



Weltladen online!

Gründe & Tipps für den eigenen Internet-Auftritt

von Judith Klingen (Fair-Handels-Beraterin für den Niederrhein)

Knapp 60 % aller Deutschen suchen und finden Produkte und Dienstleistungen über das Internet. Wer hat nicht schon über sein Smartphone, Tablet oder Computer nach einem Fachhandel in der Nähe gesucht? Allein deshalb ist ein eigener Online-Auftritt ein unverzichtbarer Bestandteil jedes noch so kleinen Unternehmens oder Vereins. Bevor wir Ihnen hier noch weitere Gründe für eine eigene Website nennen und die verschiedenen Möglichkeiten zur Umsetzung zeigen, sei vorweggesagt: Auch mit einem kleinen Budget und ganz ohne Vorwissen lässt sich ein professioneller Auftritt im Internet realisieren!



Knapp 60 % der Deutschen suchen und finden Produkte und Dienstleistungen über das Internet.

Warum es sich lohnt

Ein Internet-Auftritt ist etwas anderes als ein Laden oder ein Büro, denn hier zählt nicht die Lage oder Größe, sondern nur die eigene Aufmachung. Ein kleiner Weltladen kann deshalb genauso professionell auftreten wie ein Großkonzern. Weder die Entfernung zu Ihren Kund/innen noch die Uhrzeit spielen dabei eine Rolle – online sind Sie 24 Stunden am Tag rund um die Welt

erreichbar. Neuigkeiten können in kürzester Zeit aktualisiert werden, was ein enormer Vorteil gegenüber jeglichen Printmedien ist, und Sie entscheiden jederzeit selbst, wie viele Informationen Sie über sich preisgeben wollen. Die Kosten sind dabei nicht nur gut kalkulierbar, sondern fallen bei sozialen Medien sogar komplett weg. Eine effektivere und günstigere Art der Kund/innen-Information und -Gewinnung ist kaum zu finden.



GEFUNDEN WERDEN!

Online sichtbar sein

Ein Google-Maps Eintrag ist der einfachste Schritt, um online sowohl über den Kartendienst als auch die Suchmaschine gefunden zu werden. Neben der Adresse können hier Öffnungszeiten, eine E-Mail-Adresse oder der Link zur eigenen Website hinterlegt werden. Es kostet nichts und dauert drei Minuten: www.google.de/business

Da ca. 95 % der in Deutschland getätigten Suchanfragen über Google laufen, ist ein Business-Eintrag aus wirtschaftlicher/pragmatischer Sicht auf jeden Fall empfehlenswert. Wie sich dies zur Tatsache ins Verhältnis setzt, dass Google sehr viele Daten sammelt, muss jeder Weltladen selbst entscheiden.

Inhalte und Aufwand

Egal ob Sie eine „Online-Visitenkarte“ oder eine komplexe Website mit allen Neuigkeiten haben – in beiden Fällen wird Ihr Weltladen online gefunden. Die Visitenkarte mit Nennung der Anschrift und Öffnungszeiten, am besten mit Foto, ist das Minimum. Alles was darüber hinaus geht, sollte von den eigenen Kapazitäten abhängig gemacht werden. Dabei geht es weniger um den Aufwand einer ersten Konzeption und Installation, als vielmehr um die Frage nach der notwendigen laufenden Betreuung. Eine Website mit Informationen zum Laden, zum Fairen Handel und dem dahinterliegenden Verein muss meist nur sehr selten aktualisiert werden und erfordert nur wenige Stunden Arbeit im Jahr. Erst wenn Sie sich dafür entscheiden, laufend Neuigkeiten und Termine zu veröffentlichen, wird der Aufwand höher. Denn die Website wirkt schnell veraltet, wenn z.B. die letzte Neuigkeit zwei Jahre alt ist oder kein neuer Termin mehr veröffentlicht wird. Auch bei der Beschreibung des eigenen Sortiments sollten Sie aufpassen: Statt einzelne Artikel zu beschreiben reicht eine grobe Liste der Warengruppen, illustriert mit schönen Fotos. Notwendig sind auf einer Website ein Impressum und i.d.R. auch eine Datenschutzerklärung.



Ganz fertig ist eine Website nie – den ersten Schritt sollte man trotzdem wagen!

Prinzipiell lässt sich der Aufwand, den Ihr Internet-Auftritt verursacht, recht gut im Vorhinein kalkulieren. Nach Ihren ersten Erfahrungen können Sie ihn auch um Funktionen oder Inhalte ergänzen bzw. verschlanken. Ganz fertig ist eine Website übrigens nie und der Versuch, dies zum Start eines Online-Auftritts hinzubekommen, hat

deshalb schon viele kleine Unternehmen ver-zweifeln lassen – also einfach loslegen und mit der Zeit optimieren!

Hübsch verpackt & gut vermarktet

Optisch gelten für Ihren Internet-Auftritt quasi die gleichen Grundregeln wie für Printmedien: Achten Sie auf Lesbarkeit, übertreiben Sie es nicht bei den Farben oder Schriftarten und strukturieren Sie Inhalte so, dass sie auch für Laien schnell zu finden sind. Texte für Soziale Medien sollten knackig formuliert sein, und auch auf einer Website sollten Sie sich eher kurzfassen. Ein paar gute, aussagekräftige Fotos vom Laden, dem eigenen Team oder einem Projekt sind zudem wichtig. Das Ganze noch mit Ihrem Logo verpackt, reicht meist schon aus.



AUFGEPASST!

Das Corporate Design der Weltläden im Weltladen-Dachverband ist im **Corporate Design Handbuch** festgehalten. Hierin finden Sie alle Informationen zum Einsatz des Logos sowie zu den Schriftarten und Farben des Corporate Designs. Sie können die aktuelle Version des Handbuchs auf www.weltladen.de herunterladen.

Im Gegensatz zu Printmedien haben Sie im Internet natürlich unendlich viel Platz – nur sollte klar sein, dass die wenigsten Nutzer/innen die komplette Website wahrnehmen. Alle wirklich wichtigen Infos – und damit wären wir vor allem wieder bei der Adresse und den Öffnungszeiten, vielleicht noch ein wenig über das Sortiment und den Fairen Handel als Bewegung – sollten deshalb immer sehr schnell zu finden und gut strukturiert sein. Die Selbstvorstellung des Ladens, die im Idealfall ein klares Bild oder eine Botschaft vermittelt („Über uns“), ist eine schöne Ergänzung. Wenn zur Zielgruppe der Website auch Stammkund/innen gehören sollen, müssen natürlich noch entsprechende Angebote auftauchen, die

auch einen regelmäßigen Besuch rechtfertigen: Aktuelle Angebote, spannende Veranstaltungen oder Neuigkeiten zu entwicklungspolitischen Themen bieten sich hier an.



Wichtig für jede neue Website: Auf verschiedenen mobilen Endgeräten wird sie gut dargestellt („responsive design“).

Technisch sollte noch auf die Darstellung auf verschiedenen Endgeräten geachtet werden („Responsive Design“), da mittlerweile über 70% aller Deutschen am häufigsten mit Smartphone und Co. surfen. Wenn die Website vom Konzept und Layout fertig ist, kommt es noch auf die richtige Vermarktung an: Eine kurze und eindeutige Domain sind dabei genauso entscheidend wie eine einfache Optimierung für Suchmaschinen. Niemand kann sich eine Internet-Adresse merken, die drei Bindestriche, zwei Umlaute und zu

Beginn noch eine Abkürzung beinhaltet. Besser: weltladen-musterdorf.de. Auch auf eine „.de“-Domain sollten Sie achten, da sie die üblichste und damit am einfachsten zu merkende ist. Schließlich sollte die Internet-Adresse natürlich auch auf Ihren Printmedien auftauchen und immer in der Außenkommunikation mit angegeben werden. Eine Website findet man zwar auch so über Suchmaschinen, im Gegensatz zu Sozialen Medien passiert das aber nie aus reinem Zufall.

Das richtige System

Welche Art des Internet-Auftritts für Ihren Weltladen ideal ist, hängt von Ihren zeitlichen, finanziellen und personellen Ressourcen ab. Eine einfache „Online-Visitenkarte“ können Sie sowohl als Website einrichten als auch über verschiedene Soziale Medien. Beides steht Ihnen kostenfrei zur Verfügung und ist recht einfach in der Handhabung: Die Website als Angebot des Weltladen-Dachverbandes an seine Mitglieder (s.u.) und ein Eintrag in den Sozialen Medien z.B. über die Nutzung von Facebook.

Die größten Vorteile der Sozialen Medien sind dabei das Erreichen neuer Zielgruppen sowie die quasi zufällige Verbreitung über geteilte oder „Gefällt mir“-Inhalte von Freund/innen. Allerdings macht die Nutzung Sozialer Medien umso mehr Sinn, je stärker Sie darüber auch Neuigkeiten zu Ihrem Laden oder dem Fairen Handel verbreiten und mit Interessierten interagieren. So können Soziale Medien auch gut als Ergänzung zur eigenen Website genutzt werden.

Eine eigene Website hat gegenüber dem ausschließlichen Auftritt in den Sozialen Medien drei entscheidende Vorteile: Sie sind frei in der Gestaltung, können die Struktur komplett bestimmen und es gibt keine Ablenkung durch fremde Inhalte. Im Folgenden stellen wir Ihnen drei Möglichkeiten vor, eine eigene Website anzulegen.

Option 1: Baukasten-System des Weltladen-Dachverbandes

Die Möglichkeit, über den Weltladen-Dachverband mittels eines Baukasten-Systems eine eigene Website anzulegen, wurde grundlegend überarbeitet. Das neue bedienungsfreundliche System mit modernem Layout und mobil optimierter Ansicht kann ab sofort von allen Mitgliedern



GUT ZU WISSEN

- **Domain** meint die Internet-Adresse, zum Beispiel weltladen-musterdorf.de
- **Hosting-Anbieter** stellen Speicherplatz im Internet, z.B. für die eigene Website, bereit.
- **Webpace** meint den Speicherplatz im Internet.
- **CMS** meint ein Content-Management-System. Das ist eine Software zur Inhaltsverwaltung.



kostenfrei genutzt werden! Über eine Eingabemaske werden alle zentralen Daten erfasst und automatisch in der Seitenleiste angezeigt. Auch das Impressum und die Datenschutzerklärung werden automatisch generiert. Es lassen sich einfach neue Seiten anlegen, Inhalte austauschen und Termine eingeben. Der Weltladen-Dachverband richtet für Ihren Weltladen gern eine entsprechende Adresse auf der gemeinsam genutzten Domain weltlaeden.de (mit „ae“!) ein; der Pfad lautet dann weltlaeden.de/musterstadt. Festgelegt ist allerdings das grundlegende Layout wie z.B. die Aufteilung zwischen Inhalts- und Kopfbereich sowie die Auswahl an Elementen, die der Website hinzugefügt werden können. Wer wissen möchte, wie es aussieht, gewinnt hier einen ersten Eindruck: weltlaeden.de/vorlage. Für Rückfragen und die Freischaltung steht beim Weltladen-Dachverband Corinna Sager zur Verfügung: c.sager@weltladen.de oder 06131/68907-86 (i.d.R. Mo.-Do. von 10-15 Uhr).

Option 2: Standard-Baukasten-Systeme verschiedener Anbieter

Einfache Baukastensysteme für Websites, mit denen auch Laien umgehen können, sind ab ca. 60 Euro pro Jahr erhältlich und bieten meist eine große Auswahl bereits vorgefertigter Layouts, die mit eigenen Inhalten und Bildern bestückt werden müssen. Die Vorteile liegen auf der Hand: Sie brauchen keine/n externe/n Designer/in oder Programmierer/in, können sofort loslegen, jederzeit selbstständig alles ändern und haben einen kalkulier- und überschaubaren Kostenrahmen. Die Nachteile offenbaren sich erst mit der Zeit:

Ein Logo „mal eben“ verschieben, die eigenen Ideen Eins-zu-eins umsetzen, interaktive Elemente einbinden oder die kompletten Inhalte zu einem neuen Anbieter umziehen ist oft sehr zeitaufwendig oder geht gar nicht. Wenn Probleme auftreten, fehlt zudem der Profi an Ihrer Seite.

Option 3: Die individuelle Umsetzung

Wer nach „Größerem“ strebt und viele eigene Vorstellungen realisieren möchte, muss die Kosten für eine individuelle Umsetzung in Kauf nehmen, insofern es niemanden in den eigenen Reihen gibt. Aber auch hier sollten sich kleinere Agenturen oder Freiberufler/innen finden lassen, die ein vernünftiges Angebot machen. Die laufenden Kosten für den reinen Speicherplatz und die Adresse der Website sollten i.d.R. nicht mehr als ca. sieben Euro im Monat betragen und die Vereinbarungen über die spätere Wartung müssen ganz genau gelesen werden. Nur wenn Sie selbst in die Lage versetzt werden, zumindest reine Textänderungen und den Austausch von einzelnen Bildern vorzunehmen, sind die Kosten auf Dauer überschaubar.

Handeln Sie jetzt!

Egal, ob eine eigene Website oder „nur“ ein Eintrag bei Google oder in den Sozialen Medien: Sollte Ihr Weltladen aktuell im Internet nicht auffindbar sein, besteht auf jeden Fall Handlungsbedarf. Lassen Sie sich die vielfältigen Möglichkeiten nicht entgehen – und fangen Sie am besten ganz einfach an. Für bereits aktive Weltläden gilt: Hinterfragen Sie Ihr aktuelles System hin und wieder und prüfen Sie, ob es Ihren Zielen und Möglichkeiten entspricht.

Impressum:
Weltladen-Dachverband e.V.
Ludwigsstraße 11
55116 Mainz
Redaktion: Corinna Sager
Fon: 06131 68 907-80, Fax: -99
E-Mail: info@weltladen.de
Web: www.weltladen.de

Bildnachweise: Fabian Irsara on Unsplash, Danielle MacInnes on Unsplash, Weltladen-Dachverband/S.Kreuzberg