

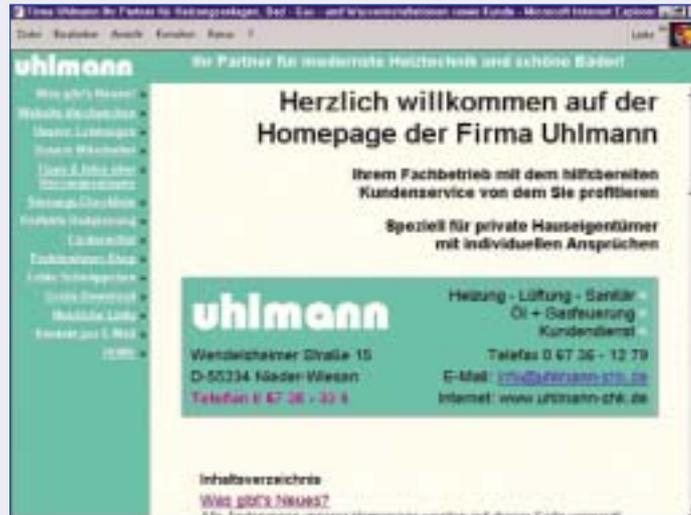
Vorstellung der für den 2. SHK-Internet-Osc@r nominierten Homepages

Uhlmann – Wegener – David

Angesiedelt im Westen, Osten oder hohen Norden der Republik, vom Ein- bis zum 40-Mann-Unternehmen – gemeinsam haben die drei vorgestellten Betriebe eigentlich nur, daß sie es beim letzten SHK-Internet-Osc@r unter die Top 20 geschafft haben. Wir haben ihre Online-Auftritte – auch als Beispiel für alle anderen Internet-Interessierten – genauer unter die Lupe genommen.

www.uhlmann-shk.de

Bereits im Jahre 1998 hat sich die Firma Uhlmann für ihren Onlineauftritt entschieden. Um die neuen Kommunikationsmöglichkeiten zu nutzen, wurden kurzentschlossen ein paar Infoseiten für die Kunden entworfen und ins Netz gestellt. Aufgrund des hohen Zuspruchs der Kunden und sonstiger Surfer wurde die Homepage im Laufe der Zeit kontinuierlich ausgebaut. Ne-

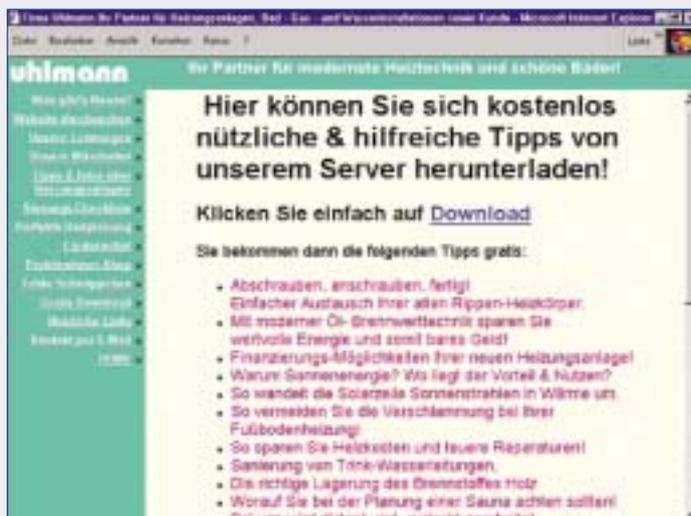


Da hat sich seit dem letzten Jahr einiges getan: Die Homepage der Firma Uhlmann unter www.uhlmann-shk.de

ben etlichen Kleinaufträgen wie Luftabscheider, Tankanzeiger, Kaminofenreiniger oder gebrauchten Ölbrennern, wurden über das virtuelle Medium inzwischen auch Kaminöfen, Heizkesselmodernisierungen oder komplette Heizungsanlagen im Einzelwert von bis zu 15 000 Euro akquiriert. Zwischen Onlineanfrage und Auftrag vergingen teilweise nur zwei Tage. Außerdem erhielt das Unternehmen auch schon Aufträge, bei denen die bisher tätige Heizungsfirma mangels Internetauftritt das Nachsehen hatte. Auch in Sachen Zahlungsmoral wurden bisher mit der Onlineklientel nur positive Er-

fahrungen gemacht. Insgesamt möchte Herbert Uhlmann nicht mehr auf die virtuelle Firmenpräsenz verzichten und ist fest von ihrem hohen Stellenwert, auch als wichtiger Baustein im gesamten Marketingkonzept, überzeugt. Der Jury gefiel auf den Seiten besonders die geballte Ladung Information sowie die Einbindung der Besucher durch interaktive Elemente und echten Nutzwert.

Weniger gut kamen indes die Punkte „Übersichtlichkeit“ und „Bedienführung“ weg. Hier merkt man dem Internetauftritt doch noch die „natürlich gewachsene Struktur“



Fachwissen frei PC: Umfangreiche Tips und Infos erhält der Besucher per Download



Einzelhandel mit wenig Aufwand wo's Sinn macht: Ausgewählte Produkte aus dem Uhlmann-Shop



Viele Wege führen nach Rom: Gleich drei Menüs und zahlreiche Textlinks führen den Nutzer auf die einzelnen Seiten von www.wegener-leipzig.de



Kontaktaufnahme ohne Barrieren: Überall wo es Sinn macht, erleichtern Formulare am Ende der Seiten den Besuchern den Kontakt

www.wegener-leipzig.de

Wöchentlich acht bis zehn Neukunden übers Internet meldet das Markkleeberger Unternehmen stolz. Grund dafür dürften auch die 10 % Preisnachlaß auf alle Onlinebestellungen, insbesondere auf Wartungsverträge, sein. Außerdem hat der Webauftritt der Firma viele Imagevorteile und ein größeres Vertrauen bei Neukunden gebracht, erzählt der für den Internetauftritt zuständige Tom Wegener. Ersatzteile, Reparaturbestellung, Anfragen, Ratschläge zu Problemen usw. – vieles läuft inzwischen per E-Mail. Aus diesem Grunde hat auch fast jeder Mitarbeiter eine eigene elektronische Adresse. Die eher bessere Zahlungsmoral der Onlinekunden führt man bei Wegener auf den engeren Kontakt über das neue Medium zurück.

Die Homepage des Markkleeberger SHK-Betriebes ist außer unter www.wegener-leipzig.de auch über die Adressen www.wegenerleipzig.de, www.wegener-service.de, www.wegenerservice.de und www.wegenerheizung.de erreichbar. Eine Bildschirmauflösung von 1024 x 768 Pixel sollte man allerdings schon haben, wenn man die Seiten besucht. 800 x 600 Bildpunkte tun's zwar notfalls auch, aber dann ist fast die Hälfte des Bildschirms durch den oberen, feststehenden Rahmen blockiert. Er beinhaltet, neben dem raumgreifend schräggestellten Firmenschriftzug, gleich zwei „Nebemenüs“. Einerseits sind dort in einem grauen Kasten die im sparsamen Hauptmenü am linken Bildschirmrand unter „Unser Angebot“ zu findenden Fachseiten untergebracht und andererseits in einem querlaufenden Balken die Rubriken „Startseite“, „Wir über

uns“, „Links“, „Wartungsvertrag“ und „Kontakt“. Die Punkte „Wir über uns“ und „Links“ sind im Hauptmenü unter „Firmenhistorie“ bzw. „Unsere Partner“ noch mal zu finden. Was leider nicht für die drei anderen Punkte gilt.

Außerdem sind auf der optisch übersichtlich im Rahmendesign aufgemachten Startseite aktuelle Meldungen in Kästen am rechten Bildschirmrand untergebracht. Sie führen – ebenso wie die animierte Laufschrift am linken, oberen Bildschirmrand – direkt auf die entsprechenden Seiten. Gleiches gilt für diverse Textlinks im Hauptfenster. Aber auch hier gibt es eine bunte Mischung. Während manche Links identisch mit denen in einem oder sogar mehreren Menüs sind, weisen andere auf Ziele, die nur so zu erreichen sind. Nutzer, die dort hin möchten, sind also gezwungen, über die Textlinks auf der Startseite zu gehen. Egal ob im oberen oder linken Rahmen: Hier hätte sich die Jury (und wohl auch mancher Besucher) ganz dringend ein einheitliches Menü gewünscht,

über das alle Seiten zu erreichen sind. Ob man wichtige Seiten zusätzlich im Kasten, per Laufschrift oder im Text verlinkt, kann nur eine nette Beigabe sein. Nicht jedoch die Hauptlösung. Navigationstechnisch erschwerend kommt hinzu, daß auf den Wegenerschen Seiten weder eine Suchfunktion noch eine Sitemap vorhanden ist.

Gefallen hat hingegen das, was im Hauptmenü unter den Rubriken „Dienst am Kunden“, „Firmenhistorie“, „Unser Angebot“, „Auszeichnungen“, „Unsere Partner“ und „Anfahrt“ aufgeführt ist. Sinnvolle Links gehen in separaten Fenstern auf, die Texte sind kompakt sowie gut lesbar und authentische Bilder lockern die ganze Darstellung auf. Zudem gibt es zweckmäßige Querlinks innerhalb der Seiten. Da wo es Sinn macht,



Beispielhafte Kundeneinbindung in das neue Medium: Im Forum werden reale Kundenfragen vom Meister beantwortet und stehen auch anderen Nutzern zur Verfügung

Mit Speck fängt man Mäuse: Durch die virtuelle Badausstellung führt eine reale Miß Germany



erleichtern direkt im Anschluß an die einzelnen Seiten jeweils auf diese abgestimmte Formulare die Kontaktaufnahme. Weil alle drei Menüs jederzeit zugänglich sind, ist zudem auch die Kontaktaufnahme über den jeweiligen Menübutton an jedem Punkt des Internetauftrittes möglich. Für Notfälle prang außerdem direkt über dem Hauptmenü eine 24-Stunden-Notdienst-Handynummer.

Ein netter Gimmick, zumindest für die männlichen Homepage-Besucher, ist der Einsatz der regional ansässigen Miss Germany 1999

zu Werbezwecken auf den Handwerksseiten im Web. Aber auch sonst werden die Seiten umfangreich auf allen Geschäftspapieren und Firmenfahrzeugen, auf Bauschildern, am Gebäude, in der regionalen und überregionalen Printwerbung sowie in Branchen-Nachschlagewerken beworben. Wünschenswert wäre eine bessere Aufbereitung für Suchmaschinen sowie eine kürzere Antwortzeit auf elektronische Kontaktwünsche. 119 Stunden, also fast fünf Tage Reaktionszeit auf die Osc@r-Testmail, reichten innerhalb der Top 20 leider nur für den letzten Platz.

Wegener GmbH

Mühlstr. 1, 04416 Markkleeberg, Telefon (03 41) 3 38 02 21, Fax (03 41) 3 38 90 60, E-Mail: info@wegener-leipzig.de

Die Firma Wegener wurde 1978 von Wolfgang Wegener als Gas- und Wasser-Installationsbetrieb im Großraum Leipzig gegründet. 1991 wurde die Einzelfirma in drei eigenständige GmbHs sowie eine Einzelfirma zur Verwaltung des Betriebsvermögens aufgespalten. Die Wegener GmbH beschäftigt heute, neben Wolfgang Wegener und seinem Sohn Tom, acht mitarbeitende SHK- sowie einen Kältebaumeister. Außerdem sind 15 ausgebildete Gas-, Wasser-, Heizungs-, Kälte- und Elektrotechniker bzw. -monteure, zwei BMSR-Techniker, drei Auszubildende sowie sechs Bürokräfte beschäftigt. Ihnen stehen 32 Firmenfahrzeuge, teilweise mit Spezialausrüstung, zur Verfügung. Der Einzugsbereich beschränkt sich auf den Großraum Leipzig-Halle. Es werden alle Leistungen von der Planung/Projektierung bis hin zur Realisierung haustechnischer Anlagen angeboten. Großobjekte und der Bau von Gasreglerstationen werden in einer ARGE ausgeführt. Ein Schwerpunkt liegt auf den Serviceleistungen. So werden z. B. rund 25 000 Wohnungen sowie Fabrikhallen, Verwaltungsgebäude, Krankenhäuser und Behördenzentren gebäudetechnisch betreut. Die Umsätze verteilen sich wie folgt: 35 % Heizung, 25 % Sanitär, 15 % alternative Energien, 15 % Lüftung/Klima/Kälte und 10 % Elektro. Rund 80 % davon sind Altbau-, der Rest Neubaurbeiten. Die Aufträge kommen zu 70 % von privaten, zu 20 % von industriellen und 10 % von öffentlichen Auftraggebern. Die Betriebsfläche des Hauptstandortes beträgt 700 m². Statt einer eigenen Ausstellung wird die des örtlichen Großhändlers genutzt. Mit einigen Ausnahmen wie Pumpen, Spezialkesseln und Brennern, werden 90 % aller Materialien bei vier Großhändlern eingekauft. Rund 6 % der benötigten Teile werden über Anbieter im Internet beschafft.



David als Goliath: Hinter www.dwaintec.de verbirgt sich ein Webauftritt, der auch wesentlich größeren Unternehmen gut zu Gesicht stehen würde

Konsequent interaktiv: Der Onlinepreisrechner liefert nicht nur den persönlichen Preis, sondern sagt auch gleich, wie's weitergeht

www.dwaintec.de

Der biblische Vergleich drängt sich geradezu auf. Nicht nur, weil der junge Einmannbetrieb aus dem Norden David heißt. Sondern auch, weil sich so mancher Branchen-Goliath eine Scheibe von diesem erst seit kurzem bestehenden Internet-Auftritt abschneiden könnte. „Eine ganz hervorragende Online-Präsenz mit vielen interaktiven Elementen“, lautete denn auch das anerkennende Urteil der Jury. Auch ohne großes Werbebudgets holt man hier aus den zur Verfügung stehenden Mitteln clever das Optimum heraus. Was nicht heißen soll, daß die Domain nicht beworben wird. Im Gegenteil: Sie ist auf sämtlichen Geschäftsunterlagen, dem Firmenwagen, in Anzeigen in regionalen Printmedien sowie auf Hauswurfsendungen vertreten.

Die Seite www.dwaintec.de selbst ist auf eine Bildschirmauflösung von 800 × 600 Pixel optimiert. Und zwar ziemlich rigide. Wer eine niedrigere Auflösung nutzt, was zugegebenermaßen nur noch sehr wenige

sein dürften, wird Teile des Menüs vermissen und wer mit 1024 × 768 Bildpunkten arbeitet, hat – ähnlich wie beim diesjährigen Osc@r-Gewinner Kotzya – verschenkten Platz in Form eines dicken grauen Rahmens rund um das nutzbare Fenster. Dieses unterteilt sich in vier Frames: Jeweils eine obere und untere Leiste über die gesamte Breite, ein Menüfenster links sowie das ca. doppelt so große, eigentliche Hauptfenster, mit einem sympathischen Willkommenstext sowie einem Bild vom Meister. Zwischen dem Menü und dem Hauptfenster ist als Eyecatcher ein senkrechter blauer Balken mit aufsteigenden Luftblasen angeordnet. Die obere und untere Leiste sind während des gesamten Online-Auftritts zugänglich. Auf ihnen sind eine Service-Telefonnummer, eine verlinkte Laufschrift mit Hinweis auf Neuigkeiten, die Firmenanschrift, ein Impressum, die E-Mail-Adresse sowie der „Call-Back-Service“ (Rückrufservice) angeordnet. Außerdem sind dort Direktlinks zu den auch über den Menüpunkt „Service“ zu findenden Funktionen „Onlinetermine“

und „Onlinepreisrechner“ zu finden. Letzterer unterscheidet nach Preisen für Sanitärarbeiten und solchen für Wartungsarbeiten an der Heizungsanlage. Nach drei bzw. vier Schritten, die dank vorgegebener Antworten kein allzu großes Fachwissen verlangen, hat der Kunde mit diesem Instrument einen Preis für sein Anliegen. Danach kann er sich die Berechnung ausdrucken lassen, sie zwecks Rückruf direkt von der selben Seite aus an das Unternehmen senden oder einen Wartungsvertrag als PDF-Datei downloaden, ausdrucken und per Fax oder Post zusenden. Leider funktioniert letzteres nur bei den Wartungsarbeiten. Im Bereich Sanitär wird der Kunde nach Angabe des Preises nicht weitergeleitet, sondern mit diesem alleine gelassen. Besser klappt das wieder bei den Onlineterminen. Hier gibt's sofort nach dem Versenden eines Terminwunsches eine Bestätigungs-E-Mail. Sehr gut ist auch hier die Auswahlmöglichkeit nach Reservierungsgrund durch ein Pull-down-Menü mit vorgegebenen Antworten und sogar Zeitangaben.



Maßgeschneiderter Internet-Auftritt: Kurze allgemeine Texte, bevor speziell auf die Kundenanlage eingegangen wird

Alles auf einen Blick: Eine so vorbildliche Sitemap-Funktion ist leider noch nicht überall Standard

Das Fenster mit dem Hauptmenü beinhaltet, neben der Firmenbezeichnung, einem einprägsamen Logo und der Möglichkeit zum Eintrag in einen Newsletterverteiler, die neun Menüpunkte „Home“, „Wir über uns“, „Haustechnik“, „Leistungsprofil“, „Service“, „Angebote“, „News“, „Kontakt“ und „Sitemap“. Ein Klick auf sie, öffnet bei Bedarf nach Windowsmanier direkt rechts anschließend weitere Untermenüs. Die dahinterstehenden Inhalte sind umfangreich aber übersichtlich und nutzerfreundlich aufgemacht. Wo sinnvoll, führen Direktlinks innerhalb des Internetauftritts oder Fremdlinge im neuen Fenster zu weiteren Informationen. Jederzeit wird bis zum Ende (dem Auftrag) gedacht und dem Kunden der Kontakt soweit irgend möglich durch Onlineformulare oder -berechnungen erleichtert. Umfangreichere Informationen oder Formulare stehen zum Download bereit. Die Anzeige des Bereiches, in dem sich der Interessent gerade befindet, am oberen Fensterrand, erleichtert die Navigation zusätzlich. Per Mausklick kann – ohne über Einzelseiten zurückzugehen oder jedesmal vom Hauptmenü aus frisch zu starten – ausgewählt werden, auf welche Ebene direkt weitergesprungen wird. Außerdem wird die Navigation durch die sehr gute Sitemap-Funktion erleichtert.

Also gar nichts zu meckern? Doch, die Aktualität läßt „etwas“ zu wünschen übrig. So ist das Angebot des Monats z. B. vom September und gültig bis Ende Oktober 2001. Auch die Nachrichten und Meldungen enden zu diesem Zeitpunkt. Sollte sich da wirklich jemand die Mühe gemacht haben, so einen hervorragenden Internetauftritt nur für den SHK-Internet-Osc@r auf die Beine zu stellen und danach nicht mehr zu pflegen bzw. zu nutzen? Das wäre doch schon sehr schade. Zumal das Unternehmen mit einer Antwortzeit von gerade mal zwei Minuten auf die Osc@r-Testmail zeigte, wie fix es bei der Sache ist. □

Firma Wilfried David

Rader Str. 7, 28790 Schwanede-Rade,
Telefon (0 42 96) 74 83 23, Telefax
(0 42 96) 74 83 24, E-Mail:
info@dwaintec.de

Die Firma David wurde im August 1999 vom frischgebackenen Installations- und Heizungsbaumeister Wilfried David gegründet. Der Einzugsbereich des Einmann-Unternehmens mit persönlicher Haftung beschränkt sich auf die Umgebung von Bremen. Angeboten werden alle Leistungen, von der Planung bis zur Ausführung von haustechnischen Anlagen. Spezialgebiete sind die Sanierung sowie der Bereich Gebäudeleittechnik und -management. Dabei profitiert der Obermeister der Innung Osterholz-Scharmbeck von seiner Unternehmensgröße. Als Betriebsinhaber muß er sich nicht an Arbeitszeiten halten und kann so individuell auf die zeitlichen Bedürfnisse der Kunden eingehen. Bei umfangreicheren Projekten kommen Arbeitsgemeinschaften mit Partnerfirmen zum Tragen oder man greift notfalls auf Personalleasingfirmen zurück. Momentan steht ein Firmenfahrzeug zur Verfügung, das rund 40 m² große Büro teilt sich David mit seiner Frau und die Garage dient als Lager für die wichtigsten Utensilien. Für die restlichen Dinge werden die sechs beliebigen Großhändler als kostengünstige Lagermöglichkeit genutzt. Ein Teil der benötigten Produkte wird aber auch direkt beim Hersteller bezogen. 90 % seines Umsatzes erzielt das junge Unternehmen im Renovierungsbereich, bisher ausschließlich bei Privatkunden. Gewerkmäßig teilen sich die Aufträge in ca. 50 % Sanitär, 45 % Heizung und 5 % Klempnerei.

SHK-Internet-Oscar sponsored by



KALDEWEI

Vaillant



Danfoss

VIESMANN

HANSA

zehnder

KME

KEUCO