

Vorstellung der für den 2. SHK-Internet-Osc@r nominierten Homepages

Otterpohl – Reuse – Rütten

Wer beim SHK-Internet-Osc@r unter die Top 20 kommen will, muß schon einiges an Leistung zeigen. Dennoch sind auch diese Homepages nicht ganz ohne Fehl und Tadel. Diesmal mußten zwei nordrhein-westfälische und ein nordhessisches Unternehmen ihre Stärken und Schwächen beim virtuellen Firmenauftritt unter Beweis stellen.

www.otterpohl-gmbh.de

Daß auch Neueinsteiger beim SHK-Internet-Osc@r in die vorderen Ränge kommen können, belegt die Otterpohl GmbH mit ihrer Web-Präsenz, die erst seit Mai letzten Jahres am Netz ist. Nach Ansicht des Verantwortlichen Ingo Berglar, ist ein Internetauftritt auch für Handwerksbetriebe unumgänglich, wenn sie nicht über kurz oder lang aufs Abstellgleis gelangen wollen. Er sieht keine Alternative zum informativsten und jederzeit verfügbaren Medium für viele Kunden und Haushalte. Entsprechend positiv würden auch viele Nutzer diese Seite mit ihren informativen Inhalten beurteilen, wengleich sie sie eher ungewöhnlich für einen SHK-Handwerksbetrieb finden. Aber genau dieser Effekt sollte nach dem Willen der Betreiber erzielt werden: Eine eher untypische Homepage für einen Installateur, die aufgrund der Ungewöhnlichkeit des Inhaltes im Gedächtnis bleibt. Ähnlich sah das auch die Jury. Ob bei der kundenorientierten Produktpräsentation, der Originalität oder dem optischen Gesamteindruck, fast überall gab es in der Sparte Gestaltung die



Ungewöhnlich aber informativ: So beurteilen Kunden den Webauftritt der Otterpohl GmbH unter www.otterpohl-gmbh.de

Spezialgebiet Brunnenbau: Gerade bei überregionalen Tätigkeiten kommen die Vorteile einer Internetpräsentation besonders zum Tragen



Höchstnote. Weitere Punkte konnte der Online-Auftritt vor allem in Sachen Information einheimen.

Um da ranzukommen, muß man aber erst mal an einer an und für sich sehr gut und übersichtlich gestalteten Startseite ohne unnötige graphische Spielereien oder gar Musik vorbei. Das klappt leider nur, nachdem man den kleinen, in der Graphik versteckten Button „Eingang“ gefunden hat. Vom in der Internetwelt ständig kontrovers diskutierten Sinn und Zweck einer solchen vorgeschalteten Startseite mal ganz abgesehen – hier hätte man ohne viel Aufwand die ganze Seitenfläche oder zumindest die Graphik verlinken und damit den Interessenten den Zugang zur Homepage wesentlich erleichtern können. Hilfreich wäre auch eine automatische Weiterleitung nach spätestens zwei bis drei Sekunden.

Eigentlich könnte die vorgeschaltete Startseite aber auch ganz entfallen, denn die Begrüßung der Interessenten erfolgt sowieso erst auf der eigentlichen Homepage. Diese ist für die immer noch wesentlich häufiger als allgemein angenommen verwendete Bildschirmauflösung 800 × 600 optimiert und zeigt sich klar strukturiert sowie optisch „leicht verdaulich“. Am oberen Rand des Bildschirms sind in einem separaten, konstanten Rahmen Firmenlogo und -name an-



Für jeden etwas: Nicht mit anonymen Aussagen, sondern mit konkreten Beispielen für die jeweilige Badsituation des Kunden wirbt der Handwerksbetrieb um Vertrauen und beweist Kompetenz

Bedarf wecken statt nur Produkte verkaufen: Bei Otterpohl erhalten Besucher nicht nur Daten und Fakten zu Produkten und Unternehmen, sondern auch ausgiebiges Hintergrundwissen



gebracht. Beide sind verlinkt und führen per Klick zurück auf die Homepage. Jederzeit erreichbar sind auch die wichtigen Funktionen „Kontakt“, „Lageplan“ und „Notdienst“ am rechten oberen Bildschirmrand. Dank kompletter Firmenanschrift mit E-Mail, Telefon- und Faxnummer sowie einem einfach gestalteten Formular mit der Möglichkeit zum Eintrag in einen E-Mail-Verteiler, ist dem Kunden so jederzeit die Kontaktaufnahme möglich. Für Notfälle oder Anliegen außerhalb der Geschäftszeiten wird unter allen drei Punkten auch eine Handynummer angegeben. Leider gibt es aber in diesem Bereich keinerlei Angaben über die Geschäftszeiten selbst. Das wäre zumindest bei der Anfahrtsskizze sinnvoll gewesen.

Das übersichtliche Hauptmenü mit nur fünf Rubriken ist senkrecht am linken Bildschirmrand angeordnet. Klickt man auf einen der Punkte „Wellness“, „Firma“, „Bad“, „Links“ oder „News“, öffnet sich jeweils ein Pulldown-Menü mit weiteren Unter-

punkten, einer kurzen Beschreibung des Hauptthemas und Textlinks zu wichtigen Passagen. Die Unterpunkte führen zu weiteren, detaillierteren Informationen. Grundsätzlich sind die angezeigten Seiten im Hauptframe zweiteilig und betrachterfreundlich strukturiert. Während im größeren Fenster Bild- und Textinformationen mit ggf. weiterführenden Links positioniert sind, finden sich im kleineren Eyecatcher mit Sonderinformationen oder einem Hinweis auf die Kontaktmöglichkeiten. Wo sinnvoll, sind Seiten aus anderen Rubriken querverlinkt und führen so den Besucher nach seinen Anforderungen durchs Firmenprogramm. Links auf fremde Seiten, gehen dabei vorbildlich in einem neuen, kleineren Fenster auf, so daß der Surfer jederzeit zurückfindet.

Insgesamt sind die Otterpohl'schen Seiten hervorragend gestaltet und können als Beispiel für einen Handwerksbetrieb gelten, der das Internet hauptsächlich zur Imagebildung sowie Kundeninformation und nicht zum aktiven Verkauf nutzen möchte. Insofern ist auch das weitgehende Fehlen interaktiver Elemente entschuldbar. Verbesserungsbedarf sah die Jury allerdings bei der Aktualität der News. Hier wurden im Februar 2002 Daten vom Januar 2001 ange-

Otterpohl GmbH

Feldhüserweg 10, 33378 Rheda-Wiedenbrück, Telefon (0 52 42) 93 75 11, Telefax (0 52 42) 93 75 29, E-Mail: info@otterpohl-gmbh.de

Die Otterpohl GmbH wurde im Juli 1998 von Ingo Berglar und Rolf Dresen übernommen. Außer ihnen sind zwei Kundendienstmonteure, zwei Brunnenbauer, fünf Sanitär- und Heizungsmonteure, ein Auszubildender, ein Techniker und ein Buchhalter im Unternehmen beschäftigt. Zu ihrer Mobilität stehen elf Firmenfahrzeuge zur Verfügung. Auf einer Betriebsfläche von ca. 2600 m² sind 960 m² Werkstatt, 120 m² Büro, 350 m² Lager sowie eine Bäderausstellung von 200 m² untergebracht. In Kooperation mit einem Installateur-Unternehmen wird außerdem eine aktive Wellness-Ausstellung auf ca. 80 m² betrieben. Arbeitsgemeinschaften mit anderen Firmen gibt es auch im Bereich Komplettbad aus einer Hand sowie bei Klempnerarbeiten. Ansonsten bietet der Handwerksbetrieb Teilsanierungen, Materiallieferungen, Renovierungen, Kanalinspektionen, Wartungsarbeiten in der gesamten Hauswasserinstallation, Kanalarbeiten, komplette Gebäudeentwässerungen, Sanierungen von Abwasser- und Kanalrohrleitungen, Hebeanlagen sowie die Wartung von Heizungsanlagen und Brennern an. Ein Spezialgebiet ist der Brunnenbau. Rund die Hälfte des Umsatzes wird mit Sanitärarbeiten realisiert, 35 % im Bereich Heizung, 5 % mit der Lüftung/Klimatechnik sowie 10 % mit der Klempnerei. Mit 85 % sind der überwiegende Teil Renovierungs- bzw. Umbauarbeiten. 40 % der Aufträge kommen von privaten, 10 % von öffentlichen bzw. kommunalen und 50 % von gewerblichen Auftraggebern. Einzugsgebiet ist die Stadt Rheda-Wiedenbrück sowie das nähere Umfeld. Brunnenbauarbeiten werden bis zu Entfernungen von 300 km vom Firmensitz ausgeführt. Die Warenbeschaffung erfolgt über vier Händler. Ersatzteile, diverse Pumpen sowie Sanitär- und Heizungsartikel werden direkt beim Hersteller bezogen.



Der Online-Auftritt der Reuse GmbH unter www.reuse.de mit Notdienst-Rückruf Funktion



Unter eigener Domain: Der Online-Shop mit eingeschränktem Produktangebot und fehlenden Bildern

zeigt. Was Endverbrauchern vielleicht noch nicht einmal aufgefallen wäre, wenn man nicht gleich noch das Datum dazu angeben und dadurch den Eindruck einer mangelnden Aktualität erwecken würde. Auch mit seiner Antwortzeit von über 70 Stunden auf die Osc@r-Testmail lag das Unternehmen im hinteren Drittel der Top 20. Angesichts dessen, daß ein Wochenende dazwischenlag, sicher noch akzeptabel – aber andere haben gezeigt, daß es trotzdem wesentlich schneller geht.

www.reuse.de

Ebenfalls sehr klar und übersichtlich strukturiert, zeigt sich die Homepage der Reuse Haustechnik GmbH. Sie wird über Anzeigen in regionalen Printmedien, Werbung auf sämtlichen Geschäftspapieren und Firmenfahrzeugen, auf Werbegeschenken und per Bandenwerbung auf Sportplätzen bekannt gemacht. Aber auch so ist sie leicht zu finden, da sich das Unternehmen den Firmennamen ohne Zusätze wie GmbH, Haustechnik oder ähnliches reservieren konnte. Der gesamte Auftritt ist optisch in drei, eigentlich jedoch in vier Fenster (Frames) geteilt. Jeweils oben und unten sind über den gesamten Internetauftritt feststehende, waagrecht über die gesamte Breite verlaufende Balken positioniert. Während der obere den Firmenschriftzug, das Tätigkeitsgebiet, ein Bild vom Firmengebäude und einen animierten Begrüßungstext enthält, sind im un-

teren Frame die komplette Adresse mit Telefon, Fax und E-Mail untergebracht. Das gesamte Feld ist mit der E-Mail-Adresse verlinkt. Leider ist aber weder hier noch im restlichen Online-Auftritt ein Kontaktformular zu finden. Vielmehr muß der Interessent sein Anliegen im sich öffnenden Fenster seines E-Mail-Clients frei formulieren.

Leicht fällt dem Kunden hingegen die Kontaktaufnahme im Notfall. Dafür sind im unteren Frame zwei Felder vorgesehen, in die er einfach Name und Telefonnummer einträgt. Diese Daten werden auf das Handy des Bereitschaftsdienstes weitergeleitet und der Nutzer erhält umgehend einen Rückruf. Das mittlere Hauptfenster teilt sich, für den

Besucher unsichtbar, in ein ebenfalls feststehendes Menü links sowie das daneben liegende, eigentliche Aktionsfenster. Dort werden beim Start die Schwerpunkte der Firmentätigkeit in Wort (mit Direktlinks) und Bild angezeigt. Außerdem wird auf die neueste der auch unter „News“ zu findenden monatlichen Meldungen hingewiesen. Diese beinhalten neben kurzen, prägnanten Texten zum Thema auch Abbildungen sowie in einem separaten Fenster öffnende Links zu weiterführenden Informationen. Das Menü enthält die Rubriken „Leistung & Service“, „Reuse Haustechnik“, „Reuse-Shop“, „News“ sowie einen „Home“-Button, der zurück auf die Startseite führt. Klickt man auf den Punkt „Leistung & Ser-

Reuse Haustechnik GmbH

Nürnberger Straße 111, 34123 Kassel, Telefon (05 61) 57 03 10, Telefax (05 61) 5 70 31 20, E-Mail: info@reuse.de

Das Unternehmen wurde 1969 von Klempner- und Installateurmeister Ernst Reuse gegründet. 1976 wird der Kaufmann Friedhelm Rech Teilhaber und übernimmt den Betrieb 1992. Seit 1999 wird die Reuse GmbH von ihm und seinem 1995 eingestiegenen Sohn, dem Versorgungstechnikingenieur Stephan Rech, geleitet. Außer ihnen sind fünf Kundendienstmonteure, zwölf Gesellen, neun Lehrlinge und Helfer sowie elf Büroangestellte im Betrieb tätig. Zu ihrer Mobilität stehen fünf Kundendienst- und acht Baustellenfahrzeuge zur Verfügung. Geschäftsgegenstand des Unternehmens sind die Planung, Beratung und Ausführung der kompletten Haustechnik (Sanitär, Heizung, Lüftung, Elektro) sowie Kunden-, Wartungs- und Notdienst. Ein Schwerpunkt liegt auf der Altbausanierung sowie Umbauarbeiten, die – einschließlich Maurer- und Fliesenarbeiten – komplett aus einer Hand angeboten werden. Außerdem ist der Handwerksbetrieb Servicepartner der Firma Kessel und Mitglied im Verein „Zentrum für umweltgerechtes Bauen“ der Universität Kassel. Der Umsatz gliedert sich in 50 % Sanitär-, 35 % Heizungs-, 10 % Lüftung/Klima- und 5 % Klempnerarbeiten. Neubauarbeiten haben einen Anteil von unter 20 % daran. Der Rest sind Renovierungen und Sanierungen. Seine Aufträge erhält der Betrieb zu 25 % von privaten, 15 % von industriellen und 60 % öffentlichen bzw. kommunalen Bauherren. Der Einzugsbereich deckt den Raum Kassel sowie die Umgebung bis zu einer Entfernung von 50 km ab. Die Materialbeschaffung erfolgt – mit Ausnahme der Kessel, die direkt von zwei Herstellern bezogen werden – über fünf Großhändler.



Logischer Weg: Nach dem Hauptmenü geht's über eine Auswahl mit Bild und Kurzbeschreibung weiter zu den einzelnen Leistungen des Unternehmens

Hier weiß der Kunde sofort, mit wem er es zu tun hat: Ansprechpartner im Unternehmen werden mit Name, Bild, Funktion und eigener E-Mail-Adresse genannt



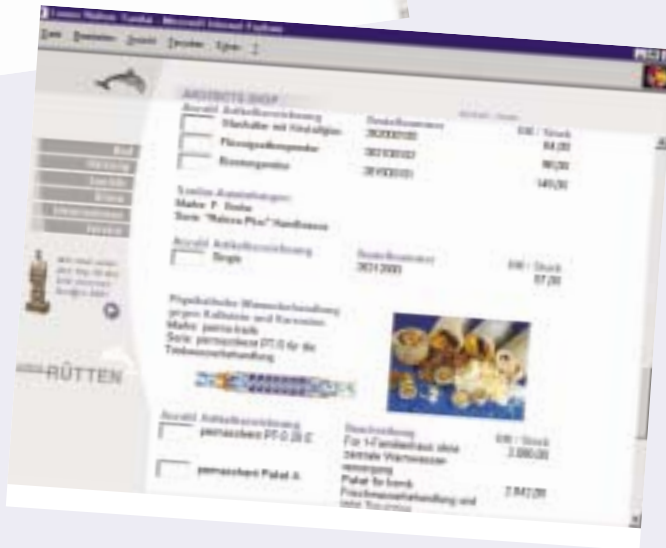
vice“, öffnet sich im Hauptfenster eine Aufzählung der Tätigkeitsgebiete des Unternehmens mit kurzer Beschreibung, Bild und weiterführenden Links. Unter „Kunden- und Notdienst“ ist dort auch ein download- und ausdrückbarer Wartungsvertrag zu finden. Wer aber nicht gerade einen Gaskessel bis 25 kW sein eigen nennt und in Kassel wohnt, muß sich schon per Mail oder Telefon nach dem Preis erkundigen. Nähere Informationen über das Unternehmen selbst, Referenzobjekte sowie Ansprechpartner, gibt's unter „Reuse Haustechnik“. Dabei fiel der Jury besonders die Seite mit den Ansprechpartnern positiv auf. Diese sind dort nämlich – neben den kompletten Firmendaten – mit Name, Bild, Funktion und persönlicher E-Mail-Adresse genannt. Schade nur, daß es für den Fachbereich „Kundendienst, Wartung, Notdienst, Störungsbeseitigung“ kein eigenes Mail-Post-

fach gibt. Trotzdem hätte diese Seite einen Direktlink auf der Homepage verdient. Der „Reuse-Shop“ öffnet nicht nur in einem separaten Fenster, sondern ist auch auf einer eigenen Domain (www.reuse-shop.de) untergebracht. Von der Struktur gleicht er, im Gegensatz zur optischen Gestaltung, den Hauptseiten. Die momentan noch auf Sanitärartikel eingeschränkte Produktauswahl, kann über einen Katalog oder über eine Artikelsuche erfolgen. Abgesehen davon, daß leider noch sehr viele Bilder fehlen, zeigte sich der virtuelle Laden bei unserem Test nicht funktionsfähig. Übrigens kein Einzelfall unter den Bewerbern um den SHK-Internet-Osc@r. Hier sollten sich die Verantwortlichen einfach mal die Mühe machen und den Shop nicht nur vom eigenen Rechner aus testen, sondern sich auch mal von einem Bekannten aus extern einwählen. Sicher würden dann manche Kommentare vom Schlag „Interessenten haben wir viele aber Online-Bestellungen kommen keine rein“ entfallen. Und für den Kunden gibt es nichts frustrierenderes als wenn er sich endlich zu einer auch für ihn mit Unsicherheiten verbundenen Internet-Bestellung durchgerungen hat und dann virtuell die Tür vor



Alteingesessenes Unternehmen mit modernem Online-Erscheinungsbild: Die Homepage der Firma Rütten unter www.ruetten-bad-heizung.de

Musterbeispiel für den Online-Handel mit minimalem Aufwand: Angebots-Shop auf den Seiten der Rheinländer



der Nase zugeschlagen bekommt. Wenigstens erhalten die ganz wild entschlossenen Kunden, die sich durch so was nicht abschrecken lassen, bei Reuse innerhalb von 25 Minuten Antwort auf ihre E-Mail-Anfrage. Das hat zumindest die Osc@r-Testanfrage ergeben.

www.ruetten-bad-heizung.de

„Bei keinem der Internet-Geschäfte habe ich bisher länger als acht Tage auf mein Geld warten müssen. Diese Zahlungsmoral sollte sich der sogenannte normale Kunde schnellstens zu eigen werden lassen!“, beschreibt Dirk Haumann seine Erfahrungen mit dem neuen Medium. Seit Januar 2001, als die Homepage der Firma Rütten ans Netz ging, haben ihn zahlreiche Interessenten aus dem gesamten Bundesgebiet angemailt. Interesse hatten sie hauptsächlich an Fachinformationen und Prospektmaterialien. Aber auch Montagearbeiten, wie die Installation einer Solaranlage oder physikalischer Wasseraufbereiter, wurden angefragt. Und auch wenn wegen des regionalen Einzugsgebietes nicht alle Anfragen in Aufträge umgewandelt werden konnten, ist man sich im

Hause Rütten doch sicher, daß ein eigener Internetauftritt gerade für mittelständische Handwerksbetriebe eine unverzichtbare Investition in die Zukunft ist. Vor dem Hintergrund, daß sich die jüngeren Altersklassen zunehmend über dieses Medium informieren, bevor sie bereit sind, für ein Produkt Geld auszugeben, rechnet Haumann mit einem stark wachsenden Nutzen seiner Homepage. Selbstverständlich verläßt man sich bei den Rheinländern aber nicht nur auf den Faktor Zeit. Vielmehr wird die Online-Präsenz auf sämtlichen Geschäftspapieren, Prospekten, Firmenfahrzeugen, in Anzeigen in regionalen Printmedien sowie durch Einträge in Branchen- und Suchverzeichnisse und den gelben Seiten beworben. Auf seiner Homepage selbst, stellt sich das 139 Jahre alte Unternehmen als moderner Betrieb unter dem sympathischen Logo eines Delphins vor. Die Seiten sind graphisch gefällig und dennoch übersichtlich gestaltet. Links befindet sich ein feststehendes, senkrechtes Menü mit den Rubriken „Bad“, „Heizung“, „Sanitär“, „Klima“, „Unternehmen“ und „Service“ sowie der Firmenschriftzug. Leider wurde hier die Gelegenheit verpaßt, relativ einfach die Telefonnummer und eine E-Mail-Adresse jederzeit zugänglich anzuordnen. Platz wäre genügend vorhanden gewesen. Aber es ist auch kein Beinbruch, denn im querliegenden Frame am oberen Bildschirmrand über dem Hauptfenster ist während des gesamten Aufenthalts auf den Rütten'schen Sei-

Lorenz Rütten

Bahnstr. 19, 41515 Grevenbroich, Telefon (0 21 81) 6 87 31, Telefax (0 21 81) 6 13 23, E-Mail: D.Haumann@ruetten-bad-heizung.de

Die Firma Lorenz Rütten wurde 1863 von Christian Rütten als Klempnerbetrieb gegründet. Neben den vier Familienmitgliedern Lorenz (Organisation, Auftragsabwicklung) und Karin Rütten (Büro) sowie dem zweifachen Meister Dirk und Martina Rütten-Haumann (Büro, Organisation, Buchhaltung, Ladenlokal), beschäftigt das Unternehmen zehn Monteure und drei Auszubildende. Der Fuhrpark umfaßt insgesamt acht Fahrzeuge, davon sechs Montage- und Kundendienstfahrzeuge. Die angebotenen Leistungen decken alle Spektren im Bereich Bad, Heizung, Sanitär, Klima und Solaranlagen ab. Hierzu gehören z. B. Projektierung, Beratung, Montage, Sanierung und Kundendienst. Arbeitsgemeinschaften werden grundsätzlich mit angeboten, wenn die eigene Kapazität nicht ausreicht oder der Kunde den kompletten Service aus einer Hand wünscht. Auf ca. 550 m² Betriebsfläche sind eine 150 m² große Werkstatt mit Lager, ein 70 m² großes Büro sowie 110 m² Laden- und Ausstellungsfläche untergebracht. Der Umsatz teilt sich in 60 % Sanitär-, 30 % Heizungs- und 10 % Lüftungs- bzw. Klimaarbeiten. 60 % davon sind Neubaurbeiten, der Rest Renovierungen, bzw. Kundendienstarbeiten. Auftraggeber sind zu 75 % private, zu 20 % öffentliche bzw. kommunale und zu 5 % industrielle Bauherren. Der Einzugsbereich des Unternehmens geht weit über die Stadtgrenze von Grevenbroich hinaus, bis nach Köln, Aachen, Düsseldorf, Neuss und Meerbusch. Die Materialbeschaffung erfolgt über zwei Großhändler. Hinzu kommen etliche kleinere Händler für Betriebshilfsmittel, Werkzeug und Befestigungen. Direkt vom Hersteller werden Befestigungsmaterialien, Armaturen, Brenner und Dichtungen bezogen.

ten der Button „Kontakt“ zugänglich. Dahinter verbirgt sich die komplette Firmenanschrift mit Telefon- und Faxnummer, ein Antwortformular sowie – wichtig für Interessenten, die lieber über das eigene E-Mail-Programm kommunizieren – die E-Mail-Adresse des Unternehmens.

Außerdem ist an dieser exponierten Stelle der „Angebots-Shop“ und ein leider etwas klein geratener Button „Home“, der zurück auf die Startseite führt, untergebracht. Mit ein wenig mehr Aufwand hätte man diesen Link zusätzlich hinter dem Delphin-Logo oder dem Firmenschriftzug anordnen können. Beides Orte, an denen Internetnutzer Home-Links gewohnt sind und suchen.

Sehr gut kommt der „Angebots-Shop“. Er nimmt all jenen, die behaupten, der Aufwand für einen Online-Shop rentiert sich nicht, den Wind aus den Segeln. Mit geringstem Aufwand in Form einer Formularseite, schuf Rütten hier eine Möglichkeit, gängige Artikel übers Internet zu vertreiben. Und das sogar mit integrierter Plausibilitätskontrolle. Noch zwei Kleinigkeiten in Sachen Feinschliff und das Teil wäre optimal: Erstens sollte man Ende Februar 2002 langsam daran denken, von DM auf Euro umzustellen und zweitens wäre ein „Druck“- neben dem „Bestellen“-Button sinnvoll, wenn man dem Kunden schon an-

bietet, die Seiten auszudrucken und dann per Fax zu senden. Nicht jeder beherrscht es nämlich, nur bestimmte Frames – in diesem Fall das Hauptfenster – einer Seite auszudrucken. Auch der Weg zum „Angebots-Shop“ könnte dem Interessenten relativ einfach erleichtert werden, wenn man die Laufschrift auf der Startseite, die auf den Shop hinweist, verlinkt und einen entsprechenden zusätzlichen Menüpunkt setzt.

Ansonsten gibt es dann aber wirklich nichts mehr zu meckern. Die Informationen in den einzelnen Fachbereichen sind ebenso umfassend wie die zum Unternehmen oder zu den Serviceleistungen. Dennoch sind sie übersichtlich, klar strukturiert und gut gebildet. Unterpunkte zu den jeweiligen Menürubriken sind jeweils am oberen Seitenrand positioniert. Hier könnte man vielleicht überlegen, ob man diese Untermenüs nicht in den oberen feststehenden Rahmen setzt. Dies hätte den Vorteil, daß die Seite nicht erst zurückgescrollt werden muß, bevor sie wieder zugänglich sind. Aber das sind dann wirklich Optimierungen an einem Internetauftritt auf hohem Niveau. Bei der Jury konnte er vor allem mit seiner übersichtlichen Bedienung, der kundenorientierten Produktpräsentation, dem optischen Gesamteindruck sowie den Informationen zum Unternehmen punkten.

Ausreichend aber mit Optimierungspotential, waren die Antwortzeit auf die Osc@r-Testmail mit 68,5 Stunden, der lange Domainnamen und fehlende interaktive Elemente.

Kundenorientierte Präsentation: Sowohl bei der Textformulierung wie auch bei der Bildauswahl wurde darauf geachtet, was dem Endverbraucher am Herzen liegt



Klappern gehört zum Handwerk: Wer einwandfreien Service anbietet, kann das auch ruhig mal erwähnen – besonders im anonymen Medium Internet