

Hand-Outs zu Vortrag am 14.04.2005 bei dem Business Breakfast für Frauen

Einblick in die Geheimnisse erfolgreicher Web-Auftritte

Vergleich Messe - Internet

Als Bild kann man sich sehr gut das Internet mit einer großen Messe vergleichen. Die Stände einer Messe sind wie Web-Seiten. Es gibt Stände, die sich leicht einsehbar und man erfasst sofort, worum es sich dreht - genauso im Internet. Und es gibt Stände, die sind überladen mit Informationen und es ist schwer zu verstehen, worum es geht. Dann wieder gibt es Stände, an denen die Broschüren- und Informationstische so arrangiert sind, dass sie eine Barriere bilden und den Besucher nicht gerade einladen, sich den Stand näher anzusehen. Manche Stände wiederum sind so reißig, dass sie erst mal nur ihr Logo zeigen.

Es gibt Info-Punkte, an denen man sich die Position eines Anbieters anzeigen lassen kann oder auch eine Liste von Anbietern einer Branche. Nichts anderes sind Suchmaschinen. Und wie auf einer Messe bekommt man im Internet viel Werbung zu sehen. Ist sie Inhaltsbezogen zu der aktuellen Web-Site, dann mag sie noch interessant sein, oft jedoch blinkt und zappelt eine Web-Site voller Werbung - hauptsache sie ist bezahlt.

Aber kommen wir von diesem Bild zum Thema: Einblick in die Geheimnisse erfolgreicher Web-Auftritte. Geheimnisse deshalb, weil offensichtlich viele Web-Seiten-Betreiber und auch Ersteller die Grundlagen erfolgreicher Web-Auftritte nicht beherrzigen.

Bei @mazing zählt nicht nur gutes Design, sondern genauso auch die Grundlagen, die einen Web-Auftritt erst erfolgreich machen!

Wann ist ein Web-Auftritt erfolgreich?

Gemeinsam habe wir folgende Punkte als Kriterien für erfolgreiche Web-Auftritte identifiziert und zwar unterschiedliche Kriterien für Unternehmer und für Besucher:

- U Web-Auftritt wird leicht gefunden
- U Besucher kommen wieder
- U Ansprechend
- U Interesse weckend
- U Umsatz
- U unterstützt Unternehmen
- B eindeutige Infos (verstehe den Inhalt)
- B schnelle Ladezeiten
- B unkompliziertes Weiterlesen
- B Regelmäßig aktuelle Daten

Suchmaschinenoptimierung (SMO)

Page-Rank

Bei Google heisst die Bewertung einer Seite Page-Rank. Dieser Wert reicht von 0 bis 10. Je höher der Wert, desto besser bewertet.

Beispielsweise hat <http://www.google.de/> einen PageRank von 9.

Links (Verweise zwischen Web-Seiten)

LINKS VON ANDEREN ZU IHREM WEB-AUFTRITT

Eine Seite wird insbesondere bei Google höher bewertet, wenn viele Links von anderen hoch-bewerteten Seiten auf sie zeigen. Links von verwandten Seiten werden noch einmal höher eingestuft. Es macht Sinn, sich hier wertvolle Linkpartner zu suchen oder in Verzeichnisse wie DMOZ.org eintragen zu lassen.

Wie viele Links zu Ihrem Web-Auftritt verweisen können Sie bei Google mit dem folgenden Befehl ermitteln: **link:www.ihre-seite.de**

Google versucht hier quasi ein Empfehlungsnetzwerk besonders gut zu beurteilen. Daher sind Links von verwandten Seiten, die hoch bewertet sind, für Sie besonders wertvoll.

LINKS VON IHREM WEB-AUFTRITT ZU ANDEREN

Auch Links von Ihren Seiten zu anderen Seiten sind wiederum wertvoll. Google folgt diesen Links und auch hier zählen verwandte Links zu hoch-bewerteten Seiten wieder besonders gut für Ihre eigene Bewertung.

Inhalt

INDEXIERUNG DES SEITEN-INHALTES

Suchmaschinen interessieren sich rein für den Text-Inhalt Ihres Web-Auftrittes. Beispielsweise „sieht“ ein Google-Spider (das Programm, das für Google Seiten untersucht und indexiert) für die Seite www.zielerreichung.de den folgenden Text (Auszug):

Home Seminare & Coaching Über mich Termine Anmeldung News Netzwerk Kontakt Sitemap Suche Ulrike Bergmann Büro für ungewöhnliche Zielerreichung "Ich motiviere Menschen, ihre Träume und Wünsche ernst zu nehmen, daraus kraftvolle Ziele zu formulieren und diese mit konkreten Schritten auch zu erreichen." Seit 1993 Jahren begleite ich Menschen, die sich auf einen neuen Weg machen wollen - mit Coaching , Seminaren und Workshops ebenso wie mit meinen Büchern . Im Laufe der Jahre haben sich folgende Schwerpunkte ergeben: Ziele + Networking + Geld Ich freue mich darauf, wenn ich auch Sie auf Ihrem Weg zu mehr beruflichem Erfolg bei gleichzeitigem persönlichen Wohlergehen begleiten darf. Bitte melden Sie sich mit Ihren Anfragen

Der Google-Spider bewertet die erste Seite als die wichtigste und dort den Anfang der Seite besonders hoch und den Rest absteigend. Google erfasst auch Bilder (mit Alt-Text, siehe unten) und PDFs, Word-Dokumente etc.

In der Erstellung eines Web-Auftrittes können wir sogar so weit gehen, dass ein Menü, das für den Besucher über dem Inhalt erscheint, im Quellcode am Ende steht. So etwas lässt sich mit den gängigen Programmen wie Frontpage und Dreamweaver nicht machen, da diese Programme feste Umsetzungsmethoden haben.

KEYWORDS, SCHLAGWORTE & SCHLÜSSELBEGRIFFE IN ÜBERSCHRIFTEN

Schlagworte, die mehrmals im Text der Seite vorkommen und dazu in einem Überschrift-Format (Format h1-h5) stehen, werden als höherwertig eingestuft. Ob ein Text fett oder unterstrichen (z.B. , oder <u>) geschrieben wird, entdeckt das Suchmaschinen-Programm zwar, aber wenn Sie das Überschriften-Format nutzen, wird für Suchmaschinen die Struktur der Seite klar: Eine Überschrift H2 ist hierarchisch unter der Überschrift H1 eingebettet. Damit kann ein Suchmaschinen-Programm Ihren Seiten-Inhalt noch besser beurteilen.

AKTUALITÄT

Google und andere Suchmaschinen durchforsten regelmäßig das Internet und ebenso regelmäßig Ihren Web-Auftritt. Regelmäßig gepflegte Seiten, deren Inhalt variiert werden von Google als wertvoll beurteilt und gut positioniert. Google versucht, Ihren Besuchern möglichst interessante und gute Such-Ergebnisse zu liefern.

ALT-TAG VON BILDERN

Bilder können einen so genannten Alt-Tag besitzen. Der Alt-Tag dient dazu, eine Bildbeschreibung anzuzeigen, wenn Bilder ausgeschaltet sind. Solche Alt-Tags werden ebenfalls von Suchmaschinen-Robots indexiert und können Schlagworte beinhalten.

An dieser Stelle haben wir das Thema Suchmaschinenoptimierung hinter uns gelassen und sind weiter zum Thema:

Newsletter

Es gibt viele unterschiedliche Arten von Newslettern. Sie sind oft eine angenehme Art, sich in die Erinnerung von Kunden und Interessierten zu bringen. Besonders wertvoll für Abonnenten sind Newsletters mit Tipps, Geschichten, Neuigkeiten, Einladungen etc.

Im Vortrag habe ich drei Arten von Newslettern besonders hervorgehoben:

- + Text: der ganze Text-Newsletter steht in der E-Mail. Vorteil: der Abonnent kann sie gleich ausdrucken und lesen. Nachteil: Sie haben keine Kontrolle, wie viele Personen, die Mail wirklich öffnen.
- + Text mit Überschrift und PDF: Die Überschriften werden zur Orientierung in die E-Mail geschrieben und ein PDF angehängt. Auch hier kann der Abonnent sie gleich ausdrucken und lesen, wann immer Zeit und Lust hat. Sie haben hier zusätzlich den Vorteil, dass Sie den Inhalt besser gliedern und formatieren können und Bilder unterbringen können. Auch hier haben Sie keine Kontrolle darüber, wer alles die E-Mail öffnet. Beispiel: die Monatstipps von www.zielerreichung.de
- + Artikel-Start und dann Link zur Web-Seite zum Weiterlesen. Beispiel: Der Systems-Businessletter unter www.systems.de (hier zum April-Businessletter: <http://www.systems-world.de/apps/bl/newsletter.php?id=42191>). Der Vorteil ist, dass Sie wissen, welche Artikel wirklich interessieren und kontrollieren können, wie viele Abonnenten Artikel lesen. Und dann kommen Abonnenten auf die Web-Seite und werden zu Besuchern. Nachteil: Privatpersonen, die immer noch zu 80% mit ISDN ins Internet gehen, müssen sich erst einwählen. Daher sind Links in einem Newsletter immer auch eine Hemmschwelle.

Es wurde nach durchschnittlichen Öffnungsraten gefragt. Da lag ich ein wenig daneben. Im Webmagazin <e>Market für Online-Marketing und E-Commerce fand ich folgenden Text:

„Deutschland liegt mit einer Öffnungsrate von 34,4 Prozent sogar noch unter dem EMEA-Durchschnitt.“

Lesen Sie hier den ganzen Artikel:

<http://www.emar.de/emar/home/redaktion/mdt/2005/04/41398/>

Auch bei Newslettern kommt es auf die Ladezeit an, genauso wie bei Web-Auftritten:

Ladezeit

Die Ladezeit hier zeigt, wie schnell eine Seite von DSL, ISDN usw. geladen wird, wenn ideale Bedingungen herrschen, was leider selten der Fall ist. Die Werte können aber einen Eindruck vermitteln. Bei der Pulsmessung, die wir durchführen, beschränken wir die Analyse auf die Startseite, da sie die Seite ist, die Ihre Besucher als erstes zu sehen bekommen.

Größe in KB	30	50	70	100	300
Verbindung per	Ladezeit in Sek.	Ladezeit in Sek.	Ladezeit in Sek.	Ladezeit in Sek.	Ladezeit in Sek.
DSL (768kps)	0,42	0,69	0,97	1,39	4,16
ISDN (64kps)	4,99	8,32	11,65	16,64	49,92
56K-Modem	5,71	9,51	13,31	19,02	57,05
28.8K-Modem	11,09	18,49	25,88	36,98	110,93

Studien zeigen, dass die allgemeine Wartezeit bevor ein Besucher unruhig wird 8 Sekunden beträgt. Ich behaupte, dass diese 8 Sekunden recht hoch gegriffen sind. Wahrscheinlich sind 5 Sekunden realistischer. Bei DSL-Besuchern würde ich die 5 Sekunden sogar noch als zu hoch einstufen. ISDN-Kunden sind gewohnt zu warten, während DSL-Kunden mittlerweile recht verwöhnt sind.

Sie können darauf achten, dass Sie die Bilder web-optimiert speichern. Empfohlene Formate sind dafür: JPEG und GIF. Beide Bildformate fassen Farbinformationen auf bestimmte Methoden zusammen und so können Sie Bilder möglichst klein speichern. Manchmal muss man ein wenig spielen, denn bei beiden Formaten können so genannte Artefakte auftauchen, wenn zu viele Farbpunkte zusammengefasst werden.

JPEG eignet sich vor allem für Fotos und Bilder mit vielen filigranen Farbmustern. GIF dagegen ist ideal für Bilder mit großen Farbflächen und kann auch Transparenz speichern. Wenn Sie auf www.a-mazing.de nachsehen, werden Sie feststellen, dass das Logo oben links ein GIF ist, das transparent ist und das Süßigkeitenbild ein JPEG ist.

Provider

Aus Ihren Reihen wurde dann noch gefragt, was zu beachten ist für die Provider-Wahl: Wie bei so vielen Fragen zum Internet kommt es auch hier wieder darauf an, was Sie benötigen. Generell ist der Vergleich mit 1&1 gerechtfertigt.

Für eine statische Seite (nur html-Dateien) kommen Sie leicht mit einem Minimal-Paket aus. Während ein Web-Auftritt mit Content Management System (Redaktionssystem, in dem Sie selbst ändern, ohne sich mit der Technik auseinander setzen zu müssen) mindestens eine Daten-

bank benötigt und zum Aufbau der Seiten eine Programmiersprache wie PHP.

- + Je nachdem welche Anforderung Ihre Web-Präsenz hat: HTML, PHP, Datenbank
- + Speicherplatz: kann zwischen 5MB und mehreren GB variieren, je nach Ihrem Bedarf
 - > Bitte beachten Sie, dass bei einigen Providern sowohl Ihre Web-Seiten-Dateien als auch Ihre Mail-Konten hier addiert werden. Besonders für Urlaub, wenn Mails sich häufen, kann es bei kleinen Paketen zu Engpässen kommen. Hilfreich ist hier auch ein flexibler Provider, der Ihnen eine schrittweise Erweiterung des Speicherplatzes mit geringen Kosten ermöglicht.
- + Traffic: Der Datenverkehr von Ihrer Web-Präsenz und Ihrer E-Mails. Jeder Besucher erzeugt Traffic und jede E-Mail, die Sie erhalten oder verschicken.
- + Mail-Konten: Im allgemeinen bieten die gängigen Provider ausreichend Mail-Konten für Ihren Bedarf an.
- + SPAM und Viren-Filter sind bei vielen Providern bereits im Einsatz, daher achten Sie darauf, dass dies im Preis bereits enthalten ist.
 - > Bei @mazing werden E-Mails auf Viren untersucht und infizierte Mails erst gar nicht angenommen. Die Viren-Signaturen werden stündlich kontrolliert, ob neue Viren bekannt sind.
 - > Gegen Spam filtert der @mazing-Server mit so genanntem Grey-Listing. Das bedeutet, dass bei einer Mail erst einmal geprüft wird, von wem sie kommt. Der Server hat eine Liste der bekannten Adressen. Ist der Absender bekannt geht die E-Mail sofort zum Empfänger. Ist die Adresse noch nicht bekannt, so sagt unser Server, komm in 5 Minuten noch mal. Das ist eine Kommunikation zwischen Servern, die automatisch passiert. Nach 5 Minuten probiert es die Mail noch mal und wird dann akzeptiert. Das ist vertretbar, da E-Mail zeitunkritische Kommunikation ist (große Mails benötigen manchmal Stunden bis sie ankommen). Der Absender der angenommenen Mail wird nun in die Grey-Liste eingefügt, so dass die nächsten Mails von ihm immer sofort durchgelassen werden.
 - > Zur Info: SPAM-Versender fälschen die E-Mail-Absende-Adresse und so kann es passieren, dass Sie eine Antwort von Personen erhalten, die Sie nie angeschrieben haben. Das lässt sich leider nicht verhindern, es entstehen auch keine Kosten dadurch.
- + Sicherer Mail-Server: Ein Absender muss sich mit Passwort authentifizieren, damit eine E-Mail verschickt wird. Es gab und gibt noch Provider mit „Open-Relays“, die bevorzugt von illegalen SPAM-Versendern genutzt werden. In einem solchen Fall kann es vorkommen, dass Kosten entstehen. Man stelle sich nur vor, dass von einem solchen Mail-Konto aus 100.000 Mails à 20KB verschickt werden: das sind mal eben 1,9GB, die Ihnen berechnet werden.

Zusätzlich ist mir beim Schreiben noch folgende Frage eingefallen:

- + Wie und wann lässt sich der Vertrag kündigen? Ein Vertrag sollte sich schnell kündigen lassen. Provider, die Jahresverträge abschließen, die sich dann auch nur mit 6 Wochen zum Vertragsende kündigen lassen, sind unseriös.

Aus Ihren Reihen wurde ich noch einiges gefragt: Frontpage-Schnittstellen werden von einigen Providern direkt angeboten. Es gibt aber auch die Möglichkeit die fertig erstellten Seiten direkt wie in einem Windows-Datei-Explorer auf den Server zu schieben. Wir sind unseren Kunden bei diesen Übertragungen gerne behilflich.

Üblicherweise ist ein Umzug leicht möglich. Im Falle von Domains bereiten wir die Kündigung vor und Sie unterschreiben nur noch. Änderungen an bestehenden Web-Auftritten sind meist möglich, sobald wir die Zugangsdaten erhalten. Nach einer Sicherung der bisherigen Daten, können die Änderungen nach Wunsch vorgenommen werden.

@mazing als Provider

Hier noch ein Beispiel, wenn Sie Ihren Web-Auftritt bei @mazing hosten lassen möchten. Für die Anforderungen eines Content Management-Systems (Redaktionssystem):

- + 250MB Webspaces
- + 10GB Traffic pro Monat (zusätzlicher Traffic: 2,50 € pro angefangenem GB)
- + 10 eigenständige Pop3-/Imap-Postfächer
- + Alle Postfächer mit Virenschutz & Spamerkennung
- + 50MB Speicherplatz pro Postfach
- + 100 Mail-Weiterleitungen (Alias)
- + Webmailer
- + 1* 200MB MySQL-Datenbank
- + PHP4
- + Mailinglistenserver (auch für Newsletter)

= 10,- € / Monat inkl. MWSt.

- zahlbar jeweils 3 Monate im Voraus
- Kündigung 2 Wochen zum Monatsende
- Rückerstattung überzahlter Beträge
- mindestens 1 Domain erforderlich:
 - > de 10,- / Jahr inkl. MWSt.
 - > com/net/org/info/biz 12,- / Jahr inkl. MWSt.
 - > name 13,- / Jahr inkl. MWSt.

Domains werden immer 1 Jahr im Voraus berechnet, keine Rückerstattung bei Kündigung.

Der große Vorteil von @mazing als Provider ist, dass Sie einen kleinen flexiblen Provider haben, der Sie auch persönlich betreut. Selbstverständlich genießen Sie bei kleinen Fragen den Service, dass Ihre Frage kostenfrei beantwortet wird. Ist eine umfangreichere Frage oder ein Problem, dann handeln wir einen fairen Betrag mit Ihnen aus.

Pulsmessung bei @mazing

Sie können jederzeit eine Pulsmessung in Auftrag geben. Eine Pulsmessung beleuchtet einen Web-Auftritt unter anderem bezüglich der Themen, die Sie im Vortrag erfahren haben und auch auf der technischen Seite. Sie erhalten einen Bericht mit Empfehlungen.

Wir sind Ihnen gerne bei der Umsetzung behilflich und stehen Ihnen auch bei der Erstellung einer neuen Web-Präsenz mit Rat und Tat zur Seite. Sie finden in @mazing einen erfahrenen Partner für saubere, barrierefreie Entwicklung von Web-Auftritten, der Sie auch in Sachen Design kreativ unterstützt, damit der Web-Auftritt auch Ihre Handschrift trägt. Mit unseren Lösungen sind Sie autonom - und doch nicht allein gelassen.

Wir sind sicher, auch Sie zum Staunen zu bringen!

@mazing - Ellen & Gregor Hermens
<http://www.a-mazing.de>