

MarketingNews

Anforderungen an eine Homepage



Liebe Leserinnen, liebe Leser,

wussten Sie, dass der Bundesgerichtshof 2013 in einem Urteil erklärt hat, dass das Internet zur Lebensgrundlage von Privatpersonen gehört? Der Internetauftritt einer Wohnungsgenossenschaft ist die Visitenkarte des Unternehmens und meist der erste Kontakt, wenn heutzutage eine Wohnung gesucht wird. Die ARD/ZDF-Onlinestudie untersucht jährlich die Entwicklung der Internetnutzung in Deutschland. Die Zahlen der Studie von 2014 zeigen, dass 79,1 % der Erwachsenen in Deutschland online sind. Dies sind 55,6 Millionen Personen ab 14 Jahren. Dabei ist ein Internetnutzer durchschnittlich an 5,9 Tagen wöchentlich online und verbringt täglich 166 Minuten im Netz. Jeder zweite Onliner greift inzwischen auch unterwegs via Smartphone oder Tablet auf Netzinhalte zu.

Die meisten Wohnungsgenossenschaften verfügen über einen eigenen Internetauftritt. Doch meist sind diese vor vielen Jahren erstellt und seitdem nicht mehr überarbeitet worden. Doch welche Anforderungen stellt die mobile Nutzung des Internets an die Homepage? Wie sollte eine Homepage aufgebaut sein? Welches Redaktionssystem ist empfehlenswert? Sollte eine Agentur neben der Programmierung auch die Inhalte pflegen? Welche Inhalte sollten auf der Startseite erscheinen? Wie funktioniert eine Suchmaschinenoptimierung? Welche Angaben müssen im Impressum gemacht werden? Was bedeutet responsive Webdesign? Wo wird meine Wunschdomain registriert?

Antworten auf diese Fragen und Erfahrungen sowie Praxisbeispiele stellen wir Ihnen in der ersten Ausgabe der MarketingNews 1/2015 vor, damit auch Sie sich im Internet richtig präsentieren und positionieren können.

Ich wünsche Ihnen eine anregende Lektüre, viel Freude beim Surfen im Internet und einen tollen Sommer!

Ihr Dr. Axel Viehweger
Vorstand des VSWG

www.vswg.de
www.facebook.com/VSWGGeV

Allgemeine Informationen zu Domains

Computer im Internet erkennen sich untereinander über so genannte IP-Adressen, die jeden Rechner identifizieren. Das Domain Name System (kurz DNS) verknüpft diese IP-Adressen mit Hostnamen, die als Domains wie beispielsweise www.vswg.de registriert werden können. Domains verwenden für die Adressierung innerhalb gewisser Regeln frei wählbare Wörter, Namen und Begriffe, die einprägsamer sind als IP-Adressen.

Die Registrierung von .de-Domains erfolgt grundsätzlich nach dem Prinzip „wer zuerst kommt, sichert sich die Domain“. Maßgebend dabei ist, welcher Domainauftrag zuerst in die DENIC-Datenbank geschrieben wird. Die DENIC eG ist die zentrale Registrierungsstelle für alle Domains unterhalb der Top Level Domain .de und damit verantwortlich für den Betrieb und die technische Stabilität einer wichtigen Ressource des deutschen Internets. Sie stellen für die Domainverwaltung ein automatisches elektronisches Registrierungssystem zur Verfügung und betreiben ein weltweites Netz von Nameservern, das sicherstellt, dass über 15 Millionen .de-Domains weltweit rund um die Uhr erreichbar sind.

Der Registrierungsauftrag des Kunden wird von der DENIC ausgeführt, sofern eine Domain noch nicht registriert ist und die in den DENIC-Domainrichtlinien genannten Voraussetzungen erfüllt werden. Mit der Registrierung gibt der zukünftige Domaininhaber an, dass die Domain keine Rechte Dritter verletzt.

Verfügbarkeit von Domains und Reservierung einer Domain

Bei www.checkdomain.de tragen Sie einfach den gewünschten Domainnamen und die bevorzugte Domain-Endung in die Suchmaske ein. Anschließend werden Sie informiert, ob die Adresse noch verfügbar ist und erhalten automatisch Hinweise zur Registrierung, länderspezifischen Besonderheiten und Preisen.

Sie können aber auch die Domainabfrage der DENIC nutzen unter www.denic.de/domains/whois-service. Sollte die Domain bereits vergeben sein, können Sie sich als Ergebnis anzeigen lassen, wer Domaininhaber ist und erhalten



The screenshot shows the DENIC website interface. At the top, there's a banner with the text "Wir sind .de" and a photo of four people around a laptop. Below this, a green box contains the text "Domainabfrage - whois" and a search input field. The main content area displays the "Domainabfrage-Ergebnis" for the domain "vswg.de". It lists the domain data, the domain holder (Frank Wunsch), and their contact information.

Domaindaten	
Domain	vswg.de
Letzte Aktualisierung	13.01.2012

Domaininhaber	
Der Domaininhaber ist der Vertragspartner der DENIC und damit der an der Domain materiell Berechtigte.	
Domaininhaber	Frank Wunsch
Organisation	VSWG Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e.V.
Adresse	Antonstr. 37
PLZ	01097
Ort	Dresden
Land	DE

die entsprechenden Kontaktdaten mit Ansprechpartner.

Als nächsten Schritt wählen Sie einen Provider, bei dem Sie die Registrierung in Auftrag geben möchten. Im Regelfall wird Ihnen der Provider die Domainregistrierung im Paket zusammen mit anderen Internet-Dienstleistungen anbieten und für die technische Erreichbarkeit der Domain sorgen. Abhängig vom Umfang des gewählten Servicepakets können sich die Kosten für eine .de-Domain von Provider zu Provider unterscheiden. Erteilen Sie dem Provider Ihrer Wahl den Auftrag zur Registrierung der gewünschten .de-Domain. Unabhängig davon, für welchen Provider Sie sich entscheiden, erfolgt die Domainregistrierung durch die DENIC und es gelten die entsprechenden Vertragsbedingungen.

Mit der Domainregistrierung sind Sie als Domaininhaber die Verpflichtung eingegangen, die Domaindaten stets korrekt und aktuell zu halten. Falsche Angaben berechtigen die DENIC zur Kündigung des Domainregistrierungsvertrages. Schon in Ihrem eigenen Interesse sollten Sie daher alle notwendigen Änderungen umgehend Ihrem Provider mitteilen.

Anforderungen an eine Homepage

Responsive Webdesign

Der Begriff „Responsive Webdesign“ bedeutet im übertragenen Sinne „reagierendes Webdesign“. Hierbei wird das Layout einer Seite so flexibel gestaltet, dass sich die Inhalts- und Navigationselemente sowie der strukturelle Aufbau der Website der Bildschirmauflösung des mobilen Endgerätes anpassen. Ganz gleich, ob Computer-Desktop, Tablet oder Smartphone, eine gleichbleibende Benutzerfreundlichkeit ist garantiert und der Inhalt kann schnell und vollumfänglich vom Nutzer aufgenommen werden.

Die rasant steigenden Absatzzahlen für mobile Endgeräte (Tablets und Smartphones) zwingen die Unternehmen und Website-Betreiber, immer stärker auf die Bedürfnisse der mobilen Nutzer einzugehen. Dadurch entwickelt sich Responsive Webdesign mit seiner geräteübergreifenden Flexibilität zunehmend zum Standard für geräteunabhängige Kommunikation. Ein weiterer positiver Aspekt ist der geringe Pflegeaufwand. Der gesamte Inhalt (Texte, Grafiken, Bilder) wird einmal angelegt und steht dann in verschiedenen Auflösungen zur Verfügung. Im Gegensatz dazu besteht bei einer strikten Trennung von Mobil- und Desktopversion einer Website ein erhöhter Aufwand zur Pflege der Inhalte, da mehrere Layout-Versionen benötigt und aktualisiert werden müssen.

Standard-Auflösungen von Computer-Desktop, Smartphones und Tablets:



Computer-Desktop: 1024 px+



Tablets: 768 px bis 1024 px



Smartphones: 320 px bis 480 px

Wohnungsschnellsuche

Die Website eines Unternehmens ist heutzutage seine Visitenkarte. Deshalb sollte die Website klar und übersichtlich gegliedert sein, ausführliche Informationen zum Unternehmen bieten und ansprechend gestaltet sein. Und natürlich ist sie ein wichtiges Marketinginstrument für den Verkauf.

Für die Wohnungswirtschaft bedeutet dies: Vermietung von Wohnungen. Nirgendwo sonst erhält der Mietinteressent so schnell alle Informationen zur Wohnung. Damit bei der Vielzahl von Angeboten und Details nicht der Überblick verloren geht, empfiehlt sich auf jeden Fall eine „Wohnungsschnellsuche“-Funktion auf der Startseite einzurichten.

Hier sollten nur wenige Auswahlkriterien vorgegeben werden, z. B. Anzahl der Räume und Stadtteil. Der Nutzer erhält dadurch sofort einen Überblick zu den infrage kommenden Wohnungen. Im nächsten Schritt erhält er über die Detail-Anzeige alle weiteren Informationen einer für ihn interessanten Wohnung. Je größer die Anzahl an Auswahlkriterien ist, umso kleiner ist die Trefferanzahl. Dies sollte unbedingt bei der Auswahl der Kriterien berücksichtigt werden. Im ungünstigsten Fall erscheinen Wohnungen nicht in der Ergebnisliste, die vielleicht durchaus in Frage kommen würden.

In der Standardfunktion „Wohnungssuche“ sollte der Interessent eine größere Auswahl an Suchkriterien vorfinden, z. B. Anzahl der Räume, Wohnfläche, Gesamtmiete, Stadtteil. Diese Aufzählung lässt sich bestimmt noch erweitern, ist aber auch wieder abhängig von der Anzahl der leerstehenden bzw. verfügbaren Wohnungen. Ein Unternehmen mit hohem Leerstand stellt vielleicht 100 freie Wohnungen ins Internet, ein Unternehmen mit geringem Leerstand vielleicht nur 10. Bei einer hohen Anzahl von Wohnungen sind verschiedene Auswahlkriterien sinnvoll, da die Möglichkeit einer echten Suche besteht. Bei wenigen Wohnungen dagegen verringert sich die Trefferquote.

Content-Management-Systeme

Vorstellung verschiedener Redaktionssysteme

Ein Content-Management-System (nachfolgend CMS) ist ein Redaktionssystem, welches für die Erstellung und Pflege von Internetseiten dient. Im Rahmen der Pflege und Wartung der Internetseite kann mithilfe des CMS z. B. das Aktualisieren von Inhalten, Veröffentlichen von News sowie das Ändern von Texten sowie Bildern schnell und einfach vorgenommen werden. Bei CMS wird in Frontend- und Backend-Bereich unterschieden, wobei das Frontend („Vorder-Ansicht“) die den Besuchern angezeigte Internetseite ist und das Backend („Hinter-Ansicht“) ein geschützter Bereich ist, in dem die Administration der Internetseite stattfindet. Nach der Anmeldung im Backend stehen dem Benutzer je nach Vergabe der Zugriffsrechte die jeweiligen Funktionen zum Verwalten der Internetseite zur Verfügung.

Die richtige Entscheidung für ein Inhaltsverwaltungssystem zu treffen ist jedoch oft sehr schwer, denn nach welchen Kriterien kann man die unterschiedlichen Systeme vergleichen? Hinzu kommt das gegenwärtig mehr als 300 CMS-Lösungen auf dem Markt sind. In Deutschland gehört das **CMS WordPress** mit einem Marktanteil von 32 % zu den Marktführern. Weitere 12 % der CMS-Nutzer verwenden **Joomla** und 8 % **TYPO3**¹. Nachfolgend werden die drei oben genannten CMS-Lösungen hinsichtlich der Aspekte Benutzeroberfläche, Benutzerverwaltung, Erweiterungen und Updates sowie Suchmaschinenoptimierung (SEO) kurz vorgestellt.

WordPress

Das CMS WordPress basiert auf der Kombination von PHP² und MySQL³ und wurde ursprünglich als reines Blog-System entwickelt. Mittlerweile wurde WordPress zu einem gut nutzbaren CMS umgebaut. Neben einer großen und weltweit verteilten Benutzer- und Entwicklergemeinschaft sowie zahlreichen Fachblogs, Foren, Chats, Seminaren, Videos und Dokumentationen auf wordpress.org bietet das CMS über tausende kostenlose Erweiterungen (Plugins) und Layouts (Themes), weshalb mit ein wenig Einarbeitungszeit auch größere Internetauftritte realisierbar sind. Darüber hinaus erweitert die Benutzer- und Entwicklergemeinschaft das CMS ständig hinsichtlich Design, Schnittstellen, Sicherheit und vieles mehr.

WordPress zeichnet sich zudem durch seine Benutzerfreundlichkeit aus – so sind Einstellungsmöglichkeiten wie z. B. Designs leicht aufzufinden und zu bedienen. Ebenso ist auch die Benutzerverwaltung sehr einfach gehalten. Über den Haupteinstellungspunkt „Benutzer“ kann eine unbeschränkte Anzahl an Benutzer hinzugefügt werden, wobei die jeweiligen Benutzer unterschiedliche Zugriffsrechte erhalten können.

Hinsichtlich der Suchmaschinenoptimierung, welche für das Generieren von hohen Besucherzahlen der Internetseite unausweichlich ist, bietet WordPress zum einen verschiedene Einstellungsmöglichkeiten und zum anderen zusätzliche Erweiterungen (z. B. „wpseo“). Im Rahmen der SEO-Einstellungen können beispielsweise Permalinks angepasst werden, d. h. da Standard-Links nur durch die Page-ID gebildet werden und somit weder für Suchmaschinen noch für Benutzer aussagekräftig sind, kann man über die Einstellungen z. B. den Seitentitel als Link verwenden.

Fazit: Wordpress eignet sich entsprechend seines Ursprunges als Webblog-Publishing-System insbesondere für die Erstellung von häufig zu aktualisierenden Internetseiten sowie einfach aufgebauten Unternehmensseiten.

¹ Webkalkulator: Initiative der Börsen Engineering, www.webkalkulator.com/cmsvergleich, Stand: 12.06.2015

² PHP = serverseitige Programmiersprache, mit welcher dynamische Webseiten erzeugt werden. Dynamisch bedeutet, dass der Inhalt ein und derselben Seite bei jedem Aufruf anders aussehen kann, da sie im Gegensatz zu statischen Webseiten erst in dem Moment, wo sie aufgerufen werden, auch erzeugt werden.

³ MySQL = leistungsfähiges Datenbankverwaltungssystem, welches Grundlage für dynamische Webseiten bildet

Joomla

Joomla ist ein auf der Programmiersprache PHP basierendes CMS und unterstützt zum Ablegen der Daten verschiedene Datenbanksysteme (wie z. B. MySQL, MSSQL, PostgreSQL). Bei dem CMS Joomla ist das Anlegen von mehreren Menüstrukturen und Kategorien möglich, weshalb es sich insbesondere für die Realisierung von komplexen und stark strukturierten Internetseiten eignet. Das System stellt zudem eine Vielzahl von Schnittstellen bereit, mit welchen nahezu jedes Detail verändert werden kann, ohne dass dafür eine Anpassung am Kern des Systems vorgenommen werden muss. Mehr als 7.500 verfügbare Erweiterungen und Designs ermöglichen die Gestaltung der Internetseite auch mit geringer Einarbeitungszeit.

Für Unternehmen mit mehreren für die Internetseite verantwortlichen Benutzern bietet Joomla eine komplexe Rechtevergabe, so dass jeder Nutzer über individuelle Zugriffsrechte verfügt. Im Gegensatz zu anderen CMS verfügt Joomla nur über ein editorgestütztes Eingabefeld für Texte, weshalb es einerseits keiner Programmierfähigkeit bedarf und es andererseits aber bei komplexeren Formatierungen oftmals zu Problemen führt.

Ein weiterer positiver Aspekt ist, dass das „Joomla!-Projekt“ halbjährlich eine neue Version veröffentlicht, bei welcher jeweils vier Versionen zusammengefasst werden. Zudem wird die letzte der vier Versionen als Long-Term-Support-Version zur Verfügung gestellt, d. h. dass diese Version 27 Monate mit Updates und Sicherheitspatches versorgt wird, weshalb die Wartung durch einen überschaubaren Aufwand und niedrige Unterhaltskosten gekennzeichnet ist.

Das CMS Joomla verfügt über eine begrenzte Anzahl an SEO-Einstellungsmöglichkeiten wie beispielsweise das Ergänzen von Beiträgen um Meta-Informationen (Beschreibung, Schlüsselwörter etc.) sowie seitenglobale Optimierungen. Zusätzliche SEO-Möglichkeiten bieten Erweiterungen (Plugins) wie z. B. das Plugin „sh404SEF“, welches URL's in aussagekräftige Adressen umwandelt.

Fazit: Als ein stark erweiterbares Redaktionssystem bietet Joomla eine solide Basis für die Verwaltung von komplexeren Unternehmensseiten.

TYPO3

Das CMS TYPO3 basiert auf der Programmiersprache von PHP und setzt bei der Datenbank-Anbindung vorrangig auf MySQL, wobei auch die Datenbanken MariaDB, PostgreSQL oder Oracle eingesetzt werden können. Darüber hinaus hebt sich TYPO3 von den anderen CMS durch eine zusätzliche interne Programmiersprache namens TypoScript ab, mit welcher z. B. zusätzliche Templates und Designs programmiert werden können.

Im Vergleich zu den bisherigen vorgestellten CMS-Varianten ist TYPO3 die komplexeste CMS-Lösung. Angefangen von einer detaillierten Rechtevergabe, welche die Einrichtung von individuellen Benutzer- und Gruppenrechten ermöglicht, bis hin zu einer komplexen Hierarchieverwaltung der einzelnen Seiten, ermöglicht TYPO3 die Realisierung für jede Art von Internetseite. Hinzu kommt, dass wie bei den anderen CMS auch bei TYPO3 das Installieren von Erweiterungen („Plugins“) zur Individualisierung der Internetseite möglich ist. TYPO3 verfügt über umfangreiche Funktionen und Möglichkeiten, weshalb es als Einsteiger sehr schwierig ist, sich zurechtzufinden und es vielmehr einer intensiven Einarbeitungszeit bedarf. Vor allem kleinere Unternehmen sollten prüfen, ob sich der Einarbeitungsaufwand in TYPO3 und TypoScript lohnt bzw. ob nicht auch eine der anderen CMS-Lösungen ausreicht.

Positiv zu erwähnen ist jedoch, dass seit 2011 für das CMS auch Long-Term-Support-Versionen (LTS-Versionen) verfügbar sind, welche ab Erscheinen drei Jahre Updates bieten, welche Sicherheitslücken schließen, Fehler beheben oder bislang nicht vorhandene Funktionen nachzurüsten. Zum Thema Suchmaschinenoptimierung bietet TYPO3 aufgrund seiner internen Programmiersprache TypoScript sehr gute Voraussetzungen, da durch TypoScript die Ausgabe der Seitenstruktur und des Inhaltes individuell gesteuert werden kann. Mit TypoScript ist beispielsweise die Einbindung des Canonical-Links im Seitenkopf möglich, um so doppelten Inhalt, welcher für die großen Suchmaschinen wie Google einen Verstoß ihrer Richtlinien darstellt, auszuschließen. Mit einer Vielzahl zusätzlicher Erweiterungen kann der Optimierungsgrad zusätzlich gesteigert werden.

Fazit: TYPO3 bietet vielfältige Lösungsmöglichkeiten für die Verwaltung von großen Internetseiten an, wobei die Installation und Anpassung des CMS Fachwissen erfordert.

Die Qual der Wahl

Während der hierbei angestellte Vergleich der drei in Deutschland marktführenden Content-Management-Systeme WordPress, Joomla und TYPO3 ausschließlich auf deren Funktionen basierte, sollten bei der Wahl für bzw. gegen ein CMS jedoch auch die verfolgten Ziele und Einsatzbereiche des Online-Projektes hinzugezogen werden.

Für die Definierung der Anforderungen an die Internetseite sowie das Redaktionssystem könnten beispielsweise folgende Fragen relevant sein:

- Was ist die Zielstellung der Internetseite?
- Welche Inhalte sollen dargestellt werden?
- Wie viele Benutzer sind beteiligt? Benötigt man differenzierte Berechtigungen?
- In welchem Umfang ist eine Suchmaschinenoptimierung geplant?
- Wie übersichtlich und benutzerfreundlich sollte das System sein?
- Wird eine Anbindung an andere Systeme benötigt?

	WordPress	Joomla	TYPO3
Benutzerverwaltung			
Möglichkeit zur Definition von Benutzergruppen	x	x	x
Rechte, Rollen & Arbeitsabläufe	Basisanforderung	Standardanforderung	erweiterte Anford.
Benutzerfreundlichkeit für Redakteure	einfache Anwendung	erfordert geringe Einarbeitungszeit	erfordert Fachwissen
Inhaltserstellung			
Rechtschreibprüfung	x		
Blog-System	x		
Vorschaufunktion	x	x	x
Mehrsprachigkeit	x	x	x
Informationen und Ressourcen			
Dokumentationen	x	x	x
Tutorials & Community	x	x	x
Systeme			
Erweiterungen über Module	Standardanforderung	erweiterte Anford.	erweiterte Anford.
Templatesprache	PHP	PHP	Typo-Script
(Sicherheits-) Updates	Standardanforderung	Standardanforderung	erweiterte Anford.
Suchmaschinenoptimierung	Standardanforderung	Standardanforderung	erweiterte Anford.

Design der Webseite

Mit einer eigenen Homepage erschaffen Sie Ihren ganz persönlichen Platz im World Wide Web. Daher sollte dieser Platz den Charakter des Unternehmens widerspiegeln. Zeigen Sie mit dem Webdesign der eigenen Seite den Charakter und die Besonderheit Ihres Unternehmens.

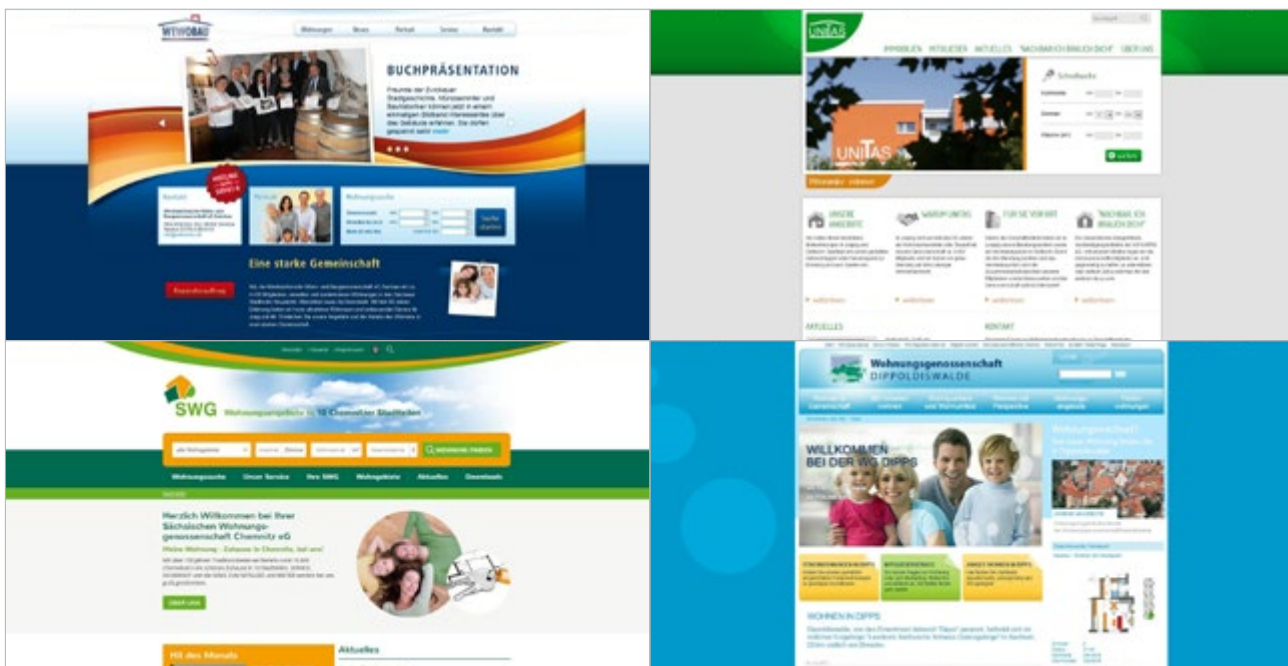
Baukästen im Internet bieten viele Vorlagen und Design-Elemente ohne große Programmierkenntnisse. Vorgefertigte, starre Vorlagen lassen sich jedoch schwierig mit dem eigenen Corporate Identity verbinden. Günstiger ist eine Website, die sich flexibel nach Ihren Ideen anpassen lässt.

Bei der Entwicklung von Websites wird im Allgemeinen zwischen Inhalt und Form unterschieden. Texte, Bilder und andere Inhalte werden mithilfe der Markup-Sprache HTML (maschinenlesbare Sprache für die Gliederung und Formatierung von Texten und anderen Daten) dargestellt. Die grafische Gestaltung wird in Form eines Stylesheets (Formatvorlage) festgelegt. Erweiterte Funktionalität und Interaktivität werden durch den Einsatz zusätzlicher Technologien erreicht (z. B. Java, JavaScript, Flash).

Neben dem Transport von Informationen und Corporate Identity geht es bei der Gestaltung von Websites um die Benutzerfreundlichkeit (Usability).

Die angebotenen Inhalte sollen im Sinne der Barrierefreiheit möglichst vielen Menschen zugänglich sein. Das beinhaltet sowohl die Unterstützung verschiedener Webbrowser und z. B. mobiler Endgeräte (Smartphones, Tablets usw.), das Angebot von Alternativen zu Medieninhalten und die Unterstützung von Benutzern mit speziellen Eingabemethoden.

Inhalte sollen übersichtlich und in leicht verständlicher Sprache präsentiert werden. Klare Schriften, starke Kontraste, skalierbare Schriften erleichtern z. B. sehbehinderten Menschen die Bedienbarkeit. Leichte Bedienbarkeit der Navigation, selbsterklärende Links und Buttons sowie angemessene Ladezeiten sind bei der Programmierung der Seite zu beachten.



Beispiele für Webseiten-Designs

Impressum

Wo muss das Impressum stehen?

Das Impressum muss unmittelbar erreichbar, ständig verfügbar und stets aktuell sein. Achten Sie darauf, dass der Nutzer von jeder Unterseite stets mit maximal zwei Klicks zu Ihrem Impressum gelangt. Am besten setzen Sie den Link auf jede Seite. Das Impressum muss in deutscher Sprache geschrieben und deutlich lesbar sein.

Was muss im Impressum stehen?

Die allgemeinen Informationspflichten regelt das Telemediengesetz (§ 5 TMG):

- Name und Anschrift des Dienstanbieters
- bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform und den Vertretungsberechtigten
- Telefonnummer und E-Mail-Adresse, evtl. Faxnummer
- Eintrag im Handelsregister oder einem anderen Register, beispielsweise dem Genossenschaftsregister und die entsprechende Registernummer
- Umsatzsteueridentifikationsnummer gem. § 27a UStG (wenn vorhanden)
- Rechtsform der Gesellschaft und Vertretungsberechtigte (wenn es sich um eine juristische Person oder eine Personengesellschaft handelt)
- Berufsständische Kammer (beispielsweise bei Architekten) oder Aufsichtsbehörde
- Name und Anschrift des inhaltlich Verantwortlichen bei journalistisch-redaktionellen Inhalten
- Name und Anschrift der Berufshaftpflichtversicherung bei Anbietern von Dienstleistungen

Verstöße gegen die Anbieterkennzeichnungspflicht können nach dem Telemediengesetz bei vorsätzlichem oder fahrlässigem Handeln mit einer Geldbuße von bis zu 50.000 Euro geahndet werden.

Weitere Angaben neben dem Impressum

Das Datenschutzrecht und § 13 des TMG schreiben vor, dass die Nutzer informiert werden müssen, welche Daten gespeichert werden. Dies betrifft insbesondere Tools und Funktionen von externen Diensten wie Google Analytics, Facebook oder Twitter. Neben der Impressumspflicht sollte auch die Erklärung zum Datenschutz sorgfältig erstellt werden.

Folgende Punkte können Ihnen dabei weiterhelfen:

- Weisen Sie darauf hin, dass Sie Maßnahmen zum Datenschutz getroffen haben, also gespeicherte Daten nicht von unbefugten Dritten eingesehen werden können.
- Wenn Sie persönliche Daten erheben, z. B. beim Eintrag in einen Newsletter, darf dies nur unter ausdrücklicher Einwilligung des Nutzers geschehen und muss jederzeit vom Nutzer widerrufen werden können. Geben Sie an, wozu Sie die Daten verwenden und ob Sie sie an Dritte weitergeben. Für den Nutzer besteht zudem ein jederzeitiges Auskunftsrecht.
- Erklären Sie, dass es sein kann, dass Cookies verwendet werden, dabei aber keine persönlichen Daten gespeichert werden. Weisen Sie darauf hin wie Cookies ausgeschaltet werden können.
- Wenn Sie ein Programm benutzen, um den Traffic auf Ihrer Seite zu analysieren, z. B. Google Analytics, informieren Sie hierzu.
- Geben Sie eine Kontaktadresse für Anregungen, Beschwerden und Fragen an.

Suchmaschinenoptimierung/SEO (Search Engine Optimization)

Im Netz suchen täglich Menschen nach Produkten und Dienstleistungen. Doch gut gefunden zu werden, klingt leichter als es ist – es braucht viel Erfahrung und Wissen.

Wer mit seiner Seite gefunden werden möchte, der sollte sie für Suchmaschinen optimieren. Tatsache ist, dass sehr oft nur die ersten zehn Ergebnisse von den Nutzern einer Suchmaschine angeklickt werden. Wer auf den Plätzen weiter hinten gelistet ist, wird kaum gefunden.

Die Optimierung von Webseiten für Suchmaschinen ist so komplex, dass es in jedem Fall ratsam ist, sich hier von einem Profi unterstützen zu lassen. Sie umfasst eine Reihe von Maßnahmen, welche allesamt das Ziel haben sollten, den Bekanntheitsgrad einer Webseite nachhaltig zu steigern.



Hier ein paar relativ einfache Tipps, um besser gefunden zu werden:

- Kunden suchen in Suchmaschinen gezielt nach Produkten oder Dienstleistungen. Die Sätze oder Wörter, die der Kunde verwendet, nennt man Schlüsselwörter. Implementieren Sie diese Schlüsselwörter möglichst auf natürliche Weise in den Texten auf Ihrer Webseite.
- Der wichtigste Faktor, damit eine Homepage angezeigt werden kann, ist natürlich der Inhalt! Der Text sollte in jedem Fall die Informationen beinhalten, die der Besucher auch tatsächlich sucht. Fügen Sie stetig neuen, wertvollen Inhalt (Content) zu Ihrer Webseite hinzu!
- Je mehr und bessere Links von fremden Webseiten auf Ihre Webseite zeigen, je höher stuft sie eine Suchmaschine in der Wichtigkeit ein. Machen Sie Ihre Webseite durch Pressearbeit oder Marketingmaßnahmen wie Events bekannt oder beauftragen Sie einen Profi.

Natürlich gibt es noch weit mehr Möglichkeiten, um in Suchmaschinen erfolgreich platziert zu werden. Nutzen Sie dazu am besten die Erfahrung und das Wissen von Fachleuten. Beachten Sie außerdem: Suchmaschinen, insbesondere Google ändert den Such-Algorithmus kontinuierlich. Was heute funktioniert, kann morgen schon zu einer Abstrafung führen.

Erfahrungsbericht der WCW

Der letzte große Homepage-Relaunch der WCW war im Jahre 2010. Hierbei erfolgte eine professionelle Beratung, Betreuung und Umsetzung durch eine Internetmarketing-Agentur.

Layout und Inhalte wurden aktualisiert. Die Umsetzung der Homepage erfolgte barrierefrei. Eine separate Webseite der WCW-Spareinrichtung wurde geschaffen und ein Newsletter in die Seite eingebunden.

Die Webseite der WCW ist SSL-verschlüsselt. Es wurde zudem ein interner Bereich für Vorstand und Aufsichtsrat geschaffen.

Für die Suchmaschinenoptimierung wurde ein Vertrag mit der Internetmarketing-Agentur geschlossen. Es erfolgt eine monatliche Überwachung, Optimierung und Auswertung der WCW-Homepage. Die Auswertungen (SEO-Ranking) erhalten wir monatlich per E-Mail. Zudem wurde ein Pflegevertrag geschlossen (beinhaltet z. B. die Aktualisierung des CRM-Systems, Fehlerbeseitigung an Webpräsenzen, kleine Änderungen und Aktualisierungen im Layout). Im vergangenen Jahr wurde die Homepage an das neue Corporate Design der WCW angepasst. Bilder, Texte und andere Inhalte werden regelmäßig ergänzt und aktualisiert. Die Webseite der WCW ist zudem für mobile Endgeräte nutzbar. Via Google Analytics können Auswertungen über Zugriffszahlen und Nutzer der Website erstellt werden.

Unser Fazit: Wir empfehlen die Unterstützung durch einen Fachmann. Nie waren technische Entwicklungen so schnell überholt wie in den heutigen Tagen. Die Schnelllebigkeit der Web-Technologien macht es oft schwer, den Überblick zu behalten und die Bedeutung neuer Entwicklungen einzuschätzen.



Erfahrungsbericht der SWGD

Die Website eines Unternehmens ist seine Visitenkarte in der digitalen Welt. Wir haben seit vielen Jahren einen umfassenden Internetauftritt, der für die Nutzung am Computer-Desktop gedacht war. Für mobile Endgeräte wie Tablets oder Smartphones ist er eher ungeeignet. Deshalb haben wir unsere Website komplett überarbeitet, sowohl technisch, als auch inhaltlich und gestalterisch. Der neue Auftritt ist modern, klar gegliedert und garantiert eine gleichbleibende Benutzerfreundlichkeit für alle mobilen Endgeräte durch die Umsetzung im Responsive Webdesign. Für Mitglieder, Mieter und Interessenten bietet er umfangreiche Informationen rund um die Genossenschaft. Freie Wohnungen, Ansprechpartner, Reparaturauftrag, Veranstaltungstermine, Baugeschehen, Gästewohnungen, Satzung, Berufsausbildung – zu all diesen Punkten und vielen



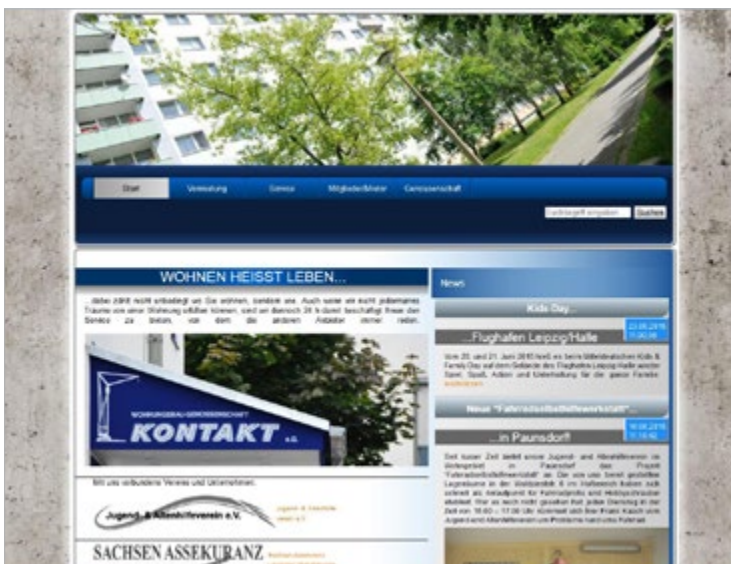
weiteren kann man sich rund um die Uhr informieren. Natürlich konnten wir diese Aufgabe nicht allein bewältigen, sondern haben uns Unterstützung bei einer Kreativagentur geholt, die auch die technische Umsetzung realisiert hat. Unsere Empfehlung ist, bei der Suche nach einem Partner darauf zu achten, dass man eine Agentur findet, die sowohl das Design entwickelt als auch das erforderliche CMS (Content Management System) liefert. Damit sollte man sich ausführlicher beschäftigen, schließlich muss der Internetauftritt ja kontinuierlich gepflegt und aktualisiert werden. Und ein gutes CMS kann diesen Aufwand erheblich verringern. Außerdem sollte man sich bereits im Vorfeld des Projektes „Relaunch Homepage“ darüber klar werden, welche Funktionalitäten und Verknüpfungen auf den zukünftigen Seiten erforderlich und gewünscht sind. Die Vorgabe einer gut ausgearbeiteten Struktur hilft der Agentur wesentlich dabei, die Vorgaben effektiv umsetzen zu können. Während des Projektes müssen dann alle Texte und Fotos erarbeitet werden, die später im Netz veröffentlicht werden sollen. Dieser Aufwand sollte nicht unterschätzt werden, er ist arbeits- und zeitintensiv.

Unser Fazit: Eine gute Planung und Vorbereitung ist unerlässlich. Kosten- und Zeitfaktoren sollten vorher genau analysiert und festgelegt werden, damit das Projekt im vorgesehenen Budget- und Zeitrahmen realisiert werden kann.

Erfahrungsbericht der WBG Kontakt

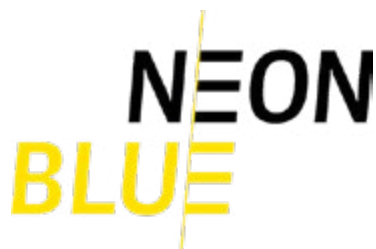
Anfang 2012 fand der letzte Homepage-Relaunch der Wohnungsbau-Genossenschaft Kontakt statt. Im Gegensatz zu vielen anderen Wohnungsunternehmen erfolgte der Relaunch nicht in Zusammenarbeit mit einer Werbe- bzw. Internetagentur, sondern wurde durch einen Mitarbeiter der Abteilung Marketing und Öffentlichkeitsarbeit realisiert. Im Rahmen des Relaunches erfolgte eine Überarbeitung hinsichtlich der Benutzerfreundlichkeit (Usability), der Inhalte (Content) und des Designs (Visuals). Mit einer an das Corporate Design angepassten Farbgebung und Gestaltung wurde eine zeitgemäße Internetseite erstellt, welche zudem kompatibel zu den gängigen Internet-Browsern wie Internet Explorer, Firefox, Safari u. ä. ist. Die Funktion der Wohnungssuche wurde als iFrame eingebunden, so dass die Daten der im Angebot befindlichen Wohnungen über eine programmierte „Immo2web“-Schnittstelle von der im Unternehmen verwendeten Verwaltungssoftware auf die Internetseite übertragen werden. Dies erleichtert einerseits

die inhaltliche Aktualisierung der Wohnungsangebote und steigert andererseits den Nutzen für die Besucher der Internetseite durch umfangreiche Informationen zu den Objekten, Kontaktformularen und einer Merkzettelfunktion. Die Pflege und Aktualisierung der übrigen Unterseiten wird ebenfalls durch die Mitarbeiter der Abteilung Marketing und Öffentlichkeitsarbeit über das Content-Management-System „Contao“ vorgenommen. Hinsichtlich der Suchmaschinenoptimierung wurde auf die Verwendung von suchmaschinenfreundlichen „Speaking-URL's, die Einbindung von Schlüsselwörtern und Beschreibungstexten sowie die Benennung von Bildmaterial geachtet. Für eine zusätzlich erhöhte Sichtbarkeit und mehr Besucher auf der Homepage wurde ergänzend eine Google-Adwords-Kampagne durchgeführt.



Rückblickend auf den vergangenen Homepage-Relaunch ist anzumerken, dass für die Beurteilung des Erfolges neben zahlreichen Faktoren vor allem der Faktor Zeit maßgebend ist. Vor diesem Hintergrund hat die WBG Kontakt seit dem vergangenen Relaunch mittels des Webanalytik-Programmes „Piwik“ Beobachtungen zu Besuchsdauer, -tiefe und -verhalten sowie Suchbegriffen uvm. durchgeführt. Mit Hilfe der von Piwik erfassten Daten beabsichtigt die WBG Kontakt circa 2 Jahre nach dem vergangenen Homepage-Relaunch einen erneuten Relaunch der Internetseite, welcher insbesondere eine Optimierung der analysierten Schwachstellen sowie eine Verbesserung hinsichtlich der sich bereits weiter entwickelten Monitorauflösungen sowie Darstellungs- und Bedienkonzepte (Responsive Webdesign) beinhaltet.

Kurz vorgestellt:



Denkt man an NEONBLUE, denkt man an Immobilien, im Speziellen an crossmediales Marketing für Immobilienunternehmen jeder Art und Größe. Seit über 10 Jahren nimmt unsere Agentur eine Vorreiterrolle in der Kreation von Marketing- & IT-Lösungen für zahlreiche Referenzkunden in diesem Bereich ein. Branchenspezifisches Know-How, gewachsene Erfahrung in der IT-Umgebung unserer Kunden sowie Trends und Vermarktungsstrategien aus der Agenturwelt bringen wir dabei leidenschaftlich in Einklang. Die Spezialisierung auf die Immobilienwelt geht in unserem Sublabel my-ImmoBiz auf. Mit diesem treten wir im gesamten deutschsprachigen Raum auf.

Unser Leistungskatalog:

- Web & Apps: Webdesign, Corporate Websites, Programmierung, App-Entwicklung
- Prozessoptimierung: Tools zur Optimierung von Geschäftsabläufen
- Onlinemarketing: SEO, Social Media, Adwords, E-Mail
- Kommunikation & Print: Kampagnen, Markenführung, Corporate Identity, Szenografie

Mehr dazu finden Sie auf unserer Informationsplattform www.my-immobiz.de.

Ihr Ansprechpartner:

NEON BLUE
Lars Hofmann
Königsbrücker Str. 28/30
01099 Dresden

E-Mail: lh@neonblue.de

Telefon: 0351 287051-0
Fax: 0351 287051-90
Web: www.neonblue.de



NEONBLUE hat die Homepage des Verbandes erstellt und betreut die Seite weiterhin.

Der Redaktionsbeirat der MarketingNews und Ihre Ansprechpartner in der Region vor Ort sind:

Ines Godermajer
Marketingmanagement

Wohnungsbaugenossenschaft Chemnitz West eG
Telefon: 0371 81500-36 Telefax: 0371 81500-30
E-Mail: ines.godermajer@wcw-chemnitz.de www.wcw-chemnitz.de

Katrin Papke
Leiterin Marketing

Sächsische WOHNUNGSGENOSSENSCHAFT Dresden eG
Telefon: 0351 85023-49 Telefax: 0351 85023-10
E-Mail: k.papke@swg-dresden.de www.swg-dresden.de

Mandy Immisch
Marketing

Wohnungsbau-Genossenschaft Kontakt eG
Telefon: 0341 2675-235 Telefax: 0341 2675220
E-Mail: m.immisch@wbg-kontakt.de www.wbg-kontakt.de

Herausgeber: Verband Sächsischer Wohnungsgenossenschaften e. V., verantwortlich: Vivian Jakob
Antonstraße 37, 01097 Dresden, Telefon: 0351 80701-52, Telefax: 0351 80701-59, E-Mail: jakob@vswg.de

Erscheinungsweise: 2-mal jährlich

Redaktionsschluss: Juni 2015

DIE WOHNUNGSBAU
GENOSSENSCHAFTEN



SACHSEN