



Jury hat entschieden: Gewinner und Top20 stehen fest

SHK-Internet-Osc@r 2001

Das Warten hat ein Ende. Die Gewinner des 2. SHK-Internet-Osc@rs stehen fest. Ende September wählte die Fachjury im schwäbischen Fellbach die drei interessantesten Homepages von SHK-Handwerksbetrieben aus rund 400 Bewerbungen um die heiß begehrte Branchen-Trophäe aus. Zusätzlich zu den drei wertvollen ersten Preisen wurden zwei attraktive Sonderpreise vergeben.

Obwohl erst im zweiten Jahr, ist er inzwischen zu einer bekannten Größe in der Branche geworden: Der vom SBZ-Redaktionsteam im Gentner Verlag Stuttgart in Zusammenarbeit mit namhaften Branchenherstellern, dem ZVSHK, dem Online-Branchentreffpunkt www.shk.de und der Arge Neue Medien vergebene SHK-Internet-Osc@r. Über den Erwartungen der Veranstalter lag die gegenüber dem Vorjahr annähernd gleich hohe Zahl von 394 eingegangenen Bewerbungen. Eigentlich war mit deutlich weniger Einreichungen gerechnet worden. Denn in diesem Jahr hatte man den Sonderpreis – einen unter allen Einsendern verlostten PC – entfallen lassen. Hintergrund dafür waren einige Bewerber, die sich im letzten Jahr mit Baustellen, „stark absturzgefährdeten“ und Mini-Homepages scheinbar allein auf ihr Glück verließen und ihre ganzen Hoffnungen auf den verlostten PC setzten.

Beim 2. SHK-Internet-Osc@r lag die Qualität aller eingereichten Internetauftritte deshalb deutlich über dem Schnitt des vergangenen Jahres. Viele, die im letzten

Jahr schon dabei waren, hatten mit Hochdruck an ihrem Online-Auftritt gefeilt. Aber auch zahlreiche neue Bewerber waren dabei. Darunter etliche, wie die Firma David Wärme und Installationstechnik in Schwandene-Rade (www.dwaintec.de), die es gleich auf Anhieb mit auf die vorderen Ränge schafften. Auch originelle neue Ideen tauchten bei der Sichtung der Teilnehmer auf. So ist z.B. der komplette Webauftritt der Haustechnik Meyer GmbH in Neustadt an der Donau unter www.htm-neustadt.de wahlweise in (Hoch-)Deutsch oder Bayerisch abrufbar. Mit Bedauern mußten die Veranstalter leider auch feststellen, daß einige vielversprechende Bewerber aus dem letzten Jahr aus nicht nachvollziehbaren Gründen dieses Jahr nicht mehr dabei waren. Aber auch von denen, die gerne dabei gewesen wären, konnten leider aufgrund der Zugangsvoraussetzungen nicht alle zugelassen werden. Die eindeutigen Ausschreibungsbedingungen ließen eben nur Homepages von eingetragenen SHK-Handwerksbetrieben zum Wettbewerb zu. Nicht berücksichtigt werden konnten Sammelportale von Handwerkervereinigungen, Seiten von Handelsvertretungen, Großhändlern oder anderen Gewerken, die in Randbereichen der SHK-Tätigkeitsgebiete aktiv sind.

Sponsored by



Die Gewinner

1. Preis

Reise im Wert von 15 000 DM
Kotyza Haustechnik GmbH & Co.KG
Michael Kotyza
63517 Rodenbach
www.kotyza.de

2. Preis

Multimedia-High-Tech-PC
in Wert von 5000 DM
Konrad Harges GmbH
Helmut Oldenkott
33142 Büren-Steinhausen
www.konrad-harges.de

3. Preis

Multimedia-High-Tech-PC
in Wert von 5000 DM
Georg Kruse GmbH
Jens-Martin Brandt
31319 Sehnde
www.kruse-haustechnik.de

Sonderpreise

Website-Optimierung unter
Berücksichtigung der Unter-
nehmensstrategie im Wert von
5000 DM von marketing-pur

Ziegler Heizungstechnik
Sven Ziegler
25436 Heidgraben
www.ziegler-heizungstechnik.de

Seminar „Internet und Pressearbeit im
SHK-Handwerk“

in Wert von 2450 DM von der
Gebr. Steffen GmbH

H.-Dieter Müller
H.-Dieter Müller
40235 Düsseldorf
www.mueller-hirsch.de



Anstrengend aber interessant – so das Urteil der Jury bei der detaillierten Sichtung von 20 Internetauftritten

Top 20 im Praxistest

Nach einer detaillierten Prüfung kristallisierten sich 50 Internetseiten heraus, die in möglichst vielen der festgelegten Wertungskriterien (s. Kastentext „Darum ging’s“) punkten konnten. Diese wurden der Osc@r-Jury zur Auswahl der Top 20-Homepages vorgeschlagen. Fast einstimmig entschieden sich die Jurymitglieder unabhängig voneinander für ihre 20 Favoriten (s. Kastentext „Top 20“), die somit für den 2. SHK-Internet-Osc@r nominiert waren. Sobald die Top 20 feststanden, ging von der Osc@r-Crew eine E-Mail an diese raus, worin zusätzliche, für den Erfolg einer Homepage wichtige aber nicht online überprüfbare Bewertungsmerkmale eingefordert wurden. Dies waren z. B. Kopien oder Originale von Geschäftspapieren, Visitenkarten, Einträge in Branchenverzeichnisse und Werbeanzeigen bzw. Photos von Bauschildern, Fahnen, Fahrzeugen oder anderen Gegenständen, auf denen die Homepage bebildet wird.

Außerdem wurde bei dieser Gelegenheit ein weiteres, sehr wichtiges Kriterium gecheckt: Die Zeit, die ein Unternehmen braucht, um auf elektronische Kontaktwünsche von Besuchern seiner Homepage zu reagieren. Dazu wurden die Teilnehmer aufgefordert, den Eingang der E-Mail möglichst schnell zu bestätigen. Da es sich bei dieser Reaktionszeit um ein sogenanntes k.o.-Kriterium handelte, disqualifizierten sich gleich zwei Bewerber aus den Top 20. Beide antworteten erst im Anschluß an eine

Top 20

Für den 2. SHK-Internet-Osc@r nominiert waren:

www.badundwellness.de
www.baral-gmbh.de
www.dwaintec.de
www.gassmann-heizung.de
www.karlbaumgartner.com
www.kissel-info.de
www.klene.de
www.klimashop.de
www.konrad-harges.de
www.kotyza.de
www.krumbein.de
www.kruse-haustechnik.de
www.luetticken.de
www.otterpohl-gmbh.de
www.reuse.de
www.ruetten-bad-heizung.de
www.uhlmann-shk.de
www.wegener-leipzig.de
www.wilu.at
www.wode-unger.de



Höchste Konzentration: Bei der anschließenden Bewertung und den ersten Hochrechnungen rauchten die Köpfe

weitere telefonische Aufforderung nach sieben Tagen. Alle anderen antworteten auf die Freitag gegen 11:30 Uhr abgesandte Anfrage bis spätestens Montag 11:00 Uhr. Zwei Bewerber lagen gar bei rekordverdächtigen Reaktionszeiten von zwei Minuten. Auch sechs weitere Bewerber benötigten nicht einmal eine Stunde, um sich zu melden. Zeitgleich zu dieser Aktion überprüfte ein Internet-Experte die Aufbereitung der nominierten Seiten für Suchmaschinen sowie die Links, die von anderen Seiten auf die Homepages der Top 20 führten. Während sich beim letzteren Punkt ein sehr unein-



heitliches Bild auf insgesamt zu niedrigem Niveau bei den Bewerbern zeigte, leisteten sich immer noch einige – oft nicht einmal die schlechtesten Homepages – den Luxus, keine Metatags auf ihren Seiten zu setzen. Metatags sind einfach kurze Stichworteinträge (z. B. Bad, Heizung, Solar, Energieeinsparung, Wellness etc.), die für den Surfer unsichtbar im Kopfbereich der Seiten angegeben werden. Ohne diese Stichwörter kann auch die noch so gründlichste Suchmaschine die Seiten im weltweiten Netz nicht finden. Denn genau danach sucht sie.



Der Gewinner des letztjährigen SHK-Internet-Osc@rs, Rolf Steffen, und SBZ-Redakteur Uwe Metzger bei der Verlosung einer der spontan gestifteten Sonderpreise

Bei den unterstützenden Marketingmaßnahmen, also den Möglichkeiten, wie die Betriebe ihre Homepage nach außen hin bekannt machen, läßt sich zusammenfassend

sagen, daß die mehr oder weniger auffällige Nennung der Homepage auf sämtlichen Geschäftspapieren, den Firmenautos, in gelben Seiten und Anzeigen inzwischen durchgängiger Standard ist. Auf Bauschildern, Aufklebern, Messeständen und 0815-Giveaways wurde die URL relativ häufig angetroffen. Die Firma Anselm setzte gar auf Werbung im regionalen – aber über Satellit weltweit zu empfangenden – Fernsehsender BTV. Und die Firma Karl Baumgartner dürfte kaum noch zu toppen sein. Ob Geschenkseifen, Badewannenstöpsel, T-Shirts, Pullover, Mousepads, Handtücher, Badesalz, Kaffeetassen usw. – überall steht die URL dieses Unternehmens im Vordergrund.

Jury in Action

Mit diesen, nicht online überprüfbareren Daten der Top 20 gerüstet, ging's dann am 24. und 25. September in medias res. 10 Jurymitglieder – allesamt internet- und marketing-erfahrene Führungskräfte namhafter SHK-Unternehmen – sowie der Webmaster des Online-Branchentreffpunktes www.shk.de waren der Einladung der Osc@r-Crew des Gentner Verlags Stuttgart ins Fellbacher Kongreßzentrum gefolgt. Erstmals war auch der Gewinner des letztjährigen SHK-Internet-Osc@rs, Rolf Steffen, dabei. Um's vorweg zu nehmen: Die zweitägige Veranstaltung war bis zur letzten Minute angefüllt mit anregenden Diskussionen, genauer Sichtung des kompletten Internetauftrittes der nominierten Kandidaten, konstruktiven Streitgesprächen und detaillierter Wertung. Insgesamt wurden die Seiten nach rund 30 Kriterien (s. Kastentext „Darum ging's“) gewertet. Jedes Jurymitglied hatte zwischen 0 und 5 Punkten für jedes Kriterium zu vergeben. Diese Punkte wurden dann mit einem Faktor multipliziert und Kategorie-weise addiert. Die Summe aller Kategorien ergab letztendlich die Gesamtpunktzahl des Bewerbers je Jurymitglied. Aus der Summe der von allen Jurymitgliedern je Bewerber vergebenen Punkte, dividiert durch die Anzahl der Jurymitglieder, wurde dann die endgültige Wertung der nominierten Homepages festgelegt.

Im Vergleich zum Vorjahr gab es auf Wunsch der Jury kleine Änderungen in der Wertung. So wurde der Faktor für das Bewertungskriterium „Optischer Gesamteindruck“ in der Kategorie „Gestaltung“ von 3 auf 5 erhöht. Im Gegenzug wurde der Faktor für die URL, also der Namen, unter dem die Homepage im Internet aufgerufen wird, von 5 auf 3 Punkte gesenkt. Hintergrund ist die Tatsache, daß die meisten guten und einprägsamen Domains bereits vergeben sind und Neueinsteiger so unter Umständen von vorneherein ein höheres Handicap haben.

Darum ging's

Die einzelnen Homepages wurden nach den folgenden, verschieden gewichteten Kriterien in den jeweiligen Kategorien bewertet:

Information

Infos zum Unternehmen: Hier sollte der Kunde kurz, knapp und aussagekräftig erfahren, mit wem er's zu tun hat und wem er evtl. sein Vertrauen schenkt.

Infos zu Produkten und Service: Welches Leistungsspektrum hat der Betreiber der Homepage? Was kann der Kunde in welchem Umfang von ihm erhalten?

Aktuelle Inhalte: Ist die Homepage up to date? Wurden neue Produkte, Vorschriften und Informationen ergänzt sowie alte gelöscht?

Komplette Adresse/Anfahrtskizze: Findet der Kunde die benötigten Daten, falls er doch lieber persönlich vorbeikommen oder telefonieren will?

Ergonomie/Nutzerfreundlichkeit

Aufbaugeschwindigkeit der Seiten: Wie lange muß der Kunde zeit- und kostenpflichtig warten, ehe er auf die Homepage darf?

Übersichtliche Bedienung: Wird der Besucher schnell und gezielt zu seiner Problemlösung geführt oder muß er sich unständig durchs Chaos wühlen?

Suchfunktion: Können die einzelnen Seiten komfortabel nach einem Stichwort durchsucht werden?

Downloadmöglichkeit für umfangreiche Informationen: Kann der Besucher aus Kostengründen und wegen der besseren Lesbar-

keit größere Datenmengen, Formulare oder andere Infos auf den eigenen Rechner downloaden?

Kontaktaufnahme jederzeit möglich: Ist das Unternehmen jederzeit und überall auf der Homepage per E-Mail direkt ansprechbar?

Gestaltung

Logisches Kommunikationskonzept: Stehen die Inhalte unter dem richtigen Menüpunkt, wo der Besucher sie auch erwartet?

Kundenorientierte Präsentation: Gefällt der Köder dem Fisch oder nur dem Angler?

Betonung der Alleinstellungsmerkmale: Wird dem potentiellen Kunden unmißverständlich und schnell klar, warum er gerade beim Homepage-Inhaber kaufen soll?

Originalität: Hat der Handwerksbetrieb einen unverwechselbaren und einprägsamen Auftritt?

Kundenbindung/Links: Wird der Besucher auf den eigenen Seiten gehalten oder ist er bei einem Klick auf einen Link weg? Sind Links sinnvoll?

Optischer Gesamteindruck: Was macht die Homepage fürs Auge her?

Interaktivität/aktiver Einzelhandel

Interaktive Elemente: Wird der Besucher aktiv in den Internet-Auftritt eingebunden (z. B. durch interaktive Berechnungsformulare, Online-Wartungsverträge, persönliche Fördermittelauskünfte, Online-Badplanung

oder Terminvereinbarungen)? Oder wird ihm ein Einheitsmenü vorgesetzt?

Qualität Kontaktformulare: Kann der potentielle Kunde seine Wünsche komfortabel, schnell und detailliert loswerden? Werden für den Empfänger wichtige Daten abgefragt?

Antwortdauer auf E-Mail-Anfragen: Das A und O im schnellen Medium Internet.

E-Mail-Verteiler: Kann sich der Besucher in eine Newsliste eintragen, über die er mit wertvollen Infos ans Unternehmen bzw. die Homepage gebunden wird?

Bestellmöglichkeit/Aktiver Einzelhandel: Kann der potentielle Kunde sein Kaufbedürfnis sofort online befriedigen?

Publizität/Auffindbarkeit

Domain: Ist der Name der Homepage einprägsam, kurz, logisch und ohne unnötige Zusätze?

Durchgängige Bewerbung der Homepage auf Firmenpapieren, Visitenkarten, Werbeartikeln, Fahrzeugen, Bauschildern, Fahnen, in Suchverzeichnissen, Anzeigen und anderen Medien: Was tut das Unternehmen, um Besucher auf seine Homepage zu bekommen?

Aufbereitung für Suchmaschinen: Ist das Unternehmen leicht über Internet-Suchmaschinen zu finden?

Links auf anderen Internetseiten: Wieviel (sinnvolle) Links führen von anderen Seiten auf die Homepage?

Der Bewertungspunkt „Authentische Informationen auf der Homepage“, also entspricht die Darstellung im Internet in etwa dem realen Erscheinungsbild des Unternehmens, entfiel ganz, da eine umfassende Überprüfung mit Vorortbesuch praktisch nicht möglich ist. Nach diesen Änderungen ergab sich eine höchstmögliche erreichbare Punktzahl von 445 Punkten.

And the winner is . . .

348 davon – und damit auch die ausgelobte Reise im Wert von 15 000 DM – konnte der Gewinner des diesjährigen SHK-Internet-Osc@rs, die Rodenbacher Firma Kotyza Haustechnik GmbH & Co.KG, für ihren Internetauftritt unter www.kotyza.de

für sich verbuchen. Kotyza lag damit in fast allen Wertungspunkten z. T. deutlich vor den Wettbewerbern. Etwas Bauchschmerzen bereitete der Jury anfangs, daß die Unternehmen von Rolf Steffen, Gewinner des letztjährigen Osc@rs und diesjähriges Jurymitglied, sowie von Michael Kotyza zusammenarbeiten. Der latent über der Veranstaltung schwebende Verdacht der Befangenheit löste sich aber spätestens nach der detaillierten EDV-Kontrollrechnung in Wohlgefallen auf. Denn auch wenn man sämtliche von Steffen für alle Bewerber vergebenen Punkte nicht wertet, liegt Kotyza mit durchschnittlich 347 Punkten mit Abstand auf dem ersten Platz. An dieser Rangfolge ändert sich selbst dann nichts, wenn man nur die von Steffen für Kotyza vergebenen Punkte nicht werten würde und sie den anderen Bewerbern läßt.

Den zweiten Preis, eine komplette Multimedia-PC-Station im Wert von 5000 DM, holte sich die Konrad Hardes GmbH in Büren-Steinhausen mit 303 Punkten für ihre Homepage www.konrad-hardes.de.

Ebenfalls eine komplette Multimedia-PC-Station im Wert von 5000 DM war der Preis für den 3. Gewinner, die Georg Kruse GmbH in Sehnde. 293 Punkte erhielt der Handwerksbetrieb für seinen Online-Auftritt unter www.kruse-haustechnik.de. Den undankbaren 4. Platz belegte die Augsburger Karl Baumgartner GmbH mit ihren zwei sehenswerten Domains www.karlbaumgartner.com und www.badpark.de (Shop), für die sie 289 Punkte erhielt. Die drei ersten Preisträger bekommen zudem die wertvolle SHK-Internet-Osc@r-Statue aus Bronze sowie eine Urkunde. Letzteres gilt auch für die anderen Top 20-Teilnehmer. Auch sie



Auch wenn die Bewerbung der URL auf Geschäftspapieren, Autos, in gelben Seiten und Anzeigen inzwischen Standard ist, überraschen einige Bewerber immer wieder mit erfrischenden Ideen, um beim Kunden im Gespräch zu bleiben

erhalten – außer einem wertvollen Buchpreis aus dem Verlagsprogramm des Genter Verlages Stuttgart – eine Urkunde über die Teilnahme sowie die Bestätigung, daß sie beim 2. SHK-Internet-Osc@r unter den 20 besten Homepages waren. Außerdem verlost die Jurymitglieder Rolf Steffen und Peter Köstel unter allen Bewerbern spontan zwei Sonderpreise. Köstel, geistiger Vater des SHK-Internet-Osc@rs und seit kurzem mit seiner Beratungsagentur marketing-pur selbständig, spendierte eine Website-Optimierung unter Berücksichtigung der Unternehmensstrategie im Wert

von 5000 DM. Dieser Preis ging an die Ziegler Heizungstechnik (www.ziegler-heizungstechnik.de) in Heidgraben. Der zweite Sonderpreis, ein Seminar zum Thema „Internet und Pressearbeit im SHK-Handwerk“ im Wert von 2450 DM bei der Gebr. Steffen GmbH, ging an das Unternehmen H.-Dieter Müller (www.muellerhirsch.de) in Düsseldorf.

Wo die Gewinner des 2. SHK-Internet-Osc@rs sowie die Top 20 ihre Stärken und Schwächen haben, erfahren interessierte Leser in den nächsten SBZ-Ausgaben. Dort stellen wir nacheinander ausführlich alle nominierten Homepages einschließlich der zugehörigen Unternehmen vor. Für all die, für die es in diesem Jahr nicht aufs Treppchen oder unter die ersten 20 gereicht hat, besteht im nächsten Jahr wieder Gelegenheit, die eigene Homepage zu optimieren und

sich erneut oder auch erstmalig um die begehrte Branchen-Trophäe zu bewerben. Dann werden wir, ermuntert durch die Ideen und Anregungen der Jurymitglieder den Ausschreibungsmodus um weitere Preiskategorien ergänzen und den Wettbewerb noch attraktiver machen. So werden dann auch die Betriebsgröße oder die Differenzierung, ob es sich bei dem Bewerber um einen Neueinsteiger oder einen „Oldie“ handelt im Kriterienkatalog Berücksichtigung finden. Also nutzen Sie die Vorstellung der besten Homepages in den nächsten SBZ-Ausgaben und holen Sie sich Anregungen für Ihren persönlichen Internet-Erfolg. UM

INTERNET-OSCAR

And the winner is: **www.kotzya.de** – unter dieser URL sind die mit dem SHK-Internet-Osc@r 2001 ausgezeichneten Seiten zu finden, die ihrem Besitzer zu einer Reise im Wert von 15 000 DM verhelfen



Der zweite Preis – eine komplette Multimedia-PC-Station im Wert von 5000 DM – geht für den Internetauftritt **www.konradhardes.de** an die gleichnamige GmbH in Büren-Steinhausen



Ebenfalls über eine komplette Multimedia-PC-Station im Wert von 5000 DM und den dritten Platz kann sich die Georg Kruse GmbH (**www.krusehaustechnik.de**) freuen

