

Die WhatsApp-Handwerker

Datenkrake und doch so praktisch: Vier Handwerker erzählen, wie sie den Messenger nutzen und warum sie keine Abmahnungen fürchten

Von Max Frehner

WhatsApp hat das, was andere Messenger zu wenig haben: Mehr als 40 Millionen aktive Nutzer allein in Deutschland. Die hohe Verbreitung und praktische Funktionen machen WhatsApp zu einem nützlichen Werkzeug, das sich auch immer mehr Handwerksbetriebe zunutze machen. Datenschützer sehen den 2014 von Facebook gekauften Messengerdienst jedoch kritisch. „Das Problem liegt vor allem in der Synchronisation der Kontaktdaten“, erklärt Hauke Hansen, Fachanwalt für IT-Recht. Wer den Messenger installiert, stimmt zu, dass WhatsApp jederzeit auf alle gespeicherten Kontakte zugreifen darf. Dadurch erhält WhatsApp auch Daten von Personen, die den Messenger selbst gar nicht nutzen. „Der Nutzer begeht wahrscheinlich Datenschutzverstöße“, warnt Hansen. Um das zu vermeiden, hätten Betriebe grundsätzlich drei Möglichkeiten.

Variante 1: Der Betrieb stellt sicher, dass nur Kontakte auf dem Smartphone gespeichert sind, die selbst WhatsApp nutzen. In diesem Fall haben sich die Kontakte mit den Geschäftsbedingungen der Facebook-Tochter einverstanden erklärt, sagt Hansen.



Variante 2: Bevor ein Kontakt gespeichert oder WhatsApp installiert wird, holt der Betrieb eine wirksame Einwilligung von all jenen Personen ein, die den Messenger nicht nutzen.

Variante 3: Der Betrieb verhindert den Zugriff auf das Adressbuch. Hierfür empfiehlt Hansen Container-Lösungen. Bei solchen wird ein geschützter Bereich auf dem Smartphone geschaffen. Apps, die im Container liegen, können nicht mit außenliegenden Anwendungen kommunizieren. Eine günstigere Alternative könnte sein, den Zugriff in den Geräteeinstellungen zu verwehren. Das Problem: Der Nutzer muss den Messenger erst installieren, ehe er den Zugriff kappen kann. WhatsApp synchronisiert bestehende Kontakte jedoch direkt nach der Installation.

Ob es genügt, die Synchronisierung zu verhindern, ist aus Sicht von Datenschützern umstritten. Sie sehen diese zwar als Hauptproblem, kritisieren jedoch unter anderem auch, dass WhatsApp Daten auf US-amerikanischen Servern zwischen speichert. Letztlich bleibt es eine Risikoabwägung. Fällt diese zugunsten von WhatsApp aus, kann das in vielerlei Hinsicht zum betrieblichen Erfolg beitragen, wie die folgenden vier Beispiele zeigen.



Bei der Personalsuche

Ein Anschreiben zu formulieren, liegt nicht jedem. „Über diese Hemmschwelle möchten wir Bewerbern helfen“, sagt Felix Stock, geschäftsführender Gesellschafter der Eismann Haustechnik GmbH im niedersächsischen Oldenburg. Seit rund einem Jahr nimmt er Bewerbungen auch per WhatsApp entgegen. Eine Maßnahme, die bereits Früchte trägt. Im Mai 2018 begann ein neuer Auszubildender seine Lehre in dem 95 Mann starken Betrieb, der hauptsächlich Elektroinstallationen und SHK-Dienstleistungen anbietet. Den Erstkontakt hatte der Azubi mit einer einfachen Nachricht hergestellt.

Vor allem junge Schulabgänger mit Interesse an einer Lehrstelle hätten sich bislang per Messenger gemeldet. Die Bewerbung per WhatsApp bietet Stock aber grundsätzlich bei allen Stellenausschreibungen als Option – ganz gleich, ob ein Azubi oder eine Fachkraft gesucht wird. Die Anfragen nimmt Stock auf einem Smartphone entgegen, das ausschließlich diesem Zweck dient. Es ist so eingerichtet, dass der Messenger keinen Zugriff auf das Telefonbuch hat. Aus datenschutzrechtlichen Gründen achtet er zudem darauf, dass der Erstkontakt stets vom Interessenten ausgeht. „Damit stimmt der Bewerber zu, dass seine WhatsApp-Daten an mich übermittelt werden“, sagt Stock.

Meldet sich ein Interessent, antwortet er meist noch am selben Tag. „In den meisten Fällen kommt so ein kleiner Dialog zustande“, sagt Stock. Seiner Meinung nach bietet diese Form der Kommunikation für beide Seiten Vorteile. „Der Bewerber weiß direkt, ob eine Stelle noch zu haben ist.“ Somit müsse sich kein Interessent für ein Anschreiben abmühen, das unter Umständen nicht einmal gelesen wird. Für ihn als Chef sei das WhatsApp-Angebot eine gute Möglichkeit, die moderne Ausrichtung seines Betriebs glaubhaft nach außen zu kommunizieren. Er sieht aber noch einen weiteren Vorteil in der Bewerbung per WhatsApp: „Wer abends auf dem Sofa liegt und über einen Wechsel nachdenkt, schreibt vielleicht doch schneller eine WhatsApp, als den formellen Weg über die E-Mail zu gehen.“

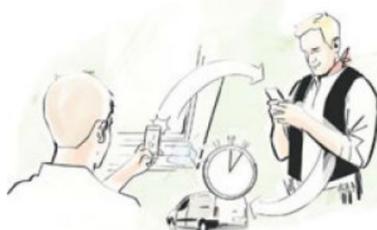
Die meisten Bewerber würden sich weiterhin per Post, E-Mail oder persönlich melden, sein WhatsApp-Angebot bewertet Stock dennoch als Erfolg. „Mit dem einfachen Einstieg in das Bewerbungsverfahren haben wir uns von anderen Arbeitgebern aus der Region ab.“ Ein Vorteil, der in Zeiten des Fachkräftemangels den Unterschied machen kann.

Im Kundenkontakt

„Wir haben unsere Not mehr oder weniger zur Tugend gemacht“, beschreibt Oliver Dundiew, wie er WhatsApp für seinen Vier-Mann-Betrieb im baden-württembergischen Marbach entdeckte. Als selbst ernannter Dachfenster-Retter ist er täglich in Haushalten unterwegs, in denen Fenster klemmen, repariert oder ausgetauscht werden müssen. In diesem Zusammenhang benötigt Dundiew häufig eine mehrstellige Typenbezeichnung, die in den Dachfensterflügel eingraviert ist. „Immer, wenn ich beim Kunden vor Ort war, habe ich die Typenbezeichnung nicht abgeschrieben, sondern abfotografiert“, erzählt der Zimmerer.

Heute übernehmen Kunden diesen Schritt für ihn. Und das, bevor er bei ihnen vorbeischaute. Sie senden ihm per WhatsApp die Typenbezeichnung zu, fertigen Videos von ihrem Problem an und geben dem Dachfenster-Spezialisten so vorab einen Eindruck, was ihn vor Ort erwartet. Eine Büro-Mitarbeiterin koordiniert den Großteil der Kundenkommunikation. „Die eingehenden Nachrichten bearbeiten wir über den WhatsApp-Webdienst am Rechner.“ Das spare Zeit beim Schreiben und erübrige den regelmäßigen Blick aufs Smartphone. Der Erstkontakt gehe dabei immer vom Kunden aus.

Seinen digitalen Kundendienst bewirbt Dundiew aktiv im Kundengespräch. Auch in der E-Mail-Signatur, in den sozialen Medien sowie auf der Homepage vermarktet er das Angebot. „Wer mit dem Smartphone auf unsere Seite kommt und auf die WhatsApp-Nummer klickt, öffnet direkt einen WhatsApp-Chat mit uns“, erklärt der Zimmerer.



Seitdem er den Service anbietet, erhält Dundiew etwa zehn bis 15 Prozent mehr Aufträge, wie er schätzt. „Mehr als zwei Drittel unserer Kunden werden online auf uns aufmerksam“, verrät er. Und gerade im Netz würden die Menschen eine unkomplizierte Kontaktaufnahme zu schätzen wissen, zudem hätten Kunden oftmals Probleme, eine konkrete Anfrage zu formulieren. „Die Möglichkeit Bilder zu schicken, nimmt hier die Hemmschwelle.“ Nebenbei würden Interessenten seltener abspringen: „Häufig suchen Kunden direkt nach einem anderen Betrieb, sollte ich nicht sofort telefonisch erreichbar sein.“ Seitdem Dundiew den Messenger-Service anbietet, sei dies weniger der Fall. „So wie wir WhatsApp aktuell nutzen, ist es eine Zeitersparnis“, zieht er ein positives Fazit. „Es entfallen lange Telefongespräche, in denen die Bedienung der Fenster erklärt wird und ich bin besser auf die Termine vorbereitet.“



Als Werbekanal

Morgens halb neun in der 2.800-Seelen-Gemeinde Langenpreising. 600 Oberbayern erhalten zeitgleich eine Nachricht auf ihr Smartphone. Absender: Die Metzgerei Haslacher. 2017 startete Inhaber Anton Haslacher seinen kostenlosen „Haslacher Gourmet-Newsletter“. Wer sich registriert, erhält einmal pro Woche ein Foto zugeschickt – per WhatsApp direkt aufs Smartphone. Darauf nachzulesen: Die Angebote der Woche, die aktuellen Gerichte von der Heißen Theke und ein „Sommelier-Tipp“ von Metzgermeister Georg Schmid.

„Eine Printanzeige wird schnell mal überblättert oder ist bald wieder vergessen“, sagt Gerhard Rován, externer Marketing-Fachmann der Metzgerei. Ein Newsletter, der per WhatsApp verschickt wird, bleibt hingegen sichtbar. Auf der App reißt sich die Nachricht zwischen Chats von Freunden und Familie ein. In der Mediengalerie bleibt das Wochenangebot so lange gespeichert, bis es vom Smartphone gelöscht wird. „Die meisten finden es gut, dass sie die Angebote in aller Ruhe auf dem Smartphone studieren können“, freut sich Schmid über den bisherigen Erfolg des Newsletters. Großen Anteil daran, dass sich der Newsletter so schnell herumgesprochen hat, hätten die exklusiven Sonderaktionen. In unregelmäßigen Abständen erhalten die Abonnenten Coupons in Form eines Fotos zugeschickt. Wer den Gutschein im Laden vorzeigt, bekommt dann etwa gratis eine Leberkäs-Semmel. Rund 30 bis 40 neue Abonnenten gewinnt die Metzgerei durch Aktionen wie diese hinzu.

Den Versand des Newsletters wickelt Rován über den Dienstleister MessengerPeople ab. Der Service-Anbieter aus München ermöglicht es dem Marketing-Experten, den Newsletter zentral vom PC aus zu steuern. Eine eigene Rufnummer oder ein eigener WhatsApp-Account sind nicht erforderlich. Sämtliche Empfängerdaten liegen bei MessengerPeople. „Wir haben einen ADV-Vertrag mit dem Anbieter geschlossen“, erklärt Rován. Ebenfalls praktisch: Der Dienstleister bietet seinen Kunden ein „individuell anpassbares Widget für die datenschutzkonforme Anmeldung“ an. Dieses hat Rován auf der Homepage der Metzgerei Haslacher integriert. Wer sich für den „Haslacher Gourmet-Newsletter“ anmelden möchte, kann dies nur, wenn er vorher einer entsprechenden Datenschutzerklärung zugestimmt hat. „Mehr kann man nicht machen, um sich vor Abmahnungen zu schützen“, sagt Rován.

Für interne Prozesse

Vergangenes Jahr begann Metzgermeister Dirk Ludwig, die Bestellungen seiner Mitarbeiter nicht mehr auf Zuruf oder Papier entgegenzunehmen, sondern nur noch per WhatsApp. Die zuständigen Personen stattete er vorab mit einem Diensthandy aus, auf denen nur die internen Nummern gespeichert sind. In einer WhatsApp-Gruppe erstellen seine Mitarbeiter seither einen Einkaufszettel, der, an einem Ort gebündelt, vollständig und mobil abrufbar ist. „Selbst wenn ich beim Großhändler am Regal stehe, können sie mir immer noch schreiben, sollte etwas fehlen“, sagt Ludwig. Da die Mitarbeiter zu jeder Zeit über den aktuellen Bestellstatus Bescheid wissen, würde nichts mehr doppelt bestellt, freut sich Ludwig.

Der Erfolg motivierte den Metzgermeister dazu, den Messenger auch in anderen Arbeitsbereichen seines 35-Mann-Betriebs im hessischen Schlüchtern einzusetzen. Für die Arbeitsbereiche Sicherheit, Umweltschutz, Arbeitssicherheit, Qualitätssicherung und Hygiene richtete Ludwig jeweils eine eigene WhatsApp-Gruppe ein. „Wenn die Fachkraft für Arbeitssicherheit einen losen Stecker entdeckt, fotografiert sie die Stelle und schickt das Bild anschließend in die Gruppe“, erklärt Ludwig. Da der Hausmeister ebenfalls Mitglied der WhatsApp-Gruppe ist, weiß er sofort über den Schaden Bescheid und kann ihn beheben. Ein Foto von der reparierten Stelle bestätigt den Beteiligten, dass die Arbeit erledigt wurde. „Ein untrügerischer Beweis“, freut sich der Metzgermeister. Parallel dazu



Illustrationen: Christian Sommer/dieKLEINERT.de

seien alle Vorgänge dokumentiert und archiviert. Etwa für das Amt für Arbeitsschutz und Arbeitssicherheit und die Berufsgenossenschaft, sagt er. Der Zeitstempel mache die Vorgänge zudem zeitlich und chronologisch nachvollziehbar.

„Ich arbeite in einer Branche, in der unglaublich viel dokumentiert werden muss“, sagt Ludwig. Den Großteil seiner Unterlagen muss der Metzgermeister mindestens zwei Jahre aufbewahren. Mit WhatsApp Web ist es ihm möglich, sämtliche Nachrichten direkt am PC zu bearbeiten. „Ich muss nichts mehr einscanen“, freut er sich. Seinen Dokumentations- und Archivierungsaufwand habe er in den entsprechenden Bereichen um 90 Prozent reduzieren können. „Der Schlüssel liegt darin, dass man sich bewusst wird, welche Möglichkeiten WhatsApp tatsächlich bietet“, sagt Ludwig.



KONZERTERLEBNIS IN DER ELBPILHARMONIE

BELCANTO-OPERNGALA MIT SONYA YONCHEVA (SOPRAN) UND ORCHESTER

Hamburg gilt als eine der schönsten Städte Deutschlands und überrascht Sie mit einer fast unüberschaubaren Anzahl an Sehenswürdigkeiten, Museen, Theater- und Konzerthäusern. Die Stadt ist ein bedeutender Kultur-, Industrie- und Handelsstandort, wo sich hanseatische Traditionen und Weltoffenheit gekonnt mit mancherlei Begleiterscheinungen einer Hafenstadt arrangieren.

Die Hamburger sind inzwischen sehr stolz auf die Elbphilharmonie, da Besucher aus der ganzen Welt nach Hamburg kommen, um diese einmalige Metamorphose eines Speichergebäudes zum Konzertsaal zu bestaunen.



8. 10. 2019 – 10. 10. 2019



ab 1.195 € p.P./DZ

Inklusive Karten
bester Kategorie (Kat. 1)
im großen Saal der
Elbphilharmonie



Im Reisepreis enthalten:

- Flug (Berlin, Düsseldorf, München und Stuttgart) nach Hamburg und zurück inkl. Luftverkehrssteuer, Flughafen- und Sicherheitsgebühren
- Transfer Flughafen – Hotel – Flughafen
- 2 Übernachtungen mit Frühstücksbuffet
- Abendessen im Restaurant Schifferbörse (am 1. Tag)
- Mittagsimbiss im Restaurant Kajüte (am 2. Tag)
- Stadtrundfahrt Hamburg – Kulturstadt
- Ausflug „HafenCity und Speicherstadt“
- Konzertkarte (Preiskategorie 1)
- qualifizierte Reiseleitung
- ausführliche Reiseunterlagen

Weitere Informationen unter:
www.dhz.net/leserreisen

Veranstalter dieser Leserreise ist Mondial Tours MT SA. Gerne senden wir Ihnen nähere Informationen über diese Leserreise zu. Rufen Sie uns an unter 0800 / 462 63 77 (gebührenfrei) oder schreiben Sie uns per Post: DHZ-Leserreisen, Postfach 13 42, 86816 Bad Wörishofen oder per Fax: 08247 / 354 -4287. E-Mail: leserreisen@holzmann-medien.de



DHZ-LESERREISE