



Info | PR: 0 | G: 19.4K | L: 0 | LD: 14.7K | I: 29 | Rank: 589K | Age: error | f: 0 | +1: 0 | whois | source | Rank: 6.66M | Video Adv: 0 | PIN: 0 | IN: 0 | Density | Diagnosis | Links: 4



Digitale Transformation im Handwerk schafft Perspektiven

Die Digitalisierung erfasst die Wertschöpfungsketten aller Branchen. Neben der Energiewirtschaft steht auch das Handwerk vor großen Herausforderungen. Die Digitalisierung eröffnet aber auch neue Chancen: Durch Kooperationen zwischen Handwerksbetrieben und Stadtwerken lässt sich beispielsweise das Geschäftsfeld energetische Gebäudesanierung erschließen. Dabei eröffnen digitale Prozesse insbesondere in der Kundenakquise, der Abwicklung von Geschäftsprozessen und der transparenten Kundenberatung große Potentiale.

Frau Dr. Merkel beschrieb das Internet vor nicht allzu langer Zeit noch als „Neuland“ und erntete damit reichlich Spott. Viele glaubten anfangs sich verhöhnt zu haben, da wir doch tagtäglich vom Internet mit digitalen Medien wie Facebook und Co umgeben sind. Später ruderte die Allgemeinheit jedoch etwas zurück und gab zu, dass die digitale Transformation unserer Gesellschaft bisher nur „flickerartig“ stattgefunden hat.

Klar, Einkaufen wird einem im Internet leichtgemacht und auch die Zeitung müssen wir uns nicht mehr am Kiosk besorgen. Wer ganz vorne mitschwimmt, der steuert seine Heizung per Handy von Unterwegs, aber das war's dann eigentlich schon. Viele Lebensbereiche sind zwar durch das Internet ergänzt, aber kaum verändert worden. Das Handwerk im Segment der energetischen Gebäudesanierung steht beispielhaft für verschiedene Märkte, in denen die digitale Transformation bisher ausgeblieben ist.

Status quo im digitalisierten Handwerk

Es wäre falsch zu behaupten, dass im Handwerk keinerlei Internetaffinität zu finden sei. Eine eigene Homepage gehört heutzutage für die meisten Firmen zum Standard und auch in den sozialen Medien sind viele Handwerker vertreten, um sich selbst samt ihrer Arbeit bewerben zu können. Von einer digitalen Transformation ist man hier jedoch noch weit entfernt. Dass auch der traditionelle Weg der Mund-zu-Mund-Propaganda für viele bisher gut funktioniert hat, soll an dieser Stelle gar nicht in Frage gestellt werden. Trotzdem ist eine Veränderung des Marktes zu erkennen, auf den man frühestmöglich reagieren muss.

Das traditionelle Handwerk und das Internet finden bisher vermehrt nebeneinander statt. Im Idealfall haben Handwerksbetriebe einen attraktiven Webauftritt mit Informationen über das Portfolio und entsprechende Kontaktdaten. Eine parallel betriebene Facebook-Seite ermöglicht es „Followern“, einen Blick hinter die Kulissen zu werfen, um sich von der Qualität der angebotenen Services überzeugen zu können. Im Idealfall wird mit dieser Strategie der Kundenstamm erweitert und dauerhaft gefestigt. Studien zeigen, dass in Deutschland fast 40 Prozent der Facebooknutzer älter als 35 Jahre sind und daher als potenzielle Kunden in Frage kommen. Bewegen wir uns von diesem Idealfall weg, dann besitzen Handwerker im schlechtesten Fall jedoch nicht einmal eine Homepage. Besonders in solchen Fällen stellt sich die Frage, welche neuen Strategien sinnvoll implementiert werden können, ohne dass ein völlig neues Unternehmen entsteht.

Das Handwerk muss bei seinen Kernkompetenzen bleiben

Dieser Artikel ist zwar der digitalen Transformation im Handwerk gewidmet, aber trotzdem ist fraglich inwieweit die einzelnen Betriebe tatsächlich mit der Entwicklung solcher Felder beschäftigt sein sollten. Um den Herausforderungen des Marktes zu begegnen, müssten theoretisch selbst kleinere Firmen eigene IT- und Marketingabteilungen aufziehen. Eine gute Alternative bietet die bereichsübergreifende Zusammenarbeit mit anderen Unternehmen, um Kunden ein Gesamtpaket aus Beratung, Service und professionellen Handwerksleistungen bieten zu können.

Viele Geschäftsbereiche lassen sich digitalisieren

Für die digitale Transformation des Handwerks sind zum jetzigen Zeitpunkt besonders für die energetische Gebäudesanierung, drei große Bereiche zu erkennen: Kundenakquise, Abwicklung der Geschäftsprozesse und transparente Kundenberatung. Modernes Onlinemarketing eröffnet viele Möglichkeiten bei der Kundenakquise, benötigt jedoch geschultes Personal und verschlingt viel Arbeitszeit. Eine Betreuung der firmeneigenen Webseite durch Marketing-Agenturen ermöglicht in der Regel nur sehr kleine Erfolge. Digitale Transformation bedeutet auch, dass hier neue Marketingkanäle abseits von traditioneller Werbung gefunden werden müssen, die keine Mehrarbeit nach sich ziehen.

Als zweiten Punkt lassen sich besonders die Geschäftsprozesse im Handwerk digitalisieren. Für die Bearbeitung von Kundenanfragen wäre das Führen von Excel-Listen Mindeststandard, um immerhin den Überblick zu behalten. Zielführend ist dieses Vorgehen im Sinne der digitalen Transformation jedoch nicht. Der Kunde möchte nämlich auch wissen, ob seine Anfrage bearbeitet wurde, wie weit fortgeschritten die Umsetzung ist und hat gegebenenfalls Rückfragen. Muss das alles per Telefon oder über manuellen Emailverkehr geregelt werden, dann ist schnell Not am Mann. Die Digitalisierung des Prozessfortschritts für den Kunden, ähnlich wie der Lieferstatus beim Online-Versand, ist dabei ein kleiner Baustein auf dem Weg in die richtige Richtung. Digitale Transformation bedeutet auch, dass diese Prozesse weitestgehend automatisiert und verknüpft werden, sodass der jeweilige Handwerker mehr Zeit für den direkten Kundenkontakt und weniger hinter dem eigenen Schreibtisch für die Verwaltung verbringt.

Zu guter Letzt darf bei aller Digitalisierung die Kundenberatung nicht zu kurz kommen. Allein im Heizungs-Segment gibt es schon heute verschiedenste Lösungen, um das Eigenheim zu modernisieren. Hinzu kommen staatliche Fördermittel, die korrekt beantragt werden müssen, um davon profitieren zu können. Transparente

Informationen und Beratung werden also immer wichtiger, damit Kunden nicht von der schier Menge an Vorschriften und Optionen abgeschreckt werden.

Kooperation mit Stadtwerken hat Zukunft

Eine mögliche Zusammenarbeit kann zwischen Handwerksbetrieben und Stadtwerken über Plattformlösungen inklusive Formularen stattfinden. Die Entwicklung solcher Lösungen kann von Drittanbietern oder den Stadtwerken selbst erfolgen. Diese Formulare finden Kunden z.B. auf der Webseite der Stadtwerke, die als direkte Ansprechpartner vor Ort auftreten und das bestehende Kundennetzwerk in beratender Funktion effektiv nutzen können. Dabei ist es dann nicht von Bedeutung, ob Anfragen für Internetanschlüsse, Stromversorgung oder eine neue Heizungen gestellt werden. Wichtig ist nur, dass eine Plattformlösung inklusive angeschlossener Drittanbieter und Prozesse der zunehmenden Wechselwirkung von Haushaltsgeräten, Photovoltaik, Heizungen, Solarthermie sowie anderer Gebäudebauteile, Internet-, Strom- und Gasstarifen Rechnung trägt. Die Vernetzung all dieser Produkte im Haushalt erfordert eine abgestimmte Beratung und lässt den Marktteilnehmer als Sieger hervorgehen, der die großen Datenmengen am sinnvollsten für sich und die Kunden nutzen kann.

Die Daten können alle über die angeschlossene Plattformlösung mit Projektmanagementsystem verwaltet und als Aufträge weitergegeben werden. Im Falle von energetischen Modernisierungsmaßnahmen besteht die Möglichkeit, diese Anfragen zu monetarisieren, wenn ein geeignetes Handwerker-Netzwerk angeschlossen ist. Darüber hinaus eröffnet dies die Möglichkeit für Stadtwerke, sich im Bereich energetische Modernisierung zu engagieren und als Energiedienstleister statt reiner Energieversorger aufzutreten.

Das Projektierungssystem kann dann jedoch nicht nur von Stadtwerken, sondern auch von Handwerkern selbst genutzt werden, um die eigenen Geschäftsprozesse mit nur wenigen Klicks am PC oder Tablet zu verwalten. Dieser beidseitige Zugriff erlaubt den maximalen Service für Kunden bei minimalen Kosten für Handwerker und Stadtwerke. Dies ermöglicht Synergieeffekte, die das traditionelle Handwerk ergänzen und nicht überfordern. Solche IT-Lösungen, sogenannte SaaS, sind bereits verfügbar und müssen daher nicht erst von Anbietern wie den Stadtwerken entwickelt werden. Handwerker können so auf Marketingausgaben und aufwändige Geschäftsprozesse verzichten, während Vermittler wie die Stadtwerke ihr Portfolio ohne großen Aufwand erweitern können.

Das Gegenbeispiel wären Handwerker, die eigene Software entwickeln und ausgiebige Beratungsleistungen anbieten oder Stadtwerke, die eigene Handwerker beschäftigen. Solche Konzepte wären mit hohem Risiko und langen Entwicklungsphasen verbunden.

Über den Autor



Philipp Kloth ist Redakteur bei der Energieheld GmbH. energieheld tritt als Full-Service Anbieter im Bereich der energetischen Gebäudemodernisierung auf und vermittelt als unabhängiger Berater interessierten Eigenheimbesitzer den passenden Handwerksbetrieb. Dafür bietet energieheld mit der Plattform www.energieheld.de eine ganzheitliche, d. h. eine alle Gewerke übergreifende, Lösung an. Der Kunde wird über das Modernisierungsprojekt hinaus betreut. Als Teil dieses Prozesses wurde die Energieheld-Plattform inklusive Projektmanagementsystem entwickelt, die von Handwerkern und Drittanbietern genutzt werden kann. Energieheld hat sich vorgenommen das traditionelle Handwerk zu digitalisieren. Die Webseite www.energieheld.de wurde bisher 4 Millionen Mal besucht und jeden Monat informieren sich über 350.000 Besucher über Themen rund um die energetische Gebäudemodernisierung.



Infoline: +49 (0)2 11/96 86-33 48 [Ralf Ernst]