

Internet ist mehr als nur eine „Visitenkarte“ im weltweiten Netz

Der eigene Internetauftritt ist inzwischen zum „Muss“ geworden.

Die rasante Entwicklung des internationalen Informations- und Kommunikationsnetzes eröffnet vielfältige neue Nutzungsmöglichkeiten. Und das Ende der Fahnenstange ist noch nicht erreicht.

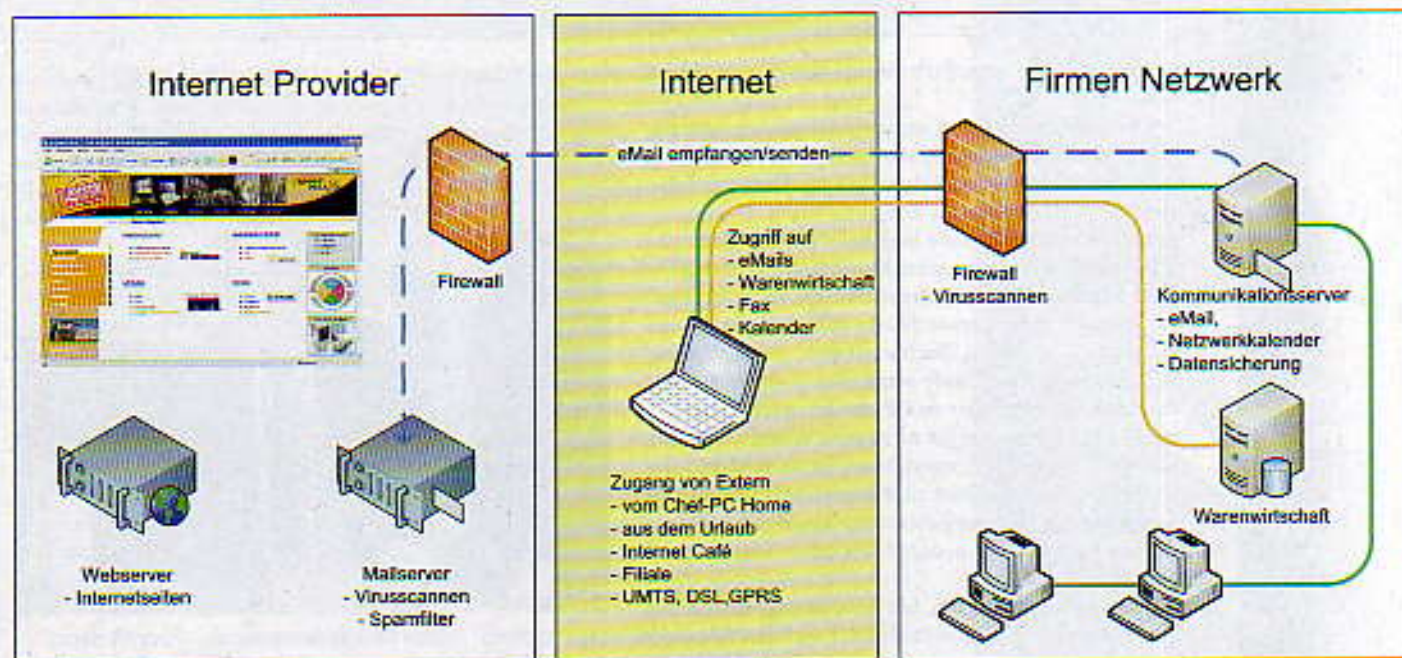
Doch wie steht es um die Internet-Präsenz? Von „Stiefkind“ bis „Wichtigstes Marketinginstrument“ reicht der Status in den Unternehmen. Entsprechend ist auch der dafür veranschlagte Aufwand für die Betreuung der Seiten. Doch auch dort, wo das Internet „Chefsache“ ist, läuft nicht alles glatt. Internet-Provider, Netzbetreiber und Web-Gestalter „unter einen Hut“ zu bringen ist nicht ganz leicht. „Selbermachen“ bei der Seitengestaltung ist auch nicht immer die Lösung. Meist sind beauftragte Mitarbeiter durch andere Tagesaufgaben eingespannt und Praktikanten bringen zwar neue, frische Ideen aber keine Kontinuität.

Was ist also zu beachten, bei der Planung, Gestaltung und Nutzung des Internetauftritts? Auf den folgenden Seiten geben die Internet-Experten von Gera-Web einige Tipps.



Ingo Süß und Stefan Würfel betreuen mit ihrer Firma Gera-Web seit 1996 Internetauftritte und Computernetze zahlreicher kleiner Unternehmen.

Internetadresse www.gera-web.de



Name: nur Schall und Rauch?

Wer will, dass seine Kunden ihn finden, braucht eine Adresse. Das ist im Internet nicht anders. Was anders ist – man kann sich seine Adresse selbst wählen. Vorausgesetzt, kein anderer benutzt sie bereits. Dieser sogenannte „Domain-Name“ sollte zum Firmenauftritt passen. Es bietet sich an, den Firmen- oder Markennamen zu nutzen. Neben der Internet-Adresse sollte er auch für die E-Mail-Adressen genutzt werden können. Ob die Endung dann .de, .com (das sind die häufigsten) oder .eu usw. heißt, hängt u.a. davon ab, wen man erreichen will.

Sicherheit nicht vernachlässigen!

E-Mail-Verkehr, Datentransfer, Vernetzung – wer seinen Internet-Auftritt aktiv zur Kommunikation nutzt, muss seine(n) Computer vor Angriffen aus dem Internet (Viren, Spam & Co.) schützen. Firewall-Systeme sollten deshalb von Anfang an einbezogen werden.

Was und Wer?

Gründliche Planung und Vorbereitung ist unalldingbar! Im Vorfeld muss geklärt werden:

Wer soll erreicht werden?

Was soll erreicht werden – Information, Kommunikation, Datentransfer, aktiver Verkauf?

Wer kümmert sich um Inhalte und Aktualisierung?

Danach richtet sich die Struktur der Umfang und die Gestaltung des Internetauftritts.

Information und Kommunikation als Einheit

Übersichtlich, schnell und auf den Punkt gebracht sollten die Informationen auf einer Internet-Seite sein. Internet-Nutzer haben es meist eilig, wollen sich nicht lange mit Lesen aufhalten. Das stellt hohe Anforderungen an den Aufbau und die Struktur der Seiten.

Übersichtlichkeit ist gefragt. Oft ist weniger mehr, noch dazu, wenn es regelmäßig aktualisiert wird.

Wichtig ist auch die Möglichkeit der direkten Kontaktaufnahme. Schön, wenn man auch weiß, wem man gerade ein Mail schickt, die Mailadresse auch einen Namen und ein Gesicht hat.

... noch mehr Kommunikation

Das Internet ist quasi ein Land der unbegrenzten (Kommunikations-)Möglichkeiten. Warum sollte man das nicht auch für die eigene Firma nutzen? Dass der Chef seine E-Mails auch außerhalb seines Büros abrufen und bearbeiten kann, ist eine Sache. Aber bspw. Außendienstmitarbeiter können den eigenen Internetauftritt nut-

zen, um auf Daten des firmeneigenen Computernetzes zuzugreifen. Kunden können per Internet Daten für ihre Bestellung „durchgeben“, egal ob es sich dabei um Zeichnungen für Werkstücke handelt oder Druckunterlagen. Service-Firmen nutzen das Internet, um auf Computer, Maschinensteuerungen etc. ihrer Kunden zugreifen zu können.

Internet-Shops: lohnt sich das?

Sicher soll der eigene Internetauftritt Kunden auf das Unternehmen aufmerksam machen und am Ende auch zu mehr Umsatz führen. Wer jedoch in einem eigenen Internet-Shop direkt seine Waren verkaufen will, sollte sich das gut durchrechnen. Reicht der zu erwartende Gewinn, um den relativ hohen (Personal-)Aufwand für die ständige Aktualisierung des Shops zu kompensieren? Wie können Reklamationen, Rückgabe und Mängelbeseitigung organisiert werden? Und nicht zuletzt: Gibt es ein zuverlässiges online-Bezahlungssystem?

Selbst machen oder Dienstleister nutzen?

Natürlich kann man seinen Internet-Auftritt komplett selbst managen. Viele, gerade kleine Unternehmen, können damit aber schnell überfordert sein. Oft werden personeller und zeitlicher Aufwand für

Betreuung und Pflege unterschätzt. Der Vertriebsmitarbeiter oder der Praktikant erledigen das „nebenebei“. Solange es um die Aktualisierung der Internetseiten im überschaubaren Umfang geht, kann das durchaus eine Alternative sein, wenn einer „den Hut auf hat“. Wenn es um den Aufbau einer effektiven Internetnutzung, die

Betreuung von Datenübertragungssystemen, die Koordination von Providern und Anschlussbetreibern oder Sicherheitssysteme geht, sollte man sich schon auf die Kenntnisse eines Profis verlassen – egal ob innerhalb der eigenen Firma (EDV-Administrator) oder mit einem Dienstleistungsunternehmen als Partner. ■

Über Gera-Web

Die Gera-Web Gesellschaft für Online-Marketing mbH wurde 1996 gegründet. Das Unternehmen betreut Internetauftritte, Datenbanken und Firmennetzwerke. Die zehn Mitarbeiter planen, realisieren, erweitern und warten sowohl Software als auch Hardware. Der „Speedmaaxserver – Die Kommunikationsplattform für Unternehmen“, eine Eigenproduktion von Gera-Web, ist seit drei Jahren ein weiteres Highlight im IT-Bereich, der permanent weiterentwickelt wird.

Vor allem kleine und mittlere Unternehmen aus Thüringen und Sachsen gehören zu den Kunden, die sich auf den Service von Gera-Web verlassen. Die Firma unterstützt auch Schulen bei Ihren Internetpräsenzen. Neben einer Online-Autobörse (<http://www.autohoerse-online.de>) betreibt die Gera-Web auch einen eigenen Webkatalog (<http://www.topsuche.de>).

<http://www.gera-web.de>

