



## Werbung, die gefunden wird

### Wie das Telefonbuch beim Marketing helfen kann

Neue Optik, neue Funktionen, neuer Service: Das Telefonbuch hat seine Internet-Plattform komplett überarbeitet und wird damit als Marketing-Instrument für Handwerksbetriebe noch interessanter. Die IKZ HAUSTECHNIK-Redaktion hat das neue Angebot getestet.

**N**ehmen wir an, ein Hausbesitzer möchte das Badezimmer seines Eigenheims von Grund auf neu gestalten und sucht einen passenden Handwerksbetrieb. Was wird er tun? Im gedruckten Tele-

fonbuch blättern? Nach Inseraten in Zeitungen oder Anzeigenblättern suchen? Vielleicht. Die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass viele Bürger in Zukunft verstärkt eine Quelle nutzen werden: das elektronische Telefonbuch im Internet unter [www.dastelefonbuch.de](http://www.dastelefonbuch.de). Denn die deutschen Telefonbuchverlage sind dabei, ihre Online-Plattform völlig neu zu gestalten. In der neuen Version wird [dastelefonbuch.de](http://dastelefonbuch.de) die umfassendste und komfortabelste „Findemaschine“ für Waren und Dienstleistungen im Internet sein, versprechen die Betreiber. Gerade für Unternehmen, die ihre Kunden vorrangig im lokalen Raum gewinnen wollen – also auch für die meisten Handwerksbetriebe –, werde die Internet-Plattform damit ein neues, erheblich verbessertes Marketing-Instrument sein.

Was ist dran an der Ankündigung? Die Redaktion der IKZ-HAUSTECHNIK hat die neue Version des Online-Telefonbuchs getestet.

### Neue Optik, nützliche Funktionen

Erster Eindruck: Das optische Erscheinungsbild der Website ist erheblich verbessert worden. Bislang arbeitete das Online-Telefonbuch mit einem Layout, das in seinen Grundzügen von 1997 stammt und heute etwas schrill wirkt. Die neue Version sieht modern, elegant und seriös aus. Gerade für Handwerksbetriebe, die Kompetenz und Zuverlässigkeit ausstrahlen müssen, bietet diese neue Optik ein gutes Umfeld, um sich angemessen darzustellen.

Zweiter Eindruck: Mit vielen neuen Funktionen dürfte die neue Version des Online-Telefonbuchs eines der besten und für den Nutzer bequemsten Adressverzeichnisse im Internet sein. Dass der Nutzer jetzt auch Postleitzahlen oder Notrufnummern übersichtlich findet, ist dabei

nur ein Randaspekt. Wichtiger ist: Wer zum Beispiel einen Handwerker sucht, kann künftig zwischen einer ganzen Reihe praktischer Suchfunktionen wählen – ohne dass die Website überfrachtet wirkt. Er kann in seinem Ortsnetz die einfache Suche oder den „Profimodus“ nutzen, der eine stärkere Differenzierung erlaubt. Er kann sich „Regionale Angebote“ anzeigen lassen – und er kann gezielt in einem selbst definierten Gebiet, in seiner direkten Nachbarschaft suchen.

Diese Funktion heißt „Umkreisfinder“ und ist für den Nutzer die spannendste Neuerung beim Online-Telefonbuch. Ein Anwendungsbeispiel: Wer – wie bisher üblich – im Ortsnetz Berlin nach dem Stichwort „Bad“ sucht, dem listet die Datenbank mehr als 220 Anbieter von Sanitärtechnik auf. Zu viele für eine sinnvolle Auswahl. Im „Umkreisfinder“ kann der Hausbesitzer nun beispielsweise eingeben, dass er nach dem Stichwort „Bad“ nur im Umkreis von zehn Kilometern um die Spandauer Straße suchen will – und auch dort nur nach Unternehmen, die mit einer Website im Internet präsent sind. Dann findet er gezielt Betriebe in seiner Umgebung, über die er sich sofort online weiter informieren kann.

Ein Wermutstropfen: Bei Stichproben der Redaktion gab es Diskrepanzen zwischen dem herkömmlichen „Örtlichen Telefonbuch“ und der Online-Version. Einige Einträge fehlten, andere waren unvollständig. Auf Nachfrage versicherte man uns jedoch, dass die Online-Version zur Zeit noch „relauncht“ und die Fehler im Zuge der Überarbeitung beseitigt werden.

Dennoch, solche nützlichen Zusatzfunktionen kön-

#### ■ Startseite des elektronischen Telefonbuches [www.dastelefonbuch.de](http://www.dastelefonbuch.de).

nen dafür sorgen, dass das elektronische Telefonbuch mehr als bisher zu einer zentralen Anlaufstelle für die Suche nach Geschäftspartnern im lokalen Wirtschaftsraum wird. Auch für Handwerksbetriebe wird es damit noch wichtiger, sich in diesem Medium deutlich sichtbar zu präsentieren.

#### Werbung auf vielen Kanälen

Suchmaschinen-Marketing im Internet ist aber umstritten. Kritiker bezweifeln die Effizienz. Was ist dazu zu sagen? „Die Kritik ist für gewöhnliche Suchmaschinen berechtigt, sie gilt aber nicht für das Telefonbuch“, sagt Gerhard Kinzl, Geschäftsführer der Das Telefonbuch Servicegesellschaft in Köln, die die Online-Plattform konzipiert hat: „Herkömmliche Suchmaschinen liefern dem Nutzer einen Wust von Daten, in dem der einzelne Eintrag untergeht. Wir liefern eine gezielte Auswahl von Informationen, die der Nutzer wirklich gebrauchen kann. Das ist eine ganz andere Art der Kundenansprache.“

Dazu kommt, dass Werbung über das Telefonbuch auf vielen Kanälen wirkt. So wichtig das Internet auch ist oder sein wird: Die Gemeinde der Internet-Nutzer macht nach wie vor nur einen Teil der Bevölkerung aus. Wer im Telefonbuch mit seinen Angeboten oder seiner Werbung eingetragen ist, kann aber gleichermaßen im gedruckten und im Online-Telefonbuch, über Handy, CD-ROM und die Telefonauskunft gefunden werden. Kinzl formuliert es so: „Medien-übergreifende Kombinationswerbung ist bei uns bequem und wirkungsvoll möglich.“

#### Effektive Werbung durch individuelle Beratung

Wie also können Handwerker künftig im Telefonbuch on- und offline werben? „Nicht nur im Internet, sondern in allen Kanälen geht der Trend dahin, dass die Nutzer immer mehr nach Stichworten und Angeboten suchen statt nach Firmennamen, wie es die klassische Funktion des Telefonbuchs war“, sagt Kinzl. Soll heißen: Für Handwerksbetriebe wird es immer wichtiger, dass sie

im Telefonbuch mit den richtigen Stichwörtern eingetragen sind – also nicht nur mit dem Gewerk, sondern möglichst auch mit konkreten Angeboten, nach denen Kunden suchen könnten. Auf der neuen Internet-Plattform wird dieses „Key-Word Marketing“ ergänzt um eine ganze Reihe anderer möglicher Werbeformen vom „Top-Treffer“ über die Rubrik „Regionale Angebote“ bis zur klassischen Banner-Werbung.

Auf Details dazu soll hier nicht eingegangen werden. Denn wichtig ist, dass jeder Inserent sich individuell beraten lässt, welche Formen der Werbung oder des Telefonbucheintrags für ihn sinnvoll sind. Zuständig dafür sind die regionalen Telefonbuchverlage, die auch das Online-Telefonbuch vermarkten. Den jeweils zuständigen Verlag können Sie auf der Webseite [www.dastelefonbuch-marketing.de](http://www.dastelefonbuch-marketing.de) recherchieren – oder Sie schreiben eine E-Mail an: [kontaktinfo@dastelefonbuch-marketing.de](mailto:kontaktinfo@dastelefonbuch-marketing.de). ■