

IMPRESSUM

**Computern im Handwerk/
handwerke.de**

gegründet 1984, dient als unabhängiges Fachmagazin für moderne Kommunikation den Betrieben der Bauhaupt- und Nebengewerbe im „portionierten“ Wissens- und Technologietransfer.

Herausgeber: Horst Neureuther

© Copyright: CV München
CV Computern-Verlags GmbH
Goethestraße 41, 80336 München

Telefon 0 89/54 46 56-0
Telefax 0 89/54 46 56-50
Postfach 15 06 05, 80044 München
E-Mail: info@cv-verlag.de
redaktion@cv-verlag.de
www.handwerke.de

Geschäftsleitung:

Dipl.-Vw. H. Tschinkel-Neureuther

Anzeigenleitung:

Dipl.-Vw. Heide Tschinkel-Neureuther
e-mail: anzeigen@cv-verlag.de

Redaktion und redaktionelle**Mitarbeiter in dieser Ausgabe:**

Emil Delić, Klaus-Dieter Franzen,
Tobias Funken, Annika Jeschke,
Thomas Joos, Rolf Leicher,
Svenja Linke, Anton Meschede,
Horst Neureuther (verantw.),
Gundo Sanders, Heike Schmidt,
Svenja Schölermann, Sarah Tietjen

Anzeigenvertretung:

Medienmarketing SANDERS

Layout:

AD&D Werbeagentur GmbH,
Silvia Romann, Dietmar Kraus

Druck:

Walstead Leykam, Neudörfel

Druckauflage: 50.000

Tatsächliche Verbreitung:
49.657 (11/26)



Auflage und Verbreitung kontrolliert.

42. Jahrgang

Erscheinungsweise: 10 x jährlich

Abo-Preis:

29,- € p.a. plus Porto inkl. MwSt.

Einzelpreis: 2,90 €

Ein Abonnement verlängert sich automatisch um ein Jahr, wenn es nicht spätestens 3 Monate vor Ablauf des Bezugszeitraumes gekündigt wird.

ISSN 0931-4679

**Mitglied der Informations-
gemeinschaft zur Feststellung der
Verbreitung von Werbeträgern e. V.
(IWW) Berlin**

Zur Zeit gilt die Anzeigenpreisliste
Nr. 43 vom 01.11.2025.

Titelkopf: © Fotolia.de/yellowj

KI-REPUTATION:

Warum Handwerksbetriebe ihre Sichtbarkeit neu denken müssen

Viele Handwerksbetriebe gewinnen ihre Aufträge seit Jahren über Empfehlungen, Stammkunden und eine gut gepflegte Website. Wer zusätzlich bei Google gefunden wurde, hatte beste Chancen, neue Kunden zu gewinnen. Doch diese Spielregeln verändern sich derzeit grundlegend ... | VON HEIKE SCHMIDT



Immer mehr Menschen suchen nicht mehr ausschließlich über klassische Suchmaschinen nach Handwerksbetrieben. Sie stellen ihre Fragen direkt an KI-Systeme wie ChatGPT, Gemini oder Perplexity. Statt einer langen Liste mit Webseiten erhalten sie sofort konkrete Antworten – häufig sogar inklusive Empfehlungen oder Entscheidungshilfen. Für Handwerksunternehmen stellt sich deshalb eine neue Frage: Wie wird mein Betrieb künftig überhaupt noch empfohlen?

Gute Arbeit allein reicht nicht mehr

Im Handwerk gilt seit jeher: Qualität spricht sich herum. Das stimmt auch heute noch. Allerdings findet ein großer Teil dieser Weiterempfehlungen inzwischen digital statt. Potentielle Kunden informieren sich vor einer Anfrage ausführlich im Internet. Sie vergleichen Anbieter, lesen Bewertungen und recherchieren Erfahrungen. Gleichzeitig greifen KI-Systeme auf genau diese Informationen zurück, wenn sie Antworten formulieren. Das bedeutet: Nicht nur Menschen bilden sich ein Urteil über einen Betrieb – auch KI-Systeme bewerten, welche Unternehmen als vertrauenswürdig erscheinen.

Portraitfoto: Heike Schmidt

Die Website bleibt wichtig – ist aber nicht mehr alles

Viele Betriebe investieren Zeit und Geld in ihre Website. Das ist weiterhin sinnvoll. Doch eine gute Internetseite allein reicht künftig immer seltener aus. KI bewertet nicht nur den Inhalt einer Website, sondern das gesamte digitale Bild eines Unternehmens.

Dazu gehören unter anderem:

- unabhängige Berichterstattung
- Fachartikel
- Bewertungen
- Brancheneinträge
- Expertenbeiträge
- Erwähnungen auf anderen Webseiten

Je häufiger ein Unternehmen in unterschiedlichen vertrauenswürdigen Zusammenhängen auftaucht, desto stärker wird seine digitale Glaubwürdigkeit. Man könnte sagen: Aus der klassischen Online-Reputation entwickelt sich eine neue Form der KI-Reputation.

Vertrauen wird zum Wettbewerbsvorteil

Gerade im Handwerk spielt Vertrauen eine entscheidende Rolle. Kunden vergeben Aufträge häufig an Betriebe, die Kompetenz, Zuverlässigkeit und Erfahrung ausstrahlen. Diese Vertrauensbasis entsteht

heute nicht mehr ausschließlich im persönlichen Gespräch. Bereits vor dem ersten Telefonat informieren sich viele Interessenten online. Findet ein potentieller Kunde dort nicht nur die Unternehmenswebsite, sondern zusätzlich Fachartikel, Interviews oder Berichte in unabhängigen Medien, entsteht ein deutlich stärkerer Vertrauenseffekt. Genau diese Informationen fließen zunehmend auch in KI-gestützte Suchsysteme ein.

Warum PR auch für Handwerksbetriebe interessant wird

Public Relations wird häufig mit großen Konzernen oder international bekannten Marken verbunden. Tatsächlich bieten sie jedoch gerade mittelständischen Unternehmen neue Chancen. Ein Bericht über ein erfolgreich abgeschlossenes Projekt, ein Fachbeitrag zu einem branchenspezifischen Thema oder ein Interview zu aktuellen Entwicklungen zeigen Kompetenz auf eine Weise, die Werbung allein kaum leisten kann. Während eine Anzeige vom Unternehmen selbst stammt, entsteht



durch redaktionelle Veröffentlichungen eine unabhängige Einordnung. Das schafft Glaubwürdigkeit – sowohl bei potentiellen Kunden, als auch im digitalen Informationsraum. Gerade für spezialisierte Handwerksbetriebe kann dies ein entscheidender Wettbewerbsvorteil werden.

Sichtbarkeit beginnt lange vor der Anfrage

Viele Unternehmer beschäftigen sich erst dann mit ihrer Außendarstellung, wenn die Auftragslage nachläßt. Doch Sichtbarkeit entsteht nicht innerhalb weniger Wochen. Digitale Reputation baut sich über einen längeren Zeitraum auf. Jeder Fachartikel, jede seriöse Medienveröffentlichung und jede qualifizierte Erwähnung tragen dazu bei, das Vertrauen in einen Betrieb zu stärken. Wer erst reagiert, wenn weniger Anfragen eingehen, hat häufig bereits wertvolle Zeit verloren.

Die Kommunikation verändert sich

Die Entwicklung zeigt deutlich: Unternehmenskommunikation wird künftig breiter gedacht werden müssen. Neben einer modernen Website, guten Kundenbewertungen und einer aktiven Präsenz in digitalen Medien gewinnen auch redaktionelle Veröffentlichungen an Bedeutung. Sie helfen dabei, Kompetenz sichtbar zu machen und Vertrauen aufzubauen – nicht nur bei Menschen, sondern zunehmend auch bei KI-Systemen.

FAZIT

Die Digitalisierung verändert derzeit nicht nur die Arbeitsabläufe im Handwerk, sondern auch die Art, wie neue Kunden Betriebe finden. Während früher vor allem die Position bei Google entscheidend war, rückt heute die digitale Reputation in den Mittelpunkt. KI-Systeme orientieren sich zunehmend daran, welche Unternehmen als glaubwürdige Quellen gelten. Für Handwerksbetriebe bedeutet das: Gute Arbeit bleibt die wichtigste Grundlage. Wer diese Qualität jedoch zusätzlich sichtbar macht und Vertrauen auch außerhalb der eigenen Website aufbaut, schafft beste Voraussetzungen, um auch künftig gefunden und empfohlen zu werden. <<

GET NORD

Fachmesse Elektro, Sanitär, Heizung, Klima

Die Zukunft der Gebäudetechnik – vernetzt gedacht.
Für alle Gewerke.

HAMBURG
19.-21.
NOVEMBER
2026



Vernetzte Gebäudetechnik live erleben!
Jetzt Ticket sichern.
get-nord.de/tickets



Ideelle
Träger

BDH



zvei
electrifying
ideas