

FIRST

Das CREATON Magazin

GRAT



PER DROHNE VERMESSEN

MIT DER DACHRINNE CHATTEN

FACEBOOK-PROFIL SCHÄRFEN

**01
19**

GEMEINSAM VORAUSSCHAUEN

„Noch eine Magazinbeilage? Das ist doch wieder nur geschickt platzierte Eigenwerbung mit einem lachenden Vorstand auf Seite 2.“ Geben Sie es ruhig zu, so was Ähnliches haben Sie gerade gedacht.

Dazu können wir nur eines sagen: NEIN.

FirstGrat nimmt Sie in den Fokus und behandelt die Themen, die auf Ihren Dächern täglich eine Rolle spielen: Welchen Anforderungen werden wir uns künftig stellen müssen, wohin geht es mit mir und meinem Beruf und was passiert mit uns Dachdeckern in den kommenden Jahren?

In der ersten Ausgabe widmet sich **FirstGrat** dem unsäglichen Schlagwort Digitalisierung – in aller Munde, von fast niemandem verstanden. Wir überfliegen ein „eieriges“ Sanierungsobjekt, löchern einen Digitalexperten mit Zukunftsfragen und erkundigen uns bei der Dachdecker-Influencerin Jaqueline Gerschler nach ihren besten Tricks zur digitalen Selbstdarstellung.

Außerdem gibt **FirstGrat** Tipps, wie Sie selbst ganz einfach gute Bilder für die sozialen Medien erstellen. Eines verrate ich schon an dieser Stelle: Ein paar gute Drohnenbilder machen aus Ihnen noch keinen digitalen Dachdecker!

Eine interessante Lesezeit wünscht

Christoph Pöpperl
Teamleiter Digitales Marketing



INHALT

OBJEKT UND TECHNIK

Seite 4–7



Viele gewölbte Dachflächen und Hunderte Quadratmeter. Mithilfe einer Drohne wurden die Dachdecker des Objekts Herr.

CHATTEN MIT DER DACHRINNE

Seite 8



Die Online-Welle rollt unaufhörlich auf die Branche zu. Sie spült Veränderungen in die Unternehmen und über deutsche Dächer hinweg. Was wird kommen, was wird bleiben? Digitalexperte Christoph Krause dazu im Interview.

DACH UND HANDWERK IN ZAHLEN

Seite 9



Was man nicht wissen muss, aber jede Mittagspause kurzweiliger macht: Unglaubliche Zahlen rund um den Dachhandwerker.

AUFFALLEN IM NETZ

Seite 10



Kleine Tipps und Tricks für Ihr Social-Media-Profil vom Profi: Nie wieder schlechte Bilder und abgeschnittene Köpfe – dafür viel mehr Likes!

Impressum

Herausgeber: Creaton GmbH, Dillinger Straße 60, 86637 Wertingen, www.creaton.de

Redaktionsteam: Sandra Klaua, Christoph Pöpperl, Thomas Eletes, Simone Lafrenz, Tobias Nazemi, Christina Vogt

Konzept, Text und Layout: Brandrevier GmbH, Gemarkenstraße 138a, 45147 Essen, Telefon 0201 / 87 42 93 – 0, www.brandrevier.com

Bildnachweis: Soweit nicht anders gekennzeichnet Creaton GmbH, Titelbild JFL Photography/stock.adobe.com, Kadmy/stock.adobe.com, Rückseite ingusk/stock.adobe.com

**KEINE
AUSGABE
MEHR
VERPASSEN**

Jetzt FirstGrat abonnieren
[www.creaton.de/
magazin](http://www.creaton.de/magazin)

ÜBER DAS EI GEFLOGEN

Es gibt Gebäude, die lassen sich kaum in einem Plan erfassen. Das Volkshaus Meiningen ist so ein Fall – mehr Ei als Haus. Die Massen- und Flächenermittlung gestaltete sich schwierig. Doch ein kleines unbemanntes Flugobjekt half aus.

Immer wieder sauste sie über den Himmel von Meiningen. Mit einer Kamera bestückt surrte die flinke Drohne über das Volkshaus Meiningen und inspizierte es aus jedem erdenklichen Winkel. Kein Detail der riesigen Dachfläche blieb ihr verborgen. Sie lieferte Hunderte gestochen scharfe 4K-Bilder an ihren Piloten. Zu verdanken haben das die Projektbeteiligten einem rührigen und technikaffinen Dachdecker. Florian Otzen, Inhaber der Horn Bedachungen GmbH & Co. KG aus Untermaßfeld, stattete sein Unternehmen und jeden Bauleiter mit einer Drohne aus.

„Die Baustellenkoordination und die Angebotserstellung werden dadurch viel einfacher. Man kann schnell Sachverhalte klären und Bilder an Nachunternehmer oder Hersteller senden. In unserem Unternehmen haben alle Teams Tablets und Smartphones. Das macht die Kommunikation bedeutend einfacher. Wenn nötig, können wir schnell Pläne auf die Baustellen senden oder umgekehrt Bilder erhalten“, berichtet Dachdecker-Bauleiter Manuel Say. Dank der technischen Ausstattung des Dachdeckers konnten sich Planer und Handwerker schon ein genaues Bild vom Zustand des Notdachs machen, das das Gebäude vor Wasserschäden schützen sollte, bis nach 18 Jahren endlich ein Sanierungsplan stand.

Überflogen und überwacht

Vor und während der Sanierung wurde der Zustand des Objekts stets genau überwacht. Das Team nutzte dazu die Drohnenfotografie, da es sich so über den Fortgang der Arbeiten auf den riesigen Dachflächen ein viel genaueres Bild machen konnte als vor Ort. „Wir konnten uns den Bau durch diese Aufnahmen aus einem anderen Blickwinkel und besonders genau ansehen. Das ist nicht nur sicherer, gerade bei einem Objekt wie diesem mit Sparrenlängen bis zu 13 Metern, sondern auch zeitsparender. Auch zur detaillierten Kontrolle der ausgeführten Leistungen ist es gut geeignet“, berichtet die Architektin.

Dachflächen mit CAD berechnet

Die Drohnenbilder ergänzen noch auf andere Weise die Pläne der Architekten. „Dieses Objekt konnten wir nur in 2-D aufnehmen. Eine 3-D-Aufnahme wäre aufgrund der bauchigen Form des Baus viel zu komplex und damit nicht wirtschaftlich gewesen. So konnten wir aus dem Blickwinkel der Drohne die Bauteile sehen, wie sie wirklich sind. Das konnten wir selbst im Plan nicht abbilden“, erklärt die Planerin. Auch am Ende der Arbeiten waren die Drohnenbilder nochmals von Bedeutung, denn auf die Dachdecker wartete eine weitere Mammutaufgabe. Wie sollte ein Aufmaß für die



Die Luftaufnahme deckt auf, was man von unten kaum sieht: Das gesamte Haus entspricht einem „Ei“. Fotos: Horn Bedachungen GmbH & Co. KG

„Die Massenermittlung des Daches war wirklich eine Herausforderung ...“

Abrechnung erstellt werden? Sie nutzten die Luftaufnahmen und speisten diese und einige Kontrollmaße ins CAD-Programm der Architekten ein. Daraus erstellten sie eine exakte Flächenberechnung. „Die Massenermittlung des Daches war wirklich eine Herausforderung, denn die Hauptdachflächen bauchen nicht nur an den Traufen, sondern sind in sich auch nach oben gewölbt. Das liegt unter anderem an der Form des Baus, der im Grundriss wie ein Ei aufgebaut ist“, führt Bauleiter Manuel Say aus. Zur Flächenermittlung wurden Pläne und Bilder ergänzend nebeneinander genutzt. So konnten Flächen und Materialverbrauch sehr präzise bestimmt werden. „Mit den Bildern konnte man jede einzelne Latte zählen“, beschreibt Maïke Nonn die Qualität der Bilder. Sie war froh um die Unterstützung aus der Luft. „Bei großen Objekten würde ich möglichst immer auf einen Drohnendienst zurückgreifen, denn die Bilder erleichtern das Arbeiten“, sagt sie der Technik durchaus Zukunftschancen voraus.

Das haben sich natürlich auch schon andere gedacht. Längst tummeln sich professionelle Anbieter auf dem Markt. Die Buchungsschwelle ist niedrig: Einfach

Objekt online angeben, und schon kümmern sich die Dienstleister um alles Weitere inklusive der möglicherweise nötigen Fluggenehmigungen. Der Auftraggeber erhält dann Aufmaßdaten und Luftaufnahmen.

Die Vergabe der Aufträge an Drohnenprofis birgt einige Vorteile. Ihre technische Ausstattung ist stets auf dem neuesten Stand, sie können die Möglichkeiten der Technik optimal ausnutzen. Gerade wer selten auf Luftaufnahmen angewiesen ist, fliegt mit einem Profianbieter sicherlich günstiger und besser als mit der eigenen Drohne. Außerdem entwickelt sich die Technik weiter. „Aktuell stehen Thermografieaufnahmen hoch im Kurs, aber auch Sichtprüfung und Referenzfotografie rücken in den Fokus“, weiß Christoph Pöpperl, Leiter Digitales Marketing bei Creaton. Manchmal ist das Flugobjekt auch Spielerei. „Drohnenaufnahmen sind ein Schmäckerl für Architekten und Bauherren. So erhalten sie immer mal wieder eine Fotodokumentation mit dem aktuellen Stand“, verrät Manuel Say. Das fällt dann wohl in die Kategorie Kundenzufriedenheit.

**MEHR
FOTOS**
www.creaton.de/
magazin/ausgabe
012019

Hunderte Quadratmeter Dachfläche wurden mit der Drohne kartiert.
Foto: Horn Bedachungen GmbH & Co. KG



DAS VOLKSHAUS _ DIE HARD FACTS

Der Zustand der Immobilie war zu Sanierungsbeginn desaströs. Der Architekt Karsten Merkel jedoch hatte sich bereits 18 Jahre lang mit dem Objekt beschäftigt. Schon über die Jahre des Leerstands war zumindest das Allernötigste in Angriff genommen worden. Auch um das größte Sorgenkind des Hauses, das Dach, kümmerte man sich und verpasste ihm ein Notdach aus Bitumenbahnen. Diese konnten bei der Sanierung am Dach verbleiben. Eine Eindeckung mit Biber Klassik Rundschnitt Nuance rot engobiert in Doppeldeckung verleiht dem Bau neuen Glanz. Etwa 60.000 Biberschwanzziegel verbauten die Dachdecker auf den über 1500 qm Dachfläche.

PER WHATSAPP MIT DER DACHRINNE CHATTEN

Christoph Krause betreut im Kompetenzzentrum Digitales Handwerk nicht nur Dachdecker. Doch gerade mit ihnen hat er ein zukunftsweisendes Digitalisierungsprojekt aufgesetzt.

FirstGrat: Herr Krause, eine Drohne im Dachdeckerbetrieb macht noch keine Digitalisierung. Was umfasst der inflationär genutzte Begriff denn genau?

Christoph Krause: Die Drohne ist nur ein Element von vielen in diesem Prozess, sie ist Mittel zum Zweck: der Erhebung von Daten. Doch wohin dann mit diesen? Damit sie nützlich sind, müssen sie ja irgendwo einfließen. Dazu braucht es entsprechende Softwarestrukturen. Im besten Fall ermöglicht es die Digitalisierung den Dachdeckern, wieder möglichst viel Arbeitszeit mit dem Handwerk zu verbringen und trotzdem jederzeit über den genauen Stand der einzelnen Bauvorhaben informiert zu sein. Darüber hinaus rückt auch bei Bauteilen die Vernetzung über das Internet immer weiter in den Fokus.

FirstGrat: Welche Elemente auf dem Dach sollen denn online sein?

Christoph Krause: Dachrinnen mit Sensoren zum Beispiel. Die melden sich, wenn sie gereinigt



Christoph Krause ist im Kompetenzzentrum Digitales Handwerk in Koblenz Spezialist für Prozessdigitalisierung. Foto: Stefan Veres

MEHR INFOS

[handwerkdigital.de/
erfolgsgeschichten/
unsere-projekte/](http://handwerkdigital.de/erfolgsgeschichten/unsere-projekte/)

werden müssen. Das ist kein Luftschloss, sondern Realität. Wir haben so etwas schon gebaut. Da können Sie dann mit der Dachrinne per WhatsApp chatten. Diese Möglichkeiten werfen allerdings ganz neue Fragen auf: Wem geben die Rinnen Bescheid, damit sie gereinigt werden? Es werden neue Anbieter auf den Plan treten und die Wertschöpfungsketten massiv verschieben.

FirstGrat: Was steht denn ganz am Anfang der Digitalisierung eines Dachdeckerbetriebs?

Christoph Krause: Genau wie bei anderen Betrieben müssen zunächst die Prozesse abgebildet werden. Erst wenn die kompletten Prozesse abgebildet sind, kann die Software darauf ausgerichtet werden.

FirstGrat: Sind Ihnen nun alle Dachdecker dankbar, dass Sie sie bei dieser Umstellung unterstützen?

Christoph Krause: Das Interesse lässt sich grob nach der Formel 15/35/50 einordnen. 15 Prozent der Betriebe sehen die Notwendigkeit der Digitalisierung und sind bereits gut aufgestellt. 35 Prozent wissen etwas darüber, steigen aber noch nicht ein. Und rund 50 Prozent der Betriebe lehnen sie schlichtweg ab. Letztere sind aber

auch nicht unsere erste Zielgruppe. Da sind die Handwerkskammern und regionale Strukturen gefragt. Wir sind mit den 15 Prozent auf anderen Ebenen unterwegs.

FirstGrat: Welche Erkenntnisse konnten Sie aus dem Projekt gewinnen?

Christoph Krause: Zwei Dinge wurden im Laufe des Projekts besonders klar. Zum einen ist die Digitalisierung ein intensiver Prozess. Gerade die Startphase ist für Unternehmen oft schwierig. Sie möchten sich auf den Weg machen, wissen aber nicht genau, wo sie anfangen sollen. Dann können wir helfen und auf der Prozessebene beginnen. Gemeinsam schauen wir dann die ersten vier oder fünf Prozesse an. Danach geht es leicht-

er. Ein anderer Knackpunkt liegt im fortgeschrittenen Stadium des Digitalisierungsprozesses. Wenn die Zusammenarbeit mit dem Softwareanbieter beginnt, der die Prozesse in Programme umsetzen soll, kommen wir oft noch einmal ins Boot, um diesen Abschnitt zu moderieren. Denn wenn es da Missverständnisse gibt, funktioniert die Anwendung nicht wie gewünscht.

FirstGrat: Blicken Sie mit Ihrem Hintergrundwissen doch einmal in die Glaskugel. Was wird in der Digitalisierung im Handwerk passieren?

Christoph Krause: In wenigen Jahren wird sich auch im Handwerk durchsetzen, was heute nur große Unternehmen bezahlen können:

Die Software wird sich automatisch an Veränderungen im Prozessmodell anpassen. Doch das ist wirklich noch Zukunftsmusik.

CHRISTOPH KRAUSE ist ein Gesicht des Kompetenzzentrums Digitales Handwerk. Er betreute das Projekt „Einführung eines digitalen Prozessmanagements im Handwerk“ und unterstützte damit mehrere Dachdeckerbetriebe dabei, ihre Geschäftsprozesse in einem Modell zu veranschaulichen und dann zu digitalisieren.

ZAHLEN BITTE!

65% der Chefs im Handwerk finden keine qualifizierten Mitarbeiter. Aber nicht einmal **ein Drittel** von ihnen investiert in die Aus- und Weiterbildung des Personals. Quelle: Bitkom/ZDH



95% der Handwerksbetriebe haben eine eigene Website, aber nur **26%** nutzen die sozialen Netzwerke zur Steigerung der Bekanntheit. Quelle: Bitkom Research Und nur rund **50%** der Betriebe halten ihre Webseite aktuell. Quelle: ZDH





BEI SOCIAL MEDIA VOLL IM BILDE

Fünf Dachdecker sitzen auf dem First, blinzeln gegen die Sonne und versuchen in den Fokus zu schauen. Die Sonne knallt senkrecht von oben, alles optimal – oder? Der spontane Schnappschuss für einen Post auf Facebook, Instagram und Co. ist leider nicht so schnell gemacht, wie es den Anschein erwecken soll. Zumindest nicht, wenn er wahrgenommen werden und nicht unfreiwillig komisch wirken möchte. Wer aus der täglichen Bilderflut herausstechen will, muss sich einen kurzen Moment Zeit nehmen, um sein Motiv zu planen. Mit ein paar Tipps gelingt das im Handumdrehen.

DAS MOTIV

Zunächst muss feststehen, zu welchem Thema ich eigentlich posten will. Ist es einfach ein heißer Sommertag, und ich zeige meinen Sommer auf dem Dach? Oder hat das Team eine außergewöhnliche Arbeit vollendet, will ich also ein Objekt zeigen? Je nach Motiv unterscheidet sich die Herangehensweise. Sollen Menschen auf dem Bild zu sehen sein, ist eine kleine Gruppe wirksamer als eine große. Ist das Motiv ein Objekt, gibt der Auftrag vor, ob eine Detailaufnahme oder ein Panoramabild die richtige Wahl ist. Wurde also nur eine Gaube liebevoll restauriert, ist es nicht sinnvoll, das ganze Dach online zu präsentieren. Wirkungsvoller ist eine aussagekräftige Detailaufnahme.

Thomas Eletes
Creaton-Experte
Digital Marketing



DIE KANALWAHL

Wo soll das Bild erscheinen? Jeder Kanal macht seine eigenen Vorgaben. Ein Instagram-Post benötigt ein quadratisches Bild, es muss also im Nachhinein beschnitten werden. Das muss bei der Motivplanung Beachtung finden. Im Zweifel einfach ein Hoch- und ein Querformat machen, so ist das richtige Format immer zur Hand.

DER GOLDENE SCHNITT

Bilder, die nach dem Goldenen Schnitt aufgeteilt sind, wirken

besonders harmonisch. Hinter dem Begriff verbirgt sich grob die Aufteilung ein Drittel zu zwei Drittel. Daraus lässt sich ein Raster ableiten, das bei der Positionierung von Bildelementen helfen kann.

DIE PERSPEKTIVE

Der falsche Aufnahmewinkel kann ein ganzes Bild ruinieren, eine geschickt gewählte Perspektive hingegen vermag ein Motiv stark aufzuwerten. Probieren Sie aus und nehmen Sie das Motiv aus verschiedenen Blickwinkeln auf. Dann zeigt sich schnell, wie das beste Ergebnis zu erzielen ist. Mit der richtigen Perspektive lässt sich auch ein ungünstiger Hintergrund elegant „wegschummeln“.

DER ABSTAND

Immer nah ran an das Objekt. So schafft man Nähe. Ein Bild, auf dem alles gleichzeitig zu sehen ist, irritiert den Betrachter. Und wenn er nicht weiß, wohin er schauen und was das Bild ihm sagen soll, scrollt er ganz schnell darüber hin-



Foto: sculpiers/stock.adobe.com

weg. Das Credo lautet: Wimmelbilder vermeiden, einzelne Personen bevorzugen.

DAS LICHT

Bei Bildern auf dem Dach ist man komplett auf das Tageslicht angewiesen. Aber: Knallige Sonne garantiert noch kein gutes Foto. Steht die Sonne niedriger, wird das Licht weicher und wärmer. Auch der Schattenwurf ändert sich mit dem Sonnenstand. Ein scharfer Schattenwurf bringt Irritation und Unruhe ins Bild. In diesem Fall also

besser auf die tiefer stehende Sonne oder ein Wölkchen am Himmel warten.

Den ultimativen Licht-Tipp hat Creaton-Digitalmarketing-Manager Thomas Eletes: „Nutzen Sie die goldene Stunde der Fotografie. Sie findet zwei Mal pro Tag statt, in der Stunde nach Sonnenaufgang und in der Stunde vor Sonnenuntergang. Die Sonne taucht alles in orange-rötliches Licht und schafft so eine schöne Atmosphäre.“

DIE DACHDECKERIN



Foto: www.diedachdeckerin.de

Jedem Kanal sein Format. Das sieht auch Dachdeckermeisterin Jaqueline Gerschler so und spielt routiniert auf der Klaviatur der Social Media. Ihr digitales Zuhause ist ihr Blog www.diedachdeckerin.de. Hier laufen alle Fäden ihrer Online-Aktivitäten zusammen. Aus dem breiten Spektrum der Social-Media-Plattformen nutzt Jacky zwei Kanäle. Ihre Videos sind auf You Tube zu finden, ihr Instagram-Kanal ist prall gefüllt mit Bildern und Gedanken zum Beruf des Dachdeckers. Ein „Best Practice“ Beispiel, das mit viel Nähe zum Beruf punktet und deshalb authentisch wirkt – genauso sollte es sein. Jackys Tipp für einen florierenden Social-Media-Account: „Sucht nicht künstlich nach Inhalten. Greift einfach die Themen auf, die euch im Alltag beschäftigen. Denn das ist es, was in der Branche aktuell ist.“

SOMMER

AUF DEM DACH

**SCHICKEN SIE UNS IHR
BESTES SOMMERFOTO!**

Alle im Urlaub, nur Sie sind auf dem Dach?
Dann gibt es jetzt was zu gewinnen!
Schicken Sie uns Ihr Dachdecker-Sommer-
foto bis zum 25.08.2019 und gewinnen Sie
eines von **10 SOMMERPAKETEN**.
Einsendungen unter:

sommerfoto@creaton.de
facebook.com/creaton.de

Weitere Infos und Teilnahmebedingungen:
www.creaton.de/magazin/sommerfoto