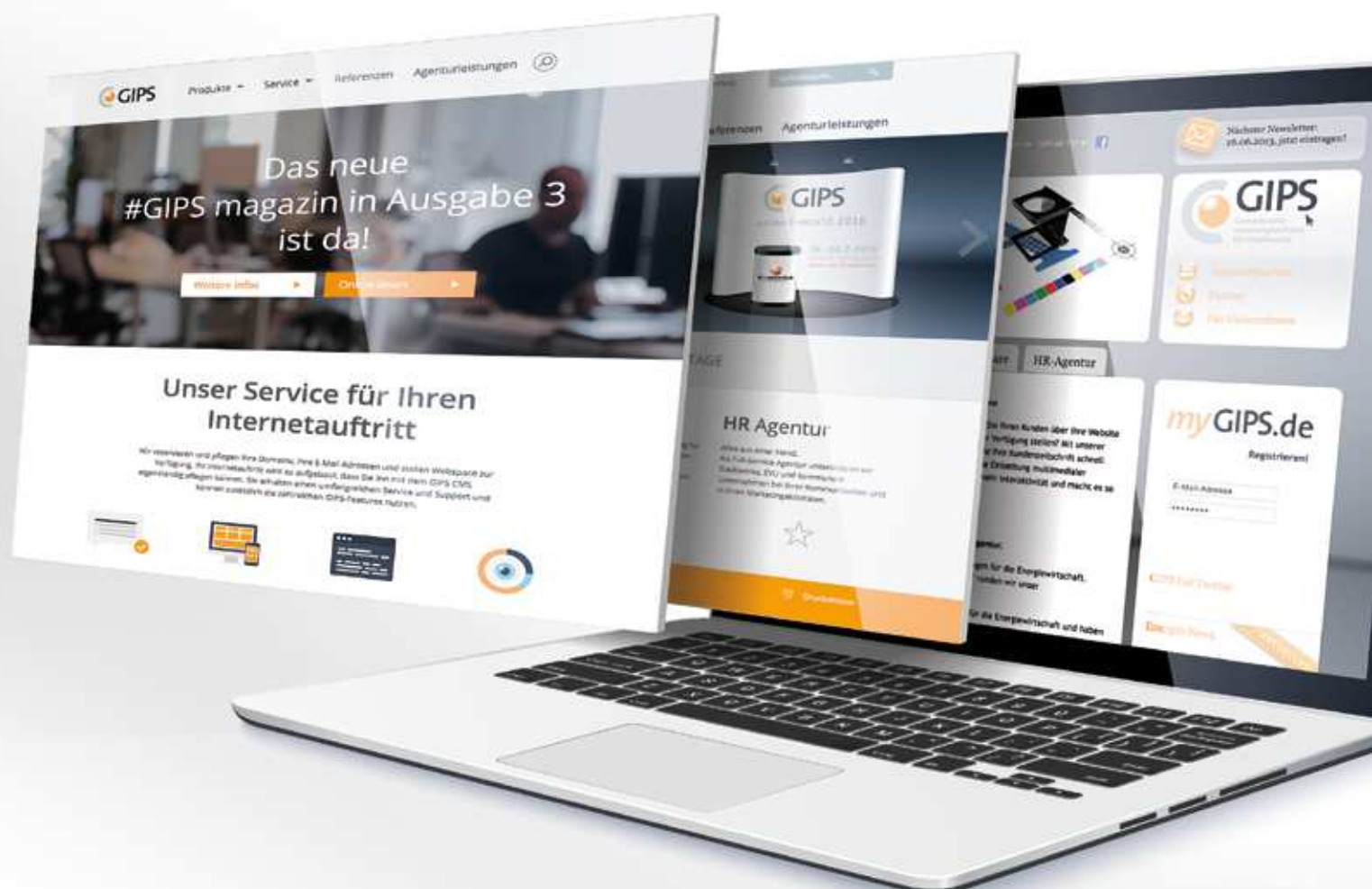


# #GIPSmagazin



## KLASSISCHER & EVOLUTIONÄRER RELAUNCH

Wie Sie die Erneuerung Ihrer Website planen

### NEU IM GIPS CMS

Volltextsuche  
und  
Standortkarte

### GIPS ABLESETOOL

Selbstablesung  
leicht  
gemacht

### GIPS STATISTIK

Die  
wichtigsten  
Neuerungen

### GASTBEITRÄGE

Vorteile in der  
Kundenbindung

Der ASEW-  
Rechnungserklärer

# EDITORIAL INHALT

Liebe Leser,

dies ist bereits die dritte Ausgabe unseres GIPS Magazins. Dank der großen Resonanz haben wir die Auflage erhöht und gehen weiterhin mit Elan ans Werk.

Das Thema Digitalisierung ist in aller Munde und wird auch für Stadtwerke und Energieversorger zukünftig eine entscheidende Rolle spielen. Auch wenn die Möglichkeiten und Kommunikationskanäle in den letzten Jahren zugenommen haben, kommt dem Internetauftritt als zentralem Kommunikationskanal eine besondere Bedeutung zu. So steht dieses Magazin im Zeichen des „Website-Relaunchs“, der Überarbeitung oder Erneuerung des Internetauftritts. Oft ist eine Hau-Ruck-Aktion von Nöten, um Muffiges zu entstauben, wie der klassische Relaunch zeigt. Doch wenn dies geschafft ist, kann man anhand eines kontinuierlichen Relaunchs problemlos mit den kommenden Veränderungen Schritt halten.

Neues zur GIPS Statistik und zum GIPS CMS präsentieren wir Ihnen ebenfalls auf den folgenden Seiten sowie den ASEW-Rechnungserklärer, der die Kundenrechnung veranschaulicht. Erfahren Sie außerdem mehr zur Kundenbindung durch E-Mail-Marketing und zu einer vereinfachten Zählerstandsmitteilung mit dem GIPS Ablesetool.

Viel Spaß mit unseren Tipps zur Erneuerungskur! Wir sind auf Ihre Erfahrungen gespannt und freuen uns wie immer auf Ihr Feedback.

Wolfgang Hohner und Guido Reus

[www.gipsprojekt.de/magazin](http://www.gipsprojekt.de/magazin)

■ Editorial	.....	2
■ Unternehmerische Verantwortung	.....	3
■ Infotage	.....	3
■ Schulungstermine für das GIPS CMS	.....	3
■ Das neue GIPS Ablesetool	.....	4
■ So nutzen Sie Ihre Vorteile in der Kundenbindung	....	4
■ Neu im GIPS CMS	.....	5
■ Der „klassische“ Website-Relaunch	.....	6
■ Der „evolutionäre“ Website-Relaunch	.....	8
■ Neu in der GIPS Statistik	.....	10
■ Der ASEW-Rechnungserklärer	.....	11
■ Gute Texte fürs Netz schreiben	.....	11
■ HR Systems auf der E-world	.....	12
■ Impressum	.....	12

HR Systems erstellt und betreibt unter der Marke GIPS Websites, Portale, mobile Apps sowie Intranets für Stadtwerke und EVU. Als Full-Service-Agentur unterstützt HR Systems Energieversorger bei ihrer Kommunikation



s y s t e m s

und in ihren Marketingaktivitäten. Die Konzentration auf die Energiewirtschaft und die Erfahrung mit über 500 Online- als auch Offline-Projekten machen HR Systems zum Experten dieser Branche.

## Melden Sie sich für unseren Newsletter an!

Sie erhalten monatlich die neuesten Informationen rund um die Energiewirtschaft sowie die aktuellsten Online-Trends für Ihren Internetauftritt. Wir halten Sie gerne auf dem Laufenden.

[www.gipsprojekt.de/newsletter](http://www.gipsprojekt.de/newsletter)



# UNTERNEHMERISCHE VERANTWORTUNG

## UN Global Compact

Die Geschäftsführung der Hehner Reus Systems GmbH bekennt sich zu einer nachhaltigen Unternehmensführung und hat sich daher zur Einhaltung der Grundsätze des United Nations Global Compact verpflichtet. UN Global Compact ist eine Initiative der UN zur Förderung grundlegender Prinzipien durch Unternehmen hinsichtlich Menschenrechten, Arbeitsbedingungen, Umweltschutz und Korruptionsbekämpfung.

Die Hehner Reus Systems GmbH ist seit 2015 Teilnehmer des UN Global Compact.

[www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org)



## Allianz für Cyber-Sicherheit

Die Allianz für Cyber-Sicherheit ist eine Initiative des Bundesamtes für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), die in Zusammenarbeit mit dem Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. (BITKOM) gegründet wurde.

HR Systems ist seit 2015 Teilnehmer und seit 2016 Multiplikator der Allianz für Cyber-Sicherheit.

Die Allianz hat das Ziel, die Cyber-Sicherheit in Deutschland zu erhöhen und die Widerstandsfähigkeit des Standortes Deutschland gegenüber Cyber-Angriffen zu stärken. Sie baut hierfür eine umfangreiche Wissensbasis auf und unterstützt den Informations- und Erfahrungsaustausch. So ist HR Systems immer auf dem neuesten Stand und kann die höchsten und aktuellen Sicherheitsstandards bieten.

[www.allianz-fuer-cybersicherheit.de](http://www.allianz-fuer-cybersicherheit.de)



## SAVE THE DATES!

### INFOTAGE

Ab April 2016 finden Infotage zu spannenden Themen jeweils von 10:00 Uhr bis 15:00 Uhr statt. Die Teilnahmegebühr beträgt Euro 199,- (netto).

#### **Datenschutz im Energievertrieb**

Freitag, 08. April 2016

#### **GIPS CMS Spezial: GIPS Statistik, Volltextsuche, Medienverwaltung und vieles mehr**

Freitag, 13. Mai 2016

#### **Suchmaschinenoptimierung (SEO) und Suchmaschinenmarketing (SEM)**

Freitag, 10. Juni 2016

#### **Kundengewinnung und Kundenbindung in Zeiten der Digitalisierung**

Freitag, 01. Juli 2016

### SCHULUNGSTERMINE FÜR DAS GIPS CMS

**Donnerstag, 03. März 2016**

**Donnerstag, 02. Juni 2016**

Wir freuen uns, Ihnen eine Einführung sowie Tipps und Tricks zum CMS zu geben.

Die Infotage und die Schulungen zum GIPS Content-Management-System finden in unseren Räumlichkeiten in Köln statt. Für weitere Informationen und die Anmeldung steht Ihnen Frau March zur Verfügung: 0221 952764-165, [march@hr-sys.de](mailto:march@hr-sys.de)



Wenn Sie sich an unserem E-world-Stand verbindlich zu einem der Infotage anmelden, entfällt die Teilnahmegebühr!

[www.gipsprojekt.de/infotage](http://www.gipsprojekt.de/infotage)

# SELBSTABLESUNG LEICHT GEMACHT DAS NEUE GIPS ABLESETOOL

Bieten Sie Ihren Kunden eine schnelle und einfache Eingabe ihrer Zählerstände an.



Das GIPS Ablesetool ist eine Online-Selbstablesungsfunktion, die man in Ihren Internetauftritt einbinden kann. Das Layout wird dabei an das Corporate Design Ihrer Website angepasst.

plausibilisiert sowie übermittelt. Abschließend wird der Kunde gefragt, ob er eine Bestätigungsmail erhalten und sich im nächsten Jahr an die Ablesung erinnern lassen möchte.



Für die Nutzung des Ablesetools genügt eine einfache Anmeldung vor der Eingabe der aktuellen Zählerstände. Alle vorhandenen Zähler werden mit dem letzten Zählerstand angezeigt und der neue Zählerstand wird nach der Eingabe

Mit dem GIPS Ablesetool erhöhen Sie die Effizienz und die Verlässlichkeit bei der Zählerstandsmitteilung. Gleichzeitig fördern Sie die Kundenbindung.



[www.gipsprojekt.de/ablesetool](http://www.gipsprojekt.de/ablesetool)

## SO NUTZEN SIE IHRE VORTEILE IN DER KUNDENBINDUNG

Vergleichsportale haben Märkte transparent gemacht. Wie funktioniert Kundenbindung also bei weitgehend vergleichbaren Leistungen? Wie können Sie Ihre Kunden davon abhalten, zu einem Billig-Versorger zu wechseln?

Stadtwerke haben dafür gute Voraussetzungen – hier sind drei Ideen für Ihre Kundenbindung.

**Erstens:** Das Wir-Gefühl betonen. Denn Verbraucher haben grundsätzlich eine positive Einstellung zu der Region, in der sie leben – und in der ihre Stadtwerke angesiedelt sind.  
**Zweitens:** Das gute Image hervorheben. Verbraucher verknüpfen nämlich immer häufiger ihre Kauf-Entscheidung mit dem Image eines Unternehmens, und da spielen Faktoren wie verantwortungsvolles Handeln, gelebte Werte und Glaubwürdigkeit eine Rolle.  
**Drittens:** Als Unternehmen Persönlichkeit entwickeln. Durch echte Geschichten sprechen Sie Ihre Kunden auf der emotionalen Ebene an.

Um Ihre Kunden auch wirklich zu erreichen, ist es wichtig, die richtigen Kontaktpunkte zu wählen. Ein wirkungsvoller Kommunikationskanal kann ein E-Mail-Newsletter sein. Im Vergleich mit einem gedruckten Kundenmagazin ist er deutlich kostengünstiger zu produzieren und zu versenden, so dass eine höhere Kontaktfrequenz möglich ist.

### Über die Autorin:

Catharina von Hobe, Geschäftsführerin von CvH Design GmbH & Co. KG, war unter anderem Leiterin des Online-Marketings beim OTTO-Konzern, bevor sie vor elf Jahren die Werbeagentur CvH Design gründete. Mit ihrem Team hat sie sich auf mittelständische Unternehmen spezialisiert. Für die Stadtwerke entwickelte sie in Kooperation mit HR Systems ein Paket für eine optimale Integration von E-Mail-Marketing-Aktivitäten in die Websites von Stadtwerken.



Mehr Infos unter:  
[www.cvh-design.de/stadtwerke](http://www.cvh-design.de/stadtwerke)

# NEU IM GIPS CMS

Die Funktionen im GIPS CMS werden kontinuierlich erweitert und aktualisiert. So wurde das Content-Management-System um neue Funktionen ergänzt, während bestehende optimiert wurden. Über die neue Volltextsuche und die GIPS Standortkarte erfahren Sie hier mehr.

## Die neue Volltextsuche – noch übersichtlicher und effektiver

### Bessere Suchergebnisse

Die neue Volltextsuche arbeitet mit einem verbesserten Suchalgorithmus, der noch differenziertere Ergebnisse liefert. Damit werden nicht nur die Namen von Internetseiten, alle Überschriften, Texte und Dokumente durchsucht, sondern auch Schlagworte gefunden.



Suchwortvorschläge während der Eingabe des Suchbegriffs

### Suchwortvorschläge

Während der Suchworteingabe werden Suchwortvorschläge in einem Feld angezeigt, das sich unterhalb des Eingabebereiches aufklappt. Dies konkretisiert die weitere Suche und sollten die Nutzer einen Fachbegriff nicht kennen, so erhalten sie hierüber Hilfestellungen.

### Suchbegriffe in der Statistik

In der Statistik erfahren Sie, welche Suchbegriffe wie oft in die Volltextsuche eingegeben wurden und ob sie auf Ihrer Website gefunden wurden. So lässt sich analysieren, welche Begriffe für die Benutzer wichtig sind und um welche anderen Schlagworte Ihre Homepage dringend erweitert werden sollte.

### Ordnung der Ergebnisse

Die Trefferliste auf der Ergebnisseite ist nach Relevanz geordnet und jeder Treffer wird einer Rubrik zugeordnet. Diese Rubriken werden als Markierung neben dem Ergebnis sowie in Reitern über der Ergebnisliste angezeigt.

Gesuchtes schnell finden, steigert die Arbeitseffizienz und durch eine Analyse der Suchbegriffe kann Ihre Website noch interessanter werden.

## Baustellen werden von nun an umfahren. Mit der GIPS Standortkarte

Die GIPS Standortkarte dient zum Auffinden von Schwimmbädern, E-Tankstellen, Wertstoff-Centern oder was immer Sie Ihren Kunden anbieten möchten. Heute stellen wir Ihnen die GIPS Standortkarte als Baustellenkarte vor.

staugefährdeten Zonen auffindig gemacht und umfahren werden. Gleichzeitig klärt die Baustellenkarte darüber auf, was an der jeweiligen Baustelle erneuert wird und wie lange die Bauphase dauern soll.

Die Baustellenkarte von HR Systems präsentiert Ihren Kunden eine Übersicht mit aktuellen Baustellen. Diese tauchen als Markierungen im Straßengefüge der Karte und in einer Liste auf.

Über das GIPS CMS können Sie neue Baustellen einfach eingeben oder als Excel-Tabelle importieren. Ihre Kunden werden Ihnen für diesen Service danken. Sie werden topaktuell informiert und kommen nun schnell, sicher und vor allem gutgelaunt an ihrem Ziel an!

Bei Anklicken eines Punktes auf der Karte oder in der Liste erscheinen weitere nützliche Informationen. Über Verkehrsbehinderungen und Umleitungen wird informiert oder ob es sogar eine Vollsperrung gibt. So können diese

Welche Ziele sollen Ihre Kunden finden oder umfahren? Die Standortkarte kann auf Ihre Wünsche adaptiert werden.



# DER „KLASSISCHE“ WEBSITE-RELAUNCH



Waren Internetauftritte vor einem Jahrzehnt noch die Visitenkarte eines Unternehmens, sind sie heute der Mittelpunkt ihrer Online-Strategie. So wundert es nicht, dass alle 3-4 Jahre der Ruf nach einer Erneuerung der bestehenden Homepage laut wird. Dabei wird oft die alte Website komplett in Frage gestellt, weil das Layout nicht mehr zeitgemäß ist, die Inhalte nicht mehr aktuell sind und auch die Menüführung nicht mehr dem ursprünglich angedachten Konzept entspricht. Doch wie sollte man bei einer Überarbeitung vorgehen und was macht ein erfolgreiches Relaunch-Projekt aus?

## Definieren Sie Ihre Ziele

Um die zeitliche und finanzielle Herausforderung zu rechtfertigen, sollte beim Relaunch einer Website immer eines im Vordergrund stehen: Die Umsetzung von Unternehmenszielen. Was soll die neue Website, im Gegensatz zur alten, können und bewirken?

Bei der Definition Ihrer Ziele können Sie sich an den folgenden Fragen orientieren:

- Erreichen Sie mit der festgelegten Online-Strategie Ihre Marketing- und Vertriebsziele?
- Werden damit veränderte Unternehmensstrukturen verdeutlicht und gesetzte Kommunikationsziele erreicht?
- Lassen sich Aufgaben, die Ihren internen Workflow betreffen, über einen Onlinekanal abbilden?
- Wie möchten Sie die Möglichkeiten anderer Onlinekanäle einsetzen?
- Welche Anforderungen haben Ihre Kunden an Ihr Unternehmen und Ihre Website?
- Warum rufen Ihre Kunden an, schreiben E-Mails oder Briefe?
- Wie können die Kundenanforderungen in den Relaunch einfließen?

## Organisieren Sie einen Workshop

Die aufgeführten Fragen werden im Idealfall in einem Workshop erörtert und die Ziele gemeinsam definiert. An diesem Workshop sollten alle am Relaunch beteiligten Mitarbeiter und Entscheider teilnehmen. Dies garantiert ein hohes Maß an Abstimmungssicherheit und Verlässlichkeit.

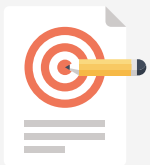
Im weiteren Verlauf des Workshops sollten Fragen zur Navigationsstruktur, zur Navigationsfunktion und zum Seitenaufbau beantwortet werden. Der Aufbau des Contents, die Textstruktur und die Bildsprache sind weitere wichtige Punkte bei der Konzeption und Planung des Relaunchs. Oft ist es erforderlich, die Texte zu überarbeiten und eine einheitliche Bildsprache zu definieren. Dabei darf man auch mal über den Tellerrand schauen: Ein Blick auf die Konkurrenz kann hilfreich, ein Ausflug zu anderen Branchen sehr interessant sein. Auch ein Exkurs zum Thema „Aktuelle Website-Trends“ gehört zu einem gelungenen Workshop.

Der Relaunchworkshop verkürzt die Konzeptphase enorm und verringert spätere Diskussionen, da alle Beteiligten auf dem gleichen Stand sind und viele wichtige Entscheidungen bereits getroffen wurden.



## So gehen Sie vor

Eine sorgfältige Planung ist das A und O für eine erfolgreiche Umsetzung des Relaunchs. Die folgenden Tipps unterstützen Sie dabei:



### Ziele setzen und Meilensteine vorbereiten

- Was wollen Sie mit dem neuen Internetauftritt erreichen?
- Welche Zielgruppen sollen angesprochen werden?
- Haben Sie die unterschiedlichen Herangehensweisen und Benutzergruppen berücksichtigt? Was erwarten diese von Ihnen?

**TIPP:** Frühzeitig alle Entscheider einbeziehen.



### Mit wem möchten Sie zusammenarbeiten?

- Soll alles aus einer Hand kommen?
- Sollen Layout bzw. Design, Technik und Redaktion von unterschiedlichen Dienstleistern erbracht werden?
- Wer sind Ihre Spezialisten? Was möchten Sie selbst übernehmen?

**TIPP:** Viele Köche verderben den Brei. Hilfe aus einer Hand ist unkomplizierter.



### Welche Informationen und Dienstleistungen werden nachgefragt?

- Welche Fragen haben Bestandskunden und welche potentielle Kunden?
- Kann der gewünschte Workflow auf der Website abgebildet werden?
- Ist es notwendig, bestehende Inhalte zu dezentralisieren?

**TIPP:** Statistische Analysen berücksichtigen.



### Wie wird die neue Seite strukturiert?

- Passen Technik, Layout, Unternehmensziele, Zeitplan und Budget zusammen?
- Sind alle Hindernisse aus dem Weg geräumt?
- Gibt es genügend Raum für Veränderungen und Wachstum?
- Haben Sie über Folgeaufwände nachgedacht?

**TIPP:** Lassen Sie ausreichend Zeit für Testphasen, denn Qualitätssicherung benötigt Zeit.

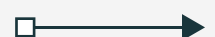


### Wer ist für was verantwortlich?

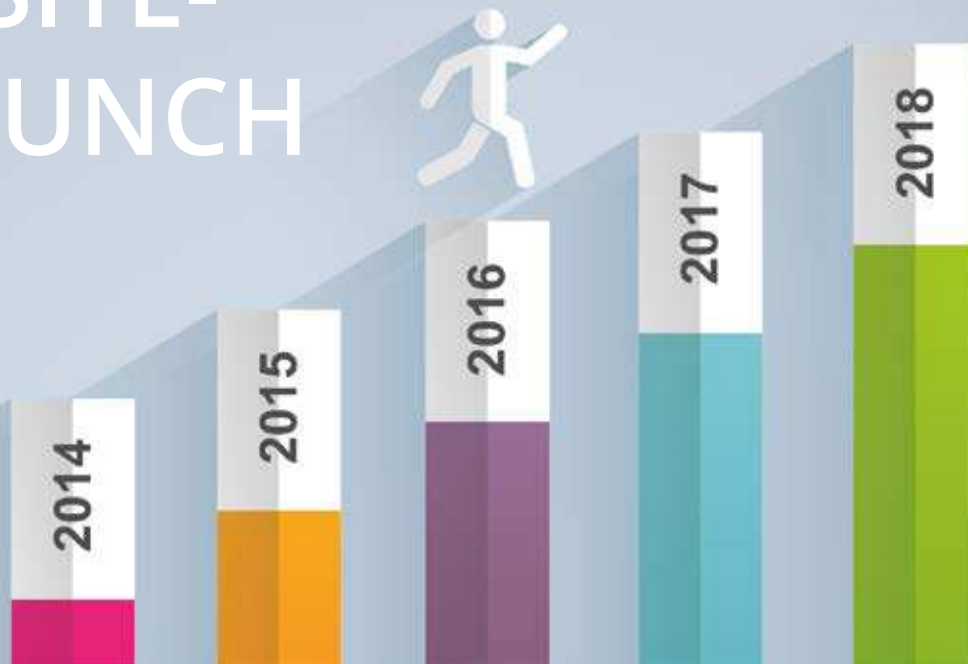
- Wer übernimmt die interne, wer die externe Projektleitung?
- Hat die Projektleitung Zeit, alle Dienstleister zu koordinieren?
- Wie kann die „Änderung der Änderung“ innerhalb einer Projektphase vermieden werden?

**TIPP:** Sorgen Sie für klare Zuständigkeiten und Entscheidungskompetenz.

Nach erfolgreicher Freischaltung der neuen Website bleibt dennoch eine Frage: Wie geht es weiter? Unsere Empfehlung lautet: Nach dem Relaunch ist vor dem Relaunch – aber nicht erst nach 3-4 Jahren, sondern schon im ersten Jahr. Lesen Sie mehr über den neuen Trend des „evolutionären“ Relaunchs in unserem Artikel auf den Seiten 8 und 9.



# DER „EVOLUTIONÄRE“ WEBSITE- RELAUNCH



Der Abschluss eines klassischen Relaunchs ist der Anfang der regelmäßigen Arbeit an der neuen Website. In der Vergangenheit bedeutete dies das Ergänzen und Austauschen von Texten und Bildern, um die Homepage aktuell zu halten. Doch erfordern die rasante Weiterentwicklung der technischen Möglichkeiten im Internet, die Digitalisierung aller Lebens- und Arbeitsbereiche sowie das hohe Tempo bei der Energiewende eine viel stärkere Anpassung an die neuen Gegebenheiten. Um diesen Anforderungen gerecht zu werden, empfiehlt es sich, über einen sogenannten „evolutionären“ Relaunch der Website nachzudenken.

## Nach dem Relaunch beginnt die kontinuierliche Überarbeitung

Ein klassischer Relaunch birgt eine große zeitliche sowie finanzielle Herausforderung, wie auf den Seiten 6 und 7 in diesem Magazin deutlich wird. Daher sollte man nach dem Relaunch sofort mit dem evolutionären Relaunch beginnen. So bleibt man am Zahn der Zeit, die Website wirkt stets modern und vor allem: Der Relaunch wird nicht zum Kraftakt, der alle paar Jahre die Arbeitsstruktur unterbricht.

## Ziele setzen, überprüfen, neu justieren, dran bleiben

Für den klassischen Relaunch haben Sie bereits Ziele definiert. An diesen Zielen können Sie auch Ihren evolutionären Relaunch ausrichten und zudem folgende Fragen für sich beantworten:

- Wie sieht die Strategie nach der Liveschaltung aus?
- Wer entwickelt die Seite weiter?
- Wer kümmert sich um die Suchmaschinenoptimierung (SEO) und das Suchmaschinenmarketing (SEM)?

## Schritt für Schritt zum Ziel

Bilden Sie einen Arbeitskreis „Evolutionärer Relaunch“. Überprüfen Sie Ihre Homepage regelmäßig. Besprechen Sie alle 6-12 Monate wichtige Entwicklungen. Berücksichtigen Sie veränderte Zielsetzungen Ihres Unternehmens und lassen Sie diese wiederum einfließen.

Legen Sie jeweils 3-5 Maßnahmen fest. Was ist gerade besonders wichtig für Sie? So ergeben sich kleine Schritte, die auf Dauer eine große Wirkung erzielen.





Zwischenzeitlich sollten Sie immer wieder Trendgespräche vereinbaren: Erkundigen Sie sich, was sich in der Branche tut und welche aktuellen Website-Trends auftauchen.

Schauen Sie regelmäßig in die statistischen Analysen Ihrer Homepage: Welche Seiten werden besucht, welche Dateien werden heruntergeladen? Auf welche Seiten gelangt der Nutzer eventuell gar nicht oder nur selten?



## Rechtliche Vorgaben beachten

Das Konzept „Evolutionärer Relaunch“ sollte auch eine juristische Überprüfung der Website enthalten. Die rechtlichen Rahmenbedingungen entwickeln sich ebenfalls „evolutionär“, selten sprunghaft. So ergaben sich in der Vergangenheit veränderte Anforderungen an das Impressum, an den Datenschutz und an die Veröffentlichungspflichten. Oftmals wird der Einsatz neuer Funktionen oder Tools durch neue Anforderungen notwendig.

## Den kontinuierlichen Relaunch zum Standard werden lassen

Auch wenn sich der evolutionäre Relaunch zunächst aufwendig anhört, insgesamt ist er ressourcenschonender als alle 3-4 Jahre alles in Frage zu stellen und den gesamten Webauftritt neu zu gestalten. Wir alle sind „Gewohnheitstiere“, wenn bei einem Relaunch die Struktur geändert wird, müssen wir uns erst wieder daran gewöhnen. Bei einem evolutionären Relaunch nehmen die Nutzer die Veränderungen kaum oder nur positiv wahr und Ihnen somit auch nicht übel.

[www.gipsprojekt.de/relaunchworkshop](http://www.gipsprojekt.de/relaunchworkshop)

(Guido Reus)

## Vereinbaren Sie ein Trendgespräch und definieren Sie mit uns Ihre Online-Strategie anhand folgender Fragen:

Welche Ziele verfolgen Sie in den nächsten 12 Monaten?

Wie können Sie Ihre Ziele umsetzen und wie können wir Sie dabei unterstützen?

Welche Aussagen und Rückschlüsse können aus der Webstatistik gezogen werden?

Welche Aufgaben und Prozesse können auf die Website verlagert werden?

Hakan Atak  
0221 952764-15  
atak@hr-sys.de

# NEU IN DER GIPS STATISTIK

Die GIPS Statistik haben wir Ihnen in der Ausgabe 01 des GIPS Magazins erstmalig vorgestellt. Das Tool wird sukzessive für alle Kunden, die das GIPS CMS einsetzen, kostenlos freigeschaltet. In den letzten Monaten wurde die GIPS Statistik um zahlreiche neue Funktionen und Auswertungsmöglichkeiten ergänzt. Die wichtigsten Neuerungen möchten wir Ihnen hier kurz vorstellen.

## Verweildauer

Über diese Auswertung können Sie sich über die Dauer des Aufenthalts der Besucher Ihrer Website informieren. Sie können darüber einsehen, wie viele Besucher in einem bestimmten Zeitraum wie lange auf Ihrem Internetauftritt verweilt haben.

In der Detailansicht können Sie ein bestimmtes Verzeichnis oder eine bestimmte Seite auswählen, um sich die Verweildauer nur für dieses Verzeichnis bzw. nur für diese Seite anzeigen zu lassen.



Auswertung der Scrolltiefe für eine ausgewählte Internetseite

## Seitentiefe

Über die „Seitentiefe“ wird die Anzahl der Seiten, die einzelne Besucher auf Ihrer Website aufrufen, gezählt. Sie erhalten also eine Information darüber, wie viele Seiten die Besucher im Durchschnitt pro Seitenbesuch aufrufen.

Diese Auswertung ist insbesondere für einzelne Internetseiten interessant, da die Länge der jeweiligen Seite relevant für die richtige Interpretation der Daten ist.

## Scrolltiefe

Die „Scrolltiefe“ gibt Aufschluss darüber, welcher Anteil einer Internetseite im Webbrowser eines Besuchers dargestellt wurde. Insbesondere bei langen Internetseiten ist diese Information interessant, da die Besucher weit scrollen müssen, um alle Inhalte lesen zu können. Auch für die Darstellung auf mobilen Endgeräten mit kleinen Displays liefert diese Auswertung wertvolle Informationen über den Anteil der tatsächlich gelesenen Inhalte.

Zum Scrollverhalten der Nutzer empfehlen wir auch den Artikel „Keine Angst vor langen Internetseiten!“ auf Seite 10 in der letzten Ausgabe des GIPS Magazins.

## Direkte Integration ins GIPS CMS

Die GIPS Statistik wurde inzwischen auch direkt ins GIPS CMS integriert. Wenn Sie sich im Bearbeitungsbereich einer Seite oder eines Ordners befinden, haben Sie über den neuen Reiter „Statistik“ unmittelbar Zugriff auf die statistischen Auswertungen für genau diese Seite oder diesen Ordner.

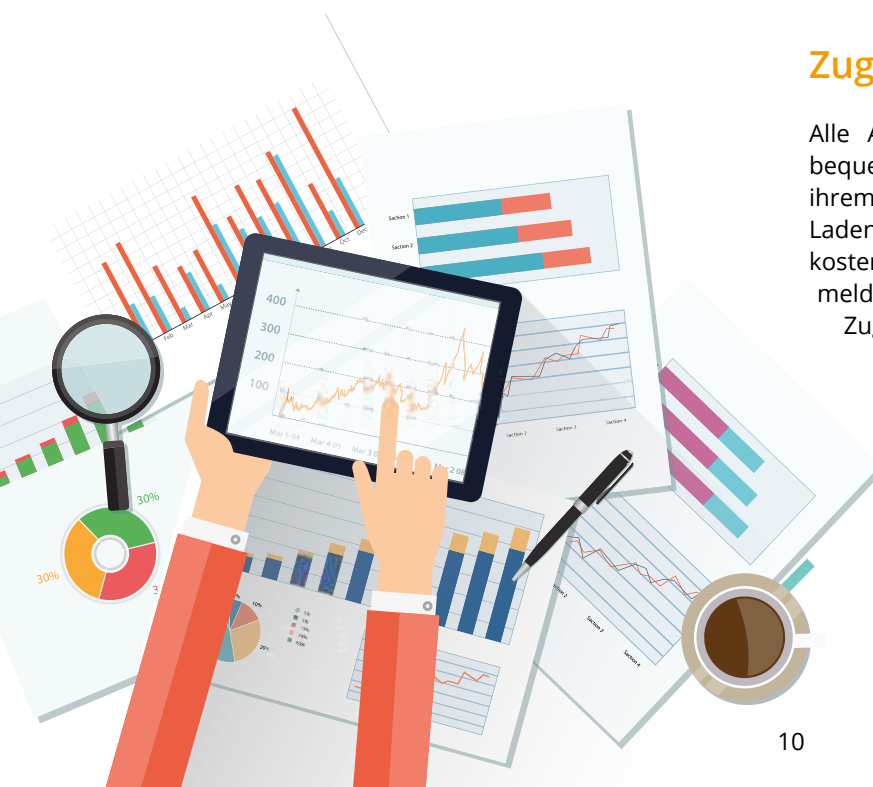
## Zugang per App

Alle Auswertungen können Sie auch bequem über die GIPS App direkt auf ihrem iPad oder iPhone einsehen. Laden Sie dafür einfach die App „GIPS“ kostenfrei aus dem App Store und melden Sie sich mit Ihren bekannten Zugangsdaten an.



[www.gipsprojekt.de/statistik](http://www.gipsprojekt.de/statistik)

(Felix Müller)



# DER ASEW-RECHNUNGSERKLÄRER VERANSCHAULICHT DIE KUNDENRECHNUNG

Einmal im Jahr flattern Rechnungen in die Briefkästen der Stadtwerke-Kunden. Das ist oft Grund für Ärger, wenn die Rechnung wieder höher ausfällt als gedacht. Zudem machen gesetzliche Anforderungen die Rechnungen umfangreich und schwer verständlich. Die daraus resultierenden zahlreichen Nachfragen in den Kundenzentren kann man jedoch auf elegante Weise zuvor abfangen: Mit dem ASEW-Rechnungserklärer.

Der Rechnungserklärer bietet Stadtwerke-Kunden wie -Mitarbeitern einen einfachen, verständlich aufgebauten und benutzerfreundlichen Weg, die Rechnung besser zu verstehen. Hehner Reus Systems hat das Online-Tool entwickelt, konzipiert wurde es von der Arbeitsgemeinschaft für sparsame Energie- und Wasserverwendung (ASEW).

Der Rechnungserklärer ist modular aufgebaut. Im Zentrum steht die konkrete Rechnung, die als Muster im Programm eingebettet ist. Davon ausgehend wird dem ratsuchenden Kunden die eigene Rechnung erklärt – durch ein Glossar erschließen sich ihm unbekannte Begriffe.

## Und der Rechnungserklärer kann noch mehr!

- Eine übersichtliche **Verbrauchsanalyse** vergleicht die eigenen Daten mit Durchschnittswerten.
- Informationen zum Zähler helfen, diesen richtig abzulesen und den **Zählerstand** an das Stadtwerk direkt zu **übermitteln**.
- **Sparpotenziale** im eigenen Haus werden anschaulich illustriert.
- Die **Strompreiszusammensetzung** verdeutlicht, dass 3/4 des Strompreises aus staatlich fixierten Umlagen, Entgelten und Steuern bestehen, was vielfach nicht bekannt ist.
- Ein **Quiz** bringt den Kunden die Zusammenhänge spielerisch näher, die eingebetteten **Erklärfilme** auf unterhaltsame und kurzweilige Weise.
- Die **Sprachoption** rundet das Gesamtbild ab, denn der Rechnungserklärer ist erweiterbar für viele Sprachen.

(Erdal Tosun, Kunden- und Produktmanager bei der ASEW)

Weitere Informationen erhalten Sie direkt bei der ASEW.  
0221 931819-29 / [tosun@asew.de](mailto:tosun@asew.de)



## Gute Texte fürs Netz schreiben (Teil 2)

Was für gut lesbare Texte generell gilt, trifft im besonderen Maße für das Internet zu. Sie sind **kurz, schnell, prägnant und zugespitzt**. Worauf sollten Sie beim Schreiben Ihrer Texte achten? Hier meine Tipps:

1. Lesen Sie sich Ihren Text am besten selbst laut vor. Orientieren Sie sich am eigenen gesprochenen Wort statt an fremden technischen Formulierungen. Stellen Sie sich die Frage: Wie würde ich den Sachverhalt einem Kunden im mündlichen Gespräch erläutern?
2. Vermeiden Sie Abkürzungen, Klammereinschübe und Einschränkungen, wenn irgend möglich. All dies stört den Lesefluss.
3. Schreiben Sie immer aktiv! Vermeiden Sie Konstruktionen mit substantivierten Verben. Das menschliche Gehirn erfasst Verben schneller als Substantive. Zum Beispiel formulieren Sie statt „So kann die Temperatur jederzeit dem Kochvorgang angepasst werden“ doch besser „So können Sie die Temperatur jederzeit dem Kochvorgang anpassen“. Statt „Wir besprechen die Optionen zur Senkung Ihres Energieverbrauches“ sagen Sie doch „Wir zeigen Wege auf, wie Sie Energie sparen“.
4. Formulieren Sie Überschriften möglichst als Problemlösungen. Sie haben dann einen besonders hohen Informationswert, wenn sie bereits ein Lösungsversprechen enthalten: also statt „Reduzierung der Einzelkosten“ besser „So reduzieren Sie Einzelkosten“.
5. Formulieren Sie passende Bildunterschriften: Die Bildunterschrift schafft einen zusätzlichen Leseanreiz und enthält weitere Informationen.



(Fortsetzung folgt ... im nächsten Magazin)

**Annett Mohnert**  
Freie Redakteurin in der Energiewirtschaft

# Besuchen Sie uns auf der E-world energy & water in Halle 2, Standplatz 422

Die E-world energy & water findet vom  
**16.-18. Februar 2016** in Essen statt.

Gerne übersenden wir Ihnen bei Terminvereinbarung  
eine kostenlose Eintrittskarte.

## Unsere Themen:

- Monitoring der Aktivitäten von Website-Besuchern
- Kundensegmentierung und Online-Nutzer-Targeting
- Kundengewinnung – Kundenrückgewinnung – Kundenbindung
- Energierecht und Internet: Was zu beachten ist!

## An unserem Stand begrüßen Sie:

**Täglich:** Hakan Atak, Wolfgang Hehner und Guido Reus

**An ausgewählten Tagen:** Samuel Blumenkranz, Hannes Hartmann, Matthias Huppertz, Sabine March, Felix Müller, Michaela Raum, Marion Scharmann, Cornelia Schnorrenberg, Stephanie Zaar

Unser Kooperationspartner auf der E-world energy & water ist die Rechtsanwaltskanzlei Schlack & Krtschil.

## Wir freuen uns auf Ihren Besuch an unserem Stand!

Weitere Infos erhalten Sie auf unserer Homepage:

[www.gipsprojekt.de/e-world](http://www.gipsprojekt.de/e-world)

## IMPRESSUM

### Redaktion:

Hakan Atak, Marion Scharmann

### Design:

HR-Agentur: Hannes Hartmann

### Autoren dieser Ausgabe:

Hakan Atak, Annett Mohnert, Felix Müller, Guido Reus, Marion Scharmann, Erdal Tosun, Catharina von Hobe

### So erreichen Sie die Redaktion:

Redaktion #GIPSmagazin

Tel.: 0221 952764 -185 | Fax: 0221 952764 -29

E-Mail: [scharmann@hr-sys.de](mailto:scharmann@hr-sys.de)

### Druck:

reproplan Köln GmbH ([www.reproplan.de](http://www.reproplan.de))  
Josef-Lammerting-Allee 7-13, 50933 Köln

### Fotos/Bilder:

Fotolia: © HAKKI ARSLAN, © Ljupco Smokovski,  
© Rawpixel.com, © apinan, © vasabii, © ellagrin,  
© Maksim Pasko, © Denchik, © sharpnose,  
© dashadima.

iStockphoto: alexdndz

HR-Agentur: Hannes Hartmann

### Herausgeber:

Hehner Reus Systems GmbH  
Adolf-Grimme-Allee 3, 50829 Köln  
E-Mail: [info@hr-sys.de](mailto:info@hr-sys.de)

Homepage: [www.hr-sys.de](http://www.hr-sys.de)

Geschäftsführer: Wolfgang Hehner, Guido Reus

Sitz der Gesellschaft: Köln

Registergericht: Amtsgericht Köln

Register Nr.: HRB 50967

Steuernummer: 218/5718/0417

USt-Ident-Nummer: DE813725659



# Tag der Kommunalwirtschaft 2016

15. und 16. März 2016 | Westfalenhallen Dortmund

## Mit den Top-Themen von Kommunalpolitik und Kommunalwirtschaft:

- Die Zukunft der Kommunalwirtschaft
- Kommunale Daseinsvorsorge/TTIP
- Energiedienstleistungen als Chance für neue Geschäftsmodelle
- Kooperationen mit der Wohnungswirtschaft
- Kommunales Engagement im Breitbandausbau
- Finanzierung und Liquidität von Kommunen und Stadtwerken
- Herausforderung Bürgerbeteiligung
- Integration von Flüchtlingen

**Sonderpreise für  
Kommunalpolitiker**

 Innovation  
Congress GmbH

Melden Sie sich an – direkt über [www.tagderkommunalwirtschaft.de](http://www.tagderkommunalwirtschaft.de)