

Im Web ist noch viel LUFT NACH OBEN

Fünf Gewerke, fünf Städte, die jeweils ersten 20 Google-Suchtreffer:
Das war die Basis für den großen Handwerker-Website-Check
von Sandra und Jörg Mosler. Ergebnis: Im Schnitt wurde noch nicht
einmal ein Viertel der möglichen Punkte erreicht.

Autor **Ramón Kadel**

Methodik Websites im „Sofa-Check“

Statistisch gesehen sollten Handwerksunternehmer auf ihren Websites vor allem vier zentrale Kundenbedürfnisse befriedigen: „Informationen zum Betrieb“, „Preistransparenz“, „Vertrauen“ und „schnelle Kontaktmöglichkeiten“. Um zu überprüfen, wie das den Betrieben gelingt, haben Sandra und Jörg Mosler (Team handwerk-digital) den „Sofa-Check“ entwickelt. Zudem erweiterte Recruiting-Experte Jörg Mosler den Check um die New-Work-Kategorie „Job und Karriere“.

Der „Sofa-Check“ bedeutet ganz einfach, dass etwa ein Ehepaar auf der heimischen Couch nach Handwerksleistungen googelt und die genannten vier Bereiche auf der Website des Handwerksbetriebs durchstöbert. Diese „Sofa-Suche“ führten im Website-Check nun stellvertretend Sandra und Jörg Mosler durch. Hierfür kombinierten die beiden jeweils fünf Gewerke mit fünf Städten (München, Frankfurt am Main, Düsseldorf, Leipzig und Hamburg) und suchten nach dieser Kombination – Gewerk und Stadt – bei Google. Die ersten 20 organischen Suchtreffer wurden dann auf die vier Kategorien hin überprüft. Macht 100 untersuchte Websites je Gewerk – also 500 Websites insgesamt. Jedes Mal nahm das „Team handwerk-digital“ hierfür die Bereiche „Leistungen“, „Beratung“, „Über uns“, „Kontakt“ und zusätzlich „Karriere“ unter die Lupe und bewertete die Inhalte mit einem ausgeklügelten Scoring-System. Maximal waren so neun Punkte je Website, also insgesamt 4.500 Punkte, zu vergeben.
team-handwerk-digital.de



Informationen zum Betrieb

Häufig sind Info-Texte auf den Websites nicht für die Person geschrieben, die sie lesen soll. Im Schnitt wurden 0,88 von zwei Scoring-Punkten erreicht. Die Erkenntnisse:

Die Websites verfügen über keine informativen Texte zum Betrieb:

26 %

Die Websites liefern Branchen-Standardinfos, also wenig Mehrwert konkret über den Betrieb:

59 %

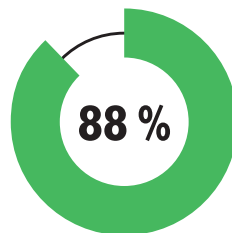
Die Websites bieten weiterführende Informationen, die mögliche Kundenfragen antizipieren:

15 %

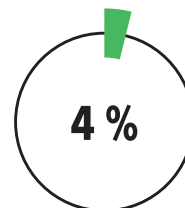


Preistransparenz

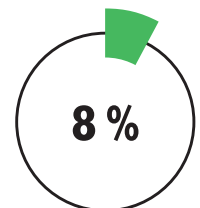
Die meisten untersuchten Betriebe lassen sich auf der Website in Sachen Preis nicht in die Karten schauen. Im Schnitt wurden hier nur 0,20 von zwei Punkten erreicht.



... der Websites geben
keinerlei Preisinformationen.



... der Websites geben
allgemeine Preis-
informationen in Textform.

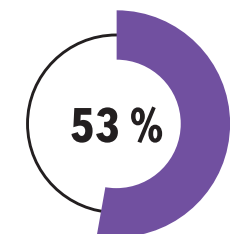


... der Websites haben einen
eigenen Preiskonfigurator.

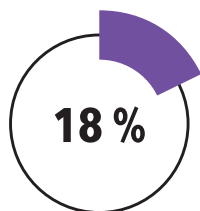


Sonderkategorie Job und Karriere

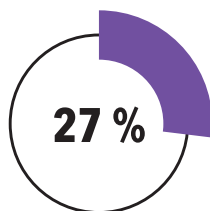
Die schlichte Information über ein Stellenangebot reicht heute bei Weitem nicht mehr aus. Vielmehr sollten Chefs schon in einem Karrierebereich New-Work-Wünsche wie Flexibilität und Wertschätzung bedienen und das Umfeld sowie die künftigen Kollegen vorstellen. Durchschnittlich wurden in der Sonderkategorie 1,51 von vier möglichen Punkten erreicht.



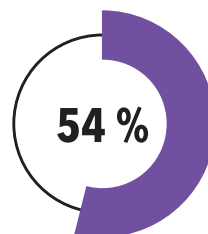
... der Websites haben keinen Bereich für Job und Karriere.



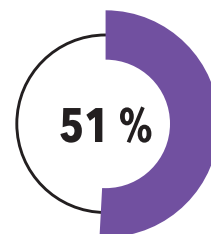
... der Websites nennen Ansprechpartner im Betrieb.



... der Websites zeigen die Teammitglieder.



... der Websites verfügen über eine separate Webseite für jede offene Stelle.



... der Websites bieten die Möglichkeit zur Online-Bewerbung via Formular.



Vertrauen

Positive Online-Bewertungen und Bilder der handelnden Personen schaffen beim Kunden Vertrauen. Durchschnittlich erreichten die Betriebe in dieser Kategorie nur 0,88 von drei möglichen Punkten.

Die Websites geben keinerlei Auskunft über die Meinung von Kunden:



Die Websites haben einen Bereich mit Kundenstimmen in Textform:



Die Websites zeigen Bewertungen, die von Onlineportalen wie Google oder ProvenExpert stammen:



Die Websites sorgen mit Bildern von verantwortlichen Personen für Authentizität:



Gesamtergebnis für alle fünf Gewerke

1.060 von 4.500 Punkten wurden erreicht - weniger als ein Viertel. Die SHK- und Maler-Websites lagen über dem Durchschnittswert.

23,55 %



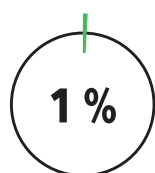
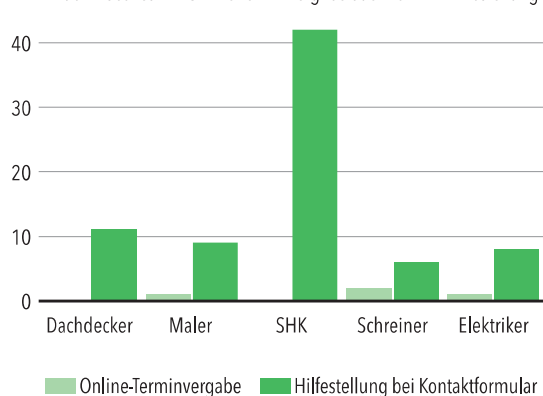
der möglichen Punkte haben die untersuchten Websites im Schnitt beim „Sofa-Test“ erzielt.



Schnelle Kontaktmöglichkeiten

Kontakt-Hilfestellung oder den Beratungstermin auf der Website vereinbaren? Fehlanzeige! Macht im Schnitt nur 0,15 von zwei möglichen Punkten. Immerhin: Die meiste Hilfe gibt es bei SHK-Profis.

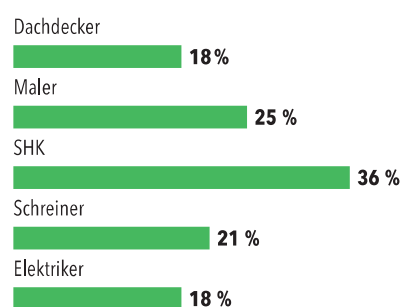
Anzahl der Websites mit Online-Terminvergabe oder Kontakt-Hilfestellung:



... der Websites bieten eine Online-Terminvergabe an.



... der Websites bieten Hilfestellung beim Kontaktformular.



Mit Onlinemarketing zu neuen Aufträgen
Sichtbarkeit und das Befriedigen von Kundenbedürfnissen machen eine gute Website aus. So geht's:
handwerk-magazin.de/onlinemarketing