

Bewertungskriterien – Kommunikationspreis der Wohnungswirtschaft

Die eingereichten Beiträge werden zunächst von einer Vorjury unter Leitung des GdW-Fachausschusses Marketing & Kommunikation und anschließend von einer Hauptjury mit externen Kommunikationsexperten anhand klar definierter Kriterien bewertet. Ziel ist es, Kommunikationsangebote auszuzeichnen, die verständlich, nutzerorientiert, kreativ und professionell umgesetzt sind und einen echten Mehrwert für Mieterinnen und Mieter bieten.

Die Bewertung erfolgt jeweils nach einem Punktesystem. Maßgeblich sind insbesondere die folgenden Aspekte.

Kategorie 1: Print (Mieterzeitung)

In dieser Kategorie bewertet die Jury klassische oder hybride Mieterpublikationen.

Wichtige Bewertungskriterien sind:

Gesamteindruck und Kreativität

Ist die Publikation ansprechend gestaltet und zeigt sie kreative Ideen?

Zielgruppenorientierung

Sind Inhalte, Sprache und Tonalität auf die Mieterschaft abgestimmt?

Themenrelevanz und Mehrwert

Bietet die Mieterzeitung nützliche Informationen, praktische Tipps und Orientierung für den Alltag der Mieterinnen und Mieter?

Verständlichkeit und Textqualität

Sind Texte klar, gut strukturiert und angenehm lesbar?

Layout und visuelle Gestaltung

Ist das Layout übersichtlich und professionell? Unterstützen Fotos und Grafiken die Inhalte?

Wiedererkennung und Unternehmensprofil

Hat die Publikation einen eigenen Stil, der das Unternehmen klar erkennen lässt?

Interaktion und Rückkanäle

Gibt es Möglichkeiten für Feedback, Beteiligung oder Kontakt (z. B. QR-Codes, E-Mail, Leserbriefe)?

Crossmediale Verknüpfung

Sind Print- und Digitalangebote sinnvoll miteinander verbunden?

Erscheinungsweise und Verlässlichkeit

Erscheint die Publikation regelmäßig und passend zur Größe des Unternehmens?

Nachhaltigkeit

Sind Papierwahl und Produktion ökologisch durchdacht?

Kategorie 2: Website

In dieser Kategorie bewertet die Jury die digitalen Informationsangebote der Wohnungsunternehmen mit Fokus Homepage.

Im Mittelpunkt stehen insbesondere:

Benutzerfreundlichkeit (Usability)

Ist die Website intuitiv aufgebaut und leicht zu bedienen?

Mobile Nutzung

Funktioniert die Website auch auf Smartphones problemlos?

Barrierefreiheit

Sind Inhalte gut lesbar und die Navigation klar verständlich?

Informationsqualität

Sind Inhalte vollständig, aktuell und verständlich aufbereitet?

Digitale Services

Bietet die Website hilfreiche Funktionen wie Schadensmeldungen, Formulare oder Terminbuchungen?

Kontaktmöglichkeiten

Sind Ansprechpartner und Kontaktoptionen leicht zu finden?

Aktualität und Pflege

Wirkt der Internetauftritt regelmäßig aktualisiert und gepflegt?

Kreative digitale Umsetzung

Gibt es innovative oder besonders nutzerfreundliche Lösungen?

Markenwirkung und Wiedererkennbarkeit

Passt die Website zur Identität des Unternehmens?

Transparenz und Datenschutz

Sind Datenschutzinformationen verständlich und vertrauenswürdig dargestellt?

Kategorie 3: Social Media

Hier bewertet die Jury Social-Media-Auftritte von Wohnungsunternehmen.

Besonders relevant sind:

Regelmäßigkeit der Beiträge

Erscheinen Inhalte kontinuierlich und in angemessenem Rhythmus?

Formatvielfalt

Werden verschiedene Formate genutzt (z. B. Bilder, Videos, Stories)?

Relevanz für Mieterinnen und Mieter

Sind die Inhalte hilfreich, informativ oder interessant für die Zielgruppe?

Verständliche und passende Tonalität

Ist die Sprache freundlich, klar und gut verständlich?

Storytelling und Erklärung

Werden Themen wie Projekte, Modernisierungen oder Nachbarschaft verständlich erklärt?

Interaktion und Dialog

Reagiert das Unternehmen sichtbar auf Kommentare oder Nachrichten?

Authentizität und Nähe

Wirkt der Auftritt glaubwürdig, menschlich und nahbar?

Kreative Ideen und Formate

Gibt es originelle Beiträge oder innovative Ansätze?

Wiedererkennbarkeit

Hat der Auftritt einen eigenen Stil?

Imagewirkung

Vermittelt der Social-Media-Auftritt ein positives, professionelles Bild des Unternehmens?

Hinweis für Bewerber:

Die Jury bewertet alle Einreichungen ganzheitlich. Neben einzelnen Kriterien zählt insbesondere der Gesamteindruck der Kommunikation sowie der Nutzen für die Mieterschaft.