

EINFACH MEHR ALS WEBDESIGN



Wir erstellen & optimieren Ihre Internet-Präsenz!

Wir entwickeln und realisieren professionelles Webdesign. Wir bieten umfassende Konzepte aus einer Hand. Durch Suchmaschinenoptimierung sorgen wir langfristig für ein optimales Google-Ranking. Eine schöne, interessante, und gleichzeitig benutzerfreundliche Webseite kann schon am Anfang zur Kundengewinnung beitragen.

Wir werden Ihre Erwartungen erfüllen.

Webdesign & Printmedien



Top Leistung - Faire Preise !!

Speziell für unsere Neukunden haben wir Vorlagen entwickelt, die bereits Kleinunternehmen, Freiberuflern und Organisationen die Möglichkeit bieten, eine Webseite für kleines Geld zu erwerben.

- Kleine transparente Preise
- Keine versteckten Gebühren
- Verbindliches Angebot
- Eigenes Design
- Ihre eigene Webadresse
- Ihre eigene E-Mailadresse
- Visitenkarte - Briefpapier - Flyer



Gern machen wir Ihnen ein Angebot. Sprechen Sie uns an!

Sie erreichen uns unter:

Telefon : 06084 - 94 99 97

E-Mail : info@schulzj.de

Jürgen Schulz
Schellenbergstr. 15
61389 Schmitten



IHRE GANZ PERSÖNLICHE WEBSEITE
WWW.SCHULZJ.DE

Was sind eigentlich die Ziele Ihrer Website?

Möchten Sie Ihr Image verbessern, Kunden binden, Neukunden oder Interessenten gewinnen oder Produkte verkaufen? Oder etwas ganz anderes?

Es klingt banal, und wird doch immer wieder falsch gemacht: Zuerst die Ziele festlegen, dann die Umsetzung der Website planen! Denn jedes Ziel erfordert etwas andere Maßnahmen, und je mehr Ziele Sie zu erreichen versuchen, desto teurer wird Ihr Projekt „Website“! Oder Sie setzen alle Maßnahmen nur halbherzig um und der Erfolg lässt dann zu wünschen übrig. Im schlimmsten Fall haben Sie am Ende viel Geld in die Programmierung gesteckt und erreichen doch nicht das, was Sie eigentlich wollen.

Nur Webseiten, die ihre Ziele erreichen, rechnen sich am Ende.

Unser aller Ziel: Die Kontaktaufnahme

Häufig wird eine Website dazu verwendet, Interessenten anzusprechen. Wir möchten dann natürlich, dass der Interessent nicht nur interessiert unsere Texte liest und unsere Bilder betrachtet, **sondern Kontakt zu uns aufnimmt.**

Wie steht es um die Kontaktaufnahme auf Ihrer Website? Machen Sie es Ihren Interessenten leicht? Folgende Maßnahmen können helfen, die Quote der Anfragen, die Sie über Ihre Website erreichen, zu erhöhen.

Kontaktformular

Ein Kontaktformular erleichtert Ihren Interessenten die Kontaktaufnahme. Sie können ihre Frage einfach stellen, ohne gleich eine ganze E-Mail formulieren zu müssen. Eine E-Mail lässt sich auch nicht von jedem Rechner ohne Weiteres versenden, während ein Kontaktformular auf jedem Rechner funktioniert, der Internet hat.

Achten Sie aber darauf, Ihren Interessenten nicht zu überfordern, indem Sie zu viele Pflichtfelder in das Formular einbauen. Die wichtigsten Angaben als Pflicht sollten genügen - also Name, Telefonnummer, E-Mail Adresse und Anliegen, so dass Sie wissen, worum es geht und Kontakt aufnehmen können. **Je mehr Felder auszufüllen sind, desto höher liegt die Hemmschwelle, es tatsächlich zu tun.**

Telefonnummer oder E-Mail auf jeder Seite

Es ist wichtig, dass Ihre Kontaktseite und das Kontaktformular von Besuchern schnell gefunden werden. Noch besser für den eiligen Interessenten ist es, wenn Telefonnummer und oder E-Mail Adresse in der Seitenleiste, im Kopf oder im Fuß der Website auf **jeder Seite** dargestellt werden. Das wirkt einladend, der Interessent bekommt das Gefühl, dass seine Kontaktaufnahme tatsächlich erwünscht ist.

Ermuntern Sie Ihre Besucher zur Kontaktaufnahme

Laden Sie Ihre Besucher ein, unverbindlich bei Ihnen anzufragen. Geben Sie Ihren Interessenten das Gefühl, bei Ihnen willkommen zu sein. Das klingt so selbstverständlich, aber ist es das wirklich? **Setzen Sie einmal die Brille eines Besuchers auf, der Sie nicht kennt - würden Sie mit sich selbst in Kontakt treten?**

Tickt eine dieser abmahnggefährdeten Zeitbomben in Ihrem Website-Impressum?



- 🧨 Der Vorname des Geschäftsführers im Impressum ist abgekürzt ...
- 🧨 Bei der Anschrift ist nur die Postfach-Adresse angegeben, nicht aber Straßename und Hausnummer ...
- 🧨 Sie haben Ihre Werbe-E-Mails nicht eindeutig als solche gekennzeichnet ...
- 🧨 Sie haben die Preise in Ihrem Online-Shop nicht explizit als Bruttopreise ausgewiesen...

... und das sind noch längst nicht alle Fälle, in denen Ihnen mal eben schnell mehrere 100 € Anwaltsgebühren drohen.

Sehr geehrte Damen und Herren,

haben auch Sie es satt, wegen jeder Kleinigkeit im Impressum gleich eine Abmahnung zu riskieren? Und sich von einem findigen Abmahnverein oberlehrerhaft sagen lassen zu müssen, was Sie gefälligst zu tun oder zu unterlassen haben (gegen Zwangshonorar versteht sich)? Wenn z. B. in einer Ihrer Werbe-E-Mails der Absender nicht klar erkennbar ist, dann kann es passieren, dass Sie plötzlich, von einem Tag auf den nächsten, als SPAM-Versender verdächtigt werden!

Wird Ihnen an diesem Beispiel deutlich, dass Sie ohne rechtssicher ausformuliertes Impressum sogar Ihre komplette Existenz gefährden können?

Lassen Sie es nicht so weit kommen. Ich zeige Ihnen, wie Sie aus diesem Dilemma ohne großen Aufwand heil herauskommen.

Wir erstellen für Sie ein auf Ihre Bedürfnisse bzw. Webseite ausgerichtetes Impressum zum einmaligen Vorzugspreis von 75,00 €. Inkl. 19 % MwSt.

Schreiben Sie eine E-Mail an web@schulzj.de mit dem Betreff „**Impressum**“ und wir sagen Ihnen, ob Ihr Impressum abmahnggefährdet ist oder ob nachgebessert werden muss.

Mit absenden der E-Mail an uns kommt noch kein Auftrag zustande!

Vorteile einer Webseite für Unternehmen. Hintelassen Sie bleibenden Eindruck !

Leider empfinden die meisten Kleinunternehmer das Erstellen einer Webseite als eine weitere lästige Pflicht.

Nehmen wir als Beispiel Joachim Brand, einen Erziehungstrainer in Frankfurt und Besitzer von einer professionellen Webseite. Brand hat einen vollen Terminkalender – er schreibt Artikel für seine an viele Zeitungen verkaufte Kolumne, arbeitet an seinem Buch und unterrichtet. Das Updaten seiner Webseite war das Letzte, worum er sich kümmern wollte.

Er stellte aber sehr bald fest, dass man online sein muss, um in diesem schnelllebigen Informationszeitalter wettbewerbsfähig zu sein. Seitdem er mit seiner Webseite online gegangen ist und gesehen hat, wie einfach es sein kann, sind seine Zweifel verschwunden. Nun benutzt Brand seine Seite, um direkt mit Kunden zu kommunizieren, Produkte zu verkaufen und Artikel zu veröffentlichen.

Gemäß einer Studie von Webvisible/Nielsen von 2009 benutzen 63% der Menschen das Internet als erste Ressource, wenn sie nach einer lokalen Dienstleistung oder einem lokalen Produkt suchen.

Das Fazit ist, dass jedes Unternehmen zumindest die Vorteile einer Webseite verstehen sollte. Allein deswegen, weil es über 1,7 Mrd. Internetnutzer weltweit gibt. Zudem sagten laut Plunkett Research, Ltd, 75% der Nutzer, dass sie etwas online gekauft haben.

Bei so vielen Menschen, die im Internet surfen, ist es wichtig, eine Onlinepräsenz zu haben. Und eine Webseite ist eine einfache Art, dies zu tun. Falls Sie noch weitere Beweise möchten, lassen Sie uns einige weitere Fakten über das Geschäftsleben in der heutigen Welt betrachten.

Grund 1: Menschen suchen Informationen im Internet.

Verbraucher sind heutzutage cleverer denn je. Menschen investieren viel Zeit und Mühe, um ausführlich zu recherchieren, bevor sie die Kaufentscheidung treffen. Gemäß einer Studie von Webvisible/Nielsen von 2009 benutzen 63% der Menschen das Internet als erste Ressource, wenn sie nach einer lokalen Dienstleistung oder einem lokalen Produkt suchen.

Laut einer kürzlich durchgeführten Umfrage von Discover Small Business Watch sagten 47% der 3000 befragten Personen, dass sie eher Dienstleistungen oder Produkte von einem Kleinunternehmen mit einer Webseite erwerben. Aber wir werden darauf später eingehen.

Vorteile einer Webseite für Unternehmen

Außerdem erhöht eine Online-Präsenz Ihres Unternehmens die Wahrscheinlichkeit, dass Sie auf Suchseiten wie Google®, Yahoo® und Bing™ aufgelistet werden. Dies hilft dabei, dass Menschen Ihr Unternehmen online finden und auf Ihre Webseite oder Ihr Geschäft weitergeleitet werden.

Grund 2: Eine Webseite könnte mehr Gewinn erwirtschaften.

Thilo Heidler, Besitzer von "Heidler Hydraulikbau GmbH" in Langgöns - Oberkleen, teilte kürzlich mit, dass sein Geschäftsvolumen nach der Erstellung der Webseite zunahm. Zuvor benutzte Herr Heidler Flyer und andere Druckmaterialien, um sein Unternehmen zu bewerben, aber Kunden fragten ihn ständig nach seiner Internetadresse. Er erwarb bald eine erfolgreiche Webseite im Juli 2009.

"Im letzten Jahr haben wir Angebote für schätzungsweise 150 Kunden erstellt, die alle über unsere Webseite Kontakt aufnehmen," sagte Herr Heidler.

Grund 3: Eine Webseite spart Zeit.

Wir verstehen die Herausforderungen, vor welchen Kleinunternehmen täglich stehen. Glücklicherweise kann eine Webseite Ihre Last drastisch reduzieren. Ihre Webseite kann Ihre Kunden über die Geschäftszeiten sowie Ihre Produkte und Dienstleistungen informieren. So haben Sie mehr Zeit für die Unternehmensführung und benötigen weniger Zeit am Telefon.

Ihre Webseite agiert als Ihr eigenes persönliches Verkaufsteam. Hier können Kunden sich nach Belieben über Ihr Unternehmen informieren. Während Ihr Geschäft oder Unternehmen nicht 24 h täglich geöffnet ist, ist Ihre Webseite sehr wohl jederzeit verfügbar. Dies ermöglicht es Kunden, Sie jederzeit zu finden.

Grund 4: Eine Webseite erhöht Ihre Glaubwürdigkeit.

Bei so vielen Kunden, die online nach Informationen suchen, könnten Sie ohne Webseite übergangen werden. Schon allein die Tatsache, dass Sie eine Webseite haben, positioniert Sie als ein etabliertes Unternehmen.

Es kann gut sein, dass Ihre Konkurrenten bereits eine Webseite haben, und daher sollten Sie auch die Erstellung einer eigenen Webseite erwägen. Selbst wenn Ihre Konkurrenz noch keine Webseite hat, haben Sie durch eine Webseite einen weiteren Wettbewerbsvorteil vor Ihren Konkurrenten.

Kurz gesagt, Sie benötigen eine professionell funktionierende Webseite.

Vorteile einer Webseite für Unternehmen

Fazit:

Eine Online-Präsenz verleiht Ihnen Vorteile. Für einige bedeutet dies lediglich höhere Verkaufszahlen. Für andere könnte dies noch weitaus mehr bedeuten. Da nur 44% der Kleinunternehmen eine Webseite führen, ist es nun an der Zeit für Ihr Unternehmen, online zu gehen und sich von den anderen hervorzuheben.

Lassen Sie uns nun zusammenfassen, welche Vorteile eine Webseite Ihrem Unternehmen bringen kann:

- Kunden dabei helfen, Sie zu finden, wenn diese eine Online-Suche durchführen
- Produkte verkaufen und möglicherweise die Einnahmen erhöhen
- Ihre wertvolle Zeit sparen
- Ihrem Unternehmen eine professionelle Außendarstellung und mehr Glaubwürdigkeit verleihen

Wir entwickeln und realisieren professionelles Webdesign. Wir bieten umfassende Konzepte aus einer Hand. Durch Suchmaschinenoptimierung (SEO) sorgen wir langfristig für ein optimales Google-Ranking. Eine schöne, interessante, und gleichzeitig benutzerfreundliche Webseite kann schon am Anfang zur Kundengewinnung beitragen.

Wir werden Ihre Erwartungen erfüllen. Wir bieten umfassende Konzepte aus einer Hand.

Speziell für unsere Neukunden haben wir Vorlagen entwickelt, die bereits Kleinunternehmern, Freiberuflern und Organisationen die Möglichkeit bieten, eine Webseite für kleines Geld zu erwerben.



SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG

Geschäftliche E-Mails richtig schreiben

E-Mail, der Kommunikationsweg im Internetzeitalter

Die E-Mail kann nicht alle schriftliche Korrespondenz im Geschäftsverkehr ersetzen, aber doch viele Briefe überflüssig machen und so Zeit und Kosten sparen. Der Umgangston im Internet ist wesentlich weniger förmlich, als in Geschäftsbriefen üblich. Das wirkt sich auch auf geschäftliche Mails aus, sollte aber nicht dazu führen, dass eine geschäftliche Mail nicht einmal die Mindestanforderungen eines Geschäftskontaktes erfüllt.

Auch hier werden immer wieder drastische Fehler gemacht, so bekam ich letztens eine Mail von einem früheren Kunden mit folgendem Text:

***Hallo hr. Schultz,
beim durchschauen meiner linkpartner bzw. Surftipps ist mir aufgefallen das ich bei Ihnen nicht mehr ganz oben stehen was müssen wir dafür tun um wider ganz oben zustehen."***

Man ist geneigt, zurück zu schreiben: Erste Voraussetzung wäre, die, je nach Zählweise, acht bis zehn Rechtschreib- Grammatik- und Interpunktionsfehler zu beseitigen.

Es spricht sicherlich nicht für die Seriosität einer Anfrage, wenn sie in dermaßen schlechter Rechtschreibung verfasst ist. In einer privaten Mail kann es ganz lustig sein, den Text, trotz der beim schnellen Herunterschreiben passiertten Flüchtigkeitsfehler zu verstehen, kryptische Internetkürzel zu enträtseln, sich von immer neuen Grußformeln und Abkürzungen überraschen zu lassen. In einer Geschäftsmail hat all dies nichts zu suchen! Erste Voraussetzung dafür, einen verlässlichen Eindruck beim geschäftlichen Mailpartner zu hinterlassen, ist eine korrekte Rechtschreibung und eine verständliche Ausdrucksweise auch für User, die das Internet zwar zur Kommunikation nutzen aber keine Mitglieder der Community sind.

Rechtschreibprogramme helfen dabei, ersetzen aber nicht den Zeitaufwand, einen Text vor dem Verschicken noch einmal aufmerksam zu lesen, sehr wichtige Mails, sogar von einer anderen Person gegenlesen zu lassen.

Im Allgemeinen gilt!

Kurze E-Mails und Briefe kommen besser an. Sachliche und sprachliche Klarheit sowie ein frisch-freundlicher Stil haben die alten Floskeln abgelöst. Egal ob elektronisch oder per Post – die Zauberformel für gelungene Geschäftskorrespondenz lautet:

**Anworten Sie umgehend - kurz – klar – freundlich
... und immer an die Leser(innen) denken!**

1.) Die Anrede

Der erste Eindruck zählt! Deshalb ist es wichtig, bei der Anrede keinen Fehler zu machen. Bei den allermeisten Geschäftspartnern, die keine reinen Internetfirmen sind, ist sicherlich auch in der Mail das „Sehr geehrte...“ die angemessene Anredeformel. Bei Internetfirmen wird oftmals das lockere „Hallo“ verwendet. Aber auch da ist es Mindestanforderung, dass darauf der korrekte Namen folgt, also „Herr X“ oder „Frau Y“. Wenn kein Name als Ansprechpartner bekannt ist und die korrekte Geschäftsbriefformel „Sehr geehrte Damen und Herren“ als zu steif empfunden wird, bietet sich die Alternative „Liebe...“ an.

Geschäftliche E-Mails richtig schreiben

E-Mail, der Kommunikationsweg im Internetzeitalter

2.) Mindestinformationen in einer geschäftlichen Mail

Auf E-Mails sind die gleichen Angaben zu machen, wie auf sonstigen gedruckten Geschäftsbriefen. Was muss der Versender beachten, welche Vorschriften gibt es?

Folgende Informationen müssen in einer Mail an einen Geschäftspartner mindestens vorhanden sein:

- **die korrekte Firmenbezeichnung mit Gesellschaftsform**
- **Postanschrift**
- **Ansprechpartner**
- **Telefon**
- **Fax**
- **Mailadresse**
- **Homepage**
- **Umsatzsteuer ID**
- **Bankverbindung**
- **Bei einer Gesellschaftsform, die dies erfordert: Handelsregisternummer und zuständiges Registergericht**

Dies alles lässt sich problemlos als Signatur in einem Mailprogramm speichern, so dass es mit jeder Mail automatisch versandt wird.

3.) Die Grußformel am Ende einer E-Mail

Der Klassiker geht natürlich immer: „Mit freundlichen Grüßen“. Erscheint diese Grußformel als zu unpersönlich, kann sie leicht mit einer Ortsangabe variiert und etwas persönlicher gestaltet werden: „... aus der Hansestadt Hamburg“, „... vom schönen Bodensee“ oder Ähnliches. Die Abkürzung „MfG“ ist wiederum auf den Einsatz innerhalb der Internetcommunity beschränkt. Die Kurzfassungen „Gruß“, „Grüße“ sind möglich, vor allem bei Kontakten, die schon länger gepflegt werden. „Mit herzlichem Onlinegruß“ wird oft benutzt und kann durchaus auch in einem Geschäftsbrief Anwendung finden.

Alle anderen im Internet, im Chat oder auf dem Handy gebräuchlichen Abkürzungen und Akronyme sollten auf diese Felder beschränkt bleiben und haben in einer geschäftlichen Mail nichts zu suchen.

4.) Geschäftliche Mail, geschäftlicher Brief

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass eine geschäftliche Mail, die als seriös gelten soll, sich relativ eng an der Form des Geschäftsbriefes in Schriftform und damit an den Vorgaben der DIN 5008 orientiert.

Wer im geschäftlichen Kontakt über das Internet ernst genommen werden will, der sollte sich an diese relativ konservativen Regeln halten, auch wenn es im hektischen Getriebe eines modernen Geschäftsbetriebes mit einer Unzahl an zu bearbeitenden Mails nicht immer ganz einfach ist.

Kontaktformular auf Webseiten

Welchen Nutzen hat ein Kontaktformular auf einer Homepage und warum kommt es in vielen Fällen zu ganz wenigen bzw. gar keinen Kontakten?

Sie betreiben eine Homepage und haben viel Mühe und Zeit in die Erstellung der Webseite investiert oder viel Geld bei einem Webmaster bezahlt und müssen leider feststellen, dass sich keiner über Ihre Homepage bei Ihnen meldet.

Sie fragen sich zu Recht - warum?

Immer wieder wird mir diese Frage von enttäuschten Webseitenbetreibern gestellt, die einfach nicht verstehen können, warum das nicht funktioniert.

Ich habe Ihnen hier mal einige der häufigsten Fehler aufgelistet, die immer wieder bei der Erstellung von Kontaktseiten bzw. Kontaktformularen gemacht werden.

- 1. Grundvoraussetzung ist, dass Ihre Webseite von vorn herein einen vertrauenswürdigen Eindruck macht.** Dieser Eindruck ist in jedem Fall immer **subjektiv** und entsteht meist schon auf der Startseite. Es ist nicht erforderlich dass Sie Ihre Homepage schön und seriös empfinden, sondern der Besucher Ihrer Webseite muss dieses Gefühl bekommen.
- 2. Der Besucher Ihrer Webseite muss den Verweis (Link) zur Kontaktseite bzw. zum Formular möglichst schnell finden. Postieren Sie ihn auf allen Seiten Ihrer Homepage.** Benennen Sie diesen Verweis (Link) immer mit dem Wort **Kontakt**. Das hat sich so im WWW eingebürgert.
- 3. Entscheiden Sie sich immer für ein Formular und niemals für einen Mailto:Link!** Bei einem Mailto:Link klickt man in der Regel auf einen Link und es öffnet sich das Standardmailprogramm, welches an dem Rechner, an dem der Besucher gerade sitzt, eingerichtet ist. Das muss ja nicht immer der eigene Rechner sein. Das kann ein PC im Internet Caffe oder der Rechner im Betrieb sein. Viele User haben auch an ihrem heimischen PC das Mailprogramm (z.B. Outlook Express) nicht zum versenden und empfangen von E-Mails eingerichtet. Diese User machen das oft ausschließlich über die Freemailer wie GMX, Web.de, Freenet usw. oder haben überhaupt keine E-Mail Adresse. Dann ist es mit einem Mailto:Link nicht möglich, Ihnen eine Nachricht zukommen zu lassen! Sie schließen damit regelrecht einen Teil Ihrer Webseitenbesucher aus.
- 4. Wenn Sie sich für ein Formular entschieden haben, sollte die Anzahl der Eingabefelder auf das aller notwendigste reduziert werden.** Z.B. für Vorname und Nachname nur ein Feld. Je weniger der Besucher ausfüllen muss, desto eher ist er bereit, das Formular auszufüllen und abzusenden. Denken Sie daran, dass Sie ja nur Kontakt mit ihm aufnehmen und ihn nicht unnötig ausfragen wollen!
- 5. Machen Sie nicht alle Felder zu Pflichtfeldern.** In der Regel reichen 3 - 4 Angaben völlig aus. Z.B. Name, E-Mail oder Telefon, Betreff und ein Textfeld für die Nachricht.
- 6. Kennzeichnen Sie die Pflichtfelder und nennen Sie einen Grund, warum Sie mindestens diese Angaben brauchen um zu antworten.** Um Spam zu verhindern, sollten Sie eine Eingabeüberprüfung beim Absenden durchführen. Machen Sie aber Ihr Formular nicht zu einem Hochsicherheitstrakt und geben Sie dem User nicht das Gefühl, dass Sie seinen Eingaben misstrauen oder noch besser, dass Sie ihn eigentlich das Formular nicht absenden lassen wollen.

Kontaktformular auf Webseiten

Welchen Nutzen hat ein Kontaktformular auf einer Homepage und warum kommt es in vielen Fällen zu ganz wenigen bzw. gar keinen Kontakten?

7. **Nach Absenden des Formulars sollte eine Nachricht erscheinen, die dem Besucher freundlich dankt und bestätigt, dass die E-Mail erfolgreich an Sie abgesendet worden ist.** Wenn der Besucher in Ihrem Formular seine E-Mailadresse angegeben hat bzw. angeben musste (dann in jedem Fall), sollte auch an ihn eine E-Mail versendet werden, damit er sofort weiss, dass man seine Kontaktaufnahme bearbeiten wird. Diese E-Mail aber bitte nur Text-Formatiert senden. Sie wissen nie mit welchem E-Mailprogramm er seine Mails empfängt. Wenn das nicht richtig programmiert wird, kann das unter Umständen zu völlig unleserlichen oder zumindest zu sehr unschönen Effekten in der Darstellung der Mail führen.
8. **Spätestens am nächsten Arbeitstag sollte die Kontaktaufnahme zu den üblichen Geschäftszeiten, wenn nicht anders angegeben, erfolgen.**
9. **Z.B. GMX Mailadresse, mein.name@gmx.de und Ihre Domain, www.domain.de als Webadresse.** Also meine Damen und Herren, das geht überhaupt nicht! Sie geben Ihren Besuchern das Gefühl, dass Sie Ihrer eigenen Webadresse selbst nicht vertrauen. Ihr Provider hat Ihnen ein Webpaket verkauft, in dem oft mehrere hundert Postfächer möglich sind.
Also bitte, machen Sie sich Ihre E-Mailadresse passend zu Ihrer Webseite.
10. **Verwenden Sie keine kostenlosen Formular-Mailer.**
Form-Mailer, Formular-Mailer usw. sind kostenlose Kontaktformular-Auswertungsdienst, die Ihnen das Erstellen und Betreiben von Kontaktformularen auf Homepages angeblich erleichtern bzw. erst ermöglichen. In der Regel werden mit den Mails die dieser Dienst versendet, jede Menge Werbung mit verschickt.
Bis hier hin wäre es ja noch zu ertragen, aber das schlimmste ist, dass diese Dienste die E-Mail Adressen (auch die Ihrer Kunden) speichern und zu Werbezwecken weiter missbrauchen und weiter verkaufen.
Es sind so zu sagen E-Mail Sammler! Also Finger weg von kostenlosen E-Mail Diensten. Fragen Sie Ihren Provider, ob er diesen Dienst (CGI Formularverarbeitung) ebenfalls anbietet oder buchen Sie ein höherwertiges Web-Paket bei ihm.



Die 10 Todsünden einer Webseite

Und ist die Seite auch gut gelungen, verträgt sie dennoch Änderungen!

Immer noch gilt der alte Grundsatz: „**Es steht schwarz auf weiß geschrieben!**“, Das gilt auch nach wie vor für Internetseiten. Zumindest für geschäftliche.

1.) Zu viel Animation

Bewegte Bilder und bewegter Text werden häufig eingesetzt, um Aufmerksamkeit zu erregen. Aber oft zieht die Animation so viel Aufmerksamkeit auf sich, dass sie ablenkt. Benutzen Sie besser Überschriften, Aufzählungen oder Fettschrift, um Schwerpunkte zu setzen und Wichtiges hervorzuheben.

2.) Unterschiedliche Textfarben und Schriftstile

Wenn Sie auf Ihrer Webseite zu viele verschiedene Textfarben und Schriftstile benutzen, wirkt die Seite unübersichtlich und verwirrend. Beschränken Sie sich auf einige wenige Farben und auf gängige Schriftarten, wie z.B. Verdana, Arial, Helvetica, Geneva oder Courier. **Verzichten Sie auf exotische Schriftarten, diese werden im Browser Ihres Besuchers nur angezeigt, wenn er sie installiert hat.** Andernfalls wird eine Ersatzschriftart angezeigt, die erheblich von der von Ihnen gewählten Schriftart abweichen kann.

3.) Diese Seite wurde optimiert für...

Ihre Website sollte nicht für einen bestimmten Browser oder eine bestimmte Auflösung gemacht werden, sondern sollte überall funktionieren.

4.) Hintergrund-Musik

Hintergrund-Musik fügt keinen Inhalt hinzu, sondern erhöht die Ladezeit ihrer Webseite und erschreckt den Besucher, da seine Lautsprecher eingeschaltet sein können! Geben Sie Ihren Besuchern zumindest die Möglichkeit, die Musik abzustellen. Oder besser noch, Sie verzichten auf das automatische Abspielen von Musik.

5.) Micro Design

Die Bildschirmauflösung sollte ab 880 px - 1000 px in der Breite betragen. Das entspricht eines 19 Zoll Monitors mit mittlerer Auflösung. Minimalisten sollten sich Ihre Webseite mal auf Widescreen Monitoren mit 22 Zoll oder mehr ansehen. Das wäre heutiger Standart in der Geschäftswelt.

Eine Auflösung unter 880 px z.B. 480 px - 640 px Breite ist völliger nonsens und sollte umgehend geändert werden.

6.) Browser und Systeme

Heutzutage ist es unbedingt erforderlich, die erstellte Webseite, bevor diese online geht, umfassend auf Browserverträglichkeit ausgiebig zu testen.

Mitlerweile gibt es unzählige Varianten von Browsern auf vielen unterschiedlichen Betriebssystemen. Denken wir nur mal an den Internet Explorer. Diesen gibt es in der Version 6, 7, 8 und 9. Dann den Mozilla Firefox ab Version 1.4 über 3 bis 4, den Opera von Version 6 bis 11 und zu guter letzt noch den neuen Chrome von Google.

Und das alles noch für die Systeme Windows XP bis Windows 7, mehrere Linuk Varianten und das Mac-System mit deren speziellen Browsern Safari, KDE u.s.w. Da kommen Sie leicht auf über 60 verschiedene Browser-Versionen, die alle unterschiedlich die Programmierung Ihrer Webseite interpretieren und darstellen.

Die 10 Todsünden einer Webseite

Und ist die Seite auch gut gelungen, verträgt sie dennoch Änderungen!

7.) Horizontale Scrollleisten

Horizontale Scrollleisten verringern die Benutzerfreundlichkeit. Einige Besucher merken nicht einmal, dass sie seitwärts scrollen müssen, um den ganzen Inhalt zu sehen. Testen Sie Ihre Webseite auch mit verschiedenen Bildschirmauflösungen, um sicherzustellen, dass auch Besucher mit kleinen Monitoren nicht seitwärts scrollen müssen.

8.) Lange Ladezeiten

Webseiten, die ewig lange laden, sind schnell weggeklickt, besonders dann, wenn der Besucher über eine Suchmaschine kommt, wo noch viele andere Seiten zum gleichen Thema aufgelistet sind.

Denken Sie immer daran, dass es User gibt, die nicht mit DSL 16000 und mehr unterwegs im WWW sind. Neuste Umfragen haben ergeben, dass über 30 % der Einzel- und Kleinunternehmer regionalbedingt mit DSL 384 - DSL 1000 versorgt sind und somit nur eingeschränkte Möglichkeiten im Internet haben.

9.) Unübersichtlichkeit

Ihre Besucher finden sich auf Ihren Seiten nicht zurecht und finden nicht, was sie suchen. Das kann dazu führen, dass die Besucher die Seite frustriert verlassen und nie mehr wiederkommen.

Planen Sie Ihre Navigation und lassen z.B. Bekannte, Freunde oder Nachbarn die Seite testen. Schauen Sie sich dabei die Mausbewegungen des Probanden an. In der Regel sind kreisende Bewegungen ein schlechtes Zeichen!

10.) Schlechte oder veraltete Programmierung

Ob es die Webseite an sich ist oder die kleinen JavaScripte, die jeder auf seiner Webseite einbauen will: achten Sie beim Einbau darauf, dass die Funktionalität der Webseite erhalten bleibt und Browser-Übergreifend ist. Nicht jedes Gimmik läuft in jedem Browser!

Nachwort:

Verzichten Sie unbedingt auf Gästebücher jeglicher Art und wenn es möglich ist, auch auf Besucherzähler. Es sei denn, Ihre Webseite wird täglich von mehreren hundert Usern besucht. Und zum guten Schluß, verlinken Sie keine privaten Homepages.

