



---

# Präsenz im Internet

## Ihre Webseite erfolgreich gestalten



Bildungszentrum des Hessischen Handels gGmbH  
Westendstraße 70  
60325 Frankfurt am Main  
Beauftragte für Innovation und Technologie im Handel  
Frau Julia Moastafa  
Tel.: 069 / 74742-206  
Fax: 069 / 74742-300  
Mail: [Moastafa@bzffm.de](mailto:Moastafa@bzffm.de)  
Web: [www.bzffm.de](http://www.bzffm.de)

# PRÄSENZ IM INTERNET

## 1. Einleitung

Der eigene Internetauftritt gehört für Unternehmen längst zum guten Ton. Aber nur wenn dieser auch durchdacht ist, lassen sich neue Kunden gewinnen und bestehende profitabel binden. Gerade kleinere Webpräsenzen scheitern mitunter daran, dass der Aufwand falsch eingeschätzt wird. Die individuellen Ansprüche und die tatsächlichen Ergebnisse passen dann oft nicht zusammen. Dabei ist ein professioneller und gut vermarkteter Online-Auftritt ein idealer Weg, um potenzielle Kunden zu erreichen und zu behalten.

Die Konzeptionen einer eigenen Internetpräsenz muss als Projekt verstanden werden. Zunächst muss sich der Unternehmer über ein paar grundlegende Dinge im Klaren sein:

- **Zielstellung:** Was soll mit der Webseite erreicht werden? Wer soll angesprochen werden?
- **Budget und Zeitrahmen:** Hierbei müssen auch die späteren laufenden Kosten berücksichtigt werden! Weiterhin sollte ein Verantwortlicher bestimmt werden. Wer pflegt die Webseite? Wer aktualisiert sie?
- **Selber machen oder einkaufen:** Von wem wird das Projekt realisiert? Wird die Webseite individuell programmiert, oder wird ein „Content Management System“ eingesetzt?
- **Zukünftige Pflege und Gestaltung der Webseiten:** Da nur aktuelle Webseiten für Besucher interessant sind, muss eine qualifizierte Person zur Verfügung stehen, die entsprechende Aktualisierungen vornimmt. Damit sind natürlich auch Kosten verbunden, die bereits bei der Planung berücksichtigt werden müssen.

## 2. Die Internetpräsenz als Instrument des Marketing

Ein professioneller Webauftritt ist zum einen das Schaufenster eines jeden Unternehmens im Internet. Zum anderen spiegelt das Erscheinungsbild und die Funktionalität einer Internetseite die Kompetenz eines Unternehmens wider. Auch als Kleinstunternehmer eignet sich eine eigene Homepage in Form einer elektronischen Visitenkarte in jedem Fall zur Geschäftsanbahnung. Ein weiterer Vorteil ist die Tatsache, dass ein eigener Internetauftritt es dem Unternehmen ermöglicht, regional, national oder gar weltweit Interessenten anzusprechen und das rund um die Uhr.

In Zeiten immer härteren Wettbewerbs ist es für Unternehmen wichtig, Zielmärkte und die dort agierenden Marktteilnehmer im Detail zu kennen. Häufig sind gerade kleinere Unternehmen in der Lage, hochwertige Produkte herzustellen oder hervorragende Dienstleistungen anzubieten. Parallel dazu werden Marketing und Vertrieb vernachlässigt. Damit verringern sich jedoch die Marktchancen der Produkte oder Dienstleistungen.

Das Internet bietet auch klein- und mittelständischen Unternehmen eine kostengünstige Möglichkeit zur aktiven Kundenansprache.

Es ist allgemein bekannt, dass es wesentlich zeit- und kostenintensiver ist, neue Kunden zu gewinnen als Bestandskunden zu pflegen. Informationen, das Unternehmen betreffend, können über Newsticker und Nachrichtenarchive verbreitet werden.

Viele Unternehmen verbreiten in diesem Zusammenhang Ihre Nachrichten per Email-Newsletter, welcher nicht nur zu einem regelmäßigen Websitebesuch führt, sondern auch Informationen ebenso für potentielle Neukunden zur Verfügung stellt. Grundsätzlich gelten aktuelle Informationen bei den Besuchern auch immer als Kompetenzbeweis.

### 3. Die erfolgreiche Webseite

#### 3.1 Zentrale Fragestellungen

Vor der Planung eines professionellen Webauftrittes sollte sich das Unternehmen folgende Fragen beantworten:

- Wie sehen die Unternehmensziele aus?
- Wer ist die derzeitige Kundschaft?
- Wer sollen die Kunden zukünftig sein?
- Wie ist das Unternehmen am Markt positioniert?
- Wer sind die Mitbewerber?

Die Internetpräsenz eines Unternehmens stellt kein einzelnes Marketing-Instrument dar, sondern spiegelt die Gesamtheit des Unternehmensauftrittes nach außen wider. Es muss in eine längerfristige Marketingstrategie eingebettet sein und als Unternehmensprojekt begriffen werden.

Das bedeutet, dass hinsichtlich betriebswirtschaftlicher Kalkulation auf mehrere Jahre hin geplant werden muss und dass Flexibilität bezüglich Struktur und Inhalten von zentraler Bedeutung ist. Daher ist der Beginn der Entwicklung einer eigenen Webseite stets von einer ganzen Reihe von Vorüberlegungen begleitet. Dieser Phase sollte man unbedingt entsprechend Raum und Zeit zugestehen.

Es ist hinlänglich bekannt, dass sich anfängliche Fehler in einer späteren Phase des Projektes katastrophal auswirken können.

#### 3.2 Kriterien eines professionellen Internetauftrittes

Die Qualität eines Internetauftrittes hängt von zahlreichen Faktoren ab:

- **Design:** das Erscheinungsbild der Webseite muss in das Gesamtbild des Unternehmens passen. Eine klare Strukturierung von Wort und Text im Einklang mit grafischen Elementen sind ebenso wichtig, wie eine prägnante Formulierung der Inhalte.

- **Navigation:** Die Navigation bzw. Menüführung ermöglicht es Besuchern alle Inhalte auf einer Webseite aufzurufen. Bei einer Navigation kann man viel falsch machen. Zu viele Menüpunkte, unverständliche Beschreibungen oder eine umständliche Bedienung macht eine Webseite unattraktiv für potentielle Kunden. Die zwei wichtigsten Kriterien sind zum einen die Übersichtlichkeit und zum anderen die einfache Bedienung.
- **Recht:** eine rechtskonforme Webseite unterliegt den entsprechenden Rechtsvorschriften rund um das Online-Recht. Dieses beinhaltet unter anderem das Domainrecht, das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb sowie auch der Verbraucherschutz.
- **Sicherheit:** Schlecht umgesetzte Webseiten stellen ein hohes Sicherheitsrisiko dar. Angreifer können ohne großen Aufwand vollen Zugriff auf die Datenbanken, den Webserver oder sogar den Account erhalten und dort großen Schaden anrichten. Es sollte somit oberstes Ziel sein, durch geeignete Maßnahmen, Angriffen von Hackern und Viren entgegen zu wirken.

### 3.3 Öffentlichkeitsarbeit in puncto Webseite

Folgende Maßnahmen können ergriffen werden, um die Webseite eines Unternehmens bekannt zu machen:

- Verbreitung der URL auf Visitenkarten, dem Firmenfahrzeug, Werbeartikeln oder Plakaten
- Anzeigen schalten
- Das Unternehmen auf Messen präsentieren
- Das Web-Angebot in Branchenportalen, den Gelben-Seiten (online) oder Online-Märkten platzieren
- Das Konzept des „Link- und Banner – Austausch“ beruht auf Gegenseitigkeit. Partnerunternehmen blenden Banner oder direkte Links auf der eigenen Webseite ein
- Suchmaschinenoptimierung beinhaltet den Eintrag der Webseite in Suchmaschinen. Von zentraler Bedeutung ist dabei eine möglichst gute Positionierung für bestimmte Begriffe.

**Haben wir Ihr Interesse geweckt?  
Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, wir beraten Sie gerne!**

Quellen:

<http://www.zbb.de> („Präsenz im Internet“)

<http://www.ec-net.de> („Kunden finden - Kunden binden“)

Die Beauftragten für Innovation und Technologietransfer Hessen (BIT) werden durch das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (BMWi) und das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (HMWVL) gefördert.

