

Marketing mit Umweltthemen
**Internet – Umweltengagement
in Online-Kanälen sichtbar
machen**

Weitere Hefte der Reihe „Marketing mit Umweltthemen“:

Presse und Öffentlichkeit | Klassische Werbung | Social Media Marketing
Aktionen im Unternehmen | Verkaufsstelle | Messen & Veranstaltungen
Mitarbeiter als Botschafter | Grundlagen | Publikationen



Welche Maßnahmen im Online-Marketing können Sie nutzen?

Beim Online-Marketing, auch digitales Marketing genannt, nutzen Sie Maßnahmen, die mit Hilfe des Internet umgesetzt werden. Wie auch bei allen anderen Marketing-Maßnahmen haben Sie zahlreiche Möglichkeiten Ihr Umweltengagement darzustellen. Die Maßnahmen im Überblick:

- Der Internetauftritt Ihres Unternehmens in Form einer eigenen Internetseite.
- Newsletter und E-Mail-Marketing, d. h. die Versendung von Verkaufsangeboten und Informationen über E-Mail an Ihre Zielgruppen (z. B. an Stammkunden).
- Suchmaschinenoptimierung und Suchmaschinenwerbung, d. h. Suchbegriffe, nach denen Ihre Zielgruppe sucht, optimal zu platzieren und zu bewerben.
- Bildschirm-Werbung („Display-Marketing“), d. h. Werbung mit online eingesetzten grafischen Werbemitteln wie Videos, Animationen oder Bildern (siehe Thementeil Werbung).
- Online-Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (siehe Thementeil Presse- und Öffentlichkeitsarbeit).
- Social Media Marketing (siehe Thementeil Social Media), d. h. Sie nutzen Social Media Plattformen für Werbung und zur Veröffentlichung von Informationen rund um Ihr Unternehmen.
- Mobiles Marketing, d. h. Angebote, Leistungen und Informationen Ihres Unternehmens, die bei Verwendung von drahtloser Telekommunikation und Mobilgeräten genutzt werden können (z. B. Apps, Internetseite und Newsletter mit responsivem Design).



Machen Sie eine Aufstellung Ihrer bisher genutzten Maßnahmen im Online-Marketing. Haben Sie eine Internetseite? Versenden Sie regelmäßig Informationen als E-Mail an Ihre Kunden?

Überprüfen Sie bei der Gelegenheit Ihre Maßnahmen: Sind sie zeitgemäß und entsprechen dem Verhalten Ihrer Zielgruppen?

Eine Internetseite gilt als wichtigster Faktor im Online-Marketing. Wenn Sie im Internet auf sich aufmerksam machen wollen, sollten Sie eine eigene Internetseite betreiben.

Wie können Sie Ihr Umweltengagement auf Ihrer Internetseite platzieren?

Selbst die einfachste Internetseite bietet bereits einige Möglichkeiten Ihr Umweltengagement zu präsentieren:

- Richten Sie einen Hauptmenüpunkt zum Thema Umweltengagement ein (z. B. „Umwelt“). Menüpunkte sind von jeder Unterseite aus erreichbar. Nutzen Sie den Punkt für alle Inhalte rund um Umweltthemen (z. B. übersichtlichen Informationstext, Zertifikate und Urkunden, Umweltberichte, -erklärungen, -leitlinien, Auszeichnungen, Ihre Vision, Ihre Ziele). Setzen Sie sprechende URLs ein, z. B. www.schreinerei-hohe-hobelbank.de/umwelt. Damit können Sie auch in anderen Medien direkt auf Ihre Informationen zum Umweltengagement verweisen.





- Denken Sie beim Schreiben an Suchmaschinen: Nutzer kommen oft über Suchmaschinen auf Internetseiten. Suchmaschinen suchen die Suchbegriffe u. a. in Überschriften und in den so genannten Metadaten. Wichtig ist also: Setzen Sie gezielt Begriffe rund um Umweltthemen ein, nach denen Ihre Zielgruppe auch sucht. Beispiel: Eine potenzielle Kundin sucht einen Friseur, der auf Umweltschutz achtet: Der Begriff Umwelt oder Umweltschutz sollte, genauso wie Friseur, auf Ihrer Internetseite in einer Überschrift, in einem Text sowie in den Metadaten auftauchen.
- Ergänzen Sie allgemeine Informationen zu Ihrem Unternehmen mit Aussagen zum Umweltengagement (z. B. im Firmenprofil, der Historie, in aktuellen Meldungen).
- Nutzen Sie freien Platz auf Ihrer Seite für Logos von Partnern, Mitgliedschaften, Netzwerken oder Auszeichnungen, Labels oder Banner, die auf Ihr Umweltengagement hinweisen (z. B. Mitgliedschaft im Umweltpakt Bayern). Achten Sie aber auf die Nutzungsbedingungen der jeweiligen Logos.
- Verlinken Sie auf weitere Orte im Internet, die Sie für Ihr Marketing mit Umweltthemen nutzen (z. B. Social Media Plattformen, Blogs, Seiten von Geschäfts- oder Vertriebspartnern).

Wie lässt sich Ihr Newsletter für Umweltaussagen nutzen?

Mit Newslettern oder E-Mailings treten Sie in direkten Kontakt mit Ihren Zielgruppen, z. B. Ihren Stammkunden. Sie können darin auf aktuelle Aktionen, neue Produkte, wichtigste Geschehnisse oder auch bevorstehende Veranstaltungen aufmerksam machen. Auch hier können Sie Informationen rund um Umweltthemen einbauen, etwa der Umweltvorteil von Produkten oder Dienstleistungen, aktuelle Meilensteine bei der Umsetzung Ihres Umweltengagements oder einen Auftritt auf einer Messe oder einem Umweltfest.

Neben umweltbezogenen Informationen, die Sie für jeden Newsletter neu zusammenstellen, können Sie auch Basisinformationen fest aufnehmen (z. B. über Mitgliedschaften, Zertifizierungen, Labels).

Vergessen Sie nicht Kontaktmöglichkeiten anzugeben und verlinken Sie im Newsletter auf Ihre Internetseite. Informationen zu Ihrem Umweltengagement sollten auch auf Ihrer Internetseite zu finden sein.



Beachten Sie unbedingt rechtliche Anforderungen wie Impressumspflicht, Datenschutz, Urheberrechte oder Anti-Spam-Voraussetzungen. Achten Sie auf eine leicht zugängliche und funktionierende Möglichkeit zur Abmeldung.



Wie können Sie Ihr Umweltengagement im Internet besser verbreiten?

Über eine eigene Internetseite hinaus gibt es im Internet weitere Möglichkeiten Ihr Unternehmen und damit auch Ihr Umweltengagement darzustellen. Verteilen Sie – virtuell gedacht – Flyer, Visitenkarten und Poster im Internet:

- Stellen Sie sicher, dass Sie im Internet gefunden werden können, z. B. über Einträge Ihres Unternehmens und Ihrer Leistungen in Online-Branchen- und Fachportalen und -verzeichnissen, auf Internetseiten von Regionen oder Städten.
- Nutzen Sie E-Publishing, d. h. stellen Sie Medien wie Publikationen, Videos, Audiodateien zu Ihrem Umweltengagement im Internet zum Abruf bereit.
- Profitieren Sie von Netzwerken und Mitgliedschaften: Stellen Sie Neuigkeiten rund um Ihr Umweltengagement für Newsletter von Multiplikatoren zur Verfügung. Oft können Sie sich auch mit einem Kurzprofil auf den Internetseiten der Netzwerke präsentieren. Als Teilnehmer im Umweltpakt Bayern sind Sie z. B. automatisch in der App zum Umweltpakt Bayern aufgeführt.
- Setzen Sie Möglichkeiten zur Suchmaschinenoptimierung ein. Ein wichtiger Faktor sind dabei Verlinkungen, die von anderen Seiten auf Ihre Seite verweisen (z. B. über Geschäfts- und Vertriebspartner, Verzeichnisse oder Netzwerke, in denen Sie Mitglied sind).
- Auch ohne eigenes Profil können Sie Social Media Plattformen nutzen, um Ihre Präsenz im Internet zu verbessern: Binden Sie Social Media Buttons auf Ihrer Internetseite ein. So können Ihre Inhalte von Nutzern, die auf Plattformen aktiv sind, geteilt werden.
- Betreiben Sie Online-Werbung, z. B. mit digitalen Anzeigen auf Internetseiten, über Google AdWords oder auf Social Media Plattformen (siehe auch Thementeil Werbung).

Was sollten Sie vermeiden?

- Verstoßen Sie bei Ihrer Internetseite und im E-Mail-Marketing nicht gegen rechtliche Anforderungen wie Impressumspflicht, Datenschutz, Urheberrechte oder Anti-Spam-Voraussetzungen. Lassen Sie sich im Zweifel fachkundig beraten.
- Ignorieren Sie nicht die zentralen technische Entwicklungen des Internets. Ihre Zielgruppen entwickeln sich weiter, tun Sie das auch. Wenn Ihre Zielgruppen z. B. vermehrt mobiles Internet nutzen, machen Sie Ihre Informationen auch für diese Nutzung verfügbar.
- Versenden Sie niemals Newsletter, bei denen für den Empfänger auch alle anderen E-Mail-Adressen sichtbar sind – hier drohen wegen Missachtung des Datenschutzes hohe Bußgelder. Nutzen Sie Verteiler-Adressen oder das „BCC-Feld“.
- Lassen Sie Inhalte auf Ihrer Internetseite oder Informationen über Sie im Internet (z. B. in Branchenverzeichnissen) sowohl inhaltlich als auch im Design nicht veralten. Auch Suchmaschinen bewerten aktuelle Inhalte höherrangig.

Recherchieren Sie regelmäßig zu Ihrem Unternehmen, um fehlerhafte oder veraltete Darstellungen und Informationen zu aktualisieren. Führen Sie regelmäßig (z. B. jährlich) eine Analyse durch, von der auf Ihre Internetseite verlinkt wird („Backlink-Analyse“).

Nutzen Sie grünes Webhosting und grüne E-Mail-Anbieter – so setzen Sie auch im digitalen Raum auf Energieeffizienz und Ökostrom.



Praxisbeispiele

Digitale Anwendungen

[StMUV: Die App zum Umweltpakt Bayern – Umweltengagierte bayerische Betriebe in Ihrer Nähe finden](#)

Weitere Praxisbeispiele/Newsletter

[BMW: Sammlung von Praxisbeispielen zur Umsetzung von eBusiness-Lösungen](#)



Mehr zum Thema

Online-Marketing

[Onlinemarketing Praxis: Checklisten zur Auswahl geeigneter Onlinemarketing-Maßnahmen](#)

[eBusiness-Lotse Köln: Das kleine Online-Marketing 1x1 - Kleine Dinge....](#)

[IHK Ulm: Informationen rund um Online-Marketing](#)

E-Mail-Marketing und Newsletter

[Onlinemarketing Praxis: Whitepaper - Leitfaden E-Mail-Adressen generieren](#)

[eBusiness-Lotse Köln: Leitfaden E-Mail-Management von kleinen und mittelständischen Unternehmen](#)

E-Commerce

[ibi research an der Universität Regensburg GmbH: E-Commerce-Leitfaden](#)

Internetseiten

[eBusiness-Lotse Köln: Website-Gestaltung für klein und mittlere Unternehmen - ...](#)

Rechtshinweise

[IHK München und Oberbayern: Internetrecht](#)

[IHK München und Oberbayern: Datenschutz bei Webseiten](#)

[BayLfD: Internet, Medien und Telekommunikation](#)

Green IT

[BMW: Themenportal IT2Green – Energieeffiziente IKT für Mittelstand, Verwaltung und Wohnen](#)





Positionierung des Umweltengagement auf der unternehmenseigenen Internetseite

Die Beispielunternehmen haben ihr Umweltengagement auf ihren unternehmenseigenen Internetseiten sichtbar positioniert:

- Viele Unternehmen widmen dem Umweltthema dazu einen eigenen Menüpunkt auf oberster Navigations-ebene. Typisch für die Menüpunkte zum Umweltengagement sind Schlüsselbegriffe wie „Umwelt“, „Qualität“, „Verantwortung“ oder auch „Nachhaltigkeit“.
- Oft finden sich Aussagen zum Umweltengagement nicht nur unter einem eigenen Menüpunkt zum Umweltengagement, sondern auch in den weiteren Inhalten der Internetseite – z. B. auf der Startseite, in der Darstellung des Unternehmens, seiner Werte und seiner Historie, in der Beschreibung der Produkte oder Dienstleistungen sowie in den Meldungen.
- So wird auch in der Außendarstellung sichtbar, dass das Umweltthema durchgehend im Unternehmen verankert ist. Die Darstellung der umweltbezogenen Inhalte wird teilweise durch audio-visuelle oder interaktive Medien unterstützt.
- Veröffentlicht ein Unternehmen Umwelt-erklärungen, Nachhaltigkeitsberichte oder andere umweltbezogene Informationen, stehen diese in der Regel als Online-Text zur Verfügung oder werden als Publikation zum Download angeboten.
- Mitgliedschaften, Auszeichnungen, Zertifizierungen rund um Umweltthemen sowie Umweltzeichen sind oft sichtbar in die Seiten zum Umweltengagement, im Zusammenhang mit bestimmten Produkten bzw. Dienstleistungen oder sogar übergreifend in die Internetseite integriert.

Beispiele

Informationen zum Umweltengagement in der Rubrik „Wir“ auf der Internetseite der Bäckerei Riegler. Quelle: [Internetseite Bäckerei Riegler](#) (Stand Juni 2015)

[Aktuelles](#) | [Fachgeschäfte](#) | [Artikel](#) | [Wir ...](#) | [Events](#) | [Genusskarten](#)

Riegler
*...backt, was alle mögen...
 Seit 1765*

...backen Qualität
 ... sind ökologisch
 engagiert
 Energiesparbackstube
 Ökostrom
 BIO

Unsere Energiespar-Backstube

Unsere Energiespar-Backstube ist eine der energieeffizientesten Backstuben Deutschlands.

Seit 1765 backt die Bäckerei Riegler in Heidelberg, was alle mögen. Seit 1930 in Heidelberg-Neuenheim, in der Lutherstraße. Heidelbergs traditionsreichste Bäckerei beschäftigt als mittelständischer Handwerksbetrieb im Jahr 2001 bereits über 100 Mitarbeiter. Aus den Räumlichkeiten in der Lutherstraße war man wirklich rausgewachsen.

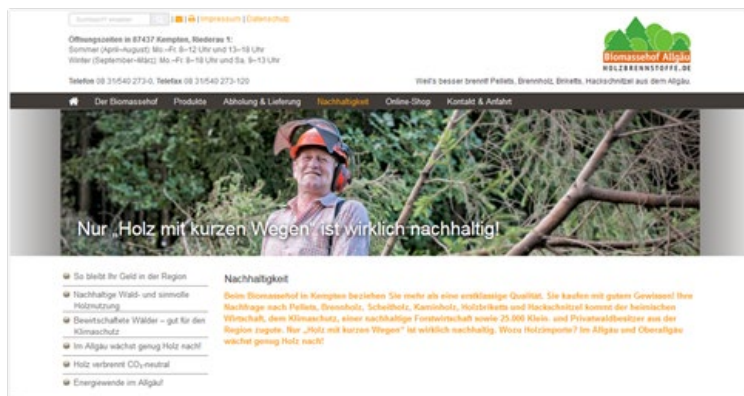
Auch wollte und konnte man den Betrieb, mit seinem nächtlichen Geräuschpegel, den Nachbarn nicht länger zumuten. Hansjörg Riegler hatte in der Lutherstraße schon festgestellt: "Wenn ich jeden Tag die Dampfchwaden sehe, die unsere Kamine und Abluftrohre verlassen, denke ich, wir könnten damit die halbe Straße heizen". Dazu muss man



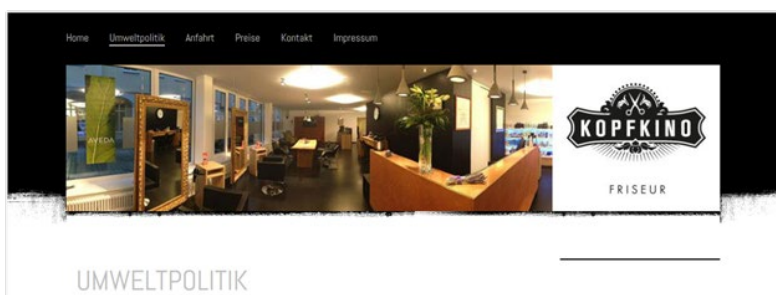
Rubrik „Umweltschutz“ sowie verschiedene Logos von Mitgliedschaften und Initiativen auf der Internetseite der Metzgerei Ammon. Quelle: [Internetseite Metzgerei Ammon](#) unter dem Menüpunkt „Über uns“ (Stand Juni 2015)



Rubrik „Nachhaltigkeit“ auf der Internetseite des „Biomassehof Allgäu“. Quelle: [Internetseite Biomassehof Allgäu](#) unter dem Menüpunkt „Nachhaltigkeit“ (Stand Juni 2015)

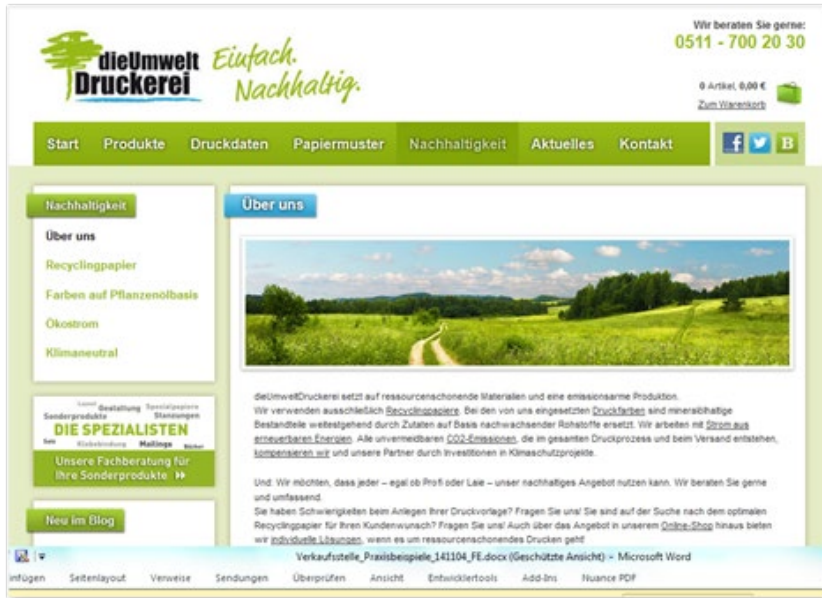


Rubrik „Umweltpolitik“ auf der Internetseite des Friseurs Kopfkino. Quelle: [Internetseite Friseur Kopfkino](#) (Stand Juni 2015)





Rubrik „Nachhaltigkeit“ auf der Internetseite der „UmweltDruckerei“: Quelle: [Internetseite UmweltDruckerei](#) (Stand Juni 2015)



Informationen zu Umweltthemen auf der Startseite sowie unter der Rubrik „Umweltschutz“, darunter auch u. a. die Information zur Teilnahme beim Umweltpakt Bayern, auf der Internetseite der DailyShine Gebäudereinigung – Qualität mit Nachhaltigkeit und Umweltschutz. Quelle: [Internetseite DailyShine Gebäudereinigung](#) (Stand Juni 2015)





Unternehmensblogs zur Kommunikation rund um Umweltengagement und Umweltthemen

Die Beispielunternehmen zeigen, wie ein Unternehmensblog zur Kommunikation rund um Umweltengagement und Umweltthemen genutzt werden kann:

- Regelmäßige Beiträge rund um Umweltthemen mit Bezug zum Unternehmen, seinen Produkten oder Dienstleistungen und zur Branche in Form von vielfältigen Inhalten, z. B. Auftritte auf umweltbezogenen Veranstaltungen, allgemeine Informationen zu Umweltthemen bzw. nachhaltigem Konsum, Engagement des Unternehmens, Kooperationen und Sponsoring im Umweltbereich oder Zertifizierungen und Auszeichnungen.
- Persönlichkeit des Unternehmens und seiner Mitarbeiter wird sichtbar und ermöglicht tieferen Einblick in die Arbeit und das Engagement des Unternehmens.
- Kategorien mit Begriffen wie Umwelt, Nachhaltigkeit oder Bio erleichtern das Auffinden von Beiträgen zu Umweltthemen.
- Anbindung der unternehmenseigenen Internetseite und Präsenzen in sozialen Online-Netzwerken sowie Verwendung von Social Media Schnittstellen zum Kommentieren, Teilen und Empfehlen von Beiträgen.
- Verwendung des Corporate Design.

Beispiele



Uhl-Media Blog – Der Unternehmensblog von Uhl-Media GmbH.
Quelle: [Uhl-Media Blog](#)
(Stand Juni 2015)



GLS Bank-Blog – Der Unternehmensblog der GLS Bank.
Quelle: [GLS Bank-Blog](#)
(Stand Juni 2015)



Unternehmensblog von Die Möbelmacher GmbH.
Quelle: [Nachhaltigkeitsblog](#)
(Stand Juni 2015)



Ein Projekt im Rahmen des Umweltpakt Bayern mit dem Bayerischen Industrie- und Handelskammertag und dem Bayerischen Handwerkstag.



Industrie- und Handelskammern
in Bayern



**BAYERISCHER
HANDWERKSTAG**

www.umweltpakt.bayern.de

Herausgeber: Bayerisches Staatsministerium für
Umwelt und Verbraucherschutz
Rosenkavalierplatz 2, 81925 München (StMUV)

Internet: www.stmuv.bayern.de

E-Mail: poststelle@stmuv.bayern.de

Gestaltung: alma grafica UG, Ansbach, Nicole Sillner

Stand: August 2015



© StMUV, alle Rechte vorbehalten

Diese Publikation wird kostenlos im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Bayerischen Staatsregierung herausgegeben. Sie darf weder von den Parteien noch von Wahlwerbern oder Wahlhelfern im Zeitraum von fünf Monaten vor einer Wahl zum Zweck der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags-, Kommunal- und Europawahlen. Missbräuchlich ist während dieser Zeit insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken und Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel. Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zweck der Wahlwerbung.

Auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl darf die Publikation nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Staatsregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Den Parteien ist es gestattet, die Publikation zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder zu verwenden. Bei publizistischer Verwertung – auch von Teilen – wird die Angabe der Quelle und Übersendung eines Belegexemplars erbeten. Das Werk ist urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte sind vorbehalten. Die Publikation wird kostenlos abgegeben, jede entgeltliche Weitergabe ist untersagt. Der Inhalt wurde mit großer Sorgfalt zusammengestellt. Eine Gewähr für die Richtigkeit und Vollständigkeit kann dennoch nicht übernommen werden.

Für die Inhalte fremder Internetangebote sind wir nicht verantwortlich.

BAYERN | DIREKT ist Ihr direkter Draht zur Bayerischen Staatsregierung.

Unter Tel. 089 122220 oder per E-Mail unter direkt@bayern.de erhalten Sie Informationsmaterial und Broschüren, Auskunft zu aktuellen Themen und Internetquellen sowie Hinweise zu Behörden, zuständigen Stellen und Ansprechpartnern bei der Bayerischen Staatsregierung.

