

Nur „drin“ zu sein ist zu wenig

Große qualitative Unterschiede überraschten die Jury-Mitglieder im Rahmen des zweiten „Consultant“-Homepage-Wettbewerbs. Während die Internet-Auftritte der Kanzleien Schorndanner und Kalhammer Penke Heinze dank ihres professionellen Auftritts auf Platz eins landeten, enttäuschten andere. RÜDIGER FRISCH

Große Augen, fasziniert auf den Bildschirm gerichtet. „Ich bin drin!“, hat Boris Becker vor einiger Zeit den Fernsehzuschauern erklärt, als er Werbung für einen amerikanischen Internetdienst

INTERNET-TIPP

➔ www.consultant-magazin.de
Hier finden Sie die komplette Liste mit allen Teilnehmern.

mache. Doch während viele Privatleute das Internet olympisch gelassen nehmen – dabei sein ist alles – haben viele der 43 Teilnehmer des zweiten Consultant-Homepage-Wettbewerbs nach der Devise gehandelt: „Klotzen statt kleckern.“ So auch die Kanzlei Kalhammer Penke Heinze aus Sonthofen im Oberallgäu, die sich Anfang November beworben hatte – kurz nachdem

der neue Auftritt im Netz war. Groß war die Überraschung Mitte Januar, als Nicolas Hoffmann, in der Kanzlei für die EDV und den Online-Auftritt zuständig, den Anruf aus Würzburg entgegennahm: „Ist das wirklich wahr?“ Es stimmte: Die Entscheidung der sechsköpfigen Jury war zu Gunsten der Sonthofener gefallen. Sie bot unter den Bewerbern den besten Auftritt in der Kategorie „Informations- und Mehrwertangebot“.

Überrascht war auch Barbara Derbinger, in der Nürnberger Kanzlei Schorndanner für den EDV-Auftritt zuständig, als sie die Mitteilung aus der Redaktion erhielt. In der Kategorie „Unternehmensdarstellung“ hatte sich der Internet-Auftritt ihrer

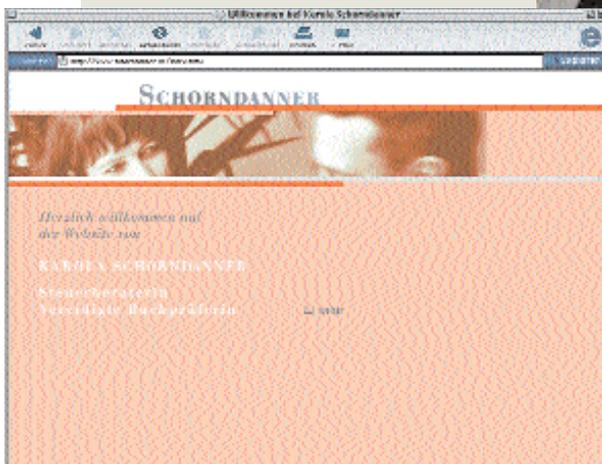
Kanzlei gegen die Mitbewerber durchsetzen und ganz vorne platzieren können.

Zentraler Aspekt Sicherheit

Haben neue Besucher der Kanzlei Schorndanner das Bild von Adina bereits im Internet gesehen, wissen sie, was möglicherweise auf sie zukommt, wenn sie den Fuß in die Büroräume setzen. Schließlich ist es nicht ungewöhnlich, dass Adina, ein Rhodesian Ridgeback (afrikanischer Löwenhund), etwas größer als ein Schäferhund und für die Sicherheit „zuständig“, den Besucher persönlich begrüßt. Apropos Sicherheit: Sie steht in der Kanzlei mit den sechs Mitarbeitern an erster Stelle, insbesondere beim Thema Internet. Nach Aus-

Die besten fünf Homepages der Kategorie Unternehmensdarstellung

1. www.schorndanner.de
2. www.ebh-anwaelte.de
3. www.spahn.org
4. www.wms-treuhand.de
5. www.irmgard-lohmann.de



Fotos: Rüdiger Frisch

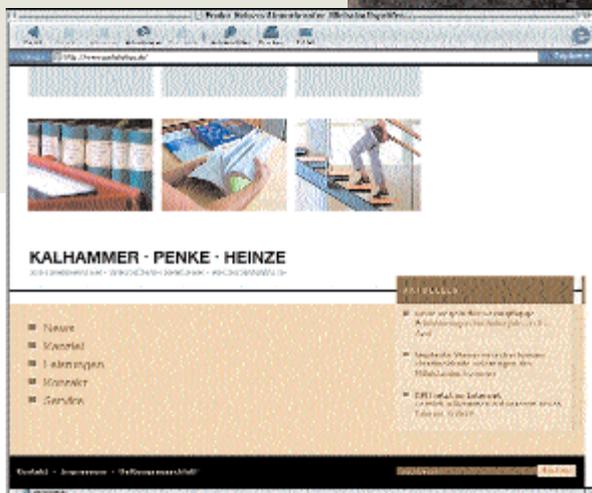
StB Karola Schorndanner (links) und die EDV-Beauftragte Barbara Drebinger nahmen den ersten Preis in der Kategorie „Unternehmensdarstellung“ freudig entgegen. Der Internet-Auftritt der Nürnberger Kanzlei ist seit Sommer 2002 online.

Die besten fünf
Homepages der Kategorie
Informations- und
Mehrwertangebot

1. www.penkeheinze.de
2. www.stb-baeuerle.de
3. www.alcontas.de
4. www.steuerportal.com
5. www.nie-mehr-steuern.de



In Sonthofen war die Freude bei Nicolas Hoffmann, Andreas Feustel, StB/WP/RA Norbert Penke und StB/RA Tim-Felix Heinze (v.l.n.r.) groß über den ersten Preis in der Kategorie „Informations- und Mehrwertangebot“.



kunft von Barbara Drebinger mussten die Voraussetzungen stimmen: „Als die Datev einen sicheren Zugang zum Internet angeboten hat, haben wir Mitte 2001 alle PCs mit einem Internetanschluss ausgestattet.“ Seitdem verfügen alle Angestellten auch über eine E-Mail-Adresse. Doch es sollte mehr als die bloße E-Mail sein.

Zwar habe die Kanzlei auch ein Angebot der Datev bekommen, die Homepage zu erstellen, doch schließlich fiel der Entschluss, den Auftritt selbst zu gestalten. „Rechtzeitig haben wir uns bereits die Internetadresse gesichert“, so Kanzleichefin StB Karola Schorndanner. Ein Jahr hat sie zusammen mit Drebinger am Auftritt im Netz gefeilt. Anregungen erhielten sie dabei beim Studium der Internet-Auftritte der Kollegen, die sie dann mit eigenen Ideen kombinierten. Die Ergebnisse setzte ein Grafiker, zugleich Mandant der Kanzlei, um. „Bei dem Auftritt sollte Wärme rüberkommen“, so die Kanzleichefin. Als zu kalt empfand sie hingegen die Seiten einiger Kollegen.

Kalt wird dem Besucher der Schorndanner-Seiten auf keinen Fall, denn hier dominieren orangefarbene Töne. Die Fotos auf der Startseite, die die Kanzleihinhaberin sowie ihre Mitarbeiterinnen zeigt, sind

sie entsprechend. „Zudem“, so Barbara Drebinger, „werden die Inhalte des Online-Auftritts regelmäßig aktualisiert.“ Nichts sei schlimmer, ergänzt die Kanzleihinhaberin, als veraltete Inhalte.

Erste Kontakte übers Netz

Inzwischen dient der Auftritt im Internet als erste Möglichkeit, mit der Kanzlei Kontakt zu knüpfen, was sich bereits bewährt hat. Seit dem Start im Sommer vergangenen Jahres hätten zehn Internet-Besucher Interesse bekundet, davon könnten etwa – so die Einschätzung – zwei bis drei neue Mandanten am Ende „übrig“ bleiben. Alt-Mandanten wird die Internet-Adresse ebenfalls ans Herz gelegt. „Wir weisen die Mandanten auf unseren Auftritt im Netz hin“, so Barbara Drebinger. Dort können sie sich Infos herunterladen oder Informationen zu Steuern und Wirtschaft sowie die Rundschreiben der Kanzlei lesen.

Als Karola Schorndanner in der August-Ausgabe von „Consultant“ vom Homepage-Wettbewerb 2003 gelesen hatte, beschloss sie, den Kanzlei-Auftritt ins Rennen zu schicken. Wie sich gezeigt hat, mit Erfolg.

Apropos: Erfolgreich war auch die Bewerbung der Kanzlei Kalhammer Penke Hein-

ze. Ähnlich wie in der Kanzlei Schorndanner waren die Sonthofener bis 2002 relativ zurückhaltend in Sachen Internet. „Voraussetzung“, so der EDV-Beauftragte Nicolas Hoffmann, „war grünes Licht aus Nürnberg.“ Erst die Datev, so Hoffmann, garantierte für höchstmögliche Sicherheit im Internet. Jeder Mitarbeiter kann nun über den PC ins Netz gehen, wobei der Weg dorthin ausschließlich über das Nürnberger Rechenzentrum führt. Gleiches gilt für den Internetauftritt. Diesen nahm Hoffmann ins Visier, als die Vernetzung der 21 Arbeitsplätze abgeschlossen war. Einerseits studierte er hierzu Fachliteratur und -zeitschriften, andererseits sah er sich die Seiten der Mitbewerber im Netz an. Schließlich beauftragte er Andreas Feustel von der Agentur „dreamway“ aus Immenstadt mit der Umsetzung der Ideen. Ziel Hoffmanns war es, so

HOME PAGE 2003

Jetzt wieder bewerben

Kaum ist der Homepage-Wettbewerb 2002 zu Ende und die Sieger gekürt, schon heißt es wieder „Neues Spiel, neues Glück“. Ab sofort können Sie unter www.consultant-magazin.de den Online-Auftritt Ihrer Kanzlei ins Rennen schicken. Der Bewerbungsschluss ist diesmal der 31. August, die Jury wird voraussichtlich am 2. Oktober zusammenkommen und die beiden Sieger küren.



Die Jury des 2. Homepage-Wettbewerbs (v.l.n.r.)

Carolyn Schwank, Projektleiterin der Abteilung New Media beim Max Schimmel Verlag, wo sie u. a. für das Konzipieren von Homepages zuständig ist. Sie beschäftigt sich v. a. mit Design.

StB Wilfried Rutschmann aus Worms. Er gehört zu den Datev-Pionieren und gilt als EDV-affiner Berater. Rutschmann ist Lehrbeauftragter an der FH Worms und beim StB-Verband Rheinland-Pfalz engagiert.
www.rutschmann-stb.de

Rüdiger Frisch, Redakteur bei „Consultant“. Er ist zuständig für die Rubrik Kanzleimanagement und die Homepages www.consultant-magazin.de und www.forum-kanzleisoftware.de.

StB Stefan Groß, Mitglied des IT-Teams bei Peters, Schönberger & Partner in München. Zu sei-

nen Arbeitsschwerpunkten gehören Steuern und E-Commerce, Wissensmanagement und Research-Strategien. Groß' Schwerpunkt ist die Anwendung des Internets in Steuerkanzleien. Er schreibt auch Beiträge für „Consultant“.
www.pspmuc.de

Udo Reuß,
Chefredakteur von „Consultant“

Manuela Maurer (nicht im Bild) ist Inhaberin der STB Web in Marburg, einer Werbeagentur für Steuerberater. Tätigkeitsschwerpunkte sind die Entwicklung von Online-Marketing-Konzepten für Kanzleien, Webdesign für Kanzlei-Homepages und Suchmaschinen-Marketing. Sie ist Mitherausgeberin und Chefredakteurin des Steuer-Newsletters und war öfter Autorin für „Consultant“.
www.stb-web.de; www.steuernewsletter.de

rechtzeitig fertig zu werden, dass der Auftritt im Netz am „Consultant“-Homepage-Wettbewerb teilnehmen konnte.

Wie geplant sind die Sonthofener seit 1. November 2002 im Netz. Nach Ansicht von StB/WP/RA Norbert Penke, einem der beiden Partner der Kanzlei, soll der Auftritt im Internet die Funktion eines Aushängeschildes übernehmen. Dieses Ziel haben die Sonthofener erreicht: Hellbraune Farbtöne dominieren den Internet-Auftritt, kombiniert mit kurzen Texten und hochwertigen Fotos. Das ist auch den Surfern aufgefallen, denn seit der Präsenz im Netz erhält die Kanzlei vermehrt Anfragen per E-Mail.

Beeindruckend für neue Besucher, die nur den Online-Auftritt von Kalhammer Penke Heinze kennen und die Kanzlei das erste Mal betreten, ist die Übereinstimmung der Online-Bilder mit der Realität. Unbewusst entsteht der Eindruck, bereits einmal da gewesen zu sein. Für Hoffmann war die Wiedererkennung ein zentraler Aspekt bei der Gestaltung des Internet-Auftritts.

Jury von Siegern überzeugt

Beide Siegerhomepages hinterließen bei der Jury die besten Eindrücke. Ob Design, Strukturierung der Seiten, Qualität des Inhalts oder die sinnvolle Navigation, die den Nutzer durch das Angebot führt. Hier ha-

ben die Verantwortlichen ganze Arbeit geleistet. Offensichtlich beherzigten sie das Motto „Weniger ist mehr“ bei der Gestaltung der Homepages. Beide Internet-Angebote wirken aufgeräumt, die Infos sind überschaubar.

Juror StB Stefan Groß aus der Münchner Kanzlei Schönberger und Partner beklagte, dass auf vielen Startseiten kein Hinweis gemäß dem Teledienstgesetz zu finden sei, obwohl die Betreiber der Website dazu gesetzlich verpflichtet seien. Dringend hat er deshalb den Betreibern empfohlen, dieser Pflicht nachzukommen. „Zumindest sollte ein Link auf der Startseite vorhanden sein“, so Groß.

43 Websites – was sich dem Leser zunächst als relativ überschaubare Zahl präsentiert, entpuppte sich als ein Vorhaben, das den Jurymitgliedern mehrere Stunden vor dem Rechner abverlangte. Nachdem innerhalb der Redaktion zunächst eine Aufteilung in die beiden Kategorien „Unternehmensdarstellung“ sowie „Informations- und Mehrwertangebote“ erfolgte, wartete auf die sechsköpfige Jury eine Menge Arbeit. Anhand eines Kriterienkataloges, der bei der „Unternehmensdarstellung“ Aspekte wie Design, sinnvolle Navigation, die Strukturierung der Seiten und deren Sinneinheiten, die Qualität des Inhalts und die Kontaktmöglichkeiten umfasste, bewerteten die Juroren in der Kategorie „Informations- und Mehrwertangebot“ zusätzlich Art und Qualität der Formulare, auf die Mandanten zugreifen können. Auf einigen Seiten ein schwieriges Unterfangen, denn einige der Bewerber hatten ihre Zusatzinfos für die Mandanten so versteckt, dass sie sich nur über eine interne Suchmaschine finden ließen.

Eines zeigt der Vergleich der Internet-Präsenzen: Homepage ist nicht gleich Homepage. Einige Seiten sind professionell gestaltet, andere mehr oder weniger verbesserungswürdig. Während einige Seiten die Interessenten durch die Fülle der Informationen verwirren, glänzen andere durch Konzentration auf das Wesentliche. Denn eines darf nicht vergessen werden: Interessenten, ob Boris Becker oder Normal-Surfer, reagieren meist schnell mit der Maus und sind in wenigen Augenblicken auf der Seite des Mitbewerbers oder „nicht mehr drin“.

ruediger.frisch@consultant-magazin.de