

# Von der Homepage zum professionellen Webauftritt

Früher oder später wird es so weit sein und Ihre Homepage – als kleines Projekt hatte es angefangen – entwächst ihren Kinderschuhen und wird immer umfangreicher. Langsam aber sicher wird es immer zeitaufwendiger, neue Inhalte einzupflegen. Oder Sie planen von vornherein einen großen Webauftritt als professionelle Lösung und wollen Kunden gewinnen, bei der Stange halten und möglichst effizient die Seiten warten.

## Pflegen Sie Inhalte per Content Management

Content Management Systeme (CMS) sind unverzichtbare Werkzeuge, wenn große Datenmengen verwaltet, erstellt und veröffentlicht werden. In einer Onlineredaktion sollen sich zum Beispiel die Mitarbeiter nicht mit der eigentlichen Programmierung bzw. Gestaltung der Webseiten beschäftigen, sondern nur den Inhalt beisteuern.

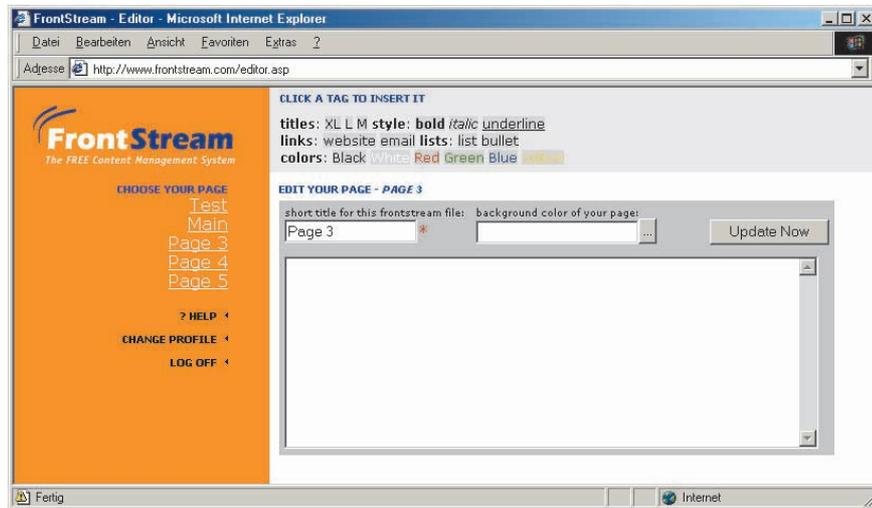
Die Webseiten werden dazu als Grundgerüst (Template) von Grafikern und Webprogrammierern erstellt. In vordefinierte Bereiche soll dann im Redaktionsprozess der Inhalt (englisch: content) eingefüttert werden, ohne dass sich der Autor um den Aufbau der Webseite kümmern muss.

In der Regel werden dazu die Daten aus mehreren Datenbanken vom Webserver zur Laufzeit zusammengeführt und dargestellt. Alternativ kann auch zu einem definierten Zeitpunkt ein neuer Satz statischer Webseiten generiert werden, der dann die bisherigen auf dem Server ersetzt bzw. ergänzt.

## Softwarelösungen für umfangreiche Aufgaben

Als vielleicht wichtigste Komponente dient das Asset-Management als zentrale Ablage der einzelnen Elemente, die in einer Website zum Einsatz kommen, wie Texte oder multimediale Objekte. Das Asset-Management verwaltet zum Beispiel die Lizenzierung von Grafiken, Copyrights der Fotografen und bietet Suchfunktionen, um Inhalte schnell aufzufinden.

Die Workflow-Komponenten dienen der Steuerung der Arbeitsabläufe innerhalb eines Teams, insbesondere um die inhaltliche Qualität zu sichern. Überall dort, wo mehrere Benutzer mit einem System arbeiten, müssen Benutzer- und Zugriffsrechte zugewiesen werden. Schließlich müssen Inhalte aus den unterschiedlichsten Quellen in den Be- und Verarbeitungsprozess integriert werden. Für diese Aufgabe sind Import- und Exportschnittstellen unerlässlich.



1 ▲ Erstellen Sie eine neue Seite bei <http://www.frontstream.com>

Professionelle CMS-Tools kosten locker zwischen 2.500 und 50.000 € und dürften somit für kleine und mittlere Projekte unerschwinglich sein. Als weiteres Problem stellt sich dann meistens auch noch heraus, dass entsprechende Software auf dem Webserver installiert werden muss, um dynamisch generierte Webseiten zu ermöglichen, was bei den meisten Webspaces-Angeboten nicht möglich ist.

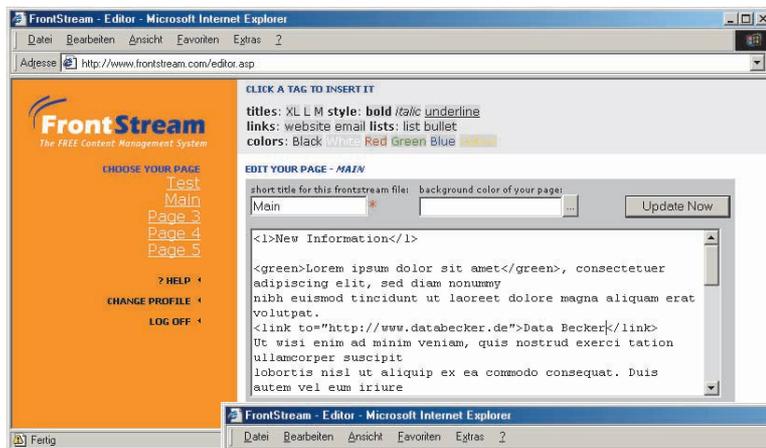
Eine Einführung in die Installation und Benutzung eines CMS-Tools würde leider den Rahmen des Buchs sprengen. Wenn Sie Interesse haben, dann schauen Sie sich doch eventuell die Seite <http://www.opencms.com> an, denn dort wird das für den Apache-Webserver programmierte OpenSource-Projekt OpenCms auf Basis der GNU General Public License zum Download angeboten. Unter <http://www.zdnet.de/internet/artikel/sw/200007/contentmanager-wc.html> finden Sie eine Übersicht über mehr als 30 CMS-Tools und Links zu den Herstellerseiten.

## Die kostenlose Weblösung

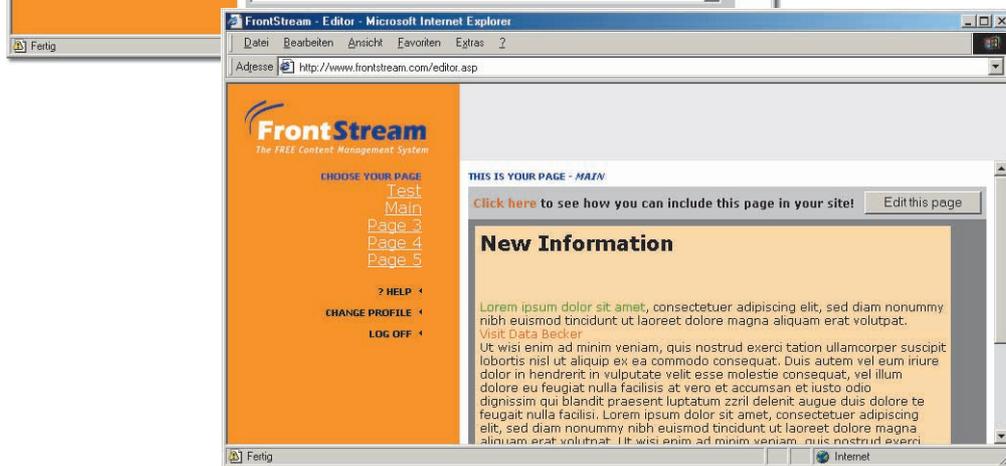
Kurzbeschreibung: Auch ohne Gebühren können Sie Webseiten mit Content Management erstellen und benutzen. Der Service <http://www.frontstream.com> stellt Ihnen bis zu fünf Webseiten zur Verfügung, die Sie mit beliebigem Text (keine Bilder) füllen und in gewissen Grenzen gestalten können. Lediglich ein kleines Symbol vom Anbieter mit Link auf dessen Webseite wird unterhalb Ihres Inhalts eingeblendet.

- 1 Nachdem Sie die kurze Anmeldeprozedur hinter sich gebracht haben, bekommen Sie per E-Mail Ihre Zugangsdaten zugeschickt und werden gleich in den Editorbereich weitergeleitet.
- 2 Wählen Sie eine der fünf leeren Seite über den Link *Pagex*.

## Von der Homepage zum professionellen Webauftritt



2 ◀ Formatierungen werden über spezielle Tags markiert

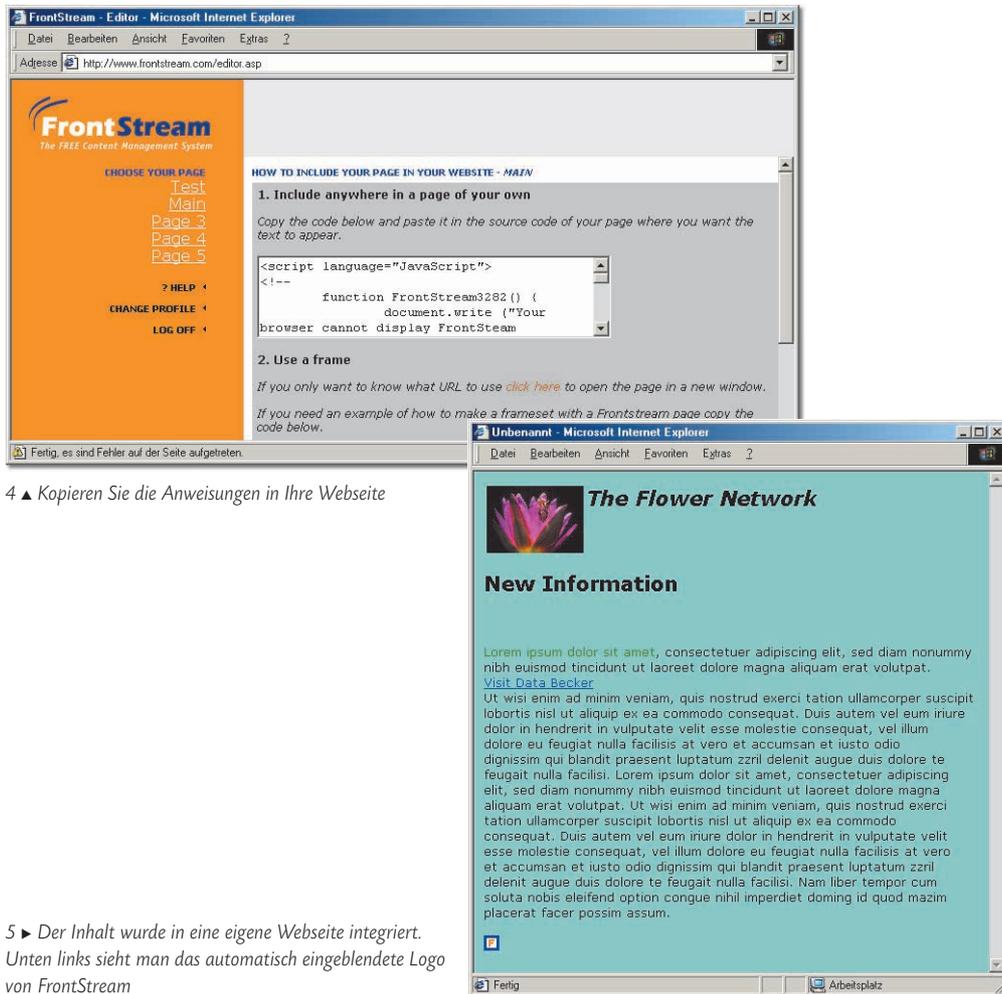


3 ▲ So sieht der Text in der Vorschau aus

- 3 Damit Sie die einzelnen Seiten besser unterscheiden können, tragen Sie bei *short title* einen beliebigen Namen ein, der dann später in der linken Navigation angezeigt wird.
- 4 Wenn Sie wollen, können Sie über *background color* eine Hintergrundfarbe einstellen, die allerdings keinen Einfluss auf die spätere Darstellung hat und nur zur besseren Einschätzung dient, wie die Seite später in Ihrer Webseite mit dem dort von Ihnen eingestellten Hintergrund aussieht.
- 5 Geben Sie im Hauptfeld Ihren Inhalt ein. Statt der üblichen HTML-Tags dürfen nur vordefinierte Tags benutzt werden. Einen Zeilenumbruch erzeugen Sie wie in einer Textverarbeitung mit **Enter** und nicht per **Tag**.

Am einfachsten ist es, wenn Sie zuerst den Text eingeben und dann einen Bereich markieren und diesen mit einem Tag formatieren, indem Sie es am oberen Fensterrand anklicken.

- 6 Klicken Sie zum Schluss auf *Update Now*, um die Änderungen zu speichern und eine Vorschau auf Ihre Webseite zu bekommen.



4 ▲ Kopieren Sie die Anweisungen in Ihre Webseite

5 ► Der Inhalt wurde in eine eigene Webseite integriert. Unten links sieht man das automatisch eingeblendete Logo von FrontStream

- 7 Klicken Sie auf den Link *Click here*, um den notwendigen HTML-Code angezeigt zu bekommen, den Sie in Ihre Webseite integrieren müssen.
- 8 Sie können Ihre Inhalte in einem eigenständigen Frame anzeigen lassen oder nahtlos in Ihre Webseite integrieren. Kopieren Sie jeweils den entsprechenden Code aus den Feldern und fügen Sie ihn wie beschreiben in Ihre eigentliche Homepage an der Stelle ein, an der Sie den Inhalt sehen möchten.

Der Vorteil des Content Management wird deutlich, wenn Sie jetzt jemanden anderes damit beauftragen können, den Inhalt zu pflegen. Ohne dass dieser dazu auf Ihre eigentliche Webseite zugreifen und HTML-Kenntnisse besitzen muss, kann er sich am CMS anmelden und den Inhalt ändern. Ihre Webseite ist so immer aktuell.

## Zugriff auf Ihre Daten per CGI

Um unabhängig von teuren Programmen oder Werbeeinblendungen zu werden, müssen Sie Ihr Content Management selbst betreiben. Neben der Möglichkeit, mit Active Server Pages und Datenbankanbindungen Inhalte zu pflegen, bietet sich auch das bewährte **C**ommon **G**ateway **I**nterface (CGI) und die Programmiersprache Perl an. Dies hat den Vorteil, dass Sie Perl-Programme bei den meisten Webspaces-Anbietern ausführen können. ASP wird nicht so oft unterstützt oder erst bei teureren Angeboten. Die folgende Lösung zeigt beispielhaft, wie Sie mit einem einfachen Perl-Script eine Webseite anpassen können. Das Script ist mit Absicht so gehalten, dass es nicht alle vorstellbaren Funktionen abdeckt, dafür aber einfach zu verstehen ist und von Ihnen mit ein wenig Programmierkenntnissen an eigene Bedürfnisse angepasst werden kann. Ab Seite 368 finden Sie eine erste Einführung in CGI, Perl und den benötigten Webserver.

## Grundkenntnisse sind notwendig

Aus Platzgründen und um dem Thema nicht unverhältnismäßig viel Platz einzuräumen, folgt hier keine ausführliche Einführung in die Materie. Sie sollten auf jeden Fall ein wenig Perl oder eine vergleichbare Programmiersprache kennen und einen Webserver konfiguriert haben.

Die notwendigen Dateien befinden sich in den folgenden Verzeichnissen, wobei als Wurzelverzeichnis (root) / ein beliebiges Verzeichnis benutzt werden kann. Im Webserver wird dieses als Start-HTML-Verzeichnis angegeben:

 `source/cms/...`

`/login.html` – diese Seite wird aufgerufen, um sich als berechtigter Benutzer in das CMS einzuloggen.

`/content.html` – diese Seite kann beliebig benannt werden und unter verschiedenen Namen beliebig oft vorhanden sein und beinhaltet den Inhalt der Webseite, die per CMS verändert werden kann.

`/cgi-bin/pwd.txt` – eine einfache Passwortdatei, in der für jede Webseite das zugehörige Passwort definiert wird.

`/cgi-bin/update.pl` – das eigentliche Perl-Programm mit dem Content Management System.

Die Passwortdatei ist einfach aufgebaut und bietet nicht den optimalen Schutz, da die Kennwörter als Klartext vorliegen. Wird die Datei aber in einem Verzeichnis gespeichert, auf das kein Nutzer lesend zugreifen kann, besteht keine große Gefahr. Sicherheitshalber können und sollten Sie im Verzeichnis `cgi-bin` eine Standardwebseite (`index.html` o. Ä.) ablegen, die verhindert, dass der Verzeichnisisinhalt per FTP-Ansicht sichtbar wird.

```
content.html;mypwd
web.html;k7ghf
```

Zuerst steht der Dateiname der Webseite mit dem änderbaren Inhalt, gefolgt vom Passwort, das mit Semikolon getrennt wird. Weitere Dateien können untereinander angegeben werden. Es ist auch möglich, für eine Datei mehrere Einträge (Zeile) mit unterschiedlichen Passwörtern zu generieren, um mehreren Benutzern den Zugang zu ermöglichen.

Die Login-Seite können Sie nach Ihrem persönlichen Geschmack gestalten und an Ihre Webseiten anpassen. Wichtig ist der Abschnitt zwischen `<FORM>`: Hier finden Sie den Aufruf des CGI-Scripts mit passendem Pfad. Die meisten Webserver benötigen bei CGI-Scripts die Angabe `/cgi-bin`, damit sie das Script im CGI-Verzeichnis des Servers suchen. Im Beispiel liegt das Verzeichnis unterhalb des Verzeichnisses mit der Login-Datei. Trotzdem wird der Slash am Anfang angegeben, da der Server den Pfad dann richtig setzt.

```
<BODY BGCOLOR="#EBCA91">
Bitte geben Sie die zu administrierende Webseite und das Pa&szlig;wort ein<P>
<FORM ACTION="/cgi-bin/update.pl" METHOD="post">
<INPUT TYPE="Hidden" NAME="option" VALUE="read">
Datei: <INPUT TYPE="Text" NAME="file"> <P>
Neue Datei: <INPUT TYPE="Checkbox" NAME="new"> (alte Inhalte werden gel&ouml;scht)<P>
Pa&szlig;wort: <INPUT TYPE="Text" NAME="pwd"> <P>
<INPUT TYPE="Submit" VALUE="OK">
<INPUT TYPE="Reset" VALUE="Reset">
</FORM>
</BODY>
```

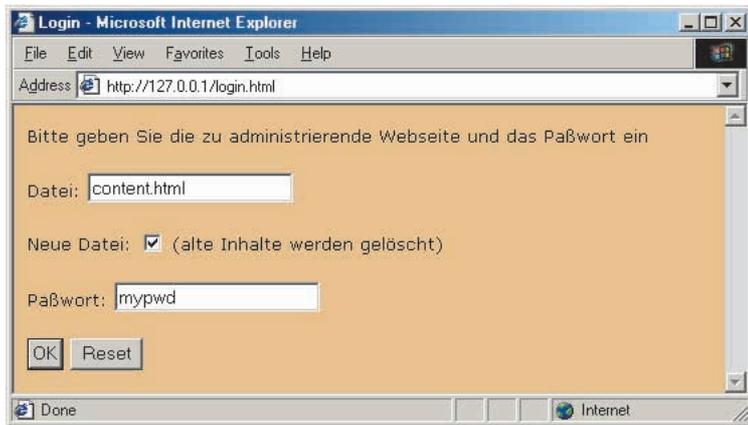
Das versteckte (`TYPE="Hidden"`) Feld dient dazu, dem Script mitzuteilen, dass es von der Login-Seite aufgerufen wurde und die Webseite mit dem Content einlesen soll. Diese Unterscheidung ist notwendig, da das gleiche Programm später auch eine neue Webseite generieren kann und so nur ein CGI-Programm notwendig ist. Die weiteren Felder übernehmen die Eingaben des Benutzers.

Die Webseite mit dem variablen Inhalt kann beliebig an Ihre Vorstellungen angepasst und in Ihr Layout integriert werden. Wie gewohnt legen Sie die Farbe fest, wählen Grafiken aus usw. Im Beispiel wird mit dem Script eine beliebig lange Tabelle aus zwei Spalten generiert, um zum Beispiel eine aktuelle Preisliste aufzubauen. Die Tabelle wird dabei komplett im Script gebildet. In der Datei `content.html` (oder anders) müssen Sie nur mit

```
<!-- ### start ### -->
<!-- ### end ### -->
```

einen Bereich markieren, in den dann die Tabelle eingefügt werden soll. Davor und dahinter können Sie beliebige HTML-Anweisungen einbauen.

Im Script sind vor allem die ersten Zeilen wichtig, in denen Sie einige Konfigurationen vornehmen können:



6 ◀ Die Login-Seite

```
$zeilen = 5; # Anzahl der Tabellenzeilen
$cgi_path = "/cgi-bin/update.pl"; # komplette URL zu diesem Script (von /cgi-bin aus, wenn Webserver das unter-
stützt)
$pwd_path = "pwd.txt"; # rel. Pfad von diesem Script aus zur Paßwortdatei
$rel_path = "../"; # rel. Pfadzusatz von diesem Script zu den zu verändernden Webseiten
```

Die erste Variable gibt an, wie viel Tabellenzeilen Sie generieren wollen. Als Nächstes geben Sie den Pfad zum Script an, damit der richtige Aufruf in die vom Script generierte Webseite eingebaut wird. Die dritte Angabe gibt den Namen der Datei mit den Passwörtern an, die im gleichen Verzeichnis wie das Script liegt. Der letzte Wert speichert den relativen Pfad-Zusatz, um vom Script aus zum höher gelegenen Verzeichnis zu kommen.

Die weitere Programmzeilen sind an relevanten Stellen kommentiert. Wenn Sie wollen, dann können Sie mit dem Script experimentieren und statt Tabellenzellen auch andere Tags generieren. Im Prinzip lässt sich das Script sehr flexibel anpassen.

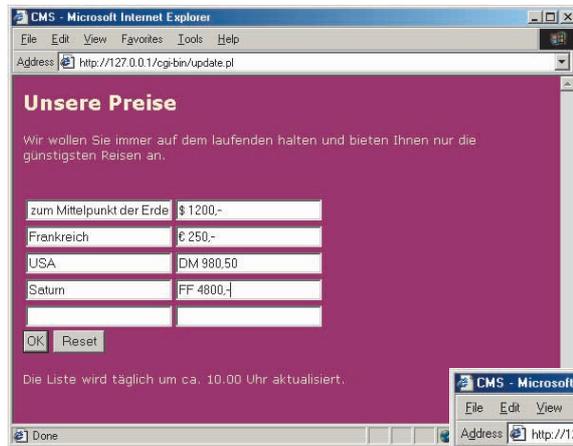
### Benutzung des CMS

Nach dem Start des Webserver rufen Sie die Login-Seite auf. Dort geben Sie den Namen der zu ändernden Datei und Ihr zugehöriges Passwort ein. Mit dem Kontrollkästchen haben Sie die Möglichkeit zu entscheiden, ob der Teil zwischen der Start- und Endmarkierung neu erstellt werden soll, um eine quasi leere Seite zu erstellen, oder ob Sie den bisherigen Inhalt (zum Beispiel zur Korrektur nach einer vorherigen Falscheingabe) überarbeiten wollen.

Als Nächstes wird Ihnen die von Ihnen gestaltete Webseite präsentiert. Dort, wo Sie die Markierungen eingebaut haben, erscheinen die Formularfelder. Hatten Sie das Häkchen gesetzt, werden Ihnen leere Eingabefelder vorgegeben. Ansonsten würden Sie den bisherigen Inhalt sehen und könnten einzelne Eingaben ändern etc.

Nach OK wird die Webseite erzeugt und ein Statusreport gibt Ihnen die Möglichkeit, gleich das Ergebnis zu betrachten.

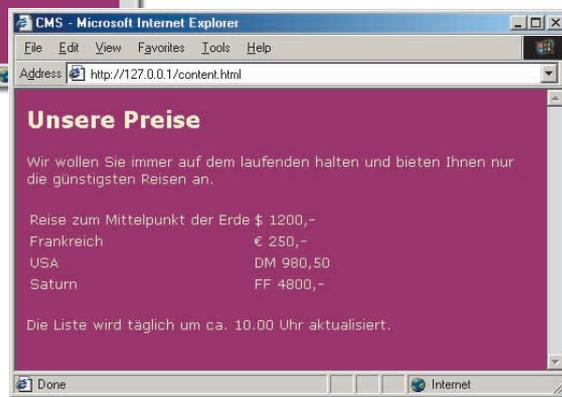
## Neue Kunden fürs Web gewinnen



7 ▲ Geben Sie den neuen Content ein



9 ▲ Ihre Webseite wurde aktualisiert



8 ► So sieht die fertige Webseite aus

Wenn Sie jetzt die Dateien auf Ihrem Webserver ablegen, können Sie eine weitere Person mit der Verwaltung beauftragen, ohne dass Sie sich noch um Details wie Upload und HTML-Fehler kümmern müssen.

## Neue Kunden fürs Web gewinnen

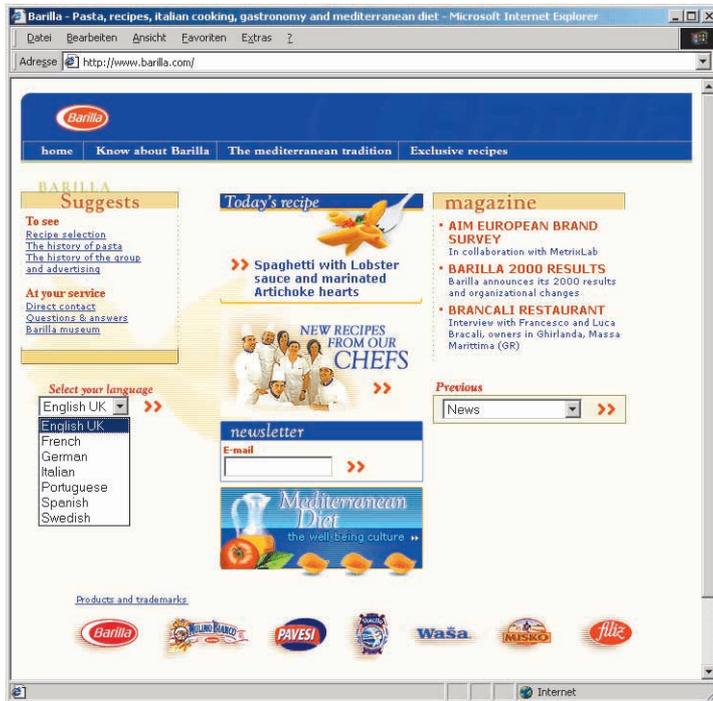
Ihre Webseiten sind fertig und warten darauf, entdeckt zu werden? Sie haben Ihr Angebot auf Herz und Nieren geprüft und sind mit dem Design rundum zufrieden? Dann kann der Besucheransturm jetzt losgehen. Nur wie gewinnen Sie neue User, die Ihre Adresse im Browser eingeben?

Ein wichtiger Gesichtspunkt ist dabei oft der Mehrwert für den Besucher. Fragen Sie sich, warum dieser ins Web zu Ihnen kommen soll, und bieten Sie dann Funktionen, die Sie ohne Web nicht offerieren könnten.

### Offline für den Onlineauftritt werben

Allein mit der Webseite ist es meistens nicht getan, denn kaum ein Anwender wird von sich aus Ihren Domain-Namen erraten und sich in Ihr Angebot verirren. Auch die

## Von der Homepage zum professionellen Webauftritt



10 ▲ Mehrwert für den Besucher: Informieren Sie sich über das Produkt oder lassen Sie sich von neuen Rezepten den Mund wässrig machen (<http://www.barilla.com>)



11 ▲ So wie softwarehouse.de werben viele Onlineanbieter mit der oft genutzten Farbkombination Blau/Orange in Printanzeigen

Eintragung in eine Suchmaschine ist zwar unumgänglich, aber kein Garant für erfolgreiche Websites.

Um in der Vielzahl an Angeboten aufzufallen, ist vielmehr ein Mix aus verschiedenen Werbeauftritten ratsam, bei denen die Zielgruppe Ihre Marke immer wieder erkennt und den Onlineauftritt im Web mit der gedruckten Werbung verbindet. Ein weltweit einheitliches Corporate Design erhöht dabei den Wiedererkennungswert und schlägt sich u. a. in einem mehrsprachigen Angebot im WWW nieder.

Inzwischen werden Sie in Magazinen, auf Anzeigentafeln und im Fernsehen mit Dot-com-Werbung förmlich überschüttet und bei näherer Betrachtung fällt dabei oft die Fantasielosigkeit der Anzeigen auf. Orange und Blau sind zwei wesentliche Farben bei vielen Angeboten und ohne näheres Hinsehen wird nicht auf den ersten Blick deutlich, ob es sich dabei um Werbung für Auktionen, gebrauchte Autoanzeigen oder Handys handelt.



12 ◀ Würden Sie auf die Schalter klicken? Oder was sollen die Symbole bei der Anzeige für norisbank.de aussagen?



13 ◀ Auffällig viele Anzeigen (wie hier für menshealth.de) werden im Mac-Look gestaltet. Dabei hat er im Web kaum eine Bedeutung und viele Webseiten sind nicht einmal für dieses Betriebssystem geeignet. Liegt es am Image des smarten Computers oder an der Bequemlichkeit der Designer?

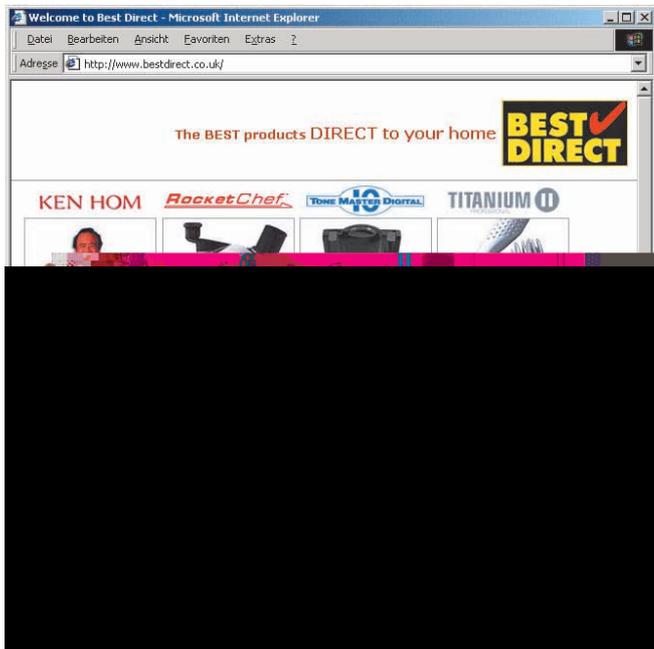
Dabei hatte diese Farbkombination anfangs sicherlich ihre Berechtigung, wurde sie früher immerhin nur selten benutzt. Auch erfreut sich das wenig originelle @-Symbol großer Beliebtheit. Es demonstriert mittlerweile allerdings mehr die Einfallslosigkeit vieler Designer – ebenso wie die jüngst wieder aufkommenden Strichcodes.

Damit potenzielle Kunden auf Sie aufmerksam werden, bietet sich das klassische Printmedium sehr gut an. Hier bekommen Sie schon für relativ wenig Geld Anzeigenplatz und erreichen eine große Leserschaft. Viele Anzeigen beschreiten dabei allerdings auch wieder einen ähnlichen Weg und versuchen, mit vermeintlichen Menüs und Buttons als Grafiken eine Verbindung der Offlineanzeige zum Onlineangebot herzustellen.

Nur wenn dieses Konzept von mehreren Anbietern benutzt wird, kann der Betrachter wieder nicht erkennen, für welches Angebot da geworben wird. Auch ist auffällig, dass dabei fast immer Buttons etc. im Mac-Look einherkommen und nie nach Windows-Oberfläche aussehen – dabei sind die meisten Surfer doch eher Windows-Anwender.

Teurer wird die Werbung, wenn Sie sich im Fernsehen präsentieren. Kaum ein Werbespot, der heute noch ohne mehr oder weniger auffällig eingblendete Webadresse auskommt. Durch das Angebot im Internet haben Sie dann die Möglichkeit, Ihre Produkte näher vorzustellen, wozu in einem kurzen Spot aus Kostengründen keine Zeit wäre.

## Von der Homepage zum professionellen Webauftritt



14 ◀ <http://www.bestdirect.co.uk>: Diese Produkte werden Sie sicherlich auch kennen – hier finden Sie Zusatzinformationen

Mittlerweile werden auch immer öfter Werbespots ausgestrahlt, die vordergründig gar nicht mehr ein bestimmtes Produkt bewerben, sondern beim Käufer Emotionen wecken wollen, die ihn zum Klick ins Web animieren.

Auf der entsprechenden Webseite wird dann in teilweise sehr aufwendig produzierten Spielen und Communities nur am Rand das bewusste Produkt erwähnt. Der Besucher hat vielmehr das Gefühl, hier etwas für sich zu tun. Da er sich wohl fühlt, kommt er gern wieder oder empfiehlt die Webseite gar seinen Freunden, damit diese auch einmal das Spiel zum Zeitvertreib ausprobieren – und schon ist die Werbestrategie aufgegangen.

### Über Zusatzangebote Besucher anlocken

Welche zusätzlichen Offerten Sie für Ihre Besucher im Web bereithalten, hängt von vielen Faktoren ab. Auch wenn die Fülle an Möglichkeiten dazu verleitet, einfach alles auf die Webseite zu packen, bleibt fraglich, ob Ihre Besucher das Angebot auch annehmen und überhaupt bei Ihnen sehen wollen. Noch ein SMS-Service, ein weiteres Mal Grafiken als Postkarten verschicken oder noch ein schlecht frequentierter Chat ist vermutlich eher Negativwerbung, als dass es wirklich Kunden bindet, denn dafür gibt es schon professionelle und etablierte Anbieter und Sie verheddern sich im Angebots-wirrwarr.

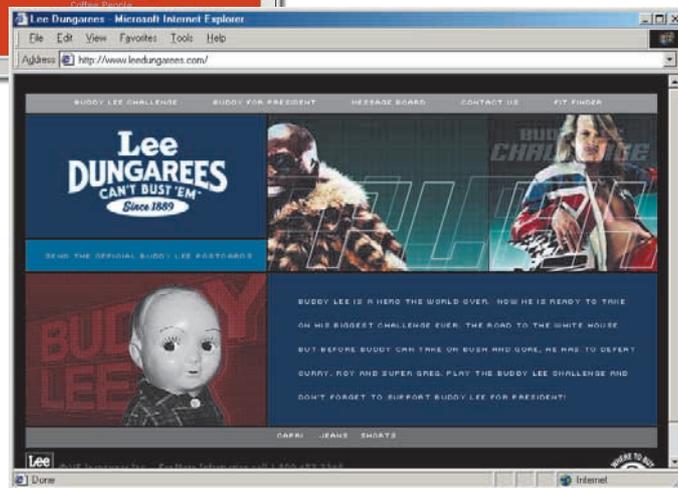
Wirkungsvoller dürfte ein eng abgegrenztes und zu Ihrem Angebot passendes Umfeld sein:

## Neue Kunden fürs Web gewinnen



15 ◀ Hier gibt's außer Kaffee auch noch Bildschirmschoner, Hintergrundinfos und Gewinnspiele: <http://www.nescafe.co.uk>

16 ▶ Passend zu den Werbespots wird im Internet (<http://www.buddylee.com>) die Story um den imaginären Gründer der Jeansmarke weiter ausgeführt und bietet humorvolle Unterhaltung



- Bieten Sie regelmäßige Gewinnspiele rund um Ihr Produkt an.
- Verkaufen Sie nicht nur um jeden Preis, sondern bieten Sie Hintergrundinformationen zur Handhabung, ähnlichen Produkten, Geschichte etc.
- Besonders gesucht im Web sind verlorene gegangene Bedienungsanleitungen und ähnliche Unterlagen, die Sie zum Download bereitstellen könnten.
- Treiber und Software für den Computer suchen ebenso zahlreiche Anwender. Aber auch hier gilt: Kopieren Sie nicht einfach Fremdangebote, sondern bilden Sie ein selbstständiges Angebot.
- Lockern Sie Ihre Site durch unterhaltsame Spiele, Quiz oder Animationen auf. Bei vielen Automobilherstellern können Sie per Webcam einen Blick in die Produktion werfen – warum nicht auch bei Ihnen?
- Verbinden Sie Ihre verschiedenen Werbemedien und weisen Sie zum Beispiel in Ihrer Printwerbung oder auf Briefpapier auf den Zusatznutzen im Web hin. Oder bieten Sie Katalogbestellungen im Web an.

## Von der Homepage zum professionellen Webauftritt



17 ▲ <http://www.oneilleurope.com/site/summer01/home.cfm>

Auch sehr effektiv kann es sein, wenn Sie Ihre Webbesucher zu einer Verkaufsaktion oder einer Party einladen. So wie auch Automobilhersteller immer wieder mit Präsentationen und Freibier locken, können auch Sie Ihre Kunden an sich binden.

## Binden Sie Ihre Kunden an Ihr Angebot

Nachdem Sie sich im World Wide Web einen Namen gemacht haben und einen gewissen Kreis an Nutzern haben, müssen Sie sich darum bemühen, diese Besucher nicht zu verlieren, und sie zu wiederkehrenden Besuchen animieren.

Nur wenn sich ein Gast wohlfühlt und gern Ihre Seite besucht, weil er dort die gewünschten Informationen erhält oder spannende Spiele findet usw., wird er Sie weiterempfehlen und auch beim nächsten Mal wieder bei Ihnen einkaufen. Sobald sich ein Besucher mit Ihrem Angebot identifizieren kann, haben Sie gewonnen.

Auch eine Art von Kundenbindung: Der Sportausstatter O'Neill gedenkt dem Tod eines bekannten Surfers, in dem die eigentliche Werbe-Webseite temporär stillgelegt wird. Dadurch finden neue Kunden zwar jetzt keine Produktinformationen mehr, aber Stammkunden und regelmäßige Besucher merken, wie wichtig dem Hersteller seine Sportler sind und es sich um ein pietätvolles Unternehmen handelt. Außerdem ist der Besucher gezwungen, in ein paar Tagen erneut vorbeizuschauen, ohne dass er dies dem Betreiber verübelt.

Binden Sie Ihre Kunden an Ihr Angebot



18 ▲ Normalerweise wird auf der Seite <http://www.oneilleurope.com/site/summer01/home.cfm> Werbung betrieben und Jobs werden offeriert

### Suchmaschinen müssen gepflegt werden

Dass Sie Ihre Webseiten nach der Veröffentlichung bei mehreren Suchmaschinen anmelden müssen, damit diese katalogisiert und gefunden werden, ist Ihnen sicherlich bekannt. Doch damit sind noch lange nicht alle Chancen auf mehr Publizität ausgeschöpft.

Ein grundsätzliches Problem haben die meisten dynamisch generierten Webseiten gegenüber den automatischen Spidern von Suchmaschinen: Sie können nicht indiziert werden, da der Webserver bei Besuch des Roboters keine Webseiten generiert. Das führt dazu, dass viele Inhalte nicht entdeckt werden und Ihnen so potenzielle Kunden entgehen.

Ein Weg aus der Misere können spezielle Webseiten sein, die lediglich dazu dienen, Suchmaschinen zu füttern. Mit vielen Stichwörtern ausgestattet, werden diese Tunnelseiten in den Katalog aufgenommen. Klickt dann ein Besucher im Suchergebnis auf die Seite, wird er blitzschnell zum eigentlichen Angebot weitergeleitet und bekommt die Zwischenseite nicht zu Gesicht.

Allerdings erkennen die meisten Suchmaschinen diese Taktik und nehmen dann den Anbieter gar nicht erst auf. Außerdem können die Tunnelseiten niemals so aktuell und umfangreich wie das gesamte Angebot der Site sein.

Damit Suchmaschinen möglichst zielgerichtet Suchergebnisse ausgeben können, haben Sie als Webautor die Möglichkeit, über Meta-Tags die Einträge zu steuern. Die

## Von der Homepage zum professionellen Webauftritt

Zusatzangaben werden von vielen Suchmaschinen zur Katalogisierung herangezogen und können helfen, dass sich Suchende schneller für Ihr Angebot entscheiden.

### **html/meta.html**

```
<HEAD>
  <META NAME="author" CONTENT="">
  <META NAME="publisher" CONTENT="">
  <META NAME="copyright" CONTENT="">
  <META NAME="keywords" CONTENT="">
  <META NAME="description" CONTENT="">
  <META NAME="robots" CONTENT="INDEX,FOLLOW">
</HEAD>
```

Bei *author*, *publisher* (Herausgeber) und *copyright* können Sie entsprechende Namen eintragen. Die kurze Beschreibung bei *description* wird ggf. im Suchergebnis angezeigt. Bei *keywords* haben Sie i. d. R. bis zu 256 Zeichen für Stichwörter Platz.

Die Stichwörter sollten dabei zu Ihrer Webseite passen, und wenn diese mit der Suchanfrage des Surfers übereinstimmen, ist die Wahrscheinlichkeit für einen guten Rang im Suchergebnis größer. Sparen Sie dabei bewusst Zeichen ein und verzichten Sie auf Trennzeichen wie Kommas: Benutzen Sie nur ein Leerzeichen. Gerade bei unregelmäßigen Wortformen (bei denen sich nicht nur die Wortendung ändert) kann es sehr vorteilhaft sein, ein Stichwort im Singular und im Plural anzugeben: zum Beispiel „Haus“ und „Häuser“.

Sehr interessant ist die Funktion *robots*: Wenn Sie nicht wollen, dass Ihre Site oder einzelne Seiten davon indiziert werden, können Sie dies explizit verbieten oder erlauben. Gerade in Zeiten von Abmahnungsarien können Sie so zum Beispiel verhindern, dass Ihre Link-Sammlung im Katalog aufgenommen wird. Nur Ihre tatsächlichen Besucher finden dann zwar die Link-Liste in Ihrem Angebot, aber windige Abmahner können nicht auf leichte Art an Ihnen Geld verdienen.

Option	Funktion
<i>INDEX</i>	Diese Seite darf in den Katalog aufgenommen werden.
<i>NOINDEX</i>	Die Seite darf nicht aufgenommen werden.
<i>FOLLOW</i>	Links in der Webseite dürfen verfolgt werden.
<i>NOFOLLOW</i>	Keine Links verfolgen.

Auch nachdem Sie sich einmal bei einschlägigen Suchseiten angemeldet haben, können Sie sich nach größeren Updates auf Ihrer Site erneut für einen Besuch der Suchmaschine anmelden. Zwar werden Ihre Seiten automatisch mehr oder weniger regelmäßig aufgesucht, doch können Sie so den Zyklus (der durchaus einige Monate dauern kann) gelegentlich beschleunigen und dafür Sorge tragen, dass aktuelle Inhalte auch zeitnah aufgelistet werden.



## Informieren Sie Ihre Besucher per Newsletter

Hat sich Ihre Webseite geändert, gibt es neue Inhalte, planen Sie eine große Party oder haben Sie andere Nachrichten, die für Ihre Gäste von Interesse sein könnten? Dann unterhalten Sie doch einen kostenlosen Newsletter-Service, mit dem Sie Ihre Besucher über derartige Neuigkeiten auf dem Laufenden halten.

Anstatt dabei aber Ihre Kunden mit E-Mail-Spams zu vergraulen, bieten Sie ihnen die Entscheidungsfreiheit, den Newsletter zu bestellen und jederzeit wieder zu kündigen.

Webseiten wie <http://www.kbx7.de> oder <http://www.coollist.com> bieten Ihnen diesen Dienst kostenlos an. Melden Sie eine neue Mailing-Liste an und bauen Sie einen entsprechenden Link in Ihr Angebot ein. Über den Link kommen interessierte Besucher dann zum Newsletter-Service, über den sie sich in die Liste eintragen (und später auch wieder austragen) können.

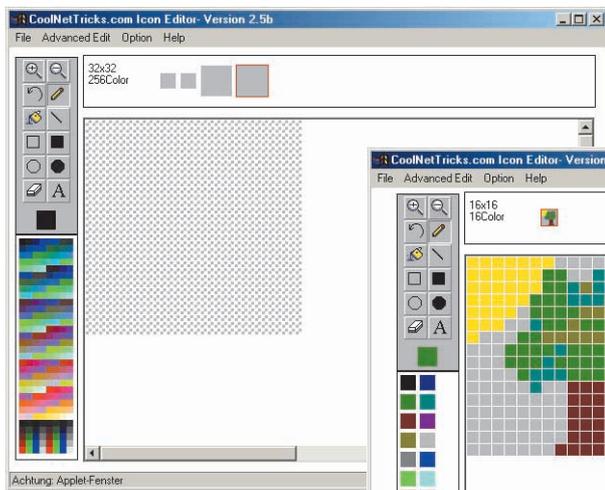
Wollen Sie allen Mitgliedern dann eine Mail mit den neusten Nachrichten zukommen lassen, können Sie meistens ganz einfach selbst eine E-Mail an Ihren Mailing-Listenzugang beim Service schicken, die daraufhin allen anderen zugestellt wird. Damit kein unberechtigter Ihre Mailing-Liste missbraucht, können Sie bei den meisten Anbietern einstellen, wer zum Versenden von Mails berechtigt ist bzw. von welcher Absenderadresse sie kommen muss.

## Auffällige Bookmark-Einträge im IE mit Favicons

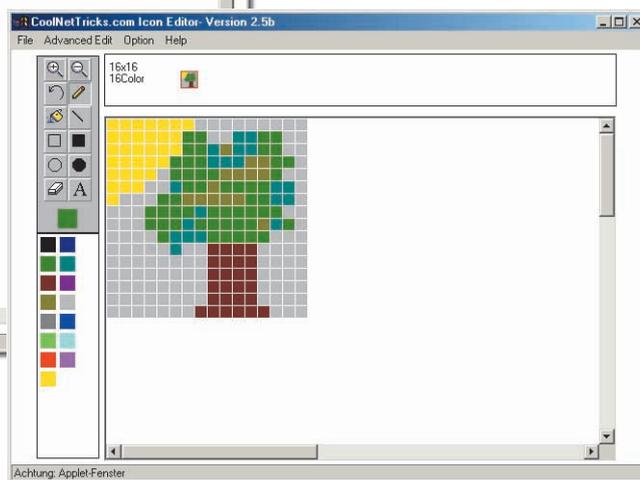
Kurzbeschreibung: Auch nachdem für Ihre Seite vom Besucher ein Lesezeichen angelegt wurde, können Sie noch etwas Werbung für Ihre Site betreiben: Der Internet Explorer kann statt der gängigen „e“-Symbole auch frei definierbare Grafiken vor einem Lesezeichen anzeigen.

- 1 Die Grafiken müssen in der Größe 16 x 16 mit 16 Farben vorliegen. Für Desktop-Symbole wird zusätzlich in der Datei noch eine Grafik mit 32 x 32 Pixel und max. 256 Farben existieren. Die Windows ICO-Dateien benutzen zur Speicherung ein besonderes Format, das nur wenige Programme beherrschen.
- 2 Auf der Webseite <http://www.favicon.com/applet.html> öffnet sich ein Java-Applet, das ein Mini-Grafikprogramm mit allen notwendigen Funktionen bereitstellt. Alternativ können Sie sich auch unter <http://msdn.microsoft.com/library/en-us/dnsamples/4493.exe> das kostenlose Microsoft-Tool IconPro downloaden und benutzen.

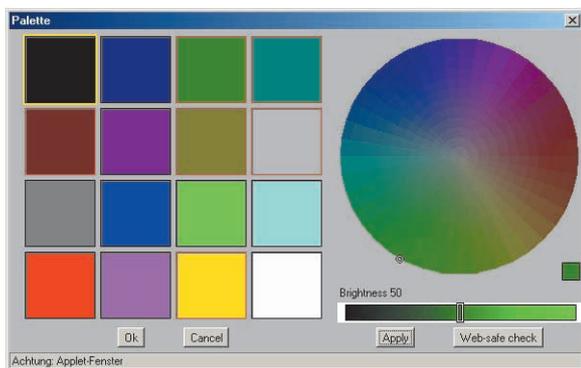
## Von der Homepage zum professionellen Webauftritt



20 ◀ Wählen Sie ggf. zwischen mehreren Symbolen in einer Datei aus



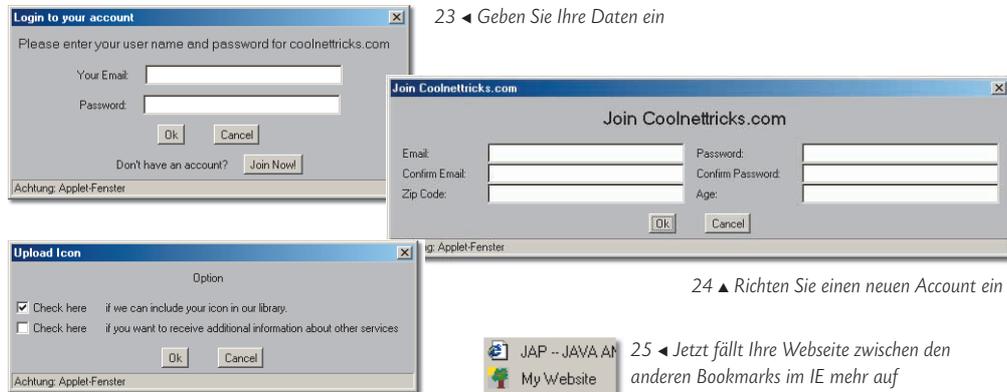
21 ▶ Das Java-Applet der Seite <http://www.favicon.com/applet.html>



22 ◀ Passen Sie die Farben für Ihr Symbol individuell an

- 3 Wollen Sie eine komplette Bibliothek mit allen vier Bildern in allen möglichen Größen und Farbtiefen erstellen, dann wählen Sie zuerst *File/New Multiple Image Favion* und klicken im oberen Bereich auf die grauen Symbole, um die entsprechende Grafik zu erstellen.
- 4 Mit den üblichen Zeichenfunktionen können Sie jetzt Ihr Symbol malen. Um die Palettenfarben anzupassen, steht Ihnen über *Option/Edit current palette* ein Farbauswahldialog zur Verfügung.
- 5 Sobald Sie Ihr Symbol fertig haben, wählen Sie *File/Save/Download*.
- 6 Wenn Sie schon mal einen Account bei Favicon.com eingerichtet haben, dann geben Sie Ihre gewählten Daten im Dialog ein. Bei Ihrem ersten Besuch müssen Sie über *Join Now* noch einen (kostenlosen) Account erzeugen und einige Daten an-

## Auffällige Bookmark-Einträge im IE mit Favicons



26 ▲ Wollen Sie Ihr Symbol veröffentlichen?

geben. Vor allem die E-Mail-Adresse ist wichtig, da an diese Ihr Symbol verschickt wird.

- 7 Im nächsten Dialog können Sie sich entscheiden, ob Ihr Symbol in die Galerie bei Favicon.com aufgenommen wird und ob Sie zusätzliche Informationen per E-Mail erhalten wollen.

 **source/favicon.ico**

- 8 Wenige Sekunden später wird Ihnen Ihre Symboldatei per E-Mail zugestellt und Sie können den Dateianhang unter einem Namen wie *favicon.ico* o. Ä. speichern.
- 9 Die Datei müssen Sie auf Ihren Webserver ins Stammverzeichnis übertragen. Lokal bei Ihnen am PC funktionieren Favicons nämlich nicht, sodass Sie nur online testen können.
- 10 In Ihre Webseiten müssen Sie jetzt nur noch folgende Zeile in den <HEAD>-Bereich aufnehmen.

 **html/favicon.html**

```
<LINK REL="SHORTCUT ICON" href="favicon.ico">
```