



Die Beratung und Wirtschaftsförderung informiert zum Thema

Betrieb im Internet/Social Media



Rechtlicher Hinweis: Dieses Merkblatt gibt als Serviceleistung Ihrer Kammer nur erste Hinweise und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl dieses Merkblatt mit größter Sorgfalt erstellt wurde, kann keine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit übernommen werden.

Persönliche Beratung wird empfohlen.

Stand 01/2024

„Was soll ich denn im Internet/social Media?“

Diese Frage wurde vor gar nicht allzu langer Zeit noch sehr häufig gestellt. Mittlerweile sollte diese Frage beantwortet sein.

Ohne eine gute Internetpräsenz oder auf Ihren betrieblichen Auftritt in den „social media“ Plattformen geht heute fast gar nicht mehr.

Grund genug also darüber nachzudenken, mit dem eigenen Betrieb ins Internet zu gehen und sich neue Vertriebswege und damit neue Kunden zu erschließen. Der vorliegende Leitfaden soll Ihnen behilflich dabei sein, die ersten Hürden zu überwinden.

1. Schritt: Internetadressen

Sicherlich haben Sie sich schon einmal gefragt, wie man eine Internetadresse erhält.

Eine Internetadresse besteht aus vier Zahlenpäckchen zu je drei Zahlen, die durch einen Punkt getrennt werden (z. B. 202.193.122.101), der sogenannten Internetprotokoll-Adresse (IP). Eine solche Adresse ist natürlich viel zu kompliziert und lässt sich nicht gut merken. Aus diesem Grund werden diese Zahlen in einen Namen aufgelöst, den Domain-Namen. Eine so aufgelöste Adresse ist viel griffiger, leichter zu merken und verrät sofort, was sich dahinter verbirgt. Das folgende Beispiel stellt eine komplette Internetadresse, auch URL (Unified Resource Locator) genannt, dar.

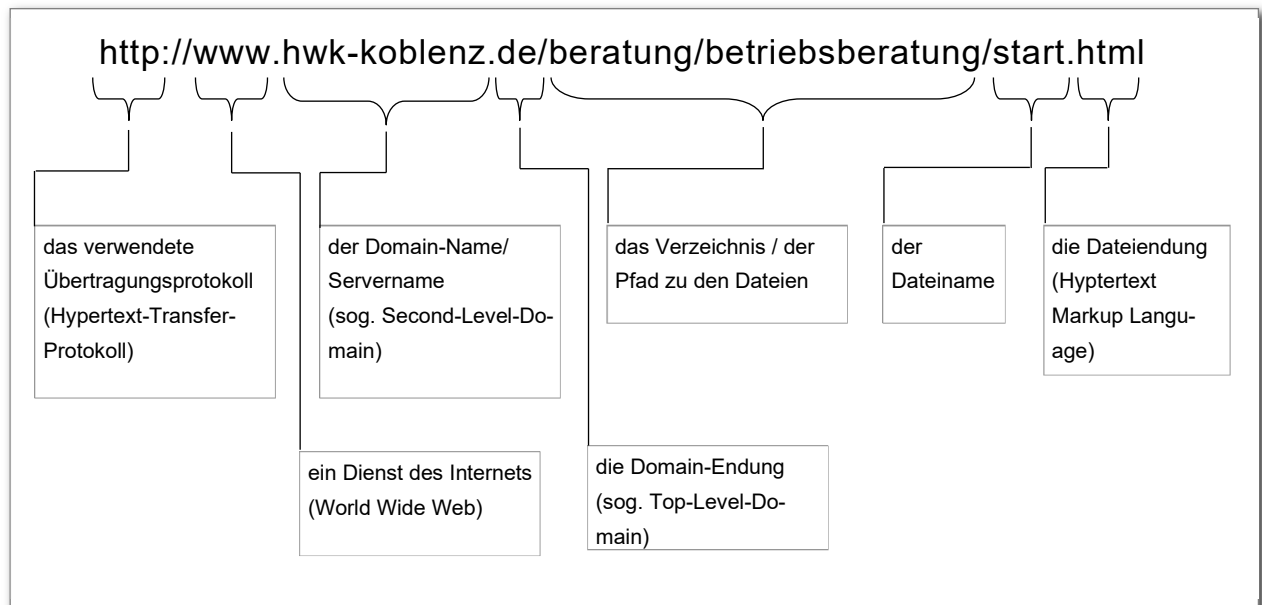


Abb. 1: Aufbau einer Internetadresse

Die Aussagefähigkeit und Merkfähigkeit einer Internetadresse ist also ein wichtiges Kriterium bei der Wahl des geeigneten Namens. Leider sind beliebte und häufig vorkommende Begriffe meist bereits vergeben. Es gilt also, aus den freien Namen einen passenden für Ihr Unternehmen zu finden.



2. Schritt: Die Wahl der eigenen Internetadresse

Jedes Land verfügt über seine eigene Top-Level-Domain (s. o.). Deutschland über „.de“, England über „.en“, Frankreich über „.fr“ usw. Zusätzlich gibt es weitere Domain-Endungen wie z. B. „.aero“, „.biz“, „.com“, „.coop“, „.edu“, „.info“, „.int“, „.museum“, „.net“ und „.org“. Die Endung soll dabei auch über den Seiteninhalt Auskunft geben. So sind .com-Seiten kommerziellen (*commercial*) Anbietern vorbehalten – also Firmen, die auch international agieren (z. B. Daimler, Deutsche Bank).

Für alle Domainendungen gibt es zentrale Registrierungsstellen. Für .de ist das die eingetragene Genossenschaft DENIC (Frankfurt, www.denic.de) für die anderen genannten Adressen ist es die INTERNIC (www.internic.com). Dort können Sie auch überprüfen, ob die von Ihnen gewünschte Adresse noch frei ist. Bei der gewünschten Adresse sind jedoch Regeln zu beachten (☞ siehe Tech-Info).

3. Schritt: Registrierung und Speicherplatz für Ihre Internetseiten

Wenn Sie einen geeigneten freien Namen gefunden haben kann es losgehen.

Sie müssen sich nun für einen Provider entscheiden, der Ihnen in Ihrem Auftrag die Adresse bei der DENIC registriert und für das Hinterlegen der HTML-Seiten (s. o.) Speicherplatz zur Verfügung stellt. Sie selbst können Ihren PC nicht verwenden, um Ihren Auftritt online zu stellen. Die Seiten müssen ja jederzeit abrufbar sein. Außerdem verfügen Sie in der Regel nicht über eine eigene IP-Adresse. Zurzeit gibt es „nur“ ca. 4,3 Milliarden mögliche Adressen (resultieren aus dem Aufbau der Adresse; siehe Tech-Info). Zahlreiche Provider bieten Ihnen Ihre Dienste an. Hier soll jedoch keine generelle Empfehlung ausgesprochen werden. Wie bei den vielen Gebühren- und Leistungsmodellen im Mobilfunkbereich ist auch die Wahl des Internetproviders eine individuelle Entscheidung. Internetportale wie beispielsweise www.heise.de/itarif/view.shtml?function=hosting liefern Übersichten und Preisvergleiche.

Hier einige Adressen von Internet Providern¹:

www.1und1.de

www.hosteurope.de

www.loomes.de

www.rz-online.de

www.strato.de

Je nach Leistungsspektrum können Sie Ihre eigene Internetadresse schon ab einem Euro pro Monat erwerben, zuzüglich einer einmaligen Registrierungsgebühr.

¹Die hier aufgeführten Adressen sind keine Empfehlungen der HwK Koblenz und stellen in ihrer Reihenfolge keine Wertigkeit dar!



4. Schritt: Der Inhalt des eigenen Internetauftrittes

Jetzt gilt es, die erworbene Adresse mit Leben und Inhalt zu füllen.

Design- und Webagenturen bieten Ihnen ihre Dienste beim Bau der Webseiten an. Die Preise variieren hier natürlich stark und richten sich danach, was Sie sich für Ihren Internetauftritt wünschen.

Hier scheuen viele Unternehmen die Ausgaben und geben sich oft mit wenig zufrieden. Aber bedenken Sie, dass eine Internetseite Aushängeschild und Visitenkarte Ihres Betriebes ist. Potenzielle Kunden, die sich zuerst im Internet über Sie informieren möchten erhalten somit entweder einen positiven oder negativen ersten Eindruck.

Das Internet ist in erster Linie eine sehr gute Möglichkeit, neue Kunden zu gewinnen, sie zu binden und kostengünstig mit Informationen und Angeboten zu versorgen (z. B. mit einem Newsletter) sowie neue Vertriebsstrukturen zu erschließen.

Somit sind diese Kosten Werbekosten und so zu sehen wie die Ausgaben, die Sie für einen guten Prospekt auch ausgeben müssten.

Eine andere Art, eine Homepage zu erstellen, ist natürlich der Eigenbau.

Hierzu finden Sie in zahlreichen Kursen der Handwerkskammer Koblenz die Möglichkeit, sich entsprechendes Know-how anzueignen. Über unsere Kurse können Sie sich jederzeit aktuell in unserer Weiterbildungsdatenbank informieren, www.hwk-bildung.de/.

5. Schritt: Aktualität der Internetseiten

Das Internet ist ein sehr schnelles und aktuelles Medium. Deshalb ist es nicht damit getan, einmal einen Auftritt zu erstellen. Die Inhalte müssen gepflegt und aktualisiert werden. Besucher Ihrer Seiten sind enttäuscht, wenn sich der Inhalt nicht von Zeit zu Zeit ändert und Informationen vom letzten Jahr als topaktuell gepriesen werden. Internetsurfer müssen einen Grund haben, nach einem Besuch Ihrer Präsenz wiederzukommen.

Bieten Sie also aktuelle Informationen und Mehrwerte für Ihre Kunden. Dies können Preisangebote, wichtige Verbraucherinformationen, ein kleines Lexikon/Glossar zu den Begriffen Ihres Handwerkes (z. B. Tischler: Vor- und Nachteile von Holzarten, Pflegetipps für Ihre Produkte, Maler: Maltechniken für den Tapetenanstrich) oder ein Online-Shop mit Bestellmöglichkeit sein.

6. Schritt: Gefunden werden

Geschafft, Ihre Seiten sind online!

Aber wie erfahren es Ihre Kunden? Bei der Erstellung der Internetseiten sollten Sie darauf achten, dass wichtige Schlüsselwörter, die Ihre Angebotspalette und das Leistungsspektrum darstellen im HTML-Code der Seite eingetragen werden. Diese sogenannten Meta-Angaben werden durch Suchmaschinen wie z. B. Google ausgelesen und als Suchergebnis angezeigt.

Nutzen Sie auch die folgenden Möglichkeiten:

- Einige Suchmaschinen bieten Ihnen an, sich selbst einzutragen (z. B. www.dmoz.org). Ein Anrecht auf die Eintragung haben Sie jedoch nicht.



- Nutzen Sie Portale. Portale sind große bekannte Internetseiten mit einem umfassenden Angebot, die hohe Besucherzahlen aufweisen. Ein Eintrag (Link) oder Banner auf diesen Seiten verhilft Ihnen zu mehr Besuchern.
- Die Handwerkskammer Koblenz bietet Ihnen als Kammermitglied kostenlos die Möglichkeit, sich in unsere Handwerkersuche eintragen zu lassen. Diese Handwerkersuche steht unter der Adresse www.hwk-koblenz.de/handwerkersuche für die Kunden des Handwerks bereit.

7. Schritt: Darauf ist noch zu achten

Informationspflicht von Internetbetreibern – Impressum und Datenschutz (DSGVO)

Handwerker, die eine eigene Homepage betreiben und darauf dauerhaft ein Angebot, einen sogenannten Teledienst, bereitstellen, sind seit dem 21. Dezember 2001 an das Gesetz zum Elektronischen Geschäftsverkehr gebunden. Das Gesetz verlangt, dass der Anbieter ausführliche Angaben zu seiner Identität für den Benutzer bereithält.

Das Gesetz zum Elektronischen Geschäftsverkehr umfasst im Wesentlichen folgende Aspekte:

- Name und Anschrift des Anbieters (Straße, Hausnummer, Postleitzahl, Ort), sowie Telefonnummer und E-Mail-Adresse müssen vollständig aufgeführt werden. Der Telefonnummer sollte man die „0049“ für Deutschland voranstellen. Eine Postfachadresse reicht nicht aus.
- Handelt es sich bei dem Anbieter um eine juristische Person oder Personengesellschaft, muss außerdem der Name des Vertretungsberechtigten aufgeführt werden.
- Bei zulassungspflichtigen Angeboten muss die Adresse der Zulassungs- bzw. der Aufsichtsbehörde angegeben werden.
- Wer in ein Handels-, Genossenschafts-, Partnerschafts- oder Vereinsregister eingetragen ist, muss die Registernummer und den Registernamen aufführen.
- Die Umsatzsteueridentifikationsnummer ist bei umsatzsteuerpflichtigen Angeboten bekannt zu geben.
- Für reglementierte Berufe, darunter Gesundheitshandwerke (z. B. Augenoptiker, Orthopädie-schuhmacher etc.) gelten besondere Vorschriften. Sie müssen auch die Kammer, bei der sie Pflichtmitglied sind, die gesetzliche Berufsbezeichnung und den Mitgliedstaat der EU, in dem sie verliehen worden ist, angeben.

Außerdem müssen Sie seit dem 25.05.2018 die Bestimmungen zur **Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)** beachten.

Weitere Hilfen zum Impressum und zur DSGVO bietet auch der Impressum-, bzw. Datenschutz-Generator auf www.e-recht24.de.

www.e-recht24.de/impressum-generator



Bei Nichtbeachtung der Bestimmungen droht ein Bußgeld in Höhe von bis zu 50.000 EURO und das nicht nur bei vorsätzlichen, sondern auch bei fahrlässigen Verstößen.

Weitere Informationen bei der Rechtsberatung der Handwerkskammer Koblenz unter Tel. 0261/398-202, recht@hwk-koblenz.de

Tipps für die eigene Internetpräsenz

Benutzerfreundlichkeit ist Teil eines guten Designs!

Der Gestalter einer Benutzeroberfläche kann erheblich zur Qualität, Nutzbarkeit und Akzeptanz einer Internetseite beitragen.

Design ist besonders wichtig, wenn man Konkurrenz hat.

Wenn Mitbewerber die gleiche Leistung zu gleichen Preisen anbieten, muss man sich von ihnen abheben. Die drei Möglichkeiten dazu sind Design, Funktionalität und Inhalt. Alle Komponenten fördern das Branding, das Gemeinschaftsgefühl und die Lebendigkeit der Seite.

Grafiken sind diskutabel!

Einige Anwender finden grafisch aufwendige Seiten abstoßend. Andere wiederum finden den reduzierten Einsatz von Grafiken langweilig. Es gilt abzuwägen, zu welcher Gruppe Ihr Zielpublikum gehört.

Das Web hat einen merkwürdigen Einfluss auf Gestalter.

Der Stolz auf die technische Leistung blendet und lässt oftmals die Objektivität verlieren um zu entscheiden, was geht und was nicht.

Der optische Eindruck ist wichtig.

Schaffen Sie eine angenehme Atmosphäre, in der sich der Besucher wohlfühlt.

Regeln für einen erfolgreichen Internetauftritt

- Schließen Sie keinen Besucher aus, bieten Sie Alternativen zu Plug-Ins, stellen Sie sicher, dass Ihre Seiten mit allen üblichen Browsern darstellbar sind.
- Verzichten Sie auf Sounduntermalung – Sie muten dem Besucher damit lange Ladezeiten zu und treffen dann vielleicht nicht mal seinen Musikgeschmack. Wenn es sein muss, lassen Sie dem Besucher die Wahl, ob er die Musik hören will.
- Verwenden Sie Schriften, die auf dem Bildschirm gut lesbar sind – nicht zu klein bitte, bei Serifenschriften lieber noch eine Nummer größer.
- Das Grafikformat GIF ist für Grafiken, JPEG für Fotos!
- Lassen Sie Ihren Besucher nicht warten. Verzichten Sie auf alles, was Ihre Seiten unnötig aufbläht und lange Ladezeiten verursacht.
- Setzen Sie Farben überlegt und gezielt ein, überladen Sie Ihre Seiten nicht, verzichten Sie auf Unruhefaktoren wie „Zappel-GIFs“ und „Banner“.
- Frames sollen die Nutzung Ihrer Site vereinfachen, nicht erschweren. Am besten, Ihr Besucher bemerkt sie gar nicht.
- Sorgen Sie für eine übersichtliche Navigation und Seitenstruktur. Bieten Sie eine Sitemap und eine Suchfunktion.



- Pflegen Sie Ihre Meta-Tags!
- Aktualisieren Sie Ihre Seite regelmäßig und bleiben Sie im Dialog mit Ihren Besuchern!

Domain-Registrierung

Wer eine Domain registriert, erwirbt lediglich die Nutzungsrechte. Der Antragssteller ist dafür verantwortlich, dass nicht Rechte Dritter verletzt werden.

Zudem gibt es verschiedene Spielregeln, die es zu beachten gilt. Die Domain-Namen dürfen nicht mit Bindestrichen beginnen oder enden. Zusätzlich muss jeder Domain-Name mindestens zwei Zeichen lang sein.

Social Media!

Der Begriff Social Media hat sich bereits im allgemeinen Sprachgebrauch etabliert. Nun kommt die Frage auf, ob man einen oder mehrere Social Media-Plattformen zur Vermarktung des eigenen Unternehmens nutzen soll. Diese Frage ist nicht ad-hoc zu beantworten, da es immer auf einen selbst ankommt.

1. Richtig oder gar nicht.

Wer im Social Media aktiv sein will, soll dies entweder richtig oder gar nicht angehen. Nur mal was posten und dann Wochen oder Monate untertauchen, ist keine gute Idee um mit Social Media Aufmerksamkeit und langfristig auch Absatz zu generieren.

2. Auswahl des Kanals.

Wenn man seine Zielgruppe herausgefunden hat, kann man auf verschiedene Kanäle zurückgreifen. Ob Facebook, Instagram, TikTok oder Snapchat, man sollte vorher schauen, wo seine Zielgruppe aufzufinden ist.

3. Auftritt.

Der Auftritt sollte dann im ausgewählten Kanal, richtig und komplett sein. Hier geben unsere Experten der Digitalisierungsberatung ihnen gerne Hilfsmöglichkeiten an die Hand.

4. Budget.

Um Werbung zu schalten und hier auch die gewünschte Zielgruppe zu erreichen, ist ein Werbebudget für Social Media nötig. Dies sollten Sie vorab festlegen.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass man seinen eigenen Stil in den Kanälen durchgehend fortführen sollte und das man mit Hilfe von Agenturen oder den Digitalisierungsberatern der Handwerkskammer ein Start in den Bereich des Social Medias möglich ist und gelingen kann.



Haben Sie Fragen zum Thema oder benötigen Sie weitere Informationen? Wir beraten Sie gerne!

Handwerkskammer Koblenz – Digitalisierungsberatung 0261/ 398 – 594 oder 596, beratung@hwk-koblenz.de ,

www.hwk-koblenz.de



Beratung und Wirtschaftsförderung der HwK Koblenz

Unsere Berater, die durch den stetigen Dialog mit den Betrieben die regionalen Marktgegebenheiten, Besonderheiten und Probleme kennen, stehen Ihnen für individuelle und kostenfreie Beratungen zur Verfügung. Nutzen Sie das Wissen und die Praxiserfahrung der Kammerexperten in allen Fragen von der Existenzgründung bis zur Betriebsübergabe.

Beratung für das Handwerk

Gemeinsam stark!

Wir bieten Ihnen ein breites Spektrum an Themen, die für Sie und Ihren Betrieb interessant sind.

- Existenzgründung
- Betriebsübernahme
- Betriebsübergabe
- Betriebsbörse
- Unternehmensführung
- Investitionen
- Finanzierung, Bürgschaften, Rating
- Fördermöglichkeiten
- Liquiditätssicherung
- Marketing
- Personal/Fachkräfte
- Rechtsformen
- Patent- und Markenberatung
- EDV, Organisation
- IT-Sicherheit und Datenschutz
- Standort- und Marktdaten
- Schwachstellenanalyse
- Notfallmanagement
- Kooperationen
- Außenwirtschaft
- Altbausanierung/Denkmalpflege
- Technologie
- Technik und Arbeitssicherheit
- Betriebliches Gesundheitsmanagement
- Energie und Umwelt
- Mediation

Die Beratung und Wirtschaftsförderung deckt die Vielfalt der Betriebsführung von der strategischen Ausrichtung bis zum akuten Notfall ab. Auch Fragen wie "Wie führe ich ein Bankgespräch?", "Wie lese ich eine BWA?", "Wie baue ich ein Energiemanagementsystem auf?" uvm. beantworten Ihnen unsere Berater gerne.

Beratung vor Ort – unser kostenloser Service

Immer in Ihrer Nähe beraten wir Sie in Ihrem Betrieb vor Ort oder an unseren Standorten in Koblenz, Bad Kreuznach, Bad Neuenahr-Ahrweiler, Cochem, Herrstein, Rheinbrohl, Simmern und Wissen.

Haben Sie Fragen zum Thema oder benötigen Sie weitere Informationen? Wir beraten Sie gerne!

Beratung und Wirtschaftsförderung, Tel. 0261/398-251, beratung@hwk-koblenz.de
Rechtsabteilung, Tel. 0261 /398 200, recht@hwk-koblenz.de





Die Beratung und Wirtschaftsförderung der HwK Koblenz bietet Merkblätter zu folgenden Themen an:

- Alternative Finanzierungsinstrumente
- Beschäftigung von Mitarbeitern
- Einsatz ausländischer Subunternehmer in Deutschland
- Erfolgsfaktor Marketing
- Existenzgründung im Nebenberuf
- Fachkräfte im Handwerk
- Familienfreundliche Betriebe
- Franchise im Handwerk
- Impressumspflicht
- Kooperationen im Handwerk
- Liquidität
- Mein Betrieb im Internet
- Mitarbeiterbeteiligung
- Mitarbeiterführung
- Notfallregelungen
- Rating: Worauf Banken bei der Kreditvergabe achten
- Rechtsformen im Überblick
- Unternehmerpflichten im Arbeitsschutz

Unsere oben genannten Merkblätter finden Sie auf unserer Internetseite unter www.hwk-koblenz.de > Service-Center > Formulare und Downloads > Betriebsführung

Gerne schicken wir Ihnen die gewünschten Merkblätter auch per Post zu:

Senden Sie uns dafür das Formular ausgefüllt an beratung@hwk-koblenz.de

Betrieb

Name, Vorname

PLZ/Ort

Straße

Telefon

Mobil

E-Mail

Haben Sie Fragen zum Thema oder benötigen Sie weitere Informationen? Wir beraten Sie gerne!

Handwerkskammer Koblenz – Beratung und Wirtschaftsförderung, Tel. 0261/398-251, beratung@hwk-koblenz.de, www.hwk-koblenz.de

