

INFOBLATT

Warum eine eigene Website? Der Einstieg in die Online-Präsenz

Sie fragen sich vielleicht – "Weshalb brauche ich eine Website? Wer interessiert sich denn im großen weiten Internet für meinen Laden, wo ich doch z. B. lokal ausgerichtet bin? Und lohnt es sich bei meinem übersichtlichen Sortiment, einen Online-Auftritt zu erstellen? Und einen Onlineshop habe ich auch nicht, um mit der Investition in eine Website direkt auch Umsatz zu generieren..."

Es lohnt sich!

Eine digitale Präsenz eines Unternehmens ist mittlerweile unabdingbar geworden, aber nicht nur, um mit der Konkurrenz auf Augenhöhe zu bleiben. Eine Website dient nicht nur dazu, den Eintritt ins Online-Geschäft zu ebnen. Sie kann viel mehr für Sie tun.



Vertrauen in Ihr Geschäft

Für viele Kund:innen ist eine digitale Präsenz mittlerweile zu einem Signal geworden, das ihnen zeigt, dass es a) den Laden wirklich gibt, sollte man z. B. nur durch Hörensagen von ihm erfahren haben und sich nun zu ihm navigieren lassen, und er b) etabliert und nicht nur vorübergehend oder saisonbedingt verfügbar ist. Insgesamt macht es auch direkt im Hinblick auf Ihr Sortiment einen kompetenteren Eindruck, wenn Sie sich und Ihrem Laden ein digitales Gesicht verleihen können.



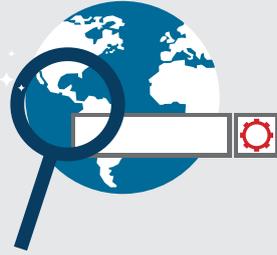
Informationen für Stammkund:innen und potenzielle Kund:innen

Eine Website ist auch ein Träger für aktuelle Informationen. Sie haben geänderte Öffnungszeiten wegen des Weihnachtsgeschäfts oder spezielle, zeitlich limitierte Angebote? So erfährt nicht nur die physisch anwesende Kundschaft von heute davon, sondern auch Kund:innen, die planen, in den nächsten Tagen vorbeizukommen. Auch potenzielle Kund:innen, die auf Sie aufmerksam geworden sind, können besser antizipieren, was sie erwartet. Das kann für Sie eine Steigerung des Umsatzes bedeuten.



Kontaktaufnahme

Sollten Kund:innen die Antwort auf eine Frage online nicht finden, suchen sie einen Weg, mit Ihnen in Kontakt zu treten. Neben einem nicht immer besetzten Telefon bietet es sich an, auf einer Website andere Kommunikationswege zu ermöglichen. Es kann z. B. eine Info-Mailadresse angegeben oder ein Kontaktformular installiert und je nach Kapazität auch eine Chat-Funktion eingerichtet werden. So können Sie gebündelt und zu definierten Zeitpunkten die Kundenfragen beantworten und haben mehr Zeit für die im Geschäft anwesende Kundschaft. Außerdem demonstriert das nach außen Ihren kundenorientierten Servicegedanken.



Digitale Sichtbarkeit

Sind Sie nicht nur physisch, sondern auch digital präsent, erhöht das maßgeblich die Chance, dass Sie auch von Konsument:innen gefunden werden, die im weiteren Umkreis leben oder/und spezielle Produkte gezielt online suchen. Hierzu können Sie bspw. einen Google My Business Account anlegen, Ihre Websitetexte mit für die Kundschaft relevanten Keywords versehen (SEO) oder z. B. gezielt bezahlte Anzeigen für Ihre Produkte verweisend auf Ihre Website schalten (SEA).

Siehe dazu auch das [Infoblatt „Der Einzelhandel braucht mehr digitale Sichtbarkeit!“](#) und unsere Veranstaltungen, die Themen wie Google My Business Account und digitale Sichtbarkeit immer wieder aufgreifen.

Mehr erfahren





Website ist nicht gleich Website

Nun sind Sie eventuell nach dem letzten Abschnitt zum Ergebnis gekommen – ein Web-auftritt könnte auch für Sie interessant sein. Jedoch führen viele Wege dorthin und vor dieser Entscheidung muss man sich zunächst die Frage stellen: Welches primäre Ziel soll meine Website verfolgen? Das hilft, Kosten und Nutzen bei der Umsetzung einer Website in Balance zu halten.

Möchten Sie:

- informieren und aktuell halten im Sinne einer digitalen Visitenkarte
- darüber hinaus Kundenservice anbieten (Kontaktmöglichkeit, Reservierungsmöglichkeit)
- das Sortiment/Neuheiten/Specials präsentieren (Pflege notwendig)
- in einem Blog rund um Ihr Thema informieren und vernetzen (regelmäßige Updates)
- diesen auch für Interaktion mit der Community öffnen
- das Unternehmen und sein Leitbild (marketing-)strategisch z. B. mithilfe von Videos vorstellen (Image)
- Ihre Social-Media-Kanäle verknüpfen
- einen Onlineshop anschließen oder die Möglichkeit haben, dies später zu tun?



Das Sich-Bewusstmachen eines primären Ziels oder mehrerer Ziele (Mehrfachnennung möglich) bringt Sie auch schon der Beantwortung der Frage näher, wie ein möglicher Aufbau und die Funktionen Ihrer Website aussehen könnten. Des Weiteren sollten aber auch das jeweilige Produkt/Sortiment und die Zielgruppe näher angeschaut werden, um zu bestimmen, welche Art von Website für Ihren Fall sinnvoll und zielführend ist.

Welche/r Produkttyp/Dienstleistung wird geführt?



Welche Zielgruppe spreche ich vornehmlich an?



Von der Einordnung in dieses Spannungsfeld hängt maßgeblich ab, wie groß und strategisch angelegt Ihre Website aufgebaut sein sollte, um Ihre Kundschaft bestmöglich anzusprechen und abzuholen. Eine Website ist nicht immer gleich strukturiert und entsprechend auch mit unterschiedlichem Aufwand programmiert.

One Pager mit Ankern

Ein One Pager ist ein Websitedesign, bei dem die Inhalte auf einer einzigen langen Seite dargestellt werden. Um zu den gewünschten Inhalten zu navigieren, scrollt man die Seite herunter oder geht über das Menü. Sogenannte Anker verlinken hier dann auf den jeweiligen Abschnitt des One Pagers. Es gibt keine separaten Unterseiten.

Diese Art von Webauftritt ist gut geeignet für:

- leicht erklärte Produkte/Dienstleistungen
- nur essenzielle Informationen, in Abschnitte unterteilt
- komprimierten Inhalt, um den Überblick zu gewährleisten
- Auflockerung des Textflusses durch visuelle Inhalte
- nur wenige gewünschte Zusatzfunktionen
- Inhalte ohne Extra-Bereiche (z. B. ein Blog)

Bei dieser Art von Website steht im Fokus, dass eine schnelle und geordnete Informationsaufnahme gewährleistet wird. Dabei sollten die einzelnen Abschnitte nicht zu sehr in die Tiefe gehen – wenn weitere Beratung nötig ist, hier lieber eine Kontaktmöglichkeit z. B. in Form eines Formulars bieten. Der Lesefluss muss aktiv gesteuert und die Textmenge durch Bilder, grafische Elemente oder Website-Designbausteine aufgelockert werden, um die Aufmerksamkeit der Leser:innen nicht zu verlieren.

Website mit Unterseiten

Bei einer Website mit Unterseiten wird im Menü auf verschiedene Inhaltsseiten verlinkt. Es öffnet sich jeweils eine neue Unterseite mit entsprechend angepasster URL.

Diese Art von Webauftritt ermöglicht:

- Einbettung von erklärungsbedürftigen Produkten/Dienstleistungen in einen Gesamtkontext
- differenzierte und übersichtliche Darstellung von größeren Inhaltsmengen
- Zusatzfunktionen auf einzelnen Unterseiten
- mehr Optionen für gute SEO-Arbeit (es können mehr Keywords an verschiedenen Stellen eingepflegt werden)
- Werbung für ein ausgewähltes Produkt, die auf eine spezifische URL führt
- die Anbindung eines Onlineshops



Dieser Typ Website lässt verschiedene Kategorien und Unterbereiche zu, in denen man Inhalte differenziert darstellen und bebildern kann. So wird der strategische Aufbau eines ganzheitlichen Markenuniversums ermöglicht. Das Menü kann um weitere Bereiche ergänzt und Zusatzfunktionen können leicht eingebettet werden. Das beinhaltet, dass z. B. leicht voneinander abweichende Produktlinien, die jedoch zwei verschiedene Zielgruppen ansprechen, voneinander thematisch abgegrenzt werden können. Außerdem gibt es genügend Platz für wechselnde Aktionen auf der Startseite, einen eigenen Bereich für einen interaktiven Blog, Kunden-Login und vieles weitere.



Umsetzung

Je nachdem, welche Funktionen und Bereiche auf der Website gewünscht sind, können Sie auf Bausätze mit vorgefertigten Modulen zurückgreifen. Diese decken Basisfunktionen Ihrer Website ab, die viel gefragt sind. Zusätzliche Elemente bzw. Funktionen können oft dazugekauft werden. Sie können dann mithilfe dieser vorprogrammierten Komponenten Ihren Webauftritt auf einer benutzerfreundlichen Plattform selbst zusammenstellen, ohne dafür in die technische Programmierung eintauchen zu müssen.

Hier gibt es viele verschiedene **Anbieter von Homepage-Baukästen**.



Zum Beispiel:

- Jimdo
- GoDaddy
- STRATO
- WIX
- IONOS
- web4busniess
- und viele weitere

Davon wird nicht jeder für Sie passend sein. Die Angebote unterscheiden sich in einigen Faktoren wie z. B. Speicherplatz, Kunden-Service, Auswahl an Design-Vorlagen und Komponenten, Möglichkeit eines kostenlosen Basis-Accounts, Server-Verfügbarkeit und weiteren. Schauen Sie sich die unterschiedlichen Optionen an: Welche Funktionen und Möglichkeiten sind zwingend nötig, welche optional? Wie ist das Kosten-Nutzen-Verhältnis in Ihrem individuellen Fall?

Sollten Ihre Anforderungen an die Website diese Optionen übersteigen, haben Sie sehr individuelle Wünsche oder benötigen unterstützende Beratung bei der vorgelagerten Markenstrategie, gibt es natürlich auch die Möglichkeit, sich an einen Programmierer bzw. eine Agentur zu wenden, die **maßgeschneiderte Lösungen** für Sie erstellen und das Aufsetzen der Website übernehmen kann.

In jedem Fall wünschen wir Ihnen viel Erfolg beim Aufsetzen Ihrer Wunsch-Website!



Glossar

Community

Eine Gruppe von Menschen, die ein gemeinsames Ziel verfolgt, gemeinsame Interessen pflegt oder/und sich gemeinsamen Wertvorstellungen verpflichtet fühlt.

Keywords

(dt.: Schlüsselwort) Texteinheit, die im Text selbst vorkommt oder einen Text verschlagwortet. Sie besteht aus einem Wort, meist einem gängigen Begriff, oder einer Kombination aus Wörtern, Zahlen oder Zeichen. Bei der Suchmaschinenoptimierung versucht man, relevante und mit dem eigenen Produkt verbundene Suchworte zu detektieren und auf der Website prominent zu platzieren.

SEO

(von engl. search engine optimization, dt.: Suchmaschinenoptimierung) Bezeichnet Maßnahmen, die dazu dienen, die Sichtbarkeit einer Website und ihrer Inhalte für Benutzer:innen einer Websuchmaschine zu erhöhen. Sie ist ein Teilgebiet des Suchmaschinenmarketings.

SEA

(von engl. search engine advertising, dt.: Suchmaschinenwerbung) Bezeichnet das Schalten von bezahlten Textanzeigen in Suchergebnisseiten von sämtlichen Suchmaschinen. Dazu zählen z.B. Google, Yandex, Bing, Baidu und weitere.

Quellenverzeichnis

- [1] <https://de.wix.com/blog/beitrag/was-ist-ein-onepager-und-wie-kannst-du-einen-erstellen>
- [2] https://www.seobility.net/de/wiki/One_Pager
- [3] <https://onepager.de/>
- [4] <https://helllicht.com/web-loesungen/onepager/onepager-als-neuer-trend>
- [5] <https://www.homepage-baukasten-testsieger.de/de/webseite/>
- [6] <https://www.fuer-gruender.de/wissen/unternehmen-gruenden/website-erstellen/homepage-baukasten-vergleich/>

Internetquellen zuletzt abgerufen am 16.05.2023

Bildnachweise

Titel: vegefox.com/stock.adobe.com
Seite 4: Chaosamran_Studio/stock.adobe.com (oben);
vectorfusionart/stock.adobe.com (kleines Bild)
Seite 6: maicasaa/stock.adobe.com
Seite 8: ronstik/stock.adobe.com



Das Mittelstand-Digital Zentrum Handel gehört zu Mittelstand-Digital. Mit dem Mittelstand-Digital Netzwerk unterstützt das Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz die Digitalisierung in kleinen und mittleren Unternehmen und dem Handwerk.

Infoblatt: Warum eine eigene Website? – 05/2023
Mittelstand-Digital Zentrum Handel
EHI Retail Institute GmbH
Spichernstraße 55, 50672 Köln



digitalzentrumhandel.de