

Wirklichkeit und Visionen

Internet im SHK-Handwerk

Häufig liest man enthusiastische Berichte über das Internet und über die mit diesem Medium verbundenen revolutionären Möglichkeiten. Doch wie sieht die Wirklichkeit im SHK-Handwerk aus? Welche Perspektiven hat die Branche? „SHK-Internet-Missionar“ Manfred Gut* schildert dazu nachfolgend seine Erfahrungen.



www.shk.de ist die Internet-Zentrale für alle Infos speziell in den Bereichen der Sanitär-, Heizungs-, Klima-, Kälte und Klemptechnik

Alle sitzen sie da, die Blicke gebannt auf den Monitor des PCs gerichtet: 10 Teilnehmer eines Internetworkshops, veranstaltet von einem SHK-Landesfachverband, irgendwo in Deutschland. Die meisten Teilnehmer sind kaufmännische Angestellte mittelgroßer SHK-Handwerksfirmen oder Inhaber kleinerer SHK-Betriebe. Die Stimmung ist gut, verspricht der Tag doch viel Neues und Interessantes aus der vielzitierten virtuellen Welt des Internet. Nachdem ich mich vorgestellt habe und jeder in der Runde ein paar Sätze über sich gesagt hat, beginne ich den Workshop mit der Frage in die Runde: „Wer hat einen eigenen Internetanschluß?“ Von den zehn Teilnehmern heben drei zaghaft die Hand. Aufgrund meiner Erfahrungen bin ich nicht sonderlich überrascht und frage diese drei, wer von ihnen auch schon im Internet gesurft hat. Jetzt heben nur noch zwei die Hand. Von der dritten Teilnehmerin, einer gestandenen Handwerkerfrau so um die vierzig, erfahre ich, daß der Internetanschluß in ihrer Firma zwar schon seit zwei Monaten eingerichtet ist, sie aber mit der Nutzung erst nach dem Internetworkshop beginnen wolle, um keine Fehler zu ma-

chen. Alle übrigen Teilnehmer erklären mir, daß die Einrichtung eines Internetanschlusses schon seit langem geplant ist und mit dem heutigen Workshop den zur praktischen Umsetzung notwendigen Informationsschub erhalten wollen.

Was ist eigentlich eine Maus?

Eigentlich ist das Thema des Workshops der Umgang mit dem Internet. Als ich darauf aufmerksam mache, entgegenen mir einige, daß sie dies zwar wüßten, aber sie erstmal interessieren würde, wie man günstig zu einem Internetanschluß kommt. Also entschließe ich mich kurzerhand eine konkrete Anleitung: „Wie komme ich schnell und preiswert zu einem Internetanschluß“ an die Tafel zu pinnen. Danach beginne ich den eigentlichen Workshop mit der Aufforderung, Netscape zu starten. In einigen Gesichtern erkenne ich so etwas wie Ratlosigkeit. Diese wird noch größer, als ich nachsetze mit der Aufforderung, den Netscape-Icon auf dem Desktop anzuklicken. Man braucht nun wirklich kein Hellseher zu sein, um zu erkennen, daß die meisten nie mit einer grafischen Oberfläche gearbeitet haben. Ich schalte noch einen Gang runter und setze mein Interview fort mit der Frage in die Runde: „Wer hat denn EDV im Einsatz?“. Empört heben alle die Hand und manche begleiten dies mit Zwischenrufen

wie: „EDV haben wir schon lange.“ oder „Wir waren vor 10 Jahren die Ersten!“. Nach genauerem Nachfragen stellt sich allerdings heraus, daß viele zwar neuere PCs mit Windows 95/98 besitzen, daß aber mit irgendeinem Uralt-DOS-Auftragsverwaltungsprogramm gearbeitet wird. Somit entstand nie die Notwendigkeit, sich mit der grafischen Oberfläche von Windows auseinanderzusetzen. Ich korrigiere meinen Schulungsplan also erneut und übe mit den Anwesenden eine Zeitlang den Umgang mit den Fenstern. Die Möglichkeit des Multitasking lasse ich unter den Tisch fallen, da fast alle mit dem Umgang mit der Maus genug zu tun haben. Angesichts der Voraussetzungen der Kursteilnehmer beschleichen mich langsam Zweifel, ob meine Anstrengungen auch den gewünschten nachhaltigen Erfolg bringen werden.

Bin ich schon drin, oder was?

Aber nachdem die Anfangshürden überwunden sind, geht es dann doch rasch bergauf. Die ersten eMails werden verschickt und empfangen und beim Aufsuchen von

* „Internet-Missionar“ Manfred Gut ist Vorsitzender des Vereins „Haustechnik im Internet“, www.haustechnik.de

branchenspezifischen Internetseiten können die Kursteilnehmer erste Surferfahrungen sammeln. Und plötzlich stellen sich alle die selbe Frage wie Tennis-Idol Boris Becker in der AOL-Werbung: Bin ich schon drin, oder was? Am Ende der Veranstaltung sind alle Kursteilnehmer von dem neuen Medium restlos begeistert und bis zum Stehkragen motiviert, sich den Herausforderungen des Internets zu stellen.

In den letzten drei Jahren habe ich viele solcher Veranstaltungen für SHK-Fachverbände, SHK-Innungen, Kreishandwerkerschaften und für den Verein Haustechnik im Internet gemacht, alle zeigten ein ähnliches Bild. In Anbetracht dessen kann man leicht den Eindruck gewinnen, daß es mit dem Einsatz des Internet in der SHK-Branche nicht zum Besten bestellt ist. Wie sieht's aber nun wirklich aus?

SHK-Webstatistik

Leider gibt es keine offiziellen Statistiken, weder von den entsprechenden Verbänden noch von sonst einer Institution. Daher kann ich nur auf die Quellen zurückgreifen, die mir aufgrund meiner eigenen Internettätigkeit offenstehen. Das sind im wesentlichen die Nutzerdaten auf dem SHK-Server (www.shk.de) und das Geschehen im Haustechnikverein (www.haustechnik.de). Auf diesen Seiten haben sich bis November 1999 etwas über 600 Handwerksbetriebe entweder nur mit ihrer eMail-Adresse oder auch mit ihrer Webadresse in die bundesweite SHK-Betriebe-Datenbank eingetragen. In der Mitgliederdatenbank des SHK-Fachverbandes Hessen stehen 64 Betriebe von insgesamt 2323, also schlappe 3 %, mit eigener eMail- oder Webadresse. In der Mitgliederdatenbank des SHK-Fachverbandes Niedersachsen stehen 23 Betriebe von insgesamt 2977, also nur 1 %, mit eigener eMail- oder Webadresse. Der Verein Haustechnik im Internet e.V. hat derzeit 120 Mitglieder, die meisten kommen aus Baden-Württemberg, Bayern und Hessen, einige auch aus den neuen Bundesländern. Auch hier fällt wie bei den Fachverbänden ein Nord-Südgefälle auf. Im Gegensatz zu den Handwerksbetrieben sieht das Zahlenverhältnis bei den Herstellern ein wenig besser aus. Mit 302 Firmen sind 22 % der insgesamt 1385 deutschen SHK-Herstellern im Internet vertreten.



Die Homepage dieses Herstellers verspricht ein handfestes Nutzenangebot für verschiedene Zielgruppen



Absolute Ausnahme: Die Gienger GmbH, ein Großhändler in Kornwestheim, verfügt über einen professionellen Internet-Auftritt



Schon lange Realität: Der virtuelle Baumarkt mit über 85 000 Angeboten für den Heimwerker

Meine Erfahrungen und Recherchen in Suchservern und anderen branchenspezifischen Internetangeboten bestätigen mir immer wieder, daß diese Zahlen durchaus repräsentativ für die absolute Anzahl der aktiven Teilnehmer der SHK-Branche im Internet sind. Gemessen an der allgemeinen sprunghaften Entwicklung des Internet ist das erschreckend. Folgende Hochrechnung soll dies verdeutlichen: Wenn man nur von 40 000 SHK-Betrieben in Deutschland ausgeht und zu den 600 im Internet aufgefundenen Betrieben noch eine großzügig bemessene Dunkelziffer von 600 addiert, würde dies bedeuten, daß gerade mal 1200, also 3 % der SHK-Handwerksbetriebe im Internet vertreten sind. Dagegen stehen zur Zeit etwa knapp 11 Millionen Internetnutzer alleine in Deutschland, das sind etwa 14 % der Gesamtbevölkerung. Prognosen gehen davon aus, daß bis Ende 2001 alleine in Deutschland 30 % der Bevölkerung das Internet nutzen werden. Das Thema E-Commerce nimmt schlagartig riesige Dimensionen an. Wer im Internet nicht präsent ist (und es beherrscht), verschlafte den Markt von Morgen. Oder anders ausgedrückt: „Stell Dir vor, alle Kunden sind im Internet und kein SHK-Handwerker geht hin“.

Warum tut sich die SHK-Branche so schwer?

Warum tut sich eine angeblich so innovative Branche (Solartechnik, Brennwerttechnik, Gebäudeleittechnik usw.) so schwer mit dem Internet? Dafür gibt es verschiedene Gründe, die wichtigsten möchte ich hier aufzählen.

1. Der Hauptgrund ist der PC an sich, denn wer nicht selbstverständlich den PC als Werkzeug einsetzt, hat beim Thema Internet verloren. Der Umgang mit der grafischen Oberfläche und das Dateimanagement müssen souverän beherrscht werden. Das ist in den meisten Betrieben trotz jahrzehntelangem EDV-Einsatz nicht oder nur selten der Fall. Den Grund dafür habe ich bereits erwähnt.

2. Darüber hinaus benötigt man bestimmte Techniken (z. B. Aufstellen von Arbeitshypothesen, Umgang mit Indexen usw.), um das Internet effektiv nutzen zu können. Die Zeit, um all dies zu erlernen, muß erst mal



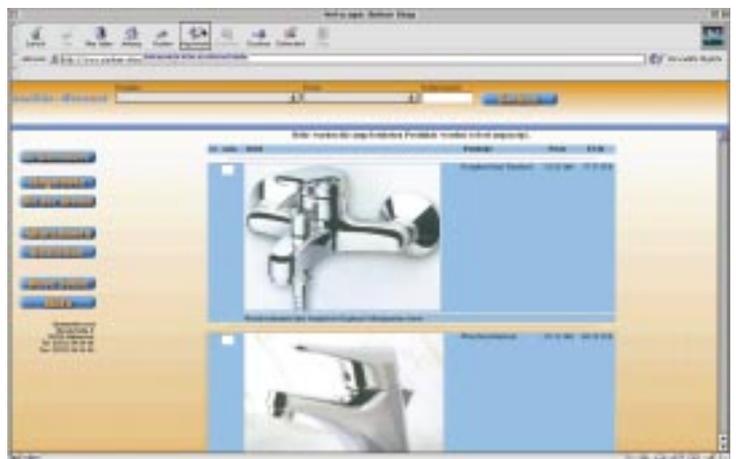
Rarität: Dieser Handwerksbetrieb verfügt bereits über einen guten Internet-Auftritt

zur Verfügung stehen. Die Einsicht, daß grundsätzlich ein Teil der Arbeitszeit für Fortbildung reserviert sein sollte, ist noch nicht sehr weit verbreitet.

3. Diejenigen, die das erforderliche Rüstzeug erworben haben, sind in der Regel nicht die Entscheider, sondern die Mitarbeiter oder im günstigsten Fall die Ehefrauen der Handwerksunternehmer. Die Chefs selbst haben meist gar keinen Zugang zum Internet und somit auch keine Chance, aus eigenem Erleben die Bedeutung des Internet einzuschätzen und die strategisch richtigen Entscheidungen für den gesamten Betrieb zu treffen.

4. Die Kosten sind ein weiterer Hemmschuh. Bis zum April 1999 kostete eine Stunde Internet zwischen 10 und 12 DM. Diese Preise sind aufgrund eines gewaltigen und weitergehenden Preiskampfes der Anbieter dramatisch gefallen: Heute bezahlt

Endkunden, die Sanitär- und Heizungsprodukte via Internet bestellen und kaufen möchten, können dies hier rund um die Uhr tun



man nur noch etwa ein Drittel, also im Schnitt 3 bis 4 DM. Trotzdem sind Investitionen in PCs, Modems oder ISDN-Anschlüsse und in die Fortbildung erforderlich.

5. Leider gibt es derzeit noch relativ wenig wirklich nützliche Angebote im Internet für die Businesspartner der SHK-Branche. Immerhin beginnen die großen Hersteller nach anfänglichen Irrungen, einen direkten Kommunikationsweg zu ihren Kunden, den Handwerkern, aufzubauen. Vereinzelt kann man – wie bei Viessmann und Buderus – schon Online-Bestellsysteme, Preislisten-Downloads sowie Bedienungsanleitungen und Pläne als PDF-Download beobachten. Zugänglich allerdings nur für geschlossene Benutzergruppen.

Und auch einige Großhändler sind mittlerweile schon aufgewacht. Allerdings ist dort oft auch eine sehr stark ausgeprägte Endverbraucherorientierung des Internetangebots zu beobachten. Bei unserem so zuverlässig funktionierendem dreistufigen Vertriebsweg stellt das natürlich keine Gefahr da, oder? Ein Schelm, wer Böses dabei denkt.

Wie sieht die Internet-Zukunft aus?

Durch die Entstehung eines idealen Marktes (totale Information und Preistransparenz für den Endkunden) wird es vermutlich zu einem Ausleseprozeß kommen. Es wird derjenige den Markt machen, der auch neben seinem bisherigen Geschäft in den neuen Medien Zuhause ist. Von der Preistransparenz besonders betroffen sein werden die

Großhändler. Waren wie Waschbecken, Armaturen, Badewannen usw. sind nun mal leicht vergleichbar. Wie ängstlich der Großhandel diesbezüglich ist zeigen allein schon die Verhinderungsstrategien gegenüber der Arge Neue Medien. Nur weil der Großhandel es nicht will, werden die in EDV-Form vorliegenden Bruttopreise der Hersteller dem Handwerker nicht zugänglich gemacht. Da die Führungsriege im etablierten Großhandel schon leicht angegraut ist, ist auch nicht damit zu rechnen, daß die Herren sich mit diesem anarchistischem Instrument befassen werden oder dem EDV-Sachverstand im eigenen Hause Gehör schenken. Die Folge wird sein, daß es über kurz oder lang eine natürliche Auslese geben wird. Junge, dynamische Unternehmen werden plötzlich – trotz der allgemeinen Globalisierung – Erfolg haben. Denn die dynamischen und mündigen Handwerker werden sich auf Dauer in Sachen Preistransparenz und Preispolitik nicht bevormunden lassen. Denn das Netz ist global, wenn mein Großhandels„partner“ nicht mitmacht, besorge ich mir das Material via Netz bei einem anderen Großhändler oder direkt beim Hersteller – wenn's sein muß auch in Italien.

Für die Endkunden stellen sich die Fragen „Wer kauft mir die Produkte und wer baut mir die Produkte ein?“ Das ist die Chance für den Handwerker. Denn das geänderte Verbraucherverhalten wird auch vor den Handwerkern nicht halt machen. Nur ein Handwerker, der auch im Internet vertreten ist, wird in Zukunft von der immer größer werdenden Internet-Gemeinde zur Kenntnis genommen. Man bedenke, es gab auch schon mal Zeiten, da wurde das Fax als überflüssiger Schnickschnack abgetan.



Während sich bei den großen Heizkesselhersteller der Produktverkauf via Internet auf einen geschlossenen (Fachhandwerker-)Benutzerkreis beschränkt, steht der Online-Shop auf dieser Homepage jedem offen

Strategische Allianzen

Eine besondere Bedeutung kommen in Zukunft auch strategischen Allianzen zwischen Herstellern und Handwerker zu. So können beide Seiten z. B. von einer gegenseitigen Verlinkung (elektronischer Verweis auf einer Internetseite) profitieren. Der Handwerker sollte aber darauf achten, daß diese Allianz auch durch eine faire Partnerschaft gekennzeichnet ist. Ich stelle immer wieder fest, daß SHK-Handwerksbetriebe ohne erkennbaren Grund massenhaft Links zu den großen Herstellern dieser Branche einrichten. Bei den paar Internetseiten zur Zeit ist dies noch nicht weiter schlimm. Aber stellen Sie sich mal vor, daß von tausenden von Handwerkerhomepages Links zu den Herstellerfirmen bestehen. Diese Werbung wäre dann mit Geld nicht mehr zu bezahlen. Außerdem besteht die Gefahr, daß diese Firmen ihre dadurch ge-

wonnene Machtstellung gegenüber Ihren Kunden ausnutzen. Ich möchte den Teufel nicht an die Wand malen und auch nicht zu pessimistisch in die Zukunft schauen. Aber dieses Beispiel zeigt, daß etwas Weitblick im Umgang mit diesem mächtigen Medium nichts schaden kann.

Eines ist sicher, ob wir wollen oder nicht: Auch die SHK-Branche wird vom Internet überrannt werden. Schon im nächsten Jahr sollen ein Drittel der deutschen Haushalte im Netz sein. Auch die Einkaufsgewohnheiten ändern sich bereits, Internetsopping ist in. Wer jetzt jedoch nicht umgehend seine Hausaufgaben in Sachen E-Commerce macht wird sich schon bald über verpaßte Chancen ärgern. Den Vorteil haben die geistig regen, die den Wandel begleiten und zur Sicherung ihres Unternehmenserfolges nutzen – ganz gleich in welcher Distributionsstufe. □

Anzeige

Testen Sie unseren Service . . .

. . . unter der Adresse „www.shk.de/sbz/“ finden Sie themenorientiert, schnell und unkompliziert die gerade benötigten Fachinformationen

www.shk.de