

Die geschäftliche Nutzung des Internets im Labor- und Büroalltag - Dos und Don'ts

COLLOQUIUM CHIMICUM XII

Karlsruhe/Stutensee, 23.-24.10.2014

Dr. Torsten Beyer, Dipl.-Chem.

Tel.: +49 (0)6154 / 623 3481

Fax: +49 (0)700 / 3782 3937

Mail: tbeyer@dr-beyer.de

Dr. Beyer Internet-Beratung

Weimarer Straße 30

D-64372 Ober-Ramstadt

<http://www.dr-beyer.de>

Dr. Beyer Internet-Beratung (www.dr-beyer.de)



- **Gründung:** 01.04.1998 in Saarbrücken (Dienstszitz heute: Ober-Ramstadt/Hessen)
- **Mitarbeiter:** 7
- **Training:** Internet-Schulungen und Inhouse-Trainings für Naturwissenschaftler
- **Infobroking:** Web-Content, Web-Recherchen, Marktanalysen
- **Support:** Web-Präsenz, Online-Marketing, Suchmaschinenoptimierung
- **Webseiten:** <http://www.analytik-news.de> (Online-Labormagazin)
<http://ww.labfirms.de> (Labor-Branchenverzeichnis)
<http://ww.laborshop.de> (ShopGuide fürs Labor)
<http://www.labcrawler.com> (Suchmaschine für Labor und Analytik)
<http://www.chemie-datenbanken.de> (Datenbankverzeichnis für Chemiker)
<http://www.chemiker.info> (Tagesaktuelle Chemie-News)
- **Artikel:** Zahlreiche Publikationen (u.a. LABO Internet-Adresse des Monats)

Das Internet ist heute ein fester, unverzichtbarer Bestandteil der Arbeitswelt. Richtig eingesetzt erleichtert es enorm die Arbeit, die eigene Vermarktung und den Verkauf von Produkten und Dienstleistungen bei geringem Kostenaufwand.

Viele aktuelle Probleme sind hausgemacht und daher eigentlich einfach abzustellen: wenig professionelle Webseiten, veraltete oder fehlerhafte Inhalte, unzureichende Suchmaschinenoptimierung, unsachgemäßer E-Mail-Einsatz, verwaiste „Social Media“-Seiten sind nur einige davon.

Der Vortrag gibt wertvolle Tipps, wie man das Medium sinnvoller einsetzen kann zum eigenen Wohle und dem aller Anwender.

1. E-Mail
2. Soziale Medien
3. Foren und Blogs
4. Firmen-Webseite
5. Suchmaschinenoptimierung
6. Online-Pressearbeit
7. Online-Werbung
8. Web-Controlling
9. Web-Recherche
10. Online-Recht
11. Datenschutz/-sicherheit

1. E-Mail

*Spam-, Viren-, Fake-, Würmer- und Pseudo-E-Mails nehmen derart überhand.
Kürzlich mailte mir einer ganz erstaunt: „Ach, Sie gibt es wirklich?“*

Wolfgang J. Reus (1959 - 2006), deutscher Journalist

Dos

- + Mailsignatur gezielt für Hinweise einsetzen (z.B. Messen, Publikationen, Blog)
- + Verteilerlisten nutzen (intern, Kunden-Newsletter)
- + Automatische Antworten / Umleitungen (Eingang, Abwesenheit, Ausscheiden)
- + Umfangreiche Anlagen als Link einbinden
- + Online-Rechnungen / Mailings statt Briefpost (Kostenreduktion)

Don'ts

- Fehlende Mailsignatur bei Geschäftskorrespondenz
- Mangelnde Sorgfalt beim Schreiben
- Langsame Reaktionszeiten / Ignorieren von Anfragen
- Spamfiltern blind vertrauen
- Kontakt-Mailadressen auf Webseiten verstecken

-> Mails mir! 77 Tipps für bessere E-Mails

<http://www.karrierebibel.de/mails-mir-77-tipps-fur-bessere-e-mails/>

2. Soziale Medien

Hätte Mielke den Menschen befohlen: „Schreibt eure Stasi-Akten selbst und erzählt vor allem, was besonders peinlich für euch werden kann!“, hätte das wohl nicht funktioniert. Heute geht das problemlos. Im Internet. Man nennt es „social community“.

Dr. Josef Bordat (*1972), deutscher Publizist und Autor

Dos

- + Kontaktpartner als Multiplikatoren nutzen (Guerilla-Marketing)
- + Eigene Profile sind positives Signal für Suchmaschinenoptimierung
- + Erreichen neuer Zielgruppen (Mail-/Google-Verweigerer)
- + Zielgenaue Werbemöglichkeiten nutzen (besser als Suchmaschinen)
- + Vernetzung mit Kunden / Partnern schafft persönliche Basis (XING, LinkedIn)

Don'ts

- Ungenutzte und vergessene Profile (Facebook, Twitter)
- Fehlende Trennung zwischen privaten und geschäftlichen Einträgen
- Offenlegung des eigenen Netzwerks für alle Nutzer
- Datenschutzprobleme ignorieren (z.B. „Like“-Buttons)
- Potential im geschäftlichen Umfeld überschätzen

-> SocialMedia Institute (Nachrichten, Studien, Tipps)
<http://www.socialmedia-institute.com>

3. Foren und Blogs

Das Gute am Internet: Du kommst mit Leuten zusammen und musst doch keinen ausgeben.

Klaus Klages (*1938), deutscher Philosoph und Verleger

Dos

- + Kompetente Beiträge zur Profilierung als Experte für Fachthemen
- + Gleichgesinnte suchen
- + Eigene Blogs/Foren einrichten (positiv für Suchmaschinenoptimierung)
- + Kontakte generieren durch die Moderation von externen Foren (z.B. Xing)
- + Signatur zum Verlinken nutzen

Don'ts

- Werbung ist verpönt und wirkt eher negativ
- Zeitaufwand unterschätzen
- Einen direkt messbaren (finanziellen) Nutzen erwarten
- Verstoß gegen die „Netikette“ (das Internet vergisst nichts)
- Fehlende Inhalte / Moderation in eigenen Blogs / Foren

-> RICHTIG BLOGGEN - Das Internet Magazin
<http://www.blogtipps.info>

4. Firmen-Webseite

Wenn Gott nicht bald eine Homepage im Internet hat, erreicht er die jungen Leute überhaupt nicht mehr.

Prof. Dr. Hans-Jürgen Quadbeck-Seeger (*1939), deutscher Chemiker

Dos

- + Vollständige Darstellung des Leistungsspektrums in allen relevanten Sprachen
- + Aktuelle Neuigkeiten, Termine, Stellenangebote veröffentlichen
- + Regelmäßige Updates und inhaltliche Erweiterungen
- + Verlinkung mit Partnern / Kunden
- + Wertvolle Hilfestellungen/Tipps veröffentlichen

Don'ts

- Mangelnde Professionalität/Aktualität und Fehlermeldungen
- Mehr Wert auf Optik als auf Inhalte legen
- Illegale Optimierungstricks einsetzen
- Sprachproblematik unterschätzen
- Kundenwünsche und Konventionen ignorieren (Webseiten für die eigene GL)

-> 10 Fehler auf Firmen-Webseiten, die man vermeiden sollte
<http://www.analytik-news.de/Fachartikel/2013/43.html>

5. Suchmaschinenoptimierung

Was dich nicht abstrafft, macht dich nur stärker.

unbekannt

☑ Dos

- + Neue Inhalte und Erweiterungen wirken positiv („unique content“)
- + Regelmäßige Fehlerprüfung und -korrektur (z.B. Google/Bing WebmasterTools)
- + Externe Links generieren und überwachen (Web, soziale Medien)
- + Über aktuelle Trends und Updates bei Suchmaschinen informieren
- + Bei Neugestaltung der Webseite mehr an SEO als an Optik denken

☒ Don'ts

- Mangelhafte Textauszeichnung / Meta-Informationen / Syntaxfehler
- Barrieren aufbauen (Login, Zusendung von Dokumenten nur auf Nachfrage)
- Lange Ladezeiten (langsamer Webserver / nicht optimierter Code)
- Auf zweifelhafte Dienstleister hereinfallen / illegale Tricks einsetzen
- Zu denken, eine Seite wäre perfekt optimiert

-> Einführung in die Suchmaschinenoptimierung (Google)

<http://www.google.de/webmasters/docs/einfuehrung-in-suchmaschinenoptimierung.pdf>

6. Online-Pressearbeit

Mit Schlagzeilen erobert man Leser, mit Informationen behält man sie.

Alfred Charles William Lord Northcliffe (1865 - 1922), britischer Zeitungsverleger

Dos

- + Regelmäßige Veröffentlichungen (Webseite, Blog, Fachmedien)
- + Backlinks zur eigenen Homepage setzen (Print: QR-Codes)
- + Fachbeiträge / Artikelserien statt Pressemeldungen verfassen (exklusiv)
- + Kostenpflichtige Werbeanzeigen durch clevere Pressearbeit reduzieren
- + Eigenen Presseverteiler aufbauen (statt Adressenzukauf)

Don'ts

- Reine Werbung statt nützlichen Informationen versenden
- Unprofessionelle Massenmails (fehlende Exklusivität)
- Formale Fehler vermeiden (Schreibstil, Übertreibungen)
- Die gleiche Nachricht an vielen Stellen veröffentlichen (doppelter Content)
- Keine persönlichen Kontakte zu Fachjournalisten besitzen

-> 10 Praxistipps für die professionelle Online-Pressarbeit

<http://www.analytik-news.de/Fachartikel/2013/33.html>

7. Online-Werbung

Werbung. Steter Tropfen füllt den Kopf.

Walter Ludin (*1945), Schweizer Journalist

Dos

- + (Tracking)-Link zur eigenen Webseite verwenden
- + Kampagnen zeitlich, räumlich steuern (z.B. Google Adwords, Banner, Newsletter)
- + Traffic auf die eigenen Webseiten lenken (Landing-Page)
- + Gewinnung neuer Interessenten
- + Geld für andere Werbeaktionen einsparen (Briefmailing, Print-Anzeigen)

Don'ts

- Printanzeigen 1:1 online verwenden
- Im falschen Umfeld / Format werben
- Angebote nicht vergleichen
- Zeitaufwand und Komplexität unterschätzen (z.B. Google Adwords)
- Werbeblocker einsetzen und weiterempfehlen

-> Internetwerbung (Wikipedia)
<http://de.wikipedia.org/wiki/Internetwerbung>

8. Web-Controlling

Wenn du merkst, dass du ein totes Pferd reitest, dann steig ab!

Weisheit der Dakota Indianer

Dos

- + Eigene Logfiles regelmäßig auswerten (Fehler finden, Trends verfolgen)
- + Kostenlose Analyse-Tools für erweiterte Reports nutzen (Google Analytics, Piwik)
- + Input für Verbesserungen / Fehlerkorrekturen nutzen
- + Werbemaßnahmen in unterschiedlichen Medien in Relation setzen
- + A/B-Tests zur Abschätzung der Wirkung von Änderungen

Don'ts

- Zahlensammeln ohne Sinn und Verstand
- Verfälschung der Daten ignorieren (Bots, Cookies, Zählpixel, Anonymisierung)
- Übermäßiges Tracking (wird von Nutzern negativ gesehen und kann illegal sein)
- Falsche Zahlen aufgrund falscher Konfiguration von Tracking-/Analysetools
- Keine Schlüsse aus den gesammelten Daten ziehen

-> Web-Controlling im B2B-Umfeld: Was darf und was kann man wirklich messen?

<http://www.analytik-news.de/Fachartikel/2011/44.html>

9. Web-Recherche

Internet – Wer sucht der findet und wer weiß wo er suchen muss, der findet noch mehr.

Andreas Wetter (*1964), Diplom-Sozialpädagoge

Dos

- + Erweitere Suchoptionen nutzen (z.B. Zeitbegrenzung, Dateiformat)
- + Spezielle themenbezogenen Suchmaschinen und Portale nutzen
- + Kostenpflichtige Datenbanken nutzen
- + Newsfeeds und Benachrichtigungsdienste nutzen (z.B. Google Alerts)
- + Die gleiche Recherche in mehreren Suchmaschinen durchführen

Don'ts

- Denken, dass die Trefferlisten (SERPS) wirklich nach Relevanz sortiert sind
- Vollständige Recherchemöglichkeiten bei Google & Co. erwarten
- Glauben, dass man mit Suchmaschinen Datenbankinhalte finden kann
- Nur deutschsprachige Suchwörter eingeben
- Gefundenen Inhalten blind vertrauen

-> Suchmaschinen-Tutorial (Universität Bielefeld)

<http://www.ub.uni-bielefeld.de/biblio/search/>

10. Online-Recht

Es hilft nichts, das Recht auf seiner Seite zu haben. Man muss auch mit der Justiz rechnen.

Dieter Hildebrandt (1927-2013), deutscher Kabarettist

Dos

- + Rechtssichere Seite bildet Vertrauen (Impressum, AGB, Datenschutzbestimmungen)
- + Verzicht auf Facebook-Likes (besser: Verlinkung)
- + Korrekte Einbindung von Google Analytics mit Anonymisierung
- + Double-Opt-In-Verfahren für Newsletter-Abonnements
- + Abmahnungen als Möglichkeit zum Geld verdienen

Don'ts

- Gefahren einer Abmahnung unterschätzen (Code liegt offen)
- Content-/Bild-Diebstahl (lässt sich leicht feststellen und dokumentieren)
- Werbemails ohne Genehmigung, offene Mailverteiler
- Gewinnspiel mit Newsletter-Abonnement verknüpfen
- Rechtsverstöße nicht verfolgen (aus Angst vor Kosten)

-> Skript Online-Recht von Prof. Thomas Hoeren

<http://www.uni-muenster.de/Jura.itm/hoeren/lehre/materialien>

11. Datenschutz/-sicherheit

Wenn es etwas gibt, von dem Sie nicht wollen, dass es irgendjemand erfährt, sollten Sie es vielleicht ohnehin nicht tun.

Eric Schmidt (*1955), amerikanischer Informatiker und Manager

Dos

- + Server-Software / CMS regelmäßig aktualisieren (lassen)
- + Client-Software / Firewall /Virens Scanner zeitnah aktualisieren (auch mobile Geräte)
- + Regelmäßige Backups (interne Server, Webseite, Mailbox)
- + Datendiebstahl durch Mitarbeiter erschweren
- + Kostenlose Newsletter zu Sicherheitsthemen abonnieren (z.B. Heise, Bürger-CERT)

Don'ts

- Überall das gleiche oder leicht zu erratendes Passwort verwenden
- Sicherheitsrisiken des eigenen Webservers nicht regelmäßig testen
- Sicherheit von Clouds überschätzen
- Gefahr des Identitätsklau unterschätzen
- Zu viele persönlichen Informationen online stellen

-> Selbsttest: TÜV SÜD Datenschutzindikator

<http://www.datenschutzindikator.de>

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit!