



Fix & Einfach



# Das Geheimnis erfolgreicher Webseiten

Was Sie über Websites wissen müssen

# Inhalt

## **Was Sie über Websites wissen müssen 4**

Was ist ein Website-Baukasten? 4

Was ist ein Webdesigner? 5

Webauftritt, Homepage, Website, Landing Page:  
Worum geht es überhaupt? 6

## **Praxisteil 1: 5 Dinge, die ich mit meiner Website erreichen will 7**

### **Wie ist eine Website aufgebaut? 9**

Pflichtbestandteile 9

Technische Voraussetzungen 11

Texte und Bilder 12

### **Spart eine selbst gemachte Website wirklich Geld? 13**

### **Wann ist eine Website erfolgreich? 14**

### **Webanalyse 15**

### **SEO 16**

### **Praxisteil 2: Ihr Weg zur Website 17**

### **Wer zum Erfolg Ihres Internetauftritts beiträgt 19**

### **Impressum 21**

## Hinweis

Die Informationen in dieser Broschüre wurden sorgfältig geprüft. Da sich das Internet, seine Regeln und die Gesetzgebung dazu unablässig verändern, können die Autoren keinen Anspruch auf Vollständigkeit und Aktualität der Inhalte erheben. Das ist einer der Gründe, warum Sie sich von einem Experten beraten lassen sollten.

Wir empfehlen <https://www.fix-und-einfach.de/>

## Was Sie über Websites wissen müssen

Ziel dieses Handbuchs ist es, Ihnen einen Überblick darüber zu geben, wie ein professioneller Webauftritt aussehen sollte. Gleichzeitig dient es als Arbeitsbuch, das Ihnen konkret dabei hilft, Ziele festzulegen, den richtigen Webdesigner zu finden und den Pflegeaufwand für Ihre Website abzuschätzen.

Wir vertreten dabei den Standpunkt, dass es sich für jeden lohnt, sich mit Programmieren, SEO und Webanalyse zu befassen. Die meisten Unternehmer können die Details aber getrost den Spezialisten überlassen. Egal ob als Startup oder etabliertes Unternehmen: Man muss immer eine ganze Reihe von Dingen gleichzeitig können, und es lohnt sich nicht, sich in alle Bereiche so einzuarbeiten, dass man sie selbst aktiv anwenden kann. Zum Beispiel:

- das jeweilige Geschäftsmodell beherrschen
- Personalführung, Steuern, Finanzierung und andere Grundlagen nicht vernachlässigen
- überzeugendes Marketing machen
- Networking auf Messen und bei anderen Veranstaltungen

Aus verschiedenen Gründen trauen sich aber mehr Unternehmer zu, ihre Website selbst zu gestalten oder einen Bekannten darum zu bitten, als zum Beispiel ihre Steuererklärung auf die gleiche Weise zu machen.

## Was ist ein Website-Baukasten?

Im Internet stehen zahllose günstige oder sogar kostenlose Website-Baukästen zur Verfügung, die ein tolles Ergebnis mit wenigen Klicks versprechen. Wir werden im Nachfolgenden noch sehen, dass man damit ein Glücksspiel eingeht, das teuer werden kann. Bestenfalls wissen Sie, welche Funktionen Ihre Website braucht, und verschwenden viel Zeit mit der Suche nach dem richtigen Tool. Schlimmstenfalls wissen Sie nicht, was Ihre Website braucht, und lassen sich von Versprechungen in die Irre führen. Es gibt durchaus einige gute Website-Tools, aber wie jedes Werkzeug brauchen Sie jemanden, der sich mit der Bedienung auskennt. Ihr Webauftritt ist wie

ein Garten, der regelmäßig gepflegt werden soll. Wer mit Spitzhacke und Presslufthammer anrückt statt mit Harke und Spaten, wird nicht lange Freude damit haben.

## **Was ist ein Webdesigner?**

Man kann sich auf vielfältige Weise zum Webdesigner ausbilden lassen. Es handelt sich dabei um keine geschützte Bezeichnung, also kann sich jeder als Webdesigner, Webentwickler oder Ähnliches bezeichnen. Auch die Referenzen eines Webdesigners sagen einem Laien nur bedingt, wie viel Aufwand sich derjenige, der sie erstellt hat, damit gemacht hat und wie zufrieden das Unternehmen ist.

Nur wenn Sie zumindest grundlegend wissen, was Sie mit Ihrer Website erreichen wollen und was Sie dafür brauchen, können Sie überprüfen, ob das Preis-Leistungs-Verhältnis Ihrer Dienstleister stimmt. Leider kommt es immer wieder vor, dass schwarze Schafe die gleiche Leistung leicht abgeändert immer wieder verkaufen oder astronomische Preise für Routineaufgaben verlangen. Auch dafür werden wir Ihnen später einige Hinweise geben.

## **Webauftritt, Homepage, Website, Landing Page: Worum geht es überhaupt?**

Das Internet bietet unendliche Möglichkeiten. Unternehmen konzentrieren sich meist auf zwei Marketing-Maßnahmen, die eng miteinander verknüpft sind:

- die eigene Webpräsenz
- Content in sozialen Medien, Foren und auf verschiedenen Plattformen

Wir sprechen von „Webpräsenz“ und meinen damit mehr als das, was für einen Internetnutzer sichtbar ist. Die Webpräsenz ist alles, was Sie selbst verändern können beziehungsweise worauf Sie Zugriff haben. Dabei ist es egal, ob es auf Ihrem eigenen Server oder gemietetem Speicherplatz liegt. Dazu gehört auch die Verarbeitungsgeschwindigkeit von Anfragen und die Kapazität, die Ihnen zur Verfügung steht.

„Homepage“ ist eigentlich das Wort nur für die Startseite. Abgekürzt sehen Sie dort auch oft den Begriff „Start“ oder „Home“.

Die „Website“, „Site“ oder der „Webauftritt“ umfasst alle Webseiten, Formulare und Dateien.

Für Social-Media-Content gibt es je nach Plattform weitere Bezeichnungen. Damit beschäftigen wir uns hier aber nicht. Eine stringente Verwendung der Nomenklatur hilft Ihren Partnern und Kunden, Ihre Webpräsenz aufzubauen und zu verbessern.

Aber vergessen Sie als ersten Schritt erst einmal alles, was mit Technik zu tun hat, und überlegen Sie sich, was Ihre Website bringen soll.

## Praxisteil 1: 5 Dinge, die ich mit meiner Website erreichen will

Bevor Sie weiterlesen – nicht schummeln! 😊 –, ist hier eine kleine Aufgabe für Sie. Sie verhilft Ihnen zu **mehr Klarheit** beim Planen Ihrer Website. Schreiben Sie 5 Ziele für Ihre Website auf. Damit kann zum Beispiel ein Bedürfnis gestillt oder ein Unternehmensziel erreicht werden.

1. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
2. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
3. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
4. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_
5. \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_

Die meisten Unternehmen stellen sich die Frage, ob sie eine Website brauchen, ebenso wenig wie die nach dem Sinn von Visitenkarten – sie gehören einfach zum Standard. Oder doch nicht. Wie es auch anders geht, zeigt die Marketing- Agentur **BooneOakley**. Sie hat ihre Website komplett in einer Reihe von YouTube-Videos untergebracht und hebt sich damit von ihren Mitbewerbern auf dem Markt ab. Es lohnt sich also, zusammen mit einem Coach ergebnisoffen zu überlegen, womit Sie die meisten PS auf die Straße bringen.

Ein eigener Internetauftritt bietet unbestreitbar einige Vorteile. Mit minimalen Kosten können Sie langfristig Menschen auf der ganzen Welt erreichen, mit ihnen interagieren und verschiedene Bereiche Ihres Unternehmens automatisieren.

Schauen Sie sich Ihre Liste noch einmal aus einem anderen Blickwinkel an: Was will Ihr Unternehmen mit einer Website erreichen? Was wollen Ihre potenziellen Kunden damit erreichen? Je besser Sie sich in die Internetnutzer hineinversetzen können, desto erfolgreicher wird Ihre Website.



## Wie ist eine Website aufgebaut?

Eine Website ist wie ein Gebäude. Stellen Sie sich vor, alle Türen wären auf der Vorderseite, die Gänge würden teilweise im Nichts enden und das Dach wäre doppelt vorhanden. So sehen viele Websites leider aus. Grundsätzlich steht die Nutzerfreundlichkeit an erster Stelle. Sie wissen selbst, wie mühsam es bei einigen Webauftritten ist, herauszufinden, was dort überhaupt angeboten wird. Bis zur Bestellung oder zur Antwort auf eine Anfrage ist es dann ein langer Weg ... Der Begriff, der am häufigsten dafür verwendet wird, einen Nutzer dazu zu bringen, etwas zu tun, lautet **Conversion**. Dafür muss die sogenannte **User Journey**, also die Reise Ihres Website-Besuchers so geplant werden, dass er reibungslos am Ziel ankommt. In diesem Zusammenhang werden Sie vielleicht auch etwas über den **Conversion Funnel** hören. Das ist der Trichter, der den Nutzer von einer beliebigen Einstiegsseite zum Ziel führt.

## Pflichtbestandteile

Die Europäische Datenschutz-Grundverordnung, das Telemediengesetz und weitere Bestimmungen legen fest, was im Internet erlaubt und vorgeschrieben ist. Schon allein die Pflichtbestandteile einer Seite sind für viele Laien eine Herausforderung. Da Ihre Website in den meisten Fällen auch ein Kommunikationskanal mit Ihren Kunden sein wird, sollten Sie wissen, was Sie mit den Kundendaten machen dürfen und was nicht. In den meisten Fällen ergibt sich das aus den üblichen geschäftlichen Gepflogenheiten. Die Fälle, die Probleme bereiten, können aber teuer werden und zudem der Reputation eines Unternehmens empfindlich schaden. Schon allein deswegen sollten Sie sich professionelle Hilfe suchen.

**Hier eine Liste mit Inhalten einer Website, die aus rechtlichen und anderen Gründen nicht fehlen sollten:**

- Domain-Name: Der Name, ohne den die Adresse Ihrer Website nur eine lange Ziffer wäre. Er muss rechtliche Vorgaben erfüllen
- Meta-Elemente: Kurze Texte, die Suchmaschinen und Nutzern helfen zu erkennen, ob Ihre Website das enthält, wonach sie suchen. Keywords: spezifische Begriffe, die Ihre Website thematisch von den Mitbewerbern unterscheiden.
- Autor: Diese Angabe ist nicht nur als Urhebernachweis, sondern auch für die Suchmaschinen relevant.
- Anweisungen für Webcrawler und weitere Elemente, die Ihre Website im Netz besser auffindbar machen.
- Alt-Texte für Menschen mit Einschränkungen
- Impressum mindestens mit folgenden Informationen:
  - vollständiger Name und Anschrift, Telefon und Faxnummer
  - Umsatzsteuer-Nummer
  - E-Mail-Adresse
  - Angabe zur Nutzung von personenbezogenen Daten (Datenschutzerklärung)
  - „Disclaimer“ mit rechtlichen Hinweisen
- Datenschutzerklärung
- Disclaimer/Haftungsausschluss

## Technische Voraussetzungen

Wissen Sie noch, wie lange es früher dauerte, sich über das Modem ins Internet einzuwählen? Telefonieren und Internetsurfen gleichzeitig? Unmöglich! Da musste man sich schon gut absprechen. Diese Geduld bringt heutzutage niemand mehr auf. Dafür erledigen wir mittlerweile zu viele Dinge im Internet. Schon 2-3 Sekunden Seitenaufbau fordern unsere Geduld heraus. Egal ob auf dem Desktop oder einem mobilen Gerät.

Umso wichtiger ist es darum, dass sich Ihre Website schnell aufbaut. Und wann baut sich eine Website schnell auf? Wenn sie technisch perfekt gestaltet ist. Dazu gehört eine effiziente, „schlanke“ Programmierung ebenso wie das Verkleinern großer Dateien wie zum Beispiel Bildern. Als Laie haben Sie nicht die Expertise, schnell herauszufinden, was eine Website ausbremst und wie man sie beschleunigen kann.

Neben der Geschwindigkeit gibt es auch nach wie vor die Frage, wie kompatibel Ihre Website mit den Endgeräten und Browsern Ihrer Nutzer ist. Sie sollten zumindest die Grundlagen der Webanalyse beherrschen, um Ihre Website auf die Nutzergewohnheiten abzustimmen. Zum Beispiel sollten Sie wissen, welche Sprachen Ihre Besucher sprechen, um zum Beispiel eine Übersetzung der Inhalte anzubieten.

Viele große Unternehmen setzen inzwischen auf „Mobile first“ oder sogar „Mobile only“. Das bedeutet, dass die Entwicklung einer Website, die auf mobile Geräte ausgelegt ist, an erster Stelle steht. Gleichzeitig wird die Sprachsuche immer wichtiger. Texte und Keywords müssen der Tatsache Rechnung tragen, dass immer mehr Menschen nach „Wo kann ich jetzt gut essen gehen?“ suchen anstatt nach „Restaurant Hamburg“.

## Texte und Bilder

Texte und Bilder einer Website können wie die gesamte Gestaltung aus einem Baukasten kommen – mit den gleichen Problemen: Wenn es kein Alleinstellungsmerkmal gibt, haben Kunden auch keinen Grund, sich an Ihre Website zu erinnern oder sie noch einmal zu besuchen. Zudem strafen Suchmaschinen Inhalte ab, die nicht einzigartig sind. Wer sich sogar dabei erwischen lässt Inhalte anderer Websites einfach zu kopieren, bekommt bald Post vom Anwalt.

Wer seine Texte und Bilder hingegen vom Profi erstellen lässt, bekommt eine individuelle Gestaltung, bei der alles aus einem Guss ist. Dank hohem Wiedererkennungswert und sorgfältiger Planung rechnen sich auch die Investitionen. Texte und Bilder eignen sich leicht abgewandelt und neu zusammengestellt meist für eine Zweitverwertung in Ihrem Blog oder in den sozialen Netzwerken.

## **Spart eine selbst gemachte Website wirklich Geld?**

Vergleichen wir das Erstellen einer Website einfach mal mit einem Friseurbesuch. Dass jemand eine Schere halten kann, bedeutet noch lange nicht, dass er einen modischen Schnitt hinkommt. Wenn Sie Ihre Website selbst erstellen, sparen Sie damit ohne Zweifel Geld – Sie verpassen damit aber auch einige Chancen. Eine professionelle Website ist wie ein zusätzlicher Angestellter, der rund um die Uhr auf der ganzen Welt für Sie Akquise und Marketing macht. Darüber hinaus sammelt eine gute Website für Sie Daten über Ihre Kunden und informiert Sie über neue Trends.

Werfen Sie noch einmal einen Blick auf Ihre Liste mit Zielen für Ihre Website. Enthält sie die Punkte Webanalyse, Digitalisierung und Automatisierung von Abläufen in Ihrem Unternehmen? Ihre Website bzw. die Daten, die sie generiert, können Ihnen dabei helfen die Entscheidungen in Ihrem Unternehmen auf eine verlässliche Grundlage zu stellen.

Eine erfahrene Webagentur kann mehr, als Ihnen Rechtssicherheit und ein ansprechendes Interface zu bieten. Je nach Branche und Geschäftsmodell kann Ihre Website zum Motor Ihres Erfolgs werden.

## Wann ist eine Website erfolgreich?

Viele junge Unternehmen machen den Fehler, dass sie bei der Planung ihrer Website keine Ahnung von KPIs haben. KPI steht für **Key Performance Indicator**, eine Messgröße, mit der man den Erfolg einer Website oder Marketingmaßnahme ermitteln kann. Die Schwierigkeit bei KPIs liegt darin, dass sie für jedes Unternehmen individuell entwickelt werden müssen.

### Ein einfaches Beispiel:

Sie haben ein neues Angebot und wollen, dass viele Besucher auf Ihre Website kommen, um es kennenzulernen und zu kaufen. Tatsächlich bekommen Sie Tausende von Aufrufen, müssen aber feststellen, dass kaum jemand das Angebot bestellt. Ihr KPI „Besucher“ war also nicht aussagekräftig.

Wenn Sie das zeitnah bemerken und daraus lernen, ist das nicht schlimm. Ihre Online-Maßnahmen sollten sogar auf diesem Prinzip aufgebaut sein. Sie sollten aber unbedingt wissen, wie Sie an aussagekräftige Daten kommen und wie sie diese auswerten.

Beliebte KPIs, die Ihnen helfen, den Erfolg Ihrer Website zu bewerten, sind Conversions, Bounces (Besucher, die sich nur eine Seite ansehen), wiederkehrende Besucher und die Absprungrate.

Für die meisten Unternehmen gilt das Ziel Stammkunden zu gewinnen. Die Akquise von Neukunden ist unverzichtbar, aber vergleichsweise aufwendig und unsicher. Es ist einfacher und effizienter bestehende Kunden zu halten.

## Webanalyse

Nutzen Sie die Möglichkeiten, die Ihnen die Webanalyse bietet. Ein eindrucksvolles Beispiel: Eine große Supermarkt-Kette in den USA hat probierhalber Wetterdaten in die Analyse der Produktverkäufe mit aufgenommen. Man erhoffte sich nicht viel davon, da irgendwie klar war, dass zum Beispiel Eis und Erfrischungsgetränke an warmen Tagen besser verkauft wurden. Es ergaben sich aber auch Überraschungen. Zum Beispiel, dass bei Sturmwarnung um einiges mehr an Erdbeertörtchen verkauft wurden. Vor Stürmen wurden die Törtchen also besser platziert, was ein großes Umsatzplus brachte.

Die Webanalyse sagt Ihnen, für welche Geräte, Sprachen, Medien und Tageszeiten Sie Ihre Inhalte optimieren sollten. Sie erlaubt es Ihnen dank Maßnahmen wie AB-Testing, Ihre Website bis in die kleinsten Details anzupassen. Farbe und Form von Buttons können dabei ebenso eine Rolle spielen wie Formulierungen. Finden Sie heraus, ob Ihre Besucher geduldet oder gesiezt werden wollen, ob sie lieber Kurzvideos ansehen oder Texte lesen und vieles mehr.

## SEO

SEO steht für „Search Engine Optimization“, also das Optimieren eines Internetauftritts für eine bessere Auffindbarkeit über die Suchmaschinen. Allein zu diesem Thema wurden unzählige Bücher geschrieben und die Kriterien für eine optimal gestaltete Website ändern sich so häufig wie die Algorithmen der Suchmaschinen. Deshalb brauchen Sie dafür Profis, die wissen, worauf es in Ihrem Fall ankommt und wie Sie mit minimalen Mitteln eine maximale Wirkung erzielen. Ein paar Maßnahmen dafür sind:

- sinnvoller Aufbau des Webauftritts (mit Pillar Content, personalisierbaren Inhalten, verschiedenen Plattformen ...)
- professionelle Texte (mit Keywords, Verlinkungen, IDF\*WDF-Optimierung ...)
- Link-Aufbau und Kooperationen



## Praxisteil 2: Ihr Weg zur Website

Wir möchten Ihnen hier eine grobe Checkliste für den Aufbau Ihrer Website vorstellen, die alle notwendigen und einige optionale Punkte enthält. Wahrscheinlich haben Sie bereits das eine oder andere abgearbeitet, aber ein Webauftritt ist sowieso nie fertig und es lohnt sich regelmäßig eine Neubewertung vorzunehmen. Da auch eine gute Webagentur nicht alle Branchen und Geschäftsmodelle kennen kann, ist es vorteilhaft, wenn Sie sich zuerst eigene Gedanken machen, bevor Sie sich beraten lassen. Eine herausragende Website entsteht immer dann, wenn sich Kunde, Webdesigner, Webtexter und Social-Media-Manager gegenseitig inspirieren.

- **Den Bedarf ermitteln:** Nehmen Sie die (überarbeiteten) Punkte aus dem ersten Praxisteil und finden Sie eine kreative Lösung dafür. Das kann eine Website sein oder (auch) eine andere Maßnahme.
- **Die technischen Grundlagen schaffen:** Sie brauchen Speicherplatz, Bandbreite für die Datenübertragung und Schutz vor Angriffen. Außerdem sollten Sie sich frühzeitig Ihre Wunsch-URL mit häufig verwendeten Endungen (.com, .de, .org ...) und evtl. ähnliche Begriffe sichern.
- **KPIs ermitteln und einsetzen:** Formulieren Sie die Ziele für Ihre Website als messbare Größen, um den Erfolg zuverlässig ermitteln zu können.
- **Regelmäßig Content erstellen:** Befüllen Sie Ihren Webauftritt mit Inhalten, die Suchmaschinen und Kunden gleichermaßen ansprechen und hören Sie nicht damit auf. Die Interessen Ihrer Besucher ändern sich im Lauf der Zeit und abhängig von aktuellen Ereignissen. Außerdem werden jüngere Inhalte von Suchmaschinen in der Regel besser bewertet als ältere.
- **Webanalyse:** Nutzen Sie KPIs und weitere Informationen, um Ihren Webauftritt und die Kommunikation mit Ihren Kunden zu verbessern.

Fangen Sie regelmäßig erneut beim Bedarf an, denn die technischen Voraussetzungen und die Nutzergewohnheiten ändern sich unaufhörlich.

Sie sollten nicht unterschätzen, wie wichtig es ist, dass Sie verzögerungsfrei auf Entwicklungen reagieren können und sich Pläne für bestimmte Situationen zurechtlegen. Was tun Sie, wenn Sie unbeabsichtigt einen Shitstorm auslösen? Können Sie Ihr Angebot skalieren, wenn eine Ihrer Inhalte plötzlich zum viralen Erfolg wird? Wenn Sie erst dann handeln können, wenn das Interesse der Internetbenutzer bereits wieder von einem anderen Thema in Anspruch genommen wird, ist es zu spät. Eine Webagentur sollte Ihnen zeitnah Kapazitäten für Beratung und konkrete Maßnahmen garantieren.

## Wer zum Erfolg Ihres Internetauftritts beiträgt

Zum Schluss möchten wir Ihnen einige Spezialisten vorstellen, die Ihnen dabei helfen können, Ihren Webauftritt und Ihr Unternehmen erfolgreicher zu machen. Diese kurze Liste zeigt, wie viel dazugehört, einen wirklich guten Webauftritt zu gestalten.

**Coach/Konzeptioner:** Mit einem Coach oder Konzeptioner ermitteln Sie das, was Ihr Unternehmen besonders macht, und finden einen Weg, das überzeugend darzustellen. Diese Arbeit ist die Grundlage für alles Weitere. Außerdem kann ein Konzeptioner oder Redakteur mit Ihnen zusammen auch regelmäßig Themen und Inhalte für Ihre Website entwickeln.

**Texter:** Ein Webtexter oder Werbetexter kümmert sich um wirksamen Content, der Suchmaschinen und menschliche Besucher anspricht. Ein guter Webtexter ermittelt für Sie passende Keywords und bringt sie mit einem guten Kosten-Nutzen-Verhältnis in die richtige Form. Schlechte Texte werden von den Suchmaschinen übersehen und bleiben bei den Kunden negativ in Erinnerung.

**Grafiker:** Ein Grafiker sorgt nicht nur dafür, dass Ihre Website schön aussieht. Er optimiert Bildgrößen, findet Bilder und Filme, die zu Ihrem Unternehmen passen und stellt komplizierte Sachverhalte anschaulich dar. Insgesamt ergibt sich daraus ein unverwechselbarer Look mit hohem Wiedererkennungswert.

**Webdesigner/Programmierer:** Im Unterschied zu einem Grafiker kümmert sich ein Webdesigner oder Programmierer vor allem um die Funktionen einer Website und deren User Interface. Er ist unverzichtbar, wenn Sie nicht nur eine Website von der Stange haben wollen.

**Social-Media-Manager:** Die sozialen Kanäle wie Instagram, Twitter und Facebook sind so vielschichtig, dass größere Unternehmen einen oder mehrere Spezialisten beschäftigen, die sich ausschließlich darum kümmern. Manchmal bietet es sich auch an, mit einem Influencer zusammenzuarbeiten, also einer bekannten Person, die auf den sozialen Kanälen für ein bestimmtes Thema steht.

**Datenschutzbeauftragter:** Wenn Sie mit personenbezogenen Daten arbeiten, brauchen Sie jemanden, der sich mit der DSGVO und den übrigen rechtlichen Bestimmungen auskennt.

**Webanalyst:** Eine gute Webagentur kann Ihnen eine Einführung in die Webanalyse geben und regelmäßig Daten für Sie auswerten. Die volle Bandbreite an Wissen erschließt sich aber erst mit einem spezialisierten Webanalysten oder Consultant, der sich um Tagging, Tools und Reporting kümmert.

Haben Sie Fragen? Dann rufen Sie  
uns gerne an: **+49 8161 - 86 27 67**  
oder schreiben Sie uns eine **E-Mail**.

**Inhaltlich verantwortlich:**

WORTKIND® | Texte, Marketing, PR und Coaching  
Textexpertin Ursula Martens  
Erdinger Straße 74a  
85356 Freising

+49 8161 - 86 27 67  
ursula.martens@wortkind.de

**Gestaltung und Umsetzung:**

Franz & Späth, Büro für Gestaltung  
Engelsgrube 25  
23552 Lübeck

+49 451 - 889 45 35  
franz@franzundspaeth.de

**Bildnachweis Titelbild**

iStock.com/PeopleImages

**[www.fix-und-einfach.de](http://www.fix-und-einfach.de)**

