

Klick Website Award 2011

1. Platz: Weingut Hensel (Thomas Hensel, Bad Dürkheim)

Agentur: weisswieschwarz, Bad Dürkheim

<http://www.henselwein.de>

Bei einem Gläschen Wein hat schon so mancher ungeahnte Höhenflüge erlebt oder sich vielleicht auch am nächsten Morgen wie Ikarus gefühlt... Aufwind, Höhenflug und Ikarus – solche Namensschöpfungen für Weine entstehen, wenn sich über 300 Jahre Familientradition von der direkten Flugplatzlage inspirieren lassen. Dass das Weingut Hensel es schafft, Tradition mit kreativen Ideen zu verbinden, zeigt sich in der Namensschöpfung ihrer Weinlinien aber auch im Logo und in der Gestaltung der Website. Ein Weingut am Flughafen – dieses Alleinstellungsmerkmal zieht sich durch die gesamte Seite: Über Start- und Landebahn schweben die Navigationselemente, die Weine werden scheinbar nur fliegend transportiert und auch der englische Weinkritiker Stuart Pigott erklärt im Startvideo der Website, dass er die Weine mit den „Namen, die sich auf das Fliegen beziehen“ des jungen, coolen und kreativen Thomas Hensel unbedingt probieren muss.

Die Seite ist insgesamt selbsterklärend aufgebaut, liefert alle wichtigen Informationen zum Weingut, zu dessen Philosophie, zum Weinteam, zu Händlern und Weinen. Dabei werden nicht nur schöne und authentische Bilder verwendet, sondern auch eine unaufdringliche und fast poetische Sprache.

2. Platz: Fritz Massong GmbH

Agentur: dotculture - büro für digitale medien, Bretten / Karlsruhe

<http://www.massong.com>

Der 2. Preis des KLICK-Landespreises wird heute für eine Website vergeben, die primär dem B2B-Bereich zuzuordnen ist. Die Seite der Fitz Massong GmbH präsentiert ein sehr umfangreiches Angebot rund um das Thema Brandschutz. Sortiert nach den einzelnen Zielgruppen Feuerwehr, Militär, Industrie und Mittelstand, Privathaushalte und Handwerk sowie Verwaltung werden Produkte und Dienstleistungen dargestellt, die zum Teil mit weiterführenden Links und Checklisten ausgestattet sind und generelle Anregungen zu Feuerwehrplänen, Flucht- und Rettungsplänen oder auch Feuerwehr-Laufkarten darbieten. Wer sich mit Brandschutz befassen muss, ist auf der Seite massong.com gut aufgehoben und findet alle für ihn wichtigen Ansprechpartner (mit Bild), Seminare und Schulungen, TÜV-Terminen für Druckgasflaschen und vieles mehr. Der Philosophie des Unternehmens, nicht nur Produkte aus dem Bereich Brandschutz und Sicherheit zu bieten, sondern auch alle notwendigen

Informationen rund um das Thema zu liefern, wird auf der Website außerordentlich gut und kundenorientiert Rechnung getragen. Auch f3gt sich die Warnfarbe rot sehr harmonisch in das Gesamtbild ein.

3. Platz: Dietmar Flo3dorf GmbH

<http://www.flossdorf.com>

Agentur: VH-CROSSMEDIA | Volker Heupel, Z3lpich

„Gut geplant ist halb gewonnen“ hei3t es auf der Website der Dietmar Flo3dorf GmbH. Und was plant ein Besucher, auf der Seite des Unternehmens Flo3dorf? Vereinfacht ausgedr3ckt: Er plant irgendetwas, das enorm schwer ist, irgendwie von A nach B zu transportieren oder anzuheben.

Die Flo3dorf GmbH steht f3r Kranarbeiten, Schwertransporte, Bergungen und Maschinen- und Betriebsumz3ge. Damit bietet das Unternehmen Dienstleistungen an, deren Darstellung im Internet eine Herausforderung in sich birgt, und es hat sie sehr gut gemeistert: Dem Nutzer werden Informationen zu den Unternehmensdienstleistungen ansprechend pr3sentiert. Er erh3lt Informationen zu den einzelnen Fahrzeugen und Krans, deren maximaler Traglast, Hubh3he, Ausladung und Achsen. Und wer nicht selbst einsch3tzen kann, was f3r ein Fahrzeug wohl das geeignete f3r den gew3nschten Einsatz sein mag, kann eine Kontaktanfrage aufgeben und in einem Onlineformular alle Merkmale (Last, Hindernisse, Entfernungen) eingeben, die dann individuell verarbeitet werden. Insgesamt informiert die Seite flossdorf.com umfassend und mit viel Bildmaterial 3ber die kompletten Dienstleistungen des Unternehmens, wobei die Navigation immer einfach und 3bersichtlich bleibt.

Durch die vielen Informationen und das Onlineformular f3r konkrete Hebe- und Bef3rdigungsauftr3ge zeigt sich am Beispiel der Seite von Flo3dorf ganz deutlich der Mehrwert der Webseite gegen3ber einer Unternehmensbrosch3re oder sonstigem Printmaterial.