

WHITEPAPER

Vom Werkzeugkoffer zum Headset

Wie Handwerksbetriebe den Einstieg auf
Live-Video-Support erfolgreich in die
tägliche Routine integrieren.

WWW.TELE-LOOK.COM



teleLOOK

Inhaltsverzeichnis

Die Herausforderungen moderner Handwerksbetriebe	2
1. Die Kosten der Ineffizienz: Wenn der erste Einsatz nicht der letzte ist	2
2. Die Lösung in der Praxis: So funktioniert Live-Video-Support mit tele-LOOK	3
3. Die strategischen Vorteile: Mehr als nur eingesparte Fahrtkosten	4
3.1. Direkte Kostensenkung und signifikanter ROI	4
3.2. Steigerung der Kundenzufriedenheit	5
3.3. Effektives Mittel gegen den Fachkräftemangel.....	5
4. Erfolgreiche Implementierung: Von der Idee zur täglichen Routine.....	5
4.1. Der entscheidende Faktor: Mitarbeiterakzeptanz	5
4.2. Integration in bestehende Arbeitsabläufe.....	6
5. Service Monetarisierung: Von der gesparten Fahrt zum Service-Erlös	7
5.1 Wertschöpfung und Umsatzpotentiale durch Video-Support im Handwerk:.....	7
5.2 Beispiel einer Bepreisungsoption für Handwerksbetriebe:	7
5.3 Strategische Überlegungen zur Preisdurchsetzung	8
Fazit: Die Zukunft des Service ist digital und effizient.....	8
Impressum	9

Die Herausforderungen moderner Handwerksbetriebe

Steigende Spritpreise fressen die Margen auf, der beste Meister kann nicht auf drei Baustellen gleichzeitig sein und Kunden erwarten eine Lösung am besten gestern. Die Digitalisierung ist kein abstrakter Trend mehr, sondern die pragmatische Antwort auf die drängendsten Probleme, mit denen Inhaber und Geschäftsführer von Handwerksbetrieben täglich konfrontiert sind: explodierende Kosten, der allgegenwärtige Fachkräftemangel und steigende Kundenerwartungen an sofortigen Service.

Genau hier setzt der Live-Video-Support an: eine praxisorientierte und schnell implementierbare Lösung, die diese zentralen Herausforderungen direkt adressiert. Anstatt in komplexe, langwierige IT-Projekte zu investieren, bietet diese Technologie ein schlankes Werkzeug, das den Arbeitsalltag spürbar erleichtert. Der erste und wichtigste Schritt zur Effizienzsteigerung liegt in der Optimierung von Serviceeinsätzen – denn hier werden Zeit, Geld und Kundenvertrauen gewonnen oder verloren.

1. Die Kosten der Ineffizienz: Wenn der erste Einsatz nicht der letzte ist

Die Effizienz im Außendienst ist eine der kritischsten Kennzahlen für die Rentabilität eines jeden Servicebetriebs. Jeder zusätzliche Einsatz für dasselbe Problem verursacht nicht nur direkte Kosten, sondern bindet auch wertvolle Ressourcen, die an anderer Stelle produktiver eingesetzt werden könnten. Im Zentrum dieser Betrachtung steht die sogenannte **First-Time Fix Rate (FTFR)**, auch Erstlösungsquote genannt.

Diese Kennzahl misst, wie häufig Serviceaufträge bereits beim ersten Besuch des Technikers erfolgreich abgeschlossen werden. Doch sie ist weit mehr als nur ein internes Effizienzmaß: Für den Kunden ist sie oft ein entscheidendes Kriterium bei der Wahl des Servicepartners. Eine Studie der Aberdeen Group fand heraus: **Probleme, die nach dem Besuch eines Servicetechnikers nicht gelöst sind, sind mit 61 % der häufigste Grund für Kundenbeschwerden.** Eine hohe Erstlösungsquote signalisiert Kompetenz und gewinnt neue Aufträge, während eine niedrige Quote nicht nur zu Frustration, sondern zum direkten Verlust von Kunden an den Wettbewerb führt.

Die Gründe für wiederholte Serviceeinsätze sind vielfältig:

- **Fehlende Ersatzteile oder Werkzeuge:** Der Techniker kommt vor Ort an und stellt fest, dass ein spezifisches Teil oder Werkzeug fehlt.

Der Einsatz

muss

abgebrochen und neu geplant werden.

- **Mangelnde Qualifikation des Technikers vor Ort:** Die Störung ist komplexer als erwartet und übersteigt die Fähigkeiten des entsandten Mitarbeiters.



- **Fehlerhafte oder unvollständige Erstdiagnose:** Die Problembeschreibung am Telefon war ungenau, sodass der Techniker auf eine falsche Situation vorbereitet war.
- **Mangelhafte Kommunikation im Team und mit dem Kunden:** Wichtige Informationen zum Auftrag oder zur Kundenhistorie wurden nicht oder nur unvollständig weitergegeben.

Diese einzelnen Fehler sind jedoch oft nur Symptome einer tieferliegenden Ursache: fehlende Datenverfügbarkeit und mangelnde Transparenz im gesamten Serviceprozess. Die wirtschaftlichen Folgen sind gravierend. Zu den direkten Kosten für zusätzliche Fahrten und Arbeitszeit kommen indirekte Verluste durch eine sinkende Ressourcenauslastung und unproduktive Wartezeiten. Es braucht also eine technologische Lösung, die genau diese Probleme an der Wurzel packt.

2. Die Lösung in der Praxis: So funktioniert Live-Video-Support mit tele-LOOK

Entgegen der Befürchtung vieler Betriebsinhaber erfordert die Einführung von Live-Video-Support keine komplexe IT-Implementierung. Die Technologie ist als schlankes und intuitives Werkzeug konzipiert, das sich nahtlos in den Arbeitsalltag integrieren lässt.

Der typische Ablauf einer Video-Support Sitzung ist bewusst einfach gehalten:

1. Der Kunde vor Ort erhält per SMS einen Direktlink auf sein Smartphone.
2. Ein Klick auf den Link startet den Video-Stream direkt im Web-Browser. Ihr Kunde braucht nichts zu installieren. Diese Einfachheit ist ein entscheidender Akzeptanz-Faktor.
3. Büro-Mitarbeiter sieht die Vor-Ort-Situation auf dem PC.

Die Kernfunktionalität geht über einen reinen Videoanruf hinaus: Der Experte im Büro steuert mit seiner Maus den sogenannten „**tele-Punkt**“, einen visuellen Zeiger auf dem Bildschirm des Mitarbeiters. Dieser gemeinsame digitale Zeigefinger erlaubt es ihm, präzise auf Bauteile, Anschlüsse oder Details zu zeigen und den Kollegen Schritt für Schritt

durch die Analyse zu führen, als stünde er direkt daneben. Die wichtigsten Anwendungsfälle verdeutlichen den praktischen Nutzen:

1. **Digitale Erstdiagnose:** Qualifizieren Sie Kundenanfragen aus der Ferne. Statt blind loszufahren, machen Sie sich per Video ein genaues Bild, schätzen den Reparaturbedarf ein und stellen sicher, dass der Techniker mit dem richtigen Werkzeug und Ersatzteil anrückt. Einfache Probleme lassen sich oft per Fern-Anleitung lösen und unnötige Fahrten werden vermieden.
2. **Experten-Unterstützung in Echtzeit:** Ein weniger erfahrener Kollege steht vor einem komplexen Problem. Statt auf einen zweiten Termin zu warten, holt er sich mit einem Klick die virtuelle Unterstützung des erfahrensten Meisters auf die Baustelle. Dieser kann die Situation sofort

beurteilen und präzise Anweisungen geben, ohne selbst ins Auto steigen zu müssen.

3. Lückenlose Dokumentation: Während der Sitzung erstellt der Experte per Mausklick hochauflösende Fotos mit Zeitstempel und ergänzt diese mit Notizen. Diese lückenlose Dokumentation ist eine Absicherung gegen ungerechtfertigte Reklamationen und die Grundlage für

schnelle, präzise Nachtragsangebote oder die Abrechnung der Service-Gebühr (siehe Abschnitt 6). Diese praxisnahen Anwendungen sind jedoch mehr als nur operative Tricks; sie sind die Bausteine einer robusten Unternehmensstrategie, die den Betrieb wetterfest für die Zukunft macht.

3. Die strategischen Vorteile: Mehr als nur eingesparte Fahrtkosten

Der wahre Wert von Live-Video-Support liegt nicht nur in der Reduzierung von Fahrkilometern. Er unterstützt zentrale strategische Ziele und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit des gesamten Betriebs.

3.1. Direkte Kostensenkung und signifikanter ROI

Die direkten Einsparpotenziale sind erheblich. Wir gehen davon aus, dass durchschnittlich **65 % bis 80 % der Vor-Ort-Einsätze** durch Video-Support vermieden oder effizienter

gestaltet werden können. Eine beispielhafte ROI-Rechnung (Return on Investment) zeigt das Potenzial auf:

Kennzahl	Wert	Berechnung/Annahme
Kosten pro Vor-Ort-Einsatz	150 €	Annahme (Fahrzeit, Fahrzeug, Arbeitszeit)
Eingesparte Einsätze pro Monat	13	Annahme (basierend auf 65 % Vermeidungsrate bei 20 Einsätzen)
Monatliche Ersparnis (brutto)	1.950 €	13 Einsätze * 150 €
Jährliche Ersparnis pro Techniker	23.400 €	1.950 € * 12

Diese Rechnung zeigt die Brutto-Ersparnis vor Abzug der Software-Lizenzkosten. Sie verdeutlicht, dass sich die Investition sich meist schon nach einem (!) gesparten Einsatz amortisiert. Auf www.tele-look.com/web/roi-rechner können individuelle Zahlen eingegeben werden.

3.2. Steigerung der Kundenzufriedenheit

Kunden erwarten heute vor allem eines: eine schnelle und kompetente Lösung. Live-Video-Support ermöglicht drastisch verkürzte Reaktionszeiten. Statt Tage auf einen Termin zu warten, kann eine erste Diagnose oder sogar die Problemlösung innerhalb von Minuten erfolgen. Eine höhere

Erstlösungsquote vermeidet zudem die Frustration wiederholter Termine. Das Ergebnis sind zufriedener Kunden, die dem Betrieb treu bleiben und ihn weiterempfehlen.

3.3. Effektives Mittel gegen den Fachkräftemangel

In Zeiten knapper Personalressourcen ist es entscheidend, das Wissen erfahrener Experten optimal zu nutzen. Mit Live-Video-Support kann ein Meister an einem Tag mehrere Kollegen virtuell unterstützen. Sein Know-how wird skalierbar. So kann ein erfahrener Meister einen jungen Gesellen virtuell anleiten. Dadurch wird die Technologie zum Werkzeug für eine "virtuelle Lehre" direkt auf der Baustelle:

ein unschätzbarer Vorteil bei der Einarbeitung und zur Sicherung von Qualitätsstandards. Die Realisierung dieser Vorteile hängt jedoch maßgeblich von einer durchdachten und von den Mitarbeitern getragenen Einführung im Betrieb ab. Über das Thema Fachkräftemangel haben wir bereits ein ausführliches White-Paper veröffentlicht. Es steht auf www.tele-look.com zur Verfügung.

4. Erfolgreiche Implementierung: Von der Idee zur täglichen Routine

Die beste Technologie bleibt wirkungslos, wenn sie vom Team nicht angenommen und sinnvoll in die Arbeitsabläufe integriert wird. Eine erfolgreiche Implementierung ist daher weniger eine technische als vielmehr eine organisatorische und menschliche Aufgabe.

4.1. Der entscheidende Faktor: Mitarbeiterakzeptanz

Die Bereitschaft des Teams, ein neues Werkzeug zu nutzen, ist der Dreh- und Angelpunkt des Erfolgs. Folgende Faktoren sind entscheidend:

1.

Einfachheit: Die Lösung muss intuitiv sein. Browser-basierte Tools, die **keine App-Installation** beim Kunden erfordern, senken die Hemmschwelle erheblich. Betriebe, die auf intuitiv Werkzeuge setzen, berichten von **Akzeptanzraten über 90 %**, da die Technologie als Hilfe und nicht als Hürde wahrgenommen wird.

Transparente Kommunikation: Positionieren Sie das Tool als Unterstützung zur Problemlösung für effizienten Kunden-Support, was in arbeitsintensiven Phasen Entlastung für jeden einzelnen Mitarbeiter bringt.

2.

Frühzeitige Einbindung und Schulung: Beziehen Sie das Team von Anfang an in den Prozess ein. Eine kurze, praxisnahe Schulung nimmt Berührungängste.

3.

Schnelle Erfolgserlebnisse: Nichts motiviert mehr als der eigene Erfolg. Wenn ein Mitarbeiter zum ersten Mal ein Problem per Video-Support löst, das sonst eine zweite Anfahrt erfordert hätte, wird der Wert der Technologie sofort greifbar.

4.

4.2. Integration in bestehende Arbeitsabläufe

Eine schrittweise Einführung nach einer klaren Strategie hat sich in der Praxis bewährt:

1. Pilotprojekt starten: Beginnen Sie mit einem kleinen, technikaffinen Team. So sammeln Sie Erfahrungen, optimieren Prozesse und erzielen schnelle Erfolge ("Quick Wins"), die als Vorbild für den Rest des Betriebs dienen.

2. Klare Prozesse definieren: Legen Sie fest, in welchen Szenarien die Technologie standardmäßig eingesetzt wird und wer im Büro als Experte und Ansprechpartner zur Verfügung steht.

3. Verfügbarkeit sicherstellen: Ein Techniker im Feld benötigt schnelle Hilfe. Richten Sie feste Support-Zeiten oder eine Bereitschaft für den Experten im Innendienst ein.

4. Erfolge messbar machen: Definieren Sie klare Ziele (KPIs), wie die Reduzierung der Fahrten um 15 % oder die Steigerung der Erstlösungsquote. Messbare Erfolge machen den Nutzen transparent.

Mit einer klaren Strategie und dem Fokus auf die Mitarbeiter wird die neue Technologie schnell von einer Idee zur wertvollen täglichen Routine.

5. Service Monetarisierung: Von der gesparten Fahrt zum Service-Erlös

Der Grundsatz, dass eine wertschöpfende Leistung nicht kostenlos erbracht werden muss, gilt auch und gerade im Handwerk. Live-Video-Support generiert einen unmittelbaren, monetarisierbaren Mehrwert für den Kunden – sei es durch schnellere Problemlösung, weniger Stillstandzeiten oder die Vermeidung teurer Zweitfahrten. Dieser Wert sollte nicht nur als Kostenersparnis im eigenen Betrieb verbucht werden, sondern aktiv in eine Einnahmequelle umgewandelt werden, um die Investition in die Technologie weiter zu beschleunigen.

5.1 Wertschöpfung und Umsatzpotentiale durch Video-Support im Handwerk:

Monetarisierbarer Sofortwert (Stillstandzeit-

Reduktion): Eine Anlage, ein Gerät oder eine Heizung, die stillsteht, kostet den Kunden bares Geld oder Komfort. Die Fähigkeit, per Video-Support eine sofortige Ferndiagnose zu stellen oder eine einfache Störung binnen Minuten zu beheben, schafft einen immensen Wert. Dieser "Notfall-Service" ist deutlich höher bepreisbar als herkömmlicher Telefonsupport.

Innovative Serviceprodukte (Remote-Check-ups):

Die Technologie ermöglicht die Entstehung neuer, digitaler Dienstleistungspakete. Statt nur zur Reparatur zu fahren, bieten Sie Remote-Vorabnahmen von Anlagen, eine digitale Mängelprüfung mit dem Kunden nach Abschluss der Arbeiten oder den Video-Check-up der Heizungsanlage vor der Wintersaison an. Diese klar definierten, innovativen Produkte steigern den Serviceumsatz.



Mit der gewonnenen Routine im Live-Video-Support ergeben sich schnell weitere strategische Möglichkeiten: Dazu zählen die Qualitätssteigerung und Premium-Bündelung des Serviceangebots sowie eine höhere Attraktivität des Wartungsvertrags durch garantierte Reaktionszeiten.

5.2 Beispiel einer Bepreisungsoption für Handwerksbetriebe:

Für den Live-Video-Support stehen pragmatische Abrechnungsmodelle zur Verfügung, die sich nahtlos in die gewohnten Strukturen des Handwerksbetriebs einfügen, hier ein Beispiel: **Pauschale pro Fall (Pay-on-demand)**: Die einfachste Form. Ein Beratungs- oder Diagnosegespräch per Video wird mit einer transparenten Fallpauschale von beispielsweise **29 €** berechnet. **Dieser Betrag liegt deutlich unter der gängigen Anfahrtspauschale, die für die ersten Kilometer oft zwischen 35 € und 55 € liegt.** Dies deckt die Expertenzeit im Büro ab und schafft sofortige Einnahmen, während der Kunde signifikant spart.

5.3 Strategische Überlegungen zur Preisdurchsetzung

Die Zahlungsbereitschaft für "Fern-Support" im Handwerk ist, wird unterschiedlich wahrgenommen. Deshalb ist es umso wichtiger, dass der Fern-Support aktiv als Problemlöser und nicht als reiner Anruf vermarktet wird. Die Leistung muss für den Kunden fassbar sein: Wir empfehlen die Dokumentation der Sitzung (Fotos, Notizen) dem Kunden als PDF zuzusenden, um die erbrachte

Serviceleistung zu "materialisieren" und die Rechnung zu legitimieren.

Perspektivisch sollte später eine Vertriebsstrategie für Video Support während der Gewährleistung (kostenlose oder vergünstigte Nutzung) strategisch ergänzt werden, sobald der Video-Support im Betrieb zur Routine geworden ist und reibungslos funktioniert.

Fazit: Die Zukunft des Service ist digital und effizient

Live-Video-Support ist keine technische Spielerei. Es ist ein hochwirksames Werkzeug, mit dem Handwerksbetriebe ihre Effizienz steigern, Kosten senken und die Kundenzufriedenheit nachhaltig erhöhen können. Die Technologie adressiert direkt die drängendsten Probleme der Branche, allen voran den Fachkräftemangel, indem sie das Wissen erfahrener Mitarbeiter skalierbar macht und die Produktivität des gesamten Teams steigert. Der pragmatische Ansatz ist entscheidend: Statt komplexer Software-Projekte erhalten Betriebe eine schlanke, browserbasierte Lösung, die ohne App-Installation sofort einsatzbereit ist und sich innerhalb kürzester Zeit rechnet. Die erfolgreiche Einführung

hängt dabei weniger von der Technik als von der Einbindung der Mitarbeiter und der durchdachten Integration in die täglichen Abläufe ab.

Betriebe, die heute digitale Werkzeuge wie den Live-Video-Support einführen, investieren nicht nur in Effizienz, sondern in die Widerstandsfähigkeit und Zukunftsfähigkeit ihres Unternehmens. Sie sichern wertvolles Expertenwissen, werden als Arbeitgeber attraktiver und positionieren sich als moderne, kundenorientierte Marktführer. Die Frage ist nicht mehr, ob diese Technologie kommt, sondern ob Sie bereit sind, ihre Vorteile zu nutzen.

Impressum

tele-LOOK, ein Produkt der Solutiness GmbH

Böttgerstraße 17

89231 Neu-Ulm

+49 731 50742 20

info@tele-look.com

www.tele-look.com

www.tele-look.com/shk

Info-Termin buchen: <https://calendly.com/tele-look>