



Website Award NRW 2010

Website Award NRW 2010 Die besten Webseiten aus Nordrhein-Westfalen

Die Preisträger
www.nrw.website-award.net

Die Veranstalter:

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



Impressum

Text und Redaktion, Herausgeber

Münsterländer Kompetenzzentrum für den elektronischen Geschäftsverkehr (MÜKE)
Echelmeyerstraße 1-2
48163 Münster
Tel. 02 51/705-1425, Fax -55-1425
www.ec-mueke.de

Aachener Competence Center
Electronic Commerce (ACC-EC)
Pontdriesch 14/16, 52062 Aachen
Tel. 02 41/4 7705-330, Fax -199
www.acc-ec.de

E-Commerce-Center Handel
(ECC Handel)
Dürener Straße 401 b
50858 Köln
Tel. 02 21/94 3607-70, Fax -75
www.ecc-handel.de

Electronic Commerce-
Kompetenzzentrum Ruhr
(EC-Ruhr)
Martin-Schmeißer-Weg 4
44227 Dortmund
Tel. 02 31/97 50 56-21, Fax -10
www.ec-ruhr.de

Kompetenzzentrum Electronic
Commerce Bonn/Rhein-Sieg
(KompEC Bonn/Rhein-Sieg)
Bonner Talweg 17, 53113 Bonn
Tel. 02 28/22 84-138, Fax -221
www.kompec.de

Druck

Druckerei Burlage

Stand

April 2010

Die Sponsoren:

bol.de
einfach rund!

**Gaffel
Rölsch**

K A M E H A
GRAND

Lindt

Inhalt

Website Award NRW 2010	4
1. Platz	5
2. Platz	6
3. Platz	7
Die Plätze 4 bis 10	8
Die Jury	8
Sieger der Wettbewerbe 2006 bis 2009	9
Online-Ratgeber „Webseite-Gestaltung“	9
Checkliste für einen erfolgreichen Webauftritt	10

Website Award NRW 2010

Informationen zum Wettbewerb

Die Kompetenzzentren für den elektronischen Geschäftsverkehr in Aachen, Bonn, Köln, Münster und Dortmund haben bereits zum vierten Mal den landesweiten Website Award NRW für die besten Internetauftritte kleiner und mittlerer Unternehmen in Nordrhein-Westfalen durchgeführt.

Der Landeswettbewerb findet im Rahmen des bundesweiten, vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie geförderten NEG Website Award 2010 des Netzwerks Elektronischer Geschäftsverkehr statt. Zeitgleich werden in anderen Bundesländern 13 Landeswettbewerbe veranstaltet. Aus den Landessiegern werden abschließend die Bundespreisträger des NEG Website Award 2010 ermittelt und auf dem NEG-Mittelstandskongress am 9. und 10. Juni 2010 in Bremen gekürt.

Hauptbewerbungskriterium ist die Qualität der Zielgruppenansprache. Dabei ist die Aufbereitung der verfügbaren Informationen rund um die Produkte/Dienstleistungen ebenso relevant wie die technische Umsetzung geeigneter Funktionalitäten, unabhängig davon, ob die Website zur reinen Unternehmenskommunikation, zu Geschäftsaktionen oder auch zum Vertragsabschluß genutzt werden kann. Der Preis soll dazu beitragen, die Bedeutung eines sorgfältig konzipierten Internetauftritts als unternehmerischen Erfolgsfaktor hervorzuheben und KMU Impulse zur Nachahmung geben.

Der Erstplatzierte nimmt an der Ausscheidung zum Online-Publikumspreis des Handelsblatts und der Computerwoche teil und ist für den Bundeswettbewerb NEG Website Award (www.neg-website-award.de) nominiert. Der NEG Website Award 2010 ist mit einem Preisgeld von 6.000 Euro dotiert und wird im Rahmen des NEG Mittelstandskongress in Bremen verliehen.

Teilnehmen konnten KMU aller Branchen aus Handwerk, Industrie und Handel mit Sitz in Nordrhein-Westfalen, deren Web-Präsentation im Zeitraum der Ausschreibung (18. Januar bis 28. Februar 2010) zugänglich war und sich bis zur Preisverleihung nicht wesentlich änderte. Web-Designer und Web-Agenturen waren von der Teilnahme ausgeschlossen. Allerdings war es ihnen möglich, die Seiten ihrer Kunden anzumelden. Aus allen Websites, die den formalen Anforderungen – wie bspw. rechtsgültiges Impressum und die Nennung der Datenschutzerklärung – erfüllten, wurden die 18 besten durch eine Vorbewertung der NRW-Kompetenzzentren für den Website Award NRW 2010 nominiert.

In einer anschließenden Sitzung wählte die Jury die Preisträger aus. Die von der Jury prämierten Beiträge wurden im Rahmen einer Preisverleihung am 27. April 2010 in Aachen ausgezeichnet.

1. Platz



www.eversgmbh.de

Evers GmbH

Graf-Zeppelin-Straße 10-12

46149 Oberhausen

Tel. 0208/994 75-0

evers@eversgmbh.de

Begründung der Jury

Die Website der Evers GmbH aus Oberhausen überzeugt durch attraktives Design, einfache Orientierung und sehr gute Funktionalität. Trotz der enormen Fülle an Fachinformationen zu den einzelnen Themenbereichen behält der Nutzer stets die Übersicht. Die klare Struktur erlaubt den Besuchern von www.eversgmbh.de, die für sie relevanten Themen in kürzester Zeit zu finden. Dies wird unter anderem durch die plakative farbliche Aufteilung der unterschiedlichen Themenbereiche erreicht. Die Farben erleichtern die Orientierung in der Navigation und tragen zu einer hohen Benutzerfreundlichkeit bei.

Besonders großer Wert wird auf die Segmente Beratung und Service gelegt, die sich aus jedem Bereich der Website mit einem Klick ansteuern lassen. Gerade der Rückruf-Service und die verfügbaren Informationen über zusätzliche Sprachkenntnisse der Ansprechpartner sind Indiz für die starke Kundenorientierung und die ausgereiften Kontaktfunktionen. Gibt es Fragen bezüglich Fachbegriffen aus den einzelnen Bereichen, kann der Nutzer diese im ausführlichen Website-eigenen Fachlexikon nachschlagen oder auf zahlreiche themenbezogene PDF-Dokumente, Filme und integrierte Praxisbeispiele zugreifen.

Alles in allem schafft es die Evers GmbH durch eine äußerst klare Struktur der Website geballte Informationen zum Leistungsspektrum und den einzelnen Produkten übersichtlich, informativ und optisch ansprechend darzustellen. Dies sichert eine durchgängig hohe Benutzerfreundlichkeit. Gleichzeitig bleibt der Online-Auftritt stets persönlich, da auf allen Produktseiten direkt auf den persönlichen Ansprechpartner von Evers verwiesen wird. Neben diesen herausragenden Funktionen wird unter anderem besonders viel Wert auf die Berücksichtigung von Social Media-Aspekten gelegt. So verfügt die Evers GmbH z. B. über einen eigenen Blog, eine Facebook-Präsenz und einen Twitter-Kanal, die kontinuierlich aktualisiert werden. Diese Internetaktivitäten unterstreichen die zeitgemäße und innovative Ausrichtung des Unternehmens.



Zum Unternehmen und seiner Website

Das Unternehmen wurde 1930 in Oberhausen von Rudolf Evers gegründet und verfolgte anfangs das Ziel den Bedarf der dortigen Lederwarenindustrie an unterschiedlichsten Nähmaterialien und Hanf- oder Sisalfasern zu decken und diese Artikel in großer Sortierung auf Abruf auf Lager zu halten. Im Zuge der wachsenden Bedeutung der Hanf- und Sisalerzeugnisse auf dem europäischen und außereuropäischen Markt wurde 1956 mit 12 anderen Handelsbetrieben die bundesweit tätige CANAPA Handelsgesellschaft gegründet.

Durch die neuen Technologien in den 70er und 80er Jahren wurde das Produktangebot stets weiterentwickelt und ausgebaut, wodurch die Evers GmbH in den folgenden Jahrzehnten zu einem der bedeutendsten Unternehmen in der Branche heranwuchs. Im November 2005 wurde schließlich das Qualitätsmanagementsystem nach DIN EN ISO 9001:2000 eingeführt, was die besondere Qualität und Güte der Unternehmensleistungen herausstellt.

Die Website in ihrer jetzigen Form startete Ende des Jahres 2009 und überzeugt durch eine äußerst ansprechende und übersichtliche Darstellung der einzelnen Themen- bzw. Produktbereiche. Neben dem inhaltlichen, informativen Faktor wurde besonders viel Wert auf die Bereiche Beratung und Service gelegt, die durch zahlreiche Kontaktmöglichkeiten ergänzt wurden. Eine deutliche Hürde vieler Unternehmen wurde somit erfolgreich gemeistert und sorgt für Transparenz und Vertrauen ins Unternehmen aus Kundensicht. Interaktivität, Übersichtlichkeit, Benutzerfreundlichkeit – drei Aspekte, die vorbildlich durch die Neugestaltung der Website realisiert wurden.



2. Platz



www.filthaus.de
Filthaus plastic GmbH
 In der Helle 18 a
 58566 Kierspe
 Tel. 0 23 59/2 96 60
 info@filthaus.de



Begründung der Jury

Das Unternehmen Filthaus plastics GmbH aus Kierspe geht mit seiner Website in Verbindung mit einer geschickten Multimedia Integration einen innovativen Weg, der eigenen Produktpräsentation. Aussagekräftige Texte und Bilder zeichnen ein klares Bild des mittelständigen Unternehmens und bringen dem Besucher das Unternehmen und die Produktion individueller Cremedosen, Tiegeln, Schraub-, Stülpedeckeldosen als auch technischer Sonderteile auf sympathische Art näher. Die Webseite zeigt, dass ein guter Internetauftritt nicht immer auch ein umfangreicher Internetauftritt sein muss und trotzdem viele Aspekte abdecken kann.

Das scheinbar trockene Thema Kunststoffproduktion wird in angenehmen Informationshappen aufgeteilt. Die Präsentation des Unternehmens sowie seiner Produkte wird durch die im Kopfbereich platzierten Kurzfilme mit dem aus N24 und Galileo bekannten Reporter und Moderator Joachim Fechner sowie inhaltsreichen Fotos zum Surferlebnis. Dieser Eindruck wird durch ein farblich angenehmes Design sowie einem guten Text-Bild-Verhältnis noch verstärkt. Der Besucher wird ferner durch eine solide Suchfunktion und eine Sitemap bei der Entdeckung der Webseite unterstützt und kann durch zahlreiche zum Download angebotene Dokumente weitergehende Informationen zu den Produkten und dem Unternehmen abrufen.

Die konsequente Fokussierung auf die eigenen Produkte und den Kundennutzen zeigt nicht zuletzt ein Produktkonfigurator mit dem individuelle Angebote für eigene Produktanwendung angefordert werden können. Die Filthaus plastic GmbH ist damit ein gutes Beispiel wie ein Unternehmen über die eigenen Produkte und Dienstleistungen im Internet informieren und den Internetauftritt als Arbeitsinstrument und Vertriebskanal nutzen kann.

Zum Unternehmen und seiner Website

Das Unternehmen wurde 1988 in Kierspe gegründet und beschäftigt zurzeit 17 Mitarbeiter. Von Anfang an gehörte es zu den innovativen Herstellern technischer Kunststoffzeugnisse. Zunächst wurden Kunststoffverschlüsse für die Kosmetikindustrie gefertigt, bis 1992 die ersten Schraubdeckeldosen entstanden, die seitdem das Kerngeschäft ausmachen. Zu den vielfältigen Kunden des Unternehmens zählen unter anderem Kaldewei, Hereaus, Bayer HealthCare oder Lattoflex.

Unter der neuen Firmierung Filthaus plastics GmbH wurde das Sortiment ab 1992 ständig erweitert und zusätzliche Services in die Leistungspalette aufgenommen.

Die jetzige Internetseite www.filthaus.de startete im September 2009 und führte zu einer signifikanten Verbesserung der Zugriffszahlen und Verweildauer auf dieser Webseite. Die angesprochene Zielgruppe der Einkäufer aus solchen Branchen wie z. B. Ernährung, Kosmetik oder Dentalprodukte äußerte sich durchweg positiv zu dem Webauftritt. Besonders hervorgehoben wurden die Übersichtlichkeit und leichte Bedienbarkeit der Internetseite sowie die Möglichkeit die Internetseite als Arbeitsinstrument für die Anforderung individueller Angebote zu nutzen.



3. Platz

schwitzen.com
 bei schwitzen + körpergeruch

www.schwitzen.com
schwitzen.com
 Gelderstraße 20
 47495 Rheinberg
 Tel. 0 28 43/9093 80
 info@schwitzen.com



Begründung der Jury

Zu starkes Schwitzen kann mitunter sehr unangenehm sein. Abhilfe schaffen effektive Mittel gegen Schwitzen und Körpergeruch. Diese werden im Online-Shop der Website www.schwitzen.com angeboten.

Das allein ist aber noch nicht das Besondere an diesem Webauftritt. Die Besucher der Website profitieren davon, dass Antitranspirante und andere Produkte jederzeit leicht auffindbar sind – und das auch anonym, wenn dies gewünscht wird. Ein individueller Produktfinder unterstützt die Suche zusätzlich. Ausführliche Produktbeschreibungen eröffnen den Interessenten Einblicke in alle wichtigen Detailfragen (z. B. zu Inhaltsstoffen, Indikatoren und Anwendungsgebieten).

Aber der Webauftritt bietet noch mehr: Ganz im Sinne einer sozialen Vernetzung im Internet werden beispielsweise Facebook und Twitter genutzt. Von dort aus werden auch Rabatte für bestimmte Produkte gewährt. Blogs mit Neuheiten zum Thema „Schwitzen“ können zusätzlich abgerufen werden. Viel Wert legt www.schwitzen.com auf die interaktive Einbindung der Website-Besucher. Großen Raum nimmt der Menüpunkt „Service und Hilfe“ ein. Zur Verfügung gestellt wird nicht nur die Möglichkeit zur telefonischen Direktbestellung, sondern auch ein Support-Forum, das die Chance bietet, Meinungen zu den Produkten, Kritik und Ideen im interaktiven Austausch kund zu tun. Schließlich können die Kunden auch ihre Zufriedenheit mit dem Shop bewerten. Dass Betroffene keine Scheu haben müssen, sich online zu äußern, wird durch den offenen Umgang mit dem Thema erleichtert. Hierzu gibt es z. B. mehrere Video-Sequenzen auf der Seite, die für eine entsprechende Transparenz sorgen.

Zum Unternehmen und seiner Website

www.schwitzen.com ist eine Website der Hans-Christian-Wichert und Sascha Ballweg GbR. Das Unternehmen aus Rheinberg ging 2005 als reiner Webshop für Antitranspirante online. Die Motivation, sich diesem Thema zu widmen, basiert darauf, dass Mitbegründer Sascha Ballweg selbst Betroffener einer Hyperhidrose (übermäßige Schweißproduktion) ist.

Bereits innerhalb weniger Monate konnte das angestrebte Verkaufsziel von Antitranspirant-Produkten erreicht und schon bald deutlich übertroffen werden. Durch den Erfolg der Antitranspirante motiviert, wurde das Sortiment schon bald auf sinnvolle Zusatzprodukte ausgedehnt. Dazu zählen u. a. Produkte gegen mögliche Hautreizungen wie Jucken oder Brennen, die durch Verwendung von Antitranspiranten (insbesondere qualitativ minderwertigere Produkte) ausgelöst werden können.

Um dem Anspruch, qualitativ hervorragende Produkte bei größtmöglichem Service anzubieten, gerecht zu werden, nimmt die individuelle Produktberatung einen großen Raum im Online-Shop ein. Jeder Kunde kann sich kostenlos und persönlich, auf Wunsch auch anonym, über die für ihn am besten geeigneten Produkte beraten lassen, z. B. telefonisch, per „Ticket-System“ oder in einem separaten Hilfe-Forum. Das Unternehmen legt besonderen Wert auf transparente Kundenmeinungen zu den angebotenen Produkten. Ziel ist es, den Nutzen einer Problemlösung durch virales Marketing mit Hilfe von nachvollziehbaren echten Produktbewertungen zu streuen.



Die Plätze 4 bis 10

Platz 4:

www.tea-exclusive.de
Tea exclusive, Kierspe
(Online-Shop für exklusive Tees)

Platz 5:

www.jdn.de
J.D. Neuhaus GmbH & Co. KG, Witten
(Spezialist für Druckluft-Hebezeuge)

Platz 6:

www.gasgrill-shop.com
Gasgrill-Shop, Lüdenscheid
(Online-Shop für Gasgrille)

Platz 7:

www.123style.de
Triple Style GbR, Oberhausen
(Online-Shop für Design Möbel)

Platz 8:

www.gasmessung.de
GfG Gesellschaft für Gerätebau mbH, Dortmund
(Spezialist für Gasmessung und Gaswarttechnik)

Platz 9:

www.umfulana.de
Umfulana – individuelles Reisen GmbH, Kürten
(Spezialist für Individualreisen)

Platz 10:

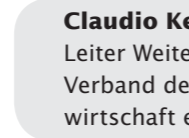
www.johne-co.de
Johne & Co. Präzisionswerkzeuge GmbH, Dorsten
(Spezialist für Zerspanungstechnik in der Metallbearbeitung)



Die Jury



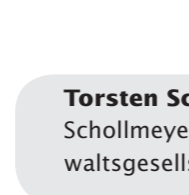
Rolf Chung
Leiter Geschäftsstelle des
VDEB Verband IT-Mittelstand
e. V., Aachen



Claudio Kerst
Leiter Weiterentwicklung, eco –
Verband der deutschen Internet-
wirtschaft e. V., Köln



Wido Kintzel
Unternehmensberatung
Handwerkskammer Münster



Torsten Schollmeyer
Schollmeyer & Rickert Rechtsan-
walts-gesellschaft mbH, Bonn



Mike Goorman
Schollmeyer & Rickert Rechtsan-
walts-gesellschaft mbH, Bonn



Peter Schumacher
Projektmanager Branchenentwicklung
Informations- und Kommunikations-
wirtschaft, EWG – Essener Wirtschafts-
förderungsgesellschaft mbH



Sylvia Tiews
Branchenentwicklung IT/Koordination
Kreativwirtschaft, dortmund-project
(Wirtschaftsförderung Dortmund)

Für die Kompetenzzentren

Andreas Duscha, ECC Handel, Köln
Heiko Oberlies, KompEC Bonn/Rhein-Sieg
Alexa Pieper, MÜKE, Münster
Holger Schneider, EC-Ruhr, Dortmund
Ivonne Schwaar, ACC-EC, Aachen

Die Sieger der Wettbewerbe 2006 bis 2009

2006

Kategorie „Beste Unternehmenspräsentation“

Platz 1: www.umfulana.de

Umfulana GmbH, Kürten (Spezialist für Individualreisen)

Platz 2: www.buschfeld.de

Buschfeld Design GmbH, Köln (Leuchten und Lichtsysteme)

Platz 3: www.ilt.info

ILT Industrie-Luftfiltertechnik GmbH, Ruppichterath

Kategorie „Beste E-Commerce Webseite“

Platz 1: www.gatz-kanus.de

Gatz-Kanus GmbH, Köln

Platz 2: www.wintereffects.com

Snow-Business GmbH, Lotte mit

Platz 3: www.hoffmann-verpackung.de

Moderne Verpackung Hoffmann GmbH, Kaarst

2007

Platz 1: www.musik-produktiv.de

Musik Produktiv GmbH, Ibbenbüren
(Online-Shop für Musikinstrumente)

Platz 2: www.subreport.de

Schawe-Verlag, Köln

Platz 3: www.hoergeraete-hermeler.de

Hörgeräte Hermeler GmbH, Rheinbach
und **www.bkd.de**
bkd GmbH, Recklinghausen (Vertrieb und Marketing)

2009

Platz 1: www.gaffel.de

Privatbrauerei Gaffel Becker & Co.oHG, Köln

Platz 2: www.purador.de

Ulrike Moser & Thomas Reinartz GbR, Düsseldorf

Platz 3: www.puetz-roth.de

Pütz-Roth Bestattungen und Trauerbegleitung,
Bergisch Gladbach



Online-Ratgeber „Website-Gestaltung“

Ein Besucher einer Webseite entscheidet meist innerhalb weniger Sekunden, ob es sich lohnt zu bleiben oder nicht. Insbesondere die Übersichtlichkeit spielt hierbei eine besondere Rolle: Findet sich ein Besucher nicht zurecht, ist es eher unwahrscheinlich, dass er selbst mühevoll versucht, sich einen Überblick über das Online-Angebot zu verschaffen. Eine klare Menüführung sowie eine Suchfunktion sind folglich nicht nur hilfreich, sondern eher unerlässlich. Darüber hinaus erleichtern eine Sitemap, ein Home-Button und eine interne Verlinkung dem Besucher den Aufenthalt auf der Website. Deutsche KMU scheinen sich dieser Anforderung jedoch nicht bewusst zu sein, das zeigt die Auswertung der Antworten des Online-Ratgebers „Website Gestaltung“.

Der Online-Ratgeber „Website-Gestaltung“, der vom Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr im Rahmen des vom Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) geförderten Projekts „KMU-orientierte Website-Gestaltung“ entwickelt wurde, bietet Unternehmen die Möglichkeit zu überprüfen, ob ihre Website die wichtigsten gestalterischen, organisatorischen, technischen und rechtlichen Anforderungen erfüllt. Mittels 12 kurzer Fragen überprüft der Ratgeber die benannten Aspekte und bietet, basierend auf den Antworten, individuelle Handlungsanleitungen zur Verbesserung der jeweiligen Website.

Über die kompakt formulierten Richtlinien des Online-Ratgebers hinaus wird den Teilnehmern auch ein ausführlicher und kostenloser Leitfaden mit detaillierten Informationen zur Website-Gestaltung zur Verfügung gestellt. Mit Hilfe des Leitfadens können Unternehmen ihre bisherige Website analysieren und etwaigen Änderungsbedarf erkennen. Der Online-Ratgeber steht unter <http://ratgeber.website-award.net/> kostenfrei zur Verfügung.

Checkliste für einen erfolgreichen Webauftritt

Technik und Design

Ein Internetauftritt ist heutzutage für kleine und mittlere Unternehmen unverzichtbar. Neben der Unternehmensdarstellung für Geschäftspartner und potenzielle Kunden dient er vermehrt als zusätzlicher Vertriebskanal, dessen Bedeutung stetig zunimmt. Die Webseite eines Unternehmens prägt dabei dessen Image bei den Besuchern und stellt ein wichtiges Instrument zur Kundenbindung dar. Es gibt jedoch zahlreiche Faktoren, die bei der Gestaltung von Webseiten beachtet werden müssen. Eine ansprechende Gestaltung sowie eine gute Funktionalität des Webauftritts sind dabei von besonderer Bedeutung:

1. Entwickeln Sie Ihren Webauftritt aus Sicht Ihrer potenziellen Kunden. Gehen Sie inhaltlich, technisch und funktional auf die Wünsche und Erwartungen Ihrer Zielgruppe ein (z. B. was erwarten potenzielle Kunden von der Webseite, wonach suchen potenzielle Kunden).
2. Bieten Sie wesentliche Funktionen und Informationen in einer Form an, die ohne zusätzliches Plug-in (z. B. Flashplayer) funktionieren. Sollte sich der Einsatz eines Plug-ins nicht vermeiden lassen, bieten Sie einen direkten Link zur Downloadseite des Plug-ins an.
3. Bieten Sie Ihren potenziellen Kunden einen konkreten Vorteil bzw. Mehrwert mit Ihrem Online-Angebot (z. B. aktuelle Informationen zu Ihren Produkten und Dienstleistungen, direkte Möglichkeiten der Kontaktaufnahme mit Ihnen).
4. Achten Sie auf eine gute Lesbarkeit der angebotenen Informationen und zwar sprachlich wie gestalterisch. Wählen Sie z. B. Begriffe, die Ihre potenziellen Kunden verwenden würden und formulieren Sie einfach und prägnant. Verwenden Sie Farben und Schriftarten die für eine Bildschirmpräsentation geeignet sind. Wählen Sie eine serifenlose Schrift (z. B. Arial, Verdana) und verzichten Sie auf grelle Farben. Achten Sie auf gute Kontraste zwischen Schrift- und Hintergrundfarbe.
5. Das Design Ihrer Webseiten sollte das Corporate Design Ihres Unternehmens widerspiegeln (z. B. Verwendung des Firmenlogos, einheitliche Farbgestaltung).
6. Die Kombination aus Text und Bild auf den Webseiten sollte ein konsistentes Bild ergeben und dem Nutzer Orientierung bieten (z. B. durchgängige Farbsymbolik bei Bildern und Texten, erkennbarer Zusammenhang zwischen Text und Bild).
7. Gestalten Sie die Navigation übersichtlich und intuitiv. Verwenden Sie z. B. nicht mehr als 8 Navigationspunkte und aussagekräftige Benennung.
8. Bieten Sie dem Nutzer Orientierungspunkte und Wegweiser, damit er jeder Zeit weiß, wo er sich befindet (z. B. Sitemapfunktion, Brotkrumen-Navigation, Suchfunktion).

9. Prüfen Sie regelmäßig ob alle Formulare und Anwendungen erreichbar und funktionsfähig sind.
10. Testen Sie die optische Wirkung und die technischen Funktionen Ihres Internetauftritts in den gängigen Browserversionen (z. B. InternetExplorer, Firefox, Safari, Opera).
11. Gestalten Sie Ihre Webseiten möglichst barrierefrei. Achten Sie z. B. auf die Möglichkeit Schriften zu skalieren und vergeben Sie aussagekräftige Bildbeschreibungen.

Marketing

Ein effizientes und kostengünstiges aber auch zielgerichtetes Marketing im Internet ist besonders für kleine und mittlere Unternehmen ein wichtiges Thema. Wie können kleine Marketingbudgets am besten eingesetzt werden? Welche Marketingmaßnahmen gibt es, und welche sind für das Unternehmen relevant? Auf diese und weitere Fragen will die folgende Checkliste im groben Überblick eingehen:

1. Optimieren Sie Ihre Webseite für die Eintragung und Auffindung durch Suchmaschinen (Metatags, Seitentitel, sprechender Domainnamen, keine Frames).
2. Tragen Sie die Seite in spezielle thematisch orientierte Portale in Datenbanken ein (z. B. branchenspezifische Informationsportale mit einer Anbieterübersicht).
3. Tragen Sie Ihre Internetseite in spezielle Wirtschaftsdatenbanken ein (z. B. Wer liefert, was, Meine Stadt, IHK Firmendatenbank etc.).
4. Wählen Sie zielgruppengenaue, auf das Unternehmen zugeschnittene Onlinemarketingmaßnahmen aus (E-Mailmarketing, Anzeigen, Banner, Onlineartikel, Preisvergleiche).
5. Bauen Sie eine Partnerstruktur mit möglichen Verlinkungen auf.
6. Vermarkten Sie Ihr Unternehmen über Geomarketingmaßnahmen (z. B. Eintragung in Google Maps oder andere Mappingdienste).
7. Nutzen Sie passende Web 2.0 Elemente zur Bewerbung Ihres Produktes/Ihrer Dienstleistung (z. B. Blog, Wiki, XING-Gruppe, Facebook, Youtube, Twitter).
8. Nutzen Sie interne Offlinemarketingmöglichkeiten für die Webseite (z. B. Briefmailing an Stammkunden, Abdruck der Webadresse auf Printprodukten, Visitenkarten etc.).
9. Prüfen Sie mögliche externe Offlinemarketingmöglichkeiten für die Webseite (z. B. Zeitungsartikel, Fachzeitschriften, Vorträge).

IT-Sicherheit

Gefahren lauern überall, auch im Internet. Wer seine Daten nicht schützt, macht es Feinden leicht, diese bei der Übertragung mit zu lesen, zu verändern oder gar zu zerstören. Für Unternehmen kann der Verlust von Daten in vielfacher Hinsicht „teuer werden“ und zudem zu einem Vertrauensverlust der Kunden führen, zumal Sie nicht nur für Ihre eigenen Daten, sondern vor allem auch für die Daten Ihrer Kunden Verantwortung tragen. Schützen Sie Ihre Daten!

Ein paar Tipps die das Leben erleichtern:

1. Das Betriebssystem der Mitarbeiter, die die Internetseiten betreuen, sollte immer auf dem aktuellen Stand sein.
2. Eine auf dem Webserver installierte Firewall muss so angepasst sein, dass nur freigegebene Ports angesprochen werden können.
3. Betreiben Sie Ihren Webserver in der aktuellsten Version und lassen Sie Zugriffe von Außen nur auf Seiten zu, die auch nötig für Ihren Auftritt sind.
4. Ermöglichen Sie keinen externen Zugriff auf Konfigurationsseiten für Ihren Internetauftritt oder Webserver (Einschränkung des IP-Raumes).
5. Gewährleisten Sie eine sichere Datenübermittlung via SSL aus Kontaktformularen und Shops.
6. Achten Sie auf einen stets aktuellen Virenschutz für Ihr Unternehmen und beziehen Sie insbesondere die Möglichkeit verseuchter E-Mails ein.
7. Spamschutz
8. Schützen Sie Ihre Inhalte und Webanwendungen (Webserver) vor Hacking-Angriffen.
9. Sensibilisieren und Schulen Sie Ihre Mitarbeiter im richtigen Umgang mit Passwörtern und sensiblen Daten, um Social Hacking zu vermeiden.

IT-Recht

Das Vertrauen Ihrer potenziellen Kunden in die Seriosität Ihrer Angebote ist Geld wert. Dem Aufbau von Vertrauen und Seriosität der Online-Anbieter hat auch der Gesetzgeber Rechnung getragen. Da das Internet-Recht jedoch keine spezielle Rechtsmaterie ist, sondern je nach dem Zweck einer Webseite unterschiedliche Gesetze und Normen zu berücksichtigen sind, empfiehlt es sich, alle rechtlichen Vorschriften von einem Rechtsanwalt prüfen zu lassen. Die folgende Checkliste dient nur der ersten, groben Orientierung:

1. Das Impressum gehört auf die Startseite, sollte immer als solches erkennbar und jederzeit über maximal zwei Links erreichbar sein.

2. Überprüfen Sie ob das Impressum alle erforderlichen Informationen enthält (z. B. vollständiger Vor- und Zunahme des Anbieters, Name des Vertretungsberechtigten, vollständige Anschrift und Kontaktdaten, Umsatzsteuer- und Wirtschafts-Identifikationsnummer, Aufsichtsbehörde).
3. Prüfen Sie vor der Verwendung von Bild-, Text-, Audio- und Videomaterial das Marken- und Urheberrecht und holen Sie ggf. die Einwilligung des Urhebers ein?
4. Achten Sie bei der Auswahl Ihres Domainnamens auf ggf. geltendes Wettbewerbs- und Markenrecht.
5. Kennzeichnen Sie externe Links deutlich als solche.
6. Falls Sie einen Online-Shop betreiben, sollten Ihre AGBs immer als solche erkennbar und jederzeit erreichbar sein.
7. Auch die Widerrufsbelehrung sollte immer als solche erkennbar und jederzeit erreichbar sein (entweder als Bestandteil der AGB's oder als separater Auszug).
8. Stellen Sie sicher, dass Ihre Kunden jederzeit alle mit einem Kauf in Zusammenhang stehenden Kosten erkennen und nachvollziehen können (Porto, Verpackung, Bearbeitungsgebühren, Mehrwertsteuer etc.).
9. Beachten Sie im Umgang mit persönlichen Daten die geltenden Datenschutzbestimmungen und veröffentlichen Sie Ihre Datenschutzrichtlinien.
10. Wenn Sie z. B. einen E-Mailnewsletter an Ihre Kunden verschicken möchten, stellen Sie sicher, dass bei der Registrierung das sogenannte „Double-opt-in-Verfahren“ verwendet wird. Der Abonnent des Newsletters muss sich in diesem Verfahren zunächst online registrieren und seine Registrierung dann in einem zweiten Schritt – meistens per E-Mail – bestätigen.
11. Stellen Sie sicher, dass Ihre E-Mail alle erforderlichen Angaben enthält. Diese sind identisch mit den formalen Anforderungen an einen Geschäftsbrief und je nach Rechtsform verschieden.





Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr – E-Business für Mittelstand und Handwerk

Das Netzwerk Elektronischer Geschäftsverkehr (NEG) ist eine Förderinitiative des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie. Seit 1998 unterstützt es kleine und mittlere Unternehmen bei der Einführung und Nutzung von E-Business-Lösungen.

Beratung vor Ort

Mit seinen 29 bundesweit verteilten Kompetenzzentren informiert das NEG kostenlos, neutral und praxisorientiert – auch vor Ort im Unternehmen. Es unterstützt Mittelstand und Handwerk durch Beratungen, Informationsveranstaltungen und Publikationen für die Praxis.

Das Netzwerk bietet vertiefende Informationen zu Kundenbeziehung und Marketing, Netz- und Informationssicherheit, Kaufmännischer Software und RFID sowie E-Billing. Das Projekt Femme digitale fördert zudem die IT-Kompetenz von Frauen im

Handwerk. Der NEG Website Award zeichnet jedes Jahr herausragende Internetauftritte von kleinen und mittleren Unternehmen aus. Informationen zu Nutzung und Interesse an E-Business-Lösungen in Mittelstand und Handwerk bietet die jährliche Studie „Elektronischer Geschäftsverkehr in Mittelstand und Handwerk“.

Das Netzwerk im Internet

Auf www.ec-net.de können Unternehmen neben Veranstaltungsterminen und den Ansprechpartnern in Ihrer Region auch alle Publikationen des NEG einsehen: Handlungsleitfäden, Checklisten, Studien und Praxisbeispiele geben Hilfen für die eigene Umsetzung von E-Business-Lösungen.

Fragen zum Netzwerk und dessen Angeboten beantwortet Markus Ermert, Projektträger im DLR unter 0228/3821-713 oder per E-Mail: markus.ermert@dlr.de.



- Regionales Kompetenzzentrum
- ▲ Branchen-Kompetenzzentrum
- Externer Netzwerkpartner



**Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr**

www.ec-net.de