

# edi@I - Digit@I & Multimedi@I - Digit@I & Multimedi@I - Digi

Internet

## Marketingpreis des Deutschen Handwerks

Über 600 Betriebe aus dem gesamten Bundesgebiet haben sich bei dem vom Münchner Wirtschaftsblatt „handwerk magazin“ mit Unterstützung von Mercedes-Benz ausgerichteten „Marketingpreis des Deutschen Handwerks 2001“ um den Titel „Deutschlands beste Web-Werker“ beworben. Eine zwölfköpfige Jury mit Experten aus Handwerk, Industrie und Online-Medien hat fünf Preisträger ausgewählt, die jeweils 10 000 DM Preisgeld erhalten.

Jeder Bewerber wurde nach den folgenden sechs Kriterien beurteilt:

1. Was bietet der Online-Auftritt an echten Zusatzleistungen gegenüber dem klassischen Angebot?
2. Wie nutzt der Betrieb das Internet zur Kundenbindung?
3. Welche Möglichkeiten zur Interaktion sind geboten?
4. Sind die Seiten übersichtlich und schnell im Aufbau?
5. Ist das Angebot aktuell und werden die Vorteile der Online-Kommunikation auch in der betrieblichen Weiterverarbeitung genutzt?
6. Gibt es sinnvolle Kooperationen und/oder Links zu anderen Online-Anbietern?

Nach sechs Stunden lebhafter Diskussion und intensiven Online-Recherchen hatte sich die Jury per Punkteverfahren auf fünf Preisträger verständigt:

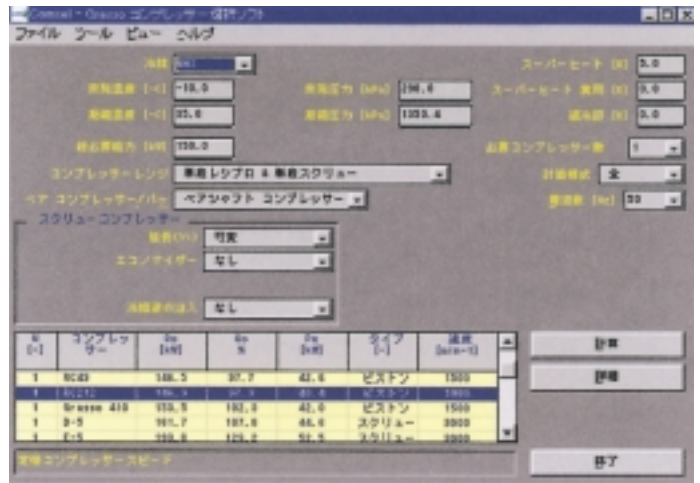
1. www.braunwarth.de:  
Zahntechniker Jürgen Braunwarth aus Stuttgart (8 Mitarbeiter)
2. www.baecckerei-licht.de:  
Bäckermeister Raimund Licht aus Lieser/Mosel (6 Mitarbeiter)
3. www.klimashop.de:  
Kälte- und Klimatechniker Peter und Armin Spengler aus Augsburg (11 Mitarbeiter)

4. www.steffen.de:  
Sanitär- und Heizungsunternehmer Rolf und Udo Steffen aus Alsdorf/Aachen (21 Mitarbeiter)
5. www.schreinerei-stein.de:  
Schreinermeister Klaus Stein aus Blieskastel/Saarland (4 Mitarbeiter)

Die Auswahl der Preisträger steht repräsentativ für einen erfreulichen Trend im Handwerk: Es sind nicht die großen und teuren Online-Auftritte, die den Kunden begeistern. Sondern der Erfolg hängt ganz wesentlich davon ab, welchen konkreten Nutzen die Seiten für den Besucher bieten. Dabei zeigten die Bewerber viel Kreativität:

Die Palette der Möglichkeiten reicht von der Online-Terminreservierung über Zuschmitt-Service und Klimabedarfsberechnung bis hin zur individuellen Angebotskalkulation sowie Planungsmodulen zum Einrichten der eigenen Wohnung. Beliebt sind auch Angebote, die den Kunden mit Digitalaufnahmen online über den Fortschritt der Arbeiten am Objekt informieren.

*Die Spengler-Brüder Armin (links) und Peter wurden für Ihren Internetauftritt mit dem Marketingpreis des Deutschen Handwerks ausgezeichnet*



Grasso-Verdichterauswahl in japanisch

## Grasso Verdichter auf japanisch

Mit Hilfe des Grasso Refrigeration Equipment Catalogue und dem Grasso Comsel Programm kann aus der Vielzahl von Grasso-Verdichtern, sowohl der Kolben- als auch der Schraubenverdichter, eine schnelle Auswahl getroffen werden. Durch die intensive Zusam-

menarbeit mit Grasso Japan ist dieses Auswahlprogramm jetzt auch in japanischer Sprache erhältlich. Das Programm verbindet Kältemittel-Stoffdaten und Verdichterberechnung, bietet eine schnelle und genaue Auswahl des optimalen Verdichters und seine Hauptzubehöreteile, wie Ölabscheider und Ölkühler. Comsel arbeitet unter Windows ab Version 95 und kann direkt von der Grasso-Webseite www.grasso.nl heruntergeladen werden.

## dti Überarbeiteter Auftritt

Mit einem überarbeiteten Auftritt präsentiert sich die neue Internetseite des Deutschen Tiefkühlinstituts (dti), Köln. Unter www.tiefkuehlinstitut.de findet der User jede Menge produkt- und firmenneutrale Informationen rund um das TK-Sortiment. Neu ist unter anderem die Rubrik „Cooles“. Wer Historisches zur Tiefkühl-

# edi@I - Digit@I & Multimedi@I - Digit@I & Multimedi@I - Digi



Das dti im Internet

kost oder Tips zum Umgang mit tiefgefrorenen Produkten sucht, wird hier fündig. Die Foto-Datenbank liefert Motive in Druckqualität zum Downloaden. Eine Link-Liste verweist auf www-Angebote von Ministerien, Institutionen und Organisationen. Einen besonderen Service erhalten die derzeit 161 dti-Mitglieder: Im neuen „Mitglieder-Bereich“ wird es viel Wissenswertes nur für diese Firmen geben.

## Hitachi

### Internet-Investitionen angekündigt

Hitachi Klimaanlage-technik, mit Europa-Hauptsitz in Maidenhead, UK, hat kürzlich Details zu einer Reihe von bedeutenden Investitionen im Bereich elektronischer Medien und im Internet-Geschäft angekündigt. Hier der Kommentar des Leiters der Marketingabteilung Europa, Des Kinsella: „Nach einer Überprüfung unserer Geschäftstätigkeiten in Zusammenarbeit mit unserem Vertriebsnetz in Europa haben wir unsere Pläne, unsere Ge-

schäftstätigkeit künftig auch auf den Bereich der elektronischen Medien auszuweiten und eine internetbasierte Technologie anzuwenden, forciert. Der unmittelbar bevorstehende Start unserer Extranet-Seite für Vertriebshändler wird der Schlüssel sein für die Erweiterung unserer Palette elektronisch zugänglicher Quellen mit dem Ziel einer weiteren Verbesserung unseres Services für die Vertriebshändler und deren Kunden. Der Erfolg unserer Website, [www.hitachiaircon.com](http://www.hitachiaircon.com), hat uns in dieser Hinsicht bestärkt und ist Rechtfertigung für unsere umfangreichen Investitionen in diesem Bereich. Zu den Vorteilen unserer neuen Extranet-Seite für unsere Vertriebshändler gehört der einfachere und schnellere Zugriff auf Hitachi-Daten, die für das tägliche Geschäft benötigt werden. Für die Kunden unserer Vertriebshändler bedeutet dies noch mehr Verbesserungen im Bereich der Dienstleistungen und der Unterstüt-

zung, die sie aus unserem Vertriebsnetz erhalten. Unsere Investitionen umfassen eine weitere Entwicklung der elektronischen Literatur, der Auswahlsoftware, CS Net Enhancements und andere Schlüsselkomponenten unserer Unterstützungsdienste für unsere Vertriebshändler“, so der Kommentar von Kinsella.

## Landis & Staefa

### Einstieg in E-Commerce

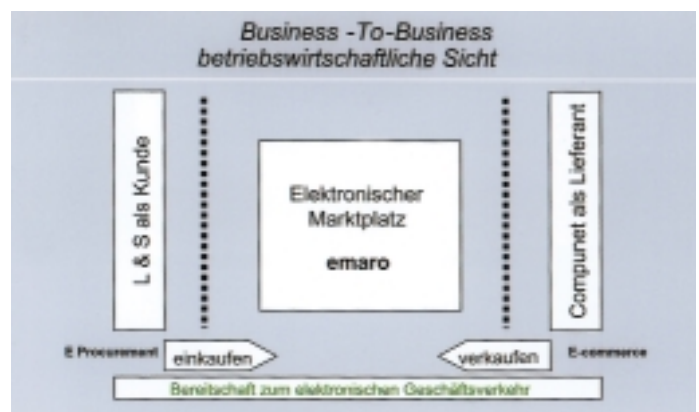
Der Startschuß ist gefallen: In Rekordzeit realisierte die Landis & Staefa GmbH, Frankfurt, den Einstieg in den E-Commerce. Ab sofort bestellen ausgewählte Regionen und Abteilungen der Siemens Landis & Staefa Division ihre Computer via Internet über den virtuellen Marktplatz der emaro AG, Walldorf. Ab Februar 2001 wird die gesamte IT-Beschaffung darüber laufen. Lieferant ist die Münchener CompuNet AG. „Dank der nahtlosen, elektronischen Verbindung der Buchungssysteme auf Kunden- und Lieferantenseite über emaro sowie der Neugestaltung der Prozesse spart Landis & Staefa bei der IT-Beschaffung zwi-

schen 20 und 30 Prozent an Transaktionskosten“, erläuterte Berthold Staubach, Leiter IT/Prozesse bei Landis & Staefa, bei der Vorstellung des Projektes in Frankfurt am Main. Hinzu kommen eine wesentliche Zeitersparnis bei der Beschaffung und Liquiditätsgewinne. Für die elektronische Abbildung der Prozeßketten waren komplette Durchläufe der Bestellvorgänge notwendig. Alle Prozeßabläufe von Bestellung und Genehmigung über Waren- und Rechnungseingang bis zur Bezahlung wurden unter die Lupe genommen, gestrafft und optimiert. Somit kann ein kompletter Bestellvorgang über den elektronischen Marktplatz jetzt in etwa fünf Tagen abgeschlossen sein, der zuvor im ungünstigsten Fall bis zu 26 Tage dauerte.

## Thermokey

### Bestellungen online managen

Der italienische Hersteller von Wärmeübertragern Thermokey S.r.l., Rivarotta di Teor, hat bereits während der letzten IKK in Nürnberg zwei neue Versionen des Auswahlprogramms Keycomp 6.0 für Axialverflüssi-



Der neue Business-To-Business Marktplatz bei Landis & Staefa

## edi@l - Digit@l & Multimedi@l - Digit@l & Multimedi@l - Digi



„customers on line“ bietet Thermokey-Kunden wichtige Auftragsinformationen

ger und Rohrbündelwärmeaustauscher sowie die neue Software Calcex für hartgelötete Plattenwärmeaustauscher präsentiert. Darüber hinaus wurde Anfang dieses Jahres jetzt ein neuer Online-Service für Kunden eingeführt. Für seine wichtigen OEM-Wärmeübertragerkunden bietet Thermokey die Möglichkeit, im Rahmen einer Monatsplanung eine vereinbarte Menge der Monatsproduktion reservieren zu lassen. Aufgrund der Entwicklungen im Klimagerätemarkt zu immer schnelleren Lieferfristen und sinkenden Einflüssen des Saisongeschäfts, wurde auf der

thermokey.com jetzt eine Schnittstelle für ein Online-Management eingerichtet. In diesem Passwort-geschützten Bereich „customers on line“ hat der Kunde zu jeder Zeit die Möglichkeit, seine vereinbarten Vorbestellungen mit den aktuellen Produktionsmengen zu vergleichen, bzw. diese selbst zu managen. Die wichtigste Neuheit dieses Systems ist das Prioritätsmanagement, das direkt vom Kunden innerhalb eines definierten Zeitraums benutzt werden kann. Dieses gewährt nicht nur Echtzeitinformationen, sondern im besonderen auch eine hohe Service-Flexibilität.