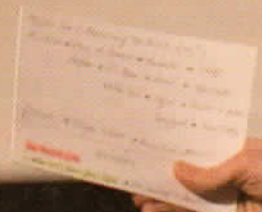


**südwestfalenaward 2012**

# „Ein gutes Stück Standortmarketing“





„Für Unternehmen“, sagt IHK-Präsident Ralf Kersting, „ist es oft von strategischer Bedeutung, wie sie ihre Internet-Karte ausspielen.“ Ob für den Verkauf, als Informationsquelle für Interessierte, Servicestelle für Kunden oder den Nutzer mobiler Seiten und Apps: Die eigene Internetseite ist für Betriebe, aber auch für Vereine, Verbände und gemeinnützige Organisationen eine wichtige Visitenkarte im weltweiten Netz. Mit dem Südwestfalenaward 2012 in vier verschiedenen Kategorien haben die drei IHKs in Arnsberg, Hagen und Siegen die besten Internetseiten ausgezeichnet, einen Sonderpreis hat die Südwestfalen Agentur vergeben.

Es ist 17 Uhr. Im Kaiserhaus in Neheim, in dem dieses Jahr die Preisverleihung stattfand, finden sich die ersten Gäste ein. Eigentlich geht es erst um 18 Uhr los. Doch sie wollen nicht zu spät kommen, haben durchaus lange Anfahrtstrecken aus Siegen oder Olpe auf sich genommen. Und sie sind gespannt. Mehr als 300 Bewerbungen sind in diesem Jahr für den Preis eingereicht worden, den die Industrie- und Handelskammern in vier verschiedenen Kategorien verleihen: im Bereich der Privatkundenkommunikation (b2c), im Non-Profit-Sektor, in der Kategorie Trendpreis Mobile sowie für die beste Unternehmenskommunikation (b2b).

Das Foyer im Kaiserhaus füllt sich. Drei Minuten vor 18 Uhr ertönt ein Gong, drei Mal, unterbricht die Gespräche und fordert die rund 150 Gäste auf, im Saal Platz zu nehmen. Zum 13. Mal wird der Südwestfalenaward, humorvoll moderiert von Kabarettist Kai Spitzl, verliehen.

Erst 15, 20 Jahre sei es her, dass das Internet in das Privat- und Geschäftsleben Einzug gehalten habe, sagte Ralf Kersting. Das möge man beklagen, man könne es als Unternehmer aber auch für sich nutzen. „Wenn wir heute jene Internetseiten würdigen, die aus Sicht der Fachjury in puncto Erscheinungsbild, Nutzerfreundlichkeit und technische Ausstattung aus der Masse herausragen, so loben wir damit auch jene, die sich letztlich einen Wettbewerbsvorteil erarbeitet haben“, betonte der IHK-Präsident. Und nicht nur das: „Der Südwestfalenaward passt sehr gut zu all den Anstrengungen, mit denen wir überregional auf uns aufmerksam machen. Zeigt er doch, welch enormes Innovationspotenzial im IT- und Kommunikationssektor in der Region steckt. Dieser Wettbewerb ist damit auch ein gutes Stück Standortmarketing.“ Die Auszeichnung, so Kersting weiter, erfreue sich mittlerweile eines hohen Renommées und die Auszeichnung erhielten nur Internetauftritte, die sich aus der Masse weit herausheben.

### Die Königsdisziplin

Die Konkurrenz an diesem Abend ist groß. Denn alle eingereichten Beiträge haben eines unter Beweis gestellt: Ganz gleich ob Unternehmen, professionelle Kommunikationsagentur oder Verein – sie alle investieren vor allem viel Zeit und Arbeit, um ihre Websites für ihre Zielgruppe so ansprechend wie möglich zu gestalten.

Die Kategorie Unternehmenskommunikation ist dabei so etwas wie die Königsdisziplin, weil Südwestfalen zwar für viele herausragende Marken steht, aber vor allem auch eine

Zuliefererregion ist. Zu den Nominierten in dieser Kategorie hatte die Jury die Internetseiten der HST Systemtechnik aus Meschede ([www.hst.de](http://www.hst.de)), der Arnberger Werbeagentur Sektor-Werbung ([www.sektor-werbung.de](http://www.sektor-werbung.de)) sowie des Iserlohner Armaturenherstellers Dornbracht ([www.dornbracht.de](http://www.dornbracht.de)) gekürt. Überzeugt hat die Jury schließlich der Onlineauftritt der HST: „Die Internetpräsentation des Mescheder Unternehmens stellt nicht nur die Produkte anschaulich dar, sondern auch weitere Serviceleistungen und Beratungsangebote“, zitierte Laudator Ralf Kersting die Jury. „Die klare Struktur sowie die interaktiven Elemente machen das Besondere der Website aus.“

### Beste Privatkundenkommunikation

Der Preis für die beste Privatkundenkommunikation (b2c) ging in diesem Jahr an das Sunderner Unternehmen [dein-spielplatz.de](http://www.dein-spielplatz.de)® ([www.dein-spielplatz.de](http://www.dein-spielplatz.de)) von Felix Scheffer. „Besonders beeindruckt hat die Jury der Spielturnkonfigurator, mit dem je nach Platz im eigenen Garten und Größe des Budgets individuelle Spieltürme erstellt werden können“, sagte Laudatorin Annette Eschment, Geschäftsführerin der Unternehmensberatung [microconsultant](http://www.microconsultant.de) in Hagen. „Alles programmtechnisch hervorragend umgesetzt, die Spielzeuge klar erkennbar kindgerecht und aus natürlichen Materialien. Kinderherz, was willst Du mehr?“ Damit setzte sich das Unternehmen gegen die Mitnominierten – die Schmallenberger Unternehmen [Wüllner-Bigges](http://www.wuellner-bigges.de) ([www.wuellner-bigges.de](http://www.wuellner-bigges.de)) und das Bergdorf [Liebesgrün](http://www.liebesgruen.de) ([www.liebesgruen.de](http://www.liebesgruen.de)) – durch.

### Eine Band setzt Maßstäbe

„Gute Internetseiten aufzubauen und zu pflegen, erfordert viel Zeit und auch Geld. Ganz besonders schwer ist es für gemeinnützige Organisationen, Vereine oder Privatpersonen. Da ihnen in der Regel hierfür kein Personal zur Verfügung steht, die Mittel begrenzt sind und vieles in der Freizeit zu leisten ist, verdient es umso mehr Respekt, wenn dann



„Für Unternehmen ist es oft von strategischer Bedeutung, wie sie ihre Internet-Karte ausspielen“, so Präsident Kersting.



150 Gäste verfolgten im Kaiserhaus in Neheim die Preisverleihung, unterhaltsam moderiert von Kabarettist Kai Spitzl.

eine auch in den Augen der Jury beachtenswerte Website entsteht“, sagte der Laudator für die Kategorie Non-Profit-Sites, Hans-Josef Vogel, Bürgermeister der Stadt Arnberg. Er stellte die Nominierten vor: die Iserlohn Roosters ([www.iserlohn-roosters.de](http://www.iserlohn-roosters.de)), die Olper Band [super liQuid](http://www.superliquid.de) ([www.superliquid.de](http://www.superliquid.de)) und die Siegener [conception](http://www.siegen-zu-neuen-ufern.de) Kommunikationsagentur ([www.siegen-zu-neuen-ufern.de](http://www.siegen-zu-neuen-ufern.de)). Überreichen konnte Vogel den Südwestfalenaward schließlich der Band [super liQuid](http://www.superliquid.de), die die Jury zum Sieger gekürt hatte: „Gut gemacht, aktuell und informativ – die Band aus Olpe versteht ganz offensichtlich nicht nur etwas von Musik.“

Und die Band versteht ganz offensichtlich auch etwas von der Aufbereitung der Internetseite für mobile Endgeräte: So sorgten die Musiker gleich für die Überraschung des Abends – sie wurden ebenfalls in der Kategorie Trendpreis Mobile, der zum ersten Mal in der 13-jährigen Geschichte des Südwestfalenawards vergeben wurde, mit dem Preis ausgezeichnet. Das Besondere in dieser Kategorie war auch: Insgesamt wurden zwar 14 Bewerbungen eingereicht, es gab jedoch keine Nominierten, sondern nur einen Sieger, denn die Internetseite von [super liQuid](http://www.superliquid.de) lag so weit vor den Mitbewerbern. „Laut Jury-Meinung setzt die Band aus Olpe Maßstäbe“, sagte Laudator Christoph Busch, [avitea](http://www.avitea.de)-Geschäftsführer. „[super liQuid](http://www.superliquid.de) bietet eine mobile Variante ihrer Website und Apps für iPhone-, iPad- und Android-Nutzer. Die Seiten sind technisch einwandfrei programmiert, gut strukturiert und enthalten Informationen in Hülle und Fülle.“

### Lebens- und Freizeitqualität

Die doppelte Auszeichnung für die Musiker sollte nicht die einzige Überraschung des Abends bleiben. Hatte sich die Seite [www.liebesgruen.de](http://www.liebesgruen.de) in der Kategorie Privatkundenkommunikation noch dem Webauftritt von [www.dein-spielplatz.de](http://www.dein-spielplatz.de) geschlagen geben müssen, sollte sie am Ende doch noch ausgezeichnet werden: mit dem Sonderpreis der Südwestfalen Agentur. Die Region, so Laudator Hubertus Win-

terberg von der Südwestfalen Agentur, sei eine Wirtschaftsregion im Grünen mit „optimalen Bedingungen zum Leben und Arbeiten“. Das sei nicht nur eine Floskel, sondern eine belegbare Stärke, die der Südwestfalen-Claim „Alles Echt!“ zum Ausdruck bringe. „Die Internetseite vermittelt ebenfalls diese Botschaft, sie zeigt, was die Region ausmacht: Lebens- und Freizeitqualität auf hohem Niveau“, so Win-

terberg. Auch technisch überzeuge das Angebot mit einem übersichtlichen Layout, einer professionellen Bildsprache, klarer Navigation und mehrsprachigem Text.

„Es gehört immer eine Portion Mut dazu, sich mit der eigenen Leistung einer Jury zu stellen“, sagte Ralf Kersting. „Unabhängig davon, ob sie nun zu den Ausgezeichneten gehören oder nicht, haben sie meinen Respekt.“

## „Viel Zeit, viel Herzblut“

**HST Systemtechnik, das Unternehmen dein-spielplatz.de®, die Band super liQuid und das Bergdorf Liebesgrün - so unterschiedlich die Preisträger des Südwestfalenawards 2012 auch sind, sie alle haben eines unter Beweis gestellt: dass hinter ihren Namen nicht nur starke Betriebe beziehungsweise Vereine stehen, sondern auch überzeugende Internetauftritte, in die viel Arbeit investiert wird.**

Erster Preisträger des Abends war Felix Scheffer. Der 30-Jährige überzeugte die Jury mit der Website seines Unternehmens dein-spielplatz.de® in der Kategorie Privatkundenkommunikation. „Ich hatte fast vergessen, dass wir uns mit unserer Seite beworben hatten“, erinnert sich Scheffer, dessen Mitarbeiter die Bewerbung für ihn eingereicht hatte. Umso mehr freute er sich, dass die Jury den Internetauftritt nicht nur für den Award nominierte, sondern damit auch auszeichnete.

dein-spielplatz.de® ist ein junges Internet Startup, das 2010

unter dem Namen spielsysteme24.de gegründet und ein Jahr später in dein-spielplatz.de® umfirmiert worden ist. Mit der Namensänderung einher ging ein kompletter Relaunch der Website, bei dem unter anderem die zielgerichtete Kundenansprache optimiert wurde. Hauptzielgruppe sind in erster Linie junge Familien mit Kindern und Großeltern, die ihre Enkel mit Spielgeräten wie Schaukeln, Sandkästen, oder Holzspieltürmen überraschen wollen. Aktuell läuft das Online-Geschäft deutschlandweit. Ab Januar 2013 werden zusätzlich Endkunden in den Beneluxländern, Österreich und



*IHK-Präsident Ralf Kersting (li.) gratuliert den Preisträgern des diesjährigen Südwestfalenawards.*



*Nimmt den Award für die beste Internetseite in der Kategorie Unternehmenskommunikation entgegen: Helmut Wegener von HST Systemtechnik.*

der Schweiz sowie Polen beliefert. Die Idee sei, so Scheffer, vor etwa drei Jahren „aus einer Laune heraus“ entstanden. Das bereits bestehende Sortiment der Scheffer Holz GmbH wurde mit der passenden Logistik und einem entsprechenden Marketing Mix „internetfähig“ gemacht“.

### Benutzerfreundlichkeit

Der Verkauf über das Internet ist so gut angelaufen, dass Felix Scheffer seinen regulären Job in Düsseldorf an den Nagel hängte und zurück ins Sauerland kam, um sich ausschließlich seinem Unternehmen zu widmen. Derweil beschäftigt der Diplom-Betriebswirt am Standort Sundern sieben Mitarbeiter, die sich rein um das Produktportfolio und den Service von dein-spielplatz.de® kümmern. Er selber ist insbesondere für die strategische Weiterentwicklung des Unternehmens verantwortlich. Hier stehen aktuell eine Warengruppenerweiterung und die Länderexpansion im Fokus. Allerdings zählt er auch das Verfassen von Produktbeschreibungen, Texten und Hilfetemen auf der Website zu seinen Aufgaben. Denn in seinen Augen sind - neben der graphischen Darstellung und der Benutzerfreundlichkeit - gerade Texte und Bilder in einem Web-Shop zentrale Erfolgsfaktoren für den Kauf. Als Ergänzung zu seinem Kerngeschäft gründete Felix Scheffer gemeinsam mit Dr. Christoph Nöcker und Paul Szymborski Anfang 2012 noch die Milchshake GbR, um Abhängigkeiten zu verringern und flexibel auf die Marktgegebenheiten reagieren zu können. Unter dem Dach der Web-Agentur werden mit einem kleinen, schlagkräftigen Team dein-spielplatz.de® weiterentwickelt sowie zusätzliche Online-Projekte aufgesetzt und realisiert.

Mit diesem Team wurde dein-spielplatz.de® nach der Umfirmierung und dem Relaunch im Jahr 2011 wesentlich weiterentwickelt, um sinnvolle Module ergänzt und in Teilen neu programmiert. Besonders wichtig waren dem Unternehmer

bei der Konzeption des Webauftritts von Beginn an eine klare Struktur der Seite, eine schnelle Selbstbedienungs-, Service- und Suchlösung sowie eine Individualisierung und Personalisierung in der Kundenansprache. Letzteres wurde durch die Entwicklung des Spielturmkonfigurators erreicht, der auch die Jury des Südwestfalenawards begeistert hat. Mit diesem Online-Werkzeug kann der Kunde seinen eigenen Spielturm nach Lust, Laune und Platz im Garten live am Bildschirm zusammenstellen. Zur Auswahl stehen aktuell drei Basistürme, die mit verschiedenen Schaukeln, einem Sandkasten oder einer Rutsche erweitert werden können. Das passende Zubehör kann direkt mitbestellt werden. Die Herausforderung bei der Entwicklung bestand darin, den Spielturmkonfigurator funktional und für jedermann verständlich zu gestalten, betont der Inhaber. „Dies ist unserer Meinung nach auch sehr gut gelungen. Festmachen können wir das vor allem an den Verkaufszahlen, die seit der Einführung des Tools um ein Vielfaches gestiegen sind. Gerade weil der Konfigurator bei unseren Kunden so gut angekommen ist und ein solches Tool nur in sehr wenigen Online-Shops gut umgesetzt ist, freut es mich sehr, dass dieser auch die Jury überzeugt hat“, so Felix Scheffer.

### Hauptzielgruppe: Privatkunden

Der Südwestfalenaward steht derzeit in seinem Büro. Zudem wird die Auszeichnung auch online wiederzufinden sein. Und nicht nur das: Felix Scheffer und sein Team arbeiten gerade an der dritten Version der Website, auf der bald nicht nur Privatkunden, sondern auch Kommunen oder Wohnungsgesellschaften bedient werden sollen. „Wir rechnen zwar auch in diesem Bereich mit zusätzlichen Umsätzen, unsere Hauptzielgruppe bleibt allerdings der Privatkunde“, sagt Felix Scheffer. An die hat er in diesem Jahr bereits mehr als 4.000 Spielgeräte für den Garten verkauft und ist mit dieser



*Felix Scheffer, Inhaber des Unternehmens dein-spielplatz.de®, hier im Gespräch mit Moderator Kai Spitzl, gewann den Preis in der Kategorie Privatkundenkommunikation.*

Bilanz sehr zufrieden. Seinem ursprünglichen Job als Unternehmensberater bei der Firma Droege trauert der 30-Jährige nicht nach: „Ich hätte mir vor drei Jahren zwar nie träumen lassen, dass ich mal hauptberuflich Holzschaukeln und Kinderspieltürme verkaufe. Zum jetzigen Zeitpunkt kann ich allerdings sagen, dass es absolut die richtige Entscheidung war, diesen Schritt zu gehen, und es auch ohne selber Kinder zu haben verdammt viel Spaß macht.“

Zu Scheffers Konkurrenten gehörte neben dem Unternehmen Wüllner-Bigges auch das Bergdorf Liebesgrün in Schmallenberg. In der Kategorie Privatkundenkommunikation mussten sich dessen Inhaber Jessica Gerritsen und Ralf Blümer der Internetseite [www.dein-spielplatz.de](http://www.dein-spielplatz.de)® allerdings geschlagen geben. Umso überraschter waren der Koch und die gelernte Buchhalterin dann, als sie für ihren Onlineauftritt [www.liebesgruen.de](http://www.liebesgruen.de) den Sonderpreis der Südwestfalen Agentur erhielten: „Wir haben uns sehr gefreut, dass sich die Agentur zum Tourismus als starkes Markenzeichen für die Region bekennt und uns dafür beispielhaft auszeichnet“, sagt Ralf Blümer.

### Urlaub beginnt auf der Website

Vor mehr als sechs Jahren war die gebürtige Niederländerin Jessica Gerritsen nach Schmallenberg gekommen, wo sie die Handweiser Hütte zunächst pachtete und 2007 kaufte. Gemeinsam realisierte das Paar wenig später seinen Traum vom Bergdorf Liebesgrün: Auf einer Fläche von 4 Hektar wurden zunächst zehn Bergdorf-Hütten errichtet, in denen die Gäste auf zwei Etagen und 90 Quadratmetern einen Hotel ähnlichen Service genießen können. Das Bergdorf ist autofrei und bei der gesamten Konzeption haben Ralf Blümer und Jessica Gerritsen besonderen Wert auf Regionalität gelegt: Die Hütten wurden aus heimischem Lärchenholz gebaut, die Fenster von Handwerkern aus der Region gefertigt und die Duschen mit Bachkieseln aus Südwestfalen ausgelegt. Erst Pfingsten vergangenen Jahres war der Startschuss für den Bau gefallen, zu Weihnachten zogen bereits die ersten Gäste ein.

Die Bewerbung für den Südwestfalenaward haben Ralf Blümer und Jessica Gerritsen genutzt, um auf der einen Seite zu erfahren, ob ihre Internetseite vor einer fachkundigen Jury bestehen kann, und auf der anderen Seite, um auch auf diesem Weg auf das Bergdorf Liebesgrün aufmerksam zu machen.

Um ihre Vorstellungen online zu realisieren, haben Blümer und Gerritsen eine auf Hotelmarketing spezialisierte Agentur beauftragt, die auch für die Pflege der Seite verantwortlich ist. „Bei der Entwicklung der Texte, der Bildsprache und auch des Logos haben wir eng mit dieser Agentur zusammengearbeitet“, sagt Jessica Gerritsen. „Wir verkaufen Entspannung, Ruhe und Entschleunigung – und diese Form des Urlaubs soll bei uns schon auf der Website anfangen.“ Deshalb haben die beiden besonderen Wert auf hochwertiges Bildmaterial, stimmige Musik und eine einfache, informative Menüführung gelegt. Vor allem über die Bilder soll das Erlebnis Bergdorf transportiert werden. „Es war ein längerer Prozess bis alles



Zwei auf einen Schlag: Thomas Klur, Bassist der Band super liQuid, hier mit avitea-Geschäftsführer Christoph Busch, nahm an diesem Abend gleich zwei Preise für die Internetseite [www.superliquid.de](http://www.superliquid.de) entgegen.

stimmte“, sagt Ralf Blümer. „Dabei haben wir auch Impulse von Architekten, Liebesgrün-Planern, Freunden und der Familie aufgegriffen.“ Schließlich sollte sich in dem gesamten Auftritt sowohl der emotionale Name „Bergdorf Liebesgrün“ als auch der Anspruch, der sich dahinter verbirgt, widerspiegeln. „Und dazu gehören für uns neben der Natur vor allem Regionalität und Nachhaltigkeit – sowohl was unsere Küche angeht als auch unsere Bau- und Energiekonzepte“, erläutern die Inhaber.

Ihre Zielgruppe – die Urlauber – beschreiben sie als heterogen. Zu ihr gehören junge wie ältere Menschen, Privatpersonen, aber auch Unternehmen, Familien und Ausdauersportler. Sie alle, so Blümer und Gerritsen, verbinde jedoch das Bedürfnis, ein „Zuhause auf Zeit“ zu finden, und sollen mit dem Internetauftritt angesprochen werden. Dieser soll in Zukunft noch erweitert werden: Geplant haben die Inhaber des Bergdorfs Liebesgrün Panoramaaufnahmen und Videos, „damit die Besucher unserer Seite den Urlaub schon vorab mit allen Sinnen erfassen können“.

### Geschärfte Zielgruppenansprache

Eine Zielgruppe ganz anderer Art hat HST Systemtechnik im Blick: „Mit unseren Produkten, Systemen und Lösungen wollen wir insbesondere Kommunen, Stadtwerke und die Industrie ansprechen“, erläutert Helmut Wegener, bei dem Mescheder Unternehmen zuständig für die Kalkulation von Angeboten aus dem Bereich IT & Automation, aber auch für den Aufbau und die Pflege des Internetauftritts [www.hst.de](http://www.hst.de). Dass er dafür mit dem Südwestfalenaward in der „Königsklasse“ Unternehmenskommunikation ausgezeichnet werden würde, damit hatte Helmut Wegener nicht gerechnet. „Unsere Seite ist erst ganz frisch online gegangen und wir sind dabei, sie kontinuierlich weiterzuentwickeln.“ Erst vor kurzem war der Betrieb in HST Systemtechnik umfirmiert worden. Damit



Freuten sich über den Sonderpreis der Südwestfalen Agentur, überreicht von Hubertus Winterberg: Jessica Gerritsen und Ralf Blümer (li.), Inhaber des Bergdorf Liebesgrün.

einher ging auch die Neugestaltung der Unternehmenskommunikation.

Für den Umbau der Internetseite hat HST in Fragen rund um das Design mit einer Agentur zusammengearbeitet, die Programmierung des Auftritts aber hat Helmut Wegener selbst übernommen. Die Pflege der Seiten erfolgt über ein Redaktionssystem: „Wir haben mittlerweile ein großes Spektrum an Inhalten eingebunden, manche werden kontextbezogen automatisch verlinkt bzw. an verschiedenen Stellen passend bereitgestellt. Ohne ein solches Content-Management-System wäre das zeitlich kaum zu leisten.“

Die Bewerbung für den Südwestfalenaward hat das Unternehmen genutzt, um ein unabhängiges Feedback zu erhalten und auch, um „die Orientierung zu überprüfen“, wie Helmut Wegener sagt. Denn mit der neuen Internetseite soll auf der einen Seite stärker das Image des Unternehmens als Lösungsanbieter für Wasser-, Energie- und Infrastruktursysteme betont, auf der anderen Seite die Produkt- und Projektebenen differenzierter dargestellt und die Kunden je nach Bedarf gezielter angesprochen werden. „Wir haben Lösungsbereiche und spezifische Kundinhalte hinterlegt, denn wir möchten genau dort eine Antwort parat haben, wo die Fragen aufkommen“, so der Internetprofi von HST. Eine der Herausforderungen bei dem Relaunch der Seite war daher die Verschlinkung des ehemaligen Inhalts und gleichzeitig die Schärfung der Zielgruppenansprache.

### Spezieller Servicebereich

Das geschieht jetzt über einen eigenen Kundenbereich, aber auch über die direkte Navigation Produkte und Projekte. Dabei hat Helmut Wegener darauf geachtet, dass die Internetseite technisch von allen Kunden zu erreichen ist: „Wir haben zum Beispiel auf so genannte Aufklappmenüs verzichtet, weil Kunden ohne schnellen Internetzugang oder

mit alten Browsern Schwierigkeiten haben könnten, alle Inhalte unserer Seite abzurufen.“

Besonders beeindruckt hatte die Jury der Servicebereich der HST-Seite. Dort finden Kunden ein umfangreiches Online-Serviceangebot – unter anderem einen Wehr-Konfigurator, die Möglichkeit, eine Entlastungs-Mengen-Analyse durchzuführen oder Vorträge und Fachbeiträge zu lesen. Damit sollen insbesondere die Planer angesprochen werden: „Zu unseren Zielgruppen gehören nicht nur Kommunen, Stadtwerke und die Industrie, sondern vielfach auch Ingenieurbüros, die Projekte realisieren und damit beschreiben und planen müssen“, sagt Helmut Wegener.

Und bald soll das Online-Angebot des Mescheder Unternehmens erweitert werden: Geplant ist unter anderem eine differenzierte Suche, mit der über Filter und Verknüpfungen auch individuelle Zusammenstellungen der Produkte möglich sein werden. „Das ist ein großer Mehrwert, denn so kann der Kunde leicht herausfinden, welche konkreten Lösungen wir zu seinem Anliegen anbieten“, sagt Helmut Wegener. Auch sollen verstärkt Videos und andere Medien eingebunden und alle Inhalte für Smartphones und Tablet-PCs optimiert und als App angeboten werden. In den sozialen Netzwerken, genauer gesagt: bei Facebook ist HST bereits vertreten. Dort, so Wegener, wolle man jedoch weniger die Kunden ansprechen als vielmehr junge und gut ausgebildete Fachkräfte auf das eigene Unternehmen aufmerksam machen.

Was die Nutzer künftig noch alles auf [www.hst.de](http://www.hst.de) finden werden, möchte Wegener noch nicht verraten: „Wir planen auch interessante Dinge, die ich jetzt noch nicht vorwegnehmen möchte.“ Dabei kann er auf die intensive Zusammenarbeit mit den Kollegen setzen, die ihre fachliche Kompetenz in den Webauftritt einfließen lassen. „Um eine solche Fülle an verschiedenen Anwendungen und Produkten darzustellen, ist es hilfreich, auf ein fach- und bereichsübergreifendes Team aus Maschinenbau-, Elektro- und Verfahreningenieuren sowie Informatikern und Marketingspezialisten im eigenen Haus zurückgreifen zu können“, so Wegener. „Dadurch wird nicht nur unsere Internetseite informativ, sondern es ist auch im Tagesgeschäft immer wieder spannend, in einem so breit aufgestellten Unternehmen gemeinsam innovative und effiziente Lösungen zu entwickeln.“

### Zwei Preise auf einen Schlag

Wenn Thomas Klur an die Anfänge der Homepage [www.superliquid.de](http://www.superliquid.de) vor fast zehn Jahren zurückdenkt, dann erinnert er sich noch genau daran, wie mühsam es gewesen ist, eine einfache Nachricht online zu stellen: „Damals musste man den Text noch über den HTML-Code eingeben, das war ziemlich kompliziert.“ Heute hat es der Bassist der Olper Band [super liQuid](http://www.superliquid.de) viel einfacher, die Internetseite zu pflegen und neue Inhalte zu programmieren. Das Ergebnis hat die Jury des Südwestfalenawards gleich in mehrfacher Hinsicht überzeugt: Die Seite wurde sowohl mit einem Preis in der Kategorie Non-Profit als auch im Bereich Trend Mobile aus-

gezeichnet. „Damit hatten wir nicht gerechnet und haben uns riesig gefreut“, so Klur.

Seit fast zehn Jahren ist super liQuid in der aktuellen Besetzung in Südwestfalen unterwegs. Von Firmenevents über Schützenfeste und Kirmes bis hin zu Abibällen oder Sommerfesten tritt die Coverband mit Songs von Abba bis ZZ Top auf. 20 bis 30 Auftritte im Jahr kommen so locker zusammen, schätzt Thomas Klur. Das alles stemmen die Musiker neben ihren eigentlichen Aufgaben: Heiko Schmidt (Gitarre) arbeitet als Musikschullehrer, Mark Rötz (Gesang) als Krankenpfleger, Ruth Schröder (Gesang) als Lehrerin, Jan Röttger (Keyboards) als Entwickler für Verpackungslösungen bei Jockey Plastik, Marc Adam-Bieselt (Schlagzeug) als selbstständiger Logopäde und Thomas Klur (Bass) in der Unternehmenskommunikation der Katholischen Hospitalgesellschaft Südwestfalen.

Von Anfang an war es für die Bandmitglieder wichtig, ihre Fans, aber auch Veranstalter und Pressevertreter mit ihrer Internetseite aktuell zu informieren. „Wir machen Musik für Junggebliebene und haben das Internet schon vor zehn Jahren als Medium der Zukunft gesehen, mit dem wir zum Beispiel unsere Termine veröffentlichen können.“ Besonders begeistert hat Klur dabei das What-you-see-is-what-you-get-Prinzip, also die Tatsache, dass das, was man im Hintergrund aufbaut und publiziert, kurz darauf genauso online zu sehen ist. Nach und nach hat der Bassist die Verantwortung für den Auftritt übernommen und zwischen seiner Ausbildung zum Sozialversicherungsfachangestellten und einem anschließenden Studium Fernlehrgänge im Bereich HTML und Online-Publishing belegt. Für die Entwicklung des Seitendesigns hat die Band mit einer Agentur zusammengearbeitet, die tägliche Pflege der Seite läuft über ein Publishing-System.

### Die Entwicklung bleibt nicht stehen

Besonderen Wert legt Klur auf eine klare Struktur der Seite sowie auf ein System, über das Nachrichten schnell abgesetzt

werden können. Das geschieht über ein klassisches Weblog, das in der Seite einläuft. Und nicht nur Text, sondern auch Fotos und Videos sind auf [www.superliquid.de](http://www.superliquid.de) zu sehen. Die Videos entstehen bei den Auftritten entweder mithilfe mehrerer Kameras auf Stativen oder mit der Unterstützung von Freunden. Gitarrist Heiko Schmidt schneidet die Videos später und stellt sie bei YouTube ein, von wo aus Thomas Klur sie auf der Internetseite der Band einbettet. „Wir versuchen, so schnell wie möglich nach einem Auftritt, die Infos online zu stellen. Meistens sitze ich am nächsten Tag dran und schreibe einen Text“, so Klur.

Eine Auszeichnung gab es aber nicht nur für die Internetseite, sondern auch für das Angebot einer mobilen Seite sowie Apps für iPhone und Android. Seit Juni 2011 ist die Android-App erhältlich, die Thomas Klur auf Basis des RSS-Feeds erstellt hat, Ende Januar dieses Jahres folgte die App für iPhone und iPad. Letztere sei bedeutend schwieriger auf den Weg zu bringen gewesen, berichtet der Bassist. Entwicklung und Erstellung von Lizenzen liefen ausschließlich über Apple-Software, „da konnte ich meinen Windows-Rechner vergessen“. Danach musste er knapp drei Wochen warten, bis Apple die App getestet und in den App-Store aufgenommen hatte. Doch die Arbeit hat sich gelohnt: 200 Mal wurde die Android-Version bereits heruntergeladen, 700 Mal die App für iPhone und Co. „Wir sind total zufrieden. Damit erreichen wir sechs- bis siebenmal so viele wie mit unserem Newsletter“, sagt Thomas Klur.

Für ihn ist die Auszeichnung mit dem Südwestfalenaward zum einen die Chance für die Band, noch bekannter zu werden, zum anderen aber auch Bestätigung und Ansporn zugleich. „In der Internetseite steckt viel Zeit, aber auch viel Herzblut.“ Im Moment sieht der Bassist die Band online gut aufgestellt. „Aber die Entwicklung bleibt nicht stehen“, so Klur, der seine nächsten Projekte schon im Blick hat: Die Android-App soll noch funktionaler werden. Und die große Herausforderung der Zukunft werde sein, bei der Fülle an Informationen die Seitenstruktur übersichtlich zu halten.

## INTERVIEW

# Eine gelungene Außendarstellung

**Wie sieht ein guter Internetauftritt aus? Und was sollten Unternehmen beachten, wenn sie eine Website erstellen oder in den Sozialen Medien aktiv werden? Mit der wirtschaft sprach Uwe Klug, promovierter Professor für Angewandte Informatik an der Fachhochschule Südwestfalen und Mitglied der Südwestfalenaward-Jury, darüber, wie Betriebe Online-Plattformen für eine gelungene Außendarstellung nutzen können.**

**wirtschaft:** Können Unternehmen, Vereine oder gemeinnützige Organisationen es sich heute überhaupt noch leisten, keine eigene Internetseite zu haben?

**Prof. Dr. Uwe Klug:** Eine eigene Internetseite gehört heutzutage zur Außendarstellung eines Unternehmens. Kunden suchen Informationen zu einem Unternehmen oft zuerst an dieser Stelle - und sei es beispielsweise nur die Telefonnummer des Kundendienstes. Neuigkeiten des Unternehmens zu Produkten, Dienstleistungen, Geschäftsabwicklungen,

zutage zur Außendarstellung eines Unternehmens. Kunden suchen Informationen zu einem Unternehmen oft zuerst an dieser Stelle - und sei es beispielsweise nur die Telefonnummer des Kundendienstes. Neuigkeiten des Unternehmens zu Produkten, Dienstleistungen, Geschäftsabwicklungen,