

# Copy & paste kann echt teuer werden



Eine eigene E-Mail-Adresse auf der Visitenkarte und eine eigene, professionell gestaltete und aktuelle Vermittlerhomepage sind unabdingbar. Doch die Erstellung und die Pflege sind aufwendig, und es gibt rechtliche Stolperfallen. Wer beispielsweise Bilder oder Texte ohne Genehmigung des Rechteinhabers online stellt, muss mit teuren Abmahnungen rechnen.

Bevor die eigene Seite gestaltet und mit Leben gefüllt werden kann, geht es erst einmal um die Registrierung der Domain, also um die Adresse, unter der die Seite später einmal erreichbar ist. Dabei sollte ein guter Domain-Name kurz, leicht zu merken sowie fehlerfrei zu schreiben sein und bereits klarmachen, um was es geht. Hier ist Kreativität gefragt. Es lohnt sich auch zu kontrollieren, was der Wettbewerb macht, welche Namen gut funktionieren und einprägsam sind – und welche nicht.

Doch damit allein ist es nicht getan, denn bereits hier kann man mit dem Gesetz in Konflikt kommen, nämlich dann, wenn die Rechte von anderen Personen oder Unternehmen verletzt werden. In der Praxis bedeutet dies, dass weder fremde Personen- noch Firmennamen in der Domain verwendet werden dürfen, denn diese genießen nach § 12 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) einen rechtlichen Schutz. Das gilt sogar für Pseudonyme und für geschützte Berufsbezeichnungen. Tabu sind auch Markennamen, die auf ein Unternehmen eingetragen sind, zumal hier teure Auseinandersetzungen drohen,

## Kompakt

- Was eine Webseite enthalten muss.
- Wer eine Webseite gestalten kann.
- Wie man zu aktuellen Inhalten kommt.

denn der Streitwert wird von den Gerichten in aller Regel sehr hoch angesiedelt – mit entsprechenden Folgekosten. Und auch Städte- oder Ortsnamen dürfen als Domain nur von den entsprechenden Kommunen genutzt werden.

## Noch verfügbar oder nicht

Problematisch sind auch Domains, die sich an bekannte Domains anlehnen und sich beispielsweise nur durch eine geringfügig geänderte Schreibweise unterscheiden. Auch dies kann zu kostenpflichtigen Abmahnungen führen. Tipp: Um zu überprüfen, ob eine bestimmte de-Domain noch verfügbar ist, bietet die Denic eG eine entsprechende Online-Abfrage ([www.denic.de/webwhois/](http://www.denic.de/webwhois/)). Hier kann man leicht herausfinden, ob eine Domain noch frei oder bereits vergeben ist beziehungsweise auch wer der Inhaber einer de-Domain ist.

Für die Überprüfung, ob eine Domain die Rechte von Dritten verletzt, empfiehlt die Denic folgendes Vorgehen: In einem ersten Schritt sollte man beim Deutschen Patent- und Markenamt recherchieren, ob es mit der Domain identische oder ähnliche Marken gibt. Dies kann beispielsweise über das Informationsangebot des genannten Amtes geschehen, aber auch kommerzielle Recherchedienste oder Rechtsanwälte können hier weiterhelfen.

In einem zweiten Schritt sollte überprüft werden, ob der gewünschte Domainname in identischer oder ähnlicher Form

bereits als Firma im Handelsregister eingetragen ist. Zudem, so die Empfehlungen der Denic, können Suchmaschinen und andere Register für die Recherche verwendet werden. Übrigens kann man auch bereits registrierte Domain-Namen vom bisherigen Rechteinhaber abkaufen. Spezielle Marktplätze wie Sedo oder Afternic bieten hier bereits eine große Auswahl, wobei manche Domains zu einem Festpreis angeboten werden, andere in Auktionen oder man muss mit dem Verkäufer handeln – auch bei Ebay gibt es ein großes Angebot. Und dann gibt es noch Domains, die der aktuelle Rechteinhaber nicht verlängert hat und die dann wieder frei werden. Beispielsweise werden solche bei Namejet oder bei Peew.de angeboten.

Domain-Endungen gibt es mittlerweile zuhauf, dennoch sind länderspezifische Domain-Endungen, also zum Beispiel .de für Deutschland oder .ch für die Schweiz immer dann zu empfehlen, wenn es sich um ein Angebot handelt, das für diese Region gedacht ist. Weitere gängige Endungen sind .com, .biz, .info, .eu oder aber auch .net.

## Solide Grundausstattung zu empfehlen

Nachdem man eine passende Domain gefunden hat, sollte man für sich die Frage klären, was inhaltlich auf dem eigenen Webauftritt geschehen soll: Geht es „nur“ um die Vorstellung des Unternehmens und der angebotenen Versicherungs- und

© fotomek / Fotolia

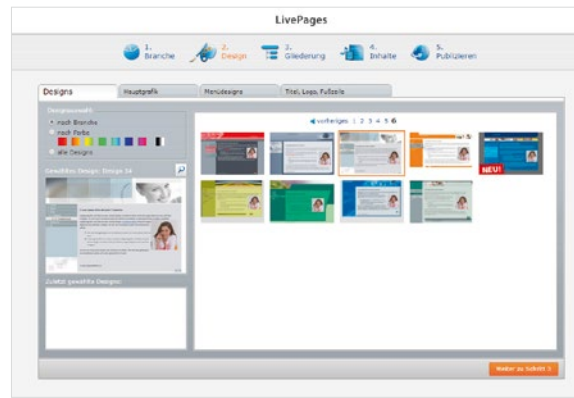
.com

.tv

Finanzprodukte oder soll auch ein direkter Online-Abchluss auf der Website möglich sein? Werden bestimmte Formulare wie eine Schadenanzeige oder diverse Musteranschreiben hinterlegt? Soll es aktuelle News aus dem Versicherungsbereich darin geben und wenn ja, wer sorgt für diesen Inhalt und wer aktualisiert diesen regelmäßig?

Nicht alle Fragen müssen an dieser Stelle bereits abschließend beantwortet werden, denn eine solche Webpräsenz kann sich verändern und an veränderte Vorstellungen angepasst werden. Empfehlenswert ist aber eine solide Grundausstattung. Dazu gehört, dass man das Unternehmen und die angebotenen Dienstleistungen und Produkte vorstellt. Außerdem sollte die Möglichkeit zum schnellen und direkten Kontakt gegeben sein, wobei man durchaus die Ansprechpartner auf einer Seite „wir über uns“ im Detail vorstellen kann. Keinesfalls vergessen darf man das Impressum (siehe Kasten auf Seite 64: Das rechtskonforme Impressum). Ausbauen lässt sich solch ein Webauftritt unter anderem durch einen Bereich mit Fragen und Antworten (FAQs) beispielsweise zu wichtigen Versicherungsthemen (Kündigungsfristen, Schadenmeldungen), durch einen Newsletter – damit können Kunden und Interessenten regelmäßig über aktuelle Versicherungsthemen informiert und auf Angebote hingewiesen werden – durch bestimmte Berechnungsmodule oder eine Chat-Funktion.

Wem gehört eine bestimmte Domain? Die Abfrage bei der Denic eG gibt Auskunft.



Über die „LivePages“ gibt es bei dem Webhoster Strato beispielsweise die Option, mit wenigen Mausclicks eine eigene Webseite zu bauen. Individuelle Bilder und Texte müssen jedoch selbst erstellt werden. Beim Design kann man aus einer Vielzahl von Vorlagen auswählen, die man leicht anpassen kann.

Beim Design und Layout gibt es drei Varianten. Erstens: Die Webseite wird von Grund auf gestaltet und individuell nach den Wünschen programmiert. Alternative zwei ist die Verwendung eines Content Management Systems (CMS), also einer Software zur gemeinschaftlichen Erstellung, Bearbeitung und Organisation von Inhalten. Die Anwendungen Word Press, Joomla, Typo 3 oder Drupal zählen aktuell zu den wichtigsten Open-Source-CMS-Systemen.

### Kostengünstige Möglichkeit

Die dritte Variante schließlich ist die Verwendung eines Homepage-Baukastens, wie sie beispielsweise große Hostler wie Strato oder 1&1 anbieten. Letztgenannte Methode sorgt für schnelle Ergebnisse, ist einfach zu bedienen und eine kostengünstige Möglichkeit, um attraktive sowie informative Seiten zu gestalten und online zu stellen.

Wichtig dabei: Immer mehr Anwender nutzen das Internet mobil und setzen

dabei die unterschiedlichsten Endgeräte wie Smartphones, Tablets, aber natürlich auch Laptops ein. Deshalb sollte eine moderne Seite ein so genanntes responsives Design aufweisen, denn hierbei wird die Darstellung an die Eigenschaften des jeweils benutzten Endgeräts angepasst.

Dienstleister, die Webauftritte individuell erstellen, sehen die Homepage-Kasten-Lösungen oftmals kritisch. So warnt zum Beispiel Gabriele Hübner, Geschäftsführerin der www.versicherungsmarkt.de GmbH: „Probleme sehe ich darin, dass der Kunde unterschätzt, wie viel einzelne Schritte so ein Projekt bis zur Online-Stellung beinhaltet. Auch die langfristige Pflege sollte nicht übersehen werden – Internet lebt von der Veränderung!“ Sie betont noch: „Wir haben einige Kunden, die sich schon an Baukästen ausprobiert haben, die nie online gingen, weil das gewünschte Ergebnis nicht erreicht wurde.“ Der Dienstleister Versicherungsmarkt.de bietet stattdessen eine „Starter-Homepage“ zum Pauschalpreis von 1.250 Euro netto an. „Wir gestalten für den Kunden eine Homepage auf Grundlage eines Designrahmens“, so Gabriele Hübner und konkretisiert: „Es sind alle Arbeiten, von der Gestaltung bis zur Online-Stellung, enthalten, die in enger Absprache mit dem Makler notwendig sind.“

Das Paket umfasst damit Design-Arbeiten, Programmierung, Bildbearbeitung und die Online-Stellung. Es gibt zudem Ausbauangebote. „Wir bieten nicht nur News an, sondern eine komplette Palette an Produktinformationen, Formularen und einfachen Rechnern“, so Hübner wei-

ter und erklärt: „Makler, die unseren Content für ihre selbst oder von einer anderen Agentur erstellte Homepage als Abo buchen, zahlen für die Einrichtung einmalig 150 Euro.“ Hinzu kommen monatliche Pflegekosten in Höhe von 40 Euro beziehungsweise für Vema-Partner sind es 30 Euro jeweils netto pro Monat.

### Nur einige wenige Handgriffe

Einen etwas anderen Weg geht der Dienstleister Maklerhomepage.net GmbH. Er bietet neben einer individuellen Erstellung von Webseiten auch einen an die Branche angepassten System-Baukasten mit der Bezeichnung Makler-Access 2+. Björn Petersen, Kommunikationsdesigner und geschäftsführender Gesellschafter, listet die Vor- und Nachteile dieses Baukastens auf: „Ein speziell für die Branche konzipierter System-Baukasten zeichnet sich durch die hohe Umsetzungsgeschwindigkeit, schnelle – zentrale – Reaktion und Aktualisierung bei rechtlichen Änderungen und Neuerungen sowie viele fertige und praxisbewährte Schnittstellen zu anderen Anbietern aus. Zum Beispiel Vergleichsrechner oder MVP.“ Makler-Access 2+ kostet 59 Euro netto pro Monat. Hinzu kommen einmalige Einrichtungskosten in Höhe von 99 Euro netto.

Petersen ergänzt: „Unterscheiden muss man zwischen Maklerhäusern, die bereits eine gewisse Professionalisierung und auch Unternehmensgröße im Markt erreicht haben beziehungsweise einen (Nischen-)Markt dominieren oder bearbeiten, und dem klassischen ‚Einzelkämpfer‘. Erstere haben zunächst weniger Probleme, da es vornehmlich um den Geschäftsausbau sowie Service-Erlebnisse im eigenen Kundenkreis geht. Diese Unternehmen leisten sich auf das eigene Geschäftsmodell konsistent angepasste Websites und digitale Prozessbeschleunigungen und haben in der Regel eine das Projekt begleitende Digitalagentur, wie bei uns über Individualprojekte.“

Ein weiterer Dienstleister, die Expertenhomepage GmbH, offeriert mit dem Modul „Klassik“ Versicherungsmaklern ein Homepage-System, mit dem nach An-

### Das rechtskonforme Impressum

Alle geschäftsmäßigen Webseiten müssen ein rechtskonformes Impressum aufweisen, sonst drohen teure Abmahnungen. Was im Einzelnen dort aufzuführen ist, hat die IHK Offenbach ([www.offenbach.ihk.de/recht-und-steuern/internetrecht-datenschutz/rechtssicheres-impressum/](http://www.offenbach.ihk.de/recht-und-steuern/internetrecht-datenschutz/rechtssicheres-impressum/)) übersichtlich zusammengefasst. Unter <http://www.deutschanwaltshotline.de/recht-auf-ihre-website/impressum-generator> gibt es außerdem die Möglichkeit, kostenlos und schnell ein rechtssicheres Impressum zu erstellen.

gaben des Anbieters jeder selbst mit wenigen Handgriffen eine professionelle Homepage erstellen kann. „Das Paket bietet dafür alle notwendigen Funktionen zu einem monatlichen Preis von 29 Euro inklusive Mehrwertsteuer. Bei jährlicher Zahlungsweise“, veranschaulicht der Geschäftsführer Wolfram Lefèvre. Das Paket umfasst laut Dienstleister professionelle Design-Vorlagen, die grafisch auf die Versicherungsbranche abgestimmt sind, ausführliche Produkttexte zu über 100 Versicherungs-, Vorsorge- und Finanzprodukten und regelmäßig aktualisierte News zum Thema Versicherung und Vorsorge. „Zudem ist die Kampagnen-Plattform ‚Digidor‘ direkt in das System integriert, über die der Makler fertig gestaltete Marketing-Kampagnen auswählen, personalisieren und an seine Kunden senden kann“, so Lefèvre weiter.

### Datenschutz bei vielen keine Kernkompetenz

Er gilt grundsätzlich zu bedenken: „Die größte Herausforderung bei Anbietern ohne Branchenerfahrung ist die rechtskonforme Erstellung von Impressum und Erstinformation. Zudem mussten wir die Erfahrung machen, dass das Thema Datenschutz bei vielen Agenturen nicht zu den Kernkompetenzen zählt, sodass hier oft grobe Fehler – zum Beispiel bei der da-

tenschutzkonformen Einbindung von Analysetools – passieren, für die der Homepage-Betreiber, also der Makler, letztendlich haftet.“

Die Content Management AG bietet mit web4business die Webseitenerstellung für 598 Euro an. Eine Besonderheit dabei ist die Integration von speziellen Funktionen – so genannten Widgets – auf der Webseite. Marie Penning, Creative Content und Communication Manager bei der Content Management AG, erklärt beispielhaft, was damit möglich ist: „Einer unserer Partner der Branche ‚Makler & Berater‘ ist Wolters Kluwer. Unsere Kunden haben die Möglichkeit, das Widget ‚Wolters Kluwer Versicherungsinfos‘ auf ihrer Seite einzubinden.“ Damit werden laut Dienstleister alle Website-Besucher mithilfe der „Versicherungspraxis24“-Versicherungsinfos über aktuelle Fakten auf dem Laufenden gehalten. Die Möglichkeit Widgets einzubinden, ist kostenlos; die Aktualisierung ist partnerabhängig.

### Manuell oder automatisch einspielbar

Wer seine Webseite dynamisch entwickeln und ständig aktuell halten möchte, braucht entsprechende Inhalte. Diese können beispielsweise manuell über ein CMS oder auch automatisiert eingespielt werden. Der Versicherungsjournal Verlag bietet ebenfalls einen entsprechenden Informationsdienst und liefert wöchentlich zehn Texte zur freien Verwendung, die auf Wunsch auch vom Verlag automatisch in den Webauftritt des Kunden eingebunden werden können. Die Kosten hierfür belaufen sich auf 51 Euro pro Quartal respektive 194 Euro im Jahr für Betriebe mit bis zu zehn Mitarbeitern. Claus-Peter Meyer vom Versicherungsjournal Verlag betont: „Die Artikel werden wahlweise für 99 Euro zuzüglich Mehrwertsteuer einmalige Einrichtungspauschale an das Layout der Vermittlerhomepage angepasst.“ ■



**Autor:** Volker Zwick, Redaktionsbüro Zwick, Ziemetshausen.