

SIEGERTYP


Blog Lover 

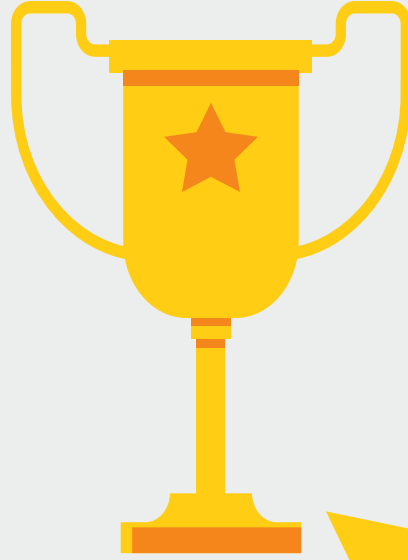


digital
NERD



#GemeinsamDigital

WE  WEBSITES



#MITMACHEN

Die Online-Auszeichnung für Unternehmen:

IHK@ward

Best-Practice-Beispiele für Ihre Online-Präsenz



Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Inhalt

IHK@ward 2019	3	Kategorie: Social Media	12
Rückblick IHK@ward 2017	4	Kategorie: Unternehmensblog	14
IHK@ward 2019 – die Jury	5	Kategorie: Non-Profit-IHK@ward	16
Kategorie: Zielgruppe/Kundenorientierung	6	Mein Internetcheck: Ihr Leitfaden für eine moderne Internetpräsenz	18
Kategorie: Layout & Gestaltung	8		
Kategorie: Online-Shop	10	Gewinneragenturen 2017 und 2019	19

WAS IST DER IHK@WARD?

Der IHK@ward ist eine Auszeichnung der IHK Mittlerer Niederrhein für Unternehmen, Vereine, Verbände und Institutionen in der Region. Bei dem 2017 ins Leben gerufenen Wettbewerb werden Online-Projekte in verschiedenen Kategorien prämiert. Dazu gehören z. B. Online-Shops, Social Media, Layout & Gestaltung und auch eine Non-Profit-Kategorie für Vereine, Kommunen, Organisationen und Initiativen. Die Einreichung erfolgt unkompliziert über ein Online-Tool. Eine Fachjury bewertet die Bewerbungen. Alle Nominierten werden zu einer Preisverleihung eingeladen. Die Preisträger erhalten eine Trophäe und entsprechende Signets für ihre Kommunikationskanäle.

ZIELE DES IHK@WARD

Mit dem IHK@award bietet die IHK Mittlerer Niederrhein Unternehmen und Non-Profit-Organisationen die Möglichkeit, Ihren Internetauftritt und Online-Initiative von Experten begutachten zu lassen und als Best Practice Beispiel in der Region mehr Transparenz und Aufmerksamkeit zu erzielen. Gleichzeitig können die Preisträger ihre Auszeichnung für die eigene Kommunikation nutzen und sich mit dem IHK@ward schmücken.

DER IHK@WARD IN ZAHLEN

2017 geht der IHK@ward
an den Start

5

Jury-Mitglieder

Über

250

Bewerbungen
in zwei Jahren

160

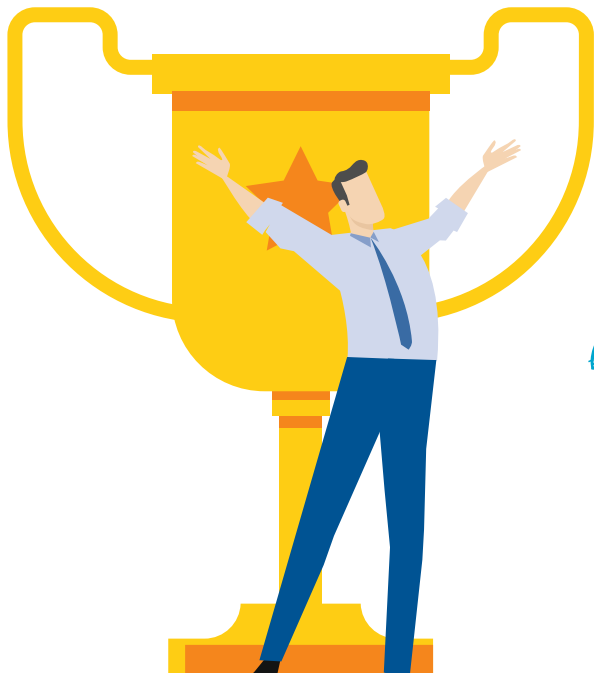
Teilnehmer bei der
Preisverleihung 2017

48

Stunden Juryarbeit
und Meeting mit

99

Tassen
Kaffee



Rückblick IHK@ward 2017



Gesucht wurden auch beim IHK@ward 2017 schon die besten Internetseiten aus der Region. Aufgeteilt war der Award damals in die Kategorien „Kunden“, „Technik“, „Layout“ und „Non-Profit“. Vergeben wurden außerdem die Sonderpreise „Social Media“, „Innovation“ und „Gesamtsieger“.

Die Jury bestand vor zwei Jahren aus Paul E. Mertes, Rechtsanwalt und Unternehmensberater, Silvia Zaharia von der Hochschule Niederrhein, Sabine Haas



von der result GmbH, Dunja Freimuth von eSales4u und Thomas Mielke von webandmore – Das Internetsystemhaus. „Wir waren begeistert von der riesigen Resonanz“, so Tanja Neumann, IT-Referentin der IHK Mittlerer Niederrhein, „und überrascht, wie viel Web-Know-how in unserer Region schlummert.“

Spannende Impulse lieferte am Tag der Verleihung der Vortrag „Lotsen in der Informationsflut – Erfolgreiche Kommunikationsstrategien mit starken Markenbotschaftern aus dem Unternehmen“ von Dr. Kerstin Hoffmann.

Die PR-Expertin, Bloggerin und Autorin machte den Zuhörern deutlich, wie sich das Nutzerverhalten im Netz in der jüngsten Zeit verändert hat: „Unser Content-Marketing ist kaputt“, erklärte sie. „Es ist sehr schwierig für Unternehmen, ihre Inhalte sichtbar zu machen. Deshalb müssen sie neue Wege gehen, um in der Content-Flut nicht unterzugehen.“



IHK@ward 2019 – die Jury

Eine fachkundige Jury bewertet auch 2019 wieder die Einreichungen, seien es Internetseiten, Blogs oder Social Media-Kampagnen. Die Teilnahme ist in sechs verschiedenen Kategorien möglich: Zielgruppe/Kundenorientierung, Layout Et Gestaltung, Non-Profit-IHK@ward, Online-Shop, Social Media, Unternehmensblog.

Die Mitarbeiter der IHK Mittlerer Niederrhein treffen eine Vorauswahl. Die Jury setzt sich aus Juroren zusammen, die von den Industrie- und Handelskammern berufen wurden. Sie wählen die besten drei Nominierten je Kategorie und küren die Gewinner.



„ Wir haben am Niederrhein eine sehr lebendige und erfolgreiche Internetszene. Die Besten und Kreativsten dieser Szene verdienen als Wertschätzung eine Auszeichnung mit dem IHK@ward 2019!

*Prof. Dr. Silvia Zaharia – Hochschule Niederrhein,
Geschäftsführerin eWeb-Research-Center*



„ Erfolg im Web ist keine Frage von Technik, sondern von Content.

*Sabine Haas – result gmbh,
Gründerin und Geschäftsführerin*



„ Eine gute Webseite gepaart mit einem schlechten Geschäftsmodell steigert lediglich die IT-Kosten.

*Dunja Freimuth – eSales4u,
Dipl. Betriebswirtin (FH)*



„ Die Möglichkeiten, die das Internet für Unternehmen bietet, sind noch lange nicht erschöpft.

*Thomas Mielke – webandmore – Das Internetsystemhaus,
Gründer und Inhaber*



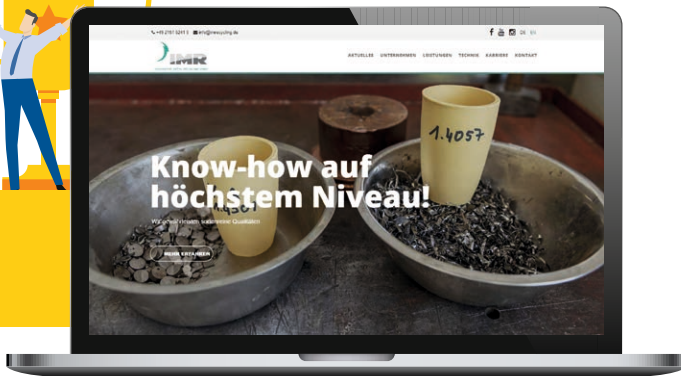
„ Alle Fragen, die ein (potenzieller) Kunde hat, muss und kann eine Unternehmens-Website beantworten. Jedes Fragezeichen (im Kopf) gilt es mit Klarheit, Mehrwert, Design, Emotion und Usability aufzulösen.

Ute Schmeiser – Schmeiser Marketing, Inhaberin

Kategorie: Zielgruppe / Kundenorientierung

Die Gewinner 2019

Im Vordergrund der Kategorie „Zielgruppe/Kundenorientierung“ steht die zielgerichtete Ansprache und die Lösung von Fragestellungen und Problemen.



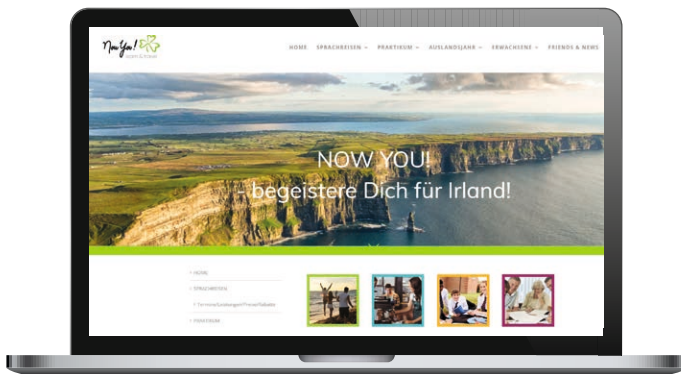
1

IMR Innovative Metal Recycling GmbH
Sitz: Krefeld

imrecycling.de

Agentur: Woltermann Marketingberatung

woltermann-marketingberatung.de



2

Now You! learn & travel GmbH
Sitz: Meerbusch

nowyou-english.de



3

Wolff von Weidenfeld GmbH
Sitz: Viersen

juwelier-weidenfeld.de



Experten-Tipps zur zielgruppenorientierten Umsetzung

Den Nutzer kennen!

Zielgruppen- und kundenorientierte Inhalte auf einer Website entscheiden maßgeblich über Erfolg oder Misserfolg. Wer seiner Zielgruppe nicht auf den ersten Blick die Inhalte bietet, die diese erwartet, muss damit rechnen, dass Kunden oder Interessenten schnell die Seite verlassen und Interesse am Unternehmen verlieren: Im Internet ist die Konkurrenz nur einen Klick entfernt!

Hier erhalten Sie einige wichtige Tipps, auf deren Grundlage auch die Einreichungen beim IHK@ward bewertet wurden:

- **Zielgruppenorientierte Inhalte:** Wer ist Ihre Zielgruppe? Überlegen Sie sich, wie eine Persona, also ein Stellvertreter Ihrer Zielgruppe, ganz konkret aussieht. Notieren Sie prototypische Merkmale wie Charakter, regionale Besonderheiten, Interessen, etc. Das macht die Suche nach Themen und Informationen für Ihre Zielgruppe wesentlich einfacher.
- **Fragen notieren:** Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Zielgruppe. Mit welchen Fragestellungen kommen diese auf Ihre Website? Notieren Sie diese und sorgen Sie dafür, dass diese Fragen auf Ihrer Website schnell und verständlich beantwortet werden.
- **Fachchinesisch ist tabu:** Sie sollten es vermeiden, sprachlich zu sehr ins Fachchinesische abzudriften. Generell gilt: Sprechen Sie die Sprache Ihrer Kunden und verwenden Sie Begriffe, nach denen Ihre Zielgruppen suchen – das bringt Sie auch bei den Suchmaschinen nach vorne.
- **Ihr Unternehmen als Problemlöser:** Erklären Sie auf Ihrer Website, wie Sie die Probleme Ihrer Kunden lösen – das ist der beste Weg, um Kunden zu gewinnen. Es kann sich dabei um eine Dienstleistung, ein Produkt oder einfache Informationen handeln, die Sie den Besuchern zur Verfügung stellen.
- **Usability:** Sorgen Sie dafür, dass Ihre Website von möglichst vielen Geräten optimal nutzbar ist. Dazu gehören u. a. eine logische Struktur, eine gute Gliederung, kurze Ladezeiten und insgesamt eine gute Führung des Nutzers durch die Website-Inhalte.



Gut zu wissen



Aktualität ist das Ah und Oh!

Prüfen Sie regelmäßig Datumsangaben, Termine und Hinweise und bleiben Sie möglichst aktuell. Nichts ist schlimmer, als veraltete Daten!



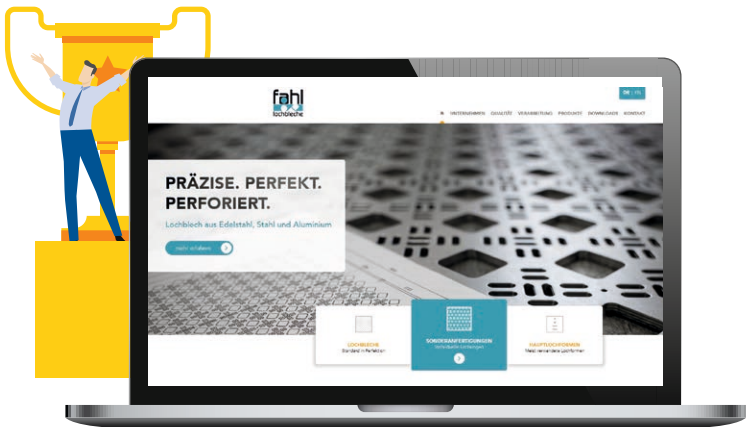
„Viele der eingereichten Websites haben die Kriterien hervorragend erfüllt und umgesetzt. Die Zielgruppe wurde größtenteils passend und präzise adressiert und angesprochen. Hier hatte die Jury die schwere Aufgabe, aus der Vielzahl der guten Einreichungen die besten drei Websites auszuwählen.“

Prof. Dr. Silvia Zaharia – Hochschule Niederrhein, Geschäftsführerin eWeb-Research-Center

Kategorie: Layout & Gestaltung

Die Gewinner 2019

Im Vordergrund der Kategorie „Layout & Gestaltung“ stehen Kundenansprache, Servicegedanke, leichte Bedienbarkeit und Usability der Website.



1

**Westfälische Metall-Locherei
Franz Fahl GmbH**

Sitz: Ennepetal

fahl-lochbleche.de

Agentur: WFP3 GmbH & Co. KG

teamwfp.de



2

bikefriends-schon GmbH

Sitz: Mönchengladbach

bikefriends-schon.de



3

**Wachsling Jennifer und
Jannik Wetzel GbR**

Sitz: Dormagen

wachsling.de

Experten-Tipps für gute Gestaltung von Websites

Funktionalität geht vor!

Professionell, modern, ansprechend – Im Optimalfall ist eine Website benutzerfreundlich und sieht dabei auch noch gut aus. Beim Screendesign gibt es einige grundsätzliche Punkte, die beachtet werden müssen. Hier unsere Tipps, auf deren Grundlage wir auch die Einreichungen beim IHK@ward bewertet haben:

- **Featured Image:** Unternehmen, die nicht viele Bilder zu bieten haben, sollten ein Template mit großem Titelbild wählen. So wird der Fokus auf ein aussagekräftiges Bild gelegt – für alles Weitere reichen dann ggfs. Produktbilder aus. Unsere Empfehlungen: Im Optimalfall verwendet man im Sinne der Alleinstellung eigene Bilder anstelle von Fotos aus Bilddatenbanken.
- **Responsives Design:** Ganz wichtig! Heutzutage besuchen immer weniger Nutzer eine Website über einen Desktop-PC. Deshalb ist die mobile Version immens wichtig und sollte einwandfrei und ohne Fehler, unschöne Bildüberschneidungen etc. funktionieren. Bilder unterliegen dabei keiner festen Größe, sondern werden komprimiert. Es ist unbedingt darauf zu achten, dass die Bildqualität stimmt, die Auflösung ausreichend ist und der Bildausschnitt gut und vorteilhaft gewählt ist. Entsprechende Bildbearbeitungsprogramme oder kostenlose Tools im Internet helfen hierbei. Grundsätzlich ist ein mittlerer Komprimierungswert zwischen 40 und 70% ideal, um sowohl der Desktop- als auch der mobilen Darstellung gerecht zu werden. Lange Ladezeiten mögen Suchmaschinen nicht. Darüber hinaus dürfen Links nicht zu nah beieinanderliegen und das Menü muss auch auf dem Smartphone gut erreichbar sein.
- **Typografie:** Essenziell wichtig ist die richtige Schriftart und -größe. Die Lesbarkeit – möglichst auf allen Ausgabegeräten gleichermaßen – steht an erster Stelle. Grundsätzlich eignen sich serifenlose Schriften besser für Fließtexte als Serifenschriften. Auch sollten nicht mehr als zwei verschiedene Schrifttypen verwendet werden. Wichtig ist außerdem ein möglichst hoher Kontrast zwischen Schrift und Hintergrund – am besten lesbar ist klassisch schwarze Schrift auf weißem Hintergrund.
- **Struktur:** Am besten arbeitet man mit typografischen Hierarchien, sprich Headline, Subheadline und Fließtext. Hinzu kommen hervorgehobene Textteile für Zitate, Kommentare und Ähnliches. Diese können hervorgehoben werden durch Hinterlegungen, Farbigkeit, Schriftgröße etc. Aber: Bitte keine Schriften-Flut. Zwei verschiedene Fonts sind super, mehr machen die Website unruhig. Verwenden Sie ruhig an passenden Stellen das zur Seite fokussierte Keyword in einer Überschrift – das zentriert das Thema für den Leser und wird von Suchmaschinen positiv bewertet.
- **Farbigkeit:** Maximal drei unterschiedliche Farben sollten verwendet werden, sonst wird es zu unruhig.
- **Call-to-Action:** Ein guter „Call-to-Action“-Button – also ein Aufruf zur Handlung wie beispielsweise „hier weiterlesen“ oder „jetzt kaufen“ – fügt sich gut ins Design ein, ist trotzdem nicht zu übersehen und regt den Besucher zu einer Aktion an.



Gut zu wissen



Im Optimalfall verwendet man im Sinne der Alleinstellung eigene Bilder anstelle von Fotos aus Bilddatenbanken.

Auch wenn der Fundus unendlich scheint, kann es ansonsten trotzdem passieren, dass man zufällig dasselbe Headerbild verwendet wie die Konkurrenz.



„Die Kunst liegt oft gerade darin, auch bei nüchternen und auf den ersten Blick unspektakulären Produkten eine ansprechende Website zu gestalten. Das kann mit der Hilfe einer Agentur oder auch mit Bordmitteln realisiert werden. Wichtig ist, dass sich das Design nicht nach der ersten Seite verliert, sondern von vorne bis hinten gut und ansprechend durchzieht. Hochwertige Fotos und eine schlüssige B2B- oder B2C-Strukturierung runden eine gelungen gestaltete Website ab.“

Ute Schmeiser – Schmeiser Marketing, Inhaberin

Kategorie: Online-Shop

Die Gewinner 2019

Im Vordergrund der Kategorie „Online-Shop“ stehen Design, Usability, gute Produktfotos und -informationen.

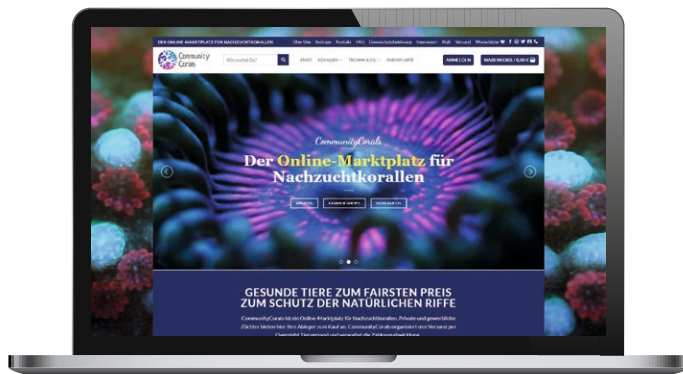


1

Schulte & Sohn Fleischwaren GmbH & Co. KG

Sitz: Mönchengladbach

gourmetfleisch.de



2

CommunityCorals – Dominique Deutzmann

Sitz: Krefeld

communitycorals.de



**digital
HERD**

Experten-Tipps für einen erfolgreichen Online-Shop

Einfachheit ist Trumpf!

Ein Online-Shop soll in allererster Linie verkaufen. Damit das klappt, hier einige wichtige Tipps, auf deren Grundlage auch die Teilnehmer am IHK@ward bewertet wurden:

- **Design:** Es mag offensichtlich sein, aber der erste Eindruck eines Online-Shops lässt sich nicht rückgängig machen. Oft entscheiden Sekundenbruchteile darüber, ob ein Kunde sich weiter im Online-Shop umsieht oder die Seite sofort wieder verlässt. Investieren Sie daher in ein gutes und ansprechendes Shop-Design, welches auf allen Seiten einheitlich ist. Einfachheit ist der Kernpunkt. Der Kunde sollte beim Online-Shopping nicht über die Funktion des Online-Shops nachdenken müssen oder verunsichert werden.
- **Usability:** Der Kunde sucht gezielt nach einem Produkt oder möchte sich in Ihrem Shop umsehen. Für beide Szenarien ist es wichtig, dass Ihr Shop benutzerfreundlich aufgebaut ist. Und zwar für verschiedene Endgeräte. Dazu gehört eine grundsätzlich logische Gliederung. Das Menü sollte mit Begriffen ausgestattet sein, unter denen sich der Kunde direkt etwas vorstellen kann. Er sollte auf der Produktseite mindestens die Informationen bekommen, die er für seine Kaufentscheidung braucht und im Optimalfall durch Klicken noch weiterführende Informationen. Der Kaufprozess sollte den aktuellen Standards entsprechen und für den Nutzer und potenziellen Kunden so komfortabel wie möglich sein.
- **Gutscheine & Aktionen:** Mit gut platzierten Rabattaktionen oder Bundles kurz vor dem Bezahlen erhöhen Sie Ihren Warenkorbwert. Ein Bundle kann beispielsweise ein Zusatzkaufangebot wie Schuhcreme zum neu erworbenen Schuh sein oder eine Hülle zum neuen Handy. Es sollte sich um passende und ansprechende Angebote handeln. Außerdem wird eine kleine Gratis-Überraschung ab einem bestimmten Warenkorbwert ebenfalls gern angenommen. Wenn Sie Ihren neu gewonnenen Kunden auch weiterhin in Ihrem Online-Shop begrüßen möchten, könnten Sie beim Erstkauf eine Newslettereinladung und einen Gutscheincode für Rabatte bei der nächsten Bestellung kombinieren.

Gut zu wissen



Viele Nutzer wissen recht genau, was Sie suchen – und nutzen dafür gerne die Suchfunktion!

Stellen Sie sicher, dass diese einwandfrei funktioniert und nur relevante Ergebnisse liefert, damit der User nicht unnötig durch Produktseiten und -kategorien scrollen muss.



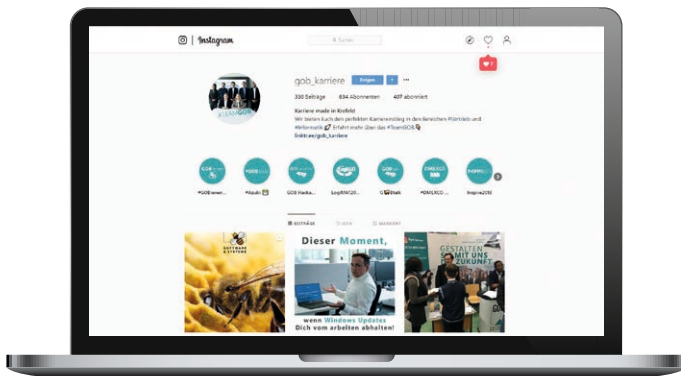
„Die angebotene Ware ist in einem Online-Shop natürlich vorrangig. Das Sortiment muss übersichtlich dargestellt und hochwertig fotografiert sein. Wichtig ist auch eine gute Nutzerführung ohne langes Suchen für den Interessenten. Videos auf Produktebene sind hilfreich und unterstützen den Kunden bei der Kaufentscheidung. Die Produkte müssen ausführlich und informativ beschrieben sein. Wichtig ist auch, dass das Sortiment im Shop überhaupt zu kaufen ist. Bietet ein Shop nur die Möglichkeit einer Bestellanfrage, ist dies nicht im Sinne des Erfinders!“

*Dunja Freimuth – eSales4u,
Dipl. Betriebswirtin (FH)*

Kategorie: Social Media

Die Gewinner 2019

Im Vordergrund der Kategorie „Social Media“ stehen einzigartige Inhalte und aktuelle relevante Postings.



**BEST PRACTICE
INSTAGRAM**

**GOB Software & Systeme
GmbH & Co. KG**
Sitz: Krefeld

 gob.de



**BEST PRACTICE
YOUTUBE**


D & P Schappert GmbH
Sitz: Kaarst

 grobi.tv



**BEST PRACTICE
FACEBOOK**

Volksbank Mönchengladbach eG
Sitz: Mönchengladbach

 voba-mg.de

Experten-Tipps für die perfekte Social-Media-Kampagne

Kreativität und Einzigartigkeit!

Bei einem erfolgreichen Social-Media-Auftritt kommt es vor allem auf Kreativität an. Denn in der kunterbunten Welt der Postings, Hashtags und Stories müssen Sie mit guten Ideen auffallen. Hier unsere Tipps, auf deren Grundlage wir auch die Einreichungen beim IHK@ward bewertet haben:

- **Gut gewählt, ist halb gewonnen:** Mittlerweile gibt es zahlreiche Social-Media-Kanäle, aus denen Sie zunächst die filtern sollten, in denen Ihre Zielgruppe unterwegs ist. Berücksichtigen Sie bei Ihren Überlegungen auch, wie sich Ihre Zielgruppe durchs Internet bewegt und welches Problem Sie mit Ihren Produkten oder Ihrer Dienstleistung für Ihre Kunden lösen.
- **Einzigartige Inhalte:** Für Social Media brauchen Sie guten, möglichst einzigartigen Inhalt rund um Ihre Produkte oder Dienstleistungen. Hilfreich kann es dazu sein, sich Unternehmen anzuschauen, die in ähnlichen Branchen tätig sind. Abonnieren Sie außerdem Marketing-Newsletter mit Best Practice Beispielen – das inspiriert.
- **Passende Inhalte:** Ob Facebook, YouTube, Instagram oder Pinterest – jede Plattform folgt anderen Gesetzmäßigkeiten und Mechanismen. Bespielen Sie jede Plattform mit inhaltlich und formal adäquatem Content.
- **Kanalspezifische Funktionen und Instrumente nutzen:** Wenn Sie sich für eine Auswahl an Social-Media-Kanälen entschieden haben, sollten Sie versuchen, die dort angebotenen Funktionen und Instrumente, wie z. B. die Story auf Instagram oder Facebook-Bewertungen, auszunutzen. So erreichen Sie Ihre Zielgruppe an mehreren Punkten im jeweiligen Kanal.
- **Am Ball bleiben:** Die Social-Media-Welt ist enorm schnelllebig. Fast täglich ändern sich Einstellungen, Tools und rechtliche Aspekte. Bleiben Sie hier auf dem Laufenden – über die Social-Media-Kanäle direkt und über entsprechende Fachnewsletters. Antworten Sie schnell auf Kundenanfragen im Social Web. Kunden erwarten eine Antwort in Kürze. Regelmäßigkeit und Aktualität sind immens wichtig!



Unser Tipp



Ihre Mitarbeiter kennen Lösungswege für bekannte Probleme – aber kennen diese auch Ihre Nutzer?

Hierfür eignen sich Social-Media-Kanäle hervorragend! Sie erreichen die User direkt und können unkompliziert Hilfestellung, Tipps und Lösungsvorschläge anbieten.

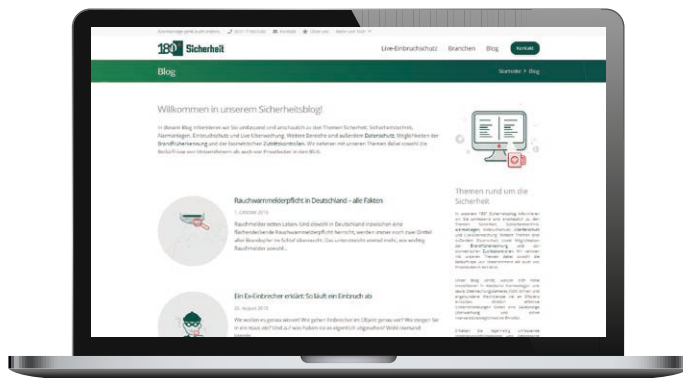
„Social-Media-Kanäle sind wunderbar geeignet, um die spezifische Zielgruppe abzuholen und regelmäßig und aktuell über Neues aus dem Unternehmen zu informieren. Hierbei zählt die Kundenwertschätzung und die Kommunikation mit dem Kunden. Eine Kampagne in sozialen Netzwerken sollte den Nutzer immer persönlich ansprechen, im Idealfall einen Blick hinter die Kulissen ermöglichen.“

*Thomas Mielke – webandmore –
Das Internetsystemhaus, Gründer und Inhaber*

Kategorie: Unternehmensblog

Der Gewinner 2019

Im Vordergrund der Kategorie „Unternehmensblog“ stehen aktuelle Informationen und Mehrwerte für den Nutzer.



**BEST
PRACTICE**

180° Sicherheit GmbH
Sitz: Meerbusch

[180-grad.de](https://www.180-grad.de)



Experten-Tipps für den gelungenen Corporate Blog

Bleiben Sie auf dem Laufenden!

Die meisten Unternehmen nutzen einen Blog, um kostenlose Informationen zur Verfügung zu stellen, ihr Unternehmen vorzustellen und vor allem, um Kompetenzen zu vermitteln. Hier unsere Tipps für einen erfolgreichen Unternehmensblog, auf deren Grundlage wir auch die Einreichungen beim IHK@ward bewertet haben:

- **Zielgruppe definieren:** Bevor Sie einen Blog mit Texten, Bildern und weiteren Informationen füllen, sollten Sie sich Gedanken darüber machen, für wen Sie den Blog schreiben. Nur so erreichen Sie mit jedem Beitrag eine optimale Zielgruppenansprache.
- **Design:** Das Blogdesign sollte – wie ein gedrucktes Magazin – Lust machen, den Blog zu lesen. Dazu gehört neben einer guten Struktur auch ein frisches, modernes Design sowie ein gutes Text-/Bildverhältnis.
- **Storytelling:** Ein Blog lebt von guten, einzigartigen Geschichten aus der Welt Ihres Unternehmens. Sammeln Sie diese Geschichten konstant im Arbeitsalltag, sprechen Sie mit Mitarbeiter/innen aus unterschiedlichen Bereichen und gründen Sie ein Blog-Team – mehr Augen und Ohren identifizieren auch mehr Geschichten.
- **Vernetzen:** Binden Sie Ihren Blog auch auf Ihren vorhandenen Social-Media-Kanälen ein, um so mehr Traffic zu generieren. Andersherum können Sie auch Ihren Blog nutzen, um mögliche Kunden auf Ihren Online-Shop weiterzuleiten. Eine gute Vernetzung ist das A und O! Wichtig ist nur, dass alles benutzerfreundlich und übersichtlich bleibt.
- **Kommentarfunktion:** Geben Sie Ihren Besuchern die Möglichkeit zum Austausch. Wichtig ist, dass die Nutzer in der Lage sind, Produkte und Leistungen zu kommentieren, spezifische Fragen zu stellen und weitere Informationen einzuholen. Natürlich essenziell: Achten Sie darauf, unverzüglich zu antworten!

Gut zu wissen



Nutzer besuchen Ihren Blog regelmäßig, wenn sie über Serien gebunden werden! Versuchen Sie, Inhalte zu spezifischen Themengebieten zu bündeln und regelmäßig mit aktuellen Topics zu befüllen. So erreichen Sie User, die immer wiederkehrend Informationen einholen und auf dem Laufenden bleiben möchten.



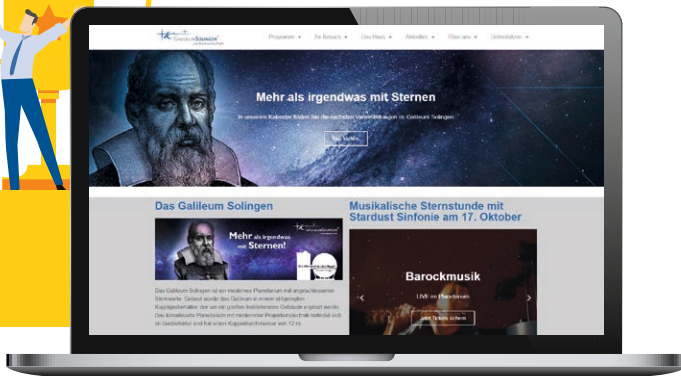
„In der Kategorie Unternehmensblog gab es Einreichungen, die grundsätzlich ansprechend gestaltet und umgesetzt worden sind. Das Problem ist vielfach aber die Aktualität und Regelmäßigkeit der Postings. Ein Blog, dessen letzter Eintrag viele Wochen zurückliegt, kann leider nicht im Sinne der guten Kundenkommunikation bewertet werden!“

*Sabine Haas – result gmbh,
Gründerin und Geschäftsführerin*

Kategorie: Non-Profit-IHK@ward

Die Gewinner 2019

Im Vordergrund der Kategorie „Non-Profit-IHK@ward“ steht die Zielgruppe und der Nutzen der Website.



1

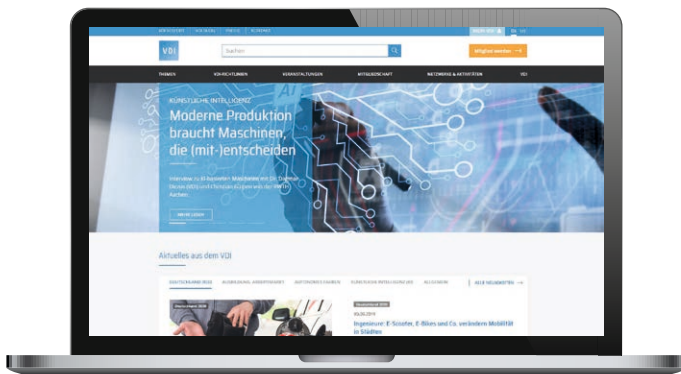
Walter-Horn-Gesellschaft e.V. – Galileum Solingen

Sitz: Solingen

galileum-solingen.de

Agentur: CGW GmbH

c-g-w.net



2

VDI Verein Deutscher Ingenieure e.V.

Sitz: Düsseldorf

vdi.de

Agentur: WFP3 GmbH & Co. KG

teamwfp.de



3

Verein für Heimatpflege e.V. Viersen

Sitz: Viersen

viersener-salon.de

Agentur: GÖRRES & FRIENDS

goerres-friends.de

Experten-Tipps für Vereine, Organisationen und Initiativen

Inhalte vermitteln!

Sie haben keine klassische Unternehmensseite, sondern eine Online-Präsenz für Ihren Verein, eine Kommune, Organisation oder eine Initiative? Genau dafür gibt es unsere Kategorie ‚Non-Profit‘. Hier bekommen Sie Tipps, auf deren Grundlage wir die Einreichungen beim IHK@ward bewertet haben:

- **Zielgruppe kennen:** Auch bei Non-Profit Websites ist es unerlässlich, dass Sie Ihre Zielgruppe genau kennen. Dazu sollten Sie sich eine konkrete Persona vor Augen führen, einen Stellvertreter Ihrer Zielgruppe. Nur so können Sie die Inhalte Ihrer Website konsequent für diese Zielgruppe ausgestalten.
- **Austausch fördern:** Personen, die auf Ihre Seite stoßen, verfolgen in den meisten Fällen ähnliche Interessen. Schaffen Sie für Ihre Website-Besucher einen Bereich zum Austauschen durch eine Plattform oder verbinden Sie Social-Media-Kanäle wie Facebook und Instagram und laden Sie auf Ihrer Website zu einer Facebook-Gruppe ein.
- **Emotionale Ansprache:** Setzen Sie beim Design möglichst auf eigenes Bildmaterial, das Ihr Thema auf der emotionalen Ebene gut transportiert.
- **Aufruf zur Aktion mit sog. „Call-to-Action“:** Ist Ihre Organisation auf Spenden angewiesen, kommunizieren Sie das klar auf Ihrer Website und binden an passender Stelle einen entsprechenden Spendenaufruf ein. Wichtig dabei ist, dass die Durchführung der Spende für den/die Spender/in so einfach wie möglich ist.



Gut zu wissen



Gerade für Organisationen, die Ihre Projekte vorstellen und Inhalte ihrer Arbeit vermitteln möchten, sind gute Bilder und schönes Storytelling immens wichtig.

Holen Sie den User ab, lassen Sie ihn teilhaben – so wird es ihm am Ende deutlich leichter fallen, Ihre Sache zu unterstützen und ggfs. auch finanziell mitzuwirken.

„Auch für Vereine, Kommunen oder Non-Profit-Organisationen ist es wichtig, bei ihrem Webauftritt die Grundlagen zu Gestaltung und Nutzerfreundlichkeit zu beachten. Eine gelungene Umsetzung beinhaltet auch hier die konkrete Ansprache der Zielgruppe, die Aktualität von Beiträgen und Terminen sowie ein stimmiges Gesamtkonzept mit hochwertigen ansprechenden Bildern.“

*Thomas Mielke – webandmore –
Das Internetsystemhaus, Gründer und Inhaber*

Mein Internetcheck: Ihr Leitfaden für eine moderne Internetpräsenz

Eine moderne Internetpräsenz ist heute Aushängeschild, Kundeninformation und Dialogplattform zugleich. Dabei sind die Möglichkeiten, sich im World Wide Web zu präsentieren, sehr vielfältig. Für viele sind sie unübersichtlich und verwirrend. Zudem entwickelt sich die Technik rasant. Wo liegen die Stolpersteine und Hürden und was gilt es bei der Planung oder einem Relaunch Ihrer Internetpräsenz zu beachten? Bei diesen Fragen möchte „Mein Internetcheck“ Ihnen zur Seite stehen und Sie auf die Planung vorbereiten.

MEIN INTERNETCHECK

Was ist für mein Unternehmen sinnvoll?

Mein Internetcheck gibt Ihnen einen individuellen Leitfaden an die Hand und unterstützt Sie dabei, alle wichtigen Punkte im Blick zu behalten. Sie erhalten ein solides Grundgerüst für die Entwicklung und Optimierung Ihres Auftritts im World Wide Web.

Ansprechpartnerin



Tanja Neumann
Innovation, Digitales
und Wachstum
☎ 02161 241-140
@ neumann@mittlerer-
niederrhein.ihk.de

🌐 mein-internetcheck.de

Was bringt Mein Internetcheck?

Sie erhalten einen individuellen Leitfaden mit unseren Tipps und Empfehlungen, den Sie sich ausdrücken und für die interne Kommunikation in Ihrem Unternehmen nutzen können. Oder Sie nehmen ihn mit in die Beratungsgespräche mit Dienstleistern, die Sie mit der Umsetzung Ihrer Internetpräsenz beauftragen möchten. Für die Beantwortung der Fragen sollten Sie 20 Minuten Zeit einplanen.

Haben Sie noch Fragen?

Mein Internetcheck hat nicht alle Ihre Fragen beantwortet? Dann sprechen Sie uns gerne an! Wir stehen Ihnen bei individuellen Fragen mit unserem vielschichtigen Beratungsangebot zur Seite.

mein-internetcheck.de

Gewinneragenturen 2017 und 2019

Agentur	Sitz	Firmen-URL	Gewinner-URL
CGW GmbH	Willich	c-g-w.net	bester-beifahrer.de galileum-solingen.de
Christian Hinz	Erfstadt	milkycode.com	meerbuscher-kulturkreis.de
Digital art media nova GmbH	Mönchengladbach	digital-art.de	gob.de
GÖRRES & FRIENDS	Willich	goerres-friends.de	viersener-salon.de
iAn interAKTIVnet GmbH	Böblingen	interaktiv.net	gourmetfleisch.de
Medienkonzepte Köln	Köln	medienkonzepte.de	neusserbauverein.de
Reiber Marketing GmbH	Krefeld	reiber-marketing.de	laumans.de
Roth & Freude	Köln	roth-und-freunde.com	dr-hahn.eu
WFP3 GmbH & Co. KG	Mönchengladbach	teamwfp.de	fahl-lochbleche.de vdi.de
Woltermann Marketingberatung	Krefeld	woltermann-marketingberatung.de	imrecycling.de
Zenpress	Kaarst	zenpress.de	brautbluete.de





Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein

Impressum

Herausgeber:

Industrie- und Handelskammer
Mittlerer Niederrhein
Nordwall 39
47798 Krefeld

Ansprechpartnerin:

Tanja Neumann
Innovation, Digitales und Wachstum
☎ 02161 241-140
@ neumann@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Redaktion und Gestaltung:

CGW GmbH, Willich

Bildnachweise:

teracreonte, o_dio_mio, PureSolution, shockfactor.de (Titel); Photofashion.de (Seite 4), skilledV (Laptop – Seite 6–16)

Druck:

Zarbock Druck- und Verlagshaus GmbH & Co. KG, Frankfurt a. M.

Stand:

Oktober 2019

Alle Rechte liegen beim Herausgeber. Ein Nachdruck – auch auszugsweise – ist nur mit ausdrücklicher schriftlicher Genehmigung des Herausgebers gestattet.

Ihre IHK Mittlerer Niederrhein vor Ort

Nordwall 39
47798 Krefeld
☎ 02151 635-0
@ ihk@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Bismarckstraße 109
41061 Mönchengladbach
☎ 02161 241-0
@ ihk@mittlerer-niederrhein.ihk.de

Friedrichstraße 40
41460 Neuss
☎ 02131 9268-0
@ ihk@mittlerer-niederrhein.ihk.de