“ finden sich alle Ansprechpartner im Betrieb mit Foto, Mail und Rufnummer. Der Eindruck der Homepage: Hier stellt sich ein kundenorientierter, freundlicher Betrieb vor. Gut gemachte Webauftritte bringen rüber, was ein Unternehmen ausmacht. Sie sind Aushängeschilder.