

Vorstellung der nominierten Top 20-Homepages

1. SHK-Internet-Osc@r

Endspurt: Auch bei den letzten vier Top20-Homepages des 1. SHK-Internet-Osc@rs erfolgt die Besprechung wieder schonungslos offen in alphabetischer Reihenfolge. Wir hoffen, daß wir unseren Lesern mit diesen beispielhaften Kritiken verdeutlichen konnten, auf was es bei einer SHK-Handwerks-Homepage ankommt. Selbstverständlich folgen weitere Artikel zu diesem Thema. Und auch der nächste SHK-Internet-Osc@r kommt bestimmt.

www.laskowskigmbh.de

Gerade mal 1223 Besucher zeigte der Counter auf www.laskowskigmbh.de Mitte Dezember an. Das liegt wohl kaum an der mangelnden Werbung für die Domain. Jedenfalls macht die Laskowski GmbH ihren Internet-Auftritt auf Firmenfahrzeugen, Geschäftspapieren, Bauschildern, in Internet- und Lieferantenverzeichnissen, Anzeigen und den Gelben Seiten publik. Also vielleicht doch eher am komplizierten bzw. schlecht einprägsamen Namen. Oder gar an der Aufmachung der Website? Erster Eindruck auf der Homepage ist: Hier spielt jemand gern. Ob das nun das recht aufwendige und nichtssagende Intro ist oder blinkende Textteile oder drehende Buttons oder die Wassertropfen, die sich über dem Firmenlogo ausbreiten oder die mit der Bemerkung „Na na na, wer will denn da Graphiken klauen?“ unterbundenen Funktionen der rechten Maustaste. Letzteres kann übrigens ganz schön ins Auge gehen. Es könnte nämlich auch sein, daß der Besucher kei-



Könnte gestalterisch einen Frühjahrsputz vertragen: Die inhaltlich akzeptable Homepage der Hasberger Laskowski GmbH

Neue Möglichkeiten der Notdienstanforderung: Über Internet, Anrufbeantworter und Eurofunk kann der Kunde den Notdienstmitarbeiter direkt ansprechen

ne Graphiken oder anderes kopieren, sondern nur die verlinkte Seite aufmachen will, um später wieder schneller zurückzufinden.

Gottseidank halten sich wenigstens die Ladezeiten für diese Spielereien in Grenzen. Nötig sind sie aber ebensowenig wie sie zur Übersichtlichkeit beitragen. Das gilt auch für das zwiespältige Menü. Links ein Teil und oben der andere. Hier drängt sich der Verdacht auf, daß auf der wohl selbstgestrickten Homepage irgendwann im oberen Menü der Platz ausging und man deshalb einfach links weitermachte, bevor man die Seite umgestalten mußte. Hätte man links das auf einem gängigen 800 x 600er Bildschirm sowieso nur halb sichtbare und auf der Seite stehende Firmenlogo weggelassen, wäre dort lässig Platz für das ganze Menü gewesen. Gut kommen hingegen die einwandfreie Suchfunktion über alle Seiten unter „Suche“ sowie das Pull-down-Menü am linken, oberen Bildschirmrand. Hier stehen alle verfügbaren Seiten übersichtlich in Rubriken geordnet auf einen Blick parat.

Ebenfalls sehr gut: Die komplette Firmenadresse mit Telefonnummer und eMail-Adresse ist unterhalb des Pull-down-Menüs genauso wie die Buttons „Mail“ und „Kon-



takt“ während des Besuchs ständig im Blickfeld. Leider öffnet sich dahinter in allen Fällen nur das ganz normale Standard-eMailfenster des Browsers. Das recht einfache Feedback-Formular muß man schon unter dem Button „Order“ suchen und finden. Dafür gibt's unter „Kontakt“ dann aber auch die direkten eMail-Adressen und Faxnummern der Geschäftsführer sowie die Öffnungszeiten. Weniger interessieren dürften bei einem Handwerksbetrieb aber ein „Gästebuch“ sowie der „Live-Chat“ unter dieser Rubrik.



Etwas dürftig: Unter „Kontakt“ öffnet nur das Standardfenster des eMail-Browsers

Laskowski GmbH

Hansastraße 11, 49205 Hasbergen-Gaste, Telefon (0 54 05) 9 29 50, Telefax (0 54 05) 92 95 43, eMail: info@laskowski-gmbh.de

Die Laskowski GmbH wurde 1972 vom Zentralheizungs- und Lüftungsbaumeister Helmut Laskowski (60) in Osnabrück gegründet. Außer ihm arbeiten heute sein Sohn und Mitgeschäftsführer Bernd Laskowski (35), Gas- und Wasserinstallationsmeister, 4 Meister, 12 Monteure, 5 Auszubildende, 4 Bürokräfte sowie 2 Freiberufler im Unternehmen mit. Ihnen stehen insgesamt 18 individuell nach Arbeitsbereich ausgestattete Fahrzeuge zur Verfügung. Zu den bundesweit angebotenen Leistungen zählen die Planung, Montage, Wartung, Instandhaltung, Sanierung, Reparatur sowie der Kundendienst von Heizungs-, Lüftungs-, Klima- und Elektroarbeiten, Sanitärinstallationen und Klempnerarbeiten. Spezialgebiet ist der 24-Stunden-Notdienst an 365 Tagen im Jahr, der jederzeit telefonisch sowie über das Internet angefordert werden kann. Das 2500 m² große Betriebsgelände verfügt über 200 m² Werkstatt-, 150 m² Büro-, 20 m² Ausstellungs-, 275 m² vermietete Wohnfläche sowie ein 500 m² großes Lager. Die Umsätze verteilen sich zu 60 % auf den privaten Kundenstamm, zu 30 % auf die Industrie und zu 10 % auf öffentliche bzw. kommunale Bauträger. Sein Material bezieht das Unternehmen bei ca. 30 verschiedenen Großhändlern.

Über das Unternehmen selbst erfährt man etwas unter „Info“ oder „Wir über uns“. Was aber Energieverbrauchswerte und Einsparpotentiale bei „Daten“ unter „Wir über uns“ zu suchen haben, weiß wohl nur der Autor dieser Zeilen. Recht inhaltlos sind auch die „Referenzen“. Ob tabellarisch oder anhand einer Deutschlandkarte: Es ist eine einfache Auflistung von Ortsnamen, in denen das Unternehmen schon mal gearbeitet hat. Kein Auftraggeber, keine Projekte, kein Baubeschrieb.

Das ist dann doch etwas sehr dürftig. Was man von den Menüpunkten „Ausstellungen“ und „Leistungen“ ganz und gar nicht behaupten kann. Dort erfährt der Besucher, mit sinnvollen Links mehrfach untereinander verknüpft, in verschiedenen Rubriken anhand aussagekräftiger Texte und Bilder alles Produkte und Dienstleistungen, die er von Laskowski erhalten kann.

Weitere Rubriken sind eine Hersteller-Linksammlung sowie der „Notdienst“. Hier können Besucher mit dringenden Anliegen den Notdienstmitarbeiter über ein eMail-Formular oder einen Anrufbeantworter per Eurofunk direkt benachrichtigen bzw. anfordern. Ein echter Online-Mehrwert. Wer allerdings denkt, er könne Mitarbeitern über den Punkt „Mitarbeiter-SMS“ auf der Homepage direkt eine Kurzmitteilung aufs Handy schicken, hat sich geschritten. Denn das ist eine durch Paßwort geschützte, interne Funktion – die dann allerdings auch nichts auf der Homepage zu suchen hat. Alles in allem handelt es sich bei der Domain www.laskowski-gmbh.de um eine recht brauchbare Online-Präsenz mit guten Inhalten und besonders bei der Notdienstbenachrichtigung neuen Ideen. Und mit der

graphischen Gestaltung hat's ja nun mal nicht jeder so. Das sollte man sich dann allerdings auch eingestehen und auf fremde Hilfe zurückgreifen.

www.schramm.de

Die URL <http://www.schramm.de> wurde bereits im Februar 1996 angemeldet. Nach einem eher bescheidenen Internet-Auftritt in den ersten eineinhalb Jahren wurde die Homepage im Januar 1998 dann mit Hilfe einer professionellen Agentur überarbeitet. Zur Hauptzielgruppe für die Komplettbadsanierung wurden Frauen erklärt. Nach Abschluß der Hauptseiten im Herbst 1998 realisierte man ein professionelles Shopsystem – nach Firmenangaben der erste Badshop in Europa – mit derzeit zirka 400 Besuchern täglich. Später folgte die Eingliederung des Innova-Webplaners unter „Online-Web-Planer“ in die Onlineseiten der Münchner, um – nach Aussage der Firmenchefin – mehr Männer als Zielgruppe fürs Bad zu erreichen. Seit 1998 wird zirka eine Verdopplung des Traffics pro Halbjahr verzeichnet. Die eigenen Newsgroups und



Bei guten Ladezeiten graphisch ausgefallen gestaltet: Die Homepage der Münchner Schramm GmbH & Co. KG

Newsletter wurden wieder aufgegeben, da die Kosten für eine zwingend erforderliche, professionelle redaktionelle Aufbereitung zu hoch waren. Alles in allem hat das Unternehmen bisher schon viele neue Kunden über das Internet bekommen. Beim individuellen Komplettbadgeschäft sieht man die Online-Präsentation aber nur als Stimmungsmacher und Verkaufshilfe. Im Gegensatz zum weniger erklärungsbedürftigen Accessoireverkauf. Werbung für die Domain betreibt das Unternehmen auf Fahrzeugen, im Schaufenster, auf Geschäftspapieren, Giveaways wie Mousepads, Regionalmessen, in Prospekten, Anzeigen, Verzeichnissen, den gelben Seiten sowie in der eigenen Kundenzeitung.

Ausgefallene Idee, die für Gesprächsstoff sorgt und im Gedächtnis haften bleibt: Ein Bad zum festen Kubikmeterpreis

Etwas unübersichtlich und überladen mit akzeptablen Formularen: Die Schramm'sche Infothek



eMail-Adresse, die im normalen Standard-Browserfenster aufgeht, angegeben. Überhaupt wurde in Sachen Kontaktmöglichkeiten etwas gespart. Falls überhaupt, sind sie erst auf den zweiten Blick auf den Seiten erkennbar. Oft ist ein zweiter oder gar dritter Klick notwendig, um dorthin zu gelangen. Außerdem sorgen die

vielen verschiedenen Möglichkeiten, Bezeichnungen und vorher notwendigen Entscheidungen in der „Infothek“ für zusätzliche Verwirrung. Ähnlich aufgebaut wie die „Komplett-Bad“-Seiten sind auch die in der Rubrik „Wärmesysteme“. Warum der dortige Link „Showroom“ zu den Themen „Solartechnik“ und „Brennwerttechnik“ allerdings zur Bad-Ausstellung führt, weiß wohl nur der Programmierer der Webseiten. Selbiges gilt für die nochmalige Auflistung von „9-Sterne-Garantie“, „Showroom“ und „Service“ unter „Typisch Schramm“. Hier hätte der Besucher wohl eher eine kurze Firmenvorstellung erwartet. Ebenso wie auf den „Wellness“-Seiten, ist auf allen Fachseiten ein kurzer, erklärender Text sowie ein Aufmacherbild zur Produktgruppe vorhanden. Sehr gut gelöst: Weiterführende Infos oder Bilder öffnen in einem kleineren und nicht veränderbaren Browserfenster, so daß die Seite, von der verlinkt wurde, immer im Hintergrund erhalten bleibt und eine schnelle Rückkehr möglich ist. Insgesamt ist die Schramm'sche Internet-Präsenz sehr pfiffig gestaltet und bringt das Unternehmen bei den Kunden sicher ins Gespräch. Verbesserungspotential gibt's – trotz einer sehr guten Reaktionszeit von 19 Minuten auf die Test-eMail - bei den Kontaktmöglichkeiten sowie am konzeptionellen Aufbau des Online-Auftritts.

Schramm GmbH & Co. KG

Haberlstraße 20, 80337 München, Telefon (0 89) 5 44 16 00, Telefax (0 89) 54 41 60 30, eMail: office@schramm.de Das Unternehmen wurde 1897 von Wilhelm Völtz, dem Urgroßvater des heutigen Firmeninhabers und Bundesvorsitzenden des Bund/Länder-Ausschusses Einzelhandel beim ZVSHK, Hans Schramm, gegründet. Außer dem Versorgungstechnik-Ingenieur arbeiten seine Ehefrau Ingrid Schramm, 9 Monteure, 6 Auszubildende und 4 Büroangestellte im Betrieb mit. Ihnen stehen 8 Transporter und 7 Werkswagen zur Verfügung. Zum Leistungsumfang gehören Montage, Projektierung und Produktion sämtlicher Sanitär- und Heizungsarbeiten. Spezialgebiete sind die Krankenhaussanierung, der Werkskundendienst sowie die Komplettbadsanierung, die das Bad-& Heizungs-Mitglied in Arbeitsgemeinschaft mit anderen Firmen ausführt. Einzugsbereich des Unternehmens ist der Großraum München. Dort ist der Betrieb zu 100 % in der Altbauanierung tätig. Die Aufträge (80 % Sanitär und 20 % Heizung) kommen zu 75 % von privaten, zu 20 % von öffentlich/kommunalen und zu 5 von gewerblichen Bauherren. Auf einer Betriebsfläche von 780 m² sind eine 250 m² große Werkstatt, ein 150 m² großes Büro, ein 200 m² großes Lager sowie eine 180 m² große Ausstellung mit Fachmarkt untergebracht. Insgesamt arbeitet die Firma mit 5 Großhändlern zusammen. Außerdem werden sehr viele Produkte aus allen Bereichen direkt oder über einen Einkaufsverband bezogen.

www.stegerwald-haustechnik.de

Auf der Suche nach Möglichkeiten, den Kundenkreis über die regionalen Grenzen hinaus auszudehnen, entdeckte das Unternehmen auch das Medium Internet für sich und schaltete im Sommer 1999 seine erste Online-Präsentation. Nach nur wenigen Monaten konnte man auf über 5000 Besucher, zahlreiche Anfragen sowie zusätzliche durch das Internet getätigte Geschäfte ver-

weisen. Grund genug, um die Homepage gemäß dem Firmen-CI zu überarbeiten sowie einen professionellen Online-Shop mit rund 1000 Artikeln aufzubauen. Insbesondere wurde hierbei mit Selbstbausätzen und Fachunterstützung auch an Heimwerker gedacht. Beworben wird die Homepage bzw. der Shop u. a. auf sämtlichen Geschäftspapieren, Firmenfahrzeugen, im Ausstellungsschaufenster sowie in Anzeigen, Telefon- und Branchenverzeichnissen.

Der Spagat, die Online-Präsenz als graphisch hochwertig aufgemachte elektronische Visitenkarte zu nutzen und eilige Besucher trotzdem nicht mit langen Wartezeiten abzuschrecken, löst die Stegerwald GmbH auf der Startseite. Hier hat der Interessent die Möglichkeit zwischen der schöneren aber auch aufwendigeren Flash- bzw. der schnelleren HTML-Version zu wählen. Die nächste Auswahl auf der folgenden Seite, ob zum Handwerksbetrieb oder zum Ingenieurbüro verlinkt werden soll, hätte allerdings keiner eigenen Seite benötigt. Vier Buttons auf der Anfangsseite hätten genügt und den Eintritt verkürzt. In die Bewertung für den 1. SHK-Internet-Osc@r sind gemäß den Ausschreibungsbedingungen übrigens nur die Seiten des Fachbetriebes eingeflossen.

Auf diese kommt aber rund die Hälfte der Internet-Gemeinde erst gar nicht, weil sie nur mit dem Internet-Explorer von Microsoft laufen, nicht jedoch mit dem Netscape-Communicator. Es kann nur immer wieder betont werden: Sowa darf einfach nicht passieren und die Kontrolle darüber ist absolute Chefsache. Denen, die's dann geschafft haben, präsentiert sich eine übersichtliche und gefällige Homepage mit kompletter Adresse, Telefon- und Faxnummer, eMail-Adresse sowie einem im linken Frame jederzeit zugänglichen Menü, ähnlich dem geläufigen Windows-Explorer. Im



Heimwerker im Visier: Der professionelle Online-Shop mit rund 1000 Markenartikeln

Na bitte, es geht doch: Unter „Kontakt zu uns“ findet sich das ansonsten vermißte und leider nirgendwo verlinkte Formular zur leichteren Kontaktaufnahme

Hauptfenster sind wichtige Punkte wie der „Online-Shop für Haustechnik“ und „Unsere Angebote des Monats“ direkt verlinkt. Wer letztere bestellen möchte, findet neben einer Fax-Nummer auch ein Bestellformular, leider ohne Plausibilitätskontrolle.

Beide Punkte sind auch im linken Hauptmenü unter „Online-Shop“ bzw. „Unser Einzelhandel“ vertreten. Dort sind neben einem repräsentativen Bild der Ausstellung auch die Öffnungszeiten zu ersehen. Was bei der Firma sonst noch alles erhältlich ist, findet der Besucher unter der Rubrik „Unsere Leistungen“. Nach einer kurzen und prägnanten Einführungsseite wird in die vier Menüpunkte „Sanitärtechnik“, „Heizungstechnik“, „Raumlufttechnik“ und „Elektrotechnik“ unterteilt. Dort geht's dann weiter in spezielle Fachgebiete mit ausführlicher Beschreibung und Bildern. Sehr gut: Überall, wo's Sinn macht, sind weiterführende Seiten direkt verlinkt. Schade ist allerdings, daß sich hinter dem Link „Wir beraten Sie und unterbreiten Ihnen gerne ein unverbindliches und kostenloses



Angebot!“ nicht das erwartete Formular öffnet, sondern auf die Hauptseite versprungen wird. Scheinbar soll der Interessent dort dann über die aufgeführte Telefon- oder Faxnummer bzw. mit der eMail-Adresse im Standardfenster des Browsers seine Wünsche frei formulieren. Aber man kann's ja auch positiv sehen: Die Interessenten, die danach übrigbleiben, sind dem Unternehmen schon fast sicher. Denn sie müssen wirklich ein großes Interesse an dessen Produkten haben, sonst wären sie vorher abgesprungen.

Die Rubrik „Problemlösungen“ ist in die gleichen vier Fachgebiete wie „Unsere Leistungen“ unterteilt. Hier gibt's echt praxisgerechte Tips, mit denen der Verbraucher schon mal das ein oder andere Problem an seiner Haustechnik selbst lösen kann. Oder zumindest deutlich demonstriert bekommt, daß Stegerwald Ahnung davon hat. Ähnliches gilt für den Menüpunkt „Energiespartips“, wo das Unternehmen geschickt und plausibel darauf hinweist, wie der Umwelt (und dem Geldbeutel) mit Hilfe moderner Haustechnik geholfen werden kann. Etwas enttäuschend ist die Seite „Kontakt zu uns“. Klickt man darauf, kommt man zuerst auf



Gute Optik und Übersicht: Die Handwerks-Homepage der Stegerwald GmbH

die erwähnte Startseite mit den Firmendaten. Wer genauer hinsieht, kann über den Unterpunkt „Online-Anfrage“ neben einem „Gästebuch“ endlich auch das ersehnte, brauchbare Kontaktformular finden. Weitere Menüpunkte sind eine umfangreiche

Stegerwald GmbH

Sendelbacher Straße 10, 97816 Lohr am Main, Telefon (0 93 52) 8 97 10, Telefax (0 93 52) 8 97 11, eMail: handwerk@stegerwald-haustechnik.de

Die Firma Stegerwald wurde 1926 von Schlossermeister Michael Stegerwald gegründet und 1961 von dessen Sohn Josef übernommen. Seit 1985 führen Reiner und Petra Stegerwald die GmbH in dritter Generation. Der Obermeister der SHK-Innung Main-Spessart und Vorstand der Kreishandwerkerschaft hat die Meisterprüfung im Installateur-, Zentralheizungs- und Lüftungsbauer- sowie im Elektroinstallationshandwerk, seine Frau Petra im Elektroinstallationshandwerk abgelegt. Sie beschäftigen zur Zeit 1 Ingenieur, 3 Meister, 2 Monteure, 1 Kundendienstmonteur, 3 Auszubildende, 2 Bürokräfte, 1 Verkäuferin und 1 Hilfskraft. Ihnen stehen insgesamt 4 Geschäftsfahrzeuge zur Verfügung. Geschäftsgegenstand sind die Fachplanung und Ausführung von sanitär-, heizungs-, raumluft-, klima-, elektro- und sicherheitstechnischen Gebäudeanlagen. Größere Projekte werden in Arbeitsgemeinschaft mit anderen Firmen ausgeführt. Ein weiterer Schwerpunkt ist der Einzelhandel im rund 400 m² großen Ladengeschäft mit Fachmarkt. 1990 wurde durch die Eröffnung eines Planungs- und Beratungszentrums in Querfurt bei Halle-Saale der Leistungsbereich um Fachplanung und Projektmanagement für Technische Gebäudeausrüstung erweitert. Außer gelegentlichen Projekten ist das Unternehmen hauptsächlich im Regionalbereich tätig. Der Umsatz (90 % Altbau- renovierung) stammt zu 80 % von privaten Bauherren. Der Rest kommt von öffentlichen bzw. kommunalen Auftraggebern. Mit 50 % ist der Handwerksbetrieb hauptsächlich im Gewerk Sanitär tätig. Auf Heizungs-, Lüftungs- und Klimaarbeiten entfallen 30 % und auf Elektro 20 %. Das Unternehmen arbeitet mit 2 Sanitär- und Heizungs- großhändlern sowie 2 Elektro- großhändlern zusammen. Leuchten, Lampen, Wohn-, Haushalts- und Dekoproducte werden direkt bezogen, teilweise auch aus dem Ausland.



Eintritt zu den gespeicherten Favoriten-URL's bzw. Lesezeichen der Kunden: Nützliche Tips rund um die Haustechnik

Sammlung von Links, die alle im Frame öffnen und somit auch keinen Kunden „mitnehmen“, unter „Kundenservice“, eine kompakte Firmenvorstellung unter „Unser Unternehmen“ sowie ein Direktlink zum hauseigenen Ingenieurbüro. Sehr praktisch bei dieser Menüart sind auch die zwei Befehle „Alle Menüebenen öffnen“ bzw. „Alle Menüebenen schließen“.



Auf einen Blick alles klar: Die übersichtliche und prägnante Homepage der Wohlfeil GmbH

Das ganze Programm: Mit Hilfe von Texten, Bildern und Untermenüs werden die einzelnen Leistungen des Handwerksbetriebs vorgestellt



www.wohlfeil.de

Die Homepage der in Rheinstetten bei Karlsruhe ansässigen Wohlfeil GmbH hätte eigentlich ganz vorne mitgespielt, wenn's da nicht den Ausrutscher in einem wichtigen K.O.-Kriterium gegeben hätte. Bedingt durch besondere innerbetriebliche Umstände blieb unsere Test-eMail bis zu unserem Anruf mehrere Tage unbeantwortet. Schade. Aber die ganze Bewertungskommission war sich darin einig, daß der beste Internet-Auftritt wenig nützt, wenn er im weltweiten Netz vor sich hindümpelt und nicht aktiv in den Geschäftsbetrieb eingebunden wird. Und dazu gehört nun auch mal, daß Anfragen von Interessenten – zumindest mit einem Zwischenbescheid – innerhalb des vom Kunden in spe erwarteten Zeitrahmens beantwortet werden. Jener liegt im schnellen Medium Internet erfahrungsgemäß bei einem bzw. allerhöchstens zwei Tagen. Wie Antwortzeiten von nur wenigen Minuten auf unsere Test-Mail zeigen, war das auch zu schaffen. Selbstverständlich ist bekannt, daß z. B. ein mitarbeitende Firmenchef in einem Kleinbetrieb nicht dreimal täglich in die Firma fahren und seine Mails abrufen bzw. beantworten kann. Aber auch hier gibt es Lösungen. So ist es z. B.

Wohlfeil GmbH

Leichtsandstraße 3, 76287 Rheinstetten, Telefon (07 21) 50 00 20, Telefax (07 21) 5 00 02 22, eMail: wohlfeil-gmbh@t-online.de

Ernst Wohlfeil gründete 1964 sein gleichnamiges Unternehmen. Heute beschäftigt sein Sohn Joachim Wohlfeil, Handwerkskammerpräsident und langjähriger Obermeister der SHK-Innung Karlsruhe, 4 Meister, 5 Kundendienstmonteure, 4 Baublechner, 7 Sanitärinstallateure, 12 Lehrlinge, 2 Helfer, 1 Kundendienstleiter, 3 Bürokräfte sowie eine Teilzeitkraft. Ihnen stehen 20 Firmenfahrzeuge zur Verfügung. Auf einer Betriebsfläche von 4300 m² befinden sich eine 600 m² große Werkstatt, ein Büro mit 200 m², 800 m² Werkstatt, 80 m² Schulungsraum, sowie eine 350 m² große Ausstellung. Die Tätigkeit des Handwerksbetriebs erstreckt sich auf Beratung, Planung, Lieferung, Montage, Prüfung und Wartung von haustechnischen Anlagen. Dazu gehören z. B. die Bereiche Baublechnerei, Badplanung, Kundendienst, Altbausanierung, Solartechnik, Regenwasseraufbereitung, Badausstattungstuning, Gasgerätetechnik und Abwassertechnik. Spezialgebiete sind der Rohrreinigungsservice sowie die Altbau-Etagensanierung. Überhaupt werden 95 % des Umsatzes mit der Altbausanierung gemacht. Kunden sind: 45 % private Bauherren, 10 % öffentliche Auftraggeber, 10 % Industriebetriebe und 30 % Großkunden. Nach Gewerken splittet sich der Umsatz in 30 % Bauklempnerei, 10 % Heizung, 20 % Sanitär und 10 % Bad-Tuning. Der Rest sind Komplettanierungen. Einzugsgebiet ist die Stadt Karlsruhe sowie das umliegende Gebiet im Radius von rund 20 km. Die Materialbeschaffung erfolgt über 5 Großhändler in der Region.

von jeder T-Online-eMail-Adresse aus möglich, sich die Betreffzeile sowie den Absender einer eingehenden eMail per SMS aufs Handy senden zu lassen. Wer einen eigenen Server, ein Kontaktformular und hofentlich einen guten Webmaster sein eigen nennt, hat hier noch viel mehr Möglichkeiten.

Die Wohlfeil'sche Homepage selbst, scheint bei den Internet-Reisenden gut anzukommen. Von ihrem Start im Oktober 1999 bis zum Osc@r-Anmeldeschluß im August 2000 konnte die, auch in Direktmarketingaktionen geradezu vorbildlich beworbene Homepage, über 16 000 Zugriffe und einige Online-Aufträge verzeichnen. Hauptsächlich handelte es sich dabei um den Vertrieb von Klein- und Verschleißteilen. Es wurden aber z. B. auch schon Spiegelschränke bis nach Düsseldorf geliefert. Das deutet – ebenso wie die ansonsten sehr professionelle Gestaltung der firmeneigenen WWW-Seiten – darauf hin, daß es sich bei der fehlenden Antwort auf die Osc@r-Test-eMail wirklich um einen ausnahmsweisen Patzer handelte. Auf der Startseite wird man von drei Bildern zu den Themen Bad und Blechbearbeitung, einem umlaufenden Ticker mit dem Leistungsangebot der Firma sowie den verlinkten Schlagworten „Info“, „Bäder“, „Shop“, „Haustechnik“ und „Rohrreinigung“ begrüßt. Außerdem liegt hinter dem Firmenlogo ein Direktlink zum Porträt und hinter einer Abbildung des Einzelhandelsgeschäftes ein Direktlink zum Shop. Nach dem Klick auf ein Schlagwort öffnet die jeweils dahinterliegende Seite. Alle in der selben Aufmachung. Am oberen Rand dient das abgeänderte Firmenlogo als Hintergrund für das Hauptmenü. Die Kontaktmöglichkeit ist über den Button „Kontakt“ jederzeit gegeben. Dort gibt's, neben der eMail-Adresse, die komplette Firmenanschrift, Telefon- und Faxnummer sowie eine Anfahrtsskizze und eine Abbildung des Firmengebäudes. Leider öffnet sich beim Klick auf die eMail-Adresse nur das Standard-Fenster des Browsers. Hier könnte ein Kontaktformular wesentlich bessere Dienste leisten. Zumal – wie am Menüpunkt „Finanzierung“ zu sehen – der Verantwortliche für den Web-Auftritt mit Formularfeldern umgehen kann. In Zusammenarbeit mit einer Bausparkasse werden auf diesen Seiten den interessierten Kunden übrigens konkrete Finanzierungsangebote für die Heizungsmodernisierung nahegebracht. Warum eigentlich nicht auch für die anderen Leistungen des Unternehmens?

Was er alles von Wohlfeil beziehen kann, erfährt der Besucher unter der Rubrik „Leistungen“. In weitere fach-



Die Produktauswahl muß stimmen: Über den Online-Shop laufen vor allem Reinigungsmittel, Klein- und Ersatzteile

lich unterteilte Untermenüs gegliedert, wird er dort umfassend aber nicht überladen anhand von Texten und Bildern über das Angebot des Handwerksbetriebes aufgeklärt. Ebenso kompakt aber anschaulich werden Internet-Nutzer unter „Portrait“ aufgeklärt, wer hinter dem Unternehmen steckt. Kunden, die gleich Online einkaufen möchten, können dies im professionellen Online-Shop mit zahlreichen ausgesuchten Produkten. Neben dem „Impressum“ gibt es darüber hinaus noch die Menüpunkte „Tips/News“ mit Produktinformationen, „Stellenmarkt“ mit aktuellen Stellenangeboten des Unternehmens und „Sitemap“, eine im Rahmen der Osc@r-Top20-Besprechungen schon vielfach gelobte, einfache und kostengünstige Möglichkeit, um Ordnung und Übersicht in die Online-Präsenz zu bekommen. UM



Der nächste SHK-Internet-Osc@r ist schon in der Pipeline. Auch 2001 wird wieder die interessanteste Homepage des SHK-Fachhandwerks gesucht. Mehr darüber erfahren Sie in den nächsten Ausgaben Ihrer SBZ.