

## **Wichtige Trends und daraus resultierende Marktpotenziale für das Handwerk**

Das Handwerk in Deutschland steht vor weitreichenden strukturellen Veränderungen, woraus Neue Märkte entstehen und Marktpotenziale ausgeschöpft werden können. Dabei muss sich das Handwerk aktiv um die Bearbeitung dieser Märkte kümmern und zu Veränderungen bereit sein. Die enge Verbindung zum Traditionsbewusstsein, der Tendenz zu übermäßiger Risikoaversion, Ressentiments gegenüber neuen Technologien oder eine einseitige Fokussierung auf gewerbenahe Entwicklungen kann der aktiven Ausschöpfung dieser wichtigen Trends entgegenstehen.

Insbesondere im Zuge des zunehmenden Nachfrageverhaltens über das Internet - vor allem von jungen Kunden - müssen die Betriebe im Internet zumindest auffindbar sein, um neue Kunden gewinnen zu können. Daneben stellen jüngere Kunden andere Ansprüche an ein modernes Gebäude sowohl aus informationstechnologischer Sicht als auch auf energieeffizienter Ebene als Ältere. Zum anderen ergeben sich aus der sich ändernden Altersstruktur, bedingt durch den demographischen Wandel der Bevölkerung, viele neue Marktpotenziale und damit die Chance, mit einem an den Bedürfnissen der Senioren orientierten Angebot, neue Kunden zu gewinnen und Stammkunden an sich zu binden.

Die demografische Entwicklung in Deutschland ist in den vergangenen Jahren zunehmend in den Blickpunkt des Interesses von Politikern und der Öffentlichkeit geraten. Einerseits ist die Geburtenrate in Deutschland deutlich gesunken. Gleichzeitig werden die Menschen immer älter. Dieser demografische Wandel wird sich fortsetzen und in den nächsten Jahren zu einer Überalterung der Gesellschaft führen. Das Marktpotenzial der älteren Kunden wird für das Handwerk deutlich zunehmen: während heute 20% der Bevölkerung 60 Jahre und älter ist, werden es im Jahr 2015 25% und im Jahr 2030 33% sein. Nicht nur wegen des prognostizierten Wachstums dieser Kundengruppe bilden die älteren Verbraucher ein spezielles, für das Handwerk aus mehreren Gründen wichtiges Marktsegment. Ihnen wird eine hohe Kaufkraft und eine geringere Preissensibilität zugeschrieben. Trotz diesen attraktiven Konsumentenattributen haben sich bisher nur wenige Handwerksbetriebe mit den Marktpotenzialen des demografischen Wandels beschäftigt.

Die Konsumentenschwerpunkte der Kundengruppe der Älteren sind bestimmt durch die Anpassung an ihre mit dem Alter geänderten Bedarfslagen und Lebensstile. Senioren wollen fast ausnahmslos solange als möglich in den eigenen vier Wänden leben. Diesem Wunsch ist durch passgenaue Lösungen Rechnung zu tragen. Der Erhalt sowie der Ausbau der bestehenden Wohnanlage treten an die Stelle eines Neubaus. Dabei gewinnt die Einfachheit in der Abwicklung an Bedeutung. Senioren werden als Kunden zudem immer anspruchsvoller. Standardangebote werden zunehmend uninteressant, und Qualitäts- und Wertorientierung gewinnen an Bedeutung. Sicherheits- und

Bequemlichkeitsbedürfnisse steigen. Service und Beratung bestimmen verstärkt die Kundenzufriedenheit. Dabei wird für Handwerksbetriebe Vertrauen und Nachhaltigkeit zur Schlüsselqualifikation.

Des Weiteren hat das Internet im letzten Jahrzehnt an enormer Bedeutung gewonnen und ist aus der heutigen Geschäftswelt nicht mehr wegzudenken. Es bietet die Möglichkeit, einfach und kostengünstig eine große Anzahl an Kunden anzusprechen, bestehende Kundenbeziehungen zu pflegen und Informationen über Produkte, Lieferanten, Wettbewerber und innovative Prozesse zu beschaffen.

Die Möglichkeiten der Kundenansprache im Internet sind vielfältig. Sie kann passiv durch die Online-Schaltung der unternehmenseigenen Website erfolgen oder aktiv durch eine direkte Kundenansprache beispielsweise durch Newsletter. Eine ganz neue Form der Vermarktung des eigenen Unternehmens im Internet sind soziale Netzwerke wie beispielsweise Facebook. So können sich auch Handwerksbetriebe mit anderen Unternehmen und potenziellen Kunden vernetzen, wodurch die Bekannten der vernetzten Mitglieder auf den Handwerksbetrieb aufmerksam gemacht werden, und sich so die Bekanntheit des Unternehmens rasant erweitern kann. Darüber hinaus können mit Hilfe der sozialen Netzwerke Unternehmenskooperationen organisiert und Kundensegmente bedient werden, die „Alles aus einer Hand“ wünschen. Auf der Facebook-Plattform können Unternehmen eigene Funktionalitäten über so genannte Anwendungen (Applications) bereitstellen und auf diese Weise ihre Produkte promoten. Durch die unzähligen Apps, die bei Facebook zur Verfügung stehen, können Anwendungen für Kunden generiert werden, welche das Handwerksunternehmen bekannter machen. Dabei sind Spiele ein beliebtes Mittel, um die Kundenbindung voranzutreiben und neue Kunden zu gewinnen.

Darüber hinaus werden zunehmend Aufträge über das Internet durch Rückwärtsauktionen vergeben. Dabei erhält derjenige Handwerksbetrieb vom Kunden den Zuschlag, der einen bestimmten Auftrag für den niedrigsten Preis unter Berücksichtigung von Kundenrezensionen annimmt. My-hammer.de erfreut sich seit 2005 enorm steigender Mitgliederzahlen. Anfang 2007 waren schon knapp 200.000 Mitglieder registriert. Im Jahre 2007 liefen im Durchschnitt 12.000 Auktionen täglich ab – Tendenz steigend. Diese Zahlen weisen darauf hin, dass Handwerksbetriebe mit Hilfe solcher Auktionsformen die Möglichkeit haben, viele Kunden zu erreichen. Für viele Gewerbe des Handwerks bietet diese Auktionsform die Möglichkeit, einen passenden Auftrag zu finden – von kleineren Reparaturarbeiten über Renovierungen bis hin zum Bau von Mehrfamilienhäusern. Die Einstellung eines Auftrags ist für Kunden kostenlos. Handwerker bzw. Dienstleister zahlen eine Provision zwischen 2 und 4 Prozent des Auftragswertes. Nach Fertigstellung des Auftrags haben die Kunden die Möglichkeit, die Arbeit zu bewerten. Durch das Bewertungssystem können Handwerksbetriebe mit guten Bewertungen auf sich aufmerksam machen, was dann im Idealfall weitere Aufträge einbringt. Wichtig in diesem Zusammenhang ist die Erkenntnis, dass viele Kunden von My-hammer.de sich

für einen teureren, dafür aber besser bewerteten Bieter entscheiden. Diese Besonderheit wird dadurch ermöglicht, dass My-Hammer.de den Auftraggebern ein so genanntes Recht zur Nichtvergabe von Aufträgen einräumt. Auf diese Weise können zufriedene Kunden durch eine gute Bewertung zu weiteren Aufträgen für den Handwerksbetrieb führen. Nicht nur wegen der einfachen Bedienbarkeit und des Bewertungssystems vergeben viele Kunden ihre Aufträge über diese Auktionsplattform, sondern vermutlich hauptsächlich wegen der Kosten, die gespart werden können. Denn durch das gegenseitige Unterbieten des Angebotspreises fällt der Gewinn für die teilnehmenden Handwerksbetriebe oft gering aus. Genau in diesem Punkt liegt auch das Problem, die aus der Existenz solcher Internetauktionshäuser für die Handwerksbetriebe resultieren. Sie verschärfen den Wettbewerb für die Handwerksbetriebe, indem durch niedrigere Preise für Aufträge die Gewinnmargen gesenkt werden. Kunden sparen dagegen bei der Auftragsabwicklung auf My-hammer.de bis zu 30%. Darüber hinaus wird die Qualität derjenigen Betriebe offenbart, die einen Auftrag über ein solches Auktionshaus ersteigert haben – schlechte Leistungen sind sofort für alle Benutzer einsehbar. Für den Kunden hat dies den Vorteil, dass die Qualität von Aufträgen, die über My-hammer.de abgewickelt werden steigt, da die Unternehmen in der Regel keine schlechten Bewertungen erhalten wollen.

Ein weiterer wichtiger Trend liegt im steigenden Umweltbewusstsein in der Bevölkerung. Neben den Änderungen im Kfz-Bereich sowie dem ökologischen Anbau von Nahrungsmitteln nimmt die Bedeutung der energieeffizienten, ökooptimierten Gestaltung des Hauses zu. Darüber hinaus sind die Häuser neben physischen und energetischen Hilfsmitteln immer mehr mit Informations- und Kommunikationstechnik ausgestattet. Diese strukturellen Veränderungen haben zur Folge, dass im Handwerk die Aufgaben mehrerer Gewerke immer stärker verschmelzen. Zwar fehlen dem Handwerk hierfür die Fachkräfte, jedoch muss es sich mit solchen Entwicklungen auseinandersetzen, um sich auf die zukünftigen Bedürfnisse der Kunden in diesem Bereich einzustellen.

Beim direkten Vergleich mit einer herkömmlichen Elektroinstallation ist eine integrierte Informationssteuerung wesentlich komplexer und daher für einzelne Handwerksbetriebe schwer beherrschbar. Ein Heizungsbauer oder ein Elektriker muss neben seinen originären Aufgaben darüber hinaus in Zukunft in der Lage sein, das komplette System zu verstehen, um seine Produkte und Dienstleistungen zu integrieren. Hier entsteht die Gefahr einer Komplexitätsüberflutung, welche die Beherrschbarkeit dieser Technologien für die einzelnen Gewerke des Handwerks zumindest in Frage stellt. Als Konsequenz werden zunehmend die Aufgabenbereiche verschiedener Gewerke des Handwerks miteinander verquickt, was teilweise völlig neue Qualifikationen, wie beispielsweise in der Informations- und Kommunikationstechnik, erforderlich macht.

Zwar steigen das Umweltbewusstsein sowie der Bedarf an modernen Gebäudetechnologien in der Bevölkerung, jedoch ist das Wissen über die Potenziale moderner Gebäudetechnik noch zu wenig ausgeprägt. Da der Handwerker der Technologiewegbereiter beim Kunden ist, trägt er daher

wesentlich dazu bei, das Angebot an Technologien und Produkten zu den Kunden zu bringen. Daher muss der Einsatz der neuen Technologien aktiv vom Handwerksunternehmer gefördert werden. Informations- und Kommunikationstechnologien sowie moderne Gebäudetechnologien spielen in Zukunft eine immer wichtigere Rolle und versprechen hohe Gewinnmargen für Handwerksbetriebe, die diese Technologien beherrschen. Darüber hinaus können mit moderner Gebäudetechnik die Potenziale des demografischen Wandels ausgeschöpft werden, in dem sie die Senioren unterstützen, länger ein eigenständiges Leben zu führen.