

Online-Branchenwerbung

Jeder hat es, aber nur noch wenige nutzen es. Die Rede ist vom guten alten Telefonbuch. Trotz seiner vielen Besitzer hat das umfangreiche Nachschlagewerk für die Branchensuche vor Ort seine Vormachtstellung verloren. Der Grund – das Internet, denn alle googeln. Bereits jeder Dritte sucht im Web nach Firmen und Dienstleistern in seiner Umgebung – so das Fazit einer aktuellen Erhebung.

Elektroinstallateur dringend gesucht

Die Studie. Diese aktuelle Erhebung des Marktforschungsunternehmens GfK im Auftrag von Telegate (Bilder 1 und 2) hebt hervor, dass der Privatkunde nicht nur zunehmend das Internet für die Suche von gewerblichen Einträgen nutzt, sondern vor allem die Schnelligkeit des Mediums, die Möglichkeit der vertieften Information und der hohen Aktualität gegenüber dem Telefonbuch schätze.

Die Praxis. Mehr und mehr Interessenten suchen nach dem besten und nächsten Installationsbetrieb im Internet – Tendenz steigend.

Viele Installateure hingegen sind werblich im Internet derzeit so gut wie noch nicht existent – Tendenz ungewiss. Diese große Zurückhaltung ist unbegründet. Gerade für kleine Betriebe birgt das Netz bessere werbliche Möglichkeiten gegenüber dem Telefonbuch, um gerade den Kunden in der Nachbarschaft zu erreichen.

Mund-zu-Mund-Propaganda reicht nicht immer aus

„Unser Installationsbetrieb ist rund um die Uhr damit beschäftigt, Spezialaufgaben, wie z. B. EIB, für unsere Kunden zu installieren. Das Gros der Neukunden konnten wir darauf aber erst mit der genauen Beschreibung unserer Leistungen im Online-Brancheneintrag aufmerksam machen“, weiß Klaus Abold aus München-Schwabing.

Der Handwerker verfügt über viele Stammkunden, die per Mund-zu-Mund-Propaganda auf ihn verweisen. Die neuen Kunden nur über diese Schiene auf ihn aufmerksam zu machen, war ihm allerdings zu unsicher. Daher informierte er sich darüber, welchen möglichen Weg er alternativ zum Telefonbuch-Eintrag

noch wählen könnte, um neue Kunden genau dort anzusprechen, wo sie nach ihm suchen. Dabei ist er auf die Online-Branchenverzeichnisse gestoßen.

Online-Branchenbücher

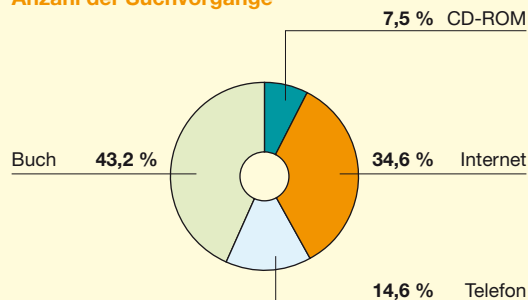
Branchen-Verzeichnisse, wie z. B. die 11880.com oder klicktel.de aus dem klassischen Auskunftswesen verfügen über aktuelle Adress-Einträge regionaler Elektrofachbetriebe.

Diese sind im Internet als so genannte Basiseinträge hinterlegt. Das heißt, der suchende Interessent stößt über das Branchenverzeichnis zunächst einmal nur auf einen „einfachen Eintrag“, bestehend aus Name, Anschrift und Telefonnummer. Daraus kann er noch nicht erfahren, ob dieser Handwerksbetrieb ihm auch die gesuchte Leistung bieten kann. Im Zweifel erhält er eine ganze Reihe von örtlich ansässigen Installateuren und sieht keine Unterschiede über ihre Leistungen.

Qualifizierte Einträge

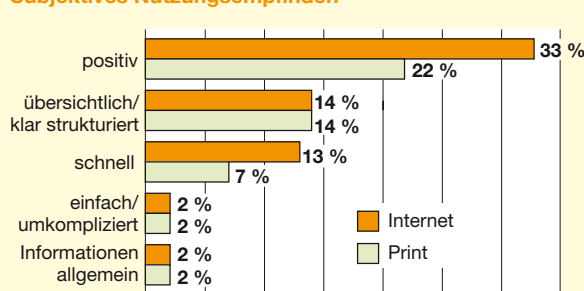
Um dem Kunden hier eine bessere Orientierung bieten zu können, sprechen die Experten von einer Qualifizierung des Adresseintrages. Gemeint sind zusätzliche Informationen, die dem Suchenden schnell verdeutlichen, was der Elektrofachbetrieb oder -fachhandel genau anbietet und was ihn vom Mitbewerber unterscheidet. Durch diese Leistungsbeschreibung wirkt der Eintrag auf den Kunden. Er fühlt sich angesprochen und möchte im Idealfall sofort Kontakt zum Installateur aufnehmen. Nützliche Zusatzinformationen können beispielsweise die Angabe von Öffnungszeiten oder Servicezeiten sein, eine kurze Leistungsbeschreibung aber auch eine Teamvorstellung per Video ist möglich. Darüber hinaus

Anzahl der Suchvorgänge



1 Noch etwa 54 Mio. Personen nutzen bei der Suche nach privaten und gewerblichen Einträgen in Deutschland gedruckte Auskunftsm Medien. Auf das Internet vertrauen bereits 21,2 Mio., via Telefon erkundigen sich 27,3 Mio.

Subjektives Nutzungsempfinden



2 Die Suche über Online-Auskunftsdienste wird als deutlich positiver empfunden als bei gedruckten Nachschlagewerken

Quellen: GfK

bietet sich gerade für Installationsbetriebe der Verweis auf bereits realisierte Projekte und Referenzen an, um sein Portfolio darzustellen. Dann lohnt sich der Kontakt für den Kunden doppelt. Was besonders für Installateure, die über einen Notdienst für dringende Fälle verfügen, interessant sein dürfte: das Gros der Online-Branchenanbieter hält seine Einträge auf telefonischem, web-basiertem oder auch mobilem Wege bereit.

Abgrenzung zur Suchmaschine

So offensichtlich die Vorzüge eines Online-Eintrages gegenüber dem Telefonbuch erscheinen, so erklärungsbedürftig ist die Abgrenzung eines Branchenverzeichnisses zur Suchmaschine, geht es um Online-Werbung. Steuert der Interessent zunächst die Suchmaschine an, liefert sie entweder ein direktes Ergebnis oder verweist als so genannter Traffic-Lieferant auf ein abgeschlossenes Branchenverzeichnis. Hier gibt der Suchanspruch

den Ausschlag und erklärt auch, warum Suchmaschinen- und Verzeichnisanbieter häufig zusammenarbeiten.

Oft fängt die Suchmaschine den Nutzer auf und verweist während der Suche auf den Spezialanbieter, der dann den Eintrag direkt aufgrund einer branchenspezifischen Verschlagwortung findet.

Suchbegriffe wählen

Ganz wichtig ist es, bei der Nutzung eines Online-Dienstes zu überlegen, wie und auf welchen Webseiten der potentielle Kunde seine Recherchen nach dem geeigneten Elektroinstallateur durchführt. Sucht er beispielsweise in seiner näheren Umgebung nach einem Spezialisten, ist er auch an detaillierten Informationen zu diesen Leistungen und an Kontaktangaben interessiert. Für diese ganz gezielte Anfrage haben die Branchenportale die Möglichkeit eingerichtet, direkt nach Geschäftsfeldern, Umfeld oder auch direkt nach dem Namen zu suchen.

Häufig sind auch Branchenbäume abgebildet, die anhand gängiger Schlagworte und räumlicher Zuordnung direkt zum gewünschten Dienstleister führen.

Inhaltliche Aufbereitung des Online-Eintrags

Die inhaltliche Aufbereitung eines Brancheneintrages kann durchaus eine entscheidende Rolle darüber spielen, ob der Kunde auch „anbeißt“ oder zum Wettbewerb abwandert. Deshalb sind solche wichtigen Fragen bei der inhaltlichen Gestaltung des Eintrags zu beachten wie z. B.:

- Welche Angaben sind für einen Neukunden wirklich wichtig?
- Wie kann der Betrieb sich gegenüber der Vielzahl von Wettbewerbern auch ohne persönlichen Kontakt schon im Netz unterscheiden?
- Wie kann ein Eintrag genutzt werden, um ihn in die Kundenakquise einzubinden?

Da der Kunde bei der Suche nach einer bestimmten handwerklichen Dienstleistung häufig bereits eine ganz konkrete Vorstellung hat, sollte der gefundene Handwerksbetrieb durch seinen Eintrag auch genau diesem Informationsbedarf und dieser Dialogplattform gerecht werden.

Portfolio exakt beschreiben

Das beginnt mit einer präzisen Beschreibung des Service-Angebots, einer Verlinkung zur eigenen Website, einem Lageplan des Betriebes inklusive eines Anfahrtsrouting, Kontaktdaten und Öffnungszeiten usw. Auch ein Video zu einem Referenzprojekt – z. B. einer installierten Photovoltaik-Anlage oder einer attraktiven Lichtlösung in den Wohnräumen des Kunden – spricht an und kann zur positiven Abrundung des Gesamtbildes der Firma beitragen.

Bewertungen

Über einige Branchenbücher können die Einträge oder Services sogar bereits bewertet werden. Erhöhen sich im Laufe der Zeit die positiven Äußerungen, steigen die Umsatzchancen – denn positive Bewertungen anderer Kunden dienen denjenigen, die den Erstkontakt mit dem Handwerksbetrieb aufnehmen möchten, nachweislich als gute Orientierung und bestärken diese im Idealfall zur Kontaktaufnahme. Laut aktueller Marktforschungsergebnisse ist der Kunde aufgrund einer Reihe positiver Online-Empfehlungen sogar bereit, bis zu 20 % mehr für eine handwerkliche Leistung zu zahlen. Aussagen von Stammkunden, die die Arbeit bereits kennen und schätzen, können durch einen Brancheneintrag ebenfalls gezielt für Neukundenakquise und Messung der Kundenzufriedenheit herangezogen werden. Kritische Stimmen wiederum sollten dazu

genutzt werden, eigene Leistungen und Angebote zu prüfen und zu hinterfragen. Der im Netz gewonnene Kontakt kann meist direkt auf die eigene Website geleitet werden.

Auswahl des Anbieters

Geht es um die Auswahl eines geeigneten Anbieters von Brancheneinträgen, sollte der Elektrofachmann ebenfalls vergleichen, bevor er sich entscheidet.

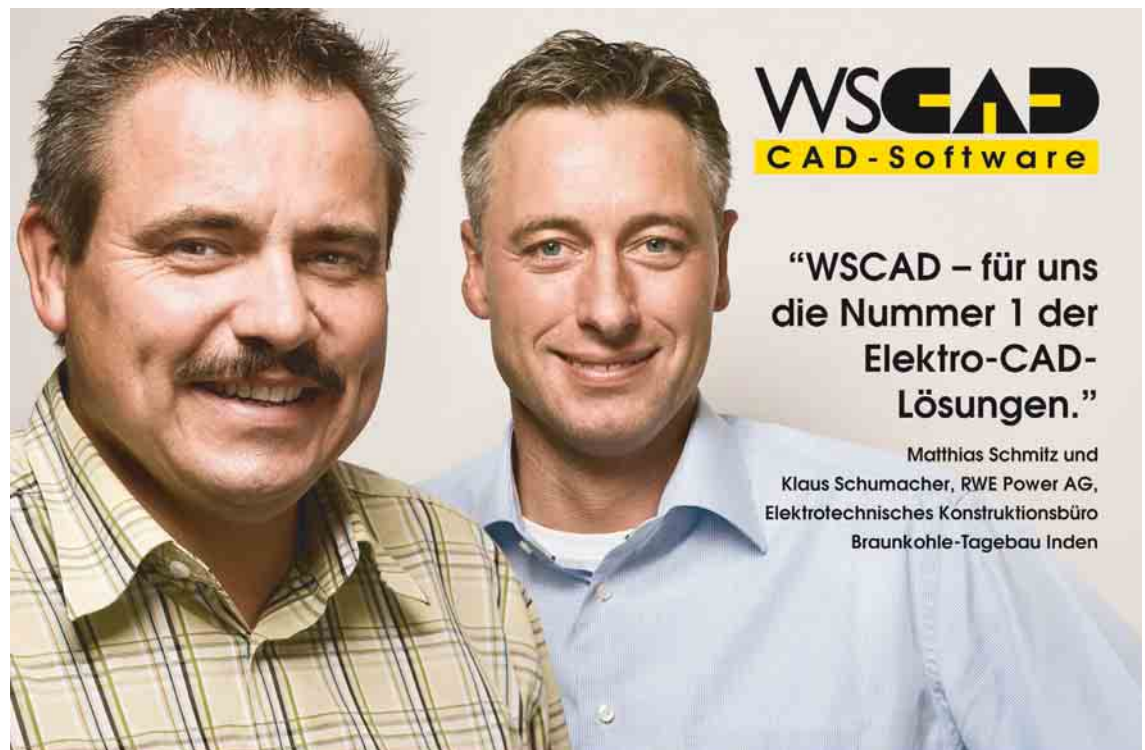
Wichtige Kriterien dafür:

- hoher Bekanntheitsgrad und Glaubwürdigkeit in der Branche

- einfache und schnelle Abwicklung zu fairen Preisen
- hohe Nutzerfrequenz
- guter Bedienkomfort
- übersichtlich gestaltete Sortierung der Verzeichnisse
- qualifizierte Datensätze, d. h. ständige Aktualisierung der Einträge und Prüfung auf Vollständigkeit.

Die Anzeige eines falschen oder veralteten Eintrages führt oft zum kompletten Abbruch des Suchvorgangs.

Ganz wichtig sind auch neben einer aktuellen und maßstabge-



WSCAD
CAD-Software

“WSCAD – für uns die Nummer 1 der Elektro-CAD-Lösungen.”

Matthias Schmitz und
Klaus Schumacher, RWE Power AG,
Elektrotechnisches Konstruktionsbüro
Braunkohle-Tagebau Inden



Im Tagebau Inden gewinnt RWE bis ca. 2030 Braunkohle für eine sichere Energieversorgung. Präzise Planung und exakte Dokumentation der Elektroinstallationen sind dabei von zentraler Bedeutung.

VORWEG GEHEN

Easy. Intelligent. Smart.

Dafür nutzt RWE seit Jahren die Software von WSCAD, denn sie ist intuitiv, äußerst einfach zu bedienen und dank regelmäßiger sinnvoller Updates immer auf dem neusten Stand. Und wenn mal eine Frage auftaucht, gibt es sofort per Telefon oder Internet Antworten – freundlich und kompetent.

RWE setzt auf WSCAD.

WSCAD electronic GmbH
Kreisstr. 28, 85232 Bergkirchen
Telefon 081 31-36 27-0 Fax: -50
info@wscad.com www.wscad.com
Ein Unternehmen der Buhl Data Group

WSCAD – die führende CAD-Software zur Planung & Dokumentation von Elektroautomation und Elektroinstallation
Besuchen Sie uns auf der ELTEC in Nürnberg vom 21.-23. Januar 2009 in Halle 5 Stand 310.

rechten Umgebungskarte die Angaben zum Anfahrtsweg. Sowohl die Kartenansicht mit integrierter Routenplanung als auch zusätzliche Geo-Informationen, z. B. in Form von Luftbildern der Region, sollten darstellbar sein. Der Nutzer möchte schließlich wissen, wo sich der Betrieb befindet und mit welchem Anfahrtsweg zu rechnen ist.

Fazit

Um erfolgreich neue Kunden über das Internet gewinnen zu können, kommt es im Wesentlichen auf die schlagkräftige Kombination der Darstellung des Betriebes im richtigen Suchumfeld an. Die netzbasierten Branchenverzeichnisse bieten gerade für kleine Dienstleister, die auf diesem Weg Neukunden auf sich aufmerksam machen möchten, viele Vorteile.

„Leider sind die werblichen Gehversuche im Internet in unserer Branche noch viel zu zaghaft, mit dem Resultat, dass eine Anfrage häufig im Nichts verläuft. Dabei schlummert hier großes Auftragspotential, denn mittels eines aussagekräftigen Werbeeintrages können wir bei vergleichsweise geringem finanziellen Investment künftig auch online neue Kunden aus der Region ansprechen. Wenn mir meine Kunden beim ersten Besuch verraten, sie haben sich durch den Brancheneintrag sehr angesprochen gefühlt, hat sich die Investition doch schon gelohnt,“ zieht *Klaus Abold* seine Bilanz. *S. Hänig*

WEB-TIPP

Ausgewählte Online-Branchensuchdienste

- **11880.com**
- **goyellow.de**
- **klicktel.de**
- **web.de**
- **gelbeseiten.de**
- **yellowmap.de**
- **dasoertliche.de**
- **branchenbuch.meinestadt.de**

Gesundheitsfonds ab 2009

Seit dem 1. Januar 2009 haben Arbeitgeber wieder zahlreiche Rechtsänderungen, besonders auch in der Sozialversicherung, zu beachten. Vor allem mit dem Gesundheitsfonds sind seit Jahresbeginn einige neue wichtige Bestimmungen in Kraft.

Auswirkungen

Einheitliche Beitragssätze

Die Einführung des Gesundheitsfonds zum 1. Januar 2009 betrifft alle Arbeitgeber – und wenn es nur hinsichtlich der Höhe des ab sofort bundeseinheitlichen Beitragssatzes ist.

Der Vorteil. Seit 01.01.2009 gilt ein einheitlicher Beitragssatz für alle gesetzlichen Krankenkassen – man kann keine Änderung, besonders unterjährig – mehr verpassen.

Der Nachteil. Der Beitragssatz ist deutlich höher als der bisherige durchschnittliche Beitragssatz – damit steigen die Lohnnebenkosten. Besonders wenn die Mitarbeiter bisher bei sehr günstigen Kassen versichert waren, muss nun auch der Arbeitgeber einen deutlich höheren Anteil der Beiträge übernehmen.

Die Beitragssätze betragen ab 1. Januar 2009 (Tafel 1):

- allgemein – 15,5 %
- ermäßigt – 14,9 %

Erhöhter Beitragssatz entfällt

Der erhöhte Satz war bisher für Beschäftigte heranzuziehen, die nicht für mindestens sechs Wochen Anspruch auf Entgeltfortzahlung im Krankheitsfall hatten – vor allem kurzfristig und nicht

ständig Beschäftigte. Dieser erhöhte Beitragssatz ist ganz weggefallen sowie der Krankengeldanspruch dieser Beschäftigten. Deshalb gilt für diese jetzt der ermäßigte Satz von 14,9 %. Zur Absicherung des Arbeitsunfähigkeitsrisikos müssen die Kassen ihren Mitgliedern so genannte Wahltarife zum Krankengeld anbieten. Hierfür zahlt der Beschäftigte zusätzliche Beiträge, zu denen der Arbeitgeber aber keinen Zuschuss zu leisten hat.

Keine Änderung der Beitragsverteilung

Mit der Festlegung des einheitlichen Beitragssatzes wird der bisherige Zusatzbeitrag der Mitglieder von 0,9 v. H. nicht mehr gesondert ausgewiesen. Er ist in dem Prozentsatz enthalten. Dadurch ändert sich nichts an der Beitragsverteilung zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. So wird für die Ermittlung des Arbeitgeberbeitragsanteils zunächst ein Wert von 0,9 v. H. vom Beitragssatz abgezogen. Der so errechnete Wert wird durch zwei dividiert, wodurch sich der Arbeitgeberanteil am Beitragssatz ergibt. Den Rest zahlt der Beschäftigte (**Beispiel**).

Beitragszuschuss

Das gilt entsprechend für die Berechnung des Beitragszuschusses für freiwillig oder privat Krankenversicherte. Der Beitragszuschuss für freiwillig krankenversicherte Beschäftigte beträgt für 2009 monatlich 268,28 Euro. Dieser Betrag stellt zugleich den Höchstzuschuss für privat Krankenversicherte dar. Liegt der tatsächliche Beitrag unter 536,56 Euro, so ist nur die Hälfte des tatsächlichen privaten Krankenversicherungsbeitrags zu zahlen.

Krankenkassenwechsel

Wechselt ein Arbeitnehmer seine Krankenkasse, so ist er an diese Wahl zunächst für 18 Monate gebunden. Die bisherige vorfristige Kündigungsmöglichkeit wegen

Beitragserhöhung entfällt jetzt aufgrund des bundesweit einheitlichen Beitragssatzes – auch im Fall eines erhöhten Beitragssatzes – ab 01.01.2009. Einen Verzicht auf die Bindungsfrist von 18 Monaten gibt es künftig nur, wenn eine Krankenkasse den Zusatzbeitrag erhebt, diesen erhöht oder eine Beitragsrückzahlung verringert (IM ÜBERBLICK).

Praxistipp: Möchte ein Mitarbeiter die Krankenkasse wechseln, wird die notwendige Ummeldung erst dann vorgenommen, wenn dem Unternehmen die Mitgliedsbescheinigung der neuen Kasse vorliegt. So wird Mehrfacharbeit vermieden, etwa wenn der angekündigte Kassenwechsel nicht oder nicht zu dem gewünschten Zeitpunkt möglich ist.

Meldeverfahren geändert

Unfallversicherungsdaten

Vom Jahr 2010 an übernimmt die Rentenversicherung die Betriebsprüfung auch für die gesetzlichen Unfallversicherungsträger. Damit das funktioniert, müssen nun zusätzliche Daten in die Entgeltmeldungen aufgenommen werden. Bereits für die Jahresmeldung 2008 sind folgende Daten zusätzlich zu übermitteln:

- zuständige Berufsgenossenschaft
- Mitgliedsnummer des Betriebes
- unfallversicherungspflichtiges Entgelt – kann vom beitragspflichtigen Entgelt zur Rentenversicherung abweichen
- Gefahrenklasse.

Die Datenübertragung – um einen zusätzlichen Datensatz mit den genannten Feldern erweitert – hat auf elektronischem Weg zu erfolgen.

Berufsständische Versorgungseinrichtungen

Die Mitgliedschaft in bestimmten berufsständischen Versorgungseinrichtungen, z. B. für Ärzte oder Apotheker, befreit von der Versicherungspflicht in der gesetzlichen Rentenversicherung. Die dafür notwendigen Daten werden ab 2009 in das übliche Meldeverfahren nach der DEÜV einbezogen. Die Nutzung der elektronischen Übermittlung an die Versorgungseinrichtungen ist verpflichtend.