

# Wie gehe ich Online?

---

Eine Anleitung um mit Ihren Kunden in Kontakt zu bleiben und alternative Absatzkanäle zu schaffen



*Fischland-Darß-Zingst*

# Inhaltsverzeichnis

---

1. Hintergrund
2. Die Möglichkeiten
  1. Webseite
  2. Blog
  3. Online-Shop
  4. Facebook
  5. Instagram
3. Nicht das Richtige dabei?
4. Mögliche Ansätze
5. Fragen?

# Hintergrund

---

Auf Grund der Corona Pandemie und der damit einhergehenden ausbleibenden Touristen und Schließung des Geschäfte, sind viele Unternehmen bei uns in der Region vor große Herausforderungen gestellt. Vielleicht gehören Sie ja auch dazu und vielleicht ist jetzt die Zeit gekommen, sich mit neuen digitalen Wegen auseinander zu setzen. Vielleicht hatten Sie schon länger vor sich mit dem Thema zu beschäftigen oder tun es nun aus der Not heraus. Was auch immer die Beweggründe sind, wir möchten Ihnen mit dieser Anleitung den Weg in das Internet erleichtern und Sie bei der Digitalisierung unterstützen.

Dies ist eine Einführung in die verschiedenen Online-Möglichkeiten. Für weiterführende und ausführlichere Informationen haben wir einen zusätzlichen Leitfaden erstellt.

# Die Möglichkeiten

---

An erster Stelle des Prozesses sollte die Wahl des passenden Kanals stehen, denn nicht jeder Lösung ist für jedes Unternehmen die Richtige. Folgende Möglichkeiten möchten wir Ihnen vorstellen:

1. Erstellung einer Webseite
2. Erstellung eines Blogs
3. Erstellung eines Online-Shops
4. Ein Unternehmensprofil bei Facebook erstellen
5. Eine Unternehmensseite bei Instagram erstellen

Natürlich gibt es auch eine Vielzahl weiterer Möglichkeiten, aber dies sind die Gängigsten. Es ist ratsam sich am Anfang für einen Kanal zu entscheiden und diesen intensiv zu betreuen.

# Webseite

---



Eine klassische Webseite ist ein recht statischer Eintrag im Internet. Er kann auch zum Beispiel nur eine Webvisitenkarte sein. Ist Sie einmal erstellt, kann sie erstmal ohne weitere Arbeit oder Aufwand bestehen.



Ist eine Webseite etwas für mich? Ja, wenn ich Online auffindbar sein möchte, aber keine Zeit in die regelmäßige bzw. tägliche Pflege und Erstellung von Inhalten investieren kann oder möchte.



**Aufwand:** eine kleine Homepage mit wenigen Seiten kann mit einem Homepage Baukasten innerhalb von einem bis wenigen Tagen erstellt werden..



Welche Anbieter gibt es? Jimdo und Wix sind die bekanntesten Dienstleister für Homepage-Baukästen. Eine genauere Erklärung und Anleitung zur Erstellung einer Webseite mit Jimdo, finden Sie im Leitfaden.

# Webseite

Zwei Beispiele für Webseiten; einmal eine umfangreich programmierte und eine im Baukasten erstellt:



ADRESSE  
Waldstraße 50  
18375 Ostseebad Prerow  
Fischland / Darß / Zingst

**Die Sonne scheint, der Frühling ruft - wir vermissen Euch!**

# Blog

---



Ein Blog ist eine Art Online-Tagebuch, welchen es zu vielen Themen gibt z.B. zum Reisen, Kochen oder Mode.



Ist ein Blog etwas für mich? Ja, wenn ich Zeit und Lust habe regelmäßig Einträge zu einem bestimmten und zum Unternehmen passenden Themen zu schreiben und zu erstellen.



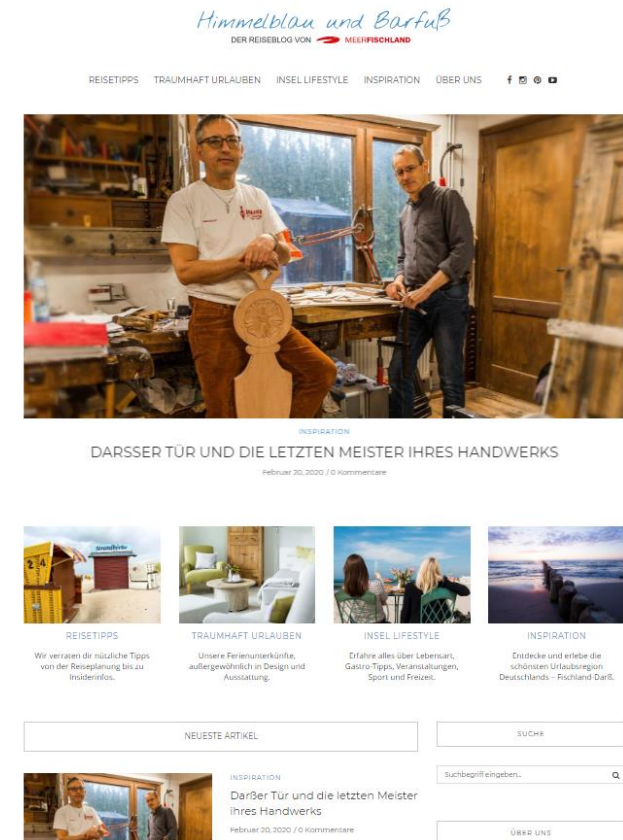
**Aufwand:** ein kleiner Blog ist, genau wie eine einfache Homepage im Baukasten-System in einem bis wenigen Tagen erstellt



Es besteht auch die Möglichkeit einen Blog mit einem Homepage-Baukasten zu erstellen und in die Homepage zu integrieren.

# Blog

Dies ist ein Beispiel für einen Blog, wie die Ferienagentur Meerfischland aus Ahrenshoop ihn führt. Es geht um Reisetipps, Lifestyle, Inspiration und Geschichten aus der Region und es erscheinen regelmäßig neue Artikel in den entsprechenden Kategorien.





# Online-Shop

---



Ein Online-Shop ist ein digitales Schaufenster, in dem Sie Ihre Ware präsentieren und verkaufen können.



Ist ein Online-Shop etwas für mich? Ja, wenn ich verschiedene physische Produkte habe, die ich verkaufen möchte und logistisch die Möglichkeit, diese zu verpacken und zu verschicken.



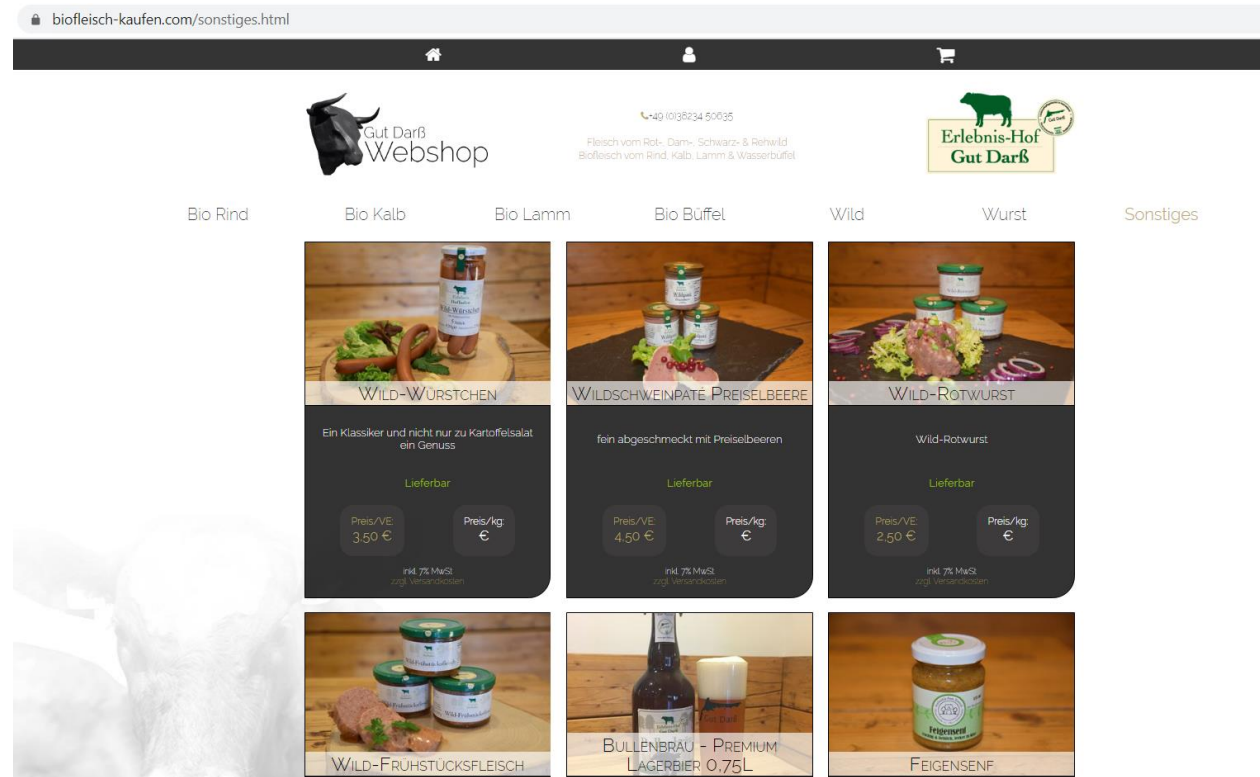
**Aufwand:** Sie müssen Ihre Produkte ansprechend fotografieren und einstellen, Preise für den Versand festlegen, Verpackungsmaterial beschaffen, regelmäßig Bestellungen kontrollieren und verschicken.



Alternativen wären ein klassisches Bestellformular oder die Bestellung per Telefon oder E-Mail anzubieten.

# Online-Shop

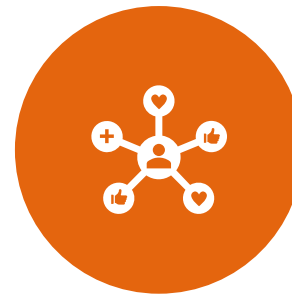
So kann ein „klassischer“ Online-Shop aussehen mit Produktbildern, Beschreibungen und Preisen



# Facebook



Facebook ist die größte Social-Media-Plattform auf dem Markt. Es gibt ca. 25 Millionen Nutzer alleine in Deutschland und auch viele Unternehmen sind bei Facebook, denn ein großer Teil potentieller Kunden ist mit hoher Wahrscheinlichkeit auf Facebook aktiv - besonders aktuell. Auf Facebook teilt man Inhalte wie Bilder, Videos, aber auch einfach Texte.



Ist Facebook etwas für mich? Ja, wenn ich den persönlichen und interaktiven Kontakt zu meinen Kunden suche, Zeit und Lust habe regelmäßig zu posten und aktiv zu sein



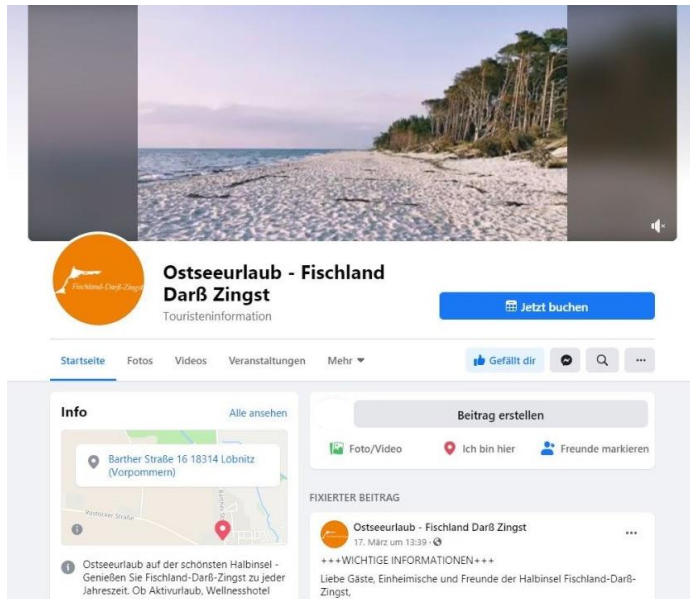
**Aufwand:** Ein Unternehmensprofil ist schnell erstellt. Zu beachten ist jedoch der recht hohe Aufwand - es dauert seine Zeit und bedarf viel Arbeit, bis man entsprechende Reichweite erzielt.



**Tipp:** In den letzten Jahren hat sich Facebook in die Richtung eines Forums entwickelt - es gibt Gruppen, in denen Menschen sich wie in einem klassischen Forum austauschen und diskutieren. Sollten Sie sich für einen Facebook Auftritt entscheiden, suchen Sie nach für Sie relevanten Gruppen und seien Sie dort aktiv, und machen Nutzer auf Sie aufmerksam.

# Facebook

So sieht ein Unternehmensprofil bei Facebook aus:



So kann ein Beitrag aussehen:



# Instagram



Instagram ist ebenfalls ein Soziales Medium, mit einer großen Zahl an Nutzern, welches immer größere Beliebtheit erlangt. Hier steht das Teilen von Bildern und Videos im Vordergrund.



Ist Instagram das etwas für mich? Ja, wenn ich Zeit und Lust habe regelmäßig Bilder oder Videos zu teilen.



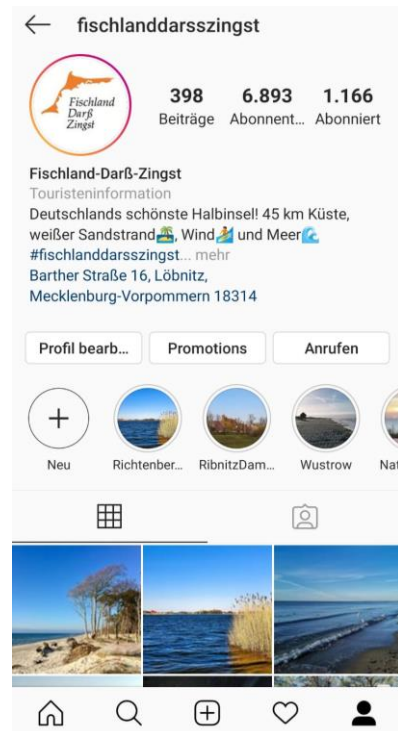
**Aufwand:** auch bei Instagram bedarf es seine Zeit, bis man Reichweite aufgebaut hat und potentielle Kunden erreicht. Jedoch hat man hier die Möglichkeit über die Nutzung von Hashtags (#) - eine Art Verschlagwortung - Nutzer zu erreichen.



**Tipp:** Schließst euch passenden Hashtags und Kampagnen an und nutzt so gezielt die Reichweite größerer Profile. #fdzfürswohnzimmer ist der Kampagnen-Hashtag des Tourismusverbands Fischland-Darß-Zingst #mvoxfreude ist der Kampagnen-Hashtag des Landestourismusverbandes Mecklenburg Vorpommern

# Instagram

So sieht ein Profil bei Instagram aus:



So kann ein Beitrag aussehen:





# Nicht das Richtige dabei?

Sollten Sie nun festgestellt haben, dass keine der Lösungen für Sie passt, so gibt es noch weitere Möglichkeiten.

Der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst kann Ihr Unternehmen auf seiner Webseite aufführen und einen sogenannten POI Eintrag (z.B. Ausflugsziel oder touristisch relevanter Ort) im Informationsnetzwerk anlegen und auch z.B. auf die Möglichkeit der telefonischen Bestellung hinweisen.

Hierzu benötigen wir ein Bild, einen Text und Kontaktinformationen von Ihnen per E-Mail an: [katja.helms@tv-fdz.de](mailto:katja.helms@tv-fdz.de)

# Mögliche Ansätze

---

- Wenn Sie z.B. ein Café oder ein Restaurant haben, können Sie Ihren Kunden anbieten Gutscheine zu kaufen, die zu einem späteren Zeitpunkt eingelöst werden können.
- Schließen Sie sich mit anderen, gleichgesinnten aus dem Ort zusammen. Gemeinsam lassen sich Projekte besser umsetzen, Ressourcen und Ideen bündeln und mehr erreichen.



# Fragen?

---

Sollten Sie Fragen haben, steht Ihnen der Tourismusverband Fischland-Darß-Zingst e. V. gerne zur Verfügung und versucht Sie so gut es geht zu unterstützen.

Weiterführende Informationen und Hintergründe, sowie Anleitungen finden Sie im Leitfaden.

## Kontakt:

Katja Helms  
Marketing  
Mobil: 01522 9208101

Frances Riechert  
Destinationsmanagerin Gästekarte  
Mobil: 0176 42771072