



1 Die Planung einer neuen Webseite ist für den Handwerker eine große Marketing-Chance. Denn wer nicht im Internet ist, kann nicht gefunden werden und überlässt dem Mitbewerber das Feld.

(Foto: Contrastwerkstatt/Fotolia)

## Das Internet macht Sie zur Marke

Viele Handwerksbetriebe beklagen sich über grossen Preisdruck, mangelhafte Kundenbindung, kaum Fachpersonal und eine unsichere Auftragslage. Eine optimale Performance im Internet kann beim Optimieren all dieser Punkte eine starke Unterstützung bieten. Malermeister und Autor Volker Geyer erklärt in einer neuen Serie, wie es gemacht wird.

Mit einem maßgeschneiderten Auftritt im Netz finden Sie die richtigen Kunden, die auch bereit sind, Ihren Preis zu bezahlen. Sie verbessern den Kundenservice, binden damit Ihre Bestandskunden und Sie haben die große Chance, dass hervorragende Fachkräfte und überdurchschnittlich geeignete Ausbildungsbewerber auf Sie aufmerksam werden. Die Voraussetzung, damit dies funktioniert: Ihr

gesamter Web-Auftritt ist perfekt geplant und wird dementsprechend von Ihnen umgesetzt.

Einige Fakten dazu: Das Internet ist unbestritten erwachsen geworden und ist heute die größte Messe der Welt. 96,7 Prozent nutzen das Netz als Informationsquelle und 79,7 Prozent haben in den letzten zwölf Monaten im Internet eingekauft (Quelle: Arbeitsgemeinschaft Online-Forschung). Dennoch

besitzen nicht mal die Hälfte der Handwerksbetriebe eine eigene Website. Wer nicht im Internet ist, kann nicht gefunden werden und überlässt dem Mitbewerber das Feld. Wertvolles Kundenpotenzial wird fahrlässig verschenkt! Laut Bundesverband Digitale Wirtschaft machen nur wenige Unternehmen mit ihrer Website regelmäßigen Umsatz. Damit besitzen die allermeisten Firmen, die schon eine Internetseite haben, nur ein Schaufenster im Internet, das keine Kunden bringt, dafür aber Monat für Monat Kosten produziert. Dass es für Handwerksbetriebe auch deutlich anders geht, möchte ich Ihnen anhand meiner gemachten Erfahrungen im eigenen Handwerksbetrieb zeigen.

### Buchtipps »Der Internet-Marketing-Plan«



Unser Autor hat vor Kurzem ein Buch mit vielen wertvollen Tipps zu diesem Thema veröffentlicht:

»Der Internet-Marketing-Plan für Handwerksunternehmen«  
 Volker Geyer, Thomas Issler  
 ISBN: 978-3-945240-04-5  
 ISBN: 978-3-945240-05-2,  
 Printversion: 27,90 Euro,  
 E-Book: 9,90 Euro

#### Die Erfolgsgeschichte

Ich bin Malerunternehmer in dritter Familiengeneration. Mit einem Sechsmitarbeiter-Betrieb und einer Spezialisierungsstrategie sind wir in unserem Markt im Rhein-Main Gebiet gut positioniert. Individuelle Wohn- und Wand-

gestaltungen für Privatkunden sind unser Metier. Anfang 2010 fiel bei uns eine wesentliche Entscheidung: das Marketing unseres kleinen Handwerksunternehmens muss ins Internet! Wie ich das allerdings genau umsetzen wollte, war mir zu diesem Zeitpunkt noch nicht klar. Drei Jahre danach generieren wir 72 Prozent unseres gesamten Firmenumsatzes aus dem Internet, unsere Website verzeichnete 2013 über 2,9 Millionen Seitenaufrufe! Online kommen einige tausend Besucher in unser kleines Handwerksunternehmen, Tag für Tag! Und das, obwohl wir nur ein kleines Büro und 100 Quadratmeter Lagerräume haben. Und unsere sechs Mitarbeiter fühlen sich bei diesem Zulauf weder gestresst oder überlastet. Da sich fast alles online abspielt, ist für jeden Platz, ohne Gedränge an der Eingangstüre oder vor den Exponaten. Die einen stöbern in unserer Firmenzeitschrift, andere schlendern durch unsere Ausstellung und holen sich Anregungen. Manche suchen Beratung und einige möchten gleich einen Termin vereinbaren. Unsere Öffnungszeiten sind übrigens nicht Montag bis Freitag von 8 bis 18 Uhr. Die Internetbesucher kommen teilweise auch am späten Abend. Manche kommen bereits morgens um 7 Uhr vorbei, ganz individuell und ohne Terminvereinbarung! Sonntags, insbesondere bei schlechtem Wetter, sind es besonders viele. Scheinbar gefällt es unseren Gästen bei uns, viele schreiben uns das.

### Planung der eigenen Website

Internet-Marketing beginnt mit der Planung und Umsetzung einer optimalen Website. Ein Tipp: starten Sie nicht mit Social Media (Facebook, Twitter etc.), wenn Ihre Website noch im Argen liegt. Alles wirkt zusammen, deshalb erst die optimale Website, dann Facebook und Co. Ihre Webseite kann nur so erfolgreich werden, wie der Zustand Ihres Unternehmens es zulässt. Beim Planen einer Internetseite zeigt sich ganz deutlich, wie gut Sie Ihre Marketing-Hausaufgaben gemacht haben. Folgende Fragen sollten Sie sich stellen:



2 Die Internet-Marketingtipps von Volker Geyer waren schon bei der KIT 2014 in Fellbach sehr gefragt. (Foto: Geyer)

- Kennen Sie Ihre Zielgruppe?
- Wissen Sie, für wen genau Sie tätig werden wollen? Nur dann können Sie sich damit beschäftigen, welche »Sprache« Sie auf Ihrer neuen Webseite sprechen wollen, eher technisch/faktisch oder besser bildhaft/emotional?

Ihre Hausaufgaben gemacht und desto leichter wird es Ihnen fallen, eine optimale Webseite zu planen, auf der sich genau die Menschen wohlfühlen, die Sie als Kunden haben möchten.

### Marketingstruktur für den Betrieb

Ob Sie wollen oder nicht, das Internet macht Sie zu einer Marke. Die einen werden schnell zu positiven Marken, bei anderen sieht der Webseitenbesucher sofort, dass nicht alles optimal ist. Möglicherweise überträgt er diesen Eindruck, wenn auch oft unberechtigt, auf die Qualität Ihrer Arbeiten. Die Planung einer neuen Webseite ist eine Marketingchance für Sie. Setzen Sie sich zuerst mit den zuvor gestellten Fragen auseinander, bevor Sie mit der Planung und Umsetzung starten. Sie werden sehen, je mehr Sie sich damit auseinandersetzen, desto mehr Marketing-Struktur geben Sie Ihrem Betrieb.

- Anzeige -



- Wie ist die Sprache der Menschen, die Sie erreichen möchten?
- Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal?
- Was können Sie ganz besonders gut?
- Bieten Sie Leistungen und Services an, die Ihre Zielgruppe dringend benötigt, die Ihre Mitbewerber möglicherweise nicht haben, vielleicht überhaupt nicht leisten können?
- Wissen Sie genau, welche Produkte, Leistungen und Services Sie auf Ihrer neuen Webseite bewerben möchten?
- Wissen Sie, welche Ihrer Leistungen Sie möglicherweise nicht zeigen wollen? Je besser Sie sich diese Fragen beantworten können, desto besser haben Sie

Sehen Sie dies als langfristige, strategische Investition. Ich möchte Ihnen in den kommenden Ausgaben von ausbau + fassade von meinen praktischen Erfahrungen erzählen und Ihnen Tipps geben, wie Sie im Internet sicher und imagefördernd auftreten können. Und vor allem, wie Sie mit Ihrer Internetseite neue Kunden, neue Aufträge und somit direkten Umsatz generieren.

@ [www.internet-marketing-im-handwerk.de](http://www.internet-marketing-im-handwerk.de)

Volker Geyer,  
Maler- und Lackiermeister  
Betriebswirt des Handwerks