

NETKURIER INFOBLATT INHALTE FÜR ERFOLGREICHE FIRMEN-WEBSITES

1. Was unbedingt auf Ihre Website sollte

Beschäftigen Sie sich jetzt mit den konkreten Inhalten für Ihre Firmen-Website. Folgende Informationen sollten Sie unbedingt auf Ihrer Website präsentieren:

Startseite

Ihre Startseite muss die Besucher Ihrer Website dazu bewegen, auf Ihrer Website zu bleiben und sich weitere Seiten anzuschauen. Stellen Sie das Wesen und die Vorzüge Ihres Unternehmens kurz vor, geben Sie Ihren Besuchern einen Anreiz, sich auf Ihrer Website umzuschauen, und leiten Sie den Besucher auf wichtige Unterseiten weiter.

Logo

Ihr Firmenlogo sollte auf jeder Seite Ihrer Website immer an der gleichen Stelle erscheinen. Die Farben Ihrer Website sollten auf die Farben Ihres Logos abgestimmt sein. Auf diese Weise sehen die Kunden gleich beim ersten Besuch Ihrer Website, dass Sie beim richtigen Unternehmen gelandet sind.

Kontaktinformationen

- Firmenname und -adresse
- Telefon- und Faxnummern
- Emailadresse
- Bürozeiten / Öffnungszeiten
- Anfahrtsbeschreibung evtl. mit Straßenkarte
- Foto Ihres Firmengebäudes, damit Ihre Kunden Sie bei einem Besuch leichter finden können.
- Hauptansprechpartner für Verkauf, Service, Reklamationen usw.

Informationen zu Ihren Produkten und Dienstleistungen

- Beschreibung Ihrer Produkte und Dienstleistungen
- Kernkompetenzen Ihres Unternehmens
- Wie Sie sich von anderen Anbietern unterscheiden
- Wo Ihre Produkte verkauft und in welchem Bereich Ihre Dienstleistungen eingesetzt werden
- Preise und Konditionen oder Informationen dazu, wie man einen Kostenvoranschlag erhalten kann

Impressum

Jede gewerblich genutzte Website muss von Rechts wegen ein Impressum mit folgenden Informationen haben:

1. Name und Anschrift des Anbieters

Zunächst ist der komplette Name bzw. die vollständige Firmenbezeichnung inklusive Rechtsformzusatz anzugeben. Weiterhin müssen Straße, Hausnummer, Postleitzahl und Ort angegeben werden. Die Angabe eines Postfachs genügt nicht. Bei juristischen Personen und Personenvereinigungen ist der Sitz anzugeben.

2. Informationen zur schnellen Kontaktaufnahme

Dies sind ausweislich der Gesetzesbegründung Telefonnummer, Faxnummer, und Email-Adresse. Wer verhindern möchte, dass die Email-Adresse von Spam-Robots ausgelesen wird, sollte die Angaben in Form einer JPEG- oder GIF-Datei bereitstellen. Verfügt der Anbieter z.B. über keine Faxnummer, so muss diese natürlich nicht angegeben werden.

3. Angabe des Vertretungsberechtigten

Bei juristischen Personen, Personengesellschaften und sonstigen Personenzusammenschlüssen ist die Angabe des Vertretungsberechtigten erforderlich.

4. Angabe der Aufsichtsbehörde

Bedarf die Tätigkeit des Anbieters der behördlichen Zulassung, so ist die zuständige Aufsichtsbehörde nebst Kontaktdaten aufzuführen.

5. Register und Registernummer

Ist der Anbieter im Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister eingetragen, so ist das entsprechende Register zu benennen und die Registernummer anzugeben.

6. Umsatzsteuer-Identifikationsnummer

Soweit vorhanden muss auch die Umsatzsteuer-Identifikationsnummer angegeben werden.

7. Zusätzliche Pflichten für besondere Berufsgruppen

Ist der Anbieter ein Angehöriger eines Freien Berufes, bei dem die Berufsausübung geregelt oder die Berufsbezeichnung geschützt ist (z.B. Rechtsanwälte, Steuerberater, Wirtschaftsprüfer, Ärzte, Zahnärzte, Architekten, beratende Ingenieure etc.), so sind zusätzlich die Berufsbezeichnung und der Staat, in dem diese verliehen wurde, anzugeben. Schließlich müssen die berufsrechtlichen Regelung benannt und im Volltext oder vorzugsweise durch entsprechende Links verfügbar gehalten werden. Häufig stellen die jeweiligen Kammern und Berufsverbände entsprechende Internetseiten zur Verfügung, auf die per Link verwiesen werden kann.

8. Weitere Angaben

Sofern aufgrund anderer Vorschriften weitere Informationspflichten bestehen, müssen auch diese erfüllt werden. Werden beispielsweise redaktionelle Beiträge veröffentlicht, so muss ein Verantwortlicher im Sinne vom § 10 Abs. 3 MDStV benannt werden. Dabei muss es sich um eine natürliche Person handeln, die voll geschäftsfähig ist und Ihren ständigen Aufenthalt im Inland hat.

Vorvertragliche Informationen nach dem Fernabsatzgesetz

Ob und in wie weit Sie auf Ihrer Website vorvertragliche Informationen nach dem Fernabsatzgesetz zur Verfügung stellen müssen, hängt davon ab, wie und an wen Sie Ihre Produkte und Dienstleistungen vertreiben.

Wertvolle Informationen zu diesem Thema finden Sie unter

Fernabsatzrechtliche Vorschriften im BGB

http://haerting.de/de/3_lawraw/faqs/faq_fernabsatzrecht.php?we_objectID=222&pid=297

Rechtsprechungsübersicht zum Fernabsatz

http://haerting.de/de/3_lawraw/faqs/rechtsprechung_fernabsatzrecht.php

FAQ zum Fernabsatzgesetz

http://haerting.de/de/3_lawraw/faqs/faq_fernabsatzrecht.php/

2. Mögliche Zusatzinformationen

Abgesehen von den Basisinformationen, die unbedingt auf Ihre Website gehören, gibt es noch eine ganze Reihe von zusätzlichen Inhalten, mit denen Sie Ihre Website zu einer interessanten Informationsquelle für Ihre Kunden und zu einem profitablen Marketinginstrument für Ihr Unternehmen machen können.

Zusatzinformationen zu Ihren Produkten und Dienstleistungen

- Menü
- Katalog
- Emailadresse
- Gebrauchsanleitungen als PDF-Dokument zum herunterladen

Informationen zu Preisen und Konditionen

- Preislisten
- Sonderangebote
- Informationen zu Versand und Kundenservice
- Informationen zu Garantie und Gewährleistung
- AGB

Referenzen

- Beispiele von Produkten oder Projekten, die Sie für Ihre Kunden erstellt haben
- Meinungen und Aussagen Ihrer Kunden über Sie, Ihr Unternehmen, Ihre Produkte und Dienstleistungen
- Gutachten, Preise oder Auszeichnungen, die Sie / Ihr Unternehmen erhalten hat

Nutzen Sie diese Referenzen, um Interessenten von den Vorteilen Ihrer Produkte und Dienstleistungen sowie von der angenehmen Zusammenarbeit mit Ihnen zu überzeugen. Vergessen Sie nicht, vor der Veröffentlichung die Erlaubnis des entsprechenden Kunden oder Autors einzuholen, geben Sie den Namen des Referenzgebers an und verlinken Sie auf dessen Website. Heben Sie die Referenz durch Anführungsstriche, einen farbigen Hintergrund oder eine Umrandung optisch hervor.

Shop

Auch kleine Websites können einen lukrativen online Shop betreiben. Wie beim normalen Stadtbummel, kaufen die Kunden auch online gerne in kleinen, spezialisierten Shops ein. Um einen erfolgreichen online Verkauf aufzubauen, benötigen Sie auch keinesfalls einen multifunktionalen Shop im Stil von Amazon. Manchmal genügt schon ein einfaches Bestellformular. In den meisten Fällen sollten Sie jedoch einen Shop haben, der Ihren Kunden folgende Grundfunktionen bietet:

- Produkte auswählen und in den Einkaufskorb legen
- Produkte aus dem Einkaufskorb löschen
- Anzahl der ausgewählten Produkte ändern
- Übersicht über die Summe aller ausgewählten Produkte
- Abschluss des Einkaufs durch Versenden der Bestellung oder direkte online Zahlung

FAQ / häufige Fragen

Ihre Kunden werden immer wieder Hilfe und Informationen benötigen, um Ihre Website optimal nutzen zu können. Sie brauchen Angaben dazu, wo sie welche Informationen auf Ihrer Website finden können, wie sie Ihre Produkte und Dienstleistungen an ihre individuellen Bedürfnisse anpassen können, wie sie eine Bestellung aufgeben können und wie und wann ihr Auftrag geliefert wird usw. Beantworten Sie auf Ihrer Website die Fragen, die Ihnen von Ihren Kunden immer wieder gestellt werden. Auf diese Weise sparen Sie kostbare Zeit, die Sie ansonsten mit der wiederholten Beantwortung der gleichen Fragen verbringen würden; und Ihre Kunden werden diesen Service sehr zu schätzen wissen.

Tipps und Tricks

Stellen Sie Ihren Kunden auf Ihrer Website ein paar wertvolle Tipps zur Verfügung, mit denen sie Zeit und Geld sparen können oder die sie bei der Planung und Vorbereitung unterstützen. Richten Sie eine Tipps und Tricks Seite ein und verweisen Sie darauf, wenn Sie regelmäßig Newsletter an Ihre Kunden schicken.

So könnte ein Fotograf seine Kunden darüber informieren, wie sie sich optimal auf einen Fototermin vorbereiten (z.B. eine Checkliste mit Antworten auf solche Fragen wie: Was soll ich anziehen?, Soll ich mich schminken?, Wie lange wird es dauern?). Ein Klempner oder Heizungsmonteur könnte seinen Kunden im Herbst wertvolle Tipps zum Frostschutz von Wasserleitungen geben.

Mit dieser Hilfe zur Selbsthilfe zeigen Sie Ihren Kunden, dass Sie fachkompetent und vertrauenswürdig sind. Und die Besucher Ihrer Website fühlen sich, als seien sie schon zufriedene Kunden bei Ihnen. Da liegt der Schritt zum ersten Auftrag nicht mehr fern!

Stand Dezember 2005. Irrtum und Änderungen vorbehalten.