

Jörg Krause
Felix Somm

•oi
OK,
0°,, OS:

O11-111B

**Die perfekte Strategie
für Ihren Internet-Auftritt**



Carl Hanser Verlag München Wien

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....5

Teil 1 - Online Marketing

1 Organisation des Internet.....17

1.1 Eine kurze Einführung.....17
1.1.1 Domain.....17
1.1.2 Merkmale und Verwaltung.....18
1.1.3 Geschichte.....20
1.1.4 Was die Zukunft bringt.....21
1.1.5 Was ist eigentlich.....23

2 Rechtsprobleme.....27

2.1 Verantwortlichkeiten.....27
2.1.1 Gesetzliche Grundlagen.....27
2.1.2 Wer trägt die Verantwortung?.....27
2.2 Vertragsrecht und anderes.....29
2.2.1 Übersicht wichtiger Urteile.....29
2.2.2 Ausführliche Urteile.....30
2.3 Verwendung von Markennamen.....33
2.3.1 Markennamen auf Webseiten.....33
2.3.2 Markennamen in Suchhilfen.....34
2.3.3 Domaingrabbing.....34
2.3.4 Aktuelle Urteile zum Markenrecht.....35
2.3.5 Arbeitsrecht.....42
2.4 Adressen.....42
2.4.1 Webadressen.....42
2.4.2 Newsgroups.....43

3 Marktstatistiken.....45

3.1 Wie weit sind die anderen?.....45
3.1.1 Werbeträger.....45
3.1.2 Produktspektren.....47
3.1.3 Werbeformen.....48
3.2 Der Markt.....48
3.2.1 Der Online-Markt in Deutschland.....48
3.2.2 Einkommen und Struktur.....51
3.2.3 Nutzungsverhalten.....52

| | | |
|----------|---------------------------------------|-----------|
| 3.3 | Aktivitäten für das neue Medium..... | 55 |
| 3.3.1 | Konventionelle Werbung..... | 55 |
| 3.3.2 | Die Suchmaschinen..... | 56 |
| 3.3.3 | Der Branchenvergleich..... | 58 |
| 3.4 | Electronic Commerce..... | 60 |
| 3.4.1 | Hintergründe..... | 60 |
| 3.4.2 | Zusammenfassung..... | 61 |
| 3.4.3 | Statistiken..... | 61 |
| 4 | Online-Marketing..... | 77 |
| 4.1 | Einleitung..... | 77 |
| 4.1.1 | Der Markt..... | 77 |
| 4.1.2 | Das Internet im Verkaufsprozeß..... | 80 |
| 4.1.3 | Aus was der Marktplatz besteht..... | 82 |
| 4.1.4 | Was kann Online-Marketing heute?..... | 84 |
| 4.2 | Definitionen..... | 84 |
| 4.2.1 | Der Begriff Online-Marketing..... | 84 |
| 4.2.2 | Vorteile und Nachteile..... | 85 |
| 4.2.3 | Kommunikationsformen..... | 86 |
| 4.2.4 | Produktmarketing..... | 87 |
| 4.3 | Regeln..... | 87 |
| 4.3.1 | Zehn Grundregeln..... | 87 |
| 4.3.2 | Zehn Werbetips..... | 89 |
| 4.3.3 | Zehn Designregeln..... | 90 |
| 4.4 | Kundenaktivierung..... | 92 |
| 4.4.1 | Kostenlose Werbung..... | 92 |
| 4.4.2 | Awards..... | 93 |
| 4.4.3 | Counter..... | 94 |
| 4.4.4 | Voting..... | 97 |
| 4.4.5 | Webringe..... | 97 |
| 4.4.6 | Bannertauschprogramme..... | 99 |
| 4.4.7 | Thematische Seiten..... | 100 |
| 4.4.8 | Online-Spiele..... | 101 |
| 4.5 | Kundenbindung..... | 104 |
| 4.5.1 | Professionelle Werbung..... | 104 |
| 4.5.2 | Interaktive Dienste..... | 106 |
| 4.5.3 | Virtuell Communities..... | 107 |
| 4.5.4 | Praxisreport..... | 108 |
| 4.6 | Miese Tricks..... | 112 |
| 4.6.1 | Kleine Gaunereien..... | 112 |
| 4.6.2 | Geld für Banner..... | 112 |
| 4.7 | Kundenorientierung..... | 113 |
| 4.7.1 | Einführung..... | 113 |
| 4.7.2 | Zielgruppentypen..... | 113 |

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|----------|--|------------|
| 4.7.3 | Serviceanalyse..... | 114 |
| 4.8 | Domainnamen..... | 115 |
| 4.8.1 | Namen im Internet..... | 115 |
| 4.8.2 | Der richtige Name..... | 116 |
| 4.8.3 | Alternativen..... | 118 |
| 4.8.4 | Ausgetrickst..... | 118 |
| 4.8.5 | Domainbörsen..... | 119 |
| 4.8.6 | Praxisreport..... | 121 |
| 4.9 | Konventionell werben..... | 123 |
| 4.9.1 | Noch mehr für das Angebot tun..... | 123 |
| 4.9.2 | Online integrieren..... | 124 |
| 4.10 | Qualität der Kunden..... | 124 |
| 4.10.1 | Kundenprofile..... | 124 |
| 4.10.2 | Die richtige Kundschaft..... | 128 |
| 4.10.3 | Wie es gemacht wird..... | 129 |
| 4.11 | Die Erfolgsstrategie im eBusiness..... | 129 |
| 4.11.1 | Verantwortlichkeiten..... | 129 |
| 4.11.2 | Der eBusiness-Chef..... | 131 |
| 4.11.3 | Geschäftsprozesse..... | 132 |
| 4.11.4 | Kostenanalyse..... | 134 |
| 4.12 | Der Schlachtplan zum Erfolg..... | 136 |
| 4.12.1 | Planung..... | 136 |
| 4.12.2 | Partnersuche..... | 138 |
| 4.12.3 | Konzeption..... | 140 |
| 4.12.4 | Realisierung..... | 142 |
| 4.12.5 | Online-Start..... | 144 |
| 4.12.6 | Rücklauf und Betrieb..... | 144 |
| 4.12.7 | Kontrolle und Auswertung..... | 145 |
| 4.12.8 | Optimierung und Korrektur..... | 146 |
| 5 | Online-Werbung..... | 147 |
| y 5.1 | Der Werbeplatz..... | 147 |
| 5.1.1 | Banner als Hauptwerbeträger..... | 147 |
| 5.1.2 | Andere Werbeformen..... | 152 |
| X 5.2 | Konditionen..... | 155 |
| 5.2.1 | Preismodelle..... | 155 |
| 5.2.2 | Preisbeispiele..... | 155 |
| 5.2.3 | Termine und Änderungen..... | 157 |
| 5.3 | Werbung auf Suchmaschinen..... | 157 |
| 5.3.1 | Bedeutung der Portalseiten..... | 157 |
| 5.3.2 | Was ist die Suchmaschine wert?..... | 158 |
| 5.3.3 | Lycos..... | 159 |
| 5.3.4 | Yahoo..... | 164 |

| | | |
|----------|---|------------|
| 5.4 | Werbung auf deutschen Suchmaschinen..... | 166 |
| 5.4.1 | Dino-Online..... | 166 |
| 5.4.2 | Fireball..... | 168 |
| 5.4.3 | Web.de..... | 169 |
| 5.5 | Werbung auf Portalseiten..... | 171 |
| 5.5.1 | Browserhersteller..... | 171 |
| 5.5.2 | Online-Dienste..... | 173 |
| 5.5.3 | Zeitschriften..... | 175 |
| V 5.6 | Banner im Angebot..... | 177 |
| 5.6.1 | Die eigene Site als Werbeplatz..... | 177 |
| 5.6.2 | Dienstleister..... | 177 |
| 5.6.3 | Software..... | 178 |
| 6 | Praxisreport - Virtuelle Communities..... | 181 |
| 6.1 | Was ist eine Community?..... | 181 |
| 6.2 | Internet Communities als Geschäftsidee..... | 182 |
| 6.3 | Die technische Infrastruktur einer kommerziellen Community..... | 184 |
| 6.4 | Die Technik am Beispiel von Compunity.com..... | 184 |
| 6.4.1 | Compunity - Diskussionsforen..... | 185 |
| 6.4.2 | Chat..... | 185 |
| 6.4.3 | Dateibibliothek..... | 186 |
| 6.4.4 | Die eCommerce Lösung..... | 187 |
| 6.5 | Der Weg zur erfolgreichen Community..... | 190 |
| 6.5.1 | Aufbau von Verkehr in der Community..... | 192 |
| 6.5.2 | Beteiligung an der Community fördern..... | 195 |
| 6.5.3 | Loyalität der Mitglieder aufbauen..... | 199 |
| 6.5.4 | Virtuelle Rabattmarken..... | 201 |
| 6.5.5 | Gewinne realisieren..... | 202 |
| 6.6 | Zusammenfassung..... | 203 |
| 7 | Special: Internet für Existenzgründer..... | 205 |
| 7.1 | Das Geschäft im Internet..... | 205 |
| 7.1.1 | Einführung..... | 205 |
| 7.1.2 | Die Voraussetzungen..... | 206 |
| 7.2 | Geschäftsideen für das Internet..... | 213 |
| 7.2.1 | ICQ..... | 213 |
| 7.2.2 | Telefonnummern weltweit..... | 214 |
| 7.2.3 | Realname..... | 215 |
| 7.2.4 | Autokennzeichen..... | 216 |
| 7.2.5 | Alexa..... | 217 |
| 7.2.6 | Geld verdienen mit dem Internet..... | 220 |
| 7.3 | Network Marketing..... | 224 |

| | | |
|-------|--|-----|
| 7.3.1 | Was ist Network Marketing?..... | 224 |
| 7.3.2 | Wie funktioniert Network Marketing?..... | 224 |
| 7.4 | Praxisbeispiel..... | 226 |
| 7.4.1 | Erfolgreiche Existenzgründer..... | 226 |
| 7.5 | Die erste Website..... | 228 |
| 7.5.1 | Kostenlose Homepageplätze..... | 228 |
| 7.5.2 | Kostenlose Dienste im Internet..... | 229 |
| 7.5.3 | Kostenloses Homepagematerial..... | 230 |
| 7.5.4 | Kostenlose Werbung..... | 232 |

Teil 2 - Insiderreport Suchmaschinen

| | | |
|----------|--|------------|
| 8 | Suchmaschinen..... | 235 |
| 8.1 | Suchmaschinentypen..... | 235 |
| 8.1.1 | Einführung..... | 235 |
| 8.1.2 | Einteilung der Suchmaschinen..... | 235 |
| 8.1.3 | Die „Großen“ Suchmaschinen..... | 236 |
| 8.2 | Strategische Allianzen..... | 247 |
| 8.2.1 | Gegenseitige Empfehlungen..... | 247 |
| 8.2.2 | Allianzen mit Browserherstellern..... | 248 |
| 8.2.3 | Allianzen mit Online Diensten..... | 249 |
| 8.3 | Deutsche Suchmaschinen..... | 250 |
| 8.3.1 | Übersicht..... | 250 |
| 8.3.2 | Reine Suchmaschinen..... | 255 |
| 8.3.3 | Verzeichnisse..... | 259 |
| 8.3.4 | Branchenverzeichnisse und Firmensuchmaschinen..... | 262 |
| 8.4 | Metasuchmaschinen..... | 269 |
| 8.4.1 | Was sind Metasuchmaschinen?..... | 269 |
| 8.4.2 | Internationale Metasucher..... | 269 |
| 8.4.3 | Deutsche Metasucher..... | 270 |
| 8.5 | Speziellsuchmaschinen..... | 271 |
| 8.5.1 | Alles oder nichts?..... | 271 |
| 8.5.2 | Spezielle Suchmaschinen..... | 272 |
| 8.5.3 | Personensuchmaschinen..... | 275 |
| 8.6 | Noch mehr Suche..... | 277 |
| 8.6.1 | Suche nach Begriffen, Worten, Titeln, Ereignissen..... | 277 |
| 8.6.2 | Suche nach Entsprechungen..... | 280 |
| 9 | Wie Suchmaschinen arbeiten..... | 283 |
| 9.1 | Suchstrategien..... | 283 |
| 9.1.1 | Volltextrecherche..... | 283 |

| | | |
|-----------|--|------------|
| 9.1.2 | Verzeichnisse..... | 284 |
| 9.2 | Insiderreport Suchmaschinen..... | 285 |
| 9.2.1 | AltaVista..... | 285 |
| 9.2.2 | Infoseek..... | 288 |
| 9.2.3 | Lycos..... | 290 |
| 9.2.4 | Excite..... | 292 |
| 9.2.5 | HotBot..... | 293 |
| 9.2.6 | Webcrawler..... | 294 |
| 9.2.7 | Yahoo..... | 295 |
| 9.2.8 | Übersicht über die Suchmaschinen..... | 304 |
| 9.3 | Das Spamming-Problem..... | 309 |
| 9.3.1 | Was ist Spam?..... | 309 |
| 9.3.2 | Spam gegen Suchmaschinen..... | 310 |
| 9.3.3 | Spam-Technik..... | 310 |
| 9.3.4 | Anti-Spam Strategien..... | 312 |
| 9.3.5 | Wie die Spamabwehr funktioniert..... | 314 |
| 9.4 | Wonach gesucht wird..... | 316 |
| 9.4.1 | Häufige Suchworte..... | 316 |
| 9.4.2 | Häufige Suchstrategie..... | 322 |
| 9.4.3 | Suchfehler..... | 323 |
| 9.5 | Anmeldedienste..... | 324 |
| 9.5.1 | Was sind Anmeldedienste?..... | 324 |
| 9.5.2 | Vorgestellt: der Eintragsfritz..... | 324 |
| 9.5.3 | Adressen..... | 325 |
| 9.6 | Seiten für Suchmaschinen optimieren..... | 326 |
| 9.6.1 | Quelltextoptimierung..... | 326 |
| 9.6.2 | Tricks..... | 328 |
| 9.6.3 | METATags..... | 330 |
| 9.6.4 | Eintrag abgelehnt - Was war falsch?..... | 333 |
| 9.7 | Schutz der eigenen Seiten..... | 336 |
| 9.7.1 | Schutz vor Suchmaschinen..... | 336 |
| 9.7.2 | Framegrabbing verhindern..... | 341 |
| 10 | Den Erfolg kontrollieren..... | 343 |
| y | 10.1 Der Erfolg einer Webseite..... | 343 |
| | 10.1.1 Trefferanalyse..... | 343 |
| | 10.1.2 Onlineanalyse..... | 344 |
| | 10.1.3 Software..... | 344 |
| V | 10.2 Technische Erfolgskontrolle..... | 345 |
| | 10.2.1 Zieldefinition..... | 345 |
| | 10.2.2 Meßgrößen..... | 345 |
| | 10.2.3 Herkunft..... | 347 |
| | 10.2.4 Der Weg durch die Site..... | 348 |
| | 10.2.5 Zeiten..... | 349 |

| | |
|---|------------|
| 10.2.6 Grafische Auswertungen..... | 351 |
| 10.2.7 Trendbewertungen..... | 352 |
| 10.2.8 Technische Bewertungen..... | 353 |
| 10.3 Suchmaschinen kontrollieren..... | 354 |
| 10.3.1 Kontrollstrategie..... | 354 |
| 10.3.2 Software..... | 355 |
| 10.3.3 Online-Dienste..... | 356 |
| 10.3.4 Selbstkontrolle der Suchmaschinen..... | 358 |
| Epilog..... | 363 |
| Nachwort..... | 371 |
| Anhang A - CD und Website..... | 373 |
| Anhang B - Quellen..... | 375 |
| Anhang C - Glossar..... | 377 |
| Index..... | 383 |
| An die Autoren..... | 393 |