

# »Von Handwerker-Versteigerungen halten wir absolut nichts«

Sie heißen blauarbeit.de, jobdoo.de, my-hammer.de oder quotatis.de und vermitteln bundesweit Handwerkerleistungen. Wichtig für die Neukundengewinnung oder nicht? Die MITTELBADISCHE PRESSE fragte bei Ortenauer Innungsoberrmeistern nach.

VON SIGMUND HAFNER

**B**undesweit wurden bei der aktuellen Umfrage von quotatis.de 1600 Handwerker befragt. Mehr als 25 Prozent gaben an, über Online-Portale Aufträge zu akquirieren. Bei mehr als der Hälfte der Befragten machen die Online-Aufträge bis zu einem Viertel des gesamten Auftragsvolumens aus.

Zwar spielen persönliche Empfehlungen mit 76 Prozent bei weitem die größte Rolle für die Neukundengewinnung, fast alle Befragten sind allerdings der Meinung, dass das Internet für die Auftragsakquise weiter an Bedeutung gewinnen wird.

Wobei die Portale mit unterschiedlichen Konzepten zu Werke gehen: Von Preis-Dumping bis zur seriösen Vermitt-

lungstätigkeit ohne »Handwerker-Versteigerung«.

**Günstig, billiger, am ...** In der Ortenau stoßen diese Portale auf wenig Gegenliebe. So auch bei Christoph Burkard, »Kopf« der Schreinerinnung Ortenau: »Bei den meisten Portalen geht es doch nur um das eine: möglichst billig an Handwerkerleis-

## MyHammer

tungen zu kommen. Und davon halten wir natürlich nichts, denn wer vernünftige Arbeit abliefern muss auch vernünftig bezahlt werden.

Deshalb vermute ich ganz stark, dass unsere Innungsbetriebe diese Portale so gut wie nicht nutzen – weder zur Information noch zur Kundengewinnung.

**Baustein fürs Image:** Wichtiger für uns sind Messen, Ausstellungen, Tage der offenen Tür und der eigene Internetauftritt. Heute geht es nicht mehr ohne, denn eine Homepage ist ein wesentlicher Baustein für das Image des Betriebes.

Dem kann Albert Seiler, Obermeister der Innung Elek-

tro- und Informationstechnik Mittelbaden, nur beipflichten. Mit rund 450 Klicks pro Monat sei der Internetauftritt der Innung ([www.elektro-innung.de](http://www.elektro-innung.de)) wichtiges Verbrauchermittel zur Vorabinformation. Selbstverständlich sind dort alle Mitgliedsbetriebe verlinkt, sodass zum geeigneten Betrieb weitergeleitet werden kann.

»Internetauftritt muss sein, Kundengewinnung über bundesoperierende Portale aber nicht. Die wollen doch auch nur von den Handwerkern leben«, ist Albert Seiler schnell fertig mit seinem Urteil.

## blau arbeit.de

**Ein guter Ruf zum Weiter-sagen:** »Die Portale? Kein Thema«, winkt der nächste – Rolf Hauser, Obermeister der Maler- und Lackierinnung Ortenau – ab: »Auf dem Land sei die Welt noch in Ordnung, man kenne sich oder werde empfunden. In der (Groß-)Stadt sei da schon von mehr Anonymität auszugehen, deshalb könn-

## jobdoo.de

ten dort die Portale von Nutzen sein. Geht's um die eigene Präsenz im www, so sieht die Sache anders aus: »Kaum ein Malerbetrieb kommt heute ohne aus«, sagt Rolf Hauser.

»Mal ehrlich, bei den Internet-Portalen reduziert sich doch alles auf den Preis, ist sich Michael Pflütz, Obermeister der Sanitär- und Heizungstechnik-Innung Lahr, sicher. »Sollte das dann die einzige Qualifikation des anbietenden Betriebes sein, dann bitte. Mit uns nicht.«

**Aussagen über die Qualität?** »Und ob gute Arbeit geleistet wird, erfahren Sie das im Internet!«, hält Pflütz zum Gegenschlag aus. Demgegenüber hält er den eigenen Internetauftritt und das elektronische Arbeiten mit dem Transfer von Angebot und Plänen per E-Mail für unabdingbar. Das werde von immer mehr Kunden als präsent, kompetent und schnell wahrgenommen. In diesem Zusammenhang sei auch die Verlinkung zu Partnerbetrieben ungemein wichtig. »Damit präsentieren sie ein Netzwerk, das für qualifiziertes und kompetentes Arbeiten steht.«