



Unternehmenswebsite

Hinweise zur Konzeption und inhaltlichen Gestaltung der Internetpräsenz

Konzeption

Die Website als digitale Visitenkarte ermöglicht es Ihnen, Ihr Unternehmen und Ihren Geschäftsbereich zu präsentieren. Hierfür bilden das Businesskonzept sowie das (Employer) Branding (d. h. die [Arbeitgeber-]Markenbildung) die inhaltliche Grundlage. Haben Sie sich dazu noch keine Gedanken gemacht? Nutzen Sie doch die [Leitfragen Employer Branding](#) für einen ersten Einstieg. Weitere Grundlagen des Themas Employer Branding sind in den [Weiteren Werkzeugen](#) aufgeführt.

Zielsetzung

Neben der Unternehmensdarstellung für den Vertrieb und der Rekrutierung von Auszubildenden können auch weitere Informationen auf der Website dargeboten werden. So können beispielsweise Informationen zu den Öffnungszeiten oder zur Anfahrt für die Kunden hinterlegt oder Kontaktdaten/Kontaktformulare zur Interessensbekundung, Angebotsanfrage oder Newsletteranmeldung hinterlegt werden. Dadurch erweitern sich die Optionen, mit denen der Nutzen der Website effektiv gesteigert wird.

Umsetzung der Website

Heutzutage müssen Websites nicht mehr programmiert werden, sondern können mithilfe von Baukastensystemen wie WordPress, Jimdo oder Wix einfach selbst, z. B. von internetaffinen Mitarbeitenden, erstellt werden. Dennoch kann es sich anbieten, eine Agentur mit an Bord zu holen, die Sie berät und den Grundstein für Ihren Internetauftritt mit diesen Baukastensystemen legt. Um langfristige Kosten zu vermeiden, sollte dann die Pflege und Betreuung der Website eigenständig erfolgen.

Egal welchen Weg Sie gehen, sollten Sie zwei wesentliche Prinzipien beachten:

- Die Website sollte im Corporate Design (Logo, Farben, Schriften) des Unternehmens gestaltet sein.
- Die Website sollte smartphonetauglich mit einem sogenannten responsiven Design (optimierte Darstellung auch für mobile Geräte) erstellt werden.

GEFÖRDERT VOM



Gefördert als JOBSTARTER plus-Projekt aus Mitteln des Bundesministeriums für Bildung und Forschung.



Basisinhalte einer Unternehmenswebsite

Homepage: Als Startseite wird sie von den besuchenden Personen in der Regel zuerst aufgerufen und vermittelt den ersten Eindruck vom Unternehmen. Dabei wird die Entscheidung zum Bleiben oder Gehen gefällt. Ähnlich wie ein gut dekoriertes Ladenfenster sollte das Unternehmen mit seinen Produkten gut ausgestellt werden. Bilder oder Videos eignen sich sehr gut als Blickfang – arbeiten Sie lieber mit wenigen, guten Bildern als mit langen Texten.

Produkte und Dienstleistungen: Oftmals werden die Produkte und Dienstleistungen in einem eigenen Bereich der Website vorgestellt. Dabei geht es weniger um die Beschreibung der Merkmale als eher um die Problemlösungsstrategie und die Motivation hinter den Produkten und Dienstleistungen. Auch die Zusammenarbeit im Unternehmen und mit den Kunden und Kundinnen kann hier eingebracht werden, um erste Elemente aus der (Arbeitgeber-)Markenbeschreibung zu integrieren. Vielleicht bringen Sie auch Rückmeldungen von glücklichen Kundinnen und Kunden ein. Ziel dabei ist es, Kaufinteressierte zu informieren und potenziellen Bewerbern und Bewerberinnen einen ersten Einblick in den Betriebsalltag zu gewähren.

Über uns (Unternehmensprofil): Dies ist der Bereich, um das eigene Unternehmen und seine Marke vorzustellen. Hier finden die Ergebnisse aus der Selbstreflexion ihren Platz: Was ist unsere Motivation? Was macht uns aus? Für welche Werte stehen wir?

Karriereseite: Diese kann mit dem Unternehmensprofil verknüpft werden und stellt Ihr Unternehmen als potenziellen Arbeitgeber vor. Neben den offenen Stellenausschreibungen sind also Aspekte aus dem Bereich Employer Branding hier zu platzieren. Für das gezielte Recruitment von Auszubildenden können Sie eine Unterseite „Ausbildung“ erstellen. Weitere Informationen zur Gestaltung dieses Bereichs finden Sie im [Leitfaden Karriereseite](#).

Datenschutz: Auf jeder Website ist eine Datenschutzerklärung zwingend erforderlich, da jeder Websitebesuch automatisch mit der Verarbeitung von personenbezogenen Daten (z. B. Server-Logfiles) verbunden ist. Bevor eine Website live geschaltet wird, sollten Sie sich über dieses Thema informieren und eine Datenschutzerklärung formulieren. Hierbei handelt es sich um einen formalrechtlichen Aspekt der Website, den Sie gemeinsam mit einer Rechtsvertretung oder externen Datenschutzbeauftragten abstimmen sollten. Es gibt zwar im Internet viele Beispiele oder auch Generatoren für die Datenschutzerklärung, sie geben allerdings keine Rechtssicherheit.

Impressum: Gemäß den Informationspflichten aus dem Telemediengesetz (TMG) müssen Betreiber von Websites Angaben über ihre Identität bereitstellen. Damit können die besuchenden Personen die Seriosität des Internetauftritts prüfen. Weitere Informationen zum Impressum finden Sie [hier](#).

Weitere Unterseiten sind abhängig von der weiteren Zielsetzung der Website und sollten gut überlegt werden. Wird beispielsweise die Rubrik Aktuelles oder Blogs eröffnet, sollte es hierzu wirklich regelmäßigen Input geben. Sofern Sie auf sozialen Netzwerken (wie Facebook oder Instagram) bereits aktiv sind, können Sie diese ebenfalls auf Ihrer Website einbinden.