



# **Ganz großes Tennis**

Glaubt man den Marktforschern, so beginnen über 75% aller Käufe von Konsumenten mit der Suche im Internet

**P**reisvergleich, Produktvorschau und Kundenfeedback lassen sich dem Internet ohne besondere IT-Affinität ablesen. Die Entscheidung über den passenden Verkäufer wird maßgeblich von der Bedienbarkeit und dem Design einer Internetseite beeinflusst. Aber Vorsicht: Auch die noch so kleine Hinterhof-Klitsche, ohne nachvollziehbarem Kundenservice oder Garantie für die angebotenen Produkte und Leistungen, kann sich heute einen fulminanten Internetauftritt leisten. CMS-Systeme<sup>[1]</sup> und Templates<sup>[2]</sup> lassen die Internetseite von Opa Fröhlich, ohne großes Zutun, aussehen wie die eines Weltkonzerns. Teenager-Fahrrad-Rocker präsentieren ihre Gang heute schon professioneller im Web als so manch mittelständischer Industriebetrieb. Wenngleich ein professioneller Internetauftritt ebenso selbstverständlich wie permanente telefonische Erreichbarkeit sein sollte, so finden sich doch immer wieder katastrophale Designs von Unternehmen im WorldWideWeb, denen man eigentlich mehr zutrauen sollte. Auf Nachfrage bei den Verantwortlichen verweist man auf den ‚Hidden Champion‘-Status und mangelhaften Mehrwert einer hübschen digitalen Visitenkarte.

[1]: Ein Content-Management-System (CMS) (Inhaltsverwaltungssystem) ist ein System, das die gemeinschaftliche Erstellung und Bearbeitung von Inhalt, bestehend aus Text- und Multimedia-Dokumenten, ermöglicht und organisiert, meist für das WorldWideWeb.  
 [2]: Templates (der englische Begriff für Schablonen), sind Vorlagen, die mit Inhalt gefüllt werden können

Ein Hidden Champion entspricht einem ‚heimlichen Helden‘. Unter Hidden Champions versteht man in der Wirtschaft Unternehmen, die einerseits in ihrer Branche bzw. ihrem Konkurrenzumfeld Europäische- oder gar Weltmarktführer sind, andererseits von der Öffentlichkeit und den Wirtschaftsmedien kaum beachtet oder völlig unterschätzt werden. OK - nicht jedes Unternehmen benötigt den Internetauftritt als Verkaufs- oder Marketinginstrument, aber man sollte auch andere Kriterien nicht außer Acht lassen: Ein Bewerber wird den Internetauftritt seines eventuell zukünftigen Arbeitgebers unter die Lupe nehmen, ebenso wie die Ansprechpartner der Zulieferer und Kunden. Transparenz und Etikette gehört nun einmal dazu!

Jedem das Seine, aber bitte kein Vortäuschen falscher Tatsachen – weder in die eine, noch in die andere Richtung.

Die Spielregeln des Marktes lassen sich ohne weiteres auf die Bewertung von Internetpräsenzen übertragen.

**JEDEM DAS SEINE,  
 ABER BITTE KEIN VORTÄUSCHEN  
 FALSCHER TATSACHEN  
 WEDER IN DIE EINE,  
 NOCH IN DIE ANDERE RICHTUNG** ➤

Anzeige



Der Outbound-Spezialist mit Branchenkompetenz bei Investitionsgütern, Software und IT.

## Saupe | Telemarketing

**Vertriebsmarketing, Telemarketing und Callcenter-Lösungen für komplexe B2B Produkte und anspruchsvolle Dienstleistungen.**

Wir sind die Agentur, die anspruchsvolle Themen auf den Punkt bringt.

Sie suchen einen Partner für Direktmarketing, Consulting und Akquise. Sie wollen nachhaltig Neukunden gewinnen und Ihre Bestandskunden aktivieren. Sie sehen Kundenbetreuung und Kundenbindung als wichtige Faktoren Ihres Erfolges an. Saupe Telemarketing bietet Ihnen hierzu umfassende Leistungen für B2B Telemarketing.



### Saupe Telemarketing

Industriestraße 36-38  
 D-88441 Mittelbiberach

Telefon 0 73 51 / 18 97-0

Fax 0 73 51 / 18 97-29

[www.saupe-telemarketing.de](http://www.saupe-telemarketing.de)

Pfiffiges Design, coole Clips, leichte Bedienbarkeit und klare Aussagen sind marketingtechnisch sinnvoll, sollten aber nicht dazu führen, einem Unternehmen Vertrauen zu schenken. Der Vorteil von Web 2.0<sup>[3]</sup> besteht darin, dass Sie die Meinung vieler auf neutralen Plattformen ablesen können.

### UNTERNEHMEN ÜBER DIE SIE KEINERLEI FEEDBACK IM INTERNET FINDEN KÖNNEN, HABEN IN DER REGEL WESENTLICH WENIGER ZU BIETEN ALS SIE IHNEN AUF IHRER INTERNETSEITE VORGAUKELN

Unternehmen über die Sie keinerlei Feedback im Internet finden können, haben in der Regel wesentlich weniger zu bieten als sie Ihnen auf ihrer Internetseite vorgaukeln. Und wenn Sie einmal eine gute Erfahrung mit einem Anbieter gemacht haben, scheuen Sie sich nicht die Welt daran teilhaben zu lassen! Es schadet niemandem, wenn Sie auf Ihrer eigenen Internetseite Empfehlungen aussprechen. ■

[3]: Web 2.0 bezeichnet die veränderte Nutzung und Wahrnehmung des Internets. Die Benutzer erstellen, bearbeiten und verteilen Inhalte in quantitativ und qualitativ entscheidendem Maße selbst.

### Hier nun ein paar Tipps zur Identifikation sowie Differenzierung von ‚Gut und Böse‘:

#### Impressum

- + Das Impressum ist schnell auffindbar. Die darin enthaltenen Daten lassen weitere Recherchen zu
- Es werden keinerlei Informationen zu den Personen und/oder Gesellschaften des Impressumsgebers veröffentlicht

#### Telefonische Kontaktmöglichkeit

- + Es gibt eine telefonische Kontaktmöglichkeit
- Der Anrufversuch sollte allerdings nicht in nie-enden-wollenden Sprachautomatationen oder gar in der veralteten Mailbox enden

#### Suchmaschinen

- + Der URL<sup>[1]</sup> ist in den Suchmaschinen mehr als einmal gelistet. Ein gepflegter, ständig wachsender und aktuell gehaltener Internetauftritt lässt Ernsthaftigkeit vermuten
- Der Internetauftritt glänzt vorrangig durch Verweise auf Inhalte anderer Seiten (es sei denn, es handelt sich um ein Info-Portal)

#### Referenzen

- + Werthaltige Referenzen lassen anständige Geschäftsgebaren vermuten. Sollten die Referenzen dann auch über längere Zeiträume aufrufbar sein, bestätigt sich der Verdacht des Gutseins.
- Referenzen, die zu einem späteren Zeitpunkt nicht mehr als Referenz erkennbar sind, dürfen skeptisch machen. Es schadet nicht, sich hier und da bei den Referenzgebern zu erkundigen und auf die Benennung derer zu verweisen. Ist dem Unternehmen, dessen Website Sie bestaunen, die Referenz nicht bekannt -> BÖSE!

#### Domaininhaber

- + Entspricht der Domaininhaber dem Verantwortlichen aus dem Impressum (.de Seiten lassen sich z.B. einfach über [www.denic.de](http://www.denic.de) abfragen), können Sie beruhigter sein, als wenn der Admin-C einer Gesellschaft seinen Firmensitz in Übersee ausweist.
- Deutsche Unternehmen mit Top-Level-Domains (TLDs)<sup>[2]</sup> aus Entwicklungsländern haben in der Regel etwas zu verbergen! Ausnahmen stellen hier TLDs dar, die den Markennamen in der Domain an sich wiedergeben wollen. So darf audi.tt sich auch gerne mal der TLD des wunderschönen Inselpaars Trinidad & Tobago bedienen.

#### Firmenhistorie

- + Unternehmen präsentieren neben den Produkten auch gerne ihre Strategie, Alleinstellungsmerkmale und Firmenhistorie auf ihrer Internetseite. Das schafft Vertrauen!
- Unternehmen, die gänzlich darauf verzichten und nur mit Produktbeschreibungen glänzen, sind wahrscheinlich nicht so stolz auf sich selbst.

#### Wikipedia

- + Verweisen hoch-frequentierte, bekannte und nachweislich glaubwürdige Internetseiten auf die von Ihnen besuchte Seite könnte das ein weiterer Positivindikator sein. Auf Wikipedia referenzierte Internetseiten sind zu 98% vertrauenswürdig. Dafür sorgen deren scharfe Hunde – auch Autoren genannt –, die sich sogar gegenseitig einer un-nachahmlichen Kontrolle unterziehen!

[1]: Uniform Resource Locator. In der Umgangssprache wird URL häufig als Synonym für Internetadresse verwendet.

[2]: Top Level Domains, wie .de, .com, .net, .org