

PREISE

ILSE MÜLLER
Bundesverdienstkreuz

Ilse Müller-Angstenberger, die Konstanzer Computer-Unternehmerin (Bild), ist von Bundespräsident Horst Köhler mit dem Bundesverdienstkreuz ausgezeichnet worden. Ministerpräsident Günther Oettinger würdigte die außergewöhnlichen Leistungen der Unternehmerin: „Durch ihr Engagement hat Ilse Müller-Angstenberger der Computerbranche entscheidende Impulse gegeben.“ Müller-Angstenberger gründete 1972 mit ihrem Mann Otto die **CTM Computertechnik Müller GmbH**, die das erste Client-Server-System auf den Markt brachte. 1984 zog sich das Ehepaar aus dem Unternehmen zurück und rief die **Hyperstone GmbH** ins Leben, ein Unternehmen, das erfolgreich neuartige Computerschips entwickelte und vermarktete. „Sie verhalf damit bahnbrechenden Erfindungen im Bereich der Computertechnik zum Durchbruch“, betonte Oettinger. (sk)

TU DARMSTADT Solarhaus gewinnt
Der Fachbereich Architektur der **TU Darmstadt** gewann mit der Konstruktion seines energieautarken Solarhauses einen internationalen Wettbewerb des Energieministeriums der USA. Mit dabei war das Verbrauchskontrollsystem Logline-Energie der **BRT Netcom GmbH** aus Blumberg. BRT Netcom, Hersteller von Systemen für die Gebäudeverkabelung und Gebäudeautomatisierung, förderte das Solarhausprojekt mit anderen Sponsoren der deutschen Industrie. (sk)

FOTO WÖHRSTEIN Handelspreis

Eines der ausgezeichneten Unternehmen beim diesjährigen Deutschen Handlungskongress in Berlin ist **Foto Wöhrstein**, Singen. „Foto Wöhrstein hat mit Xobbox ein Handlungskonzept für den Sofortdruck von Digitalbildern entwickelt, das zukunftsweisend ist“, so die Jury zu der Entscheidung, das Unternehmen mit dem Handels-Innovationspreis zu ehren. Wöhrstein habe sich vorbildlich dem strukturellen Wandel vom klassischen Fotogeschäft zum modernen serviceorientierten Einzelhändler gestellt. (sk)

D-WERK Silber für Messestand

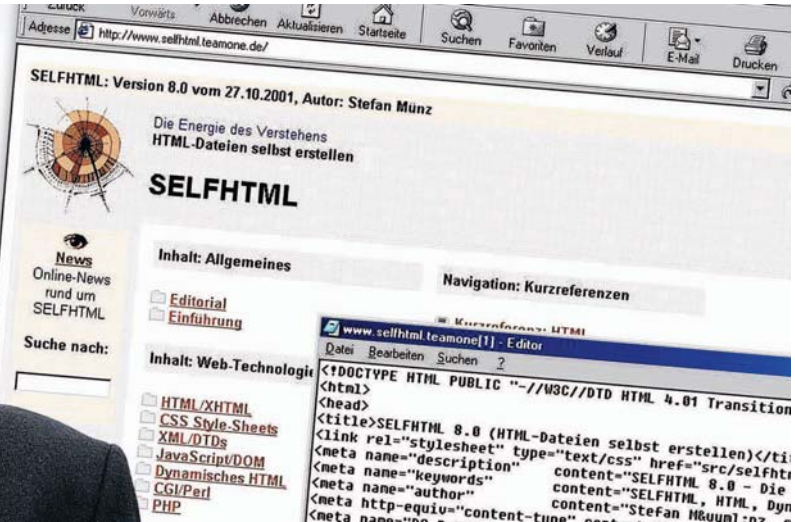
Der Stand der Kreativ-Agentur **D-Werk**, Ravensburg, war schon auf der „Creative Industries“-Messe in Friedrichshafen ein Hingucker. Jetzt prämierte die Fachjury des Famab Verbands Direkte Kommunikation e.V. „Waldeslust“ mit dem Adam-Award in Silber. Großen Anklang fand das stimmige Gesamtkonzept des Messeauftritts. Überzeugt hätten vor allem Idee und Originalität. D-Werk hatte auf der „Creative Industries“-Messe in Friedrichshafen einen kleinen Wald errichtet – stülcht mit bis zu acht Meter hohen Fichten, Jägerstand und Lichtung. (sk)

HOLZBAU HUMMEL Fünf Sterne für Qualität

Die Firma Holzbau Hummel (Heiligenberg-Hattenweiler) ist vom Zimmererverband Baden-Württemberg bei dessen Zertifizierungs-Initiative „Qualität mit Nachweis“ mit der höchsten Auszeichnung, dem Fünf-Sterne-Prädikat, geehrt worden. Mehr als 250 Innungsbetriebe haben sich bislang zertifizieren lassen. Von den elf Bewerbern im Bodenseekreis erhielten drei die höchste Auszeichnung. Mit der Initiative will der Verband gegen die Getzlist-geil-Welle anschwingen. (sk)



Baustelle Homepage: Eine Internet-Präsenz allein nützt noch nicht viel. Für eine gute Homepage, braucht man Spezialwissen. Robert Lahmer (Bild) gibt Tipps. Bilder: Waldendipa



Auf zur virtuellen Schnitzeljagd

Ohne die richtigen Schlüsselwörter bleibt auch die beste Firmen-Homepage unentdeckt

VON JADIS WALDEN

Stockach – Sie denken, sie haben eine Homepage. Auf dieser werden mehr oder weniger umfangreich Ihr Unternehmen, Ihre Produktpalette, Ihre Mitarbeiter und ihre Kontakte vorgestellt. Sie denken, das reicht vollkommen aus. Ihre potentiellen Kunden finden Ihre Homepage mit den richtigen Stichwörtern und wenigen Mausklicks.

Und damit verläuft der Internetauftritt Ihres Unternehmens im Sinne des Erfinders; denken Sie. Das kann gut möglich sein, ist es aber in den allerwenigsten Fällen. Nur wenige Firmenchefs oder deren Marketingabteilungen verstehen selber etwas von der Erstellung und der letztlich effektiven Zusammenstellung einer Homepage. Auch fehlt es an der Übersicht, was tatsächlich durch eine Internetpräsenz erreicht werden kann.

„Die Homepage selber ist nur halb so wertvoll, wenn sie für die Suchmaschinen nicht mit den richtigen Schlüsselwörtern oder AdWords verknüpft ist“, weiß Fachmann **Robert Lahmer** aus erster Hand. Der Webdesigner der Firma **komm-ins-web.de** aus **Stockach** hat sich die Kunst der Suchmaschinenoptimierung zum Schwerpunkt gemacht.

AdWords sind bezahlte vierzeilige Text-Anzeigen, die unter den Suchergebnissen in der rechten Spalte, oder auch farbig unterlegt in den ersten Reihen der Suchtreffer aufgelistet werden. Diese Art der Anzeigenschaltung wird pro Klick bezahlt, wird aber vom suchenden Internetbenutzer weniger wahrgenommen als die allgemeinen Suchergebnisse.

„Aber die Anzahl der Clicks ist nicht gleich die Summe der Trefferquote“, weiß der Experte. Nicht hinter jedem Click findet der Suchende das Gesuchte, trotzdem kostet jeder Click auf eine AdWords-Annonce dem Homepage-Inhaber eine Gebühr.

Falsche AdWords und Keywörter führen die Suchenden größtenteils in die Irre, fehlende AdWords machen aus der Suche nach einem Unternehmen und seinem Produkt oft genug eine Art virtuelle Schnitzeljagd.

„Suchmaschinen wie Google oder Yahoo durchsuchen Texte nach den eingegebenen Keywörtern“, schlüsselt der Webdesigner das allgemeine Verfahren auf. „Wer seine Homepage mit Schlagwörtern voll stopft, die ansonsten nur entfernt oder gar nichts mit den wirklichen Inhalten dieser Homepage zu tun haben, der kann ganz aus dem Index fliegen.“ Und kommt da auch nicht mehr so einfach wieder rein.

Der Rat des Fachmanns: „Sinnvolle Texte sind besser. Die sagen der Suchmaschine, was Thema Ihres Internetauftritts ist.“

Aber was ist wirklich sinnvoll? Bündige Informationen in den AdWords aber auch in den ersten Zeilen der Suchtreffer steigern die Wahrscheinlichkeit, dass die Homepage auch tatsächlich aufgerufen wird, um ein Vielfaches. „Bringen Sie beispielsweise Ihre günstigen Zahlungsmodalitäten, Ihre freien Liefererservice oder exklusive Angebote in den ersten Zeilen unter“, empfiehlt daher Robert Lahmer.

„Bringen Sie exklusive Angebote in den ersten Zeilen unter.“

WEB-FACHMANN ROBERT LAHMER

So ist gleich zu sehen, was sie Ihrer Konkurrenz voraus haben. Hat sich dann der potentielle Kunde für Ihre Homepage entschlossen, geht es daran, ihn schnell zu überzeugen, dass er sich hier in Ruhe umsehen kann, weil es sich lohnt.

Statistiken haben ergeben, das Internetuser pro Homepage rund eine Minute ihrer Zeit und Aufmerksamkeiten widmen. Für lange Textstudien oder das Abklappern aller Links bleibt da wenig Zeit.

In kurzen Flashvideos, die ohne Ladezeit sofort loslaufen, sieht der Webdesigner momentan noch unerkanntes und daher zu wenig ausgeschöpftes Terrain.

Da Robert Lahmer bereits vor drei Jahren angefangen hat, mit diesem Werkzeug auf Homepages von Kunden zu arbeiten, kann er mit Bestimmtheit behaupten: „Eine gute Videokamera tut da qualitativ völlig ausreichenden Dienst und bietet sich daher als bezahlbare Alternative zu kostenaufwendig hergestellten High-Tech-Aufnahmen von einschlägigen Dienstleistern.“

Damit können sich in Videostreams beliebiger Zeitdauer Firmen eindrücklicher vorstellen als in Textformat. Ein Rundgang durch Produktionsstätten, Firmenzimmer oder die Mitarbeiterreihen liefern kompakt Informationen, ohne dass sich der Homepage-Besucher durch verschiedene Unterseiten klicken muss. Vorteil ist hier: Diese Kurzvideos können auch nur mit einem Auge und einem Ohr verfolgt werden. So stehen hier die Chancen, dass Informationen durch diese abgelesen und registriert werden ungleich höher gegenüber Texten, die zumindest quergelesen werden müssen.

Produktvorstellungen eröffnen sich mit dieser Umsetzung ein vor allen Dingen variable und daher einprägsam individuellere Plattform. Noch völlig ungenutzt sieht Robert Lahmer die Option, für Käufer nicht selten aufwendige und sprachlich verschaltete Gebrauchsanweisungen zu ergänzen. „Zeigen Sie Ihren Kunden punktgenau, was er bei der Installation bzw. Montage beachten muss, damit Ihr

Produkt ihm sicher und schnell zur Verfügung steht.“ Der Fachmann ist sich sicher: „Sehen Kunden bereits vor dem Kauf, welcher Zeitaufwand und technisches Geschick ihr Produkt ihm tatsächlich abverlangt, erleichtert ihm das seine Kaufentscheidung.“

Sein Expertenrat zur Darstellung jeglichen Inhalts: „Bleiben Sie dabei authentisch! Die Spielweise Internet erlaubt alles.“ Letztendlich zählt das, was Zuschauer von ihnen seriös eingeschätzte Fernsehmagazine glauben macht: Das Gefühl und auch die Überzeugung, mit echten Fakten informiert zu werden. „Deshalb brauchen diese Videostreams nicht perfekt zu sein. Nicht jeder Fehler spricht einem Konzept seine Professionalität ab.“

Um die Firmenrepräsentationen respektive Montagelanleitungen via Kurzfilm ansehen zu können, braucht es mindestens die halbe DSL-Geschwindigkeit. Wenn die dem Homepagebesucher nicht zu Verfügung steht, bleibt ihm nur die Textvariante als Informant.

Im umgekehrten Fall kann jeder Internetuser mit der richtigen Übertragungsgeschwindigkeit solche Videostreams ohne dafür nötige Installation von Software abspielen: Fast alle gängigen Browser haben in ihrem Repertoire einen Flashplayer inklusive.

Demos zum Text gibt's bei: www.komm-ins-web.de/profit.html

Cowa greift in Waldshut zu

Gottmadinger übernehmen 350 Mitarbeiter der insolventen Top-Dienstleistungen

VON HEINZ J. HUBER

Waldshut-Tiengen – Die Gottmadinger **Cowa-Gebäudeservice GmbH** übernimmt ab sofort das operative Geschäft der zahlungsunfähigen **Top-Dienstleistungen GmbH** in Waldshut. Von den vormals rund 1100 Top-Mitarbeitern werden 350 übernommen. Die Staatsanwaltschaft prüft unterdessen Vorwürfe gegen die Verantwortlichen der bisherigen Top-Dienstleistungen GmbH. Die Verträge für die Übernahme des operativen Top-Geschäfts durch Cowa sind unterschrieben, bestätigte Insolvenzverwalter **Friedrich Bücheler**. Die Gehälter für die Mitarbeiter der seit September insolventen Firma seien bezahlt, das Novembergehalt folge im Dezember. Über die Höhe der Verbindlichkeiten, die Top-Dienstleistungen hinterlässt, wollte sich der Insolvenzverwalter mit Hinweis auf die Vertraulichkeit der jüngsten Gläubigerversammlung nicht äußern. Er bestätigte aber eine Summe in Millionenhöhe. Nach Informationen der Redaktion sind Forderungen über vier Millionen Euro offen. Seit Eröffnung des Insolvenzverfahrens sind zahlungsunfähigen Firma mehrere auch große Kunden abhand gekommen.



T. Conrady

Bücheler sprach Ende September noch von 1097 Arbeitsplätzen, die meisten allerdings sogenannte 400-Euro-Jobs. Cowa übernimmt nun laut Geschäftsführer **Thomas Conrady** noch 350 ehemalige Top-Mitarbeiter. Das Umsatzvolumen sei auf etwa ein Drittel geschrumpft, so der neue Chef, rund 2,5 Millionen Euro im Jahr. Das Personal für Aufträge, die wegen auslaufender oder gekündigter Verträge in den letzten Wochen entfielen, wurde nicht übernommen. Die verbliebenen 150 Kunden verteilen sich auf ein Gebiet von Lörrach bis Donaueschingen. Große Aufträge im Allgäu und Raum Stuttgart sind fort. Vor Ort in Waldshut soll das Notwendige an Verwaltung bleiben.

Die Cowa-Unternehmensgruppe hat nach eigenen Angaben 2000 Mitarbeiter und macht einen Jahresumsatz von 36 Millionen Euro. Neben Gebäudereinigung bietet sie auch Serviceleistungen in den Bereichen Catering und Zeitarbeit an. Außer der Zentrale in Gottmadingen hat Cowa zwölf Service-Center in Süddeutschland und der Schweiz. Der Stützpunkt

Waldshut schließt eine Lücke, im Kreis Lörrach ist Cowa bereits tätig. Leiter der neuen Cowa-Niederlassung in Waldshut ist **Adolf Fetz**. Die bisherigen zwei Top-Geschäftsführer wechseln aber nicht zu Cowa. Der Betrieb bleibe in den Räumen in der Fullerstraße, informierte Conrady.

Von den vormals rund 1100 Top-Dienstleistungen-Mitarbeitern werden 350 übernommen.

Ein Teil der Top-Dienstleistungen-Mannschaft putzt jetzt für die Gottmadinger Cowa-Gebäudeservice GmbH.

Top-Dienstleistungen

Die Top-Dienstleistungen GmbH in Waldshut ging am 1. November ins Insolvenzverfahren, damals mit über 1000 Beschäftigten, die meisten in sogenannten 400-Euro-Jobs. Die Gläubigerversammlung entschied sich Ende November für die Betriebsveräußerung an die Gottmadinger Cowa-Service Gebäudeservice GmbH.

ZF Friedrichshafen startet gewaltige Investitions-Offensive

Friedrichshafen (sk) Die ZF Friedrichshafen AG steht vor den größten Investitionen der Unternehmensgeschichte. Der Autozulieferer wird im nächsten Jahr 900 Millionen Euro im In- und Ausland investieren, 50 Prozent mehr als 2007. Ein großer Teil davon fließt in den Ausbau der deutschen Standorte. Allein am Standort Friedrichshafen werden, so ZF-Chef **Hans-Georg Härter**, über 200 Millionen Euro in den Ausbau des Forschungs- und Entwicklungszentrums, neue Büros und die Ausweitung der Produktion investiert. Damit wird Friedrichshafen der größte einzelne Nutznießer der Offensive sein. So wird das Unternehmen in Friedrichshafen 160 neue Werkzeugmaschinen schaffen, um die Kapazitäten für die Produktion schwerer Nutzfahrzeug-Getriebe an die stark wachsende Nachfrage anzupassen. Das Unternehmen verfolgt mit dem Investitionsprogramm drei Ziele: Zum einen sollen die Voraussetzungen für neue Produkte geschaffen werden, zum anderen erweitert das Unternehmen seine Kapazitäten, um dem Wachstum der Märkte zu folgen und drittens expandiert ZF in zahlreichen Auslandsmärkten. Im laufenden Jahr hat der Konzern über 3000 Mitarbeiter eingestellt, davon 1200 in Deutschland. Für 2008 soll noch mal so viel Personal eingestellt werden.