

Internetseiten unter der Lupe

Ein Muss für jede Firma im Netz: Die Internetadresse bekannt machen

Wer mit einer eigenen Internetseite ins Netz geht, möchte, dass sie von möglichst vielen Usern beachtet wird. Nur dann kann sie ihren Zweck erfüllen. Web-Designer und Web-Agenturen verstehen es, die Seiten ihrer Kunden in den Suchportalen weit vorne zu platzieren. Darüber hinaus gibt es eine Fülle anderer Möglichkeiten, der eigenen Homepage Beachtung zu verschaffen.

Aldi und Lidl verzichten in ihren Anzeigen auf Angabe der Post- und Internetadresse. Wer am Ort wohnt, weiß, wie er diese Einkaufsquellen erreicht. Dass man auch auf die Telefonnummer verzichtet, liegt daran, dass Anrufe unerwünscht sind. Sie binden die Zeit des Personals. Anders verhält es sich

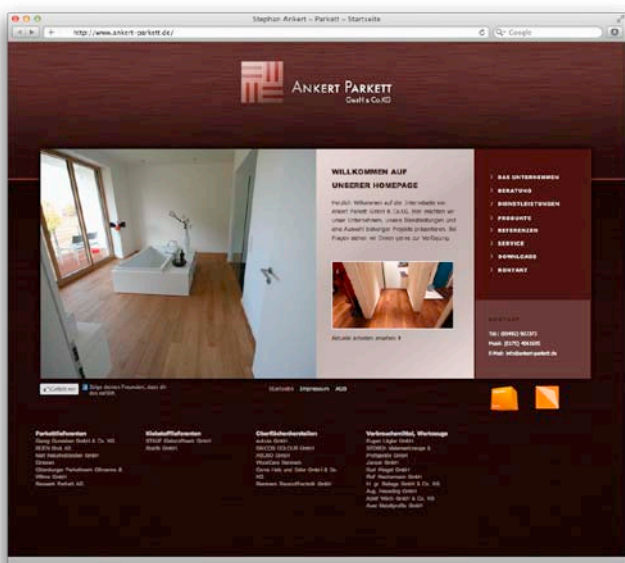
bei Betrieben der Parkett- und Raumausstattungsbranche. Hier ist die Einkaufsfrequenz eine ganz andere. Und die Internet-Adresse hat ohnehin niemand im Kopf. Also muss sie präsent sein, wenn sie gebraucht wird.

Viele Web-Nutzer wissen auch, dass die meisten Parkettbetriebe

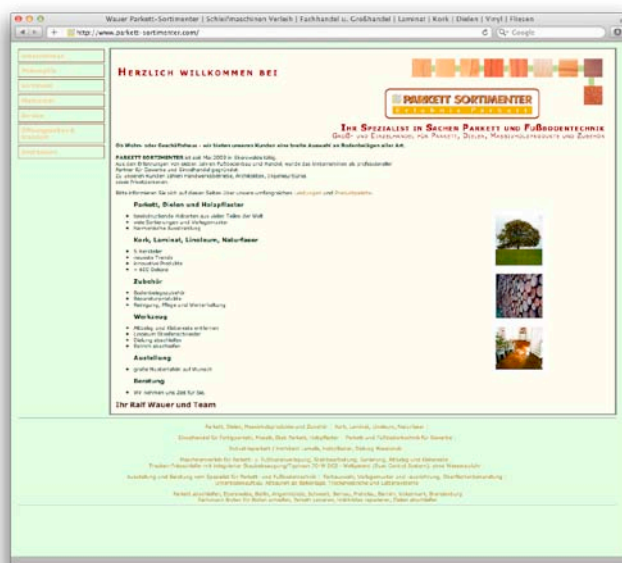
in Innungen zu finden sind und stöbern die gesuchten Firmen im Netz auf, wo ihre Daten gelistet sind. Farben Baumann in Trarassem (Region Saar/Mosel) ist als Home Trendberater auch im Portal dieser Händler-Leistungsgemeinschaft mit seiner Adresse www.farben-baumann.de zu finden. Nicht selten landen dann

allgemeine Suchanfragen bei Farben Baumann. Ähnlich verhält es sich mit den Portalen von Städten und Gemeinden. Sie haben meistens die Rubriken „Einzelhandel und Handwerk“ ihres Einflussbereichs aufgeführt. Parkettbetriebe sollten hier unbedingt vertreten sein. Denn diese Stadt- und Gemeindeportale werden inzwischen wie ein Branchentelefonbuch genutzt.

Natürlich gibt es darüber hinaus eine Fülle von Möglichkeiten, seine Internet-Adresse unters Volk zu bringen. Das geht mit Visitenkarten und den Geschäftsfornularen los, setzt sich über Prospekte und Flyer sowie Mailings und Zeitungsbeilagen fort und erfasst auch die Außenwerbung. Damit sind Liefer- und Geschäftsfahrzeuge gemeint. Aber auch die Autos von Mitarbeitern sowie zum Beispiel Privatautos der Verwandtschaft, wie es bei Brehm Parkett in Bamberg praktiziert wird. Diese Firma nutzt zusätzlich die Möglichkeit, an städtischen Bussen zu werben (siehe Foto). Dort ist die



Ein ruhiger, übersichtlicher Internetauftritt. Das Navigieren ist problemlos. Die Animation von Interieurbildern sorgt für Abwechslung.



Eine Fülle von Fachinformationen. Doch vier von zehn Links lassen sich nicht aufrufen. Das darf nicht sein.

Internet-Adresse www.parkett-brebm.de klar zu lesen.

Während sich Zeitungsanzeige und -beilage meistens dem Wettbewerb gleicher Werbemittel stellen müssen, hat es die Homepage dagegen gut. Wenn sie einmal angeklickt wurde, braucht sie Konkurrenz kaum zu fürchten. Der User sieht immer nur diese eine website auf seinem Bildschirm. Doch es sind zwei Hürden zu überwinden. Erstens: Die eigene Homepage muss erst einmal aufgerufen werden und nicht eine andere. Zweitens: Es ist die Frage zu beantworten, wie man die Aufmerksamkeit der User so fesselt, dass sie länger auf der Seite verweilen? Das heißt, dass sie auf der HP interessiert und munter herum navigieren und später Kontakt zum Anbieter aufnehmen. Beides soll hier exemplarisch anhand der Homepage von Ankert Parkett, Steinfeld/Mühlen (www.ankert-parkett.de), untersucht werden.

Pfiffige Idee zum Finden der HP

Der eher ältere Kundenkreis dieses Betriebes wird durch klassische Anzeigenwerbung erreicht, insbesondere wenn es um Parkett-Renovierung geht. Die



Auf der Werbefläche von Parkett Brehm ist die Internet-Adresse an den Stadtbussen in Bamberg gut zu erkennen.

junge und mittlere Generation wird im Internet angesprochen. Um im Netz gefunden zu werden, ist Ankert in verschiedenen Foren mit Fachkommentaren unterwegs, zum Beispiel mit dem Thema Parkettschäden und ihre Beseitigung. Wer sich für diese Frage interessiert, landet automatisch - meist über eine Suchmaschine - auf der Homepage von Ankert Parkett. Es sind also Fragen rund ums Parkett aufzugreifen, Problemlösungen anzubieten und auf das eigene Unternehmen zu kanalisieren. Kurzum: Man setzt Köderfische aus und angelt dann den Erfolg.

Welch wachsende Bedeutung das Internet für Handwerksbetriebe inzwischen erlangt hat,

zeigt eine andere Erfahrung von Firmenchef Stephan Ankert. „Noch vor rund zwei Jahren versandten wir Angebote klassisch per Post. Heute werden mindestens 90 Prozent unserer Angebot per Mail verschickt“. Das geht nur, wenn man im Internet zu Hause ist. Längst noch nicht alle Parkettbetriebe haben das erkannt. Ein Beispiel: Von den 163 ständigen Mitgliedern (also nicht Gastmitglieder) der Innung Parkett und Fußbodentechnik Nordost verfügen zwei Drittel der Betriebe über eine E-Mail. Ein Drittel, d.h. genau 54 Betriebe können ihre Angebote nicht per Mail an ihre Kunden senden. 56 Prozent = 92 Betriebe verfügen über keine eigene Homepage. Allerdings nimmt

die Zahl der Homepage-Betreiber stetig zu.

Zurück zum Internetauftritt von Ankert Parkett. Die Startseite präsentiert sich - wie alle weiteren Seiten auch - ruhig und übersichtlich in einem einheitlichen Gestaltungsrahmen. Vor dunklem Fond befindet sich ein Bild-/Textblock. Die sich in kurzer Folge abwechselnden fünf Interieur-Bilder stellen Referenzfotos dar. Die Navigation zu den acht Folgeseiten ist denkbar leicht. Man gelangt zu den Seiten „Produkte“, „Service“, „Downloads“ etc. Letzter Punkt ist besonders interessant. Denn über ihn werden die User zu einer Fülle von Merkblättern und Pflegeanweisungen rund ums Parkett geleitet. Es handelt sich um Vorlagen von Verbänden und Herstellern.

Die Besucher dieser Homepage werden in kurzen, schnörkellosen Texten angesprochen. Der gesamte Auftritt atmet Sachverstand. Er wurde übrigens von einer Web-Agentur gestaltet. Im Impressum heißt es u.a.: „Umgesetzt mit Redaxo cms“. Dahinter verbirgt sich ein Inhaltsverwaltungssystem, eine frei verfügbare, kostenlose Software zur gemeinschaftlichen Erstellung und ▶



Mit nur 2 Aufträgen erzielen Sie mit unserem AQUA Premium 2-Schichtsystem die gleiche Schichtstärke wie marktübliche Parkettlücke im 3-Schichtverfahren. **Sie sparen somit Material, Zeit und Geld.**

ALMARIT
Macht Parkett perfekt.

Organisation von Webseiten. Es heißt bei dem Anbieter zwar, dieses System kann in den meisten Fällen ohne Programmier- oder HTML-Kenntnisse genutzt werden. Doch Vorsicht. Besser ist es, dies durch Fachleute einer Webagentur machen zu lassen. Ankert Parkett machte es richtig.

Ständige Pflege der Homepage tut Not

An der Homepage www.parkett-sortimenter.com von Wager Parkett-Sortimenter, einem Groß- und Einzelhandelshaus in Eberswalde, mögen sich die Geister scheiden. Die einen werden die Informationsfülle für übertrieben halten, die ande-



Ankert: Gelungene Fahrzeuglackierung mit zentraler Interneta-dresse

ren könnten gerade darin einen Vorteil sehen. Denn wer sich als Laie für Parkett interessiert, möchte viel über diesen Werkstoff erfahren. Mancher mag die

Schrift für zu klein halten. Erfahrenen Usern wird das nichts ausmachen, weil sie wissen, wie sich alles auf die gewünschte Lesegröße zoomen lässt. Allerdings

mit einem kleinen Umweg. Allen kann man es eh nicht recht machen.

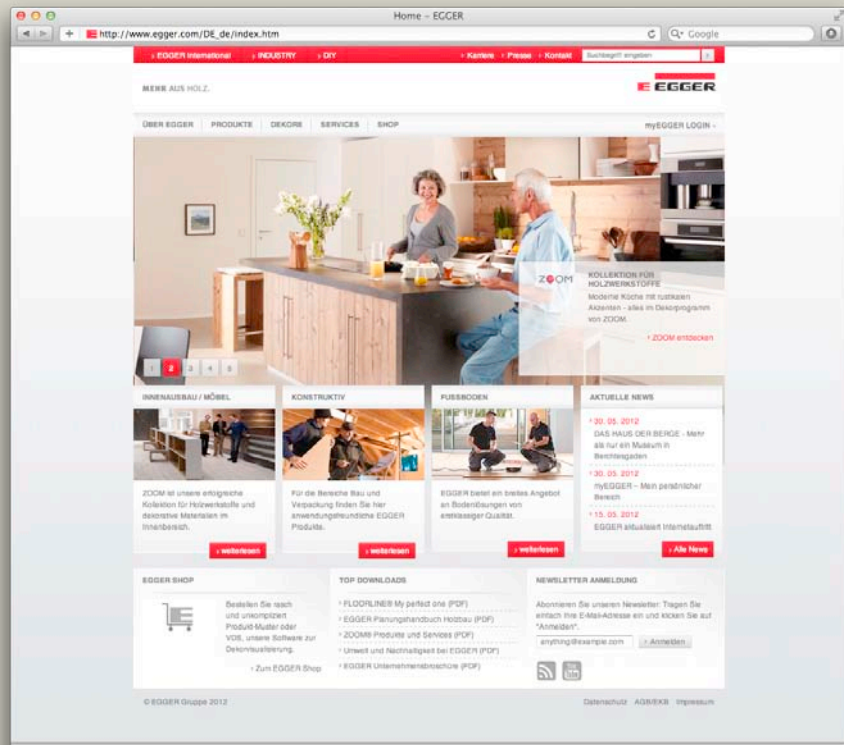
In einem Punkt gibt es allerdings kein Pardon. Wer in seine Homepage Links einbaut, muss auf ihre Aktualität achten.

Immer wieder ist festzustellen, dass Homepages so genannte tote Links aufweisen, dass auf Veranstaltungstermine hingewiesen wird, die längst gelaufen sind und dergleichen mehr. Homepage-Betreiber sind in ihrem ureigensten Interesse gehalten, ihre Seiten stets auf dem neuesten Stand zu halten. Nicht mehr aktuelle Seiten werden von den Usern mit Desinteresse bestraft. ■

Egger/A: Website für Händler, Verarbeiter und Architekten

Um im Internet serviceorientierter aufzutreten, hat der Tiroler Holzwerkstoffhersteller Egger seine Homepage www.egger.com optimiert und dabei noch mehr auf Händler, Verarbeiter und Architekten ausgerichtet. Neue Funktionen sollen den Kundennutzen erhöhen. Im Bereich ‚Shop‘ können rund um die Uhr Dekormuster und Werbemittel sowie die Visualisierungssoftware VDS Profi bestellt werden. VDS Profi ist eine Verkaufshilfe für Bodenleger, Raumausstatter, Tischler und alle Planer. Im Bereich ‚Dekore‘ sind die Dekore nun übersichtlich nach Kollektionen gegliedert.

Eine Direkteingabe von Dekornummer oder Dekorname sowie neue Filtermöglichkeiten erleichtern die Suche. Lieferinformationen und Dekorempfehlungen kommen hinzu. Unter ‚Services‘ finden Besucher schließlich die kostenlose Möglichkeit zur Dekorvisualisierung mit VDS Online und in einigen Ländern Informationen zum Egger Innovativ Partnerprogramm. Egger-Kunden können sich auf der Homepage registrieren und erhalten im Extranet unter www.egger.com/myegger ihren persönlichen Zugang zu Neuheiten, Informationen und zum E-Shop.



Arbeitsmittel, wie der Zoom-Kollektionsordner als Verkaufsunterlage mit Mustern, können über einen individuellen Code genutzt werden.