

Vorstellung der nominierten Top 20-Homepages

# 1. SHK-Internet-Osc@r

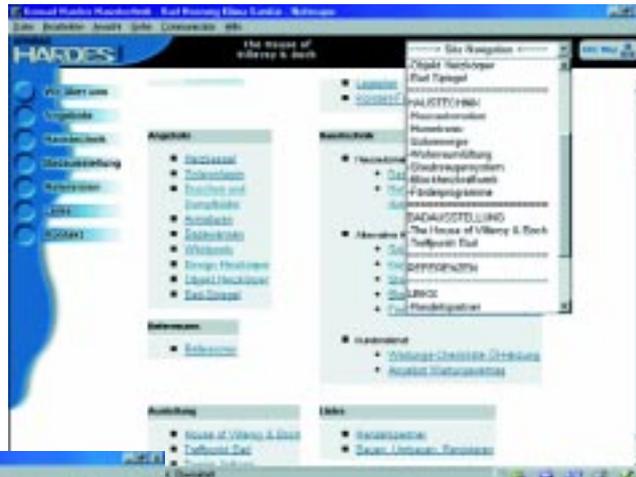
*12 Homepages aus den Top 20 beim 1. SHK-Internet-Osc@r haben wir schon vorgestellt. Jetzt folgt der nächste Viererblock. In alphabetischer Reihenfolge, wie wir das schon seit den Einzelvorstellungen der ersten vier Web-Auftritte halten. Damit die beispielhaften Besprechungen nicht nur dem Homepage-Eigner, sondern auch unseren anderen Lesern möglichst viel bringen, halten wir mit Lob – aber auch mit deutlicher Kritik – nicht hinter'm Berg.*

**www.konrad-hardes.de**

Beinah wäre die Konrad Hardes GmbH bei der ersten Grobsichtung der Osc@r-Bewerber durch's Sieb gefallen. Prangt doch da in großen Lettern auf den Firmenpapieren „Groß- und Einzelhandel – Bad, Heizung, Lüftung, Klima“. Und der 1. SHK-Internet-

Osc@r war nun mal ausschließlich für eingetragene Handwerksbetriebe ausgeschrieben. Gottseidank haben wir aber noch mal genauer nachgesehen und festgestellt, daß dies nur ein geschickter Marketing-Schachzug der Steinhausener ist. Für Endverbraucher soll es ja ein toller Anreiz zum Kauf sein, wenn sie „direkt beim Großhandel“ ordern können. Uns wäre dadurch aber schier eine der interessantesten Homepages „verlustrig“ gegangen. Schon auf der Startseite von [www.konrad-hardes.de](http://www.konrad-hardes.de) – die auch über die einprägsame URL [www.treffpunktbad.de](http://www.treffpunktbad.de) erreichbar ist – präsentiert sich das Unternehmen mit einem sehr aufgeräumten und übersichtlichen Web-Auftritt. Zur Navigation gibt's links ein Menü, das einschließlich der Kontaktmöglichkeit während des gesamten Besuchs

aller Seiten jederzeit leicht erreichbar ist. Außerdem sind in der oberen, ebenfalls jederzeit zugänglichen Querleiste, ein weiteres Pulldown-Menü mit Direktzugang zu den einzelnen Seiten sowie eine sehr übersichtliche Site-Map-Funktion integriert. Wer sich da noch verläuft, dem dürfte nicht mehr zu helfen sein. Gestartet wird quasi mit dem Menüpunkt „Wir über uns“ mit einer Abbildung des repräsentativen Firmengebäudes, einer wirklich kurzen und kompakten Unternehmensvorstellung sowie einem Direktlink auf den Menüpunkt „Aktuelle Angebote“. Diese laufen übrigens auch in einem animierten Rollbalken am rechten, oberen Seitenende durch. Klickt man auf den Link, Rollbalken oder die entsprechende Rubrik, erfolgt eine Vorauswahl nach Heizkesseln, Solaranla-



**Da kann sich keiner verlaufen: Menü, Sitemap und Pulldown-Menü helfen bei der Navigation**

**Kundenorientiert und gut bestückt: Der professionelle Online-Shop von Hardes**



**Auch unter der prägnanten URL [www.treffpunktbad.de](http://www.treffpunktbad.de) zu erreichen: Die Homepage der Konrad Hardes GmbH unter [www.konrad-hardes.de](http://www.konrad-hardes.de)**

gen, Duschen und Dampfbädern, Armaturen, Badewannen, Whirlpoolsystemen, Design- oder Objekt-Heizkörpern sowie Bad-Spiegeln. Über diese geht's direkt weiter zu einem kundenorientierten, gutbestückten und professionellen Online-Shop. Wo notwendig, können per Formular jederzeit einfach und schnell Zusatzinfos angefordert werden.

Von diesen gibt's auch jede Menge im nächsten Menüpunkt „Haustechnik“. Dort ist das gesamte, wirklich umfangreiche Leistungsspektrum des Unternehmens aufgeführt. Vom Online-Angebot für einen Wartungsvertrag über erschöpfende Informationen zu den Themen Hausautomation, Solartechnik, Regenwassernutzung, regenerative Energien, kontrollierte Wohnungslüftung, Staubsaugersysteme und Blockheizkraftwerke bis zu Fördermöglichkeiten, weiterführenden

### Konrad Harges GmbH

Adelbachstr. 13, 33142 Büren-Steinhausen, Telefon (0 29 51) 98 20 15, Telefax (0 29 51) 98 20 99, eMail: info@konrad-hardes.de

Gerade mal 20 Jahre hat Firmengründer Konrad Harges gebraucht, um aus dem ehemaligen Einmannbetrieb in der Nähe von Paderborn, das jetzige ansehnliche Unternehmen mit 15 000 m<sup>2</sup> Betriebsfläche und 20 Firmenfahrzeugen zu schaffen. Neben 25 Monteuren werden 9 Büroangestellte und 12 Lehrlinge in den Abteilungen Einkauf, Verkauf, Service, Buchhaltung, Personal und Technik beschäftigt. Darunter auch spezielle Fachberater für die 1400 m<sup>2</sup> große Bad- und Heizungsausstellung mit über 80 Bädern. Außerdem gehören eine 200 m<sup>2</sup> große Werkstatt, ein 450 m<sup>2</sup> großes Büro sowie ein 800 m<sup>2</sup> großes Lager zur Betriebsausstattung. Zum Tätigkeitsgebiet gehören sämtliche Arbeiten (Beratung, Verkauf, Montage, Projektierung und Produktion) rund ums Thema Bad, Heizung, Lüftung und Klima. Spezialgebiete sind das Komplettbad aus einer Hand, ein eigenes Planungsbüro, das Energieberatungszentrum, die 3D-Computerplanung, der Direktverkauf an Heimwerker sowie die Finanzierungsmöglichkeit. Der Umsatz verteilt sich zu jeweils 40 % auf die Gewerke Sanitär und Heizung sowie zu weiteren 20 % auf Lüftungs- und Klimaprojekte. Einzugsbereich ist das Gebiet in einem Radius von rund 100 km um den Firmensitz. Der Einkauf erfolgt hauptsächlich über 4 Großhändler und bei wenigen ausgewählten Produkten auch direkt.



**Was für's Auge: Leider beschränken sich die Badseiten auf Bilder ohne Produktbeschreibungen oder die Möglichkeit einer interaktiven Kundenbestellung**

Links und Infodiensten. Eine schöne Lösung ist auch die interaktive Wartungs-Checkliste für die Öl-Heizung.

Dafür mangelt's unterm Menüpunkt „Badausstellung“ etwas an Informationen. Es ist zwar eine sehr umfangreiche, aber eben nur eine Bildersammlung von einzelnen Kojen. Eine Beschreibung der einzelnen vorgestellten Artikel wie z. B. unter [www.heizung24.de](http://www.heizung24.de) oder gar eine Bestellmöglichkeit würde hier sicherlich nicht schaden. Gut in der virtuellen Bad-Präsentation: Die Öffnungszeiten gleich auf der Einstiegsseite, ein Online-Formular für die Vereinbarung eines Besichtigungstermins oder einer Beratung sowie eine Übersichtsfunktion anhand derer der Besucher im Voraus sieht, was ihn beim anschließenden Rundgang erwartet und über die er zügig wieder auf ein favorisiertes Badmuster zurückkommt. Ähnlich aufgebaut ist übrigens die Ausstellung „The House of Villeroy & Boch“, die über einen Button im oberen Frame direkt erreichbar ist.

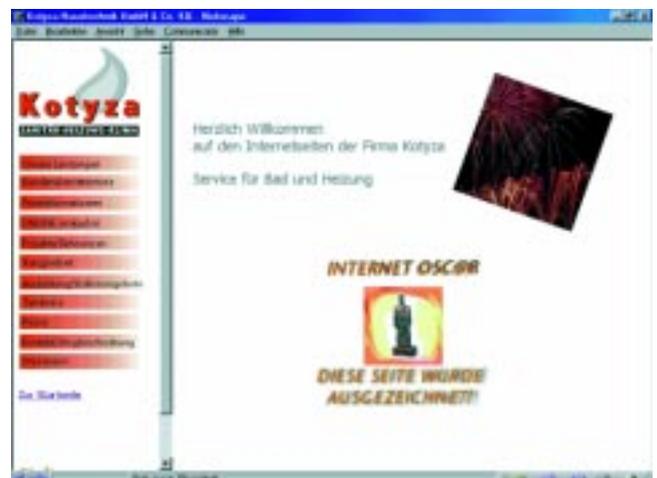
Weitere Menüpunkte sind „Referenzen“, in einem neuen Fenster öffnende „Links“ zu Handelspartnern und für Bauherren interessanten Informationsquellen sowie „Kontakt“. Hinter letzterem verbirgt sich die komplette Adresse einschließlich Telefon, Fax, allgemeiner und direkter eMail-Adresse von

Ansprechpartnern, Lagepläne in drei Maßstäben sowie ein mustergültiges Kontaktformular. Aus diesem geht übrigens etwas versteckt hervor, daß das Unternehmen scheinbar auch einen monatlichen Newsletter im Angebot hat. Sogar wäre normal einen Hinweis auf der Einstiegsseite oder im Menü wert. Gut war hingegen wieder die Reaktionszeit auf die Test-Mail, die mit 2,5 Stunden voll im Rahmen lag. Auch ansonsten wird die Homepage in diesem Unternehmen ernst genommen und tatkräftig unterstützt. So findet sich die URL

auf allem, was sich bedrucken läßt sowie auf Leuchtmitteln und vielfältigen Giveaways. Gefunden wird sie auch über gezielt platzierte Links auf anderen Seiten, Suchmaschinen-Einträge sowie Gewinnspiele. Kein Wunder, daß „der Laden flutscht“. Rund 150 000 DM Umsatz lassen sich nach Firmenangaben jährlich aus den Internetangeboten generieren. Dabei sei die Zahlungsmoral dank der zügigen Auftragsbearbeitung gut bis sehr gut. Außer den zusätzlichen Umsätzen sieht man die Webseiten aber auch als kostengünstige Werbung, die die Kompetenz und Leistungsfähigkeit des Unternehmens einer breiten Öffentlichkeit aufzeigt.

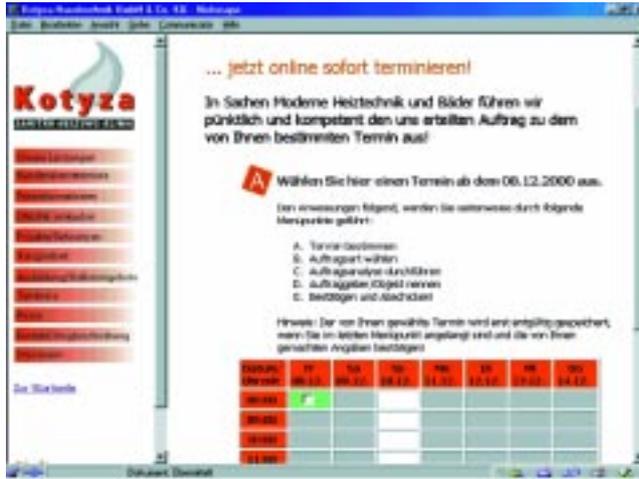
### www.kotzya.de

Mit konkreten Umsatzzahlen aus ihrem Web-Auftritt unter [www.kotzya.de](http://www.kotzya.de) kann die Kotzya GmbH & Co. KG noch nicht die-

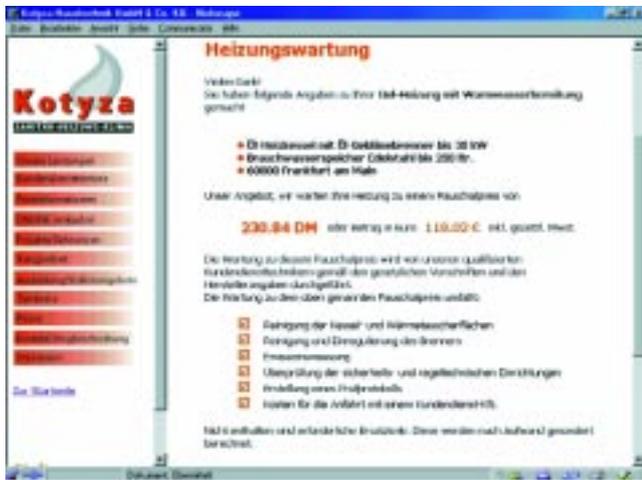


**Stolz auf/wie Osc@r: Immer öfter wird die Teilnahme am Branchenwettbewerb – wie hier auf der Homepage der Kotzya GmbH & Co. KG – auch werblich genutzt**

**Online-Terminplanung par excellence: Hier merkt man, daß die Seiten von der selben Web-Agentur wie die des 1. Gewinners Steffen stammen**



**Persönliches Angebot für jeden Kunden: Auch bei der Heizungswartung setzen die Hessen auf viel Interaktivität**



handenen positiven Auswirkungen der Homepage auf die eigenen Mitarbeiter, die alle über eine eigene eMail-Adresse verfügen und kostenlos im Netz surfen dürfen. Beworben wird die virtuelle Firmenfiliale auf allen Geschäftspapieren, Giveaways, Bauschildern, Firmenfahrzeugen, in Anzeigen (auch Stellenanzeigen), Telefon-, Branchen- und sonstigen Verzeichnissen. Hinzu kommen Links auf Lieferanten- und Herstellerseiten.

nen. Die Online-Aufträge ziehen erst langsam an. Allerdings ging die Homepage aber auch erst im vergangenen Jahr ans Netz und werden nur Kunden aus dem Einzugsgebiet des Unternehmens bedient. Monatlich greifen gute 200 User auf die Internet-Seiten zu. Insgesamt gibt es nach Firmenangaben eine sehr positive Kundenresonanz. Tenor: „Das hätten wir von einem Handwerker nicht erwartet.“ Auch Kotyza bestätigt, daß die Zahlungsmoral solcher Online-Aufträge nicht schlechter als im Tagesgeschäft sei. Eher besser. Als erster erwähnen die Rodenbacher die sicherlich auch anderswo vor-

folgt ein Surfer diesen, kommt er erst mal auf eine sehr übersichtliche, um nicht zu sagen fast leere, Homepage. Außer der Begrüßungsgraphik ist eigentlich nur das Menü zu sehen. Selbiges besteht aus klar gegliederten 11 Punkten in einem Frame am linken Bildschirmrand und ist somit von je-



**Warenmäßig gebunden: Den Shop hat Kotyza beim Großhändler Schulte gehostet**

**Kotyza GmbH & Co. KG**

Talstraße 24, 63517 Rodenbach, Telefon (0 61 84) 5 04 98, Fax (0 61 84) 5 19 14, eMail: info@kotyza.de  
 Gemeinsam mit einem zwischenzeitlich ausgeschiedenen Kollegen gründete Gas- und Wasserinstallateurmeister Wenzel Kotyza 1973 die heutige Kotyza GmbH & Co. KG als Einzelunternehmen. 1996 tritt sein Sohn Michael Kotyza, der Mitgründer der Fuldaer „Gute Laune Meister“, Geschäftsführer der Rodenbacher „Alles aus einer HandWerker“ sowie Beauftragte für Öffentlichkeitsarbeit und Betriebswirtschaft der Hanauer Innung, als gleichberechtigter Partner in den Betrieb ein. Zwei Jahre später wurde das Managementmodell der Gebr. Steffen eingeführt und Kundendienst sowie Projektarbeit komplett umstrukturiert. Heute beschäftigen die Rodenbacher in ihrem kurz vor dem Neubau stehenden Betrieb 2 Meister, 2 Kundendiensttechniker, 4 Monteure, 2 Lehrlinge sowie 2 Bürokräfte. Für ihre Einsätze im Umkreis von 50 km um den Firmensitz (Rhein-Main-Gebiet, Frankfurt, Offenbach, Hanau, Gelnhausen) können die Mitarbeiter auf insgesamt 8 Firmenfahrzeuge zurückgreifen. Tätigkeitsgebiet ist die Montage, Projektierung und Produktion von Heizungs-, Sanitär- und Klimaanlage. Ein Schwerpunkt liegt auf den Gebieten Solar, Regenwassernutzung, Komplettbäder aus einer Hand sowie der Computerplanung. 70 % des Umsatzes bringen Modernisierungsarbeiten, die zu ebenfalls 70 % bei privaten Bauherren durchgeführt werden. Weitere 20 % der Aufträge kommen von Gewerbebetrieben und die restlichen 10 % von öffentlichen bzw. kommunalen Auftraggebern. Ausgeführt werden zu 50 % Heizungs-, zu 40 % Sanitär- und zu 10 % Arbeiten an Klimaanlage. Die benötigten Installationsmaterialien liefert ein Großhändler. Heizungstechnik und Solaranlagen werden direkt vom Hersteller bezogen.

der Seite aus immer zugänglich. Die erste Rubrik ist „Unsere Leistungen“ und hat’s auch schon gleich haltvoll in sich: Berechnung und Abschluß eines Wartungsvertrages, Kesselmodernisierung, Badsanierung, Solaranlagen, Selbstbausysteme,

Kalkschutz sowie Energieberatung. Und das alles mit Preisangabe und direkter Online-Bestellmöglichkeit. Selbiges gilt auch für die nächsten Punkte „Kundendiensttermine“ und „Preisinformationen“. Dort wird eigentlich nur auf die unter „Leistungen“ auch schon erreichbaren Seiten verzweigt.

Online einkaufen kann der Interessent in einem gesicherten Shop unter dem gleichnamigen Button. In einem neuen Fenster öffnet sich dann unter der URL [www.kotyzashop.de](http://www.kotyzashop.de) ein beim Großhändler Schulte gehosteter virtueller Verkaufsraum mit dessen umfangreicher Produktpalette. Wenn der Kunde erfahren möchte, wen er da eigentlich online beauftragt, erfährt er dies unter „Kurzportrait“ mit den Unterpunkten „Unternehmensphilosophie“, „Firmengeschichte“ und „Vision 2001“ erschöpfend aber nicht langatmig. Den Weg zum Unternehmen findet er über den Menüpunkt „Kontakt/Wegbeschreibung“. Neben Karten und Wegbeschreibung sind dort auch die komplette Adresse, Telefon- und Faxnummer sowie die eMail-Adresse angegeben. Ein Kontaktformular fehlt allerdings auf diesen Seiten. Weitere Menüpunkte sind „Projekte/Referenzen“, „Ausbildung/Stellenangebote“, „Seminare“, „Impressum“ und „Presse“ mit Berichten über das Unternehmen.

**[www.kruse-haustechnik.de](http://www.kruse-haustechnik.de)**

Die Georg Kruse GmbH überraschte mit einer mustergültigen Antwortzeit auf das Osc@r-Testmail. Innerhalb ganzer 1,5 Minuten war der Autorspond, also die automatisch vom Server verschickte Eingangsbestätigung, da und nach nur 21 Minuten die manuelle Antwort. Schneller schaffte das keiner. Hier scheint man sich vorbildlich um Online-Interessenten und das Pro-



**Geballtes Angebot unter den Fachsparten: Hoffentlich weiß der Kunde, zu welchem Gewerk sein Anliegen gehört**

**Ganz nett: Kostenloser SMS-Versand, Wettervorhersage und WAP-Simulator als Service – dafür nur eine Telefonnummer sowie allgemeine Argumente für Kundendienst und Wartung**

jekt Internet zu kümmern. Wofür auch spricht, daß die kompletten Seiten ohne äußere Hilfe entstanden. Vielleicht sind sie gerade deshalb in allen deutschsprachigen Suchmaschinen eingetragen und auf anderen wichtigen Seiten verlinkt. Ein Punkt, der zwar viel zum Erfolg beiträgt aber auf den ersten Blick nicht ins Auge sticht und deshalb von den professionellen Homepagemachern gerne eingespart wird. Ansonsten werden potentielle Kunden aus der Region auch durch die konsequente Bewerbung der URL auf die Domain geleitet. Diese soll hauptsächlich die „normalen“ Firmenaktivitäten begleitend unterstützen, Kunden vorab informieren und das Image verbessern.



**Zuviel des Guten: Suchfunktion, Pulldown- und normales Menü sind ja noch o.k. – aber warum von letzterem gleich zwei?**

Kommt man auf die Homepage [www.kruse-haustechnik.de](http://www.kruse-haustechnik.de) selbst, hat man vier Wege zum Ziel vor sich. Neben einer Suchfunktion mit Direktzugriff auf die gesuchten Themen sowie einem Pulldown-Menü mit Direktzugriff auf die einzelnen Seiten, gibt es am Bildschirmrand ebenso ein Menü wie am oberen

Bildschirmrand. Das ist schon fast zuviel des Guten. Während die Suchfunktion und das Pulldown-Menü noch Sinn machen, bleibt unklar, warum gewisse Menüpunkte nur im linken oder oberen Verzeichnis vorhanden sind und andere wiederum in beiden. Hinter den einzelnen Buttons „Heizung“, „Bäder“ und „Solar“ verbirgt sich ein buntes Sammelsurium von sehr umfangreichen – um nicht zu sagen, für den PC-Bildschirm viel zu langen – Informationen, Leistungsbeschrieben, einer virtuellen Badausstellung, Hersteller-PR und Links. Letztere gehen übrigens im selben Browserfenster auf und nehmen damit höchst wahrscheinlich den Interessenten auf Nimmerwiedersehen mit.

Unter „Service“ sind eine Telefonnummer als Notdienst-Hotline sowie Argumente für Kundendienst und Wartungsverträge zu finden. Außerdem kann man von dort eine kostenlose SMS versenden, WAP-Seiten mit dem Explorer simulieren und das regionale Wetter abfragen. Ob das auf Handwerksseiten aber viel Sinn macht, dürfte ebenso

## Georg Kruse GmbH

Hauptstr. 9, 31319 Sehnde, Telefon (0 51 38) 6 19 00, Telefax (0 51 38) 61 90 90, eMail: kruse@kruse-haustechnik.de

Die Firma Kruse wurde 1901 von Ludwig Kruse, dem Großvater des heutigen Firmeninhabers Georg Kruse, als Schlosserei gegründet. Neben einem Autohaus entstand später auch der Geschäftsbereich Sanitär- und Heizungsbau. Seit 1992 ist das Unternehmen ausschließlich in dieser Sparte tätig. Heute beschäftigt der Betrieb neben dem Geschäftsführer und seiner Tochter, der Gas- und Wasserinstallateurmeisterin Wiebke Kruse, 3 Meister, 2 Kundendienst-Monteure, 6 Gesellen, 3 Auszubildende und 2 Teilzeit-Bürokräfte. Diesen stehen insgesamt 9 Firmenfahrzeuge zur Verfügung. Ein 2000 m<sup>2</sup> großes Betriebsgelände beherbergt 230 m<sup>2</sup> Bürofläche, 400 m<sup>2</sup> Lager, eine 70 m<sup>2</sup> große Werkstatt, 185 m<sup>2</sup> Außenlager und 17 Parkplätze. Das Tätigkeitsgebiet erstreckt sich auf alle Leistungen rund um die Heizungs-, Sanitär- und seit kurzem auch Solartechnik. Außerdem gibt es eine eigene Service-Abteilung für Reparaturen und Wartungsdienste. Zu 85 % erhält das Unternehmen seine Aufträge (50 % Heizung, 45 % Sanitär, 5 % Klima) von privaten Bauherren. 10 % kommen von öffentlichen und 5 % von gewerblichen Auftraggebern. Mit 60 zu 40 % hat die Modernisierung gegenüber Neubauten die Nase vorn. Das Einzugsgebiet liegt im Umkreis von 30 km um den Firmensitz. Eingekauft wird über 5 Großhändler. Kessel, Heizkörper, Badeinrichtungen u.a. werden teilweise direkt bezogen. Zunehmend auch Online.

fraglich sein, wie bei der Aufbereitung der Kruse'schen Seiten für WAP-fähige Handys. Auch wenn solche „Spielereien“ nicht schaden, hätte man die Zeit doch besser zur Optimierung der Kontaktmöglichkeiten genutzt. In der entsprechenden Rubrik beschränken sich die Sehndener nämlich auf eine Telefonnummer sowie ein Formular das gegenüber dem normalen eMail-Browserfenster auch nicht viel mehr bringt. Wer mehr Daten über das Unternehmen will, muß dem Button „Adresse“ im oberen



**Da war man sich wohl selbst nicht sicher: Der Ticker mit den nicht gerade auf einen SHK-Handwerksbetrieb zugeschnittenen Meldungen wurde bei den – übrigens im gleichen Fenster öffnen – Links versteckt**

Menü folgen und landet – in der Rubrik „Die Firma“ im linken Menü. Da läßt sich's trefflich über die Logik grübeln. Wenigstens stimmt der Inhalt. Von den Öffnungszeiten, der Postanschrift, der Telefon- und Faxnummer, eMail-Adresse sowie URL der Homepage, über die Mitarbeiter, einen Routenplaner für die Anfahrt, die Firmengeschichte und Stellenangebote, bis zum Leistungsspektrum, den Ansprechpartnern mit Name, Bild und Durchwahl – aber leider keiner eigenen eMail-Adresse – ist alles dahinter zu finden. Wenn man denn nur will und lange genug sucht. Außerdem gibt unter [www.kruse-haustechnik.de](http://www.kruse-haustechnik.de) noch einen Puretec-Shop mit 10 Produkten, einen verlinkten Service zu einem Buchdienst, links eine Rubrik „Links“ und oben eine namens „News“ mit Meldungen für Verbraucher sowie der Möglichkeit, sich in einen Newsletter-Verteiler einzutragen. Was im Link-Fenster allerdings ein Ticker mit so gewichtigen Meldungen wie „Babs und Boris Becker haben sich getrennt“, „Kulturskandal um sprechende Vagina: Was sie alles sagt“ oder „Nach vier Stunden Sex: Brutalo-Freier schlägt Hure krankenhausreif“ (Stand 5. 12. 2000) zu suchen haben, dürften sich wohl einige Besucher des SHK-Handwerksbetriebs fragen. Hier gehört ganz dringend mal aufgeräumt und die Spreu vom ebenfalls vorhandenen, sehr guten Weizen getrennt.

## [www.lamprecht-haustechnik.de](http://www.lamprecht-haustechnik.de)

Gerade mal ein starkes halbes Jahr existierte die Homepage der Firma Lamprecht als diese sich damit um den 1. SHK-Internet-Osc@r bewarb. Obwohl sie eigentlich zum Zwecke der Imagepflege und Erhöhung des Bekanntheitsgrades erstellt wurde, brachte sie außer einem guten Zuspruch bei den Kunden auch schon nennenswerte bundesweite Anfragen zu allen Bereichen der Haustechnik. Gefragt waren hauptsächlich Komplett-Bausätze zur Selbstmontage. Einen Service, den das Unternehmen bei allen Produktgruppen im Netz – von den „Heizanlagen“, über „Bad/Sanitär“, „Pflegecenter“, „Regenwassernutzung“ bis zu „Solaranlagen“ und „Zentralstaubsauger“ – anbietet. Damit wäre auch schon fast

montage. Einen Service, den das Unternehmen bei allen Produktgruppen im Netz – von den „Heizanlagen“, über „Bad/Sanitär“, „Pflegecenter“, „Regenwassernutzung“ bis zu „Solaranlagen“ und „Zentralstaubsauger“ – anbietet. Damit wäre auch schon fast



**Alles Notwendige kompakt gleich auf der ersten Seite: Die Homepage der Firma Lamprecht aus Radebeul**

das in einem separaten Frame am linken Bildschirmrand öffnende und jederzeit erreichbare Menü beschrieben. Hinzu kommen lediglich noch die Punkte „Aktuell“ und „Angebot/Kontakt“. Auch ansonsten ist die Startseite recht übersichtlich. Im oberen Frame verbirgt sich hinter dem Firmenlogo ein Link, der zurück auf die Startseite führt. Außerdem kam endlich mal jemand auf die Idee, die komplette Firmenadresse mit exponierter eMail-Adresse, Telefon- und Faxnummer dort anzugeben.



**Übersichtlich: Falls notwendig werden die Rubriken im Hauptmenü noch mal in einem horizontalen Menü aufgeteilt**

**Schriell aber gut: Von dem Kontaktformular können sich manche 'ne Scheibe abschneiden**

Ansonsten ist auf der Startseite alles auf einen Blick übersichtlich und nicht überladen vorhanden: Von einer verlinkten Aufmachergraphik als Blickfang über eine wirklich ultra-kompakte aber ausreichende Firmenvorstellung sowie einen ebensolchen Leistungsbeschreibung bis zu den Textlinks auf alle wichtigen Seiten. Außerdem gibt's am unteren Seitenende – wie übrigens auf allen verfügbaren Seiten – ein weiteres Miniatur-Menü zur Navigations erleichterung. Perfekt. Ebenso wie die jeweils passenden Textlinks in den jeweiligen Fachgebieten. Diese bestehen aus Text- und Bildinformationen, die bei Bedarf über ein weiteres horizontales Menü im Hauptframe auf mehrere Seiten aufgeteilt werden. Aktuelle Fördermöglichkeiten sind dort (auf dem eigenen Server, nicht verlinkt) ebenso



vorhanden wie lehrreiche FAQ's zu den Themen Brennwert- und Solartechnik. Gehaltvolle Informationen genug. Ebenso wie auf der „Aktuell“-Seite, wo ein zeitgemäßes Beispielangebot mit Preisangabe vorgestellt wird, ist auf allen Seiten an der passenden Stelle ein Link zum Menüpunkt „Angebot/Kontakt“.

Folgt der Besucher ihm, landet er in einem sehr guten, wenn auch viel zu bunten Kontaktformular. Es ist leicht bedienbar, selbsterklärend, kompakt und umfaßt doch alle möglichen Interessentenwünsche. Unterteilt in die einzelnen Fachgebiete, kann der potentielle Kunde per Mausklick angeben, ob er Interesse an Wartungsvertrag, Selbstbausystem, Fördermöglichkeiten oder zusätzlichen, ausführlichen Informationen hat. Ein Klick ins Kästchen darunter und es ist eine persönliche Beratung angefordert. Dann



**Benutzerführung wie sie sein sollte: Vorhandene Seiten sind per Link direkt da in den Text eingebunden, wo das Interesse des Besuchers darauf geweckt wird**

noch einige Angaben zum Objekt, die Anschrift und fertig ist die ziemlich gehaltvolle Datenlieferung für den Handwerksbetrieb. Wer will, kann in einem weiteren Feld sein Anliegen auch noch frei formulieren – muß es aber nicht. Positiv hinzu kommt, daß das Unternehmen mit einer Antwortzeit von rund 0,5 Stunden auf die Osc@r-Testmail auf den vordersten Rängen lag. Diese hervorragende Bedienung, die gute Benutzerführung sowie die konsequente Bewerbung der URL auf Firmenfahrzeugen, Bauschildern, Anzeigen, Geschäftspapieren, Giveaways und in Verzeichnissen, dürfte auch der Grund für den schnellen Erfolg der Online-Präsenz sein. **UM**

**Lamprecht-Haustechnik**

Altnaundorf 27, 01445 Radebeul, Telefon (03 51) 83 76 90, Telefax (03 51) 83 76 92 02, eMail: Lamprecht.haus technik@t-online.de

Die Firma Lamprecht wurde 1991 als Einzelunternehmen von Holm Lamprecht gegründet. 1993 erfolgte der Kauf eines 1500 m<sup>2</sup> großen Firmengrundstücks mit Büro, Werkstatt, Lager sowie einem Ausstellungsraum. Zur Zeit beschäftigt das Unternehmen neben dem Chef 5 Gesellen, 2 Lehrlinge, 1 Elektriker im Kundendienst, 1 Elektromeister sowie 1 Angestellte. Ihnen stehen insgesamt 7 Firmenfahrzeuge zur Verfügung. Haupteinzugsgebiet sind die Bezirke Dresden, Radebeul, Coswig und Meißen bis Riesa. Es wurden aber auch schon Bauvorhaben in Frankfurt, Ingolstadt, Berlin, Gera, Magdeburg und Hannover abgewickelt. Zum Leistungsportfolio gehören neben der Beratung und Planung auch die Montage und Wartung von Heizungs-, Sanitär-, Solar-, Regenwassernutzungs- und Zentralstaubsauganlagen sowie Schornsteinsanierungen und Elektroinstallationen. Im Bereich Komplettbad arbeitet das Unternehmen mit einem Fliesenleger zusammen. Neben der Spezialisierung auf Solaranlagen ist vor allem der 24-Stunden-Kundendienst ein Schwerpunkt der Firma. Auftraggeber des zu 70 % in bestehenden Bauten erwirtschafteten Umsatzes sind zu 50 % private Bauherren. Gewerbliche Unternehmen machen 10 % und öffentliche bzw. kommunale Einrichtungen 40 % aus. Nach Gewerken teilt sich der Umsatz wie folgt auf: 50 % Heizung, 40 % Sanitär, 5 % Klima und 5% Klempnerei. Der Einkauf erfolgt über 1 Haupt- und 3 weitere Großhändler. Kessel werden direkt bezogen.