

MD-ECZ

Magdeburger Electronic Commerce Zentrum

Mein Unternehmen im Internet

Roland Hallau, Projektleiter MD-ECZ

Gefördert durch:



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages



MD-ECZ
Magdeburger Electronic
Commerce Zentrum



Netzwerk Elektronischer
Geschäftsverkehr

Agenda

- Ein eigener Internetauftritt - Warum?
- Inhalte einer Webpräsenz
- Entscheidung: Selber machen oder Dienstleister?
- Auswahl von Anbietern
- Gestaltung von Internetseiten – Trends und Anforderungen
- Inhalte für gezielte Kundenbindung
- Wie findet mich der Kunde im Internet?
- Rechtsgrundlagen
- Linksammlung

Der eigene Internetauftritt

- Internet verändert Arbeitsweise und Organisationsformen von Unternehmen
- Marketing für das Unternehmen, auch überregional, Neukunden
- Aktualität der Werbung
- Erreichbarkeit
- Steigerung des Bekanntheitsgrades
- neuer Absatzkanal, Online-Verkauf
- neue Möglichkeit der Kooperation
- Imageverbesserung
- Information der Kunden
- Informationen über die Kunden
- Optimierung von Geschäftsprozessen (z.B. FAQs)
- Kundenbindung (Serviceleistungen online)
- Kostenminderung (z.B. Druckkosten) / Rationalisierungseffekte ...

Der eigene Internetauftritt

Fragen, ob ein Internetauftritt für mein Unternehmen Sinn macht

besser:

Welchen Umfang sollte der Internetauftritt haben?

- Wollen Sie neue Kunden ansprechen?
- Wollen Sie alte Kunden auf neue Weise binden?
- Nutzen Ihre Lieferanten und Kunden das Internet?
- Müssen Sie Ihre Produktunterlagen häufig aktualisieren?
- Ist Schnelligkeit in Ihrem Geschäft wichtig?
- Ist Ihre Konkurrenz bereits im Internet vertreten?
- Ist Ihr Produkt / Ihre Dienstleistung für das Internet geeignet?
- ...

Inhalte einer Webpräsenz

- Startseite (meist kurze Firmenvorstellung, auch Homepage genannt)
- Produkt- / Dienstleistungsangebote
- Vorstellung des Unternehmens (wenn auf Startseite nicht ausreichend)
- Referenzen
- News
- Kontakt
- Standortbeschreibung
- Shop
- Angebote wie Downloads, Linklisten entsprechend Branche
- Impressum (gesetzlich vorgeschrieben)

Webpräsenz – selbst erstellen oder Dienstleister?

Fragen zur Entscheidungsfindung

- Fachkompetenz im Unternehmen
- Kapazitäten im Unternehmen
- Höhe des Änderungs- bzw. Aktualisierungsgrades
- Kosten
- ...

Empfehlung

- Erstellung der Internetpräsenz durch einen externen Dienstleister
- Programmoberfläche zur Realisierung von Änderungen
- evtl. Einsatz eines Content Management Systems (CMS)

Webpräsenz – selbst erstellen oder Dienstleister?

Vorteile und Nutzen von CMS

- Zeit- und Kostenersparnis
- Unabhängigkeit gegenüber Webagenturen
- einfache Bedienung und Handhabung
- keine oder geringe Programmierkenntnisse erforderlich
- professionelles Internetmanagement
- Verwaltung über das Internet
- Aktualisierung in Echtzeit
- geringer Verwaltungsaufwand durch Administration
- Benutzerverwaltung / Redaktionssystem
- Designvielfalt
- integrierte Editoren zum Bearbeiten der Inhalte
- Mehrsprachigkeit

Auswahl der notwendiger Anbieter

Web-Agentur zur Erstellung der Internetpräsenz

- regionale Anbieter (Datenbank beim MD-ECZ)
- Nachfrage beim Hersteller der Print-Medien (Kostensparnis bei Grafiken)
- sehr konkrete Angebotsabforderung bei 3 bis 4 Agenturen (Formblätter für vergleichbare Angebote)
- Internetseiten der Agenturen vergleichen
- Referenzen der Anbieter begutachten
- Platzierung am Markt beachten: Gibt es die Agentur auch morgen noch?
- Wird auf Wünsche eingegangen?

Auswahl der notwendiger Anbieter

Hosting-Provider – Vorhalten der Internetpräsenz

- Angebote von einfachem Speicherplatz bis zu einem eigenen Server
- wichtige Kenndaten zur Auswahl sind:
 - Anzahl der Domains und E-Mail-Adressen
 - Größe des Speichervolumens
 - Traffic-Volumen
 - FTP-Zugang
 - verfügbare Datenbanken und Programmiersprachen
- Auswahl in enger Abstimmung mit der Web-Agentur
- Übersichten im Internet
 - www.heise.de
 - www.billig-tarife.de
- Provider z.B. www.hosteurope.de, www.1und1.de, www.strato.de

Gestaltung von Internetseiten

Trends und Anforderungen

Grundsatz: Inhalte und Aktualität sind wichtiger als Web-Design!

dazu gehören auch:

- Bedienoberfläche
- Funktionalität
- Technische Leistungsfähigkeit (Betriebssystem + Datenbank)
- Erweiterbarkeit / Anpassbarkeit
- Zukunftsfähigkeit

Gestaltung von Internetseiten

Trends und Anforderungen

Web-Design

- „Wiedererkennungseffekt“ (Umsetzung des Corporate Identity – CI)
- intuitive Navigation
- Verwendung einer „geraden“ Schriftart
- max. 2-3 Schriftgrößen verwenden
- gleichartige Formatierungen (z.B. Aufzählungszeichen)
- Trennung von Layout und Inhalten optimieren
- Seiten ohne Frames (besser für Suchmaschinen)
- keine bzw. wenig bewegte Elemente
- ständig verfügbare Möglichkeit der Kontaktaufnahme (E-Mail-Link)
- Einsatz von beschreibenden Titeln bei Bildern und Links
- Inhaltsverzeichnis (Sitemap)

- www.w3c.org, www.drweb.de

Gestaltung von Internetseiten

Trends und Anforderungen

Web-Design – 10 Regeln

1. Vermeide lange Seiten mit Scroll-Balken.
2. Verwende kurze Textsegmente mit aussagekräftiger Überschrift.
3. Verlinke nur Internetseiten mit engen inhaltlichen Bezügen zueinander.
4. Verwende im Text so wenig Links wie möglich.
5. Vermeide lange Ladezeiten.
6. Präsentiere auf der ersten Seite eine Übersicht über die Struktur.
7. Verwende ein Navigations-System, das dem Nutzer Auskunft gibt, wo er sich gerade im Text befindet.
8. Gib zu den bewältigten Aufgaben ein spezifisches Feedback.
9. Verwende hierarchische und keine netzwerkartigen Verlinkungsstrukturen.
10. Gib dem Nutzer die Möglichkeit, sich an den Webadministrator zu wenden.

Quelle: TU Chemnitz

Inhalte für gezielte Kundenbindung

- Newsletter
- Produktbeschreibungen bzw. Produktdatenblätter
- Handbücher und Anleitungen
- News und Trends der Branche
- Linklisten der Branche
- Hinweise auf neue Verordnungen und Gesetze
- Rabatte bei einem Online-Kauf
- Online-Service und Online-Support
- geschlossene Kundenbereiche
- ...

Wie findet der Kunde mich im Internet?

- Internetseiten für die Suchmaschinen optimieren (www.suchfibel.de, www.kso.co.uk)
 - Einsatz der Meta-Tags
 - Textformatierungen (Fettdruck, Überschriften)
 - Verzeichnisnamen und Dateinamen als Suchwörter
 - Links auf alle Seiten
 - Einsatz der Datei „robots.txt“
- wechselseitige Verlinkung mit Geschäftspartnern
- Eintragen in Portalen, zentralen Registern, Dachverbänden usw.
- Werbung für den eigenen Internetauftritt
 - Information an Kunden, Lieferanten
 - Webadresse auf Firmenstempel, Briefbögen, Visitenkarten, Fahrzeugen
- fortlaufende Aktualisierung der Inhalte wie z.B. Referenzen
- ef@cts - Broschüre 18/2006 „Kunden finden im Internet“
<http://www.bmwi.de>, dann bei Suche „ef@cts“ eingeben

Wie findet der Kunde mich im Internet?

Einsatz von Meta-Tags

Suchmaschinenoptimierung - Allgemeine Meta-Tags

(Inhalt dieser Meta-Tags sollte/kann auf jeder Seite im Web gleich bleiben.)

- audience (Zielgruppe, 64 Zeichen)
- autor (Autor, 64 Zeichen)
- copyright (Copyright, 64 Zeichen)
- publisher (durch wen veröffentlicht, 64 Zeichen)
- robots (Befehle für Roboter-Suchmaschinen, 32 Zeichen)
- `<META NAME="ROBOTS" CONTENT="INDEX, FOLLOW">`
- coverage (Ort der Homepage, 64 Zeichen)
- language (Sprache, 2 Zeichen)
- Internetseiten für die Suchmaschinen optimieren
(www.suchfibel.de, www.kso.co.uk)

Wie findet der Kunde mich im Internet?

Einsatz von Meta-Tags

Suchmaschinenoptimierung – Seitenspezifische Meta-Tags

(Meta-Tags an die jeweilige Seite im Web anpassen.)

- Title-Tag: Titel/Beschreibung für einen Link
MD-ECZ
- Alt-Tag: Titel/Beschreibung für eine Grafik, Platzierung wichtiger Suchwörter
- description (Beschreibung der Seite, 256 Zeichen)
- keywords (Suchwörter, 256 Zeichen)
<META NAME="KEYWORDS" CONTENT=„Technologie, Innovation, ...">
- page-topic (Thema der Seite, 64 Zeichen)
- page-type (Typus der Seite z.B. Plan, Katalog, 64 Zeichen)
- revisit-after (Angabe, wann ein Roboter wieder kommen soll, z.B. 15 Days
<META NAME="REVISIT-AFTER" CONTENT="15 DAYS,,>

Rechtsgrundlagen

- Beachtung der Rechte Dritter bei der Wahl von Domainnamen (Markenrecht - MarkenG, Namen von Unternehmen, Prominenten, Städten und Behörden, Gattungsbegriffe - UWG, Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb)
- Benutzung von urheberrechtlich geschütztem Material (UrhG)
- Verlinkungen
- Pflicht zur Anbieterkennzeichnung → Impressum
 - §5 Telemediengesetz (TMG)
 - §55 Staatsvertrag über Rundfunk und Telemedien (RStV)

<http://www.linksandlaw.info/Impressumpflicht-Notwendige-Angaben.html>
- Widerrufsbelehrung, Preisangaben - PAngV, Versandkostenhinweise bei dem Einsatz von Shop-Systemen
- AGB
- Werbung, UWG (z.B. Newsletter – Double-Opt-In Verfahren empfohlen)
- Datenschutz, Datenschutz-Gesetz, BDSG)

These

Ein Internetauftritt ist niemals fertig!

Linksammlung

- **www.md-ecz.de**
Magdeburger Electronic Commerce Zentrum
- **www.ec-net.de**
Netzwerk elektronischer Geschäftsverkehr
- **www.recht-freundlich.de**
Feil Rechtsanwälte (Quellen zum Online-Recht)
- **www.bmj.bund.de und www.bundesrecht.juris.de**
Bundesjustizministerium, Bundesrecht kostenlos im Internet
- **www.ddv.de**
Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. (Verbraucherschutz u.ä.)
- **www.online-recht.de und www.aufrecht.de**
Wegweiser Online-Recht

Linksammlung

Domainverwaltung

- www.denic.de

Web-Editoren

- <http://www.nvu-composer.de>
- <http://www.softonic.de/s/web-editor/kostenlos>
- http://www.vollversion.de/download/namo_web_editor_203_267.html

Farbgestaltung

- <http://www.wellstyled.com/tools/colorscheme2/index-en.html>
- <http://www.colorschemer.com>
- <http://kuler.adobe.com>

Linksammlung

Impressum

- <http://www.digi-info.de/de/netlaw/webimpressum/assistent.php>
- <http://www.meine-erste-homepage.com/generatoren.php>
- <http://www.linksandlaw.info/Impressumspflicht-Notwendige-Angaben.html>

Suchmaschinen

- <http://www.suchfibel.de>
- <http://www.sitesubmission.de>
- <http://www.kso.co.uk/de/tutorial/10-5.html>
- <http://www.hello-engines.de>
- <http://www.promoware.de>

Linksammlung

HTML / CSS - Programmierung

- <http://de.selfhtml.org>
- <http://www.csszengarden.com/tr/deutsch>

Weitere Links

- <http://www.meine-erste-homepage.com>
- <http://www.ideenreich.com>
- <http://www.drweb.de>
- <http://www.webhits.de>

Angebote

Website des MD-ECZ: www.md-ecz.de

Dienstleisterdatenbank: www.tti-md.de/itdl

Website des Netzwerkes: www.ec-net.de

MD-ECZ

Magdeburger Electronic Commerce Zentrum

Dr. Jörg Bode

Roland Hallau

Wilfried Müller

03941 567007
jbode@tti-md.de

0391 7443524
rhallau@tti-md.de

0391 7443537
wmueller@tti-md.de

www.md-ecz.de
www.ec-net.de