

Wie wird mein Unternehmen im Internet gefunden? MIT Baden-Baden / Rastatt startet Workshop-Reihe

BADEN-BADEN / RASTATT. Neben klassischen Veranstaltungen mit Gastrednern und einem regelmäßigen Stammtisch hat die MIT Baden-Baden / Rastatt mit einer Workshop-Reihe eine dritte Ebene in ihre Öffentlichkeitsarbeit eingezogen. Die ursprüngliche Idee war, ein Angebot zu schaffen, das einerseits den Servicecharakter stärkt und andererseits dazu geeignet ist, erfolgreich Neumitglieder zu werben. In ihrem Grußwort erinnerte Kreisvorsitzende Dr. Anemone Bippes an eine Diskussion mit dem Ehrenvorsitzenden des MIT-Kreisverbandes und Bezirksvorsitzenden Rolf Buttкус vor etwa einem Jahr. Kreisvorstandsmitglied Jutta Schwanitz übernahm die Koordination der neuen Veranstaltungsreihe.

Neue Mitglieder gewinnen und den Servicecharakter stärken

Die Idee: Themen der Workshops sollen praxisnah sein und echten Mehrwert bieten. Auch wurde schnell ein fester Ort gefunden, an dem die Veranstaltungen durchgeführt werden. MIT-Mitglied Robert Schätzle vom Weingut Schloss Neuweier stellt dafür sein Weinmuseum zur Verfügung.

Rund 50 Personen folgten der Einladung zum ersten Workshop „Wie wird mein Unternehmen im Internet gefunden?“. Die Plätze waren so schnell weg, dass nun überlegt werden muss, ob man nicht in absehbarer Zeit eine weitere Veranstaltung zum Thema „Suchmaschinenoptimierung“ anbieten sollte. Leuchttürme des Workshops waren drei Referate, die das Thema Internet bestmöglich beleuchten sollten. Den Anfang machte Prof. Dr. Christian Arnold von der Hochschule für Wirtschaft, Technik und Kultur am Studienort Baden-Baden. Prof. Arnold warf einen kritisch-konstruktiven Blick auf die zunehmende Informatisierung der Ökonomie. Zahlreiche sehr aktuelle Studien dienten dazu, die höchst komplexen Herausforderungen der Digitalisierung darzustellen.

Kritisch-konstruktive Anmerkungen zur Informatisierung der Ökonomie

Seine Anmerkungen hinsichtlich der Informationsbeziehung zwischen Unternehmen und Kunden waren eine perfekte Überleitung zu Referaten von namhaften Agenturen aus der Region, die sich mit der Konzeption und Realisation von Webseiten einerseits und dem Sichtbarmachen von Webseiten bei den Suchmaschinen Google & Co. andererseits beschäftigen. In diesem Sinne machte Nicolas Eggebrecht von der Agentur pixelpublic in Baden-Baden deutlich, dass die Webseite das Fundament für den Erfolg im Internet ist. Einerseits sollte eine Webseite auf einem modernen Betriebssystem aufgebaut sein und die technischen Anforderungen der Suchmaschinen berücksichtigen. Die Webseite sollte aber auch auf allen denkbaren Endgeräten funktionieren und für den Nutzer sehr gut zu bedienen sein – Stichwort „Usability“.

Suchmaschinenoptimierung: Gute Inhalte machen das Rennen

Andreas Bippes, Geschäftsführer der Agentur PrimSEO und zugleich auch MIT Kreisvorstandsmitglied, erklärte in seinem Kurzreferat, welche Maßnahmen ergriffen werden müssen, damit Google eine Webseite in den natürlichen Suchergebnissen prominent präsentiert. Gute Inhalte, die im Internet hervorragend vernetzt sind, machen das Rennen. Die Frage, wo man mit welchen Inhalten wo gefunden werden möchte, steht dabei am Anfang einer SEO-Strategie“, meint Andreas Bippes. Wie man die richtigen Keywords findet, wie Content aussehen muss, der von Google geschätzt wird, welche Rolle Google Adwords spielt und ob Social Media wichtig ist für Suchmaschinenoptimierung – Andreas Bippes ließ keine dieser wichtigen Fragen unbeantwortet.

Im Anschluss an die Vorträge, die in eine Fragerunde mündeten, ergab sich ein schönes Beisammensein bei guten Gesprächen, frischen Brezeln und verschiedenen Weinen sowie Traubensaft vom Weingut Schloss Neuweier. Weitere Workshops sind zu folgenden Themenbereichen in Planung:

- Pressearbeit in Unternehmen,
- Innovative Vertriebsmodelle,
- Mitarbeitergewinnung und Mitarbeiterführung – Stichwort „Arbeiten 5.0“.

„Die Themen werden uns sicher nicht ausgehen“, meint die Kreisvorsitzende Dr. Anemone Bippes abschließend.