



Alice Brammertz (li.) und Tochter Aline betreuen die Homepage der Schreinerei mit großem Erfolg.

# Die besten Homepages im Handwerk

**Web-Auftritt.** Ihre Homepage bringt nur wenig Neugeschäft? Dann nutzen Sie die Erfahrung aus über zehn Jahren Proficheck im Handwerk, um Ihre Klickraten zu erhöhen. Wie Ihr Auftritt besser beim Kunden ankommt.

Text Kerstin Meier Foto Matthias Jung

**W**ährend viele Unternehmer noch überlegten, ob sich ein Web-Auftritt lohnt, war die Schreinerei Brammertz in Kornelimünster (bei Aachen) längst „drin“: „Wir haben schon zu Beginn des Web-Zeitalters auf eine eigene Homepage gesetzt“, erinnert sich Alice Brammertz, die sich als Prokuristin im 25 Mitarbeiter zählenden Familienbetrieb um den Web-Auftritt kümmert. Obwohl die Resonanz auf die Seiten schon immer „sehr gut“ war, hat

die von Tochter Aline initiierte Neugestaltung der Homepage vor eineinhalb Jahren für einen ordentlichen Schub bei den Zugriffen gesorgt.

## Vom Besucher zum Kunden

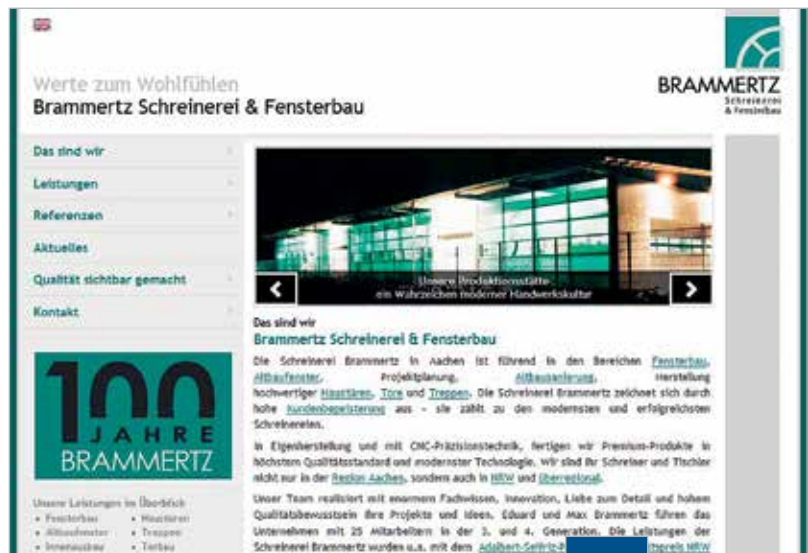
„Wir haben heute etwa 1000 Besucher pro Monat, fünf bis zehn Prozent davon können wir im Schnitt zu einer Kontaktaufnahme bewegen“, freut sich Alice Brammertz. So trägt das Netz inzwischen maßgeblich zur Neukundengewin-

nung bei, viele Kunden sind vom Auftritt des Betriebs sogar so überzeugt, dass sie lange Anfahrtswege in Kauf nehmen. „Gerade bei den jüngeren Kunden“, so die Prokuristin, „kommt der Erstkontakt fast ausschließlich übers Netz.“

### Optimiert für Suchmaschinen

Doch wie schafft es der Familienbetrieb, die Homepage-Besucher derart von sich zu begeistern? Der von handwerk magazin und Asset Media Ltd. in München durchgeführte Profi-Webseitencheck für Handwerksbetriebe (siehe unten) zeigt die Stärken des Auftritts: So verteilen die Prüfer nicht nur Bestnoten in den Bereichen Inhalt, Design und Layout, Programmierung und Technik, sondern brammertz-schreinerei.de erzielte als einer der ganz wenigen Auftritte im Handwerk auch bei der Suchmaschinentauglichkeit einen Wert von 94 Prozent. „Leider wird das Thema von vielen Betrieben noch sehr stiefmütterlich behandelt, allerdings lässt sich die heute erforderliche Suchmaschinenoptimierung fast nur noch von Fachleuten bewältigen“, weiß Steve V. Sipos, Director von Asset Media Ltd.

Aline und Alice Brammertz können die Einschätzung des Experten aus eigener Erfahrung bestätigen: „Nach der Neugestaltung haben wir



**1. Testsieger Brammertz:**  
Die Schreinerei erzielte mit 89,7 Prozent das beste Ergebnis aller Proficheck-Teilnehmer.

versucht, den Auftritt selbst zu pflegen, doch das haben wir trotz Schulung durch unseren Dienstleister neben dem Alltagsgeschäft nicht mehr regelmäßig hinbekommen“. Heute kümmert sich die Agentur Mangold in Köln gegen eine Jahrespauschale nicht nur um das Einpflegen von Informationen, sondern in Abstimmung mit Farbgestalterin und Designerin Aline Brammertz auch um neue Ideen für Inhalte

## ► Proficheck-Auswertung

### Die Stärken und Schwächen der Handwerker-Seiten

Seit mehr als zehn Jahren prüft die Agentur Asset Media Ltd. im Rahmen der Proficheck-Aktion (derproficheck.de) von handwerk magazin die

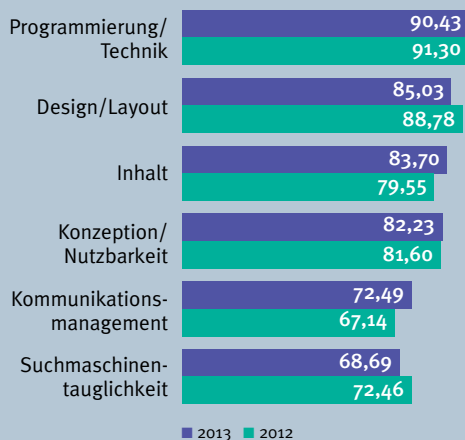
Wie die Detailauswertung von 50 Proficheck-Teilnehmern aus 2012 und 2013 zeigt, bleibt sich das Handwerk auch beim Thema Webseiten-Gestaltung treu: Mit Werten von über 90 Prozent sind technische Qualität und Programmierung nahe dran an der Bestnote von 100 Prozent – die handwerkliche Ausführung passt also.

Gute Noten erhielten die Teilnehmer jeweils in den Kategorien Konzeption/Nutzbarkeit, Design und Layout sowie dem Inhalt. Letzterer verbuchte von 2012 auf 2013 sogar einen Anstieg von über vier Prozent, ein Indiz für die zunehmende Professionalisierung der Auftritte.

Schwächen deckten die Prüfer bei Suchmaschinentauglichkeit und Kommunikation auf: Letztere hat sich zwar im Jahresvergleich um knapp fünf Prozent verbessert, ist mit 72 Prozent jedoch nur befriedigend. Noch schlechter sind die Werte bei der Optimierung für Suchmaschinen, hier gibt es noch viel Raum für Verbesserungen.

Webseiten von Betrieben. Wie die Auswertung zeigt, gibt es vor allem beim Suchmaschinenmarketing und der Kommunikation Nachholbedarf.

#### Starke Technik, schwache Kommunikation



in Prozent, Durchschnitt für den Zeitraum 1.1.2013 – 30.6.2013 im Vergleich zu 1.1.2012 – 31.12.2012;  
Quelle: Auswertung Profi-Check.com-Teilnehmer



**2. Köhler Floordesign (88 Prozent) ist sogar vorbildlich für Suchmaschinen optimiert.**



**3. Die AFW-Stickerei (86 Prozent) punktet mit klarem Design und aktuellen Inhalten.**

und das Suchmaschinen-Marketing. Der Austausch, so Mutter Alice, sei für beide Seiten gut und bringe die Qualität des Auftritts voran: „Es war ein wichtiger Schritt, beim Web-Auftritt auf die Meinung der jüngeren Generation zu hören, die gehen einfach ganz anders mit dem Thema Internet um“.

So hat Tochter Aline bei der Neugestaltung darauf bestanden, die Firmen-Homepage auch für den Zugriff über mobile Geräte zu optimieren. Ein zusätzlicher Aufwand, der sich aber langfristig rechnet: Laut Studie des ECC Handel

in Köln wird bereits heute schon jeder dritte Kauf im stationären Handel online vorbereitet. Dabei steigt die Zahl der Surfer, die über ein mobiles Gerät aufs Internet zugreifen, rasant.

### Jeder Zweite ist immer online

Wie eine Befragung von TNS Infratest zeigt, ist heute bereits jeder zweite Smartphone-Besitzer jederzeit online, bei den iPhone-Verwendern sind es sogar fast 60 Prozent. „Mobile First“ empfiehlt Experte Sipos deshalb auch den Unternehmen bei der Weiterentwicklung ihrer



Foto: Siphos

„Eine gute Webseite muss auch mit einem mobilen Endgerät dargestellt werden können.“

**Steve V. Sipos,**  
Director von Asset Media Ltd in München.

### ► Prüfpunkte

## Diese sechs Kriterien sollte Ihre Homepage erfüllen

**Wer über seinen Web-Auftritt neue Kunden gewinnen will, muss heute mehr bieten als einen Firmenprospekt im Netz. Steve V. Sipos, Director**

**von Asset Media Ltd. in München, hat die wichtigsten Kriterien für Handwerker aus seiner Erfahrung als Proficheck-Prüfer zusammengestellt.**

#### 1. Inhalt

Ein informativer, aktueller und gut aufbereiteter Inhalt, der den User überzeugt und zum Wiederkommen animiert, ist absolute Pflicht. Das gilt für Fachinformationen und Leistungen genauso wie für Angaben zum Unternehmen. Damit Grammatik und Orthographie passen, sollte ein Profi – oder eine leistungsfähige Software – die Texte prüfen.

#### 2. Layout

Ein optisch ansprechender Auftritt im Corporate Design des Unternehmens spricht nicht nur für Professionalität, sondern hat einen hohen Wiedererkennungswert. Darüber hinaus sollten die Bausteine der Website so verwendet werden, dass die Navigation einfach und intuitiv erfolgen kann.

#### 3. Kommunikation

Machen Sie es den Besuchern so einfach wie möglich, Kontakt aufzunehmen. Verstecken Sie Ihre Kontaktdaten nicht, sondern bieten Sie mehrere Möglichkeiten (Telefon, Mail, Rückruf, Formular) an. Wer Kunden ins Geschäft locken möchte, sollte Telefonnummer, Öffnungszeiten und Mail-Adresse prominent platzieren.

#### 4. Interaktion

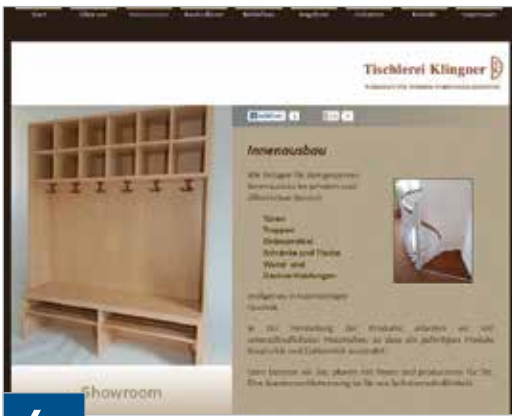
Sie wollen, dass möglichst viele User im Netz von Ihrem Angebot oder einer Aktion erfahren? Dann machen Sie es Ihren Besuchern so einfach wie möglich, die gewünschten Botschaften in den sozialen Netzwerken weiterzuverbreiten. Wer dort selbst einen aktiven Account hat, sollte diesen auch auf der Website erwähnen und sich so Fans und Follower für Facebook & Co. sichern.

#### 5. Optimierung für Suchmaschinen

Je mehr Seiten im Netz existieren, desto schwerer wird es für den Einzelnen, über die für ihn relevanten Begriffe und Wortkombinationen gefunden zu werden. Hier lohnt es sich, einen Profi für die laufende Optimierung zu beauftragen. Um die Kosten im Griff zu behalten, klären Sie vorher, unter welchen Begriffen und wo (lokal, national, international) die Website unbedingt gefunden werden soll.

#### 6. Lesbarkeit für Mobilgeräte

Um die stetig wachsende Zahl der Mobilsurfer zu erreichen, sollte die Website so umgesetzt sein, dass die wesentlichen Informationen auf allen Ausgabegeräten angezeigt werden (siehe Lexikon).



**4. Tischlerei Klingner** (85,8 Prozent) ist Spitze bei Programmierung und Kommunikation.



**5. Maler Beil** (85,5 Prozent) überzeugt durch Bestwerte bei Design und Layout.

Homepage: „Man beginnt mit dem Minimum an Inhalten und Funktionalität für die leistungsschwächsten Geräte und baut das Angebot schrittweise aus“. Ziel des „Responsive Design“ (siehe Lexikon) genannten Konzepts ist es, dass jeder Surfer die Homepage von einem beliebigen Endgerät aus nutzen kann. Wie gut die eigene Homepage bereits jetzt von den Suchmaschinen gefunden wird, können interessierte Unternehmer bei der Aktion von handwerk magazin und Asset Media Ltd. testen lassen.

### Oft fehlt das Kontaktformular

Wie die Auswertung der Proficheck-Teilnehmer zeigt, hapert es neben der Schwäche bei den Suchmaschinen oft auch an der Kommunikation: „Viele Web-Auftritte verfügen nicht mal über ein einziges Kontaktformular“, erklärt Experte Sipos. Obwohl die Betriebe nach seiner Erfahrung bei Aufbau, Design und Inhalt immer besser werden, verzichten viele auf den für die Geschäftsanbahnung so wichtigen Schritt. Wer ins Geschäft kommen will, so Sipos, sollte es dem Interessenten natürlich so einfach wie möglich machen, mit dem Anbieter in Kontakt zu treten (siehe Tipps linke Seite).

Die Schreinerei Brammertz hat bei der Kommunikation zwar mit 82 Prozent einen überdurch-

schnittlichen Wert erzielt, kleine Schwächen haben die Prüfer von Asset Media Ltd. aber ausgemacht: Es gibt (noch) keinen Newsletter und auch keine Funktion, um „Seiten oder Produkte“ weiterzuempfehlen. Dafür lobten die Prüfer die Darstellung der Referenzen: Unter der Rubrik „Qualität sichtbar gemacht“, finden sich bei Brammertz stolze fünf Unterseiten mit positiven Kundenstimmen. Schließlich überzeugt auch in der Online-Welt nichts mehr als die Empfehlung unabhängiger Dritter. ■

kerstin.meier@handwerk-magazin.de

### Was Online-Kunden wichtig ist

|                                  |    |
|----------------------------------|----|
| klare Infos zum Versand          | 89 |
| ausführliche Produktinfo         | 88 |
| übersichtliche Startseite        | 86 |
| Themen gut aufbereitet           | 77 |
| ansprechende Produktpräsentation | 69 |
| Bewertungen anderer Kunden       | 61 |

in Prozent;  
Quelle: ECC Handel, Studie „Erfolgsfaktoren von Online-Shops“, Köln 2013

**Klare Informationen** zu Produkten und Versandbedingungen sind für Online-Anbieter Pflicht.

### ► Aktion



## Homepage-Test gewinnen

**handwerk magazin und Asset Media Ltd. in München verlosen drei professionelle Homepage-Checks inklusive Suchmaschinen-Check.**

Ihre Homepage sorgt bislang nur für wenig Neugeschäft? Oder sie wollen einfach nur wissen, wie Sie Ihren Web-Auftritt noch besser und kundenorientierter gestalten können? Dann nutzen Sie die Chance und gewinnen Sie einen Webseiten-Check der Experten von Asset Media.

#### So nehmen Sie teil

Gehen Sie im Netz auf [derproficheck.de](http://derproficheck.de), wählen Sie die Rubrik „Quick-Check“ und beantworten Sie die Fragen. Um am Gewinnspiel teilnehmen zu können, müssen Sie im Registrierungsformular unter Teilnahmecode „hm-Leser“ eingeben. Die drei Gewinner werden direkt von Asset Media Ltd. benachrichtigt.

**Teilnahmeschluss:** 30. September 2013

### ► Lexikon

## Responsive Design

**Egal, womit ein User auf die Homepage zugreift, die wichtigsten Infos müssen gut lesbar sein.**

Beim „Responsive Design“ handelt es sich um einen gestalterischen und technischen Ansatz zur Produktion von Webpräsenzen, der auf die unterschiedlichen Eigenschaften des jeweils benutzten Endgeräts reagieren kann. Ziel ist es, dass Webseiten sich so anpassen, dass jeder Betrachter auf seinem Endgerät eine übersichtliche und benutzerfreundliche Darstellung erhält.

### Online

#### Anleitung für Newsletter

Informieren Sie Ihre Kunden über neue Angebote und Aktionen: [handwerk-magazin.de/09\\_2013](http://handwerk-magazin.de/09_2013)

