

# Umfrage macht deutlich: Handwerker brauchen Internet-Business!

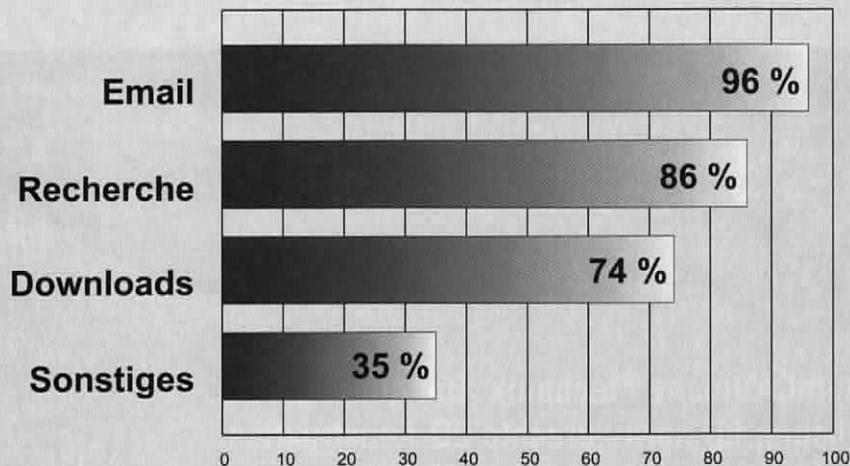
Das Institut für Entscheidungstheorie und Unternehmensforschung der Universität Karlsruhe (TH) führte im ersten Halbjahr 2002 mit Unterstützung der Handwerkskammer Karlsruhe bei 595 Handwerksbetrieben der Region eine Umfrage zum Thema „Internetnutzung im Handwerk“ durch. Die Befragung erfolgte im Rahmen des Projekts „Nutzung des Internet zur Verbesserung der Kundenbindung“ mit der Stiftung Industrieforschung als Hauptsponsor.

Die Rücklaufquote betrug 30 Prozent. Es wurden ausschließlich Handwerksbetriebe mit Internetzugang befragt, um unter anderem technische Ausstattung, Erfahrung mit dem Medium und Nutzungsinhalte zu evaluieren. Ein Ziel war es, aus diesen Erkenntnissen Potentiale zur Verbesserung von Geschäftsprozessen und Geschäftsbeziehungen unter Einbeziehung von Kundenbindungsaspekten abzuleiten.

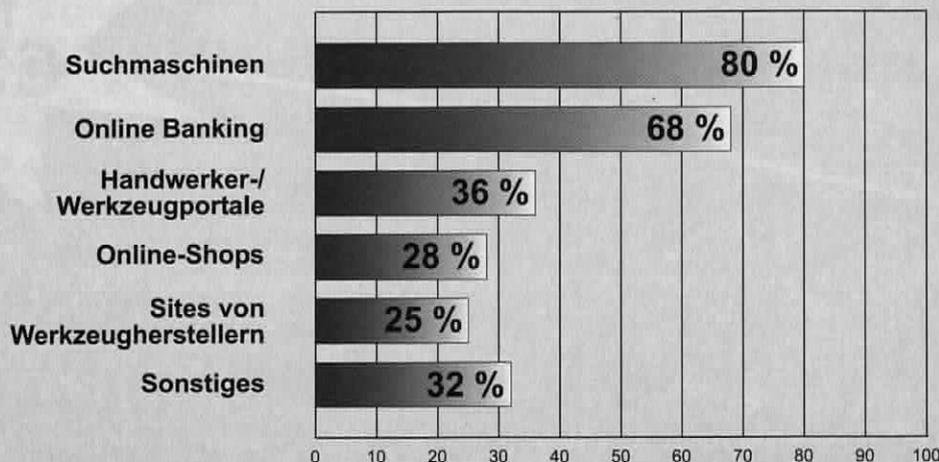
## ■ Ausgewählte Umfrageergebnisse

Das Handwerk hat „früh“ (in der Umfrage: erste Internetauftritte 1989, erste Internetanschlüsse 1990) begonnen, sich mit dem Internet auseinander zu setzen. Von den befragten Betrieben waren schon 1998

## Der Einsatz des Internet im Handwerksbetrieb



Crafik 1a:  
„Zweck der betrieblichen Internetnutzung im Handwerk“



Crafik 1b:  
„Durch Handwerker häufig besuchte Websites“

mehr als 50 Prozent mit einer Internetverbindung ausgestattet, 1999 waren es bereits über 75 Prozent und im Jahr 2000 zirka 93 Prozent, was den damalig herrschenden Internetboom gut widerspiegelt.

Die Betriebe nutzen ISDN (65 Prozent) und DSL (26 Prozent), es ist also in der Regel ein schneller Internet-Zugang vorhanden, was wichtig für Transaktionen im Netz ist. E-Mails als Kommunikationsmöglichkeit werden von 96 Prozent der Handwerksbetriebe genutzt, die Recherche mit 86 Prozent und Downloads (zum Beispiel Produktbeschreibungen) mit 74 Prozent folgen in der Skala der meistgenannten Anwendungen (siehe Grafik 1a).

*„Insgesamt wird in Zukunft im Internet von und für Handwerksbetriebe(n) viel bewegt werden. Deswegen sollte die „Chance Internet“ weiter ausgebaut und durch Lösungen aktiv unterstützt werden!“*

Sites von Werkzeugherstellern und -anbietern sind zwar bekannt (beispielsweise bosch.de und hilti.de, beide ca. 73 Prozent, festo.de und stihl.de, beide ca. 67 Prozent), werden aber nicht regelmäßig besucht. Als am häufigsten besuchte Websites wurden solche von Suchmaschinen (80 Prozent) und Online Banken (68 Prozent) angegeben (siehe Grafik 1b). Während der Zugriff auf Suchmaschinen in etwa dem der gesamtdeutschen Internetnutzer (Online Reichweitenmonitor 2002) entspricht, überrascht die überaus hohe Nutzung von Online Banking (im deutschen Vergleich ergaben sich hier „nur“ 34 Prozent).

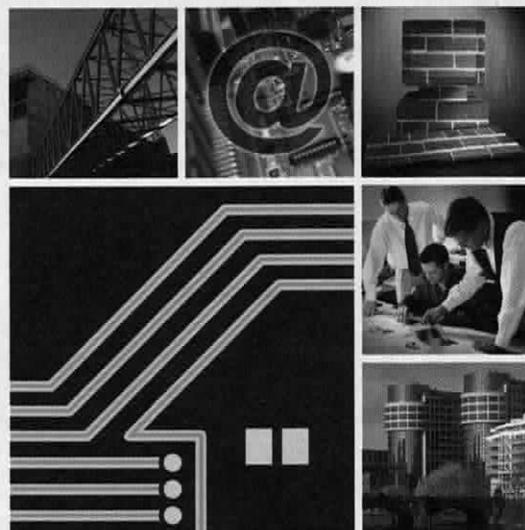
Beim Einkauf wird das Internet in erster Linie für das Einholen von Produktinformationen (64 Prozent) genutzt, danach liegen die Prioritäten bei Preisvergleichen (31 Prozent) und Online Bestellung von Produkten (19 Prozent). Für die Frage, wie die zukünftige Entwicklung von Online-Aktivitäten beim Einkauf aussehen wird, liefert Grafik 2 einen Überblick.

Hier geben im Schnitt 56 Prozent der Handwerksbetriebe an, dass ihre Online-Aktivitäten wie Preisvergleiche, Einholen von Produktinformationen und Online-Bestellungen zunehmen werden (siehe Grafik 2 für differenziertere Aussagen).

## ■ Chance Internet

Aus der Umfrage ergab sich, dass bei den befragten Handwerksbetrieben das Internet als Chance gesehen wird, wovon auch zunehmend Gebrauch gemacht wird, wie Grafik 2 zeigt. Vorteile bei Bestellvorgängen,

## Ihre Zukunft – sicher auf IT gebaut.



Messegeleände Berlin · Eingang Ost

## Build IT Berlin

**Fachmesse für  
Informationstechnologie und  
Kommunikation im Bauwesen**  
12. – 15. Februar 2003

**Neue innovative Technologien sichern gerade in schwierigen Zeiten wichtige Wettbewerbsvorteile.**

Planer, Handwerker, Projektsteuerer, Betreiber - alle Baupartner treffen sich auf dem Innovationsforum der Baubranche 2003.

- **Lernen Sie die neuesten Informations- und Kommunikationstechnologien im Bauwesen kennen - von Planung, Bauausführung, Facility Management bis Rückbau und Recycling.**
- **Profitieren Sie von der Messe und ihrem fachlichen Rahmenprogramm mit den Top-themen IT-Sicherheit und Mobile Computing.**

**Neue Öffnungszeiten:**

Mittwoch bis Freitag  
Samstag

10.00 bis 18.00 Uhr  
10.00 bis 16.00 Uhr

Weitere Informationen [www.build-it.de](http://www.build-it.de)

Messe Berlin GmbH · Messedamm 22 · D-14055 Berlin  
Tel. +49(0)30 / 3038-2245 Fax +49(0)30 / 3038-2243  
[www.build-it.de](http://www.build-it.de) · [build-it@messe-berlin.de](mailto:build-it@messe-berlin.de)

 **Messe Berlin**

die den Handwerkern aber auch ihren Zulieferern zugute kommen können, und Möglichkeiten der Bildung von Kooperationen zwischen Handwerksbetrieben durch Nutzung des Internet seien hier als Beispiele genannt. Bei Bestellvorgängen ist es den Handwerksbetrieben möglich, unabhängig von der Tageszeit auf Produktinformationen zuzugreifen oder Sonderangebote beziehungsweise Neuheiten auf dem Markt ausfindig zu machen. Durch Online-Bestellung kann der Zeitaufwand verringert werden. Wege zu den einzelnen Fachgeschäften und aufwändige Bedien- und Kaufzeiten können gespart werden.

■ **Vielfältiger Nutzen**

Gerade bei kleineren Betrieben ist dies von großem Vorteil, da auch außerhalb der Geschäftszeiten Bestellungen generiert werden können, was bei Gewerken, die überwiegend direkt bei ihren Kunden tätig sind, wichtig ist. Durch die Möglichkeiten, die das Internet bietet, können Bestellformulare auf Basis vorheriger Bestellungen gestaltet werden. Zusätzlich können basierend auf früheren Präferenzen der Handwerksbetriebe Angebote oder auch Produktvorschläge durch die Zulieferer gemacht werden. Es ist auch nicht mehr notwendig, umfangreiche und unübersichtliche Produktkataloge zu versenden, sondern stattdessen nur Teile, die für die nachfragenden Gewerke oder Handwerksbetriebe von Bedeutung sind.

Kooperationen zwischen Handwerksbetrieben können über das Internet besser miteinander kommunizieren. Beim Einkauf sind horizontale und vertikale Kooperationen möglich, innerhalb derer Einkäufe gemeinsam organisiert werden können, um Kostenvorteile zu erzielen. Aber auch in der Ansprache von Kunden werden Kooperationen eine immer wichtigere Rolle

*Position in den Suchmaschinen, an der der Betrieb erscheint. Je höher das Ranking, umso besser.*

Elektronisches Marketing:

**Schnell, effizient**

Deutsche Unternehmen nutzen die Möglichkeiten zur Umsatzsteigerung und Kostensenkung, die E-Mail-Marketing bietet, noch zu wenig. Zu diesem Ergebnis kommt eine Studie der Hamburger Unternehmensberatung Loyalty Management + Communications GmbH.

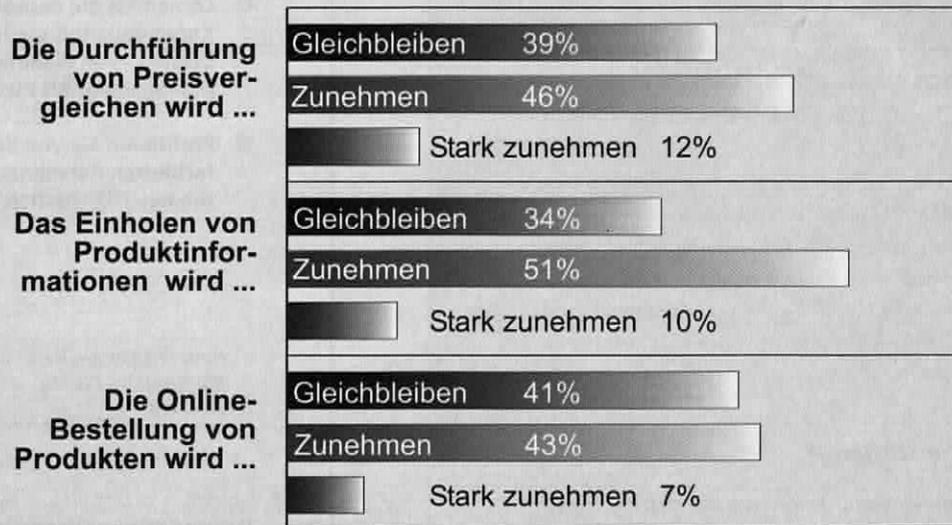
Aus der Studie geht hervor, dass E-Mail-Marketer eigentlich Grund zum Optimismus hätten: Über 50 Prozent der deutschen E-Mail-Nutzer haben schon mindestens einmal ein Produkt aufgrund einer Werbe-E-Mail gekauft. Auch hat sich das E-Mailing mittlerweile zu einem der wichtigsten Kommunikati-

spielen. Durch horizontale Kooperationen und das Zusammenbringen des jeweiligen Know-hows der kooperierenden Betriebe kann die Auftragslage stabilisiert werden ([www.concraft.de](http://www.concraft.de)). Über Ausschreibungsportale können in Zusammenarbeit mit anderen Handwerkern größere Aufträge angenommen werden.

■ **Mehrwert und Kundenansprache**

Aber auch bei vertikalen Kooperationen können durch die Bereitstellung von erweiterten Dienstleistungen neue Kunden erreicht werden. Beispielsweise ist ein Service „Rund-um-den-Bau“ denkbar, bei dem sich regionale Betriebe zusammenfinden, die Kunden bei

**Der Einsatz des Internet im Handwerksbetrieb**



Grafik 2: „Zukünftige Entwicklung der Aktivitäten beim Online-Einkauf im Handwerk“

## nd kostengünstig!

onsinstrumente überhaupt entwickelt. Über 71 Prozent der E-Mail-Nutzer rufen ihre Nachrichten mehr als dreimal täglich ab, weitere 23,1 Prozent ein- bis dreimal täglich.

E-Mail-Marketing nimmt dem Bericht zufolge zunehmend auch eine gewichtigere Rolle im Marketingmix ein. Auf Grund seiner Geschwindigkeit, Flexibilität und den gleichzeitig niedrigen Kosten eignet es sich hervorragend zur Verkaufsförderung – ein schlagendes Argument gerade in kleinen und mittleren Handwerksbetrieben.

(Quelle: Marketing-Marktplatz)

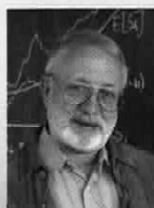
der Durchführung eines Bauprojekts von Anfang bis Ende unterstützen. Solche Angebotspakete für Kunden sind dann erfolgreich, wenn der Endabnehmer dadurch Zeit, Aufwand und Kosten spart. Das Internet bietet allen Betrieben zusätzliche Chancen, ihre jeweilige Kundenansprache (zumindest in Bezug auf Internet-affine Kundensegmente) neu zu gestalten. In den üblichen Offline Branchenverzeichnissen sind die Möglichkeiten, sich von anderen Betrieben seiner Branche zu differenzieren oder seinen Mehrwert zu kommunizieren, begrenzt. Durch optimierte Websites können Handwerksbetriebe ihr Ranking in Suchmaschinen beeinflussen (Schlagwörter, gute Navigationsstruktur, Links auf interessante Seiten). Zudem gibt es Online Branchenverzeichnisse, in denen Unternehmen schnell und effizient gefunden können. Kunden können Betriebe per E-Mail sofort und unkompliziert kontaktieren, wiederum ein Vorteil für Gewerke und kleine Betriebe mit nur teilweise besetztem Büro. Durch ein „intelligentes“ Auftragsabwicklungssystem kann die Kundenakquise zum Teil sogar automatisiert werden.

### ■ Zusammenfassung

Im Handwerksbereich hat es einen frühzeitig beginnenden und nicht atypischen Trend bei der Einrichtung von Internetanschlüssen gegeben und zudem sind schnelle Verbindungen vorhanden. Die Internet nutzenden Handwerksbetriebe betreiben überproportional Online Banking. Durch diese und andere ausgewählte Ergebnisse wird ersichtlich, dass sich Handwerksbetriebe in Anbetracht der Dauer der Internetnutzung und der Komplexität der Anwendungen bereits auf einer fortgeschrittenen Stufe der Online Integration von Geschäftsprozessen und -beziehungen befinden. Detailliertere Nutzungsaspekte werden in einer weiteren Umfragewelle Ende 2002 evaluiert werden, um so zum Beispiel auch Empfehlungen für

C-Teile Anbieter ableiten und Kundenbindungsaspekte einbeziehen zu können. Der Mehrwert des Internet für die Branche soll so vergrößert werden und die Bedürfnisse von Handwerksbetrieben im Internetzeitalter sollen optimal befriedigt werden. Insgesamt wird in Zukunft im Internet von und für Handwerksbetriebe(n) viel bewegt werden. Deswegen sollte die „Chance Internet“ weiter ausgebaut und durch Lösungen aktiv unterstützt werden!

### Die Autoren:



Prof. Dr. Wolfgang  
Gaul und Dipl.  
Wi.-Ing. Nadine  
Schmidt-Mänz, In-  
stitut für Entschei-  
dungstheorie und  
Unternehmensfor-

schung, Universität Karlsruhe (TH),

<http://marketing.wiwi.uni-karlsruhe.de>

Anzeige

## BUNDES- AUSSCHREIBUNGSBLATT

Das offizielle Fachorgan für Ausschreibungen der öffentlichen Auftraggeber

### Öffentliche Aufträge aktuell + aus 1. Hand

- ▶ Bau-, Liefer- und Dienstleistungsaus-  
schreibungen öffentlicher  
Auftraggeber
- ▶ Ausschreibungen der VEBeG über  
ausgemusterte Behörden- und  
Bundeswehrgüter
- ▶ für jede Branche – bundesweit
- ▶ preiswert und schnell finden
- ▶ über Zeitung oder Online-Dienst
- ▶ nur 73,- € zzgl. MwSt. für  
75 Zeitungsausgaben im Halbjahr

Kostenloses Probeexemplar bei:

Bundesausschreibungsblatt GmbH  
Abteilung HAW • Postfach 20 01 80  
40099 Düsseldorf • Fax: 0211 – 38 16 07  
Internet: [www.bundesausschreibungsblatt.de](http://www.bundesausschreibungsblatt.de)  
E-Mail: [service@bundesausschreibungsblatt.de](mailto:service@bundesausschreibungsblatt.de)