

Umweltthemen	
	Energie-Effizienz Minimierung des Energieverbrauchs bei gleichbleibender oder verbesserter Leistungserbringung. Beispiele: Einsatz von Cloud Computing, platzoptimierte Lagerhaltung oder Lagerhaltung mit Blick auf die Verkürzung von Lieferwegen im E-Commerce, punktgenaue Kund:innen-Ansprache im Online-Marketing durch Segmentierung oder Einsatz erneuerbarer Energien.
	Kreislaufwirtschaft und Ressourceneinsparung Schonender und effizienter Umgang mit Ressourcen. Beispiele: Maßnahmen zur Reduktion von Retouren, Online-Angebot zur Rücknahmealter/defekter Produkte, Einsatz nachhaltiger Verpackungen im Versand oder Optimierung des Warensortiments und Belohnung bei optimaler Ausnutzung der eingesetzten Verpackungseinheiten.
	Mobilität CO ₂ -Einsparung bei Arbeits- und Dienstwegen und bei der Anlieferung von Rohstoffen und Produkten sowie bei der Auslieferung. Beispiele: HomeOffice-Tage für Mitarbeiter:innen, Optimierung der Bestellmengen für weniger Anlieferungen oder Auslieferungen mit Partner:innen, die in die CO ₂ -Reduktion des Fuhrparks investieren.
	Beschäftigung und Lieferkette Bewertung der Partner:innen entlang der Lieferkette nach deren Maßnahmen im Bezug auf Nachhaltigkeit. Beispiele: Evaluierung der Partner:innen über deren Website, mit eigenem Fragebogen, ... und Aufbau einer firmeneigenen Partner:innen-Datenbank. Nutzung von digitalen Einkaufsplattformen, die sämtliche Anbieter:innen im Hinblick auf Nachhaltigkeit überprüfen.
	Kommunikation und Strategie Interne und externe Kommunikation der eigenen Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit und darüber hinaus (ESG). Beispiele: Kommunikation der eigenen Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit im Intranet, bei Meetings und Events, auf der Website, im Webshop und in Social Media, Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter:innen im Bereich Nachhaltigkeit oder Strategieentwicklung unter Berücksichtigung des Themas Nachhaltigkeit inklusive Implementierung in sämtliche Prozesse.
	Kommunikation und Strategie Interne und externe Kommunikation der eigenen Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit und darüber hinaus (ESG). Beispiele: Kommunikation der eigenen Maßnahmen im Bereich Nachhaltigkeit im Intranet, bei Meetings und Events, auf der Website, im Webshop und in Social Media, Weiterbildungsangebot für Mitarbeiter:innen im Bereich Nachhaltigkeit oder Strategieentwicklung unter Berücksichtigung des Themas Nachhaltigkeit inklusive Implementierung in sämtliche Prozesse.
	Betriebsintern (Betriebsmittel,Büro,Organisation, etc.) Ressourceneinsparung und Abfallvermeidung im Unternehmen. Beispiele: Digitaler papierloser Prozess - von der Bestellung bis zum Versand entlang der gesamten Wertschöpfungskette oder Erhebung und Sammlung von Nachhaltigkeitsdaten entlang der Wertschöpfungskette (Stromzähler beim einzelnen Verbraucher) und Aufzeigen von Einsparungspotential.

Anbieteridentifizierung	
	Firmenname angegeben Im Impressum und am Beginn der AGB ist der Firmennamen anzugeben z.B.: Max Muster GmbH (Firmenname).
	Firmenadresse angegeben Es ist eine ladungsfähige (kein Postfach) Firmenadresse anzugeben, unter der das Unternehmen niedergelassen ist z.B. Im Impressum: Musterweg 10, A-1234 Musterstadt.
	Telefonnummer und Mail-Adresse angegeben Im Impressum ist eine Telefonnummer und E-Mailadresse anzugeben z.B. Tel.: 01234-123456, Fax: DW 99, muster@muster.at .

	Kontaktperson angeben Im Impressum sollte eine Kontaktperson angegeben werden z.B. Kontakt: M. Muster oder Customer Care.
	Firmenbuchnummer angeben (falls vorhanden) Falls das Unternehmen im Firmenbuch eingetragen ist, muss die Firmenbuchnummer und –gericht angegeben werden z.B. Fb.Nr.: 123456xyz, Firmenbuchgericht: HG Wien
	UID Nr. angeben (falls vorhanden) Falls das Unternehmen eine Umsatzsteueridentifikationsnummer (UID) besitzt, muss diese angegeben werden z.B. UID: ATU12345678.
	Aufsichtsbehörde angeben (falls vorhanden) Im Impressum ist die Aufsichtsbehörde anzugeben, soweit die Tätigkeit einer besonderen behördlichen Aufsicht unterliegt, (damit sind Aufsichtsbehörden wie Bankenaufsicht, Versicherungsaufsicht, Telekom-Control-Kommission oder Wertpapieraufsicht gemeint) z.B. Tel.: 01234-123456, Fax: DW 99, muster@muster.at
	Kammerzugehörigkeit angeben (falls vorhanden) Im Impressum ist die Kammerzugehörigkeit anzugeben, zB Mitglied der WKO, Fachgruppe ...
	Gewerberechtliche Vorschriften angeben Es sind die "anwendbaren gewerbe- und berufsrechtlichen Vorschriften" anzugeben. Darunter sind spezifische gesetzliche Vorschriften, wie z.B. Maklergesetz oder Ausübungsregeln gemeint. Dabei müssen nicht die gesamten Rechtsvorschriften auf der Website wiedergegeben werden, sondern es genügt, wenn die Bezeichnung der Rechtsvorschriften angegeben wird, ergänzt z.B. um den Hinweis auf die kostenlos zugängliche Website des Rechtsinformationsservices des Bundeskanzleramtes, wo die jeweils aktuelle Version der Rechtsvorschriften abrufbar ist: www.ris.bka.gv.at
	Medieninhaber, Herausgeber und Verleger angeben Im Impressum soll der Medieninhaber, Herausgeber und Verleger: Max Muster. Details dazu können sie dem WKO-Infoblatt entnehmen.
	Geschäftsführung inkl. deren Sitz angeben Bei Gesellschaften ist der Geschäftsführer oder etwaige geschäftsführende Gesellschafter inkl deren Sitz anzugeben. z.B.: Geschäftsführung: Max Muster Adresse der Geschäftsführung: Plz, Ort
	Unternehmensgegenstand angeben Der Tätigkeitsbereich des Unternehmens ist anzuführen. Bei Gesellschaften, in denen im Gesellschaftsvertrag ein Unternehmensgegenstand anzuführen ist (etwa GmbH), sollte dieser angeführt werden. z.B.: im Impressum: Unternehmensgegenstand: z.B. Finanzdienstleistung
	Kontaktseite / Kundenservice Auf Kontaktseite oder im Impressum: Tatsächliche Erreichbarkeit für Kunden sollte gegeben sein. Die Telefonnummer, die Faxnummer und/oder die E-Mail-Adresse, unter denen der Verbraucher den Unternehmer schnell erreichen und ohne besonderen Aufwand mit ihm in Verbindung treten kann. (Zeitangaben empfohlen) z.B. Unseren Kundendienst erreichen Sie von Mo-Fr von 9-17 Uhr unter der Mailadresse service@mustershop.at oder der Tel.Nr. 01-1234567

Regelung des Zugriffes auf Daten

	Vertragsbedingungen online abrufbar Wenn sie Allgemeine Geschäftsbedingungen haben und wollen, dass diese auch für Online-Vertragsabschlüsse gelten, müssen diese auch online leicht zugänglich abrufbar sein.
	Datum der Aktualisierung der AGB angeben Bei den online abrufbaren AGBs sollten sie darauf achten, dass das Datum der Aktualisierung angegeben ist, z.B. „gültig ab Datum“ oder „Stand November 2018“.

	Ausdruck der Vertragsbedingungen vor-/nach dem Kauf möglich Die AGB sind ausdrückbar zur Verfügung zu stellen. Es genügt, dass dies über die Browserfunktion möglich ist, sie sollten dies aber mit aktuellen Browsern regelmäßig testen. Die gesamten AGB müssen ohne das Aufklappen einzelner Punkte zur Verfügung stehen.
	Online-Bestellinformation angeben Sie sollten in der Hilfe oder FAQ oder an sonstiger geeigneter Stelle eine Beschreibung der technischen Schritte einfügen, die durchlaufen werden, um im Shop zu bestellen.
	Vertragstextinformation angeben (wird der Vertragstext gespeichert u. ist er zugänglich) In AGB oder Datenschutz einfügen: z.B. "Die Vertragsdaten werden zur Fakturierung gespeichert und sind jederzeit für den Kunden per Login einsehbar" oder z.B. "Die Vertragsdaten sind aus Sicherheitsgründen nicht mehr über das Internet abrufbar. Sie erhalten diese aber per Mail zugesandt" oder ähnlich
	Vertrags-, Bestell- und Beschwerdesprache sind gleich und angegeben Die Inhalte der Bestellseite, die Sprache der Beschwerdemitarbeiter und der Vertragstext müssen gleich sein und angegeben werden z.B. Vertrags-, Bestell- und Geschäftssprache ist z.B. Deutsch.

Produktbeschreibung, Preisauszeichnung, Verrechnung	
	Beschreibung / Leistungsmerkmale der Produkte / Leistung angeben Auf den Produktseiten ist die genaue Beschreibung des Angebotes wichtig (event. mit Bild); „wesentliche Merkmale“ wie Inhaltsstoffe, Allergene, Hardware etc.
	Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung einschließlich aller Steuern und Abgaben Der Gesamtpreis der Ware oder Dienstleistung muß jeweils pro Produkt einschließlich aller Steuern und Abgaben angeführt werden. z.B.: Preis: "Euro XX,- inkl. MwSt., excl. Versandkosten (diese müssen nach der Eingabe des Zustellorts angegeben sein).
	Angabe der maximalen Lieferzeit Bei Produkt: z.B. "Lieferung 5 Werktage" Bei Angabe des Lagerbestands muss angegeben sein, wann lagernde Produkte geliefert werden. (z.B. über Verlinkung zu Lieferbedingungen vom Produkt aus)
	nur digitale Inhalte: Funktionsweise digitaler Inhalte einschließlich anwendbarer technischer Schutzmaßnahmen für solche Inhalte Bei digitalen Inhalten muss deren Funktionsweise wie Download oder Streaming beschrieben werden und auf das Vorhandensein von etwaigen technischen Schutzmaßnahmen (zB Kopierschutz) hingewiesen werden.
	nur digitale Inhalte: Interoperabilität digitaler Inhalte mit Hard- und Software, soweit diese dem Unternehmer bekannt ist oder vernünftigerweise bekannt sein muss Bei digitalen Inhalten müssen Informationen über das erforderliche Betriebssystem und etwaige Hardware-Voraussetzungen gegeben werden.
	Lieferbeschränkung (falls vorhanden) Wenn Sie nur in bestimmte Länder liefern, muss dies allgemein angegeben werden. Liefern Sie nur manche Produkte in bestimmte Länder, müssen Sie dies bei der Beschreibung der einzelnen Produkte angeben.
	Geoblocking-VO eingehalten nur Lieferung beschränken, Rechnungsadressen aus gesamtem EU-Raum etc. Alle EU-Bürger dürfen bestellen, Lieferung darf aber eingeschränkt werden. - Beispiel falsche Umsetzung: "Wir verkaufen nur an österreichische Kunden", richtige Umsetzung: "Die Lieferung erfolgt nur innerhalb Österreichs." - Rechnungsadressen aus gesamtem EU-Raum akzeptieren. - Mindestumsetzung: Formulierung in AGB wie z.B. "Für Bestellungen innerhalb der EU von außerhalb unseres Liefergebiets kontaktieren Sie uns bitte per E-Mail."

	Kein Verkauf an Verbraucherkunden (nur B2B), Preisauszeichnung nicht als Bruttopreis nötig klar darstellen, dass sich Angebot nur an Unternehmen richtet z.B. "Wir verkaufen nicht an Konsumenten, sondern ausschließlich an Firmenkunden, bitte um Angabe Ihrer Firmenbuchnummer und UID" z.B. Checkbox zur Bestätigung im Checkout-Prozess
	Alle zusätzlichen Fracht-, Liefer-, Versand- oder sonstigen Kosten Falls weitere Kosten anfallen: Angabe je Produkt oder in tabellarischer Übersicht in den AGB oder auf eigener Seite (mit Verlinkung von jedem Produkt aus)
	Zusätzliche Zahlungen (gilt nicht für Finanzdienstleistungen) Die Vereinbarung von zusätzlichen Zahlungen ist nur dann wirksam, wenn der Verbraucher diesen ausdrücklich zustimmt. Wenn eine automatische Voreinstellung bei der Bestellung zB eine Versicherung abschließen würde, ist dies unwirksam.

Gewährleistung/Garantie, Rücktritt

	Gewährleistungsbedingungen angegeben In AGB einfügen: Mindestangabe: "Die Gewährleistung erfolgt nach den gesetzl. Bestimmungen." Empfehlung: Erweitern um die Formulierung "(24 Monate ab Warenerhalt). Kommt ein Austausch oder eine Verbesserung nicht in Betracht (nicht möglich, zu hoher Aufwand, unzumutbar, Fristverzug), dann hat der Käufer Anspruch auf Preisminderung bzw., wenn der Mangel nicht geringfügig ist, Aufhebung des Vertrages (Wandlung). Der Ersatz von (Mangel-) Folgeschäden, sowie sonstigen Sachschäden, Vermögensschäden und Schäden Dritter gegen den Kunden, sofern es sich nicht um ein Verbrauchergeschäft handelt, ist ausgeschlossen."
	Garantiebedingungen Falls vorhanden: Das Bestehen von Garantiebedingungen und die Bedingungen von Kundendienstleistungen und von gewerblichen Garantien je Produkt angeben.
	Widerrufsrecht vorhanden In AGB oder auf Widerrufsrecht-Seite: 14 Tage Rücktrittsrecht, Folgen des Widerrufs, entsprechend Muster-AGB (für Rechtssicherheit nah an Muster halten!)
	Muster-Widerrufsbelehrung vorhanden im Widerrufsrecht: gesetzlich vorgegebene Texte vorhanden
	Zurverfügungstellung des Muster-Widerrufsformulars Innerhalb des Widerrufsrechts muss ein Muster-Widerrufsformular zum Download (PDF/DOCX) bereitgestellt werden.
	Information über Rückversandkosten, Unternehmer kann die Kosten aber auch freiwillig übernehmen im Widerrufsrecht: z.B. „Bei Rücktritt vom Kaufvertrag hat der Verbraucher die unmittelbaren Kosten der Rücksendung der Ware zu tragen.“
	Beim Verkauf von Waren, die wegen ihrer Beschaffenheit üblicherweise nicht auf dem Postweg versendet werden, Angabe der Höhe der Rücksendungskosten (z.B. sperrige Güter, Möbel etc.). Unternehmer kann die Kosten aber auch freiwillig übernehmen im Widerrufsrecht: z.B. "Bei nicht paketversandfähigen Waren werden die Kosten für den Rückversand auf höchstens etwa XX EUR geschätzt" oder "...ergeben sich die Kosten für den Rückversand aus der folgenden Tabelle (Link)."

	für Dienstleistungen, digitale Inhalte, Energie (Wasser, Gas, Strom, Fernwärme): Aufklärung des Verbrauchers im Fall seines Rücktritts vom Vertrag über die gemäß § 16 treffende Pflicht zur Zahlung (falls vorhanden) Bei Verkauf von Dienstleistungen, digitalen Inhalten, Energie (Wasser, Gas, Strom, Fernwärme): Angabe, was im Falle eines Widerrufs zu zahlen ist, wenn verlangt wurde, dass eine Dienstleistung schon während der Widerrufsfrist erfüllt oder zum Teil erfüllt wird.
	zutreffende Ausnahmen des Rücktrittsrechts angeben Im Widerrufsrecht: Alle gesetzlich möglichen Ausnahmen oder die zutreffenden , gesetzlich möglichen Ausnahmen des Widerrufsrechts angeben.

Zahlungsmöglichkeiten, Lieferbedingungen, Lieferfrist

	Zahlungsbedingungen angegeben In AGB oder bei Zahlungsmethoden angeben: "Zahlung erfolgt per Nachnahme, Kreditkarte, Rechnung... angegeben"
	Beschreibung und Bedingungen von Online-Zahlungsmöglichkeiten angegeben Bei Zahlungsmethoden angeben: Wie zahle ich mit Kreditkarte/Paypal/Sofort etc. online, unter welchen Bedingungen kann eine Zahlungsmethode genutzt werden (Bonitätsprüfung notwendig?)
	Gefahrtragung bei Lieferung liegt bei Unternehmen In AGB einfügen: „Beim Versand der Ware geht die Gefahr für den Verlust oder die Beschädigung der Ware erst auf den Verbraucher über, sobald die Ware an den Verbraucher oder an einen von diesem bestimmten, vom Beförderer verschiedenen Dritten abgeliefert wird. Hat aber der Verbraucher selbst den Beförderungsvertrag geschlossen, ohne dabei eine unsererseits vorgeschlagene Auswahlmöglichkeit zu nützen, so geht die Gefahr bereits mit der Aushändigung der Ware an den Beförderer über.“

Datenschutz

	Ausführliche Informationen über Datennutzung - getrennt von den AGB und leicht auffindbar - vorhanden Datenschutzbestimmungen sind vorhanden (leicht auffindbar, von AGB getrennt, auf Startseite abrufbar)
	Zweck der Datenverarbeitung angeben In den Datenschutzbestimmungen: Zweck der Datenverarbeitung angeben: Buchhaltung, Bestell- und Vertragsabwicklung, Versand, Newsletterversand, etc.
	Dateninfostelle vorhanden (Mail-Adresse, etc,...) In den Datenschutzbestimmungen: Verantwortlicher für Datenverarbeitung angeben (Unternehmensdaten), Kontaktmöglichkeit bei Datenschutzfragen angeben
	Datenweitergabe an Dritte, falls zur Vertragsabwicklung notwendig, angegeben In den Datenschutzbestimmungen: - Es erfolgt eine Datenweitergabe an Dritte, sofern zu Vertragsabwicklung notwendig (z.B. Versand- und Zahlungsdienstleister) - Nennung der Zahlungs- und Versanddienstleister (Firmenanschrift etc.) - Umfang der Datenweitergabe und -verarbeitung beschreiben - Verlinkung zu Datenschutzbestimmungen / Kontaktinfos der Dienstleister
	Informationen über Cookienutzung angegeben In den Datenschutzbestimmungen: Verwendung, Recht auf Verweigerung, Inhalt, Zweck und Dauer (Session oder Langzeit) der Cookiespeicherung anführen

	Nutzung von Google-Analytics und ähnlichen Tracking- und Statistiktools angegeben In den Datenschutzbestimmungen: - Nennung der Unternehmen, die die Daten verarbeiten (Firmenanschrift etc.) - Umfang der Datenverarbeitung (IP-Adresse anonymisiert etc.) - Möglichkeit zum Widerspruch über Cookie-Banner oder in Datenschutzbestimmungen gegeben (zwingend, wenn IP-Adresse nicht anonymisiert übertragen wird)
	Cookie-Abfrage/Cookie-Banner vorhanden (Nur bei Einsatz von Tracking- und Statistik-Cookies notwendig) Ein Cookie-Banner ist nur erforderlich, wenn Cookies gesetzt werden, die über die normale Funktion eines Online-Shops hinausgehen. (Funktion Warenkorb: Kein Cookie Banner erforderlich – User-Tracking: Cookie-Banner erforderlich). Im Cookie-Banner: - Cookie-Abfrage vorhanden - genaue Beschreibung der Cookie-Nutzung im Banner (oder den verlinkten Datenschutzbestimmungen) - Ablehnung nicht zwingend notwendiger Cookies über Banner (oder in den verlinkten Datenschutzbestimmungen) möglich
	Nutzung von Social-Media-Plugins angegeben Nutzung jedes einzelnen Social-Media-Plugins angeben inkl. datenschutzrelevanter Beschreibungen
	Social-Media-Plugins über zweistufiges Verfahren eingebaut (z.B. "Shariff-Lösung") Durch das Aufrufen Ihrer Website/ Ihres Webshops sollten keine Daten automatisch an Social-Media-Plattform-Betreiber übermittelt werden. Erst nach aktiver Zustimmung durch den Website-Nutzer (durch Klick auf das Plugin oder Abfrage über Banner) erfolgt eine Übermittlung von personenbezogenen Daten. Bei einstufigem Einbau sollte eine Widerspruchsmöglichkeit gegeben sein.
	Bedingungen für Erhalt von Werbeinformation und Newsletter angegeben In den Datenschutzbestimmungen: - Bedingungen für Erhalt von Newsletter angeben - Dauer und Umfang der Datenverarbeitung angeben - Abmeldemöglichkeit angeben
	Rechte der Betroffenen (Kunden) angeben In den Datenschutzbestimmungen: Recht auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Einschränkung, Übertragung angeben
	Beschwerderecht Datenschutzbehörde angeben Kontaktmöglichkeit zur zuständigen Datenschutzbehörde muss angegeben werden.
	Sicherheitsmaßnahmen für Zugriff auf Backends und Social Media Verwendung sicherer Passwörter oder besser: 2-Faktor-Authentifizierung.

Gerichtsstand

	Anerkennung des Wohnsitzgerichtes des Verbrauchers In AGB einfügen: z.B.: "Die Vertragspartner vereinbaren die Anwendung österreichischen Rechts. Hat der Verbraucher im Inland seinen Wohnsitz oder seinen gewöhnlichen Aufenthalt oder ist er im Inland beschäftigt, so kann für eine Klage gegen ihn nur die Zuständigkeit des Gerichtes begründet werden, in dessen Sprengel der Wohnsitz, der gewöhnliche Aufenthalt oder der Ort der Beschäftigung liegt; dies gilt nicht für Rechtsstreitigkeiten, die bereits entstanden sind." Oder sinnngemäße Formulierung
--	---

Suchmaschinenoptimierung	
	Websites bei google gelistet und sinnvolle Beschreibungen für SERP Sämtliche relevanten Seiten sind bei google zu finden und entsprechend einzurichten, um bereits im Suchergebnis relevante Inhalte anzuzeigen.
	ALT-Tags bei Bildern Bilder sind mit beschreibenden Inhalten zu hinterlegen, um Menschen mit Sehbehinderung alternativ diese Information vorlesen zu können, aber auch für die Suchmaschinen-Optimierung.
	Vorhandene Sitemap Sitemap ist einzurichten, um „Crawlern“ von Suchmaschinen die Indizierung der Website zu erleichtern.
	Vorhandene robots.txt In einer Datei ist für die „Crawler“ anzugeben, welche Seiten/Ordner der Website indiziert werden dürfen
	Gute 404er-Seite Beim Aufruf von Webseiten, die nicht mehr vorhanden sind, ist eine Abwurfseite (404) einzurichten. Diese ist oft standardmäßig bei CMS-Systemen hinterlegt und in Englisch gehalten. Nutzen Sie diese für die Anzeige der wichtigsten Punkte der Website und/oder bieten Sie prominent eine Suchfunktion an.
	Ausreichende Anzahl an Backlinks Vereinbaren Sie Partnerschaften mit Unternehmen, die von ihrer Website auf ihre Website verlinken. Das stärkt die Reputation. Tipp: Verlinken Sie Ihre Website auf Ihrer Seite im Firmen A bis Z der WKÖ.

Optimierung für sonstige Endgeräte	
	Website/Webshop mobil optimiert Anpassung der Website und/oder des Webshops für verschiedene Endgeräte. Zum Beispiel Optimierung für mobile Endgeräte wie Smartphones (responsive Design).
	Website/Webshop für sonstige Endgeräte optimiert Anpassung der Website und/oder des Webshops für weitere Endgeräte. z.B.: Optimierung für neue Geräte wie VR/AR-Brillen oder Spracheingabe über gen. AI-Schnittstellen.
	Newsletter mobil optimiert Optimieren Sie auch Ihren Newsletter für den mobilen Zugriff, da diese häufig unterwegs am Smartphone abgerufen werden.

Technische Aspekte	
	Website ist über https erreichbar Richten Sie die verschlüsselte Übertragung Ihrer Website ein. Das ist wichtig für die Suchmaschinenoptimierung, aber auch datenschutzrechtlich bei der Übertragung von Daten über ein Kontaktformular.
	Sprechende URL die auf den Namen und/oder das Gewerbe verweist Richten Sie sprechende URLs ein, die wichtige Suchbegriffe enthalten.
	H-Tags vorhanden und richtig genutzt Nutzen Sie für die Formatierung von Überschriften die H-Tags für die Suchmaschinen-Optimierung und die Barrierefreiheit.
	Geschwindigkeit akzeptabel Verbessern Sie den Code Ihrer Webseiten für akzeptable Ladezeiten bzw. wechseln Sie mit Ihrer/m Website/Webshop zu einem Provider, der gute Ladezeiten bietet. Eine Verbesserung von bereits wenigen Sekunden wirkt sich auf das Ranking in Suchmaschinen aus.

	Modernes CMS eingesetzt Nutzen Sie ein modernes CMS, das ständig weiterentwickelt wird und auch rasch mit Updates auf mögliche Sicherheitslücken reagiert.
	Barrierereiheit berücksichtigt Berücksichtigung der Anforderungen an die Barrierefreiheit von Websites oder Webshops nach dem Barrierefreiheitsgesetz (verpflichtend ab 28.06.2025)

Social Media

	Einbindung von oder Verlinkung zu Social Media Kanälen wird sinnvoll genutzt Verknüpfung klassischer Social Media Kanäle wie Facebook, Instagram, X, TikTok, ... mit der Website und/oder dem Webshop.
	Vollständiges Profil auf Firmen A bis Z der WKÖ Admin-Zugang auf das Firmen A bis Z der WKÖ um das Profil mit zusätzlichen Informationen zu vervollständigen: Branchen Know-how, Ihre Leistungsbeschreibungen, Ihren Wirkungsraum, ...
	Firmen-Nutzung von Messaging-Diensten (WhatsApp, Signal ...) Rechtskonforme Nutzung von Messaging-Dienste wie WhatsApp, Signal, ...für die interne Kommunikation, Kund:innen-Kommunikation oder Serviceanfragen.
	Vollständiges Profil und gute Vernetzung auf beruflichen sozialen Netzwerken (LinkedIn, Xing ...) Nutzung von beruflichen sozialen Netzwerken wie LinkedIn, Xing ... zur Vernetzung mit bestehenden oder zukünftigen Partner:innen, Kund:innen und Interessent:innen.

Shop & Online-Marketing

	Nutzung einer modernen OnPremises Shoplösung Für eine schnelle Verbindung vom Webshop zu Ihrem ERP nutzen Sie ein Shop-System, das Sie lokal in der Nähe Ihres ERP-Systems hosten können. Achten Sie dabei auf eine sehr gute synchrone Internet-Verbindung und eine gut eingrichtete und gewartete Firewall.
	Nutzung einer modernen cloudbasierte Shoplösung Für ein rundum Sorglos-Paket nutzen Sie eine cloudbasierte Shop-Lösung. Im Idealfall kümmert sich der Anbieter auch um Updates und Sicherheit Ihres Shops.
	Nutzung einer modernen Shop-Plattform (Amazon, Booking, ...) Um die Sichtbarkeit zu erhöhen, nutzen Sie Plattformen, wo sich Ihre Zielgruppen bereits aufhalten.
	Newsletter mit Double-OptIn und regelmäßigem Versand Sorgen Sie für eine rechtskonforme Anmeldung zu Ihrem Newsletter: Nach der Anmeldung z.B. über eine Website bekommt die/der zukünftige Newsletter-Empfänger:in eine E-Mail, die sie/er nochmals bestätigen muss. Erstellen Sie außerdem einen Redaktionsplan, um schon vorab einen Jahresplan für etwaige Versandzeitpunkte und vor allem Themen zu haben.
	Onlinemarketing auf Suchmaschinen, Nutzung von google Shopping ... Nutzen Sie Suchmaschinen-Marketing, um Ihre Leistungen oder Produkte zu bewerben. Messen Sie dabei die Erfolgsrate.
	Onlinemarketing auf Social Media Kanälen Nutzen Sie Social Media Marketing um punktgenau Ihre Zielgruppen anzusprechen, sofern sich diese auf Social Media Kanälen bewegen.
	Onlinemarketing auf sonstigen Kanälen Fragen Sie Ihre Zielgruppen, auf welchen Kanälen Sich diese bewegen und passen Sie Ihren Onlinemarketing-Mix gegebenenfalls an.