

1. SHK-Internet-Osc@r: Vorstellung 2. Platz

www.laforsch.de

In der vorherigen SBZ-Ausgabe stellten wir unseren Lesern den Gewinner des 1. SHK-Internet-Osc@rs vor. Jetzt folgt mit der Laforsch GmbH aus dem hessischen Dreieich das Unternehmen, das mit seiner Homepage den zweiten Platz eroberte.



Ziel des Internet-Auftritts der Laforsch GmbH* ist die Unterstützung des Vertriebs sowie die Gewinnung neuer Kunden und damit letztlich auch neuer Aufträge. Dazu hatte sich das Unternehmen bei der Gestaltung die Fragen gestellt: „Was sind die Erwartungen eines Kunden, wenn er auf unsere Homepage kommt und wie können wir diese möglichst optimal erfüllen.“ Um das herauszufinden, wurde im Vorfeld der Konzeption neben den eigenen Mitarbeitern auch eine Reihe ausgewählter Kunden nach den von ihnen gewünschten Anforderungen der zukünftigen Homepage befragt. Dabei wurden zwei grundlegende Leistungsdimensionen deutlich. Zum einen sollten möglichst verständliche und wertvolle Informationen sowie Online-Dienstleistungen schnell und ansprechend angeboten werden. Und zum anderen zeigte sich, daß der Internet-Auftritt entsprechend den unterschiedlichen Ansprüchen des heterogenen Kundenstamms (Bauträger, Architekten, Privat- sowie gewerbliche Kunden) an die verschiedenen Firmenleistungen im Bereich Heizung, Bäder und Sanierung angepaßt werden mußte.

Aufbauend auf dieser Erhebung waren also Kundenorientierung und Verständlichkeit die Richtlinien, nach denen die gesamte Online-Präsenz konzipiert wurde. Von jeder Seite aus ist es den Kunden möglich, online mit dem Handwerksbetrieb in Kontakt zu treten und Anfragen zu weiterführendem Infomaterial, zu Beratungsterminen sowie der Erstellung von individuellen Kostenvoran-

schlägen zu übermitteln. Dieser Punkt wurde wirklich vorbildlich gelöst. Beispiele für die Umsetzung sind die Anfrageformulare zur Erstellung von Angeboten für Heizungsanlagen oder Bädern sowie der Direktkontakt-Button. Angesichts der relativ hohen Anzahl von Variationsmöglichkeiten und der Komplexität von Heizungsanlagen und Bädern gingen die Homepage-Betreiber davon aus, daß es für den Kunden wichtiger ist, einen individuell auf ihn zugeschnittenen Vorschlag zu erhalten, als eine Kombination vorgefertigter Lösungen schnell aus einer Datenbank abrufen zu können. Dies dürfte auch der Grund dafür sein, warum dieser Internet-Auftritt in der Kategorie Interaktivität nicht punkten konnte. Wenn sie auch relativ selten sind, so haben Kunden, die zum sofortigen Kauf entschieden sind, dennoch auf dieser Homepage unnötige Hemmschwellen und Wartezeiten zu überwinden.

Wege zum Ziel

Zur Unterscheidung der Leistungspalette setzt das Unternehmen eine zwar erst auf den zweiten Blick durchschaubare aber dann recht klare und logische Menüstruktur ein. Am linken Rand der Seiten wird in einem Hauptmenü in die Rubriken Home, Bäder, Heizungsanlagen, Sanierung, Service, „Wir über uns“ und Direktkontakt verzweigt. Ob der Link zum eigenen Hotel an dieser Stelle für den Handwerksbetrieb viel bringt, dürfte fraglich sein. Zumindest schadet er nicht und Hotelbesucher, die unter der Laforsch-URL suchen, werden sicher dankbar darum sein. Die Inhalte der weiteren Seiten unterhalb jeder Rubrik kann über eine spezielle Navigationsleiste am rechten oberen Rand des Bildschirms erreicht werden. Die Gliederung richtet sich nach den Anforderungen der bereits im Vorfeld differenzierten Kundengruppen. Beispielswei-

Neben dem Direktzugriff auf Info- und Anfrageformulare ist auf jeder Seite der Domain www.laforsch.de auch die eMail-Adresse verlinkt – leider oft außerhalb des sichtbaren Fensters

se spricht die Seite „Hotelsanierung“ in der Rubrik Sanierung speziell gewerbliche Kunden an, die ein Hotel betreiben und geeignete Partner für Sanierungsmaßnahmen suchen.

Auch die Startseite ist schon in dieser Art unterteilt. Neben direkten Links auf wichtige Seiten wie Service und aktuelle Sonderaktion, ist dort auch der Menüpunkt „So finden Sie uns“ mit kompletter Adresse, Lageplan, detaillierter Anfahrtsbeschreibung und den Öffnungszeiten aufgeführt. Ein weiterer Punkt ist das gesamte Leistungsspektrum des Unternehmens. Alle normalerweise im jeweiligen Menüpunkt beschriebenen Leistungen sind nochmal gesammelt verlinkt. Hervorragend gelöst ist auch der Punkt Ansprechpartner. Mit Bild, Funktion, Name, Telefon sowie eigener eMail-Adresse sind diese dort schnell zu finden und zu kontaktieren.

Der Menüpunkt Bäder startet mit einer Seite, die ein Komplettbad im Wert von 17 000 DM präsentiert. Zusätzliche 3 Bäder in Kategorien bis 60 000 DM folgen beim Klick auf die Taste Weiter. Das ist übrigens ein Feature, das im gesamten Internet-Auftritt nervt. Da gibt es Seiten, die nur über solche Weiter-Tasten zu erreichen sind. Schritt für Schritt muß man sich zum Gesuchten durchhangeln und weiß noch nichtmal was dahinter alles kommt. Hier täte eine kleine Leiste mit verlinkten Seitenzahlen von 1 bis

* Laforsch GmbH, Heckenweg 3, 63303 Dreieich, Telefon (0 61 03) 98 08 23, Telefax (0 61 03) 8 84 70, eMail: info@laforsch.de



▲ Wenn's da nicht mit der Kontaktaufnahme klappt: Ansprechpartner mit Bild, Funktion, Durchwahl und eMail



Bei den diversen Komplettbädern und Heizungsanlagen ist vom Preis bis zur Leistungsbeschreibung alles vorhanden – außer einer leichten Bestellmöglichkeit



Firma in der Firma: Für die Kunden exklusiver Bäder erhielt das „LaforSch Bäder Studio“ ein eigenes Design

Viel besser klappt's da bei den Online-Exklusiv-Artikeln: Ein Klick und die Bestellung ist „im Kasten“ ▼



X oder gar eine kleine Übersicht, über die direkt auf die gewünschte Seite verzweigt werden kann, gut. Eine Alternative wäre auch das Zusammenfassen der Einzelseiten zu längeren Seiten, die dann allerdings gescrollt werden müssen. Auch Kunden, die das gezeigte Bad gleich bestellen möchten, tun sich schwer. Entweder müssen sie eine ganz normale Standard-eMail frei formu-

lieren oder erst nochmal eine Angebotsanfrage abschicken. Besonders ärgerlich, weil die notwendige Programmierung für ein Bestellformular scheinbar schon steht. Denn unter dem Punkt Online-Exklusiv-Artikel ist die Bestellung per Mausclick möglich. Weitere Unterkategorien im Menü Bäder

sind Leistungsübersicht, Lieferprogramm und 3D-Planung, in denen das Unternehmen seine Leistungen beschreibt. Eine Besonderheit ist die Gestaltung der Seite „LaforSch Design Studio“ in der Rubrik „Bäder“. Weil sie sich an Kunden mit besonders hohen Ansprüchen an die Badgestaltung richtet, erhielt sie eine eigene, sogenannte Look-and-Feel-Oberfläche, die

die Exklusivität und Individualität des Design-Studios unterstreichen soll. Das bezieht sich aber nur auf die Oberfläche, die Menüpunkte blieben erhalten.

Daten und Informationen

Ähnlich aufgebaut ist die nächste Menükategorie Heizungsanlagen. Auch sie startet mit Pauschalangeboten von kompletten Heizungsanlagen. Von 9500 bis 25 000 DM reichen hier die 7 Varianten. Aber wieder nur zum weiterklicken und ohne Bestellmöglichkeit. Unter den Punkten Leistungsübersicht, Lieferprogramm und Alternative Energien folgen allgemeine Informationen. Pfiffig gemacht ist die Sparte Energiesparen. Hinter der provokanten Frage „Was heizen Sie denn eigentlich so?“ verbirgt sich die Teilnahme an ein Energiespar-Aktion bei der ein „Heiz-Wochenende“ in einem Porsche zu gewinnen ist. Selbstverständlich muß vorher ein Online-Fragebogen mit Angaben zur bestehenden Heizungsanlage und der Interessentenadresse gefüttert werden. Ebenfalls hervorragend gelöst ist die Linkfrage unter Heizung modernisieren, wo weiterführende Seiten von Viessmann zum Download angeboten werden. So gehen im Gegensatz zu Links auf andere Seiten – womöglich noch im gleichen Fenster – sicher keine Kunden verloren.

In der Menükategorie Sanierungen werden allgemeine Sanierungsleistungen ebenso wie solche in den Bereichen Heizung, Bad und im Spezialgebiet Hotelsanierung beschrieben. Beim Hauptpunkt Service folgen Leistungsbeschreibungen zu den Unterkategorien Kundendienst/Wartung, Planung, Beratung, Realisation und Ausstellung/Ladenverkauf. Unter jedem Punkt sind nach der Kurzbeschreibung – getrennt nach Heizung und Bad – detaillierte Informationen verlinkt. Auch die Seiten 3D-Planung und „Laforsch Design Studio“ sind unter Service nochmal aufgeführt. Ebenfalls sehr umfassend sind die Informationen unter dem Menüpunkt „Wir über uns“, wo alle Eckdaten der Unternehmensgeschichte sowie notwendige Hintergrundinfos vom Firmenstart 1973 bis dato aufgelistet sind. Alles in allem eine ingenieurmäßig hervorragend aufgebaute Online-Präsenz, wo's höchstens noch am letzten interaktiven Feinschliff mangelt. Außerdem wäre eine Suchfunktion bei so umfangreichen Inhalten sicher nützlich.

UM



Unternehmens-Kurzportrait

Mit 25 000 DM Startkapital, einem VW-Pritschenwagen und 6 Heizungs Monteuren gründete Johann Laforsch 1973 die Firma Laforsch-Heizung im hessischen Dreieich. Knapp zwei Jahre später – das Unternehmen war inzwischen um den Bereich Sanitär erweitert sowie in ein größeres Firmengebäude mit Heizungs- und Bäderausstellung umgezogen – überstieg der Umsatz erstmals die Millionengrenze. Recht früh beschäftigte sich die Firma mit Zukunftsthemen wie Solaranlagen (1977) oder dem Komplettbad aus einer Hand. 1980 wurden dazu die Gewerke Elektroinstallation und Fliesen ins Unternehmen integriert. Das stetige Wachstum bedingte 1983 einen weiteren Umzug an den jetzigen Firmensitz im Dreieicher Heckenweg. Auf dem 3000 m² großen, betriebseigenen Gelände befinden sich heute ein vierstöckiges Wohn- und Geschäftsgebäude sowie ein Apartmenthotel. 2600 m² Firmenfläche sind jeweils in den Unter-, Erd- und 1. Obergeschoss untergebracht. Davon entfallen 700 m² auf die Büro-, Besprechungs- und Aufenthaltsräume sowie 900 m² auf das Lager. Der Fachmarkt sowie die Verkaufsausstellung mit 30 ständig aktualisierten Musterbädern und 3D-Badplanung benötigen 1000 m² Platz. Organisatorisch ist der Betrieb in die Bereiche Geschäftsführung, Buchhaltung, Einkauf, Warenwirtschaft, Kundendienst und Vertrieb unterteilt. Letzterer beinhaltet die Aufgabenbereiche Ladenverkauf/Ausstellung, Angebotswesen, Fakturierung sowie Projektleitung/Baustellenkoordinierung. Die ganzheitliche Dienstleistung reicht von der Beratung, Planung und kostenlosen Angebotserstellung über die Baubetreuung und Installation bis zu Kundendienstleistungen. Mit derzeit über 3000 Wartungsverträgen gehört die Laforsch GmbH zu den größten Dienstleistungsunternehmen ihrer Sparte im südlichen Rhein-Main-Gebiet. Einzugsbereich ist darüber hinaus die gesamte Region von Darmstadt über Frankfurt bis zum Taunus und von Mainz/Wiesbaden bis Hanau. Der Jahresumsatz von rund 14 Millionen DM splittet sich in etwa 60 % Neubau- und ca. 40 % Sanierungsarbeiten. Die

Kunden sind zu 90 % private Investoren. Industrie sowie öffentliche bzw. kommunale Auftraggeber teilen sich die restlichen 10 %. Nach Gewerken gliedert sich der Umsatz in 55 % für Sanitär- und 45 % für Heizungsarbeiten. Der Fuhrpark umfaßt 30 Fahrzeuge, darunter 3 Lkw, 15 Kundendienst- und 4 Baustellenfahrzeuge sowie 5 Pkw für Vororttermine der Büromannschaft.

Geleitet wird die Laforsch GmbH von Firmengründer Johann Laforsch und seinem Sohn, dem Wirtschaftsingenieur Dr. Matthias Laforsch. Aktuell beschäftigen sie rund 60 ausgebildete Installateure bzw. Meister für die Heizungs- und Sanitärprojekte. Weitere 12 Monteure, 1 Leiter und 1 Assistentin arbeiten im Kundendienst, 9 Techniker sowie 6 Assistentinnen in der technischen und kaufmännischen Projektleitung. Hinzu kommen 5 Lehrlinge, 3 Auslieferungsfahrer sowie 10 Personen für die Buchhaltung, den Einkauf und die Ausstellung. Die Entlohnung der gewerblichen Mitarbeiter erfolgt leistungsbezogen nach einem internen Verrechnungssystem. Für die Techniker und Meister im Vertrieb bzw. der technischen Projektleitung existiert ein Incentive-System, das sowohl die gesamte Teamleistung als auch die Einzelleistung honoriert. Über 30 im Netzwerk verbundene Arbeitsplatz-PCs mit Internet-Zugang haben alle Techniker und Vertriebsmitarbeiter sowie die Geschäftsführung Zugriff auf ihre persönliche eMail-Adresse.

Zur Verkaufsförderung werden regelmäßig Anzeigen in regionalen Medien veröffentlicht, Mailingaktionen auf Basis der Kundenkartei sowie besondere Aktionen (Angebot des Monats, Wir suchen den ältesten Kessel, Aktion Energiesparen, Bad des Monats) durchgeführt. Außerdem hat das Unternehmen einen festen Außendienstmitarbeiter beschäftigt, der neue Kundensegmente anspricht und die Akquisition nach Angebotserstellung verfolgt. Für die Zukunft hat sich die Laforsch GmbH den Ausbau des derzeitigen Umsatzvolumens sowie ein verstärktes Engagement im Bereich der alternativen Energien vorgenommen.