## DIE EIGENE WEBSEITE ERSTELLEN

**EINFACH ONLINE GEHEN**

### WILLKOMMEN IM NETZ!

» Schützen Sie Ihre Internetadresse frühzeitig, zum Beispiel bei 1&1 oder Strato. Kosten: bis 100 Euro pro Jahr. Blogs können lebendiger wirken als eine Webseite, brauchen aber tägliche Betreuung. Erstellen können Sie sie gratis bei www.blogger.com, www.tumblr.com oder mit der „WordPress"-Software. Holen Sie sich Hilfe, wenn nötig – hingestümperte Internetseiten wirken unseriös. Gute Grafiker finden Sie z.B. im Impressum auf bestehenden Webseiten, die Ihnen gefallen. Für die Programmierung und das Design werden einmalig 1000 bis 3000 Euro fällig. Ein Shopsystem auf der Seite kostet, wenn Sie nicht hunderte Produkte verwalten wollen, etwa 20 Euro pro Monat. Mehr unter www.onlineshop-strategie.de

**KUNDEN FINDEN & BINDEN**

### KLICKT MICH AN

» Durch Suchmaschinenoptimierung sorgen Sie dafür, dass Sie gefunden werden. Kurse dafür gibt's im Netz. Tipp: Google bevorzugt aktuelle Informationen, sei es im Blog, bei Facebook, Pinterest oder Twitter. Einmal auf der Seite, sollte sich der Nutzer leicht zurechtfinden und nicht durch lange Ladezeiten vertrieben werden, Ihre Seite sollte also auf einem schnellen Server gehostet werden. Und zu guter Letzt: Stellen Sie sich Ihren Kunden vor! Geben Sie ihm die Chance, Sie zu kontaktieren. Dabei ist eine separate Geschäfts-E-Mail besser als ein Kontaktformular.

Herausforderung: Die Logistik. „Ich dachte, man legt ein Produkt in ein Paket – doch für Champagnergläser gelten andere Gesetze als für Sofas. Inzwischen beschäftigen wir einen Verpackungsingenieur." In einer zweiten Finanzierungsrunde konnte Westwing 50 Millionen Euro sammeln – eine der größten Summen der deutschen Online-Branche.

### Ein Medium, das mehr kann als nur Kaufhaus

Das Internet kann aber mehr, als Bestellungen von einem Ort zum anderen schubsen. Das Guttenplag-Blog brachte den Ex-Wirtschaftsminister Karl-Theodor zu Guttenberg zu Fall. Twitter beschleunigte den arabischen Frühling, und wenn auf Facebook Freunde für eine Online-Petition gegen die Privatisierung des Wassers trommeln, kommen Millionen Unterstützer zusammen.

Claudia Langer hat dieses Potenzial erkannt. In den 80er-Jahren marschierte die Münchnerin auf Demos mit. In den 90ern gründete sie eine angesagte Werbeagentur und dachte sich Kampagnen für MTV, Levi's und die Deutsche Bank aus, hantierte mit Millionen-Budgets, erntete Ruhm und Erfolg. Dann kamen drei Kinder – und die Messlatte für Erfolg hieß nicht mehr Geld. 2007 gründet Claudia Langer Utopia, ein Internet-Verbraucherportal für Nachhaltigkeit. „Wir geben Entscheidungshilfe bei Konsumfragen", sagt sie. „Wenn sich jemand auf der Utopia-Webseite über umweltverträgliche Autos informieren will, versuchen wir, ihn für Carsharing-Konzepte zu begeistern, die einen Autokauf überflüssig machen." Beratung mit Haltung. Außerdem geben die „Utopisten" intensives und unbequemes Feedback – mit dem sich dann auch Unternehmen auseinandersetzen. Nach fünf Jahren Utopia zog sie kürzlich im Magazin „Brand eins" Bilanz: „Wir wachsen in diesem Jahr enorm. Aber wenn ich mir ansehe, wie sich die wichtigsten Probleme der nahen und ferneren Zukunft entwickeln, dann sind weder beim Klimawandel noch beim Ressourcenverbrauch oder bei fairen Arbeitsbedingungen radikale Fortschritte in Sicht."

Das Internet allein kann weder die Welt retten noch wirtschaftlichen Erfolg versprechen. Ideen lassen sich zwar leichter umsetzen, doch letztlich brauchen wir auch „das wahre Leben", so Claudia Langer. Schmuckdesignerin Alexa von Heyden bestätigt: „Meine Kundinnen wollen mich, meine Armbänder oder den Laden sehen. In Zeiten des Überangebots und großer Ladenketten suchen die Leute Menschen, mit denen sie sich identifizieren können."



CLAUDIA LANGER, 47, VERBESSERT DIE WELT MIT UTOPIA.DE

„Nach einer Agentur-Karriere konnte ich mein Wissen sinnstiftend einsetzen."

**MIT DEN KINDERN KAM DIE WENDE**

Eigentlich war Claudia Langer in der kommerziellen Welt von Party und Werbung fest verankert – doch in der Eltern- und anschließenden Auszeit kam es zu einem Richtungswechsel. Die Idee zu Utopia.de entstand, einem Online-Portal, das sich für nachhaltigen Konsum stark macht – und erklärt, wie man Plastik vermeidet oder wie Carsharing funktioniert. Letztes Jahr veröffentlichte die dreifache Mutter das Buch „Die Generation Man-müsste-mal: Eine Streitschrift". Der lange Weg von der Werberin zur Weltverbesserin – mit dem Internet war er ganz kurz.

## ONLINE ERFOLGREICH WERDEN

**KAPITAL DURCH CROWDFUNDING**

### HABT IHR MAL 'NEN EURO?

» Oft ist das Einzige, was der Umsetzung einer guten Idee im Weg steht, das Geld. Oder vielmehr: seine Abwesenheit. Aber selbst zum Betteln muss man heute nicht mehr das Haus verlassen. Beim Crowdfunding (was so viel bedeutet wie Schwarmfinanzierung) investieren viele Interessierte online einen kleinen Betrag in ein Projekt, bis es finanziert ist. Erfolgreiche „Kickstarter" beschreiben ihr Projekt so detailliert wie möglich, mit Texten, Bildern und Videos; gestaffelte „Dankeschöns" fördern die Motivation der potenziellen Mini-Investoren. Die bekanntesten Plattformen heißen www.kickstarter.com und www.startnext.de

**VERBREITEN UND VERBINDEN**

### DIE MASSE NUTZEN

» Social Media ist schon längst kein reiner Zeitvertreib mehr: Hier werden Trends gemacht, neue Kontakte geknüpft, alte gepflegt und Kunden informiert. Eine Facebook-Seite für Ihr Projekt, die Freunde, Freundesfreunde und Fans „liken" können, ist heute Pflicht. Posten Sie regelmäßig und reagieren Sie auf Kommentare und Kritik zeitnah und persönlich. Geschäftskontakte knüpfen und pflegen kann man aber auch über Xing: In der deutschen Geschäftswelt gilt der Klassiker als wichtigstes Social-Media-Adressbuch. Mit einem professionellen Profil, einem Businessfoto und regelmäßigem Engagement knüpfen Sie hilfreiche Kontakte. Internationaleres Publikum versammelt sich bei LinkedIn – gerade in den USA gehört der Dienst zum guten Geschäftston. Ein dichtes Netzwerk kompetenter Frauen bietet das Branchennetzwerk Digital Media Women (DMW). DMW veranstaltet auch Events und bietet diverse Möglichkeiten für hilfreichen Austausch.

DELIA FISCHER, 29, INTERIOR-FACHFRAU VON WESTWING.DE

„Ich fragte mich: Wieso gibt es eigentlich keinen Onlineshop für Home- und Living-Produkte?"

**DIE IDEE KAM IM BÜRO,**

als Delia Fischer noch als Redakteurin arbeitete. Sie beschäftigte sich mit Produkten aus dem Interiorbereich, doch online war kaum etwas davon erhältlich. Ihre Vision: Design für mehr Menschen zugänglich machen. So entstand Westwing, der erste Online-Shoppingclub für Möbel und Wohn-Accessoires. Mittlerweile ist Delia Fischers Start-up in zehn Ländern vertreten, verschickt werden täglich rund 15000 Pakete und bestellt wird immer noch ausschließlich online. Fischer netzwerkt aber auch in der realen Welt: „Kontakte lassen sich gut auf Start-up-Veranstaltungen knüpfen."

**ALLES AUF EINEN BLICK**

Mit Smartphone oder Tablet und der Gratis-App „Junaio" können Sie unsere hilfreichen Links gleich online abrufen. Scannen Sie dazu diese Seite (Anleitung S. 61). **WWW.COVER-MAG.DE/JOBSPECIAL**

FOTOS: HR SCHULZ/IMAGO, WESTWING