

# Unfug oder Chance?

Ist Web 2.0 nichts als Spielerei für Teenager, oder gibt es dadurch neue Vermarktungschancen für das Handwerk? Wie lassen sich Netzwerke und Auktionsplattformen für die eigenen Interessen nutzen? Kann man sich hier überhaupt ganz heraushalten?

## WEBADRESSEN



### www.suche-handwerk.de

Portale wie dieses dienen dazu, Endkunden und Dienstleister zusammenzubringen. All diese Portale werden von Endkunden zur Information genutzt, welche Anbieter es in der Region gibt.



### www.my-hammer.de

Hier werden Aufträge versteigert. Als Betrieb kann man mitbieten – mit der Gefahr, dass man sich gegenseitig die Preise kaputt macht. Kunden dürfen anschließend die Betriebe bewerten.



### www.baustories.de

Eine der vielen Seiten mit Baublogs, in denen Bauherren die von ihnen beauftragten Betriebe nennen. Wer hier auftaucht, wird von potenziellen Kunden wahrgenommen.

**Unfug oder Chance?** oder versenden Sie noch langweilige Newsletter? Ganz egal, was Sie persönlich über die vielen neuen Kommunikationsmöglichkeiten denken: Es gibt eine riesige, ständig wachsende und sehr aktive Fangemeinde des neuen Internets, die nicht zu unterschätzen ist. Wer glaubt, mit dem eigenen Webauftritt sei es getan, der vergibt viele Chancen auf die Steigerung seines Bekanntheitsgrades. Marketing ohne innovative Internetnutzung ist heute nicht mehr ausreichend – wer darauf verzichtet, wird ganz schnell von anderen Betrieben überholt.

Auch wenn man selbst nichts von solchen Angeboten hält, kann man dort schneller auftauchen, als einem lieb ist. In Baublogs beschreiben Endkunden ausführlich, was sie als Bauherr mit den Unternehmen, mit denen sie zusammen gearbeitet haben, erlebt haben – ob positiv oder negativ. Wer hier als schlechte Erfahrung auftaucht, hat ein Problem. Gleiches gilt für Bewertungsmöglichkeiten in Handwerker-Portalen. Wird man dort von Kunden schlecht beurteilt, dann haftet das dem Betrieb an – auch wenn es sich vielleicht nur um Einzelfälle handelt. Schließlich „googeln“ heute immer mehr Online-User nach Namen von



**Sonja Pfaff**, g+h-Korrespondentin, surft auf der Suche nach interessanten Websites für unsere Leser durch das Internet. Die Besten werden auf dieser Seite vorgestellt.

möglichen Geschäftspartnern, bevor sie einen Auftrag vergeben. Jeder Unternehmer ist also gut beraten, sich mit den neuen Kommunikationsmöglichkeiten im Online-Bereich zu beschäftigen. Um Ihnen dabei zu helfen, haben wir uns einige Beispiele angesehen.

**Mailen Sie mir Ihre Meinung**  
surfcenter@sonjapfaff.de



**www.xing.de** Eine Möglichkeit zur Kontaktpflege bieten soziale Netzwerke. XING ist im Gegensatz zu vielen anderen auf Business-Themen ausgerichtet und durch kostenpflichtige Premium-Mitgliedschaften geschützt. In Gruppen und Foren zu speziellen Themen, wie KNX oder Smart Homes, kann man sich durch Mitdiskutieren einen Namen machen.

