

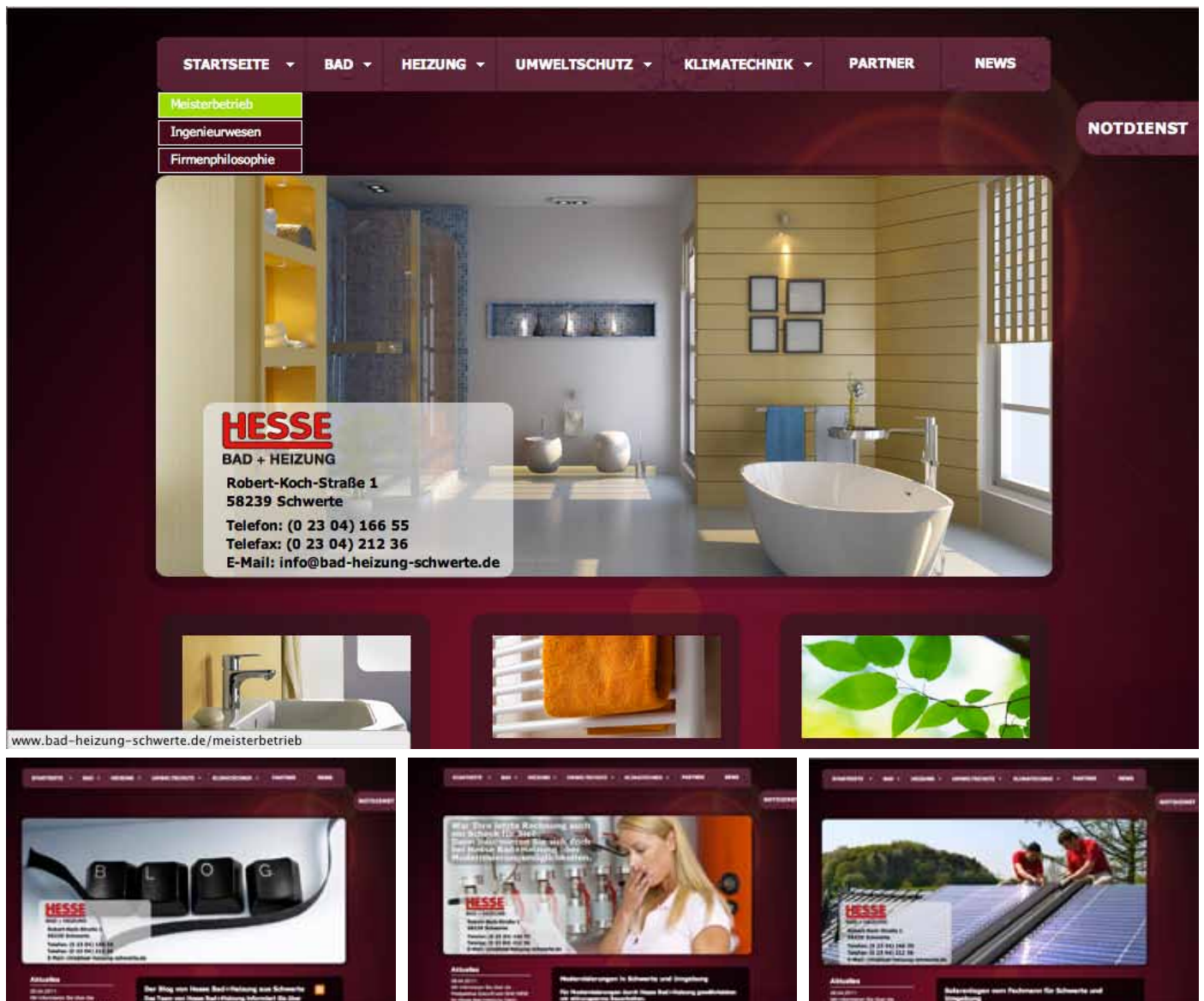
„Stein auf Stein, bis die Mauer fertig war“

Die IKZ-HAUSTECHNIK-Redaktion hatte im Oktober 2010 mit Unterstützung des Vermarkters telegate media eine „Websitegestaltung“ verlost. Glücklicher Gewinner war Kai Hesse, Inhaber des Traditionsbetriebes Hesse Bad & Heizung aus Schwerte. Heute präsentiert er seinen neuen Internetauftritt. Ein Ergebnis, das sich sehen lassen kann.

Die Auslosung kam für den Diplom-Ingenieur aus Nordrhein-Westfalen gerade recht. Denn schon vor der Gewinnermittlung hatte er sich zwischen der Arbeit immer „mal wieder“ mit seiner, schon etwas in die Jahre gekommenen, Website beschäftigt. „Unsere bisherige Firmen-Homepage war ziemlich antiquiert und die Modernisierung schon lange ein drückender Schuh für mich. Bisher hatte ich aber immer zu

wenig Zeit, um mich gezielt darum kümmern zu können. Das tägliche Geschehen in der Firma hatte mich stets wieder fest im Griff“, so Hesse. Dennoch hatte der gelernte Zentralheizungs- und Lüftungsbauer einige Ideen für eine neue Website schon in der Schublade. „Das ging immer nur zwischen-durch, denn wenn der Laden gut läuft, hat man kaum Zeit, sich in Ruhe damit zu beschäftigen“, so sein nüchternes Fazit.

Da für Hesse Fortschrittlichkeit und Innovation genauso wichtig sind, wie eine perfekte Arbeitsleistung beim Kunden, wollte er sich auch genauso über seine neue Website darstellen. „Marketing spielt heute im Handwerks-Bereich eine ganz wichtige Rolle. Die Medienwelt ändert sich vor allem technisch so schnell, dass wir lernen müssen, da mit zu schwimmen. Das bedeutet konkret, wir müssen dem Kunden zeigen,



Klar strukturiert, informativ und ansprechend präsentiert sich die neue Website der Firma Hesse aus Schwerte.

dass auch wir technisch auf der Höhe der Zeit sind.“ Doch allein auf seine technische Weitsicht möchte Hesse nun auch nicht reduziert werden. Es geht ihm vor allem um die Imagewerte des Handwerks. „Der moderne Handwerker sollte in seinem ganzheitlichen Auftreten auf ein zeitgemäßes und innovatives Image achten. Wir repräsentieren nicht den ‚Schmutz verursachenden‘, ‚lärmenden Handwerker‘. Ganz im Gegenteil, wir wollen als Dienstleister, der auf dem aktuellen Stand der Technik, seine Haustechnik installiert, wahrgenommen werden. Solch ein Imagetransfer zwischen Online und Offline-Welt kann nur klappen, wenn das gesamte Erscheinungsbild der Firma stimmig ist. Der Internetauftritt ist ein wichtiger Teil davon“, betont er.

Und noch ein Aspekt, dem er mit der Neugestaltung ganz gezielt entgegenwirken wollte. „Kunden, die im Internet nur auf der Suche nach dem günstigsten Produkt sind, werden bei uns nicht fündig. Sie sind nicht unsere Zielgruppe. Wir wollen Menschen erreichen, die das Ganze sehen. Das heißt konkret: bei denen wir nicht über den Preis definiert werden, sondern über die komplette Dienstleistung. Wir sind überwiegend im Privatkundengeschäft tätig und verrichten unsere Arbeit in den Wohnräumen und Bädern der Kunden. Gerade bei diesem Geschäft steht eben diese komplette Dienstleistung – also der Service ‚Alles aus einer Hand‘ beim Kunden hoch im Kurs. Wir beraten vor Ort und schnüren ein Komplettpaket, welches dann auf Wunsch mit zugehörigen Maler-, Elektro-, Fliesen- und Maurerarbeiten, ausgeführt wird“, sagt Hesse.

Um genau diesen Kundenbedarf über den ersten Kontaktpunkt einer Website abbilden zu können, hatte Hesse sich bereits lange im Vorfeld schon sein Konzept im Kopf zurecht gelegt. Dabei stellte er sich selbst die Fragen: Was macht seinen Betrieb aus? Wofür steht er? Wie soll ein Kun-

de ihn demzufolge wahrnehmen? Erst mit den klaren Antworten auf diese Fragen, war er bereit seine Vorstellungen in eine grobe Webstruktur zu gießen. Die hat er dann gemeinsam mit seinem Ansprechpartner bei telegate media besprochen und überprüft, in welcher Form sie sich kon-

Der moderne Handwerker sollte in seinem ganzheitlichen Auftreten auf ein zeitgemäßes und innovatives Image achten.

kret im Internet darstellen lässt. Parallel zur Grobstruktur entstand auch das passende Themenkonzept, das Hesse vorgab, um seine Kernleistungen (Bad, Heizung und regenerative Technik) darauf abbilden zu können.

Telegate media kümmerte sich dabei in enger Abstimmung mit Kai Hesse um die Erstellung einer Informations- und Navigationsarchitektur. Dieser Prozess wurde immer intensiver, da es nun um die Feinabstimmungen ging, wozu auch das Webdesign und passende Bilderwelten gehörten. „Da immer wieder neue Dinge hinzukamen, haben wir Stein für Stein die Mauer angefertigt und immer darauf geachtet, dass die persönliche Note stimmt.“ Für Hesse war es sehr wichtig, in der aktiven Umsetzungs- und Gestaltungsphase von ca. 2 Wochen einen verlässlichen Partner an der Hand zu haben, der schnell seine Wünsche umsetzen kann und auch eigene Impulse mit einbringt. „Ich konnte sehr viel selbst entscheiden und hatte nicht das Gefühl, der Anbieter telegate media drängt mir hier eine Schablone auf. Das Ganze ging auch relativ zügig. Und der Anbieter gab mir immer das Gefühl, er kenne sich in meiner Branche aus.“

Während der Entwicklung des Webdesigns inklusive Textredaktion, Notdienst-Button sowie eines Sicherheits- und Effizi-

enzchecks, erforderte eine Aufgabe ganz besondere Aufmerksamkeit von Kai Hesse. „Ein ganz eigener und wichtiger Punkt für die Erstellung der Website ist das Bildmaterial. Denn so eine Seite steht und fällt mit der Visualisierung“, merkt er an. Normalerweise müsse man jedes Bild über eine spezielle Bildagentur käuflich erwerben. Das könne sich schnell summieren, wenn man mit 20 bis 30 Bildmotiven auf der Website arbeiten müsse. Zudem hätten gekaufte Bilder immer den Nachteil, keine Persönlichkeit zu vermitteln. Der Betrieb wirke austauschbar. Kai Hesse hatte sich bereits vor

der Neugestaltung seines Internetauftritts dazu Gedanken gemacht. „Da bei Veröffentlichungen von Bildmaterial auch Bildrechte zu beachten sind, habe ich meine Industriepartner gefragt, ob ich Bilder von ihnen auf meiner neuen Website einbinden kann. Dazu muss man aber alle diese Partner konkret anschreiben und rechtliche Hintergründe abklopfen“, gibt er zu bedenken. Damit hatte er zwar seine Produkte visualisiert, nicht aber seine Arbeitspraxis. „Dazu bin ich extra mit meinen Mitarbeitern zu Kunden gefahren und habe sie dort bei der Arbeit fotografiert. Wichtig ist, dass über die Bilder viele Emotionen transportiert werden. Dieser Prozess nimmt viel Zeit in Anspruch und ist auch bei uns noch nicht abgeschlossen.“

Kunden finden heute auf der neuen Website sogar einen firmeneigenen Blog. „Das war der Vorschlag von telegate media. Der Informationsfluss dort steht noch ganz am Anfang. Aber es ist mein Ziel, darüber alle Neuerungen im Haus aufzuführen. Das ist zwar wieder eine zeitliche Herausforderung, aber schließlich wollen wir mit unserem Internetauftritt überdurchschnittlich sein“, sagt er stolz. ■

www.bad-heizung-schwerte.de
www.telegate-media.de



Die Software für SHK

Software, die Ihr Handwerk versteht ■ Und dazu Service rundum SHKG Leipzig Halle 3 Stand D40 ■ Willkommen bei sykasoftware

■ Syka-Soft GmbH & Co. KG · Gattingerstraße 11 · 97076 Würzburg · Tel. 0931-2 99 14-0 · Fax: 0931-2 99 14-30 · E-Mail: info@sykasoft.de · www.sykasoft.de

sykasoft.