Richtig gefunden werden

Wie Handwerksbetriebe ihre Sichtbarkeit in KI-Ergebnissen erhöhen können



Nicole Graf
Beraterin für Innovation und Technologie
Foto: HWK FR

Wer einen Handwerker sucht, fragt mittlerweile oft die Künstliche Intelligenz oder nutzt die KI-Zusammenfassung bei Suchmaschinen. Laut Branchenangaben wird bei Google-Suchen schon in fast 70 Prozent der Suchen nicht mehr weitergeklickt, sondern direkt die von der KI erstellte Zusammenfassung genutzt. Umso wichtiger ist für Handwerksunternehmen, von der KI gefunden und angezeigt zu werden. „Die Betriebe müssen bei der Präsenz im Netz neue Schwerpunkte setzen“, sagt Nicole Graf, Beraterin für Innovation und Technologie bei der Handwerkskammer Freiburg.

Die befragten KI-Assistenten funktionieren anders als bisherige Suchmaschinen. Hier spielen nun vor allem Inhalte eine Rolle, die von der KI bei der Recherche leicht verstanden werden können und von den Systemen als vertrauenswürdig eingestuft werden. Die KI wertet etwa öffentliche Bewertungen, die Häufigkeit positiver Nennungen, regionale Relevanz und die Vertrauenswürdigkeit der Quellen aus - und spricht anschließend eine Empfehlung aus. Das bedeutet: „Alleine auf eine hohe Position im Suchmaschinen-Ranking zu setzen, greift zu kurz“, so Graf.

Google-Eintrag und Verzeichnisse wichtig

Eine aktuelle Untersuchung des Münchner Software- und Analyseunternehmens „Wortliga“ bestätigt das. In der Studie wurden 480 Antworten von Googles KI-Modus und 480 Abrufe bei ChatGPT zu identischen Suchen für sechs Handwerksbranchen in 40 deutschen Städten - darunter Freiburg und Titisee-Neustadt - ausgewertet. Die gute Nachricht: Viele Betriebe machen bereits einiges richtig. „Eine Aussage der Studie ist: Wer auf klassischen Portalen wie Gelbe Seiten oder Das Örtliche steht, landet deutlich häufiger in den Antworten“, so Nicole Graf. Wer dort gelistet ist, wird also öfter angezeigt. Auch Innungsverzeichnisse und die Handwerkersuchen der Handwerkskammern werden von der KI teilweise in die Ergebnisse aufgenommen. „Insbesondere der KI-Modus von Google setzt bei der Ausgabe der Ergebnisse aber auch auf das Vorhandensein eines Google-Eintrags.“ Googles KI-Modus verlinkt laut Studie in neun von zehn Antworten mindestens ein Profil aus Google Maps. „Das Google-Profil und die Präsenz auf anderen Verzeichnisseiten sind also wesentlich“, resümiert Graf. „Diese sollten außerdem immer aktuell gehalten werden.“

Webseite braucht klare Struktur und Aussagen

Zusätzlich werden laut Untersuchung Betriebe mit vielen Bewertungen von allen KI-Systemen häufiger in den Ergebnissen berücksichtigt. Dabei gilt: Je mehr Bewertungen es gibt, desto häufiger kommen die Betriebe in den Antworten vor. „Die Pflege von Kundenbeziehungen ist also auch im Internet von großer Relevanz.“ Graf gibt auch hier zu bedenken: „Je aktueller die Bewertungen sind, desto besser. Hierfür können die Betriebe ihre Kunden auch aktivieren.“

Zudem ein wichtiger Fundus für die KI: die eigene Firmen-Webseite. „Diese muss aber nach den Kriterien der KI aufgebaut sein, um gefunden zu werden“, sagt Graf. Sie sollte klar strukturierte Seiten, prägnante Einleitungen, konkrete Zahlen, Beispiele und Referenzen aufweisen. „Marketingfloskeln werden links liegen gelassen.“ Projektbeispiele, Vorher-Nachher-Fotos und Erfahrungsberichte erhöhen die Chance, dass die KI Inhalte als Beleg für Expertise erkennt.

Vier Maßnahmen für mehr KI-Sichtbarkeit

- Auf Google-Maps, in Social Media und in Verzeichnisseiten Präsenz zeigen
- Aktuelle Kundenbewertungen nutzen
- Auf der Firmenwebseite die Leistungen des Betriebs klar aufführen
- Konkrete Projekte oder Referenzen zeigen, Fachthemen verständlich erklären

AUSZEICHNUNGEN

Umweltpreise der Stadt Freiburg

Die Stadt Freiburg vergibt auch 2027 wieder zwei Umweltpreise, um die sich auch in Freiburg ansässige Handwerksunternehmen bis 15. November 2026 bewerben können.

Der Klimaschutzpreis „Climate First“ ist mit 11.000 Euro dotiert und zeichnet ambitionierte und innovative Projektideen in den Bereichen Klimaschutz, Energiesparen, erneuerbare Energien und Verkehr aus. Wettbewerbsbeiträge können unter anderem in Freiburg ansässige Firmen, Forschungseinrichtungen und Unternehmen einreichen.

Der Naturschutzpreis der Stadt Freiburg wird vergeben für außergewöhnliches Engagement im Naturschutz. Die Auszeichnung ist mit insgesamt 5.000 Euro dotiert. Hier sind Freiburger Vereine, Verbände, Schulen, Unternehmen oder Einzelpersonen angesprochen.

Weitere Infos und Bewerbung unter www.freiburg.de/Umweltpreise



Das richtige Werkzeug, die richtigen Materialien, die richtigen Handgriffe: In einem Vorbereitungskurs lernen neue SHK-Auszubildende die Grundlagen ihres Berufs kennen. Fotos: HWK FR

Fit für die Baustelle

Ein Vorbereitungskurs lehrt neuen Azubis des SHK-Handwerks die Grundlagen ihres Berufs noch vor dem ersten Baustellen-Einsatz **VON JÜRGEN GALLE**

Der neue Azubi hat seine Ausbildung vor Kurzem begonnen, auf der Baustelle kann er aber nur zuschauen. Bei vielen Handwerksunternehmen ist das in den ersten Ausbildungswochen Alltag. Oft bedeutet diese Phase viel zusätzliches Erläutern für Gesellen und Meister, aber auch durchaus Langeweile bei den Auszubildenden, berichten betriebliche Ausbilder immer wieder. Diesen Zeitraum zu verkürzen ist das Ziel des Kurses „Fit für die Baustelle“, der im Rahmen des Projektes „learn.SHK“ von der Handwerkskammer Freiburg erstmals für Auszubildende des Sanitär-, Heizungs- und Klimatechnik-Handwerks angeboten wurde.

Grundkompetenzen für den Arbeitsalltag

In dem fünftägigen Vollzeitkurs lernten die Auszubildenden bei Ausbildungsmeister Klaus Huschle gezielt die Grundkompetenzen für die Arbeit im Ausbildungsbetrieb. Mit den erworbenen Fähigkeiten können sie von Beginn an produktiv auf der Baustelle eingesetzt werden. Neben Basics wie den benötigten Werkzeugen, unterschiedlichen Materialien und typischen Arbeitsschritten standen auch erste grundlege Bearbeitungs- und Montagetechniken auf dem Programm. Dabei setzt das Team, das die Kursinhalte entwickelt hat, auf einen Mix aus E-Learning-Modulen und praktischen Übungen.

Für Arbnor Ademi, der bei der Walter Vögele GmbH in Freiburg seine Ausbildung absolviert, ist der Kurs eine gute Ergänzung zur eigentlichen Ausbildung. „Man macht Fortschritte, erlangt Kenntnisse und kann Basics üben. Auf der Baustelle kann ich das Wissen aus dem Kurs hier anwenden.“ Auch Marius Baral, der bei der BSD Doll Heizungsbau GmbH in Freiburg ausgebildet wird, ist vom Kurs überzeugt. „In den E-Learnings werden einem die Arbeitsschritte anders erklärt als auf der Baustelle.“ Auch die Praxis sagt ihm zu. „An der Montagewand kann ich üben und mehr selbst machen. Die Theorie dahinter bekommt man so schneller mit.“ Zum Ende der Woche stand ein praktischer Abschluss an: Jede Teilnehmerin und jeder Teilnehmer montierte eigenhändig eine Übungsaufgabe mit Abwasserrohrsystem und Trinkwasserleitung.

„Alle starten mit den gleichen Kenntnissen“

Ende September und Anfang Oktober wurde der Kurs einmal in Freiburg und einmal in Offenburg an der jeweiligen Gewerbe Akademie angeboten. In Freiburg waren die Teilnehmerplätze trotz des Kursbeitrags von 299 Euro schnell weg. Auch in Offenburg war der Kurs gut besucht. „Wir haben unseren Auszubildenden in diesen Kurs geschickt, damit er wichtige praktische Grundlagen vertieft und Sicherheit im Umgang mit Werkzeugen, Materialien und typischen Arbeitssituationen gewinnt“, erläutert Florian Sachse, Geschäftsführer der BSD Doll Heizungsbau GmbH. „Unser Ziel ist, dass er das Gelernte direkt auf der Baustelle anwenden kann und dadurch besser auf die Anforderungen des Berufsalltags vorbereitet ist.“ Der Kurs hat für Sachse klare Vorteile: „Der Azubi gewinnt an praktischem Wissen, Selbstvertrauen und Sicherheit bei der Ausführung seiner Arbeiten. Für uns als Unternehmen bedeutet das, dass er besser vorbereitet auf die Baustelle kommt, Arbeitsabläufe schneller versteht und unsere Monteure im Alltag zunehmend sinnvoll unterstützen kann.“

Auch Melissa Vögele, Geschäftsführerin der Walter Vögele GmbH, ist vom Kurs überzeugt. Das Unternehmen führt selbst bereits eine Einführungswoche mit ähnlichen Inhalten durch und hat den zusätzlichen Kurs gerne in Anspruch genommen. „Aus unserer Sicht ist besonders am Anfang der Ausbildung entscheidend, dass die richtigen Grundlagen vermittelt werden und die Azubis bei der Arbeit auch gleich schon mitwirken können“, sagt sie. So haben die Beginner auch direkt erste Erfolgserlebnisse. „Außerdem entlastet es unsere Obermonteure. Durch die einheitliche Vorbereitung weiß der Obermonteur, was der Azubi schon können sollte und was er von ihm erwarten kann, ohne den Azubi zu überfordern. Alle starten mit den gleichen Kenntnissen.“

Ausweitung auf andere Gewerke angedacht

Voraussetzung für die Teilnahme an dem Kurs ist ein bestehender oder geplanter Ausbildungsvertrag im SHK-Handwerk. Der Kurs ist ein Vorbereitungsangebot und ergänzt die bestehenden Kurse der überbetrieblichen Ausbildung an der Gewerbe Akademie der Handwerkskammer Freiburg. Das Team von „learn.SHK“ wertet die ersten Kurse nun aus. Im nächsten Ausbildungsjahr plant die Kammer, diese erneut anzubieten. Auf lange Sicht sollen die Kurse auch für andere Gewerke angeboten werden. Das Projekt „learn.SHK“ wird gefördert als InnoVET-PLUS-Projekt vom Bundesministerium für Bildung und Forschung. Verbundpartner im Projekt sind neben der Kammer das Fraunhofer-Institut für Solare Energiesysteme, die Hochschule Offenburg - Institut für Energiesystemtechnik und die Pädagogische Hochschule Freiburg - Institut für Berufs- und Wirtschaftspädagogik.

Weitere Informationen zum Projekt
unter www.learnshk.de



Die korrekte Handhabung von Materialien und Werkzeugen steht im Vordergrund des Azubi-Kurses.

Azubis beim Jugendbeirat

Giuliana Bodin und Jana Haas waren Gäste in Berlin

Wie war es, Einblicke in die Arbeit der Imagekampagne zu bekommen und wie konnten Sie sich einbringen?
Giuliana Bodin: Es war sehr interessant und ich konnte auch viel Neues mitnehmen. Wir haben uns zum Beispiel über verschiedene Themen für Social Media ausgetauscht, dort konnte ich meine eigenen Erfahrungen aus der Praxis einbringen.
Jana Haas: Interessant war auch, einen Einblick in die Arbeit hinter der Imagekampagne zu bekommen und zu sehen, wie viele kreative Menschen und Ideen dahinterstehen. Es war schön zu sehen, dass die Meinungen der Auszubildenden gefragt sind und wir die Chance bekamen, die Zukunft mitzugestalten, indem wir unsere Vorschläge aufzeigen konnten.



Giuliana Bodin
Foto: privat



Jana Haas
Foto: privat

Warum macht es Sinn, gerade junge Handwerkerinnen und Handwerker einzubinden und zu fragen?
Giuliana Bodin: Weil sie die Sprache der Zielgruppe sprechen. Sie kommen aus der Praxis, haben aber erst die Schule hinter sich gebracht und können sich dadurch gut in die Rolle der Jugendlichen hineinversetzen.
Jana Haas: Ja, junge Handwerkerinnen und Handwerker können aus eigener Erfahrung berichten und wissen eher, was die jungen Menschen bewegt. Gerade zu Zeiten von Social Media können sie dabei helfen, Kampagnen und Projekte so zu gestalten, dass sie möglichst viele junge Menschen erreichen und ansprechen.

Was meinen Sie: Wieso braucht das Handwerk eigentlich eine Imagekampagne?
Giuliana Bodin: Das Handwerk muss veraltete Vorurteile loswerden, um für junge Menschen sichtbar zu bleiben - zum Beispiel, dass man im Handwerk nichts verdient und keine Zukunft hat oder dass das Handwerk nichts für Frauen ist.
Jana Haas: Vielen ist nicht bewusst, wie viele wundervolle Berufe sich hinter dem Begriff Handwerk verbergen und welche Chancen und Möglichkeiten diese bieten. Das Handwerk hat leider nach wie vor mit Vorurteilen zu kämpfen, weshalb es wichtig ist, diese abzubauen und den Menschen zu zeigen, was das Handwerk wirklich ausmacht!

Weitere Informationen zur Imagekampagne des Handwerks unter www.handwerk.de/infos-fuer-betriebe