

Dritter Sieger beim SHK-Internet-Osc@r 2001

# www.kruse-haustechnik.de

*Im Rahmen der versprochenen konstruktiven Kritik, gingen wir im letzten Jahr ziemlich hart mit der Georg Kruse GmbH aus Sehnde ins Gericht. Trotz der bemängelten unnötigen Spielereien und mangelnder Übersichtlichkeit reichte es dem ansonsten hervorragenden Internet-Auftritt aber immer noch für einen sehr guten Platz unter den Top 20. Nachdem sie den ersten Schock über die offenen Worte verdaut hatten, machten sich die Internet-Verantwortlichen daran, die SBZ-Empfehlungen in die Tat umzusetzen. Mit Erfolg, wie der diesjährige 3. Platz beim SHK-Internet-Osc@r 2001 belegt.*

Es ist einfach kein Vergleich zum letzten Jahr, was sich da auf den Kruse'schen Seiten getan hat. Aufgeräumt und übersichtlich präsentiert sich die Homepage unter [www.kruse-haustechnik.de](http://www.kruse-haustechnik.de). Drei einprägsame und zur Branche passende Bilder, ein kurzer Begrüßungstext und ansonsten nur noch Elemente, die dem Kunden helfen, möglichst schnell das richtige für sein Anliegen zu finden. Weniger ist eben manchmal doch mehr.

Links gliedert sich das Hauptmenü in die Rubriken „Das Unternehmen“, „Heizung“, „Bad/Sanitär“, „Solar“, „Service“, „Newsletter“, „Forum“ und den Button „Home“, über den man auf die Startseite zurückfindet. Direkt unter dem Hauptmenü ist eine gleich ins Auge springende Suchfunktion integriert, die innerhalb des gesamten Internet-Auftrittes der Kruse GmbH nach eingegebenen Begriffen sucht. Außerdem befindet sich am oberen Bildschirmrand, in einem während des gesamten Aufenthaltes innerhalb des Onlineauftrittes von Kruse immer sichtbaren Frame, ein Pull-Down-Menü mit Direktzugriff auf die wichtigsten Webangebote. Hierzu zählen z. B. die Online-Auftragsformulare, der Rückrufservice sowie die Angebotsanfrageformulare in den Bereichen Heizung, Bad und Solar. Ein Klick und man ist direkt auf den entsprechenden Seiten.



**Klar strukturiert, übersichtlich, aufgeräumt und wichtige Punkte jederzeit zugänglich: Die Homepage [www.kruse-haustechnik.de](http://www.kruse-haustechnik.de) des 3. Preisträgers beim SHK-Internet-Osc@r 2001**

## Kundenorientiert gestaltet

Ebenfalls in diesem oberen Frame sind die graphisch hinterlegten und ständig zugänglichen Punkte „Online-Shop“, „Kontakt“ und „E-Mail“ positioniert. Klickt man auf den Online-Shop, öffnet sich dieser in einem separaten Fenster. Er ist auch nicht unter [www.kruse-haustechnik.de](http://www.kruse-haustechnik.de), sondern unter [www.kruse24.de](http://www.kruse24.de) gehostet. Wie alle anderen Links auch, öffnet er vorbildlich in einem neuen Fenster. Insgesamt sind dort zwar noch nicht sehr viele Produkte zu finden, Struktur und Aufbau des Shops sind aber, ebenso wie die Produktauswahl, einwandfrei. Unter „Kontakt“ finden sich wirklich alle Möglichkeiten zur Kontaktaufnahme. Dort sind sowohl die Postanschrift, eine Hotline- und eine Faxnummer, ein allgemeines sowie spezielle Anfrageformulare für Heizung, Bad/Sanitär und Solar vorhanden. Wer will, kann über einen Link, der zum Menüpunkt „E-Mail“ führt, auch eine mit dem eigenen Programm frei verfaßte Mail loswerden oder erfährt die WAP-

Adresse für die Kontaktaufnahme von unterwegs. Und das alles übersichtlich gegliedert und mit Symbolen aufgelockert. Aber zurück zum Hauptmenü: Klickt man auf den Punkt „Das Unternehmen“, findet man sich auf einer Übersichtsseite wieder. Dort geht's dann über verlinkte Unterpunkte z. B. zum Leistungsspektrum des Betriebes, zu Adresse und Öffnungszeiten, Pressemitteilungen, Infos über den Unternehmensstandort, den Mitarbeitern, die Firmengeschichte, offenen Stellen und Ansprechpartnern. Letzteres diesmal sogar vorbildlich mit Bild, Funktionsbereich sowie Durchwahl und persönlicher E-Mail-



Das gesamte verlinkte Leistungsspektrum des Unternehmens auf einen Blick



Ein großes Informationsangebot verlangt übersichtliche Strukturen: Trotz z. T. dreifacher Verschachtelung, findet man sich auf den Kruse'schen Seiten, wie hier bei dem Unternehmenskerngebiet Heizungsmodernisierung, jederzeit zurecht

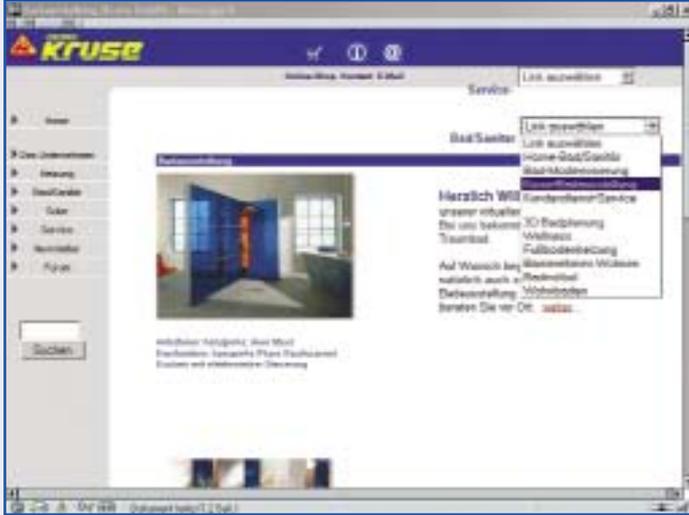
Adresse. Auf jeder Seite ist unten nochmal eine kleine Menüleiste mit zumindest den beiden wichtigen Positionen „Kontakt“ und „E-Mail“ sowie oben ein weiteres Pull-Down-Menü angeordnet, mit dem schnell innerhalb des jeweiligen Untermenüs gesprungen werden kann. Außerdem ist die o. g. Kontaktseite hier nochmal verlinkt und können Interessenten über einen bei web.de gehosteten Routenplaner ihre individuelle Anfahrtsstrecke planen.

**Gehaltvolles mit Fachbezug**

Die restlichen Menüpunkte sind ähnlich aufgebaut. Hier zieht sich die übersichtliche Gestaltung mit Unter- und Pull-Down-Menü konsequent durch den ganzen Webauftritt. In den Rubriken „Heizung“, „Bad/Sanitär“ und „Solar“ sind jeweils vier wichtige Unterpunkte an den Anfang gestellt und weitere Informationen optisch etwas zurückge-

setzt am rechten Seitenrand abrufbar. Auf allen drei Seiten sind direkte Links zu den themenspezifischen Online-Angebotsanfrage-Formularen sowie auf die Serviceseite zu finden. Auf den Solar-Seiten kommen außerdem Informationen (mit Preis) zu Angebotspaketen und Fördermöglichkeiten hinzu, auf den Bad/Sanitärseiten eine Badausstellung mit vielen farbigen Bildern und wenig Zusatzinformationen sowie auf den Heizungsseiten ein so umfangreiches Informationsangebot zur Modernisierung, daß es nochmal in einem eigenen Untermenü untergliedert wurde. Dabei ist alles sinnvoll verknüpft und dem Kunde jederzeit die Möglichkeit zur Kontaktaufnahme gegeben. Apropos Kundenkontakt erleichtern: Da findet sich auch einiges unter dem Menüpunkt „Service“. Das reicht von einem Rückruf-Service (auch außerhalb der Geschäftszeiten) und einer Online-Terminvereinbarung über die Online-Anfrage eines

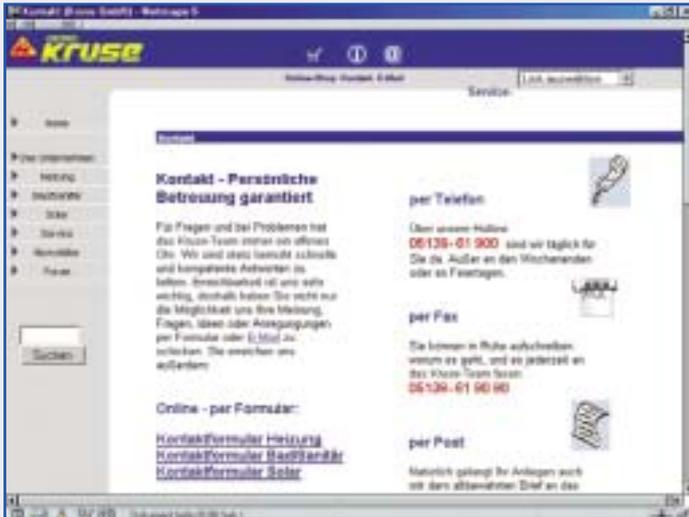
Wartungsvertrages bis zur Kundendienst-Hotlinenummer mit Angabe des Stundenverrechnungssatzes und eine Erste-Hilfe-Checkliste für den Notfall. Und natürlich auch hier wieder der obligatorische Hinweis auf die WAP-Adresse. Nicht's für ungut, aber hier hat wohl jemand einen absoluten Narren an der WAP-Technik, die sich schon in anderen Bereichen nicht durchsetzen konnte, gefressen. Eigentlich auch eine Serviceleistung, aber in einer gesonderten Rubrik untergebracht, ist die Möglichkeit einen „Newsletter“ mit wirklich aktuellen und brauchbaren Informationen zu bestellen. So wurden die Abonnenten z. B. am 26. Oktober darauf hingewiesen, daß sie bitte rechtzeitig vor dem bevorstehenden Winter die Außenleitungen entleeren, den Wasserstand in der Heizungsanlage sowie den Ölstand im Tank kontrollieren und die Heizungsanlage warten lassen. Selbstverständlich fehlt auch der



Appetithäppchen ohne Nährwert? Die Badausstellung protzt zwar mit vielen schönen Herstellerbildern, Daten und Preise fehlen aber



Die Service-Rubrik: Zusammen mit den Kontaktseiten und einer hervorragenden Antwortzeit, kann man hier wirklich mit Fug und Recht von Kundenservice sprechen



**Ob E-Mail, Formular, Post, Telefon oder Fax – die Kontaktaufnahme fällt dem Interessenten wirklich von jeder Stelle im Internet-Auftritt leicht**



**Klasse statt Masse: Noch fehlen Produkte im unter www.kruse24.de gehosteten Shop – aber Struktur und Erscheinungsbild stimmen!**

Hinweis auf das Leistungsangebot der Kruse GmbH nicht. Letzter Punkt des Hauptmenüs – wohl auch von den Zugriffszahlen der Nutzer – ist ein bei Puretec gehostetes Forum.

## Alles Marke Eigenbau

Von der Jury wurden neben den Inhalten vor allem die Aufbaugeschwindigkeit der Seiten, die Übersichtlichkeit, die Bedienung sowie überhaupt die ganze Gestaltungsarbeit gewürdigt. Geringer Nachbesonderungsbedarf wurde eigentlich nur im Bereich der Aktualität der Inhalte sowie bei den interaktiven Elementen gesehen. Die

Antwortzeit auf die Osc@r-Testmail war mit 81 Minuten zwar nicht ganz so gut wie im Vorjahr (1,5 bzw. 21 Minuten), ist aber absolut im Rahmen. Schneller dürfte kein Kunde mit einer Antwort rechnen. Da könnten sich einige viel größere und kapitalkräftigere Unternehmen eine Scheibe von abschneiden. Hier scheint man sich vorbildlich um Online-Interessenten und das Projekt Internet zu kümmern. Wofür auch spricht, daß die kompletten Seiten ohne äußere Hilfe entstanden. Der gesamte Internet-Auftritt wurde – ebenso wie übrigens die gesamte EDV-Anlage des Unternehmens – unter der Federführung des Lebensgefährten von Wiebke Kruse, Jens-Martin Brandt, intern geplant und umgesetzt. Damit liefert die Georg Kruse GmbH den besten Beweis, daß der Erfolg beim SHK-Internet-Osc@r keinesfalls von einer teuren externen Internet-, Graphik-

oder Werbeagentur abhängt. Vielleicht sind die Seiten ja auch 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 Homepage-machern gerne eingespart wird. Ansonsten werden potentielle Kunden aus der Region auch durch die konsequente Bewerbung der URL auf die Domain geleitet. Selbstverständlich sind alle Firmenpapiere mit dem Internet-Zusatz versehen. Hinzu kommen Werbeanzeigen, z. B. auf dem Deckblatt von Telefonbüchern oder regelmäßig im Amtsblatt, auf Baustellenschildern, Firmenautos, Aufklebern, Leuchtreklame und Werbegeschenken. UM

## Unternehmens-Kurzporträt

*Georg Kruse GmbH, Hauptstr. 9, 31319 Sehnde, Telefon (0 51 38) 6 19 00, Telefax (0 51 38) 61 90 90, E-Mail: info@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, 2 Meister, 3 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 jeweils 10 Kunden- und Mitarbeiter-Parkplätze. Das Tätigkeitsgebiet erstreckt sich auf alle Leistungen rund um die Heizungs-, Sanitär- und Solartechnik. Außerdem gibt es eine eigene Service-Abteilung für Reparaturen und Wartungsdienste sowie einen Winter- und Sommer-Notdienst. 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 hauptsächlich im Umkreis von 30 km um den Firmensitz. Eingekauft wird über 5 regionale Großhändler. Kessel, Heizkörper, Badeinrichtungen u. a. werden teilweise direkt bezogen. Zunehmend auch Online.