

Geld & Rosen Unternehmensberatung für Frauen und soziale Einrichtungen

Münstereifeler Str. 9 - 13, 53879 Euskirchen,

Tel. 02251-62 5432 Fax. 02251-625 629

Mail: info@geld-und-rosen.de

www.geld-und-rosen.de

Autorin: Dr. Marie Sichtermann

Zur Werbung im Internet (Webauftritt, Website, Homepage, Mail)

Das Internet ist ein wichtiges Werbemedium geworden, vielleicht sogar das wichtigste überhaupt. Wer kommerziell eine Leistung anbietet – Shiatsu-Behandlungen oder Shiatsu-Kurse - kann es sich kaum noch leisten, nicht im Netz präsent zu sein. Wenn bei Ihnen alles bestens läuft, ganz von allein und Sie auch gar nicht noch mehr Shiatsu als bisher anbieten wollen, dann brauchen Sie sich wahrscheinlich hier nicht weiter zu informieren. Wenn Sie im wesentlichen als Shiatsu-KursleiterIn für große Träger arbeiten, die selbst ein Programm herausgeben und einen gut gepflegten Internetauftritt haben, können Sie womöglich auch auf eigene Werbung im Netz verzichten. Alle anderen müssen sich mit der Werbung im Internet auseinandersetzen. Wenn Sie schon Webseiten haben, bleibt es Ihnen nicht erspart, sich immer wieder zu informieren, ob Sie die sich ständig wandelnden Vorschriften für die Internetpräsenz eingehalten haben.

In diesem Artikel möchten wir Ihnen in aller Kürze das Wichtigste über die Werbung im Internet mitteilen.

1. Die Bedeutung der Begriffe

"Gehen Sie doch mal auf meine Homepage" – sagen Sie Ihren potentiellen KundInnen – und meinen wahrscheinlich Ihre Website. Sie können natürlich sagen, was Sie wollen und werden sicher auch verstanden. Wenn man es genau nimmt, ist die **Homepage** die Startseite, die erscheint, wenn man Ihre Webadresse – z.B. www.shiatsu-in-dresden.de – aufruft.

Die Gesamtheit der Seiten, die nach der Startseite kommen, wird mit dem englischen Wort **Website** benannt. Site heißt übersetzt nicht Seite, sonder Ort oder Platz, die Website ist also Ihr Platz im Internet. Warum heißt es **die** Website? Das hat sich so eingeschlichen, wahrscheinlich wegen der ständigen Verwechslung mit der Webseite. Wenn Sie nämlich das deutsche Wort **Webseite** sagen, versteht die Fachfrau und der Fachmann, dass Sie damit eine einzelne Seite Ihrer Website meinen; der Plural Webseiten entspricht dann schon eher der Website. Umgangssprachlich wird aber auch alles durcheinander gebraucht.

2. Die Erstellung der Website

Es gibt mehr oder weniger aufwendige Programme zum Selbermachen. Diese Programme eignen sich nur für Sie, wenn Sie gute Grundkenntnisse haben. Wer die nicht hat, wird bald merken, dass das Erstellen einer Website wirklich kein Kinderspiel ist. Doch die meisten kennen heutzutage jemanden, der oder die das gelernt oder sich selbst beigebracht hat. Der sicherste Weg zu einem gelungenen Internetauftritt mag

aber immer noch sein, sich an kommerzielle AnbieterInnen zu wenden, das sind im allgemeinen WebdesignerInnen oder GrafikdesignerInnen.

Und wie teuer ist das? Ein gut gemachter Internetauftritt kann viel oder weniger Geld kosten, je nachdem, an wen Sie sich wenden. Über schlechte Seiten ärgert sich Ihr Publikum und Sie sich dann auch. Investieren Sie also lieber in etwas wirklich Gutes, das ihnen Lob einträgt und auf das Sie stolz sein können!
Legen Sie sich schon mal mindestens 1.000 Euro dafür beiseite, eher mehr !

3. Der Name und andere Dienstleistungen

Sie brauchen einen Namen, das ist die Domain. Wenn Sie eine Idee für einen Internetnamen haben, so müssen Sie zunächst feststellen, ob dieser Name noch frei ist. Sie gehen ins Internet und suchen www.denic.de auf, das ist die zentrale Ansprechadresse für die Domainvergabe in Deutschland. Während ich diesen Artikel schreibe, gebe ich dort unter *domain-abfrage* das oben erdachte "shiatsu-in-dresden" ein und erfahre nach Sekunden, dass diese Domain schon vergeben ist.

Wenn Ihr Wunschname noch zu haben ist, lassen Sie ihn besser bald bei denic.de registrieren. Das kostet nur 58 Euro.

Wenn Sie Ihre Website von einer professionellen Firma erstellen lassen, übernimmt diese für Sie in aller Regeln auch die Anmeldungen und die technische Seite im übrigen. Dazu gehört auch die Frage nach dem Provider, das ist der Internetdiensteanbieter, der Ihnen gegen Entgelt alle Dienste bietet, die für den Betrieb Ihrer Website erforderlich sind. Der Provider stellt für Ihre Website Platz auf seinem Rechner zur Verfügung und verwaltet sie. Das kostet eine Gebühr. Dafür lösen diese Leute für Sie auch schon mal ein technisches Problem. Es gibt jede Menge große und kleine Provider – fragen Sie herum, welche Erfahrungen andere in Ihrem Umfeld gemacht haben. Große Provider wie z.B. "1 + 1" sind meistens etwas billiger, dafür anonym, kleine wie z.B. w4w (für Frauen) etwas teurer, aber persönlicher. Ich finde es wichtig, dass Sie letztlich beim Provider eine Person haben, mit der Sie ganz real am Telefon sprechen können und die auch tatsächlich reale technische Probleme für Sie bearbeiten kann. Noch etwas ist wichtig: Über Ihren Provider können Sie sich auch bezüglich Ihrer Emailadresse beraten lassen und sie anmelden.

4. Die Gestaltung

Eine Website bietet theoretisch sehr viel Platz für Informationen, Bilder, Vernetzungen, Spielereien. Hier können Sie sich ausbreiten – oder auf's Wesentliche konzentrieren. Die Art Ihres Internetauftritts wird bei denen, die ihn anschauen, jedenfalls einen Eindruck von Ihrer Persönlichkeit und Ihrer Arbeitsweise hinterlassen.

Bei der Gestaltung der Homepage gelten dieselben Grundsätze wie bei jeder Werbung. Es soll ein Vergnügen sein, sie anzuschauen und zu lesen, es sollte einfach sein, zu Ihren Kursen und deren Beschreibungen zu gelangen, die Zielgruppe soll sich direkt angesprochen und rundum gut über alle Bedingungen informiert fühlen. Und Sie als die Person, die das alles anbietet, sollen deutlich sichtbar sein in ihrer Einzigartigkeit.

5. Die rechtliche Seite

Wenn Sie einen Auftrag zur Herstellung einer Website vergeben, können Sie sich bei Profis wahrscheinlich darauf verlassen, dass sie alle Vorschriften kennen, die zu

beachten sind, bei FreundInnen usw. hingegen nicht. Das wichtigste sollten Sie ohnehin selber wissen. Hier ist es:

Ihre Webseiten sind ein *Teledienst* und Sie sind eine *DiensteanbieterIn* im Sinne des Telemediengesetzes (TMG). Das Telemediengesetz ersetzt das vorher geltende Teledienstgesetz seit März 2007 und ist auch nach der Änderung eine schwierige Materie geblieben. Es ist gespickt mit Verweisen auf europäische Richtlinien – und so kann ich nur hoffen, dass meine Aussagen annähernd vollständig sind.

Sie haben sicher schon gehört, dass jede Website ein **Impressum** braucht – das ist geregelt in § 5 TMG unter "Allgemeine Informationspflichten". Danach müssen Sie etliche Informationen "leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar" halten:

- Eigenname, Firma (der Name Ihres Unternehmens)
- Anschrift und Telefon-Nr.
- Emailadresse zum Anklicken auf der Impressumseite
- bei juristischen Personen die Vertretungsberechtigten - das sind bei einem Verein die Vorstandsmitglieder – das Register, in das die juristische Person eingetragen ist (z.B. *Vereinsregister beim Amtsgericht Dresden*) und die Registernummer.
- Ihre **Steuernummer** müssen Sie nur angeben, wenn Sie eine **Umsatzsteueridentifikationsnummer** haben. Die brauchen Sie nur dann, wenn Sie außerhalb von Deutschland im europäischen Ausland Kurse geben und dort Geld einnehmen. Ihre ganz normale Steuernummer erscheint also nicht im Impressum!
- Außerdem ist die Angabe erforderlich, wer für den redaktionellen Teil des Webprojektes verantwortlich ist (im Zweifel Sie selbst).

6. Besonderheiten

Nun kommen noch einige zusätzliche Vorschriften für diejenigen unter Ihnen, die ihr Shiatsuangebot in ihrer beruflichen Eigenschaft als HeilpraktikerIn, ÄrztIn, PhysiotherapeutIn, PsychotherapeutIn oder einem anderen reglementierten Beruf machen.

Werden nämlich Leistungen **in Ausübung eines Berufes** angeboten, für den ein **Hochschuldiplom** erforderlich ist, oder **der staatlich reglementiert ist und einen Befähigungsnachweis braucht**, so müssen Sie zusätzliche folgende Angaben machen:

- a) die **Kammer**, der die TeledienstanbieterIn angehört (z.B. für Ärztinnen und psychologische PsychotherapeutInnen)
- b) die **gesetzliche Berufsbezeichnung und den Staat**, in dem die Berufsbezeichnung verliehen worden ist,
- c) Angaben zur zuständigen **Aufsichtsbehörde** – dies gilt bei allen Berufen, die einer Zulassung bedürfen,
- d) die Bezeichnung der **berufsrechtlichen Regelungen** und dazu, wie diese zugänglich sind.

Damit Sie das praktisch vor sich sehen, habe ich für Sie ein Beispiel gebildet:

Eine Heilpraktikerin, die in dieser Eigenschaft Shiatsu anbietet, braucht folgendes Impressum:

- Anna Brakel, Adresse, Telefon-Nr., E-Mail, Internet
- **Berufsbezeichnung:** Heilpraktikerin
- zuständige **Aufsichtsbehörde:** Gesundheitsamt Schleswig
- **Rechtsgrundlage:** § 1 HPG und 1. DVO vom 17.02.1939 (RGBl. I S. 251),
Geltungsbereich: Bundesrepublik Deutschland

- E-Mail: annabrakel@gmx.de
 - Verantwortlich für den redaktionellen Teil: Anna Brakel.
-

Die Ärztin oder der Arzt müsste zusätzlich die zuständige Kammer nennen, der sie oder er angehört. PhysiotherapeutInnen können sich an das oben angegebene Muster halten und als Rechtsgrundlage folgendes zitieren: "Masseur- und Physiotherapeutengesetz vom 26. Mai 1994 (BGBl. I S. 1084), zuletzt geändert durch Artikel 27 des Gesetzes vom 2. Dezember 2007 (BGBl. I S. 2686)."

Nehmen wir an, Sie sind von Ihrer Ausbildung her Jurist oder Diplom-Ingenieurin und treten im Internet als Shiatsu-LehrerIn auf. Wenn Sie ein Hochschulstudium absolviert haben, das mit dieser Tätigkeit nichts zu tun hat, müssen Sie dieses alles nicht angeben, Sie brauchen weder Ihre Staatsexamen noch deren Geltungsbereich zu nennen. Dann reicht folgendes:

- Shiatsu-Schule Sanfter Weg
- Ulrich Müller, Shiatsu-Lehrer GSD
- Adresse, Tel.
- E-Mail: sanfterweg@t-online.de
- Verantwortlich für den redaktionellen Teil: Ulrich Müller

7. Links

Verweise auf andere Websites sind ein beliebtes Mittel, um zu zeigen, dass der Anbieter oder die Anbieterin in der Welt gut vernetzt ist, sich auskennt und andere empfehlen kann. Ihre Website kommt im Rating höher, wenn Ihre Seite oft angeklickt wird, daher ist es durchaus günstig, mit anderen Organisationen Links auszutauschen. Auf diese Weise wird Ihre Seite häufiger aufgerufen.

Es gibt das Gerücht, dass man sich von Links ausdrücklich mit bestimmten Formeln distanzieren müsse. Diese Fragen sind umstritten und ungeklärt. Es kann nicht schaden, wenn Sie auf der Seite, von der aus man auf Links gelangt, etwas in der Art schreiben wie:

"Ich übernehme keine Verantwortung für den Inhalt der verlinkten Seiten."

8. E-Mails

Zum Schluss noch ein Hinweis darauf, wie die Mails aussehen sollten, die Sie verschicken. Es ist aus geschäftlichen Gründen sehr nützlich, wenn Sie auf jeder E-Mail ein Kästchen haben mit Namen und Adresse, Telefon-Nr., Mailadresse und Name der Website.

Rechtlich ist dies nur für Kaufleute nach Handelsrecht vorgeschrieben und dürfte für Shiatsu-Praktizierende und -LehrerInnen kaum gelten. Es kann jedoch nicht schaden, wenn Sie es sich zur Angewohnheit machen, einen Textbaustein mit Ihren Daten jeder Mail anzufügen.