



Mit dem Laptop auf der Baustelle: Besonders für Handwerker bieten die neuen Technologien sehr viele Chancen.

Fotos: Majka Gekre, pointstudio, iuhrqre, NilsZ, Thomas Francoi / Fotolia, Montage: Anne Fidelak

## HANDWERK IM WANDEL

# Neue Denkstrukturen

Die Digitalisierung von Geschäftsprozessen hat das Handwerk lange erreicht. Von der Bürokommunikation über den Einsatz von Social Media bis hin zu intelligenter Haustechnik.

Das Handwerk gilt als bodenständig. Doch tatsächlich sind gerade Handwerker besonders flexibel und schnell, wenn es darum geht, moderne Technologien einzusetzen. Und das zahlt sich aus.

Von Majka Gerke

Das nostalgische Bild eines Handwerksmeisters, der morgens in seine Werkstatt geht und dort weiterarbeitet, wo er am Vortag den Hammer hat fallen lassen, ist lange vergangen. Heute geht der Handwerker als erstes ins Büro, fährt den Computer hoch und checkt seine E-Mails, ob neue Auftragsanfragen reingekommen sind. So mancher loggt sich bei Facebook ein und lädt die Bilder des letzten Möbelstücks hoch, das am Vortag ausgeliefert wurde. Oder bezahlt per Onlinebanking die letzten Lieferantenrechnungen.

Dass das mittlerweile normal ist, zeigt eine Umfrage des Zentralverbands des Deutschen Handwerks (ZDH) über die Digitalisierung der Geschäftsprozesse im Handwerk aus dem Jahr 2014. Demnach kommunizieren über 83 Prozent aller Handwerksbetriebe in Deutschland per E-Mail mit Kunden und Lieferanten, 71 Prozent wickeln ihre Bankgeschäfte online ab.

Edward Fellner steht vor einer Heizung und checkt die Anlage. In einer App in seinem Smartphone notiert der Heizungsbauer die Werte, die ihm die intelligente Pumpe der Anlage anzeigt. „In die modernen Anlagen kann man sich mittlerweile einwählen und dann genau gucken, wo das Problem liegt“, sagt Fellner (45). Doch auch so ist das Smartphone sein ständiger Begleiter. Nicht nur wegen der Apps, die ihm die Arbeit erleichtern. „Da kann man schnell mal Fotos machen und die per E-Mail an Lieferanten oder Versicherungen weiterverschicken.“ Terminabsprachen per Whatsapp sind bei ihm selbstverständlich. „Ich hab für einige Kunden, wo man Termine mit mehre-

ren Personen absprechen muss, Gruppen eingerichtet. Das ist schon praktisch“, sagt er.

Als Edward Fellner 1987 mit der Ausbildung als Gas- und Wasserinstallateur begann, lief vieles noch anders. Auch in seiner zweiten Lehre als Zentralheizungs- und Lüftungsbauer war das so. Heute sind beide Berufe zum Anlagenmechaniker zusammengefasst. „Damals gab es noch nicht so viel Automatisierung, wir haben eher analog gearbeitet. Da waren die Heizungen noch vergleichsweise simpel. Heute möchten die Kunden Anlagen haben, die man per Handy regulieren kann“, sagt Fellner.

Smart Home heißt das Schlagwort – die Vernetzung von Haustechnik und Haushaltsgeräte. Da kann die Heizung zu Hause vom Büro aus angestellt, Lampen gedimmt oder Jalousien geschlossen werden.

Für den Handwerker bedeutet es, sich ständig weiterzubilden. „Wir machen viele Fortbildungen, um immer am Ball zu bleiben“, sagt er. Doch auch online läuft viel bei Fellner und seinem Bruder John auf, die die kleine Firma mit vier Angestellten gemeinsam mit ihrem Vater führen. Etliche Newsletter der verschiedenen Herstellerfirmen haben die Fellners abonniert. „Da geht so mancher Abend drauf, die kann man gar nicht alle lesen“, sagt Edward Fellner. Das sei ein Nachteil der digitalen Welt, findet er. Die Kunden finden ihn heutzutage überwiegend über das Internet. „In die „Gelben Seiten“ guckt kein Mensch mehr rein, wenn er einen Handwerker sucht. Heute braucht man eine Homepage, um gefunden zu werden“, sagt Fellner.

Das findet auch Gerd Böckenhauer, Innungsoberrmeister der Lübecker Tischler. „Das ist ein wichtiger Faktor. Was früher Visitenkarten waren, ist heute der Internetauftritt“, sagt Böcken-

hauer. Die Kunden können so schnell sehen, ob die abgebildeten Tätigkeitsbereiche passen oder nicht. „Dabei sind bunte Bilder manchmal nur Schall und Rauch und bieten nur einen ersten Eindruck. Ob der Handwerker gut arbeitet, sieht man erst, wenn die Sachen fertig sind“, meint er. Auch in anderen Bereichen hat sich einiges verändert. „Ich habe gerade alle Kataloge weggeschmissen. Wenn man heute Werkzeuge oder Material braucht, sucht man alles online“, sagt Gerd Böckenhauer. Doch auch die Schattenseiten der digitalen Welt sind für ihn klar, „Fluch und Segen“ hängen für ihn hier dicht beisammen. „Heute muss man viel mehr dokumentieren. Man muss alles Mögliche nachweisen, bestätigen und viel mehr Richtlinien einhalten“, findet Böckenhauer.

Laut der Umfrage der ZDH haben fast die Hälfte aller Handwerksbetriebe – 48,1 Prozent – eine eigene Homepage. Marcell Weinberg gehört nicht dazu. Der Friseurmeister aus Lübeck hat eine Facebook-Seite für seinen Laden und spart sich dafür den Internetauf-

tritt. Sogar die Terminvergabe funktioniert bei ihm online über Facebook-Messenger. So wie er nutzen laut der ZDH-Umfrage über 15 Prozent aller Handwerksbetriebe die sozialen Netzwerke. „Über Facebook erreiche ich sofort die Leute, die ich erreichen will“, sagt er. Dabei postet er weder Trends noch Empfehlungen. „Ich mache da keine Werbung für irgendwelche Schnitte oder Sachen. Ich nutze es, um meine Kunden anzusprechen, die uns und den Laden betreffen“, sagt Weinberg. Und seine Kunden finden ihn dort gut, denn schon über 420 Kunden haben seine Seite „geliked“.

Einer, der sich genau mit den gestiegenen Anforderungen an das Handwerk auskennt, ist Wolfram Kroker, Projektleiter der E-Business-Lotsen bei der Handwerkskammer Lübeck. Kroker ist Anlaufstelle für alle, die den Sprung in das digitale Zeitalter machen wollen. Er möchte sensibilisieren, wie Digitalisierung funktioniert, sagt er. Dazu gibt er nicht nur Infoabende zu bestimmten Themen, sondern kommt auch direkt in den Betrieb – kostenlos. Um die beste Hilfestel-

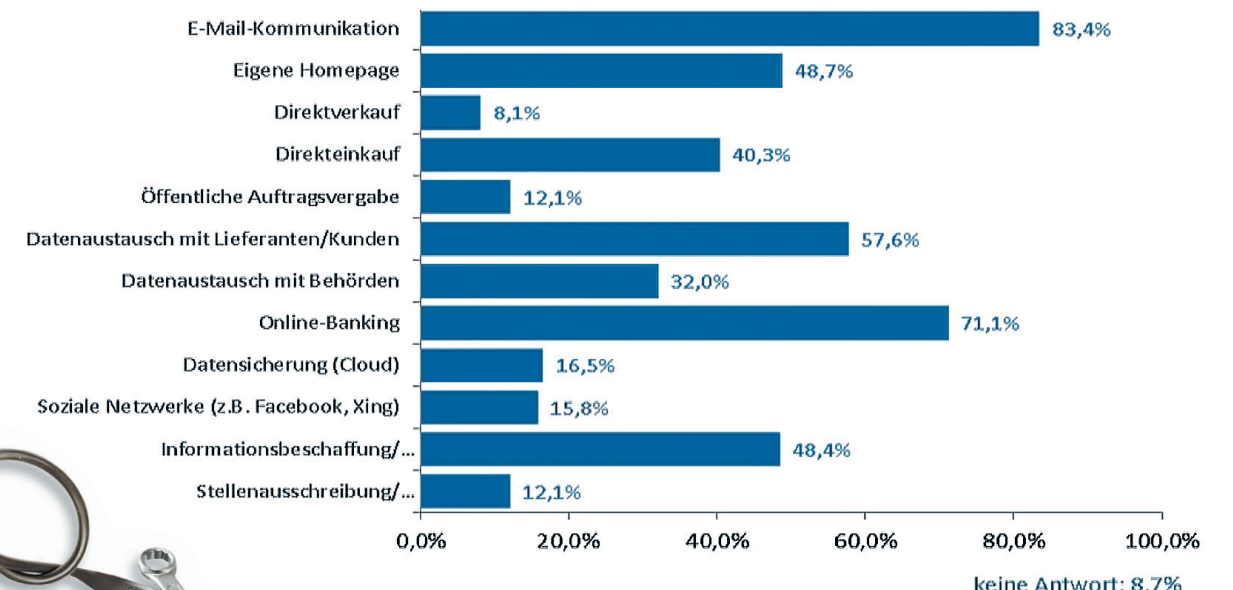
lung geben zu können, haben die E-Business-Lotsen diverse Leitfäden entwickelt, die die Handwerker kostenlos herunterladen können. „Wir geben Infos und Tipps und helfen, vorhandene Bausteine miteinander zu verknüpfen“, sagt er.

Arbeiten Firmen schon mit EDV, Scanner und nutzen das Internet und E-Mail, ist es für Wolfram Kroker schon die halbe Miete. „Bei manchen muss man nur noch Hilfestellung geben, was alles geht. Bei anderen muss man helfen, Denkstrukturen aufzubrechen“, sagt Kroker.

Fragen, die dabei immer wieder auftreten, betreffen Datensicherheit und Social Media, hat der Experte festgestellt. Kann man Daten einfach schicken? Was ist eine Cloud? Braucht man wirklich eine Facebook-Seite? Meine Kunden finden mich doch auch so. „Das fragen mich Handwerker oft“, zählt er auf. „Bis zu 100 Einzelbesuche macht er im Jahr. „Es ist spannend und es bringt viel Spaß, Potential zu wecken und zu sehen, wie es dann umgesetzt wird“, meint Kroker.



Gerrit Jänitsch und Edward Fellner überprüfen eine intelligente Heizpumpe.



Zu welchem Zweck nutzen handwerkliche Betriebe das Internet? Grafik: ZDH