

1. SHK-Internet-Osc@r: Vorstellung 3. Platz

**www.kadel.de**

Der 3. Platz beim 1. SHK-Internet-Osc@r ging an die Kadel GmbH mit Stammsitz im nordbadischen Weinheim. Ganz leicht hatte es die Firmengruppe mit ihrer Online-Präsenz nicht. Galt es doch immerhin 13 eigenständige Betriebe auf einer Homepage zu integrieren. Das Unternehmen hat aber nicht nur diese Aufgabe hervorragend gelöst, sondern glänzt auch besonders durch die begleitenden Marketingmaßnahmen rund um den Internet-Auftritt.



13 Betriebe übersichtlich unter einer exzellent beworbenen Domain: Für diese Leistung holte sich die Weinheimer Kadel GmbH den dritten Preis beim 1. SHK-Internet-Osc@r

Bereits 1996 fiel bei Kadel\* (SBZ 17/96) die Entscheidung, eine eigene Homepage ins Netz zu stellen. Neben der Information der Kunden über das Unternehmen und seine Leistungen, sollte die Internet-Präsentation vor allem dem Imagegewinn dienen und Besuchern vermitteln, daß auch Handwerksbetriebe sich der neuen Kommunikationsmedien effektiv zu bedienen wissen. Und das Angebot scheint mit monatlich zwischen 1000 und 1500 Zugriffen bei der Zielgruppe anzukommen. Zwar spielt der direkte Online-Verkauf momentan eher noch eine untergeordnete Rolle aber etliche Anfragen über die Lieferung von Selbstbausätzen sind schon aus dem Netz eingegangen.

Hauptsächlich dient die Webseite aber als Informationsquelle und Wegbereiter für zukünftige Aufträge. So z. B. für einen Rahmenvertrag mit Siemens über den Kadel alle

\*Kadel GmbH, Boschstr. 14, 69469 Weinheim, Telefon (0 62 01) 9 44 50, Telefax (0 62 01) 18 10 18, eMail: info@kadelgmbh.de

Werke im Rhein-Neckar-Raum betreut. Auch zahlreiche Kontakte zu neuen Kunden wurden schon über die Internet-Seiten geknüpft. Oft wird bei Verhandlungsgesprächen festgestellt, daß die Auftraggeber in spe einen Ausdruck der Homepage in ihren Unterlagen mitführen. Nützlich ist der Online-Auftritt aber auch bei der Kundenberatung bzw. der Firmendarstellung vor Ort oder auf Messen wie dem Mannheimer Maimarkt. Dort gehört ein Computer mit Internetanschluß inzwischen zur festen Standausrüstung.

**Vorbildliche Marketingunterstützung**

Entsprechend diesen Zielvorgaben erfolgt auch die Bekanntmachung der Homepage vorbildlich. Bei keinem anderen Bewerber um den SHK-Internet-Osc@r war ein so breites und durchgängiges Angebot an unterstützenden Marketingmaßnahmen zu verzeichnen. Von der Werbung in Printmedien, Telefonverzeichnissen, gelben Seiten über die Fahrzeugbeschriftung und Baustellenschilder bis hin zu Visitenkarten – nirgends fehlt der Hinweis auf www.kadel.de. Das selbe gilt auch für Geschäfts-

papiere jeglicher Couleur – bis zum Rapport oder dem Hinweiszettel „Unser Monteur hat Sie nicht angetroffen“. Sogar auf Giveaways wie Schlüsselanhängern, Brillenputztüchern, Kugelschreibern, Bleistiften, Reinigungstüchern, Kalendern, Feuerzeugen, Sektflaschen, Kaffeetassen, Baseball-Caps, T-Shirts und Hustenbonbons prangt die Kadel'sche Internet-Adresse. Wirklich alles was das Haus verläßt, wirbt für die Online-Präsenz – und wenn's im Notfall wie bei Herstellerprospekten oder Kesseln „nur“ per Aufkleber ist.

Auch der einprägsame, kurze und klare Name der Domain www.kadel.de trägt zum schnellen Auffinden durch Interessenten bei. Das Unternehmen war übrigens der einzige nominierte Bewerber um den SHK-Internet-Osc@r, der sich außer dieser Adresse und www.kadelgmbh.de mit www.installationen.de einen prägnanten Oberbegriff aus der Branche reservierte. Nicht ganz so gut fielen zwei andere Noten zum Thema „Wie findet der Kunde meine

Homepage?“ aus. So konnte der SBZ-Internet-Experte weder sinnvolle Links von fremden Seiten auf die Kadel-Homepage finden, noch positives über die Aufbereitung der Seiten für Internet-Suchmaschinen berichten.

Ansonsten gab es eigentlich nur noch Schwächen in der Rubrik „Surferbindung“ zu bemängeln. Gerade weil es sowieso schon einen separaten Menüpunkt „Aktuelles“ mit aktuellen Meldungen rund ums Unternehmen auf der Homepage gibt, hätte man Interessenten den Eintrag in einen eMail-Verteiler mit regelmäßigen Infos und Sonderaktionen anbieten und so in ständigem Kontakt bleiben können. In „guter“ Gesellschaft zahlreicher Kollegen befindet sich die Kadel'sche Web-Präsenz in Sachen „Links auf fremde Seiten“. Die gehen nämlich im gleichen Fenster auf. Und somit ist die eigene Homepage weg – spätestens wenn der Kunde in spe etliche Seiten des verlinkten Angebotes weitergesurft oder gar dort weiteren Links gefolgt ist. Ein Negativbeispiel ist z. B. der Link auf die Seite eines Herstellers. Ganze 3 Mausklicks weiter hat der Besucher eine Übersicht über zig Wettbewerber des Handwerksbetriebes in der Region und die Links zu deren Homepages, die natürlich in einem separaten Fenster aufgehen. Dort ist der Kunde dann unter Umständen wesentlich schneller als zurück zur Homepage des ursprünglichen Handwerksunternehmens.

Abgesehen von diesem „Formfehler“ sind die Links bei Kadel aber hervorragend: Nicht wahllos, sondern auf die wichtigsten Partnerunternehmen beschränkt und mit sehr vielen, gehaltvollen, neutralen und nützlichen Verbraucherinformationen. Verlinkt sind z. B. Informationen zu Gesetzen, Verordnungen, Verbänden, Ministerien, Ämtern, Behörden, Förderprogrammen, Heizölbörsen sowie Energieeinsparmöglichkeiten.

**Viele Wege zur Leistung**

Selbstverständlich runden diese Fremdinformationen das Leistungsangebot der Nordbadener aber nur ab. Was sie selbst zu bieten haben, erfährt der Homepage-Besucher auf verschiedenen Wegen. Die wichtigsten Angebote bekamen einen separaten Menüpunkt spendiert. Das sind die 3D-Badplanung, der Direktvertrieb an Heimwerker mit integriertem Anfrageformular sowie der Notdienst mit Links auf die Seiten der einzelnen Niederlassungen und Angabe einer direkten Durchwahlnummer für Notfälle. Weitere Leistungen wie Bad- und Heizungsmodernisierung, Wartungsverträge, Kesseltausch, Solaranlagen, Regenwassernutzung, kontrollierte Wohnungslüftung,

**Neben den allgemein gültigen Tätigkeitsbeschreibungen im Hauptmenü hat jede Niederlassung eine eigene aussagekräftige Seite mit individueller Leistungscharakteristik sowie allen notwendigen Kontaktdaten**

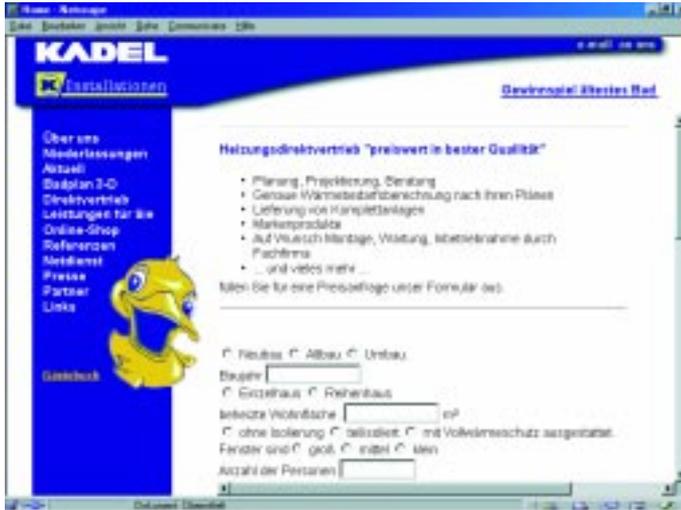


**Anhand eines anschaulichen Ablaufplanes wird das „Komplettbad aus einer Hand innerhalb von 10 Tagen“ präsentiert**

**Die eingängige Wirtschaftlichkeitsrechnung dürfte den ein oder anderen zögerlichen Kunden sicher eher von der Notwendigkeit eines Wartungsvertrages überzeugen als viele Worte**



**Anstatt Heimwerker  
kampfflos den Bau-  
märkten zu überlas-  
sen, kümmert man  
sich im Hause Kadel  
auch Online intensiv  
um diese Kunden-  
gruppe**



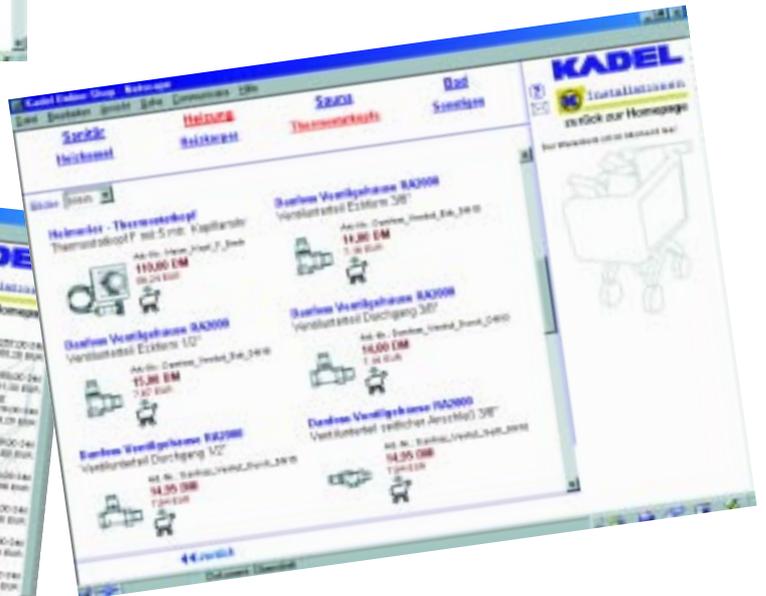
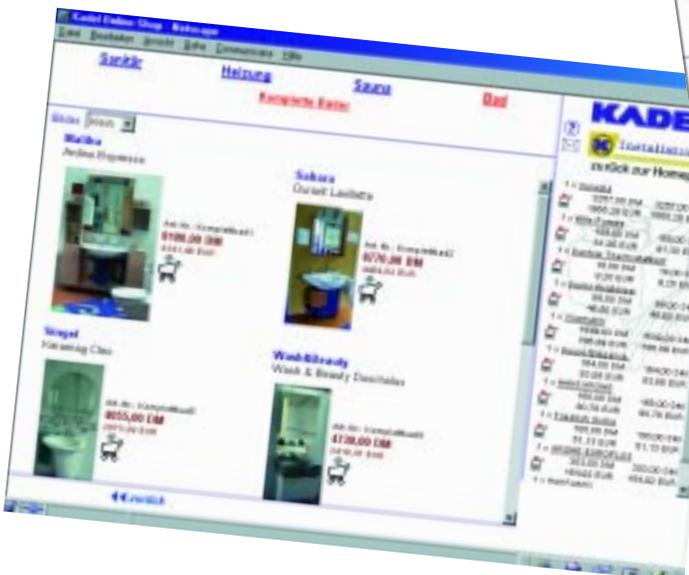
**Zwar etwas kärglich  
aber jederzeit gut zu-  
gänglich: Das Feed-  
back-Formular zur  
Kontaktaufnahme**



barrierefreie Bäder, Wärme-Contracting so-  
wie Leasing bzw. Mietkauf von Heizungs-  
anlagen sind in einem Untermenü der Ru-  
brik „Leistungen für Sie“ aufgeführt.

Gut sind hier die nicht allzu langatmigen  
Beschreibungen mit z. T. detaillierten Ab-  
laufplänen und beispielhaften Wirtschaf-  
lichkeitsberechnungen. Der kaufwillige  
Besucher dürfte allerdings das konkrete An-  
gebot, die interaktive Möglichkeit zur Kon-  
taktaufnahme oder gar eine Bestellmög-  
lichkeit vermissen. Wer wirklich Interesse  
hat, muß das allgemeine Feedback-Formu-  
lar rechts oben auf der Homepage nutzen.  
Das ist konsequent auf jeder Seite des In-  
ternet-Auftritts an der gleichen Stelle zu fin-  
den und sicherlich wesentlich besser als ein  
leeres Formular des Standard-eMail-Pro-  
gramms, stellt aber unter Umständen eine  
Hemmschwelle dar, weil der Kunde seinen  
Wunsch relativ frei formulieren muß.

Die dritte Möglichkeit, etwas über die Lei-  
stungen des Unternehmens zu erfahren,  
führt über den Menüpunkt „Niederlassun-  
gen“. Über eine Auswahlseite, auf der die  
einzelnen Betriebe graphisch auf einer  
Deutschlandkarte sowie tabellarisch aufge-  
listet sind, kommt der Interessent zur In-  
formationsseite der jeweiligen Niederlas-  
sung. Dort findet er dann – neben der kom-  
pletten Anschrift, Ansprechpartner, eMail-  
Adresse sowie Telefon-, Fax- und  
Notdienstnummer – auch die kompakte Lei-  
stungsbeschreibung des jeweiligen Betrie-  
bes mit verlinkten Zusatzinformationen  
bzw. Langtexten des Dienstes.



**Vom Thermostatventil bis zum kompletten Waschtisch:  
Unter [www.kadel.de](http://www.kadel.de) oder [www.installationen.de](http://www.installationen.de) kön-  
nen Kunden Markenprodukte online ordern**

Außerdem sind an dieser Stelle Sonderleistungen wie der Bau von Beregnungsanlagen oder die Innenbeschichtung von Gasleitungen erwähnt, die nur in der jeweiligen Niederlassung erbracht werden.

Weitere Rubriken auf der Kadel'schen Homepage sind „Referenzen“ mit namhaften Auftraggebern, „Presse“ mit Zeitungsmeldungen über das Unternehmen, „Über uns“ mit spärlichen Informationen zum Unternehmen aber dafür klaren Aussagen zur

Firmenphilosophie sowie „Online-Shop“. Hinter letzterem Punkt verbirgt sich ein gut funktionierender Online-Shop, der trotz der einleitenden Bemerkung, daß er noch im Aufbau sei, schon etliche Markenprodukte in den Kategorien Heizung, Bad, Sauna und Sanitär bietet. Durch dieses Feature und eine sehr gute Reaktionszeit auf eMail-Anfragen hat das Unternehmen dann doch noch etliche Punkte in der Kategorie Interaktivität gutgemacht. UM

## Unternehmens-Kurzporträt

Die 1925 von Jakob Kadel als Ladengeschäft mit einem Mitarbeiter gegründete Firma Kadel ist heute eine Gruppe aus 13 selbständig geführten Niederlassungen in 10 deutschen Städten. An den Standorten Berlin, Ludwigsfelde, Cottbus, Würzburg, Mannheim, Weinheim, Heidelberg, Eberbach, Neuenbürg und Gundelfingen erwirtschafteten rund 250 Mitarbeiter, davon ca. 180 gewerbliche, im letzten Geschäftsjahr einen Umsatz von 40 Millionen DM. Insgesamt sind über 140 komplett ausgestattete Fahrzeuge im Einsatz. Jeder Betrieb ist eine eigenständige GmbH, die von einem Betriebsleiter geführt und ausschließlich als Profitcenter betrieben wird. Von der Lohn-, Kreditoren- und Debitorenbuchhaltung über das Mahn- und Personalwesen bis hin zu EDV-Fragen sowie der Bilanzerstellung regelt eine Verwaltungs- und Dienstleistungs-GmbH am Stammsitz in Weinheim zentral die komplette Verwaltung für alle Häuser.

Zum Tätigkeitsbereich gehören neben 24-Stunden-Notdienst und Wartung auch die Beratung, Planung sowie Montage von Sanitär- und Heizungsinstallationen. Die Betriebe in Weinheim, Eberbach und Gundelfingen verfügen über Sanitär-Ausstellungen mit einer Gesamtfläche von gut 1500 m<sup>2</sup>. Spezialgebiete des Unternehmens sind Krankenhausbauten, Plattenbausanierungen, Regenwasser- und Solaranlagen, Haustechnik für Passiv- und Niedrigenergiehäuser sowie Wärme-Contracting und Leasing/Mietkauf von Heizungsanlagen für Kommunen und Gewerbe. Dienstleistungsprodukte, die bei den Kunden besonders gut ankommen, sind z. B. der „Kesselaustausch an einem Tag“ oder der garantierte „Badumbau in 10 Tagen“, bei dem die Firma in Kooperation mit Fliesenlegern, Malern und Elektrikern Komplettbäder aus einer Hand anbietet. Neben Industrie- (40 %) und kommunalen Aufträgen (20 %) sind Privatkunden mit gut 40 % des Umsatzes ein wichtiges Standbein des Unternehmens. 40 % der Aufträge werden im Gewerk Sanitär getätigt, 30 % in der Heizung, 20 % in der

Lüftung und 10 % in der Klempnerei. Dabei entfallen 40 % auf Neubaumaßnahmen und 60 % auf Altbausanierungen.

In Sachen Marketingmaßnahmen wird besonders auf ein einheitliches und ordentliches Erscheinungsbild geachtet. Entsprechend viel Wert legt man im Hause Kadel auf die Beschriftung und Gestaltung von Geschäftsdrucksachen, Arbeitsmitteln, Fahrzeugen, Werbegeschenken sowie gepflegte Kleidung. Für besondere Werbeaktionen (z. B. 2000: „Wir suchen das älteste Bad der Region“) wird alle zwei Jahre ein Budget von über 100 000 DM aufgewandt. Außerdem präsentiert sich das Unternehmen regelmäßig auf regionalen Messen und veranstaltet Tage der offenen Tür, Schnäppchen-Verkäufe und Informations-Wochenenden.

Bereits seit 1978 setzt Kadel bei der täglichen Büroarbeit auf die EDV. Damals wurde eine aktenschrankgroße Olivetti-A6 mit 8"-Disketten für das Angebots- und Rechnungswesen angeschafft. Heute sind nicht nur alle Arbeitsplätze miteinander vernetzt und verfügen über einen Internet-Anschluß, sondern auch alle Niederlassungen an den Weinheimer Zentralcomputer angebunden. Die Kommunikation mit Geschäftspartnern und Kunden erfolgt zum großen Teil über eMail und EDV-Fax.

Geleitet werden die Kadel-Betriebe in der 3. Generation von den Brüdern Jochen und Jürgen Kadel. Der Heizungs- und Lüftungsbauer Jochen Kadel trat nach seiner Ausbildung zum staatlich geprüften HLK-Techniker und Betriebswirt des Handwerks 1990 in das Unternehmen ein. Bereits vier Jahre länger ist der Gas- und Wasserinstallateur sowie Groß- und Einzelhandelskaufmann Jürgen Kadel im Betrieb. Er hat neben der Ausbildung zum Betriebswirt des Handwerks einen Abschluß als Sanitärmeister und -techniker. Als klares Unternehmensziel nennen beide Brüder einstimmig: „Die Zufriedenheit der Kunden – sei es im industriellen, kommunalen oder privaten Bereich – durch einen besonders hohen Leistungsstandard zu gewährleisten.“