

Handbuch für Hello Engines!

Professional 4.1

Copyright 2003 by AceBIT GmbH

AceBIT GmbH, Darmstädter Str.1, 64354 Reinheim

Copyright 2003 by AceBIT GmbH

Alle Rechte vorbehalten. Kein Teil dieses Handbuchs darf in irgendeiner Form (Druck, Fotokopie oder einem anderen Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung der AceBIT GmbH reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet oder vervielfältigt werden

Inhaltsverzeichnis

Über Hello Engines!	1
TIPPS ZUR ANMELDUNG BEI SUCHDIENSTEN	3
Einige Tipps für die Gestaltung Ihrer Website	3
Wissenswertes über Suchdienste	5
Suchdienste sorgen für Traffic!	5
Anmeldung bei Suchdiensten: Nicht optional, sondern obligatorisch!	5
Wollen Sie viele Besucher oder lieber wenige?	6
Suchmaschinen, Verzeichnisse, FFA-Linklisten ...	7
Suchmaschinen (Engines)	8
Verzeichnisse (Directories)	8
Hybrid-Suchmaschinen	9
Free-For-All-Linklisten	9
Sonstige Suchdienste	10
Eintrag bei 1158 Suchmaschinen vom "professionellen Internet-Promoter"	11
Richtig anmelden	14
So machen Sie es richtig:	14
Grundlagen 1: HTML-Code	15
Grundlagen 2: Inhalt	16
Grundlagen 3: Gestaltung	16
Grundlagen 4: Spezialisieren Sie Ihre Seiten	16
Grundlagen 5: Verwenden Sie den Tag < title>, Meta-Tags und die Datei robots.txt	17
Jetzt anmelden	17
ERSTE SCHRITTE	19
Bevor Sie mit Hello Engines! arbeiten	19
Technischer Support	19
Installation	21
Systemvoraussetzungen	21
Setup	21
Zehn wichtige Hinweise	23
Schnellstart	26
ARBEITEN MIT HELLO ENGINES!	29
Was macht Hello Engines!?	29

Die Oberfläche	29
Programmbereich Projekt	31
Projekt	31
Daten	31
Web-Sites	32
Meta-Tags	33
Programmbereich Anmeldung	34
Anmeldung	34
Automatische Anmeldung	34
Manuelle Anmeldung	35
Multi-Express-Anmeldung	36
Multi-Detail-Anmeldung	36
Programmbereich Status	38
Statusbericht	38
Statusbericht anzeigen	38
Antwort des Suchdiensts	38
Drucken	38
Tabelle	39
HTML	39
RTF-Bericht	39
Fehlerhafte Anmeldungen	40
RTF-Schablonen erzeugen	40
Programmbereich Site-Checker	41
Site-Checker	41
Link-Checker	41
HTML-Validator	42
Ladezeit-Checker	42
Code-Komprimierer	43
Programmbereich Extras	44
Extras	44
HTML-Editor	44
Meta-Tag-Generator	44
Robots-Generator	45
Site-Scanner	47
Ranking-Analyse	48
Programmbereich Assistenten	50
Assistenten	50
One-Minute Assistent	50
Meta-Tag-Assistent	50

Import-Assistent	50
Site-Scanner-Assistent	50
TUTORIAL	53
Was Sie in diesem Tutorial lernen	53
Erste Schritte	54
Allgemeine Daten eingeben	54
Registerkarte Firma	54
Registerkarte Person	56
Registerkarte Webmaster	57
Daten zu der Website eingeben	58
Website vor der Anmeldung überprüfen	60
Mit dem Meta-Tag-Generator arbeiten	61
Meta-Tag-Dateien hinzufügen und entfernen	65
Anmeldung bei Suchdiensten	67
Website automatisch anmelden	67
Website manuell anmelden	71
Multi-Express- und Multi-Detail-Anmeldung verwenden	72
Site-Checker-Funktionen verwenden	76
Site-Checker: Link-Checker	76
Site-Checker: HTML-Validator	78
Site-Checker: Ladezeit-Checker	81
Site-Checker: Code-Komprimierer	84
INSIDER-TIPPS ZUM THEMA SUCHDIENSTE	89
Suchdienste verstehen	89
Funktionsweise von Suchdiensten	89
Die Komponenten einer Suchmaschine	90
Design-Tipps für Suchmaschinen	92
Design-Tipps für Suchmaschinen	92
Wählen Sie strategische Schlüsselwörter aus	92
Bringen Sie Ihre Schlüsselwörter an der richtigen Stelle unter	93
Achten Sie auf inhaltliche Relevanz	93
Vermeiden Sie Elemente, über die Suchmaschinen stolpern könnten	94
Verwenden Sie Meta-Tags	96
Tricksen Sie Suchdienste nicht aus	96
Reichen Sie Ihre Schlüsselseiten ein	97
Suchdienste und mehr	98

Suchmaschinen und Frames	100
Machen Sie es Suchmaschinen nicht so schwer	100
Der noframes-Tag - Ihr Freund und Helfer	101
Wiederherstellung des Frame-Kontextes	103
Interessante Links zum Thema Frames	104
Groß- und Kleinschreibung	105
Groß- und Kleinschreibung in der Praxis	106
Groß- und Kleinschreibung: Eine Übersicht	108
 "Bridge"- oder "Entry"-Pages	 109
Was ist eine Bridge- oder Entry-Page?	109
Die Low-Tech-Methode	109
Die Agentenmethode	110
Die IP-Methode	111
 Meta-Tags verwenden	 112
Wie Meta-Tags verwendet werden	112
Interessante Links zum Thema Meta-Tags	114
Robots	115
 URLs überprüfen	 117
Überprüfung Ihrer URL	117
AltaVista	117
Excite	117
Lycos	118
WebCrawler	118
Spider	119
Was sind Spider?	119
Nach Spidern suchen	119
Ihr bester Anhaltspunkt: robots.txt	120
Weitere Tipps	120
Spider: Eine Übersicht	121
Messen der Link-Popularität	122
AltaVista	122
Excite	123
HotBot	123
Was ist Spamming?	123
 GLOSSAR	 129

Über Hello Engines!

Danke, dass Sie sich für **Hello Engines!** entschieden haben. **Hello Engines!** ist ein mehrfach ausgezeichnetes Tool, das Ihre Websites mit wenigen Mausklicks bei fast allen wichtigen Suchmaschinen (z. B. Google, AltaVista etc.) und Verzeichnissen (z. B. Yahoo, Web.de etc.) anmeldet. Sie werden mit **Hello Engines!** den Erfolg Ihrer Websites drastisch steigern, denn die meisten Internetnutzer (ca. 80 %) verwenden Suchdienste, um Informationen im Internet zu finden. Deshalb ist es für den Erfolg einer Website wichtig, bei Suchdiensten gelistet zu sein. Wenn Sie versuchen, Ihre Website nur über klassische Werbung bekannt zu machen, würde Sie jeder Besucher Geld kosten. Suchdienste hingegen sind meistens kostenlos und versprechen bessere Chancen auf Erfolg.

Viele so genannte "Website-Promotion-Tools" setzen Web-Promotion mit Spamming gleich. Das Ergebnis ist, dass Ihre Website wahllos überall angemeldet wird, und dies sogar dazu führen kann, dass Ihre Websites auf einen "Index" kommen. **Hello Engines!** enthält hingegen nur ausgewählte, hochwertige Suchdienste. Die Suchdienste-Datenbank von **Hello Engines!** enthält also keine Suchdienste mit gemeinsamer Datenbank oder FFA Linklisten, auf denen nur unseriöse Anbieter zu finden sind. Sie können mit **Hello Engines!** sowohl automatische Anmeldungen als auch manuelle Anmeldung schnell und einfach durchführen. Die Suchdienste bemerken im Übrigen keinen Unterschied, ob Sie Ihre Websites mit einer Software angemeldet haben oder "von Hand".

Zu den Funktionen der **Standard Version** bietet Ihnen die **Professional Version** von **Hello Engines!** noch weitere Funktionen zu der Optimierung Ihrer Websites, wie z. B. die Site-Checker-Funktionen und die Ranking-Analyse. Eine Übersicht der Leistungsmerkmale der **Standard** und **Professional Version** finden Sie auf der [Hello-Engines!-Website](#).

Sollten Sie Fragen, Anregungen oder Wünsche haben, teilen Sie uns diese mit. Beachten Sie auch die **Hello-Engines!**-Website, auf der Sie die neusten Upgrades von **Hello Engines!**, FAQs sowie interessante Artikel zu dem Thema Website-Promotion finden.

Tipps zur Anmeldung bei Suchdiensten

Einige Tipps für die Gestaltung Ihrer Website

Möchten Sie unsere (subjektive) Meinung zum Thema "gute Websites" erfahren? Wir könnten Ihnen eine Menge Ratschläge zu der Gestaltung Ihrer Website geben, halten es aber für effizienter, Ihnen statt dessen zu raten, wie Sie Ihre Website nicht gestalten sollten.

Die einfache Faustregel: Schauen Sie sich jedes einzelne Element Ihrer Website genau an, und fragen Sie sich selbst: Muss dies wirklich definitiv auf dieser Website sein? Wenn die Antwort "jein" lautet, entfernen Sie es. Sie werden staunen, wie "sauber" und professionell Ihre Website nach dieser Methode aussehen wird.

Wenn Sie sich nicht an unsere Faustregel halten möchten, vermeiden Sie zumindest Folgendes:

- **"Klicken Sie hier, um zu der Website zu gelangen":** Wozu solch eine Begrüßungsseite? In der Regel gibt es dafür überhaupt keinen sinnvollen Grund - kommen Sie gleich zur Sache, statt Ihre Besucher mit solchen "Höflichkeiten" aufzuhalten.
- **Musik:** Das nervt garantiert jeden Besucher! Zunächst einmal dauert es ewig, bis die Musik-Datei geladen ist. Dann hängt sich oft noch der Browser auf. Und wenn Ihr Musikgeschmack nicht ankommt, sind Sie sowieso aufgeschmissen.
- **Grafische "Spielereien":** Es gibt Websites, auf denen Grafiken unverzichtbar sind (z. B. Produktkataloge). Werden sie aber ohne erkennbaren Grund verwendet, wirken sie, ähnlich wie Musik-Dateien, störend und sorgen dafür, dass Ihre Website langsamer geladen wird.
- **Grafiken und Links ohne gültige Verweise:** Achten Sie darauf, dass alle Grafiken korrekt angezeigt werden und Ihre Links auch wirklich weiterführen. Links, die ins "Leere" führen, hinterlassen den Eindruck, man sei auf einer "Wohnzimmer-Website" gelandet, die nicht sorgfältig gepflegt wird.

- **Fehler bei Rechtschreibung und Grammatik:** Wenn Sie sich nicht die Zeit nehmen, Ihre Website auf Rechtschreib- und Grammatikfehler zu überprüfen, können Sie auch nicht erwarten, dass Ihre Leser sich die Zeit nehmen, weiterzulesen.
- **Langsame Seiten:** Sie haben sich bei Geocities & Co. kostenlosen Webspace gesichert und Ihre 1 MB große Website dort platziert? Bevor Ihre Website vollständig in dem Browser des Besuchers geladen wurde, ist er schon längst wieder verschwunden.
- **Überflüssige Java-Applets:** Lassen Sie diese weg, wenn sie von keinem echten Nutzen sind. Dasselbe gilt für die Scroll-Texte von JavaScript, die ein alter Hut sind und Sie als hoffnungslosen Anfänger entlarven.
- **Farbiger Text auf farbigem oder gemustertem Hintergrund:** Sie wollen sich im Internet präsentieren und Ihr Besucher kann nicht mal Ihre Seite lesen.
- **Mehr als einen Werbebanner auf der Seite:** Ihr Besucher wird auf das beste Banner klicken und womöglich nie wieder zurückkommen.
- **Umfangreiche Seiten:** Ihre ganze Website befindet sich auf einer einzigen 3-Megabyte-Seite? Auch Bücher haben mehr als ein Kapitel - dies sollte auch für Ihre Website gelten.
- **Banaler Inhalt:** Zeigen Sie Ihre Hauskatze nur, wenn sie z. B. fünf Beine hat. Zeigen Sie sie nicht, nur weil sie nett aussieht. Wenn es keinen guten Grund gibt, sie auf Ihre Website zu platzieren, entfernen Sie ihr Bild.

Wissenswertes über Suchdienste

Suchdienste sorgen für Traffic!

Sind Sie enttäuscht, dass Ihre Website extrem niedrige Besucherzahlen aufweist? Sie werden staunen, wie die korrekte Anmeldung bei Suchdiensten die Besucherzahl auf Ihrer Website erhöhen wird!

Wir unterstellen einmal, dass jede Website erschaffen wurde, um so viele Besucher wie nur möglich anzuziehen. Fast jeder Webmaster zerbricht sich darüber den Kopf, wie er mehr Besucher seiner Website anziehen kann. Also müssen Schritte eingeleitet werden, die - am besten mit geringen Kosten - dafür sorgen, dass die Besucher auf die entsprechende Seite finden. Vor dem (Verkaufs-)Erfolg steht in der Regel das Marketing - das gilt auch für das Internet. Um so mehr erstaunt es, dass sich immer noch folgendes "unerklärliches Phänomen" beobachten lässt: Viele Firmen und Privatleute investieren einige tausend Mark und wochenlange Arbeit in die Entwicklung einer Website. Anschließend veröffentlichen sie diese im Internet, warten ein oder zwei Monate, und erkennen dann resigniert: "Keine müde Mark Umsatz über das Internet gemacht!"

Fragt man bei diesen Firmen nach, was denn dafür getan wurde, um die Website der Allgemeinheit bekannt zu machen, hört man oft: "Ich dachte, das geht irgendwie automatisch." Obwohl kein Mensch glaubt, dass jemand bei einer Firma anruft, ohne deren Telefonnummer zu kennen, gehen doch viele davon aus, dass eine Website massenweise Besucher anzieht, obwohl deren Adresse nirgends bekannt gegeben wurde.

Anmeldung bei Suchdiensten: Nicht optional, sondern obligatorisch!

Der erste und mit Abstand wichtigste Schritt für mehr Besucher auf einer Website ist die Anmeldung bei den mittlerweile unzähligen Suchdiensten. Nur so kann Ihre Website überhaupt von der Internet-Gemeinde wahrgenommen werden!

Es ist allgemein bekannt, dass zwischen 70 und 85 % aller Informationsrecherchen im Internet über Suchdienste erfolgen - bei täglich mehreren Milliarden Treffern kommt eine enorme Summe zusammen.

Natürlich sind nicht alle Suchdienste gleich wichtig: **Yahoo**, der bekannteste Suchdienst, erzeugt allein ca. 70 % des Traffics aller Suchdienste. Es folgen **Google**, **AltaVista**, **InfoSeek**, **Lycos** und rein deutschsprachige Dienste wie z. B. **Fireball**, **AllesKlar**, **Web.de** oder **Dino**, um nur einige zu nennen. Es ist zwar richtig, dass Schätzungen zufolge die 10 wichtigsten Suchdienste zusammen über zwei Drittel aller Seitenaufrufe erzeugen. Wenn man aber berücksichtigt, dass die Anzahl der Seitenaufrufe, die täglich über Suchdienste erfolgen, einige Milliarden Aufrufe umfasst, kann man sich leicht ausrechnen, dass auch das restliche Drittel der Suchdienste täglich etliche Millionen Seitenaufrufe erzeugt - somit sind auch die meisten "unwichtigen" Suchdienste für unser Ziel, mehr Besucher anzuziehen, wichtig genug!

Es ist für eine Website also obligatorisch (und nicht optional), wenigstens bei Suchdiensten gelistet zu sein! Jede andere Form der Bekanntmachung und Werbung einer Website sollte erst nach der korrekten Anmeldung bei den Suchdiensten in Erwägung gezogen werden. Suchdienste bieten in der Regel den Vorteil, dass eine Eintragung kostenlos erfolgt. Der Nachteil ist allerdings - und das ist einer der Hauptgründe, warum viele Webmaster trotz besseren Wissens diese Aufgabe so sträflich vernachlässigen -, dass die Eintragung einer Website bei einem Suchdienst sehr zeitaufwändig ist. Spätestens nach der fünften Eintragung wird das Ganze zur monotonen Fließbandarbeit. Noch problematischer wird die Sache, wenn man an einen Suchdienst wie **Yahoo** gelangt, bei dem sich die Eintragung nicht auf die einfache Eingabe der URL beschränkt (dies ist übrigens auch nur bei den reinen Suchmaschinen der Fall), sondern sich über das Ausfüllen von seitenlangen Formularen zieht. Last but not least, fallen einem die Adressen der Suchdienste garantiert nicht ein, wenn man gerade mal wieder die eigene Website anmelden möchte, also muss man erst bei den Suchdiensten, die man kennt, nach den anderen Suchdiensten suchen (und schon wieder ist eine Woche rum ...).

Wollen Sie viele Besucher oder lieber wenige?

Die Anmeldung bei Suchdiensten ist deshalb schon sehr wichtig, weil Sie Ihnen in der Regel automatisch "qualifizierte" Besucher bringt, d. h., Besucher finden zu Ihnen, weil sie mit Hilfe eines Suchdiensts, nach Eingabe der Suchbegriffe, Ihre Website gefunden haben. (Voraussetzung dafür ist natürlich, dass Sie bei der Anmeldung relevante Schlüsselwörter und Beschreibungen angeben.)

Themen wie "qualifizierte Besucher" haben sicher ihre Berechtigung, wenn es z. B. um das Platzieren von kostenpflichtigen Werbebannern geht. Bei der Anmeldung bei Suchdiensten allerdings sollte dieser Punkt eine untergeordnete Rolle spielen. Schließlich kostet uns ein Anwender, der unsere Website über einen Suchdienst findet und daraufhin besucht, kein Geld, da er weder unseren Stromverbrauch erhöht noch unsere Arbeitszeit stiehlt. Es ist auch nicht so, dass durch die Anmeldung bei Suchdiensten gleich täglich Tausende von Besuchern "eintreffen", die Sie mit E-Mails und Fragen bombardieren, so dass sie Ihre Ressourcen binden! Während wir uns beim Direktmarketing über die Qualität der Adressen Gedanken machen sollten, bevor wir einen Werbebrief verschicken, der Geld kostet, sollten wir bei der Anmeldung unserer Website bei Suchdiensten versuchen, korrekte und relevante Schlüsselwörter und Meta-Tags anzugeben - so regelt sich die "Qualität" der Besucher von alleine!

Nicht übersehen sollte man die Tatsache, dass ein Besucher schon nach wenigen Sekunden die Seite wieder verlässt, wenn ihn der Inhalt nicht interessiert.

Nachdem dieser Punkt angesprochen wurde, sollten wir uns zum Ziel setzen, unsere Website bei so vielen Suchdiensten wie nur möglich anzumelden! Aber Vorsicht: Nicht überall, wo Suchdienst "draufsteht", steckt auch wirklich ein Suchdienst dahinter! Deshalb sollten Ihnen zunächst die Unterschiede zwischen den einzelnen Suchdiensten klar sein, bevor Sie Ihre Website anmelden.

Suchmaschinen, Verzeichnisse, FFA-Linklisten

...

Bevor Sie Ihre Website bei Suchdiensten anmelden, ist es wichtig, einige grundlegende Begriffe zu kennen und die Unterschiede zwischen den einzelnen Bezeichnungen zu verstehen. Unter dem Oberbegriff **Suchdienst** werden alle Websites zusammengefasst, die dem Anwender das Auffinden von Informationen erleichtern sollen.

Der Begriff **Suchmaschine** wird fälschlicherweise oft allgemein für reine **Suchmaschinen**, **Verzeichnisse** oder sogar **Free-For-All-Linklisten** verwendet. In Wirklichkeit sind diese jedoch nicht identisch, wobei der Unterschied in der Art und Weise liegt, wie die Ergebnislistings erzeugt werden. Insbesondere die **Free-For-All-Linklisten** haben nichts mit **Suchmaschinen** und **Verzeichnissen** zu tun.

Suchmaschinen (Engines)

Suchmaschinen, die man auch Spider oder Crawler (zu deutsch Spinne bzw. Kriecher, kriechen oder krabbeln) nennt, suchen ständig Websites im Internet auf, um Kataloge von Websites anzulegen. Suchmaschinen wie etwa **Fireball** erzeugen ihre Ergebnislistings automatisch. Bei dieser Methode klappern die Suchmaschinen einfach das ganze Web ab, wobei anschließend Menschen das Ergebnis untersuchen. Auf diese Weise können diese Suchmaschinen gegebenenfalls Änderungen, die Sie an Ihren Websites vorgenommen haben, automatisch ausfindig machen. Allerdings wird durch Änderungen die Art und Weise, wie Ihre Seiten im Ergebnislisting aufgelistet werden, beeinflusst. Dabei können folgende Elemente eine Rolle spielen: die Seitentitel, die Textblöcke oder andere Elemente der Seite. Da Suchmaschinen automatisch arbeiten und außerordentlich viele Websites indizieren, finden Sie dort oft Informationen, die in den Verzeichnissen (siehe unten) nicht aufgeführt sind. Bei Suchmaschinen werden in der Regel alle angemeldeten Websites aufgenommen.

Verzeichnisse (Directories)

Anders als bei Suchmaschinen werden die Verzeichnisse nicht automatisch, sondern von Redakteuren angelegt. Eine Website wird angemeldet und anschließend mit einer oder mehreren sinnvollen Kategorien verknüpft. Da Verzeichnisse meistens von erfahrenen Redakteuren angelegt werden, liefern sie in der Regel bessere (zumindest besser gefilterte) Resultate als Suchmaschinen. Das bekannteste und wichtigste Verzeichnis ist [Yahoo](#).

Bei einem Verzeichnis wie **Yahoo** hängen die Ergebnislistings von menschlichen Eingriffen ab. Entweder reichen Sie eine kurze Beschreibung Ihrer gesamten Website ein, oder lassen diese von den Redakteuren schreiben, die die Websites besprechen. Bei dem Suchvorgang werden dann nur diese Beschreibungen auf Treffer untersucht, so dass Änderungen Ihrer Websites keinerlei Auswirkungen auf das Ergebnislisting haben. Bei Verzeichnissen werden in der Regel nur Websites aufgenommen, die einem gewissen Qualitätslevel entsprechen. Eine gute Website (mit gutem Inhalt) hat mehr Chancen, aufgenommen zu werden, als eine schlechte Website.

Hybrid-Suchmaschinen

Um die Sache noch etwas komplizierter zu machen, verfügen manche Suchmaschinen außerdem über ein mit ihnen verknüpft Verzeichnis. Hierbei handelt es sich um Websites, die schon einmal besprochen oder bewertet worden sind. Bei der Durchführung einer Abfrage auf einer Hybrid-Suchmaschine tauchen diese besprochenen Websites meistens nicht standardmäßig auf, sondern müssen von dem Benutzer, der die Besprechungen sehen möchte, gezielt ausgewählt werden. Ob man in das Verzeichnis einer Suchmaschine aufgenommen wird, hängt normalerweise von einer Mischung aus Glück und der vorhandenen Qualität ab. Manchmal können Sie auch eine Besprechung Ihrer Website "beantragen", haben allerdings keine Garantie dafür, dass dies dann auch wirklich geschieht.

Free-For-All-Linklisten

Free-For-All-Linklisten sind Seiten, in denen Links auf Websites zusammen mit einem kurzen Kommentar eingetragen werden können. Der Betreiber trägt seine Website und die Kurzbeschreibung selbst ein, und die Eintragung erfolgt sofort und ohne redaktionelle Überprüfung. Auf Free-For-All tummeln sich mittlerweile (leider) fast ausschließlich Anbieter, die gezielt auf Dummenfang aus sind. Was als gute Idee entstanden ist, gehört heute zu den klassischen Gebieten, in denen sich Abzocker, Bauernfänger und sonstige zwielichtige Zeitgenossen tummeln. Auf Free-For-All-Linklisten (abgekürzt "FFA") finden Sie somit auch in der Regel Angebote wie "Reich werden - ohne arbeiten!", "450 MHz Pentium mit 21"-Monitor für nur 150,00 DM" und ähnliches. Der Grund, warum die unseriösen Angebote gerade auf den FFA-Sites zu finden sind, liegt auf der Hand: Die Eintragung wird selten überprüft, erfolgt in der Regel umgehend und ist kostenlos. Da diese Angebote in redaktionell überprüften Suchdiensten keine Chance auf eine Aufnahme haben, findet man diese bei ungeprüften Diensten.

Außerdem dienen sie unseriösen Firmen zusammen mit Maillinglisten als ergiebige Quelle für neue E-Mail-Adressen - diese Werbe-E-Mails finden Sie dann massenweise in Ihrer Mailbox. Sie können übrigens gegen solche unangeforderten E-Mails rechtlich vorgehen, sofern es Ihnen gelingt den (echten) Absender zu ermitteln. Seriöse Firmen senden niemals unaufgefordert E-Mail-Werbung zu, daher sollten Sie solche Werbung IMMER ignorieren (vor allem dann, wenn sie auf den ersten Blick interessant erscheint)! Wenn Sie auf eine solche E-Mail antworten, bestätigen Sie dem Absender nur, dass es sich um eine korrekte E-Mail-Adresse handelt, mit dem Ergebnis, dass Sie um so mehr unerwünschte Werbung in Ihrer Mailbox finden werden.

Von der Anmeldung bei einer FFA-Linkliste raten wir mittlerweile grundsätzlich ab. Stellen Sie sich vor, Sie besuchen zufällig eine solche "Free-For-All"-Seite und sehen neben den unzähligen unseriösen Angeboten ("Reich werden ohne Arbeit - GARANTIERT!", "Wir bringen Sie in die Top-10 bei Yahoo - UMSONST" oder "Nackte Prominente") einen Eintrag von Volkswagen! Was wäre Ihr Eindruck? Peinlich, peinlich ...

Einen interessanten Artikel zu dem Thema FFA-Links und Programme, die dort "anmelden" finden Sie unter [URL Submissions and the SCAM!](#).

Sonstige Suchdienste

Neben den obengenannten Suchdiensten gibt es noch eine ganze Reihe anderer Formen von Websites, die das Auffinden von Informationen erleichtern möchten. Beispielsweise gibt es die so genannten Award-Services, die einzelnen Websites "Auszeichnungen" (englisch "Award") verleihen. Die Idee ist, gute Websites zu prämiieren - als Gegenleistung müssen Sie, nachdem Sie einen Award erhalten haben, das Banner des Verleihers auf Ihrer Website platzieren. Zu diesem Thema ließe sich sicher ein ganzes Buch schreiben. Wir möchten an dieser Stelle auf die [Homepage von Ralf Sturm](#) (alias "Schlingel") verweisen, der mit einer Homepage "Webhexe" 38 (!) Awards erhalten hat! Der einzige Haken an der Sache: Die Website, für die er so viele Auszeichnungen erhalten hat, existierte nie! Wie so oft geht es vielen Betreibern lediglich darum, ihr eigenes Banner irgendwo kostenlos platzieren zu können - also vergibt man "Awards", um dieses Ziel zu erreichen.

Erwähnt werden sollten noch die so genannten Hit-Counter: Hierbei handelt es sich um Websites, die ihren Besuchern besonders populäre Websites präsentieren. Dem Besucher wird z. B. eine Liste mit den 100 meist besuchten Websites angezeigt. Neben dem Link zur jeweiligen Website steht auch die Anzahl der Besucher, die diese Website erzielt hat. Auch hier funktioniert das System über einen Link (bzw. Banner), den Sie auf Ihre Website platzieren müssen und der auf die Counter-Website zeigt. Dieser Link sorgt dann dafür, dass bei der Counter-Website jeder Ihrer Besucher gezählt wird.

In der Theorie klingt auch dieses System gut - in der Praxis sind auch diese Sites heftigsten Manipulationen unterworfen. So gibt es mittlerweile einige Utilities, mit denen Anwender die eigene Website puschen können. Die Programme gaukeln dem Hit-Countern immer andere IP-Adressen vor, und sorgen so dafür, dass die Counter hochgezählt werden. Ziel dieser Manipulation ist es natürlich, in der Seite mit den am meisten besuchten Websites ganz oben zu erscheinen. (Wenn Sie das Thema "IP-Manipulation" interessiert, hilft Ihnen vielleicht diese "düstere" [Quelle](#) etwas weiter).

Wegen der erheblichen Manipulationsmöglichkeiten sollten Sie auf die beiden eben genannten Suchdienste keinen Schwerpunkt setzen, wenn Sie Ihre Website bekannt machen möchten. Eine sichere Methode, unseriösen Betreibern aus dem Weg zu gehen, ist, nie Werbebanner oder Links in die eigene Website aufzunehmen. Wenn Ihnen jemand einen "Award" zukommen lassen möchte, dann ist das schön für Sie. Wenn er aber verlangt, dass Sie als Voraussetzung dafür seinen Banner auf Ihrer Website platzieren, sollten Sie misstrauisch werden.

Eintrag bei 1158 Suchmaschinen vom "professionellen Internet-Promoter"

Nachdem nun die Unterschiede zwischen den einzelnen Suchdiensten erläutert wurden, werfen wir einen Blick auf die im Internet oft anzutreffenden Angebote von Internet-Promoter.

Das Ziel ist es immer noch, die eigene Website bei so vielen Suchdiensten wie möglich anzumelden! Also klingen die Angebote der kostenlosen und teilweise kostenpflichtigen Promoter zum Teil sehr verlockend!

Im Internet wie im "richtigen Leben" finden Sie viele Angebote, die darauf aus sind, Ihr Portemonnaie zu erleichtern, ohne eine angemessene Leistung zu erbringen. Dazu gehören fast alle sogenannten Internet-Promoter, die Ihnen anbieten, Ihre Website bei Hunderten oder gar Tausenden von Suchdiensten anzumelden.

Fallen Sie nicht auf Werbesprüche wie "Eintrag bei 1158 Suchmaschinen vom professionellen Internet-Promoter" rein! Solche "Internet-Promoter" können keine 1158 Suchmaschinen kennen, weil es keine 1158 Suchmaschinen gibt! Hier werden Äpfel mit Birnen verglichen. Tatsächlich wird Ihre Website massenweise bei [Free-For-All-Linklisten](#) angemeldet, deren Wert, wie bereits erwähnt, für Ihre Website gleich Null ist, und die Ihrem Image schwer schaden können!

Es gibt drei Kategorien dieser "Internet-Promoter":

- Anbieter, die Ihnen eine "kostenlose" Anmeldung offerieren: Hier stellt sich bei genauerer Betrachtung heraus, dass das Angebot doch nicht ganz kostenlos ist und "nur" die Platzierung eines Werbebanners (oder eines Links) als Gegenleistung erfordert. In einigen Fällen wird auch mit "kostenlos" geworben, um Kunden anzulocken, und anschließend wird ganz dreist Geld verlangt.
- Anbieter, die angeblich auf "Qualität" abzielen: Sie müssen für die Leistung bezahlen, werden aber, neben einem Dutzend echter Suchdienste, trotzdem bei wertlosen Free-For-All-Links angemeldet.
- Anbieter, die wirklich kostenlos sind und durch dieses Angebot lediglich auf andere eigene Angebote aufmerksam machen möchten (aber auch hier wird oft nur bei FFA-Linklisten angemeldet).

Wie dreist einige Anbieter sind, zeigt sich in der Behauptung, die Anmeldung würde ja sehr aufwändig sein und sehr viel Zeit kosten - so dass das Anbringen eines Banners eine "faire" Gegenleistung sei. Das klingt dann so, als ob der "arme Kerl" Stunden damit verbringen würde, Ihre Website manuell anzumelden. Tatsächlich werden, wenn die Anmeldung überhaupt durchgeführt wird, Skripts oder Programme für die Anmeldung verwendet - eine Arbeit von wenigen Minuten.

Einige bieten Ihnen als kostenpflichtige Zusatzleistung an, Ihre Website so zu optimieren, dass sie bei den Suchergebnissen auf den ersten Seiten erscheint. Klingt gut, da man weiß, dass Suchergebnisse teilweise Hunderte von Seiten lang sind und fast immer nur die ersten beiden Seiten beachtet werden. Aber: Garantieren kann so etwas niemand! Man kann höchstens unter Kenntnis der besonderen Merkmale eines Suchdienstes dafür sorgen, dass eine Website unter Ausnutzung aller erlaubten Methoden und "Tricks" ein bestmögliches Ergebnis erzielt. Ob Ihre Website im Suchergebnis dann aber auf Platz 1 oder 1.230 steht, kann Ihnen niemand im Voraus sagen.

Das Lockmittel, das fast alle dieser Anbieter verwenden, ist der Begriff "kostenlos", und immer wieder treffen Sie auf "Sie müssen als Gegenleistung nur unseren Banner auf Ihrer Website platzieren". Ergebnis: Sie machen kostenlose Werbung für diese Promoter und erhalten keine Gegenleistung (zumindest keine, die Ihnen nutzen würde!). Denn im für Sie besten Fall melden diese "Promoter" Ihre Website gar nicht an (schicken Ihnen aber trotzdem ein Protokoll), oder aber sie melden Ihre Website bei wertlosen Free-For-All-Linklisten an. Außerdem kann es passieren, dass Ihre Website durch zu häufiges Anmelden bei einem (echten) Suchdienst komplett gesperrt wird! Die Anmeldung Ihrer Website ist so grundlegend wichtig, dass Sie darüber immer selbst die Kontrolle und Übersicht behalten sollten!

Der beste Schutz vor unseriösen Angeboten ist immer noch der gesunde Menschenverstand! Fragen Sie sich bei "kostenlosen Super-Angeboten" einfach, warum jemand für Sie kostenlos arbeiten sollte!

Richtig anmelden

So machen Sie es richtig:

Nachdem wir nun die Unterschiede zwischen Suchmaschinen und Verzeichnissen besprochen und auch vor den Gefahren der Verwendung unseriöser Dienste gewarnt haben, bleibt unser Hauptproblem - die erfolgreiche Anmeldung bei Suchdiensten - immer noch ungelöst. Lesen Sie sich deshalb die folgenden Tipps zu der Anmeldung Ihrer Websites durch.

Tipps zu der Anmeldung Ihrer Website:

- Gehen Sie bei der Anmeldung Ihrer Website systematisch vor.
- Melden Sie Ihre Website erst an, wenn sie fertig und getestet ist. Melden Sie vor allem bei Verzeichnissen keine Website an, die noch "Under Construction" ist! Die Redakteure werden eine solche Anmeldung garantiert ignorieren!
- Ist Ihre Website fertig, sollten Sie sich als nächstes Gedanken über die strategischen Schlüsselwörter machen! Damit sind die Suchbegriffe gemeint, die ein Anwender eingibt, um Ihre Website in einem Suchdienst zu finden. Achten Sie hierbei auf inhaltliche Relevanz. Ihre Schlüsselwörter müssen sich direkt auf den Inhalt der Seite beziehen.
- Versuchen Sie nicht, Besucher durch Angabe falscher Suchbegriffe "anzulocken", da diese sich dann verständlicherweise verschaukelt fühlen!
- Versuchen Sie, bei der Auswahl der Schlüsselwörter allgemeine Begriffe zu vermeiden. (Geben Sie doch mal zum Test den Suchbegriff "Software" bei Google ein - Sie werden staunen, wie viele Treffer Sie angezeigt bekommen.)
- Fügen Sie Meta-Tags in Ihre Website ein. Das erleichtert vielen Suchmaschinen die korrekte Indizierung Ihrer Website.

- Wenn Sie Frames verwenden, stellen Sie zumindest sicher, dass Sie einen Abschnitt <NoFrames> in Ihre Seite(n) einfügen. Versuchen Sie, dynamisch erzeugte Seiten und andere Suchmaschinen-Stolpersteine, wie zum Beispiel Image-Maps und Grafiken, zu vermeiden.

HINWEIS: Erst nachdem Sie diese grundlegenden Schritte ausgeführt haben, sollten Sie Ihre Website anmelden!

Grundlagen 1: HTML-Code

Bevor Sie Ihre Website bei Suchdiensten anmelden, sollte Ihre Website technisch in Ordnung sein, d. h.:

- Ihre Site erzeugt keine Fehlermeldungen (funktioniert z. B. unter Standard-Browsern wie **Netscape** und **Internet Explorer**).
- Die Dateigrößen der Grafiken sind optimiert.
- Meta-Tags und Titel sind vorhanden.
- Bei der Verwendung von Frames ist ein NoFrames-Bereich vorhanden.
- Ihre Links führen nicht ins Leere.
- etc.

HINWEIS: **Hello Engines! Professional** verfügt über Tools zu der Überprüfung Ihrer Website. Verwenden Sie z. B. die [Site-Checker](#)-Funktionen vor einer Anmeldung, um sicher zu gehen, dass Ihre Seiten in Ordnung sind.

Grundlagen 2: Inhalt

Die wichtigste Rolle spielt natürlich der Inhalt Ihrer Website. Ein guter und aktueller Inhalt garantiert, dass ein Internetnutzer Ihre Website immer wieder besucht.

Anstatt kostbare Zeit für Tricks und Manipulationen zu verschwenden, gestalten Sie Ihre Website effektvoller. Bunkern Sie keine Informationen, sondern teilen Sie der Welt Ihr Know-how mit. Der Dank werden treue Besucher und viele Empfehlungen und Links zu Ihrer Website sein.

Grundlagen 3: Gestaltung

Neben dem Inhalt ist die Gestaltung die wichtigste Methode, um einen Besucher auf eine Website zu locken.

Dieses Thema ist zu komplex, um Tipps zu geben. Es gibt aber viele Experten, die im Internet Ihre Meinung dazu äußern. Einen sehr interessanten Artikel finden Sie z. B. bei [Webmonkey](#).

Grundlagen 4: Spezialisieren Sie Ihre Seiten

Versuchen Sie, nicht den gesamten Inhalt Ihrer Website in eine riesige HTML-Datei zu stopfen, sondern spezialisieren Sie Ihre Seiten!

Beispiel: Wenn Sie auf Ihrer Website die Tierwelt beschreiben, erzeugen Sie eine separate Seite für Elefanten, eine separate Seite für Giraffen usw. Eine Seite mit wenig Inhalt, in der das Wort "Elefant" häufig vorkommt, wird in der Regel wesentlich besser platziert als eine 3 MB große HTML-Datei, in der "Elefant" nur ein Wort von vielen ist!

Bereits dieser Schritt kann wahre Wunder bei der Platzierung Ihrer Website in den Suchergebnissen bewirken. Außerdem hat dies den positiven Nebeneffekt, dass Ihre Seiten für Ihre Besucher besser lesbar werden.

Grundlagen 5: Verwenden Sie den Tag < title>, Meta-Tags und die Datei robots.txt

Alle Suchmaschinen achten bei der Erzeugung des Ergebnislistings auf den <title>-Tag! Trotzdem gibt es immer wieder Websites, die als Titel keinen Eintrag enthalten.

Geben Sie zumindest die Meta-Tags "description" und "keywords" an. Wenn eine Seite nur das Thema "Elefanten" behandelt, ist es sinnvoll, auch nur diesen Begriff in dem Meta-Tag "keywords" anzugeben.

Legen Sie eine Datei robots.txt an, damit helfen Sie den Suchmaschinen-Robots, Ihre Site korrekt zu indizieren. Weitere Informationen finden Sie auf unserer [Website](#).

TIPP: Verwenden Sie für die Erzeugung Ihrer Meta-Tags den [Meta-Tag-Generator](#) von **Hello Engines!** und zum Anlegen der robots.txt Datei den [Robots.txt-Generator](#).

Jetzt anmelden

Die sicherste und aufwändigste Vorgehensweise, eine Website bei Suchdiensten anzumelden, ist die Anmeldung manuell durchzuführen. Neben den großen Suchdiensten (**Yahoo**, **AltaVista**, **Infoseek** usw.) gibt es weltweit ca. 600 mehr oder weniger wichtige Suchdienste. Allein in Deutschland gibt es ca. 30 wichtige Suchdienste. Abgesehen davon, dass schon das Suchen der jeweiligen URLs eine Ewigkeit dauern würde, wäre die manuelle Anmeldung bei den wichtigsten 100 Suchdiensten ein äußerst zeitaufwändiges Unterfangen.

Also benötigen Sie hierzu eine Software, die Ihnen die Arbeit abnimmt. **Hello Engines!** meldet Ihre Website automatisch oder manuell bei über 700 echten Suchdiensten an, und speichert jeweils die Antwortseite des Suchdienstes, als ob Sie sich manuell angemeldet hätten. Der Vorteil dieser Vorgehensweise liegt auf der Hand: Sie müssen sich nicht auf irgendwelche Protokolle verlassen, sondern sehen exakt, was mit Ihrer Anmeldung tatsächlich passiert ist. **Hello Engines!** verfügt über eine umfangreiche Suchmaschinen-Datenbank und enthält fast alle wichtigen Suchdienste der Welt. Neben der Durchführung der Anmeldung enthält das Programm auch einen [Meta-Tag-Generator](#) für die schnelle und korrekte Angabe der Meta-Tags, sowie einen [Robots-Generator](#) für die Erzeugung korrekter robots.txt Dateien.

Bei **Hello Engines!** haben Sie die optimale Kontrolle, da die Anmeldung von Ihrem PC aus durchgeführt wird. Außerdem werden die Anmeldeseiten der Suchdienste angezeigt, und Sie können sich bei jedem Suchdienst einzeln anmelden. Darüber hinaus können Sie mit **Hello-Engines! Professional** gleich mehrere Anmeldungen für eine oder mehrere Websites durchführen. Bei den Dienstleistern, die Anmeldungen bei Suchdiensten anbieten, kostet jede einzelne Anmeldung Geld.

Erste Schritte

Bevor Sie mit Hello Engines! arbeiten

Bevor Sie mit **Hello Engines!** Ihre Websites bei Suchdiensten anmelden, sollten Sie mit den wichtigsten Funktionen dieses Programms vertraut sein. Lesen Sie dazu dieses Handbuch durch oder, falls Sie möglichst schnell mit der Arbeit beginnen möchten, lesen Sie das Kapitel *Schnellstart*, oder arbeiten Sie das Tutorial durch, in dem die Hauptfunktionen des Programms anschaulich erklärt werden.

Wenn Sie Hilfe zu einem bestimmten Thema benötigen, gehen Sie wie folgt vor:

- Suchen Sie dieses Thema in dem Index dieses Handbuchs.
- Suchen Sie den betreffenden Begriff in der Online-Hilfe.
- Drücken Sie während der Ausführung von **Hello Engines!** auf **F1** oder auf eine *Hilfe*-Schaltfläche, um kontextbezogene Hilfe zu erhalten.

TIPP: Die meisten Programmelemente verfügen über einen sogenannten **Kurzhinweis**. Dieser erscheint automatisch, wenn Sie mit dem Cursor auf das entsprechende Element zeigen. Außerdem enthält die **Statuszeile** (unterste Zeile in dem Programm) oft wichtige, kontextbezogene Hinweise. In der **Infoleiste** finden Sie zusätzliche Informationen. Zeigen Sie mit dem Cursor auf ein Element, um eine Beschreibung zu erhalten.

Technischer Support

Bei Fragen und Problemen bieten wir unseren registrierten Anwendern folgende Unterstützung:

- [FAQ mit Antworten auf häufig gestellte Fragen](#)
- [Supportforum](#)

- [Support per E-Mail](#)

Bitte beachten Sie, dass wir nur Fragen beantworten können, die sich auf das Produkt **Hello Engines!** beziehen.

Installation

Systemvoraussetzungen

Um das Programm auf Ihrem Rechner einsetzen zu können, benötigen Sie mindestens 32 MB RAM. Das Programm ist lauffähig unter Windows 95, Windows 98, ME, XP, NT4 und Windows 2000. Als Mindestvoraussetzung ist eine Standard-VGA-Karte notwendig, die mit einer Auflösung von 800 x 600 Punkten bei einer Farbtiefe von 16 Bit arbeiten kann. Natürlich benötigen Sie für den Programmbetrieb auch einen Internet-Zugang.

In dem folgenden Abschnitt erfahren Sie, wie Sie das Programm auf Ihrem Computer installieren.

Setup

Um **Hello Engines!** auf Ihrem Computer zu installieren, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wählen Sie auf der [Hello-Engines!-Website](#) unter Software / Download die gewünschte Version von **Hello Engines!** aus.
2. Klicken Sie auf einen der angegebenen Download-Links.
3. Wählen Sie anschließend ein Verzeichnis aus, in das Sie die Dateien `henstd.exe` (Standard-Edition) bzw. `henpro.exe` (Professional-Edition) speichern möchten (n steht für die aktuelle Versionsnummer, z. B. bei Version 4.1 lautet der Dateiname der Professional-Edition `he41pro.exe`).
4. Rufen Sie anschließend die gespeicherte EXE-Datei auf, um die Installation durchzuführen.
5. Wenn Sie das Programm zum ersten Mal starten, erscheint das Dialogfeld **Benutzerregistrierung**. Geben Sie hier Ihren gültigen Freigabecode ein, den Sie per E-Mail erhalten haben, um das Programm zur Vollversion freizuschalten.

6. Liegt Ihnen kein gültiger Code vor, klicken Sie zunächst auf *Nur testen*, um das Programm im Shareware-Modus zu starten. Sie können **Hello Engines!** jederzeit nachträglich zur Vollversion freischalten.
7. Nach erfolgreicher Installation sollten Sie als erstes immer den Update-Manager aufrufen. So stellen Sie sicher, dass Sie stets über die neueste Version von **Hello Engines!** verfügen.

Viel Spaß und Erfolg mit **Hello Engines!**

Zehn wichtige Hinweise

Hello Engines! vereinfacht und optimiert die Anmeldung Ihrer Website, dennoch sollten Sie die nachfolgenden grundlegenden Hinweise beachten, damit dem Erfolg Ihrer Anmeldung nichts mehr im Wege steht.

1. Als Grundregel beachten Sie bitte stets, dass Suchdienste uns Anwendern Informationen liefern, um die Navigation und die Arbeit im Internet zu erleichtern. Geben Sie deshalb nur relevante Schlüsselwörter ein! Geben Sie keine Schlüsselwörter ein, die nichts mit dem Inhalt Ihrer Website zu tun haben. (Einige Webmaster glauben, durch Angabe bestimmter Begriffe wie "sex", "crack", "mp3" usw. die Platzierung und/oder die Besucherzahlen erhöhen zu können. Wir raten von solchen Vorgehensweisen dringend ab!). Bevor Sie Ihre Website anmelden, sollten Sie sich Gedanken über die strategischen Schlüsselwörter machen. Damit sind die Suchbegriffe gemeint, die ein Anwender eingibt, um Ihre Website in einem Suchdienst zu finden.

2. Erzeugen Sie mit dem integrierten [Meta-Tag-Generator](#) korrekte Meta-Tags für Ihre Website, und fügen Sie diese in Ihre Seiten ein. Meta-Tags sind nichts mystisches, sondern äußerst einfach zu verstehen. Für jede einzelne Seite Ihrer Website sollte eine passende Beschreibung sowie passende Schlüsselwörter angelegt werden. Dies ist zwar aufwändig, aber äußerst wichtig für den Erfolg Ihrer Website.

3. Denken Sie über die Position Ihrer Website in den Ergebnislistings der Suchdienste nach, aber machen Sie sich keine großen Sorgen! Das ist ein Unterschied. Versuchen Sie nicht mit angeblichen "Insider-Tricks" oder "tollen Ranking-Optimierern" die Platzierung Ihrer Website zu ändern. Befolgen Sie statt dessen die Hinweise in diesem Handbuch ([So machen Sie es richtig](#) und [Grundlagen 1](#) bis [Grundlagen 5](#)).

Kümmern Sie sich vielmehr um einen qualitativ hochwertigen Inhalt, statt Ihre Zeit, mit den meist nutzlosen selbsternannten "Ranking-Optimierern" zu verschwenden. Diese Programme taugen nichts und animieren Sie oft Methoden anzuwenden, die entweder komplett unsinnig sind (z. B. Werbetexte in die robots.txt zu schreiben...) oder die bei den Betreibern von Suchdiensten sehr ungern gesehen werden (z. B. zum Einsatz von Doorway-Pages etc.). Diese Programme sind oft so schlecht, dass sich deren Hersteller selbst lächerlich machen, indem Sie beispielsweise bezahlte Gutachten in Auftrag geben (zum Beispiel bei Fachhochschulen) und auf Ihren Websites damit werben... Weitere Informationen finden Sie unter Kann man die Platzierung in Suchdiensten manipulieren? und Software verwenden.

4. Es können bis zu 6 Wochen vergehen, bevor Ihre Anmeldung bei den Suchdiensten tatsächlich aufgenommen wird. Insbesondere bei Verzeichnissen sollten Sie vor einer erneuten Anmeldung ca. 6 Wochen warten. (Einige Suchdienste werden Ihre Anmeldung auch ablehnen, wenn sie nicht deren Anforderungen entspricht). Melden Sie Ihre Website bei Verzeichnissen (Directories, wie z. B. Yahoo) nur einmal an. Warten Sie anschließend mindestens 6 Wochen. Prüfen Sie dann, ob Sie aufgenommen wurden. Falls Sie aufgenommen wurden, melden Sie Ihre Seite dort nicht mehr an. Bei Suchmaschinen (Engines) können Sie auch einzelne Seiten Ihrer Website anmelden (z. B. <http://www.meinserver/index.htm> und <http://www.meinserver/xyz/index.htm>). Sie können Ihre Website bei Suchmaschinen (Engines) in regelmäßigen Abständen übertragen (z. B. wenn Sie wichtige Änderungen durchgeführt haben).


Sortieren Sie die Suchdienste nach Bewertung (verwenden Sie hierzu Sortierung der Suchdienste), und besuchen Sie alle Suchdienste mit einem großen Stern ★ einige Wochen nach der Anmeldung, um festzustellen, ob Sie aufgenommen wurden. Verfahren Sie nie nach dem Motto "besser einmal zu viel angemeldet, als einmal zu wenig", weil dies dazu führen kann, dass Ihre Website von einem Suchdienst entfernt wird!

5. Melden Sie Ihre Website erst dann an, wenn sie fertig und getestet ist. Melden Sie vor allem bei Verzeichnissen keine Websites an, die noch "Under Construction" sind! Die Redakteure werden eine solche Anmeldung garantiert ignorieren!


6. Melden Sie Ihre Website nie über Websites an, die Ihnen versprechen, Ihre Website kostenlos bei Hunderten oder sogar Tausenden von Suchdiensten anzumelden! Oft verlangen diese Websites "nur", dass Sie im Gegenzug einen Banner dieser "Promoter" gut sichtbar auf Ihrer Website platzieren. Das Ergebnis ist aber: Sie machen kostenlose Werbung für diese "Promoter" und erhalten keine Gegenleistung (zumindest keine, die Ihnen nutzen würde!). Denn in dem für Sie besten Fall melden diese "Promoter" Ihre Website gar nicht an (schicken Ihnen aber trotzdem ein Protokoll), oder aber sie melden Ihre Website bei wertlosen Free-For-All-Linklisten an. Außerdem kann es passieren, dass Ihre Website durch zu häufiges Anmelden bei einem Suchdienst komplett gesperrt wird. Die Anmeldung Ihrer Website ist so grundlegend wichtig, dass Sie darüber immer selbst die Kontrolle und Übersicht behalten sollten! Aus diesem Grund speichert **Hello Engines!** die Antwortseiten der Suchdienste. Melden Sie Ihre Website zu oft an, indem Sie zum Beispiel die "Dienste" verschiedener kostenloser "Promoter" nutzen, wird Ihre Anmeldung von vielen Suchdiensten als Spamming (siehe Handbuch) betrachtet, was in der Regel dazu führt, dass Ihre Website gesperrt wird.

7. Wählen Sie als Indizierung INDEX FOLLOW aus, und melden Sie nur die Hauptseite Ihrer Website an. Das stellt sicher, dass bei fast allen Suchmaschinen (Engines) auch alle Unterseiten Ihrer Website automatisch aufgenommen werden. Sehr wichtige Seiten können Sie bei Suchmaschinen (Engines) zusätzlich anmelden. Bei Verzeichnissen (Directories) sollten Sie grundsätzlich immer nur die Startseite Ihrer Website anmelden.

8. Viele "Promoter" versprechen Ihnen Unmögliches: Unseriös (weil unmöglich) ist die Zusage, dass eine angemeldete Website bei den Suchergebnissen eines bestimmten Suchdiensts garantiert unter den ersten Zehn platziert wird. Garantieren kann so etwas niemand (zumindest nicht, wenn er von den Betreibern zugelassene Methoden verwendet)! Man kann höchstens unter Kenntnis der besonderen Merkmale eines Suchdienstes dafür sorgen, dass eine Website unter Ausnutzung aller erlaubten Methoden und Tricks ein bestmögliches Ergebnis erzielt. Ob Ihre Website dann aber auf Platz 1 oder 1.230 steht, kann Ihnen niemand im Voraus sagen. (Einzige Ausnahme: Sie "kaufen" direkt bei einem Suchdienst eine bestimmte Platzierung in Suchergebnissen.)


 Eintrag bei 1158 Suchmaschinen vom "professionellen Internet-Promoter"? Solche Angebote sind mit größter Vorsicht zu genießen, denn Internet-Promoter wie dieser können keine 1158 Suchmaschinen kennen, weil es keine 1158 Suchmaschinen gibt! Hier werden absichtlich Äpfel mit Birnen verglichen. Tatsächlich wird Ihre Website bei sogenannten "Free-For-All" Linklisten angemeldet, deren Wert für Ihre Website gleich Null ist und die Ihrem Image schwer schaden könnten! Stellen Sie sich nur einmal vor, Sie besuchen zufällig eine solche "Free-For-All"-Seite, und sehen neben den unzähligen unseriösen Angeboten ("Reich werden ohne Arbeit - GARANTIERT!", "Wir bringen Sie in die Top-10 bei Yahoo - UMSONST" oder "Nackte Prominente") einen Eintrag Ihrer eigenen Firma! Was wäre Ihr Eindruck?


Wer die Dienste solcher Promoter nutzt, befindet sich meist in zwielichtiger Gesellschaft. Auf Free-For-All-Seiten tummeln sich mittlerweile (leider) fast ausschließlich Anbieter, die gezielt auf Dummenfang aus sind. Außerdem dienen Sie unseriösen Firmen als Quelle für neue E-Mail-Adressen - diese finden Sie dann massenweise in Ihrer Mailbox. Sie können übrigens gegen solche unaufgeforderten E-Mails rechtlich vorgehen, sofern es Ihnen gelingt den (echten) Absender zu ermitteln. Seriöse Firmen senden niemals unaufgefordert E-Mail-Werbung zu, daher sollten Sie solche Werbung IMMER ignorieren (vor allem dann, wenn sie auf den ersten Blick interessant erscheint)!


 Einige Webmaster glauben, Suchdienste austricksen zu können, indem sie eine Website auf verschiedene Server platzieren, unterschiedliche Suchbegriffe eingeben und die ansonsten identischen Seiten anmelden. Dies soll dazu führen, dass eine Website durch unzählige Suchbegriffe abgedeckt wird. Wir halten dies für unseriös und raten Ihnen von solchen und ähnlichen Spamming-Methoden dringend ab.

Schnellstart


Sie möchten sofort loslegen, ohne das vollständige Handbuch zu lesen? Die nachfolgende Kurzbeschreibung hilft Ihnen dabei:

 Stellen Sie sicher, dass Ihre Webseite fehlerfrei und optimiert ist, bevor Sie die Anmeldung durchführen. Die Funktionen unter **Site-Checker** helfen Ihnen dabei.

 Füllen Sie alle Felder in dem Formular unter **Projekt/Daten** und **Projekt/Web-Sites** aus. Speichern Sie Ihre Angaben, damit Sie diese später wieder verwenden können.


 Unter **Extras/Meta-Tag-Generator** können Sie für jedes einzelne HTML-Dokument Ihrer Website mit Hilfe des integrierten Meta-Tag-Generators Meta-Tags erzeugen.


Wählen Sie einen Ordner mit mehreren HTML-Dateien aus, um die Meta-Tags in ein oder mehrere HTML-Dokumente einzufügen. Klicken Sie anschließend in der Symbolleiste auf die Schaltfläche *Einfügen*, und laden Sie alle HTML-Dateien mit den neuen Meta-Tags auf Ihren Webserver.


 Wechseln Sie zu Ihren Kenndaten unter **Projekt/Web-Sites**, und klicken Sie in der Symbolleiste auf die Schaltfläche *Voreintragscheck*. Diese Funktion führt eine kompakte Überprüfung und Analyse Ihrer Website durch und erkennt häufige Fehler.

 Wählen Sie unter **Anmeldung/Automatisch** die Suchdienste aus, bei denen Sie Ihre Website anmelden möchten.

 Stellen Sie eine Verbindung zu dem Internet her.

 Klicken Sie in der Symbolleiste auf die Schaltfläche *Anmelden*, um die Anmeldung vorzubereiten. Daraufhin wird überprüft, ob Sie bei allen gewählten Diensten anmelden können.

 Ihre Website wird nun bei den von Ihnen ausgesuchten Suchdiensten unter Verwendung der von Ihnen eingegebenen Daten angemeldet.

 Klicken Sie auf **Manuell**, um Ihre Website bei allen Suchdiensten anzumelden, bei denen nur manuell angemeldet werden kann. Klicken Sie doppelt auf einen Suchdienst, um die Anmeldeseite dieses Dienstes zu öffnen.

 Abschließend finden Sie in dem Programmbereich **Status** einen übersichtlichen Bericht über den Erfolg Ihrer Anmeldungen. Sie können sich den Bericht im **Tabellen**-, **HTML**- und **RTF**-Format anzeigen lassen.

Arbeiten mit Hello Engines!

Was macht Hello Engines!?

Hello Engines! erleichtert Ihnen die Anmeldung Ihrer Website bei den wichtigsten Suchdiensten der Welt.

Hello Engines! führt die Anmeldung so durch, als ob sie manuell erfolgen würde. Für einen Suchdienst besteht deshalb kein erkennbarer Unterschied, ob eine Anmeldung von unserer Software kommt, oder manuell von Ihnen vorgenommen wurde.

TIPP: Wenn Sie Ihre Website lieber manuell anmelden möchten, finden Sie unter **Anmeldung/Manuell** alle erforderlichen Hilfsmittel (einschließlich integriertem Browser).

Neben der Anmeldung bei Suchdiensten verfügt **Hello Engines!** über weitere Funktionen, die zu dem Erfolg Ihrer Website beitragen:

- In dem Programmbereich [Site-Checker](#) finden Sie hilfreiche Module, mit denen Sie Ihre Website ganz einfach überprüfen und verbessern können.
- In dem Programmbereich [Extras](#) finden Sie weitere Funktionen, mit denen Sie den Erfolg Ihrer Website steigern können. So können Sie z. B. mit Hilfe des [Ranking-Moduls](#) überprüfen, an welcher Stelle Ihre Seite bei den bekanntesten und wichtigsten Suchdiensten erscheint.
- Desweiteren verfügt **Hello Engines!** über zahlreiche [Assistenten](#), die Ihnen bei der Ausführung einzelner Funktionen behilflich sind.

Die Oberfläche

Hello Engines! ist eine leistungsfähige Anwendung mit vielen integrierten Funktionen. Ein Ziel bei der Entwicklung der Benutzeroberfläche war es, viele Abläufe so zu automatisieren, dass Sie als Anwender nicht mit allen Details in Berührung kommen.

Die Oberfläche ist in sechs zusammengehörende Programmbereiche aufgeteilt:

- [Projekt](#)
- [Anmeldung](#)
- [Status](#)
- [Site-Checker](#)
- [Extras](#)
- [Assistenten](#)

Diese Programmbereiche werden in diesem Kapitel kurz erklärt. Das Kapitel [Tutorial](#) beschreibt detailliert die Benutzeroberfläche und die Funktionen des Programms. Zudem liefert es eine einfache Schritt-für-Schritt-Anleitung für die Anmeldung Ihrer Websites und liefert Ihnen Informationen über die wichtigsten Funktionen zur Optimierung Ihrer Websites.

Programmbereich Projekt

Projekt

In dem Programmbereich **Projekt** geben Sie die Kenndaten sowie die URLs Ihres Projekts ein.

Der Programmbereich **Projekt** ist in die folgenden drei Bereiche unterteilt, die in dem nächsten Abschnitt beschrieben werden:



[Daten](#)




[Web-Sites](#)



[Meta-Tags](#)

Daten

Füllen Sie in dem Bereich  **Projekt/Daten** alle Felder aus, damit Ihre Website korrekt bei den Suchdiensten angemeldet werden kann. Falls Sie hier ein Feld leer lassen, erhalten Sie bei dem Versuch, Ihre Website anzumelden eine Fehlermeldung.

Alle Informationen, die Sie hier eingeben, beziehen sich auf den Besitzer der Website, die Sie anmelden möchten.

Der Bereich Daten ist in drei weitere Bereiche unterteilt:

- **Firma**
- **Person**
- **Webmaster**

HINWEIS: Beachten Sie, dass Sie in dem Bereich **Daten** gegebenenfalls vertrauliche Informationen angeben, die von einigen wenigen Suchdienstbetreibern auch für andere Zwecke (hauptsächlich Massenwerbung per E-Mail) missbraucht werden könnten. Geben Sie aber z. B. eine ungültige E-Mail-Adresse an, kann es passieren, dass Ihre Anmeldung bei den meisten Suchdiensten einfach ignoriert wird.

Wenn Sie unaufgeforderte E-Mail-Werbung erhalten, sollten Sie nie auf eine solche E-Mail antworten (auch nicht mit einer Beschwerde)! Wenn Sie antworten, bestätigen Sie dem Absender lediglich, dass Ihre E-Mail-Adresse gültig ist und von ihm weitergegeben oder -verwendet werden kann. Sie können gegen solche unaufgeforderte E-Mails rechtlich vorgehen, sofern es Ihnen gelingt den (echten) Absender zu ermitteln.


Richten Sie sich eine neue E-Mail-Adresse (zum Beispiel bei [Hotmail](#)) ein, die Sie ausschließlich zur Weitergabe an Suchdienste verwenden. Dadurch schützen Sie Ihre geschäftliche E-Mail-Adresse vor einer Flut von E-Mails (die mit Sicherheit früher oder später auf Sie zukommen wird). Geben Sie nur Daten ein, wenn Sie sicher sind, dass diese für eine breite Öffentlichkeit geeignet sind (geben Sie z. B. keine private Telefonnummer ein).




Speichern

Nachdem Sie alle Felder ausgefüllt haben, sollten Sie die Daten speichern. Klicken Sie dazu auf die Schaltfläche *Speichern*.

Web-Sites

Der Programmbereich  **Projekt/Web-Sites** ist in die zwei Bereiche **Daten** und **URL-Liste** eingeteilt. Geben Sie in diese Bereiche Informationen zur Ihrer Website ein, und fügen Sie die URLs hinzu. Sie können mehrere Websites mit mehreren URLs verwenden. Tragen Sie zu jeder neuen Website die dazugehörigen Daten ein. Falls Sie hier ein Feld leer lassen, erhalten Sie bei dem Versuch Ihre Website anzumelden eine Fehlermeldung.

Meta-Tags

Sie können in dem Programmbereich  **Projekt / Meta-Tags** einem Projekt Meta-Tag-Dateien hinzufügen. Diese Ablagemöglichkeit ist besonders nützlich, wenn Sie mit mehreren (größeren) Projekten arbeiten.

Wählen Sie aus dem Explorer Fenster eine Meta-Tag-Datei (*.mtg) aus, und fügen Sie diese dem Projekt per Doppelklick hinzu.

Um eine Meta-Tag-Datei wieder aus dem Projekt zu entfernen, klicken Sie in der Liste der zugeordneten Dateien doppelt auf den gewünschten Eintrag.

In dem Fenster **Datei-Inhalt** sehen Sie eine Vorschau der markierten Meta-Tag-Datei (*.mtg).

Programmbereich Anmeldung

Anmeldung

Der Programmbereich **Anmeldung** bietet Ihnen folgende vier Möglichkeiten zur Anmeldung Ihrer Website, die in den nächsten Abschnitten beschrieben werden:



[Automatisch](#)



[Manuell](#)



[Multi-Express](#)




[Multi-Detail](#)

Automatische Anmeldung

In dem Programmbereich **Anmeldung/Automatisch** werden alle Suchdienste aufgelistet, für die **Hello Engines!** eine vollautomatische Anmeldung anbietet. Sie können einen Filter definieren, um die Auswahl der Suchdienste zu beschränken (z. B. nur deutsche Suchdienste anzeigen).

Wählen Sie unter **Web-Sites** die Websites aus, die Sie über die automatische Anmeldung bei den Suchdiensten anmelden möchten. Markieren Sie dort alle Websites, die berücksichtigt werden sollen.

Klicken Sie auf  **Anmelden**, um die Anmeldung Ihrer Website (so wie Sie diese bei der Kenndateneingabe definiert haben) bei allen verfügbaren Suchdiensten vollautomatisch durchzuführen. Zuerst wird überprüft, ob Sie mit Ihren angegebenen Daten bei allen Diensten anmelden können, daraufhin werden eventuelle Fehler und Warnungen angezeigt.

Bevor Sie auf die Schaltfläche *Anmelden* klicken, sollte eine Verbindung zum Internet bestehen.

Nach durchgeführter Anmeldung wird ein Statusbericht angezeigt.

HINWEIS: Alle Antwortseiten der Suchdienste werden nach Abschluss der vollautomatischen Anmeldung in dem Verzeichnis \HTML (oder in dem von Ihnen in Programmooptionen angegebenen Verzeichnis) gespeichert. Sie können anschließend diese Dateien durch Doppelklick in dem Windows-Explorer laden. Diese Dateien werden, abhängig von Ihren Angaben in Programmooptionen, in Unterverzeichnissen abgelegt und können jederzeit erneut geladen werden!

Manuelle Anmeldung

In diesem Unterbereich können Sie Ihre Website komfortabel manuell anmelden. Dies ist bei einigen Suchdiensten erforderlich, bei denen nicht automatisch angemeldet werden kann, bzw. darf.

Sie können auch manuell bei Diensten anmelden, bei denen **Hello Engines!** automatisch anmeldet. Dies kann bei Verzeichnissen unter Umständen sinnvoll sein, um Ihre Seite in einer spezielleren Kategorie anzumelden als in der unter **Projekt/Web-Sites/Daten** angebotenen.

Es kann folgende Gründe geben, warum **Hello Engines!** keine automatische Anmeldung durchführt:

- Der Suchdienst ist nicht kostenfrei.
- Der Suchdienst ist sehr spezialisiert und somit nur für spezielle Websites von Interesse (eine automatische Anmeldung wäre hier reinstes Spamming und auch nicht in Ihrem Interesse!).
- Der Betreiber des Suchdienstes hat uns gebeten, keine automatische Anmeldung durchzuführen.
- Der Suchdienst fordert Informationen an, die weit über das Übliche hinausgehen, und die nur von dem Betreiber der anzumeldenden Website angegeben werden können.

- Der Suchdienst verfügt über ein spezielles Anmeldeverfahren, zum Beispiel das Einrichten eines Benutzerkontos.
- Der Suchdienst fordert die Eingabe eines in einem Bild angezeigten Codes.

Klicken Sie doppelt auf einen Eintrag in der Auswahl der Suchdienste, um die Anmeldeseite dieses Suchdienstes in dem integrierten Browser-Fenster zu öffnen!

Multi-Express-Anmeldung

Wenn Sie mehrere Websites verwalten, und diese alle gleichzeitig mit **Hello Engines!** bei Suchmaschinen (nicht Verzeichnissen) anmelden möchten, ist die **Multi-Express-Anmeldung** das richtige Hilfsmittel.

Anders als in der **Multi-Detail-Anmeldung** werden hierfür keine zuvor gespeicherten Kenndaten-Dateien benötigt.

Statt dessen brauchen Sie nur eine einfache Textdatei anzulegen, die die URLs der anzumeldenden Seiten enthält. Die einzelnen Adressen müssen untereinander aufgelistet sein, so dass sie von dem Programm auseinander gehalten werden können. Achten Sie darauf, dass in jeder Zeile nur eine URL steht.

TIPP: Verwenden Sie den [Site-Scanner](#), um eine Textdatei mit allen Dokumenten einer Website zu erzeugen.

Multi-Detail-Anmeldung

Mit der **Multi-Detail-Anmeldung** können Sie gleichzeitig mehrere Kenndaten-Dateien bei den von Ihnen ausgewählten Suchdiensten anmelden. Wenn Sie also mehrere Websites verwalten, und diese alle gleichzeitig mit **Hello Engines!** anmelden möchten, ist dies das richtige Hilfsmittel.

Für die **Multi-Detail-Anmeldung** werden im Gegensatz zu der [Multi-Express-Anmeldung](#) bereits gespeicherte Kenndaten-Dateien (*.sit) benötigt. Die **Multi-Detail-Anmeldung** meldet alle Kenndaten-Dateien an, die Sie auswählen.

HINWEIS: Die **Multi-Detail-Anmeldung** erfordert korrekt und vollständig ausgefüllte Kenndaten-Dateien. Vor der Anmeldung prüft **Hello Engines!**, ob eine angegebene Kenndaten-Datei auch alle erforderlichen Informationen enthält. Ist dies nicht der Fall, wird die betreffende Datei angezeigt und aus der Liste entfernt.

Programmbereich Status

Statusbericht

Der Programmbereich **Status** enthält Statusinformationen in drei verschiedenen Ansichten (**Tabelle**, **HTML**, **RTF**) zu den durchgeführten Anmeldungen eines Projekts. Diese Informationen sind in der Kenndatendatei gespeichert, sofern Sie Ihre Kenndatendatei nach jeder Anmeldung gesichert haben.

Statusbericht anzeigen

- Um den Status der letzten Anmeldung anzuzeigen, wählen Sie das Datum der letzten Anmeldung aus der History zur Anmeldung aus.
- Wählen Sie **Alle Berichte** aus, um die Statusinformationen zu jeder in diesem Projekt durchgeführten Anmeldung anzuzeigen.
- Wählen Sie in der Symbolleiste aus dem Drop-Down-Feld **Anzeige des Statusberichts** einen vordefinierten Bericht aus.
- In dem angezeigten Listenfeld können Sie schnell erkennen, wie eine Anmeldung verlaufen ist. **Hello Engines!** entscheidet diese anhand der Statuscodes.

Antwort des Suchdiensts

Klicken Sie in dem Listenfeld doppelt auf einen Eintrag, oder klicken Sie mit der rechten Maustaste in das Listenfeld, und wählen Sie **HTML-Antwortseite einsehen** aus, um die Originalantwortseite des jeweiligen Suchdienstes anzuzeigen. Dies ist die sicherste Methode, um festzustellen, ob die Anmeldung erfolgreich war. Sie finden alle Antwortseiten der Suchdienste auch in dem Verzeichnis \HTML, bzw. in dem von Ihnen unter Programmooptionen angegebenen Verzeichnis.

Drucken

Klicken Sie auf die Schaltfläche *Drucken*, um einen Bericht zu drucken.

Tabelle

Wählen Sie in dem Programmbereich **Status** den Unterbereich **Tabelle** aus, um die Statusinformationen in einer übersichtlichen Tabellenansicht anzuzeigen. Sie können den Bericht sortieren, indem Sie auf die Überschrift der Spalte klicken, nach der Sie sortieren möchten.

HTML

Wählen Sie in dem Programmbereich **Status** den Unterbereich **HTML** aus, um die Statusinformationen im HTML-Format anzuzeigen. Sie können den Bericht über das Symbol *Bericht exportieren* in einer HTML-Datei speichern.

RTF-Bericht

Wählen Sie in dem Programmbereich **Status** den Unterbereich **RTF** aus, um einen detaillierten Bericht im RTF-Format anzuzeigen. Sie können in diesem Fall alle Elemente der Datei in dem integrierten Editor bearbeiten oder ausdrucken. Der Bericht kann auch als RTF-Datei gespeichert werden, und anschließend mit einem Textverarbeitungsprogramm, wie z. B. MS Word, weiterverarbeitet werden.

Für die RTF-Berichte können Sie eigene [Schablonen erzeugen](#) und das Verzeichnis festlegen.

HINWEIS: Beachten Sie bitte den Unterschied zwischen Übertragung (bzw. Verbindung) und Anmeldung (bzw. Registrierung). Es kann theoretisch vorkommen, dass eine Übertragung (bzw. Verbindung) erfolgreich war, die Anmeldung an sich aber fehlgeschlagen ist. In der Regel kommt dies nur dann vor, wenn ein Suchdienst seine Anmeldeprozedur geändert hat und **Hello Engines!** deswegen fehlerhafte Daten übertragen hat (eine fehlerhafte Übertragung wird von dem Suchdienst ignoriert und bedeutet nicht, dass Ihre Website nun fehlerhaft in der Datenbank des Suchdienstes eingetragen wurde!). Aus diesem Grund sollten Sie regelmäßig überprüfen, ob eine neue Version der Suchdienste-Datenbank verfügbar ist.

Fehlerhafte Anmeldungen

Das Scheitern einer Verbindung kann folgende Gründe haben:

- Der jeweilige Suchdienst ist zur Zeit nicht verfügbar.
- Die Wartezeit zum Herstellen der Verbindung wurde überschritten (Timeout-Fehler).
- Der Suchdienst hat seine Pfade, Parameter oder URL geändert.

RTF-Schablonen erzeugen

RTF-Schablonen sind einfache RTF-Dateien, die mit Parametern versehen werden. Beim Erzeugen des Statusberichts ersetzt **Hello Engines!** diese Parameter mit den aktuellen Werten aus der Anmeldung.

Sie können folgende Parameter einsetzen:

#D: Datum, an dem der Bericht erzeugt wurde

#U: URL, die angemeldet wurde

#T: Titel, der angemeldeten Website

#E: Anzahl der erfolgreichen Anmeldungen

#F: Anzahl der fehlgeschlagenen Anmeldungen

#O: Auflistung der erfolgreichen Anmeldungen

#X: Auflistung der fehlgeschlagenen Anmeldungen

TIPP: Als Beispiel können Sie die Datei **schablone.rtf** verwenden, die Sie in dem Programmverzeichnis von **Hello Engines!** finden. Sie können diese Ihren Vorstellungen entsprechend anpassen.

Programmbereich Site-Checker

Site-Checker

Der Programmbereich **Site-Checker** ist ein nützliches Werkzeug, um Ihre Website vor der Anmeldung auf mögliche Schwachstellen und Fehler zu untersuchen. Dazu stehen Ihnen folgende vier Hilfsmittel zur Verfügung, die in den nächsten Abschnitten beschrieben werden:



[Link-Checker](#)



[HTML-Validator](#)



[Ladezeit-Checker](#)



[Code-Komprimierer](#)

Link-Checker

Mit dem Link-Checker können Sie Ihre gesamte Website auf fehlerhafte Links jeder Art untersuchen.

Klicken Sie in der Symbolleiste von **Hello Engines!** auf *Start*, oder klicken Sie in dem Bereich **Site-Checker** doppelt auf das lokale HTML-Dokument, das untersucht werden soll.

Von der Symbolleiste aus können Sie:



Den Bericht speichern.



Nach einem Begriff suchen.



Die Eigenschaften des gewählten Objektes anzeigen.



Das in der Liste gewählte Objekt in dem Browser anzeigen.



Nur defekte Links anzeigen.

HTML-Validator

Der **HTML-Validator** untersucht den Quellcode eines HTML-Dokuments auf überflüssige oder falsche Attribute und Befehle, die z. B. von manchen sogenannten WYSIWYG-Editoren (WYSIWYG = What You See Is What You Get) automatisch erzeugt werden. Diese können vor allem bei komplexeren, umfangreicheren Dokumenten deutlich die Ladezeit beeinträchtigen, wenn nicht sogar Fehler auf der Website hervorrufen.

Geben Sie eine URL an, und klicken Sie in der Symbolleiste auf *Start*, oder klicken Sie in dem Bereich **Site-Checker** auf das lokale HTML-Dokument, das untersucht werden soll.

Die Fehler und Warnungen erscheinen nun unten in dem Fenster **Details**. Auf der rechten Seite können Sie den HTML-Quelltext der Seite einsehen und bearbeiten. In der Statuszeile wird die Anzahl der Fehler und Warnungen angezeigt.

Von der Symbolleiste aus können Sie:



Den Bericht speichern.



Die gewählte Datei in dem [HTML-Editor](#) bearbeiten.



Nach einem Begriff suchen.



Das in der Liste gewählte Objekt in dem Browser anzeigen.



Die Eigenschaften des gewählten Objekts anzeigen.

Ladezeit-Checker

Der **Ladezeit-Checker** überprüft anhand der Dateigröße der Dokumente und Grafiken die durchschnittliche Ladezeit Ihrer Website mit verschiedenen, simulierten Übertragungsgeschwindigkeiten.

Um den **Ladezeit-Checker** zu starten, geben Sie eine URL ein, und klicken Sie auf *Start*, oder klicken Sie in dem **Site-Checker** doppelt auf das lokale HTML-Dokument, das untersucht werden soll.

Das Ergebnis wird im mittleren Teil des Fensters angezeigt. Unterhalb des Fensters erscheint eine Zusammenfassung der aktuell angezeigten Seite.

Von der Symbolleiste aus können Sie:



Den Bericht speichern.



Nach einem Begriff suchen.



Das in der Liste gewählte Objekt in dem Browser anzeigen lassen.



Die Eigenschaften des gewählten Objekts anzeigen.

Code-Komprimierer

Der **Code-Komprimierer** optimiert gegebenenfalls den HTML-Code, so dass in einigen Fällen bessere Ladezeiten durch kleinere Dateigrößen erzielt werden können. Das Programm beseitigt ähnlich wie der [HTML-Validator](#) überflüssige Einträge und "entrümpelt" den Quellcode.

Geben Sie eine URL ein, und klicken Sie in der Symbolleiste auf *Start*, oder klicken Sie in dem Explorer-Fenster doppelt auf das lokale HTML-Dokument, das untersucht werden soll.

Nach dem Einlesen und Komprimieren der Dateien, wird in dem Hauptfenster der Komprimierungsbericht angezeigt.

Von der Symbolleiste aus können Sie:



Den Bericht speichern.



Nach einem Begriff suchen.



Das in der Liste gewählte Objekt in dem Browser anzeigen.



Die komprimierte Datei anzeigen.



Die komprimierte Datei speichern.



Die komprimierte Datei auf den Webserver übertragen.

Programmbereich Extras

Extras

In dem Programmbereich **Extras** finden Sie folgende fünf Unterbereiche, die in den nächsten Abschnitten erläutert werden:



[HTML-Editor](#)



[Meta-Tag-Generator](#)



[ROBOTS Generator](#)



[Site-Scanner](#)



[Ranking](#)

HTML-Editor

Der integrierte **HTML-Editor** zeichnet sich durch seine Syntaxhervorhebung aus, die das Lesen von HTML-Code sehr erleichtert. Er zeigt zum Beispiel Fehler im HTML-Code in (standardmäßig) roter Farbe an, so dass Sie schnell und ohne lange Suche Korrekturen vornehmen können.

Wenn Sie ein HTML-Dokument bearbeiten oder z. B. die mit **Hello Engines!** erzeugten Meta-Tags schnell und einfach in ein Dokument einfügen möchten, ist dies ein nützliches Hilfsmittel.

Meta-Tag-Generator

Der **Meta-Tag-Generator** wird Ihnen bald ein unentbehrliches Werkzeug für die schnelle und einfache Erzeugung von Meta-Tags sein. Neu in dieser Version ist die Möglichkeit Meta-Tags im Dublin Core Format anzulegen. Über die Funktion **Einfügen**, die Sie über die Verzeichnisstruktur erreichen, können Sie schnell und bequem Meta-Tags in HTML-Dokumente einfügen.

Jedes einzelne HTML-Dokument Ihrer Website sollte über individuelle Meta-Tags verfügen, die sich auf den jeweiligen Inhalt des Dokuments beziehen. Meta-Tags beschreiben im Gegensatz zu den Kenndaten (siehe [Programmbereich Projekt](#)) ein einzelnes Dokument und nicht die ganze Website.

Mit Meta-Tags stellen Sie sicher, dass jedes einzelne Dokument Ihrer Website bei Suchmaschinen korrekt indiziert wird.

HINWEIS: Meta-Tags werden hauptsächlich für Suchmaschinen (wie z. B. Fireball oder Google) benötigt und nur in sehr seltenen Fällen bzw. nie von Verzeichnissen (wie z. B. Yahoo oder Web.de).

Robots-Generator

Erzeugt eine Robots.txt anhand Ihrer Angaben. Um mit dem **Robots-Generator** zu arbeiten, wählen Sie in dem Programmbereich **Extras** den Unterbereich **ROBOTS-Generator** aus.

Wählen Sie aus der Liste die Agenten aus, denen Sie den Zugriff auf ein bestimmtes Verzeichnis verweigern möchten, und fügen Sie diese der Liste der ausgewählten Agenten hinzu, indem Sie doppelt auf einen Agenten klicken.

Sie können eigene Agenten hinzufügen oder bekannte Agenten aus der Liste auswählen.

Über das Symbol *Site-Scanner* können Sie die Struktur Ihrer Seite einlesen, und Verzeichnisse auswählen, die für die gewünschten Agenten gesperrt werden sollen.

Um der **Disallow-Liste** ein Verzeichnis hinzuzufügen, klicken Sie doppelt auf das entsprechende Verzeichnis, oder klicken Sie auf der Symbolleiste auf das Symbol *Zu Disallow-Liste hinzufügen*. Somit verweigern Sie dem in der Liste **Ausgewählte Agenten** befindlichen Agenten den Zugriff auf dieses Verzeichnis.

HINWEIS: Es kann nur der Zugriff auf komplette Verzeichnisse und deren Inhalt für bestimmte Agenten gesperrt werden. Der Zugriff auf einzelne HTML-Dokumente kann nicht verweigert werden.

Folgende Möglichkeiten stehen in der Symbolleiste zur Verfügung:



Legt ein neues Robots.txt Projekt an.



Öffnet ein bestehendes Robots.txt Projekt.



Speichert das aktuelle Robots.txt Projekt.



Generiert aus der Disallow-Liste den Inhalt der Robots.txt Datei.



Die angelegte robots.txt Datei kann mit der Schaltfläche *Hochladen* mit dem integrierten FTP-Client oder mit [Wise FTP 2.0](#) auf Ihren Webserver übertragen werden.



Fügt der ausgewählten Kategorie einen neuen Agenten hinzu.



Löscht einen markierten Agenten aus der Liste der zur Verfügung stehenden Agenten.



Einen markierten Agenten bearbeiten.



Fügt einen markierten Agenten der Liste der ausgewählten Agenten hinzu.



Löscht einen markierten Agenten aus der Liste der ausgewählten Agenten.



Leert die Liste der ausgewählten Agenten.



Einen Disallow-Pfad für die in der Liste der ausgewählten Agenten manuell angeben.



Fügt ein mit dem Site-Scanner eingelesenes Verzeichnis als Disallow-Pfad für die in der Liste der ausgewählten Agenten hinzu.



Bearbeitet einen markierten Disallow-Pfad.



Löscht einen markierten Disallow-Pfad.



Leert die Disallow-Liste.

Site-Scanner

Mit dem **Site-Scanner** können Sie alle Links und HTML-Dokumente einer Website einlesen. Dies kann von Nutzen sein, wenn Sie z. B. Ihren Webserver aufräumen und nicht mehr benötigte Dokumente ermitteln möchten. Sehr hilfreich ist dieses Tool auch, wenn Sie eine URL-Liste für die [Multi-Express-Anmeldung](#) erzeugen möchten.

Um den **Site-Scanner** zu verwenden, wählen Sie zunächst in dem Programmbereich **Extras** den Unterbereich **Site-Scanner** aus, und nehmen Sie in dem Fenster **Scan-Details** folgende Eingaben vor:

1. Geben Sie in das Feld **URL scannen** die Root-URL ein, die Sie einlesen möchten.
2. Legen Sie in dem Feld **Scan-Tiefe** die Scan-Tiefe fest. Wenn Sie hier z. B. den Wert 100 eingeben, untersucht das Programm nicht nur die Startseite (die unter URL angegeben wurde), sondern von jedem Link ausgehend die verknüpften Seiten und von diesen wiederum jede weitere verknüpfte Seite usw. bis zur 100sten Ebene.
3. Geben Sie in das Feld **Max. Dokumente** ein, wie viele Dokumente maximal untersucht werden sollen. Bedenken Sie, dass bei hohen Werten der Vorgang sehr lange dauern kann, besonders wenn die Option **Nur interne Links** deaktiviert ist.
4. Geben Sie an, ob das Programm nur HTML-Dokumente, oder auch Dateien anderer Art berücksichtigen soll, wie z. B. php, cgi, asp, u.ä.
5. Wenn Links, die auf externe Seiten verweisen (z. B. Werbebanner, Partnerseiten, u.ä.) nicht berücksichtigt werden sollen, aktivieren Sie die Option **Nur interne Links**.

6. Klicken Sie anschließend auf *Scannen*, um mit dem Einlesevorgang zu beginnen. Dies kann je nach Komplexität der Website und der Geschwindigkeit Ihrer Verbindung unterschiedlich viel Zeit in Anspruch nehmen.
7. Wenn der Scan-Vorgang beendet ist, werden alle gefundenen Links aufgelistet.

Ranking-Analyse

Die Ranking-Analyse überprüft, ob Ihre Website in den Suchdiensten vertreten ist und welche Position (Ranking) sie dort hat. Je spezialisierter der Suchbegriff und das Thema Ihrer Website sind, umso höher ist die Chance, dass sie schon auf den ersten Seiten der Suchergebnisse zu finden ist.

1. Geben Sie zunächst unter **Ranking-Details** die direkte URL Ihrer Website(s) ein, und klicken Sie auf *Hinzufügen*. Wenn Sie weitere Websites hinzufügen möchten, wiederholen Sie den Vorgang.
2. Wählen Sie aus der Liste eine oder mehrere Domains aus, nach denen gesucht werden soll.
3. Legen Sie anschließend fest, welche Suchdienste einer Analyse unterzogen werden sollen. Wählen Sie <Alle> oder eine Auswahl von Suchdiensten aus der Liste aus.
4. Geben Sie unter **Schlüsselwörter** die Begriffe ein, die ein Benutzer eingeben würde, um Ihre Seite zu finden. Achten Sie darauf, jeden Begriff durch Komma oder Leerzeichen getrennt einzugeben. Kennzeichnen Sie Sätze mit doppelten Anführungsstrichen.

HINWEIS: Sie können Ihre Eingaben speichern, damit Sie diese zu einem späteren Zeitpunkt nicht erneut eingeben müssen. Klicken Sie dazu in der Symbolleiste auf das Diskettensymbol.

5. Klicken Sie nun auf *Ranking*, um den Vorgang zu starten.
Anschließend wird ein Bericht angezeigt, aus dem hervorgeht, wie viele Treffer die Suche ergeben hat, die zu Ihrer Website führen, wie viele Treffer die Suche insgesamt ergab, und an welcher Position Ihre Seite bei dem jeweiligen Suchvorgang auftaucht.
6. Wenn Sie in den Ranking-Optionen die Option **History verwenden** aktiviert haben, können Sie zurückliegende Ranking-Analysen anzeigen. Wählen Sie hierzu einfach ein Datum aus der Liste aus, um den Bericht anzuzeigen.

Programmbereich Assistenten

Assistenten

In dem Programmbereich **Assistenten** finden Sie Assistenten, die Ihnen bei der Ausführung einzelner Funktionen behilflich sind. Um mit den jeweiligen Assistenten zu arbeiten, wählen Sie den gewünschten Assistenten aus, und folgen Sie den einzelnen Schritten über die Schaltfläche *Weiter*.

One-Minute Assistent

Der **One-Minute-Assistent** führt Sie durch die ersten Schritte der Anmeldung. Er hilft Ihnen bei der Eingabe der wichtigsten Daten über Ihre Website und Ihre eigene Person, die für die Anmeldung erforderlich sind.

HINWEIS: Beachten Sie, dass Sie über den Assistenten nur bei Suchmaschinen anmelden können. Um Ihre Website auch bei Verzeichnissen anzumelden, füllen Sie bitte alle Kenndatenfelder in dem Programm aus.

Meta-Tag-Assistent

Der **Meta-Tag-Assistent** hilft Ihnen bei der Erzeugung von Meta-Tags. Meta-Tags sind notwendig, da die meisten Suchmaschinen die einzelnen Seiten einer Website anhand der Schlüsselwörter indizieren, die Sie über die Meta-Tags eingeben. Sie können mithilfe des Assistenten komplett neue Meta-Tags erzeugen oder Meta-Tags aus bestehenden HTML-Dateien importieren. Außerdem können Sie anschließend die erzeugten Meta-Tags direkt in Ihre HTML-Dokumente einfügen.

Import-Assistent

Der **Import-Assistent** hilft Ihnen beim Importieren von Projektdaten aus einer von Kunden übermittelten Textdatei.

Site-Scanner-Assistent

Der **Site-Scanner-Assistent** liest Ihre Website ein, und erfasst alle Unterseiten Ihrer Website. Das Ergebnis wird in einer übersichtlichen Liste angezeigt und kann in eine Textdatei exportiert werden.

Tutorial

Was Sie in diesem Tutorial lernen

In diesem Tutorial lernen Sie Schritt für Schritt, wie Sie mit **Hello Engines!** arbeiten. Dieses Tutorial besteht aus drei Teilen.

In dem ersten Teil lernen Sie, wie Sie die allgemeinen Kenndaten eingeben, die für die Anmeldung Ihrer Websites bei Suchdiensten erforderlich sind:

[Allgemeine Daten eingeben](#)

[Daten zu der Website eingeben](#)

[Website vor der Anmeldung überprüfen](#)

Desweiteren erfahren Sie, wie Sie mit **Hello Engines!** Meta-Tags erzeugen und diese weiter verwenden:

[Mit dem Meta-Tag-Generator arbeiten](#)

[Meta-Tag-Dateien hinzufügen und entfernen](#)

In dem zweiten Teil erfahren Sie alles über die Anmeldung bei Suchdiensten:

[Website automatisch anmelden](#)

[Website manuell anmelden](#)

[Multi-Express- und Multi-Detail-Anmeldung verwenden](#)

In dem dritten Teil erfahren Sie, wie Sie mit **Hello Engines!** Ihre Websites optimieren können. Wenn Sie Ihre Websites optimieren möchten, wenden Sie diese Funktionen vor der Anmeldung Ihrer Websites an.

[Site-Checker: Link-Checker](#)

[Site-Checker: HTML-Validator](#)

[Site-Checker: Ladezeit-Checker](#)

[Site-Checker: Code-Komprimierer](#)

Erste Schritte

Allgemeine Daten eingeben

In diesem Abschnitt erfahren Sie, wie Sie allgemeine Kenndaten, die für die Anmeldung Ihrer Website bei Suchdiensten erforderlich sind, eingeben. Wählen Sie dazu den Programmbereich **Projekt** aus.

Registerkarte Firma

Auf der Registerkarte **Firma** geben Sie Informationen zu Ihrem Unternehmen ein. Wenn Sie bestimmte Informationen nicht veröffentlichen möchten, geben Sie einen Schrägstrich "/" ein:

1. Geben Sie in das Feld **Firma** den Firmennamen ein.
2. Wählen Sie unter **Land** aus dem Drop-Down-Menü das Land aus, in dem Ihr Unternehmen ansässig ist.

3. Füllen Sie anschließend die Felder **Bundesland**, **Straße**, **Postleitzahl**, **Stadt**, **Allgemeine E-Mail**, **Telefon**, **Fax** und **Handy** aus.

The screenshot shows the 'Hello Engine! Professional' application window. The title bar reads 'Hello Engine! Professional - [Unbenannt]'. The menu bar includes 'Datei', 'Bearbeiten', 'Ansicht', and 'Hilfe'. Below the menu bar is a toolbar with icons for file operations. The main window is divided into a left sidebar and a central content area. The sidebar contains a 'Projekt' section with icons for 'Daten', 'Web-Gloss', and 'Meta-Tags', and a lower section with buttons for 'Anmeldung', 'Status', 'Site-Checker', 'Extras', and 'Assistenten'. The central content area has a tabbed interface with 'Firma', 'Person', and 'Webmaster' tabs. The 'Firma' tab is active, displaying a form with the following fields: 'Firma' (containing 'ACEBIT'), 'Land' (a dropdown menu showing 'Deutschland'), 'Bundesland' (empty), 'Straße' (containing 'Demstädter Str. 1'), 'Postleitzahl' (empty), 'Stadt' (containing 'Reinheim'), 'Allgemeine E-Mail' (empty), 'Telefon' (containing '06 162 / 80020'), 'Fax' (empty), 'Handy' (empty), 'Gebührenfrei' (empty), and 'Produkte' (empty). At the bottom of the window, there is an 'Info' section with a lightbulb icon and the text: 'Maus über einen Steuerbefehl bewegen, um Informationen über seine Funktionen einzusehen'.

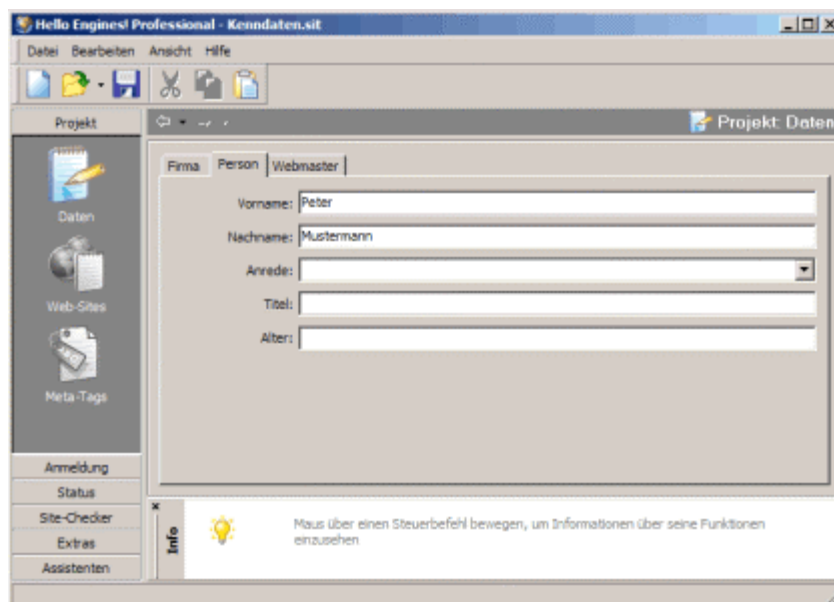
- Beachten Sie, dass manche Suchdienstbetreiber die hier angegebenen Informationen auch für andere Zwecke verwenden, so kann es z. B. vorkommen, dass Sie Massenwerbung per E-Mail erhalten werden. Wenn Sie aber absichtlich eine falsche (ungültige) E-Mail-Adresse angeben, wird Ihre Anmeldung bei manchen Suchdiensten einfach ignoriert. Richten Sie sich deshalb eine neue E-Mail-Adresse ein, z. B. bei Web.de oder GMX, die Sie ausschließlich zur Weitergabe an Suchdienste verwenden.
4. Geben Sie in das Feld **Produkte** Ihre wichtigsten Produkte ein. Dieses Feld wird allerdings nur von sehr wenigen Suchdiensten verwendet.
 5. In das Feld **Gebührenfrei** können Sie, falls vorhanden, Ihre kostenlose Service-Telefonnummer eintragen.
 6. Speichern Sie anschließend Ihre Projektdaten, indem Sie in dem Menü **Datei** die Option **Speichern unter** auswählen.

7. Wählen Sie ein Verzeichnis und einen Namen aus, und klicken Sie auf *Speichern* Ihre Daten werden nun in einer SIT-Datei gespeichert, und Sie können diese über die Option **Öffnen** jederzeit erneut aufrufen.
8. Wechseln Sie anschließend auf die Registerkarte **Person**.

Registerkarte Person

Auf der Registerkarte **Person** geben Sie Daten zu der Person ein, die die Website betreut, gestaltet oder für den Inhalt verantwortlich ist. Dies muss nicht zwingend der Webmaster sein.

1. Füllen Sie die Felder **Vorname**, **Nachname**, **Anrede**, **Titel** und **Alter** aus. Falls Sie unter Titel keine Angabe vornehmen können, geben Sie einen Schrägstrich "/" ein.

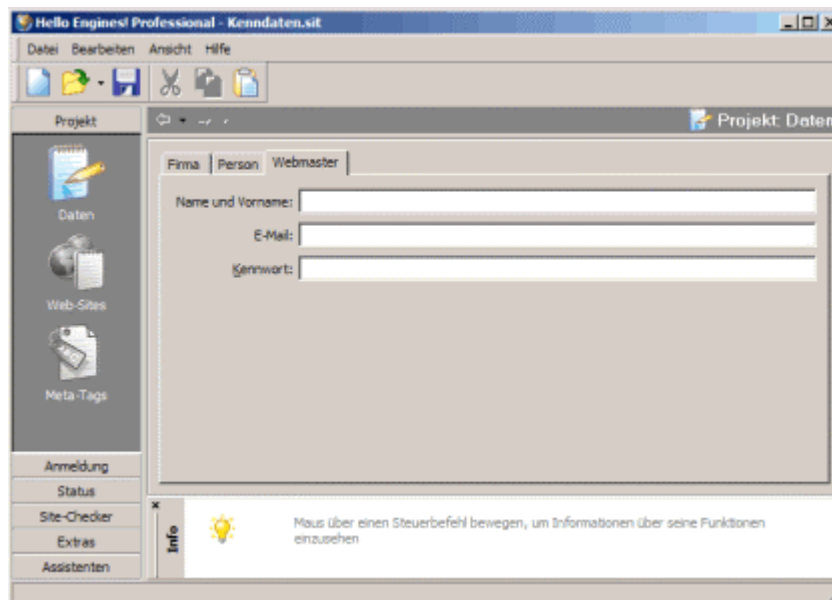


2. Klicken Sie anschließend in dem Menü **Datei** auf die Option **Speichern**, um Ihre Daten in der SIT-Datei zu speichern.
3. Wählen Sie dann das Register **Webmaster** aus, um Informationen zu dem Webmaster einzugeben.

Registerkarte Webmaster

Auf der Registerkarte **Webmaster** geben Sie Informationen zu dem Webmaster ein.

1. Füllen Sie die Felder **Name und Vorname** und **E-Mail** entsprechend aus.
2. Geben Sie in das Feld **Kennwort** ein neues Kennwort ein.
Verwenden Sie auf keinen Fall ein FTP- oder anderes Zugangskennwort. Bei einigen Suchdiensten ist es erforderlich, ein Benutzerkonto anzulegen, bevor eine Website angemeldet werden kann. Das hier eingegebene Kennwort wird an diese Suchdienste übertragen. Sie können sich dann mit diesem Kennwort bei dem entsprechenden Suchdienst einloggen.



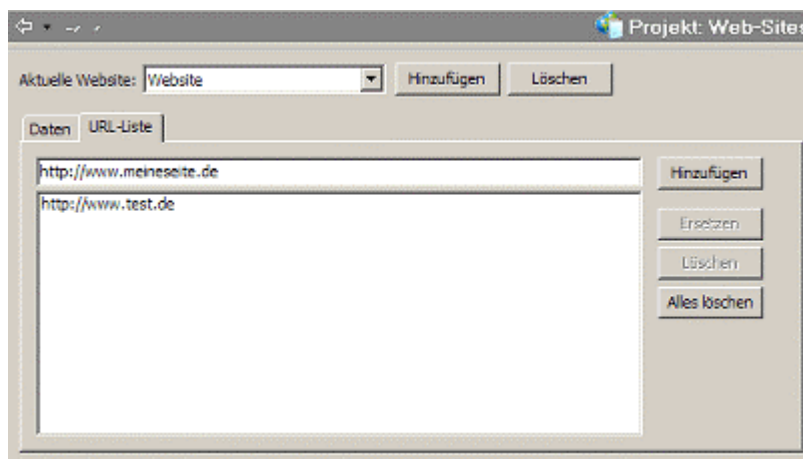
3. Speichern Sie anschließend Ihre eingegebenen Daten über das Menü **Datei / Speichern**.

Lesen Sie in dem nächsten Abschnitt, wie Sie Daten zu Ihrer Website eingeben.

Daten zu der Website eingeben

Lesen Sie in diesem Abschnitt, welche Daten für die Anmeldung Ihrer Website wichtig sind, und wie Sie bei der Eingabe vorgehen:

1. Klicken Sie in dem Programmbereich **Projekt** auf **Web-Sites**, und wählen Sie das Register **URL-Liste** aus.
2. Klicken Sie in dem oberen Bereich auf die Schaltfläche *Hinzufügen*, und geben Sie in das Bearbeitungsfeld die vollständige URL ein (z. B. `http://www.meineseite.de`).
3. Anschließend klicken Sie auf die Schaltfläche *Hinzufügen* neben dem Bearbeitungsfeld, um die URL der URL-Liste hinzuzufügen.



4. Wechseln Sie nun zu dem Register **Daten**, und füllen Sie die folgende Felder aus:

Titel: Geben Sie hier einen kurzen Titel ein, der zu Ihrer Website passt. Bei Unternehmen sollte der Titel den Firmennamen enthalten.

Beschreibung (kurz): Geben Sie hier eine kurze Beschreibung Ihrer Website ein (maximal 60 Zeichen). Sie sollten in dieser Beschreibung das Thema Ihrer Website angeben, oder in welchem Bereich Ihr Unternehmen oder Verein tätig ist.

Beschreibung (lang): Geben Sie hier eine ausführliche Beschreibung Ihrer Website ein (max. 255 Zeichen). In dieser Beschreibung können Sie näher auf Ihre Website, Ihr Unternehmen oder Ihren Verein eingehen.

Schlüsselwörter: Geben Sie hier die Begriffe ein, die Internetnutzer in die Suchmaske eines Suchdiensts eingeben würden, um Ihre Website zu finden. Da Suchmaschinen die Schlüsselwörter nur aus den Meta-Tags einlesen und Verzeichnisse nur sehr wenige Einträge annehmen, reichen 5 - 10 Schlüsselwörter aus. Das Feld **Schlüsselwörter** kann nicht direkt bearbeitet werden, klicken Sie auf die Schaltfläche *Schlüsselwörter-Assistent* neben dem Feld, und geben Sie Ihre Schlüsselwörter in das sich öffnende Dialogfeld ein.

Sprache: Wählen Sie hier die Sprache Ihrer Website aus.

Präsenz-Typ: Wählen Sie hier die Art Ihrer Website aus.

Unternehmen sollten beispielsweise immer den Typ *Kommerziell* auswählen.

Kategorie: Wählen Sie hier aus den vorgegebenen Einträgen die Kategorie aus, die am ehesten auf Ihre Website zutrifft. Damit Sie trotz der zahlreichen Kategorien schnell und einfach den gewünschten Eintrag finden, klicken Sie auf die Schaltfläche *Auswahl*. In das sich öffnenden Dialogfeld **Auswahl** können Sie einen Suchbegriff eingeben oder einen Filter setzen.

5. Sie können nun Ihre Daten für eine spätere Verwendung speichern. Klicken Sie dazu in dem Menü **Datei** auf **Speichern unter...**, und wählen Sie ein Verzeichnis sowie einen Namen aus.

Lesen Sie in dem nächsten Abschnitt, wie Sie Ihre Website vor der Anmeldung überprüfen können.

Website vor der Anmeldung überprüfen

In diesem Abschnitt erfahren Sie, wie Sie Ihre Website mithilfe des **Voreintragschecks** vor der Anmeldung bei Suchdiensten auf Fehler überprüfen können.

Um einen Voreintragscheck durchzuführen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wählen Sie in dem Programmbereich **Projekt**, den Unterbereich **Web-Sites** aus.
2. Klicken Sie auf das Register **URL-Liste**, und markieren Sie die URL, die Sie überprüfen möchten.

3. Anschließend klicken Sie auf , und Ihre Website wird überprüft.

4. Daraufhin wird der Voreintragscheck-Bericht angezeigt, der Ihnen Tipps und Hinweise gibt, wie Sie Ihre Website verbessern können.

Lesen Sie in dem nächsten Abschnitt, wie Sie die für Suchmaschinen erforderlichen Meta-Tags mit dem Meta-Tag-Generator schnell und einfach erzeugen.

Mit dem Meta-Tag-Generator arbeiten

In diesem Abschnitt lernen Sie, wie Sie mit **Hello Engines!** ganz einfach Meta-Tags erzeugen können. Meta-Tags sind notwendig, da die meisten Suchmaschinen die einzelnen Seiten einer Website anhand der Schlüsselwörter indizieren, die Sie über die Meta-Tags eingeben. Jedes einzelne HTML-Dokument Ihrer Website sollte über individuelle Meta-Tags verfügen, die sich auf den jeweiligen Inhalt eines Dokuments beziehen. Gehen Sie dazu wie folgt vor:

1. Wählen Sie in dem Programmbereich **Extras** den Unterbereich **Meta-Tag-Generator** aus.
2. Sie können nun zwischen folgenden Optionen wählen:



Neues Meta-Tag-Projekt starten




Vorhandenes Meta-Tag-Projekt öffnen

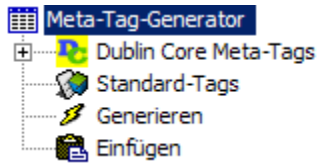


Meta-Tag-Daten aus einer **Hello Engines!** Projektdatei,
aus einem aktuellen **Hello Engines!**-Projekt
oder aus einer HTML-Datei importieren

Wenn Sie für eine einzelne Seite korrekte Meta-Tags erzeugen möchten, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wenn Sie die Eingaben aus dem Programmbereich **Projekt** übernehmen möchten, klicken Sie in der Symbolleiste auf  *Importieren*. Sie können die Meta-Tags aber auch unabhängig von Ihren Eingaben in dem Kenndatenformular erzeugen.

2. Wählen Sie aus der Verzeichnisstruktur auf der linken Seite entweder Dublin Core Meta-Tags oder Standard-Tags aus.



Meta-Tags im Dublin Core-Format ermöglichen es Ihnen, noch genauere Angaben zu Ihrer Website vorzunehmen. In diesem Tutorial lernen Sie, wie Sie Standard-Tags erzeugen. (Wenn Sie Dublin Core Meta-Tags erzeugen möchten, klicken Sie auf **Dublin Core Meta-Tags**, und füllen Sie die angezeigten Felder aus).

3. Klicken Sie auf **Standard-Tags**, und geben Sie die gewünschten Informationen ein:

Autor / Herausgeber: Geben Sie hier den Namen des jeweiligen Verantwortlichen ein. Unternehmen können hier auch den Firmennamen eingeben.

Copyright: Geben Sie an, bei wem das Urheberrecht für die Website liegt.

Thema: Geben Sie hier das Thema Ihrer Website ein.

Schlüsselwörter: Die Schlüsselwörter können hier, jeweils durch Komma getrennt, direkt eingegeben werden. Achten Sie darauf, Schlüsselwörter festzulegen, die für die jeweilige Seite relevant sind.

Beschreibung: Hier können Sie eine Beschreibung eingeben, die sich auf die individuelle Seite bezieht. Vermeiden Sie Wiederholungen, Superlative und Großbuchstaben.

Seiten-Typ: Wählen Sie hier aus dem Drop-Down-Menü den Bereich aus, in den Ihre Website am besten passt.

Zielgruppe: Wählen Sie aus dem Drop-Down-Menü die Benutzergruppe aus, die Ihre Website ansprechen soll.

Indizierung: In diesem Feld können Sie festlegen, wie die Robots der Suchmaschinen Ihre Website indizieren sollen. Robots (auch:

Spider oder Crawler) sind automatische Programme, die das Internet nach neuen Webseiten durchforsten und diese in die Datenbank einer Suchmaschine eintragen. Sie können zwischen vier Optionen wählen:

Indizieren, allen Links folgen: Die Robots folgen allen Links auf dieser Seite und lesen den Inhalt der HTML-Datei sowie der verlinkten Dateien ein. Anschließend indizieren sie diese und tragen diese Information in die Datenbank einer Suchmaschine ein.

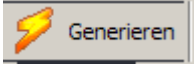

Indizieren, Links nicht folgen: Ein Index dieser Seite wird erstellt, verlinkte Seiten werden ignoriert.

Nicht indizieren, allen Links folgen: Es wird kein Index erstellt, verlinkte Seiten werden untersucht.

Nicht indizieren, Links nicht folgen: Es wird kein Index erstellt, verlinkte Seiten werden ignoriert. Diese Option verhindert, dass Ihr HTML-Dokument in eine Suchdatenbank aufgenommen werden kann!

Verfällt (bzw. gültig bis): Markieren Sie eines dieser Felder, um Auskunft über den Inhalt der Website zu geben; z. B. ob der Inhalt nur bis zu einem bestimmten Zeitpunkt gültig ist.


4. Klicken Sie anschließend in der Verzeichnisstruktur auf **Generieren**, um die ausgefüllten Meta-Tags anzuzeigen, und wählen Sie die Tags aus, die generiert werden sollen.

5. Klicken Sie in der Symbolleiste auf die Schaltfläche , um die Meta-Tags in dem Ausgabe-Fenster anzuzeigen.
6. Sie können anschließend mit der Schaltfläche *Kopieren*  aus der Symbolleiste die erzeugten Meta-Tags in die Zwischenablage kopieren.
7. Öffnen Sie nun die HTML-Datei, für die Sie die Meta-Tags erzeugt haben, und fügen Sie die von **Hello Engines!** erzeugten Meta-Tags in den Head-Abschnitt (zwischen "<HEAD>" und "</HEAD>") ein, oder verwenden Sie die Funktion **Einfügen** aus der Verzeichnisstruktur, um die Meta-Tags automatisch in HTML-Dateien einzufügen.

HINWEIS: Sie können für die Erzeugung der Meta-Tags den **Meta-Tag-Assistenten** verwenden. Wählen Sie dazu in dem Programmbereich **Assistenten** den Unterbereich **Meta-Tag** aus, und folgen Sie den einzelnen Schritten des Assistenten.

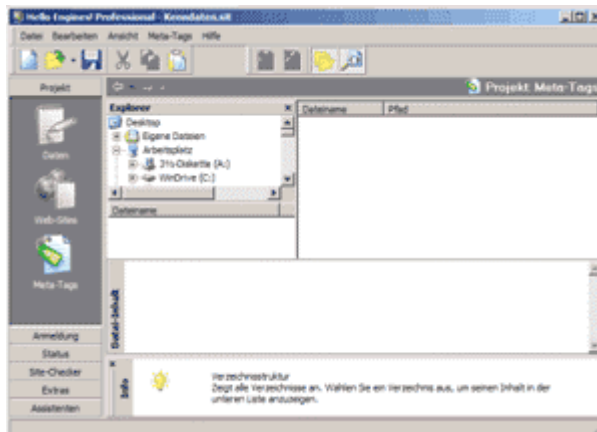
Lesen Sie in dem nächsten Abschnitt, wie Sie bereits vorhandene Meta-Tag-Dateien Ihrem Projekt hinzufügen oder aus Ihrem Projekt entfernen können.

Meta-Tag-Dateien hinzufügen und entfernen

Nachdem Sie Meta-Tags erzeugt und in einer MTG-Datei gespeichert haben, können Sie diese in dem Programmbereich  **Projekt / Meta-Tags** zu Ihrem Projekt hinzufügen. Diese Ablagemöglichkeit ist besonders nützlich, wenn Sie mit mehreren größeren Projekten arbeiten. Gehen Sie dazu wie folgt vor:

1. Wählen Sie in dem Programmbereich **Projekt** den Unterbereich **Meta-Tags** aus.

2. Wählen Sie aus dem Explorer Fenster eine Meta-Tag-Datei (*.mtg) aus, der Inhalt dieser Datei wird daraufhin in dem Fenster **Datei-Inhalt** angezeigt.



3. Klicken Sie in dem Fenster **Dateiname** doppelt auf die gewünschte Datei, um diese dem Projekt hinzuzufügen.
4. Wenn Sie die ausgewählte Meta-Tag-Datei wieder aus dem Projekt entfernen möchten, klicken Sie in der Liste der zugeordneten Dateien doppelt auf den entsprechenden Eintrag.


In diesem ersten Teil des Tutorials haben Sie gelernt, wie Sie die für die Anmeldung bei Suchdiensten erforderlichen Kenndaten eingeben und diese speichern, wie Sie Meta-Tag-Dateien zu einem Projekt hinzufügen bzw. wieder aus dem Projekt entfernen, und wie Sie mithilfe des **Meta-Tag-Generators** Meta-Tags schnell und einfach erzeugen. Wenn Sie diese Schritte befolgt haben, können Sie nun mit der Anmeldung beginnen.

Anmeldung bei Suchdiensten

Website automatisch anmelden

Nachdem Sie alle erforderlichen Kenndaten Ihrer Website eingegeben haben, und jede der HTML-Dateien über eigene Meta-Tags verfügt, können Sie Ihre Website bei den Suchdiensten anmelden. **Hello Engines!** verfügt über eine umfangreiche und ständig aktualisierte Suchdienste-Datenbank. Da Ihre Website nicht bei allen Suchdiensten automatisch angemeldet werden kann, bietet **Hello Engines!** Ihnen die Möglichkeit, Ihre Website automatisch oder manuell anzumelden.

In diesem Abschnitt erfahren Sie, wie Sie Ihre Website automatisch bei Suchdiensten anmelden:

1. Wählen Sie zunächst den Programmbereich  **Anmeldung/Automatisch** aus.
2. Auf der linken Seite finden Sie eine Liste aller Suchdienste der **Hello Engines!** Suchdienste-Datenbank, bei denen Sie Ihre Website automatisch anmelden können. In dieser Liste finden Sie auch eine Bewertung des jeweiligen Suchdienstes, sowie das Herkunftsland.

Suchdienst	Bewertung	Land	Ausgewählt	Zuletzt übertragen
Goo	★		<input type="checkbox"/>	11.03.2003 12:47:22
Google (AT)	★		<input type="checkbox"/>	11.03.2003 12:47:21
Google (CH)	★		<input type="checkbox"/>	11.03.2003 12:47:22
Google (DE)	★		<input type="checkbox"/>	11.03.2003 12:47:23
Google (FR)				2003 12:47:23
Google (JP)				2003 12:47:23
Google (UK)				2003 12:47:24
Google (US)				2003 12:47:24
Go-Saar				2003 12:47:32
HA Search				2003 12:47:31
Hannover Web	★		<input type="checkbox"/>	11.03.2003 12:47:28
Hitboss			<input type="checkbox"/>	11.03.2003 12:47:29
HotBot (DE)	★		<input type="checkbox"/>	11.03.2003 12:47:39

Alle Suchdienste markieren	Strg+A
Keinen Suchdienste markieren	
Suche	Strg+F
Details des ausgewählten Suchdienstes	Strg+D
Zur Startseite dieses Suchdienstes	
Zur Anmeldeseite dieses Suchdienstes	

3. Wenn Sie mit der rechten Maustaste auf einen dieser Suchdienste klicken, öffnet sich ein Menü, in dem Sie folgende Auswahlmöglichkeiten haben:

Alle Suchdienste markieren: Wählen Sie diese Option aus, um Ihre Website bei allen Suchdiensten anzumelden.

Keinen Suchdienst markieren: Wählen Sie diese Option aus, um die Markierungen aufzuheben.

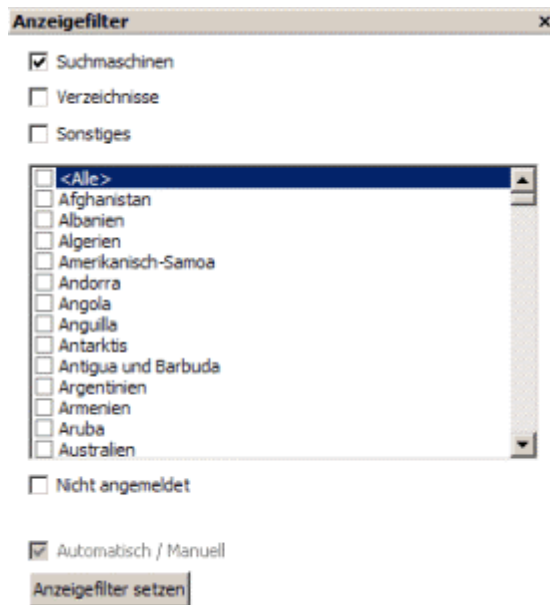
Suche: Über diese Option können Sie einen bestimmten Suchdienst, bei dem Sie Ihre Seite anmelden möchten, suchen.

Details des ausgewählten Suchdienstes: Wenn Sie diese Option auswählen, erhalten Sie Informationen zu dem ausgewählten Suchdienst, z. B. über die Kategorie, ob die Anmeldung kostenpflichtig ist und wie lange Sie warten müssen, bis Ihre Seite aufgenommen wird.

Zur Startseite dieses Suchdienstes: Wenn Sie diese Option auswählen, gelangen Sie automatisch zu der Startseite des ausgewählten Suchdienstes.

Zur Anmeldeseite dieses Suchdienstes: Wenn Sie diese Option auswählen, gelangen Sie automatisch zu der Anmeldeseite des ausgewählten Suchdienstes.

4. Auf der rechten Seite befindet sich das Fenster **Anzeigefilter**. Sie können hier Ihre gewünschten Suchdienste aus der Suchdiensteliste herausfiltern.



Folgende Filtermöglichkeiten stehen Ihnen dabei zur Auswahl:

Wenn Sie in der Liste nur Suchmaschinen anzeigen möchten, markieren Sie das Kontrollkästchen **Suchmaschinen**.

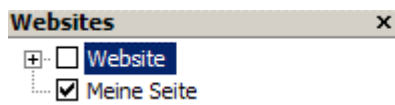
Wenn Sie in der Liste Verzeichnisse anzeigen möchten, markieren Sie das Kontrollkästchen **Verzeichnisse**.


Wenn Sie in der Liste andere Suchdienste anzeigen möchten, markieren Sie das Kontrollkästchen **Sonstiges**.

Wenn Sie in der Liste nur Suchdienste bestimmter Länder anzeigen möchten, markieren Sie die entsprechenden Länder.

Wenn Sie in der Liste nur Suchdienste anzeigen möchten, bei denen noch keine Anmeldung Ihrer Website erfolgt ist, markieren Sie das Kontrollkästchen **Nicht angemeldet**.

5. Über die Schaltfläche *Anzeigefilter setzen*, können Sie den ausgewählten Filter anwenden.
6. Wählen Sie anschließend aus dem Fenster **Websites** die Website(s) aus, die Sie anmelden möchten. Sie können dabei zwischen den Websites auswählen, die Sie in dem Programmbereich **Projekt** angegeben haben.





7. Nachdem Sie die gewünschten Suchdienste und Websites ausgewählt haben, melden Sie Ihre Website an.
8. Klicken Sie dazu in der Symbolleiste auf die Schaltfläche .
9. Falls Ihre Website Fehler enthält oder Sie bestimmte Felder, die für den jeweiligen Suchdienst erforderlich sind, nicht ausgefüllt haben, erscheint das Dialogfeld **Fehler und Warnungen**. Sie können dann auswählen, ob Sie dennoch mit der Anmeldung fortfahren möchten, oder Ihre Website nur bei den Suchdiensten anmelden möchten, für die keine Fehler und Warnungen herausgegeben wurden.
10. Anschließend erhalten Sie einen Bericht über den Verlauf der Anmeldung. Diesen können Sie im Tabellen-, HTML-, oder RTF-Format anzeigen.

11. Auf der rechten Seite wird die **History zur Anmeldung** angezeigt. Dort finden Sie alle bisher erfolgten Anmeldungen.
12. Um einen Bericht einer vergangenen Anmeldung anzuzeigen, klicken Sie auf den entsprechenden Eintrag.

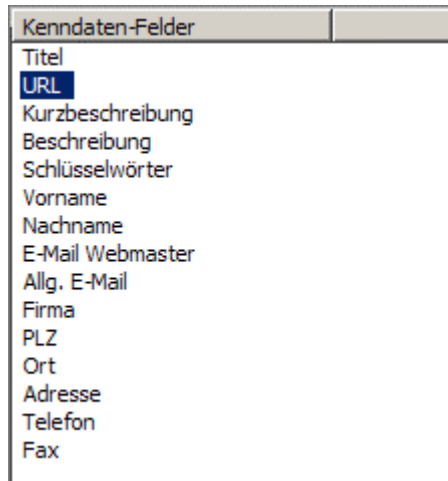
Lesen Sie in dem nächsten Abschnitt, wie Sie bei der manuellen Anmeldung vorgehen.

Website manuell anmelden

Nachdem Sie nun gelernt haben, wie Sie Ihre Website automatisch anmelden, lesen Sie hier, wie Sie bei der manuellen Anmeldung vorgehen. Bei den meisten Suchdiensten ist eine manuelle Anmeldung erforderlich, die mit **Hello Engines!** schnell und einfach durchgeführt werden kann.

1. Wählen Sie zunächst den Programmbereich  **Anmeldung / Manuell** aus. Dieser Bereich ist ähnlich wie der Programmbereich  **Anmeldung / Automatisch** aufgebaut.
2. Setzen Sie gegebenenfalls einen Anzeigefilter, und wählen Sie die Website(s) aus, die Sie anmelden möchten. Befolgen Sie dazu die Schritte 2 bis 5 unter [Website automatisch anmelden](#).
3. Klicken Sie anschließend doppelt auf den gewünschten Suchdienst in der Suchdienste-Liste.
4. Daraufhin wird die Anmeldeseite des entsprechenden Suchdienstes in dem integrierten Browser geöffnet.

5. Sie können nun das Anmeldeformular mit Hilfe der Kenndaten aus dem Fenster **Kenndaten-Felder** ausfüllen.



Klicken Sie dazu einfach auf einen Eintrag in dem Fenster, und ziehen Sie diesen in das entsprechende Feld des Anmeldeformulars.

6. Wenn Sie alle Felder ausgefüllt haben, klicken Sie anschließend auf die Anmelde-Schaltfläche des angezeigten Suchdienstes, um Ihre Website anzumelden.


Sie haben nun erfahren, wie Sie Ihre Website manuell und automatisch bei Suchdiensten anmelden können. Wenn Sie mehrere Websites verwalten, lesen Sie in dem nächsten Abschnitt, wie Sie diese mithilfe der **Multi Express-** oder **Multi-Detail-Anmeldung** bei Suchdiensten anmelden können.

Multi-Express- und Multi-Detail-Anmeldung verwenden

Wenn Sie mehrere Websites verwalten, und diese alle gleichzeitig mit **Hello Engines!** bei Suchmaschinen (nicht Verzeichnissen) anmelden möchten, können Sie dazu die **Multi-Express-Anmeldung** oder **Multi-Detail-Anmeldung** verwenden.

Multi-Express-Anmeldung


Anders als bei der **Multi-Detail-Anmeldung** werden hierfür keine zuvor gespeicherten Kenndaten-Dateien benötigt. Legen Sie stattdessen nur eine einfache Textdatei an, die die URLs der anzumeldenden Seiten enthält. Tragen Sie alle URLs, die Sie anmelden möchten, jeweils in einer Zeile in die Textdatei ein, und speichern Sie diese in einem beliebigen Verzeichnis. Um nun eine **Multi-Express-Anmeldung** durchzuführen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wählen Sie in dem Programmbereich **Anmeldung** den Unterbereich  **Multi-Express** aus.
2. Wählen Sie anschließend in dem integrierten Explorer auf der rechten Seite das Verzeichnis aus, in dem sich die Textdatei mit den URLs befindet.
3. Markieren Sie die gewünschte Datei.
4. Legen Sie nun fest, bei welchen Suchdiensten Ihre Websites angemeldet werden sollen: melden Sie Ihre Websites entweder bei allen oder einer zuvor festgelegten Auswahl an (gehen Sie dabei so vor, wie unter [Website automatisch anmelden](#) beschrieben).
5. Geben Sie anschließend den Pfad der entsprechenden Auswahldatei an.
6. Klicken Sie nun auf *Anmelden*, um mit der Übertragung zu beginnen.

Multi-Detail-Anmeldung

Mit der **Multi-Detail-Anmeldung** können Sie ebenfalls mehrere Websites gleichzeitig bei Suchdiensten anmelden. Für die **Multi-Detail-Anmeldung** werden im Gegensatz zu der **Multi-Express-Anmeldung** bereits gespeicherte Kenndaten-Dateien (*.sit) benötigt. Die **Multi-Detail-Anmeldung** meldet alle Kenndaten-Dateien an, die Sie auswählen.

Um eine Multi-Detail-Anmeldung durchzuführen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wählen Sie in dem Programmbereich **Anmeldung** den Unterbereich  **Multi-Detail** aus.
2. Wählen Sie aus dem Fenster **Sites** auf der rechten Seite des Bildschirms das Verzeichnis aus, in dem sich die Kenndaten-Dateien befinden.
3. Klicken Sie doppelt auf die gewünschte Datei, um diese der Liste mit den für die Anmeldung ausgewählten Dateien hinzuzufügen.
4. Wiederholen Sie den letzten Schritt, bis sich alle gewünschten Dateien in der Liste befinden. Wenn Sie nicht gewünschte Einträge aus der Liste entfernen möchten, klicken Sie doppelt auf den entsprechenden Eintrag.
5. Legen Sie nun fest, bei welchen Suchdiensten Ihre Websites angemeldet werden sollen: melden Sie Ihre Websites entweder bei allen oder einer zuvor festgelegten Auswahl an (gehen Sie dabei so vor, wie unter [Website automatisch anmelden](#) beschrieben).
6. Geben Sie anschließend den Pfad der entsprechenden Auswahldatei an.
7. Klicken Sie nun auf *Anmelden*, um mit der Übertragung zu beginnen.


HINWEIS: Die **Multi-Detail-Anmeldung** erfordert korrekt und vollständig ausgefüllte Kenndaten-Dateien. Vor der Anmeldung prüft **Hello Engines!**, ob eine angegebene Kenndaten-Datei auch alle erforderlichen Informationen enthält. Ist dies nicht der Fall, wird die betreffende Datei angezeigt und aus der Liste entfernt.

Nachdem Sie nun in diesem zweiten Teil des Tutorials erfahren haben, wie Sie Ihre Websites automatisch oder manuell bei Suchdiensten anmelden können, und Sie die Funktionen **Multi-Express-** und **Multi-Detail-Anmeldung** zur Anmeldung mehrerer Websites verwenden können, lernen Sie in dem nächsten und letzten Teil, wie Sie Ihre Website mithilfe der **Site-Checker-Funktionen** verbessern können.

Site-Checker-Funktionen verwenden

Site-Checker: Link-Checker

In dem letzten Teil des Tutorials lernen Sie, wie Sie die **Site-Checker-Funktionen**, die Ihnen das Programm zur Verfügung stellt, einsetzen können, um Ihre Website vor der Anmeldung auf mögliche Schwachstellen und Fehler zu untersuchen. In diesem Abschnitt erfahren Sie, wie Sie mit dem **Link-Checker** Ihre Website auf defekte Links überprüfen können:

1. Wählen Sie in dem Programmbereich **Site Checker** den Unterbereich  **Link-Checker** aus.
2. Klicken Sie in dem Menü **Ansicht** auf **Optionen...**, um das Dialogfeld **Optionen** zu öffnen.

3. Wählen Sie **Erweitert / Link-Checker** aus, um die Einstellungen des **Link-Checker** zu bearbeiten:

The screenshot shows the 'Erweitert / Link-Checker' settings window. It is divided into two main sections: 'Zu prüfende Links:' and 'Links überspringen:'.
Under 'Zu prüfende Links:', there is a list of HTML elements with checkboxes. The checked items are: <Alle>, A, APPLET, AREA, BODY, FRAME, IFRAME, INPUT, LINK, TABLE, TD, TH, and IMG.
Under 'Links überspringen:', there is a text box containing 'mailto', 'javascript', and 'ftp'. To the right of this box are three buttons: 'Hinzufügen', 'Löschen', and 'Alles löschen'.
At the bottom left, there is a checkbox labeled 'Nur interne Links überprüfen' which is checked. Below it is a label 'Max. Anzahl Threads:' followed by a spin box set to '10'.

Zu prüfende Links: Hier legen Sie fest, welche HTML-Bereiche untersucht werden sollen: z. B. Links innerhalb von Tabellen oder verlinkte Grafiken.

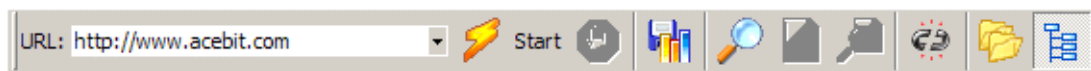
Links überspringen: Hier können Sie angeben, ob Sie bestimmte Link-Strukturen, wie z. B. Mail-Links oder Verweise innerhalb von Javascripts, überspringen oder ausschließen möchten.



Nur interne Links überprüfen: Deaktivieren Sie diese Option, wenn Links, die auf externe Seiten verweisen (z. B. Werbebanner, Partnerseiten etc.), berücksichtigt werden sollen.

Max. Anzahl Threads: Legen Sie hier fest, wievielen Pfaden bzw. Threads gefolgt werden soll. Wenn z. B. die Links eines Dokuments auf ein anderes verweisen, das wiederum Links besitzt

usw., folgt das Programm diesem "Pfad", bis keine Links mehr vorhanden sind.

4. Klicken Sie auf *OK*, um Ihre Einstellungen zu speichern und das Dialogfeld **Optionen** zu schließen.
5. Geben Sie oben in der Symbolleiste in das Feld **URL** die zu überprüfende URL oder einen Dateinamen ein. Achten Sie darauf, dass Sie bei Dateinamen "file://" voranstellen.




6. Klicken Sie anschließend auf die Schaltfläche *Start*. Sie können die Abfrage mithilfe der Schaltfläche *Anhalten* jederzeit beenden.
7. Anschließend werden alle Links aufgelistet. Wenn Sie nur die defekten Links anzeigen möchten, klicken Sie auf die Schaltfläche  *Nur defekte Links*.
8. Sie können nun den Bericht speichern, indem Sie auf die Schaltfläche  *Bericht speichern* klicken.

Nachdem Sie nun Ihre Links überprüft haben, erfahren Sie in dem nächsten Abschnitt, wie Sie überprüfen, ob Ihre Website fehlerhaften HTML-Code enthält.

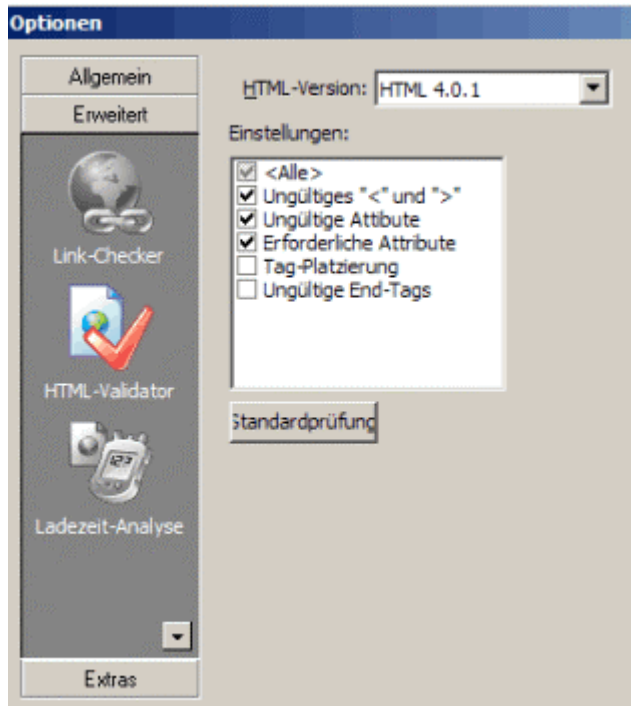
Site-Checker: HTML-Validator

In diesem Abschnitt lernen Sie, wie Sie den **HTML-Validator** einsetzen, um Fehler in dem HTML-Code Ihrer Website zu finden. Verwendet wird hierfür der allgemeine HTML-Standard, den alle Browser unterstützen. So findet der HTML-Validator beispielsweise auch HTML-Tags, die nicht von jedem Browser unterstützt werden.

Um Ihre Website auf fehlerhafte Codes zu überprüfen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wählen Sie in dem Programmbereich **Site-Checker** den Unterbereich  **HTML-Validator** aus.
2. Klicken Sie in dem Menü **Ansicht** auf **Optionen...**, um das Dialogfeld **Optionen** zu öffnen.

3. Wählen Sie **Erweitert / HTML-Validator** aus, um die Einstellungen des **HTML-Validator** zu bearbeiten.




HTML-Version: Wählen Sie hier die HTML-Version bzw. die Skript-Datei, mit der gearbeitet werden soll. Bei aktuellen Browsern ist HTML 4.0.1 zu empfehlen.

Einstellungen: Wählen Sie hier die Tags aus, die bei der Prüfung Ihrer Website berücksichtigt werden sollen.

Standardprüfung: Wenn Sie auf die Schaltfläche *Standardprüfung* klicken, werden die Default-Einstellungen wiederhergestellt. Die Standardprüfung entfernt beispielsweise ungültige Tags (Elemente) aus dem HTML-Code, sowie ungültige "<" und ">", d. h., einzelne Tags oder Tags mit leerem Inhalt.

4. Klicken Sie auf *OK*, um Ihre Einstellungen zu speichern und das Dialogfeld **Optionen** zu schließen.
5. Geben Sie anschließend oben in der Symbolleiste in das Feld **URL** die zu überprüfende URL oder einen Dateinamen ein. Achten Sie darauf, dass Sie bei Dateinamen "file://" voranstellen.




6. Klicken Sie auf *Start*, um die Abfrage zu beginnen.
7. Wenn die Abfrage beendet ist, finden Sie auf der rechten Seite alle URLs mit der Anzahl von Fehlern und Warnungen. Diese Fehler und Warnungen werden in dem Fenster **Details** angezeigt.
8. Klicken Sie nun auf einen Eintrag, erscheinen in dem Fenster **Details** Informationen zu den Fehlern und Warnungen. Auf der rechten Seite können Sie den HTML-Quelltext einsehen und bearbeiten.
9. Anschließend können Sie den Bericht speichern, indem Sie auf die Schaltfläche  *Bericht speichern* klicken.

Nachdem Sie nun alle fehlerhaften Codes von Ihrer Website entfernt haben, lesen Sie in dem nächsten Abschnitt, wie Sie die Ladezeit Ihrer Website überprüfen können.

Site-Checker: Ladezeit-Checker

In diesem Abschnitt werden Sie erfahren, wie Sie mit dem **Ladezeit-Checker** überprüfen können, wie lange Ihre Website bei verschiedenen Verbindungsgeschwindigkeiten zum Aufbau braucht. Der **Ladezeit-Checker** überprüft anhand der Dateigröße der Dokumente und Grafiken die durchschnittliche Ladezeit Ihrer Website mit verschiedenen, simulierten Übertragungsgeschwindigkeiten.

Um die Ladezeit Ihrer Website zu überprüfen, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wählen Sie in dem Programmbereich **Site-Checker** den Unterbereich  **Ladezeit-Checker** aus.
2. Klicken Sie in dem Menü **Ansicht** auf **Optionen...**, um das Dialogfeld **Optionen** zu öffnen.

3. Wählen Sie **Erweitert / Ladezeit-Checker** aus, um die Einstellungen des **Ladezeit-Checker** zu bearbeiten.


The screenshot shows a software interface for configuring download time checker settings. It is divided into two main panels. The left panel, titled 'Zu überprüfende Übertragungsraten', contains a list of transmission rates: 14400, 28800, 33600, 57600, and 115200. To the right of this list are five buttons: 'Hinzufügen', 'Löschen', 'Alles löschen', 'Nach oben', and 'Nach unten'. The right panel, titled 'Eingebettete Links:', contains a list of HTML tags: APPLET, BODY, FRAME, IFRAME, INPUT, TABLE, TD, TH, and IMG. To the right of this list are three buttons: 'Hinzufügen', 'Löschen', and 'Alles löschen'.

Zu überprüfende Übertragungsrate: In diesem Fenster legen Sie die Übertragungsraten fest. Die simulierten Übertragungsraten, mit denen das Programm arbeitet, können individuell angepasst werden. Die Angaben werden in Byte/s definiert. Heutige Standard-Modems haben z. B. eine Baudrate von 57600 Byte/s. Sie können mithilfe der Schaltflächen auf der rechten Seite Übertragungsraten hinzufügen, löschen, nach oben oder nach unten verschieben. Markieren Sie dazu die gewünschte Übertragungsrate, und klicken Sie auf die entsprechende Schaltfläche.

Eingebettete Links: In diesem Fenster geben Sie die HTML-Tags der integrierten Links an. Sie geben somit an, welche HTML-Bereiche untersucht werden sollen, z. B. Angaben innerhalb von Tabellen <table> oder Grafiken . Um der Liste weitere HTML-Tags hinzuzufügen oder Tags aus der Liste zu löschen, klicken Sie auf die entsprechende Schaltfläche.

4. Klicken Sie auf *OK*, um Ihre Einstellungen zu speichern und das Dialogfeld **Optionen** zu schließen.
5. Geben Sie anschließend oben in der Symbolleiste in das Feld **URL** die zu überprüfende URL oder einen Dateinamen ein. Achten Sie darauf, dass Sie bei Dateinamen "file://" voranstellen.




6. Klicken Sie auf *Start*, um mit der Überprüfung der Ladezeit zu beginnen.
7. Der **Ladezeit-Checker** ermittelt nun die Ladezeiten für alle auf der Seite enthaltenen Elemente (z. B. Grafiken). Er listet für jede überprüfte Datei die zu erwartende Ladezeit bei verschiedenen Übertragungsgeschwindigkeiten auf. Unter **Insgesamt**, am unteren Rand des Berichtfensters, erscheint die Gesamtladezeit der Seite.
8. Anschließend können Sie den Bericht speichern, indem Sie auf die Schaltfläche  *Bericht speichern* klicken.

Nachdem Sie nun die Ladezeit Ihrer Website überprüft haben, lesen Sie in dem nächsten Abschnitt, wie Sie den HTML-Code Ihrer Seite verkürzen können, damit Sie bessere Ladezeiten erzielen können.

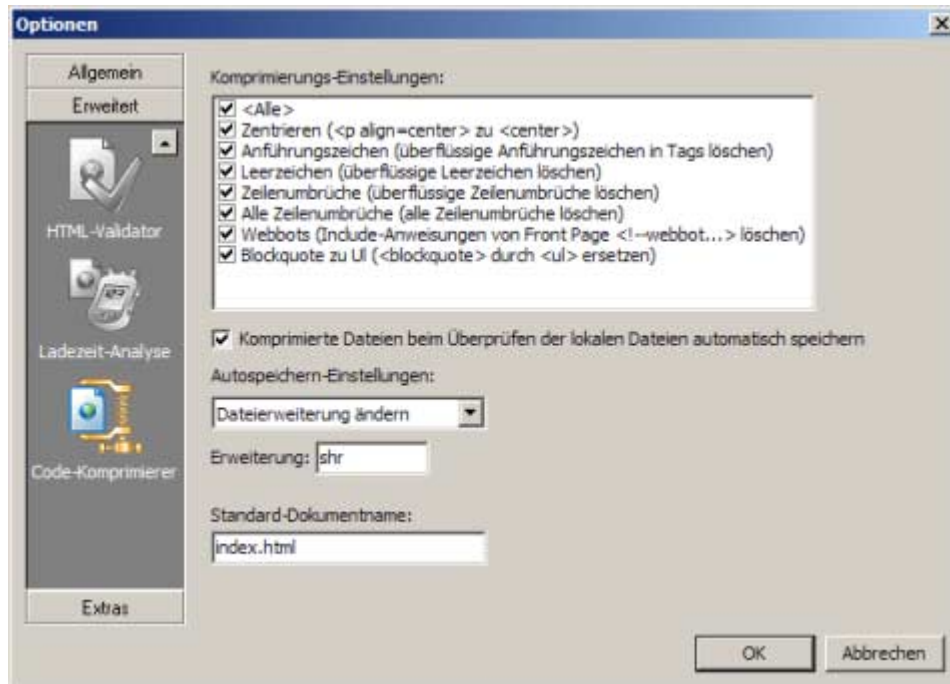
Site-Checker: Code-Komprimierer

In diesem Abschnitt werden Sie erfahren, wie Sie mithilfe des **Code-Komprimierers** überflüssige Zeichen, Formatierungs-Tags (Tags, die keinen Einfluss auf das Aussehen Ihrer Website haben) und doppelte Tags entfernen können. Der **Code-Komprimierer** optimiert gegebenenfalls den HTML-Code, so dass in einigen Fällen bessere Ladezeiten durch kleinere Dateigrößen erzielt werden können.

Um mit dem **Code-Komprimierer** zu arbeiten, gehen Sie wie folgt vor:

1. Wählen Sie in dem Programmbereich **Site-Checker** den Unterbereich  **Code-Komprimierer** aus.
2. Klicken Sie in dem Menü **Ansicht** auf **Optionen...**, um das Dialogfeld **Optionen** zu öffnen.

3. Wählen Sie **Erweitert / Code-Komprimierer** aus, um die Einstellungen des **Code-Komprimierers** zu bearbeiten:



Komprimierungs-Einstellungen: Legen Sie fest, welche dieser Vereinfachungen von dem Programm berücksichtigt werden sollen. Es ist empfehlenswert alle aktiviert zu lassen, da keinerlei Risiko besteht, dass das Dokument dadurch seine Formatierung verliert oder anderweitig beschädigt wird. Dies kann jedoch zu deutlich verbesserten Ladezeiten führen.

Komprimierte Dateien beim Überprüfen der lokalen Dateien automatisch speichern: Wenn dieses Kontrollkästchen aktiviert ist, werden die komprimierten Dateien automatisch gespeichert.



Autospeichern-Einstellungen: Wenn Sie die komprimierten Dateien beim Überprüfen der lokalen Dateien automatisch


speichern möchten, ist dieses Drop-Down-Menü aktiviert. Sie können auswählen, ob Sie die Dateien in ein Unterverzeichnis speichern, oder die Dateierweiterung ändern möchten. Wenn Sie die Dateierweiterung ändern möchten, geben Sie in das Feld **Erweiterung** die gewünschte Erweiterung ein.

Standard-Dokumentname: Geben Sie hier den Dokumentnamen ein. Standardmäßig ist *index.html* vorgegeben.

4. Klicken Sie auf *OK*, um Ihre Einstellungen zu speichern und das Dialogfeld **Optionen** zu schließen.
5. Geben Sie anschließend oben in der Symbolleiste in das Feld **URL** die zu überprüfende URL oder einen Dateinamen ein. Achten Sie darauf, dass Sie bei Dateinamen "file://" voranstellen.



6. Klicken Sie auf die Schaltfläche *Start*, um mit dem Einlesen und Komprimieren der Dateien zu beginnen.
7. Wenn dieser Vorgang beendet ist, erhalten Sie einen Komprimierungsbericht. Sie können nun in dem Bericht eine komprimierte Datei auswählen, und diese in dem integrierten HTML-Editor anzeigen.
8. Klicken Sie anschließend auf die Schaltfläche  *Speichern*, um die Dateien lokal zu speichern. Sie können dabei wählen, ob Sie nur einzelne oder alle Dateien speichern möchten. Sie können ebenso die Dateien direkt auf einen FTP-Server hochladen. Klicken Sie dazu auf die Schaltfläche  *Hochladen*.

9. Anschließend können Sie den Bericht speichern, indem Sie auf die Schaltfläche  *Bericht speichern* klicken.

Dies war der letzte Teil des Tutorials. Sie haben nun die wichtigsten Funktionen von **Hello Engines! Professional** kennen gelernt, die Sie für die Anmeldung und Optimierung Ihrer Website benötigen. Wenn Sie Fragen zu den einzelnen Funktionen haben, oder Sie sich für weitere Funktionen des Programms, wie z. B. den Robots-Generator oder die Ranking Analyse interessieren, konsultieren Sie die Online-Hilfe, oder schlagen Sie in dem Handbuch unter dem entsprechenden Stichwort nach.

Insider-Tipps zum Thema Suchdienste

Suchdienste verstehen

Funktionsweise von Suchdiensten

In diesem Kapitel des Handbuchs wird erläutert, wie Websites von Suchmaschinen gefunden und bewertet werden. Außerdem erfahren Sie, wie Sie beeinflussen können, wie Suchdienste Ihre Websites anzeigen.

Suchdienste stellen für Internetnutzer eine der wichtigsten Methoden zum Auffinden von Websites dar. Eine Website, die in dem Ergebnislisting eines Suchdienstes gut platziert ist, kann daher in der Regel mit steigenden Besucherzahlen rechnen.

Natürlich möchte jeder möglichst weit oben in dem Ergebnislisting der Suchdienste erscheinen. Leider geben aber viele Websites in den Bewertungen der Suchdienste nur ein schwaches Bild ab, oder werden gar nicht aufgeführt, weil sie nicht berücksichtigt haben, wie Suchdienste arbeiten. Viele dieser Websites würden eine bessere Platzierung erzielen, wenn die jeweiligen Webmaster über mehr Kenntnis über das Design von Suchdiensten verfügen würden.

Das vorliegende Handbuch, das vor allem an Webmaster gerichtet ist, enthält Tipps, Techniken und fundierte Grundlagen zum Verständnis der Funktionsweise von Suchdiensten. Wenn Sie diese Informationen gezielt anwenden, werden Sie vermutlich plötzlich Besucher anziehen, die Ihre Website bisher übersehen hatten.

Dieses Handbuch gibt allerdings keine Tipps, wie Sie Suchdienste "austricksen" können, denn es gibt nun mal keinerlei wirklich "geheime Schrauben", an denen man drehen könnte, um das Top-Ergebnislisting zu erhalten (siehe auch Kapitel [Tricksen Sie Suchdienste nicht aus](#)). Es genügen manchmal schon einige kleinere Änderungen, um große Wirkungen zu erzielen. Es gibt zwar einige "Tricks", mit denen man versuchen kann, die Suchdienste auszutricksen, allerdings muss man dann damit rechnen aus dem Index der Suchdienste rausgeschmissen zu werden, wenn die Suchdienste diesen Versuch feststellen.

Wichtige Suchdienste

Vielleicht haben Sie sich schon oft gefragt, welche der vielen Suchdienste im Internet wirklich wichtig sind. Normalerweise sind es die Suchdienste, die weithin bekannt sind und häufig - sowohl von Webmastern als auch von Benutzern - besucht werden.

Aus der Sicht der Webmaster erbringt ein gutes Ergebnislisting in einer Suchmaschine, die gute Werbung für sich selbst macht oder über strategische Geschäftsverbindungen verfügt, sehr wahrscheinlich mehr Besucherverkehr als eine die weniger bekannt ist. Beispielsweise ist die häufige Benutzung einer Suchmaschine, die auf der Seite NetSearch von Netscape genannt wird, von vornherein garantiert. Hieraus ergibt sich natürlich zwangsläufig wieder mehr Besucherverkehr für Websites, die von solchen Suchdiensten hoch bewertet worden sind.

Außerdem bedeuten bekannte und kommerziell unterstützte Suchdienste in der Regel zuverlässigere Suchergebnisse für den suchenden Benutzer, da Suchdienste dieser Art sehr wahrscheinlich besser verwaltet werden und somit besser mit dem wachsenden Informationsfluss im Internet Schritt halten können.

Die Komponenten einer Suchmaschine

Suchmaschinen bestehen aus drei Hauptkomponenten, wobei an erster Stelle der Spider (auch Crawler genannt) steht. Der Spider besucht eine Website, liest sie und verfolgt dann die Links zu den übrigen Seiten dieser Website. Die Website wird also "gespidert" oder "gecrawled", wie man diesen Vorgang im Fachjargon bezeichnet. Der Spider sucht eine Seite ungefähr alle ein bis zwei Monate auf, um sie auf Änderungen zu untersuchen.

Alles was der Spider findet, geht direkt in den Index, der zweiten Komponente einer Suchmaschine, ein. Der Index, der manchmal auch als Katalog bezeichnet wird, ähnelt einem riesigen Buch mit Kopien sämtlicher Websites, die der Spider gefunden hat. Ändert sich eine Website, wird dieses Buch entsprechend aktualisiert.

Gelegentlich kann es eine Weile dauern, bis die von dem Spider gefundenen neuen Seiten oder Änderungen in den Index aufgenommen werden. Eine Webseite kann deshalb sehr wohl "gespidert" worden sein, ist aber unter Umständen noch nicht indiziert. Solange sie nicht indiziert - also noch nicht zu dem Index hinzugefügt - wurde, ist sie für die Benutzer, die über die Suchmaschine nach ihr suchen, auch nicht zugänglich.

Die Software der Suchmaschine stellt die dritte Komponente einer Suchmaschine dar. Hierbei handelt es sich um ein Programm, dass die Millionen Seiten des Index durchsucht, um Suchtreffer zu finden und diese in eine Rangfolge einzustufen, die nach Ansicht des Programms die größtmögliche Relevanz der Treffer zum Ausdruck bringt.

Alle Suchmaschinen besitzen zwar die oben beschriebenen Komponenten, unterscheiden sich aber hinsichtlich der Art und Weise, wie diese Komponenten abgestimmt worden sind. Aus diesem Grund liefert dieselbe Suche bei verschiedenen Suchmaschinen oftmals unterschiedliche Ergebnisse.

Design-Tipps für Suchmaschinen

Design-Tipps für Suchmaschinen

Das Ergebnis einer Suchanfrage kann manchmal aus bis zu tausend und mehr Treffern bestehen. Von diesen werden in der Regel die ersten zehn relevantesten Treffer zuerst angezeigt.

Natürlich möchte jeder, der eine Website betreibt, zu den ersten zehn des Ergebnislistings gehören, da die meisten Benutzer unter den ersten zehn, das Ergebnis finden, nach dem sie gesucht haben. An elfter Stelle oder darunter erwähnt zu werden, kann zur Folge haben, dass viele Leute diese Website gar nicht mehr zur Kenntnis nehmen.

In den folgenden Abschnitten erfahren Sie, wie Sie mithilfe von Schlüsselwörtern und Wortverbindungen Ihrem Ziel näher kommen.

Wählen Sie strategische Schlüsselwörter aus

Was denken Sie, wie werden wohl Internetnutzer nach Informationen bei Suchdiensten suchen? Genau, sie geben die entsprechenden Suchbegriffe in das Suchfenster ein, und warten auf das Ergebnislisting des jeweiligen Suchdienstes. Diese Suchbegriffe stellen die strategischen Schlüsselwörter dar.

Wenn Sie z. B. eine Website betreiben, die sich mit dem Vertrieb von Kugelschreibern befasst, und Sie Ihre Website in der Top-Ten-Liste sehen möchten, sobald jemand "Kugelschreiber Vertrieb" eintippt, sind genau diese Wörter die strategischen Schlüsselwörter für diese Seite. Entsprechend besitzt jede Unterseite Ihrer Website unterschiedliche Schlüsselwörter, die den Inhalt der jeweiligen Seite wiedergeben. Falls Sie beispielsweise noch eine andere Seite über Produktionskosten von Kugelschreibern besitzen sollten, könnten Sie dazu etwa die Schlüsselwörter "Kugelschreiber Produktionskosten" verwenden.

TIPP: Ihre strategischen Schlüsselwörter sollten immer aus mindestens zwei oder mehr Wörtern bestehen, da, wenn Sie nur ein einziges Wort wie etwa "Kugelschreiber" auswählen, zu viele Websites auf dieses Schlüsselwort zutreffen, und somit Ihre Gewinnchancen geringer werden.

Bringen Sie Ihre Schlüsselwörter an der richtigen Stelle unter

Stellen Sie sicher, dass Ihre strategischen Schlüsselwörter an wichtigen Positionen Ihrer Websites erscheinen. Am wichtigsten ist der Titel Ihrer Website. In vielen Fällen wurden wirklich relevante Websites schlecht bewertet, weil in dem Titel der Website keine strategischen Schlüsselwörter zu finden waren. Außerdem werden von Suchdiensten Websites bevorzugt, bei denen die Schlüsselwörter möglichst weit oben erscheinen. Verwenden Sie deshalb die Schlüsselwörter nicht nur in dem Titel sondern auch in den ersten Absätzen Ihrer Website.

Beachten Sie, dass Ihre Schlüsselwörter möglicherweise durch Tabellen weiter nach unten verschoben werden können, und sie somit an Relevanz verlieren, da sie nicht mehr ganz oben auf der Website erscheinen. Der Grund dafür liegt darin, dass Suchdienste die Tabellen beim Lesen aufteilen. Verwenden Sie deshalb Meta-Tags für Suchdienste, die diese verwenden. Es besteht im Übrigen kein Grund, ganz auf Tabellen zu verzichten, denn sie sind nützlich und haben ihren Wert.

Den gleichen Effekt wie Tabellen können auch größere Blöcke mit JavaScript-Code haben, da der Suchdienst diese Informationen zuerst liest. Dadurch erscheint der normale HTML-Text weiter unten auf der Seite. Verlegen Sie deshalb Ihr Script möglichst weit nach unten, und setzen Sie Meta-Tags ein.

Achten Sie auf inhaltliche Relevanz

Wenn Sie den Titel Ihrer Website ändern oder Meta-Tags hinzufügen, wird Ihre Website im Hinblick auf die strategischen Schlüsselwörter nicht besser, wenn diese nichts mit den Schlüsselwörtern zu tun hat. Es ist wichtig, dass sich Ihre Schlüsselwörter direkt auf den Inhalt der Seite beziehen.

Dies bedeutet, dass auf Ihrer Website vor allem HTML-Text erscheinen sollte. Wenn Ihre Website hauptsächlich aus Grafiken besteht, sieht dies zwar nett aus, kann aber von den Suchdiensten nicht gelesen werden. Die Folge ist, dass Text übersehen wird, der Ihre Website relevanter machen könnte. Manche Suchmaschinen indizieren zwar zusammen mit den Meta-Tags auch den ALT-Text und die Kommentarinformationen, aber um sicherzugehen, sollten Sie möglichst HTML-Text verwenden.

Achten Sie darauf, dass Ihr HTML-Text ins Auge fällt. Manche Designer versuchen die Suchmaschinen auszutricksen, indem sie Schlüsselwörter in einer so winzigen Schriftart oder in der Farbe des Hintergrunds wiederholen, so dass der Text in dem Browser unsichtbar wird. Die Suchdienste achten aber auf diese oder ähnliche Tricks. Gehen Sie zu Ihrer Sicherheit davon aus, dass Text, der nicht im Browser sichtbar ist, auch nicht von den Suchdiensten indiziert wird.

TIPP: Erweitern Sie, wenn möglich, Ihre Textreferenzen.

Beispielsweise könnte eine Seite für das Sammeln von Briefmarken Referenzen auf "Sammler" und "sammeln" besitzen. Wenn Sie solche Referenzen um "Briefmarkensammler" und "Briefmarken sammeln" erweitern, verstärken Sie so die Wirkung Ihrer strategischen Schlüsselwörter auf legitime und natürliche Art und Weise. Zwar handelt Ihre Seite in Wirklichkeit vom Briefmarkensammeln, aber es kann ja sein, dass die Redakteure versehentlich deren Relevanz verringert haben.

Vermeiden Sie Elemente, über die Suchmaschinen stolpern könnten

Einige Suchdienste sehen das Internet wie ein sehr alter Browser, d. h., sie können z. B. keine Image-Maps interpretieren, oder mit Frames umgehen. Dies kann dazu führen, dass Suchmaschinen nur wenige oder vielleicht sogar gar keine Ihrer Websites indizieren. Beachten Sie deshalb folgende Tipps:

- **Verwenden Sie HTML-Links!** Oft erstellen Designer auf der Homepage nur Image-Map-Links zu den weiter hinten liegenden Seiten. Eine Suchmaschine, die nicht fähig ist diesen Links zu folgen, kann nicht ins "Innere" der Website vordringen. Die aussagefähigsten und relevantesten Inhalte befinden sich aber oftmals auf den hinteren Seiten und nicht auf der Homepage. Um dieses Problem zu lösen, verwenden Sie HTML-Links auf der Homepage, die Sie unten auf der Seite platzieren. Diese Links können von der Suchmaschinen gefunden und verfolgt werden.
- **Legen Sie eine Site-Map an!** Eine Site-Map ist eine Übersichtsseite über alle Dokumente einer Website, die Text-Links zu jeder Ihrer Website enthält. Mithilfe dieser Seiten können Suchmaschinen Seiten im Inneren Ihrer Website ausfindig machen.
- **Frames können verheerend sein!** Manche der wichtigen Suchdienste sind nicht in der Lage, Frame-Links zu folgen. Vergewissern Sie sich, dass für diese eine alternative Methode vorhanden ist, Ihre Website aufzusuchen und zu indizieren (z. B. über Meta-Tags oder ein entsprechend sorgfältiges Design). Weitere Informationen finden Sie in dem Kapitel *Suchmaschinen und Frames*.

- **Vermeiden Sie dynamische Fußangeln!** Erzeugen Sie Ihre Seiten über CGI oder über dynamisch eingesetzte Datenbanken? Dann müssen Sie damit rechnen, dass einige der Suchmaschinen nicht in der Lage sind, diese zu indizieren. Setzen Sie stattdessen - wann immer möglich - statische Seiten ein, und setzen Sie die Datenbank nur zur Aktualisierung, aber nicht zur Erzeugung von Seiten on-the-fly ein. Vermeiden Sie außerdem Symbole in Ihren URLs, insbesondere das ?-Symbol, weil die Suchmaschinen dann dazu neigen, sich daran festzufressen.

Verwenden Sie Meta-Tags

Wie schon erwähnt, können Sie mit Meta-Tags Probleme mit Tabellen, Frames etc. umgehen. Meta-Tags helfen Ihnen außerdem, die Beschreibungen Ihrer Websites bei Suchdiensten, die Meta-Tags unterstützen, zu kontrollieren. Wenn Sie Meta-Tags einsetzen, sollten Sie aber nicht vergessen, dass sie keine Garantie dafür sind, dass Ihre Site an erster Stelle steht. Das Einbauen von Meta-Tags kann nicht automatisch dazu führen, schlechte Bewertungen ein für alle Mal von Ihrer Website fernzuhalten. Weitere Informationen finden Sie unter *Meta-Tags verwenden*.

Tricksen Sie Suchdienste nicht aus

Das Austricksen von Suchdiensten funktioniert nicht immer und kann schwerwiegende Folgen haben. Die Suchdienste könnten Ihre Trickversuche entdecken und dann darauf antworten, indem sie Ihre Seite benachteiligen oder sogar aus ihren Ergebnislisten entfernen.

Weiterhin geht es bei den meisten Trickversuchen gegenüber Suchdiensten in der Regel darum, bei extrem weitverbreiteten Schlüsselwörtern ganz oben auf dem Ergebnislisting platziert zu werden. Natürlich können Sie versuchen eine solche Schlacht gegenüber anderen Websites zu eröffnen, Sie brauchen sich dann aber nicht darüber zu wundern, wenn Sie einen Großteil der Woche - wenn nicht sogar jeden Tag - mit der Verteidigung Ihrer Position in der Liste zubringen müssen. Diese Zeit investieren Sie sinnvoller in das Networking oder andere Formen der Publizität, die weiter unten beschrieben werden.

Falls Ihnen praktische Erwägungen dieser Art nicht genügen sollten, sind vielleicht ethische Gründe interessant. Eigentlich sollte der Inhalt der meisten Websites doch wirklich ausreichend für die Suchdienste sein, damit sie die Relevanz bestimmen können. Wenn auch noch Webmaster hinzu kommen, die ihr Heil in endlos wiederholten Schlüsselwörtern suchen, nur um andere Websites aus dem Feld zu schlagen, werden solche Praktiken mit der Zeit zunehmen, und die Benutzer werden Websites, die mit solchen Methoden arbeiten, verabscheuen.

Denken Sie auch an das Gegenstück beim Austricksen von Suchdiensten - dem Tricksen bei der E-Mail, sprich der Junk-Mail. Niemand mag Junk-Mails. Websites, die Junk-Mail-Dienste einsetzen, setzen sich oft einer Gegenreaktion der entsprechenden Dienste auf der Empfängerseite aus. Websites, die Suchdienste austricksen, verringern die Qualität der Ergebnislistings, was zu derselben Gegenreaktion wie bei Junk-Mails führen kann.

Reichen Sie Ihre Schlüsselseiten ein

Die meisten Suchmaschinen indizieren die Seiten Ihrer Website, indem sie den von Ihnen eingereichten Links auf einer Seite folgen. Nicht immer treffen die Suchmaschinen die richtige Seite, deshalb ist es ratsam, zwei oder drei Top-Seiten einzureichen, die Ihre Website am besten repräsentieren. Reichen Sie aber nie mehr als drei Top-Seiten ein, da dies den Vorgang nur verlängern würde. Wenn Sie eine alternative Seite anbieten, von der aus die Suchmaschine mit dem Abklappen Ihrer Seite beginnen kann, haben Sie Vorsorge getroffen, falls die Suchmaschine Schwierigkeiten mit der eigentlichen Seite hat.

Bei Suchmaschinen, die einen aktiven Spider-Dienst besitzen, sollten Sie mehrere Schlüsselseiten Ihrer Website und nicht nur die zwei oder drei Top-Seiten einreichen. Andernfalls kann es bis zu zwei Monate dauern, bis Ihre nicht eingereichten Seiten in einem Suchdienst auftauchen, wobei manche Suchmaschinen möglicherweise nicht alle Seiten Ihrer Website auflisten.

Die Methoden zur Überprüfung, ob Ihre Seiten überhaupt aufgelistet werden, finden Sie in dem Kapitel *Überprüfung Ihrer URL*. Sobald Ihre Seiten in einer Suchmaschine aufgelistet werden, sollten Sie dieses Listing etwa alle ein oder zwei Wochen überprüfen, da es vorkommen kann, dass Seiten z. B. aus den Katalogen verschwinden oder Links ins Leere führen. Reichen Sie in solchen Fällen Ihre Website erneut ein.

Beachten Sie, dass manche Suchdienste länderspezifische Versionen ihrer Verzeichnisse anbieten, in denen die einzelnen Websites nach der Domain gefiltert werden. So könnte z. B. eine deutsche Version einer Suchmaschine ausschließlich Websites auflisten, die sich in deutschen Domains (".de") befinden. Allerdings würden dann deutsche Websites, die mit einer nicht-deutschen Domain wie ".com" enden, ausgefiltert werden. Falls dies bei Ihrer Website der Fall ist, benachrichtigen Sie den entsprechenden Suchdienst, damit Ihre Website dort berücksichtigt wird.

Wenn Sie größere Änderungen an Ihrer Website vorgenommen haben, reichen Sie Ihre Website bei den Suchmaschinen erneut ein. Die Suchmaschinen besuchen die Websites zwar in regelmäßigen Abständen, aber manche wissen, dass gewisse Websites ihren Inhalt nur ein- oder zweimal im Jahr ändern, und suchen deshalb nicht mehr so oft die Websites ab. Wenn Sie Ihre Website nach größeren Änderungen erneut einreichen, stellen Sie sicher, dass der indizierte Inhalt Ihrer Website aktuell bleibt.

Suchdienste und mehr

Nehmen Sie sich mal die Zeit zu überlegen, wie Sie Ihre Website "suchdienstfreundlicher" gestalten können. Sie werden sehen, es lohnt sich, da manchmal schon geringfügige Änderungen große Wirkungen haben. Auch wenn vielleicht Ihre Schlüsselwörter nicht dazu beigetragen haben, Sie unter die ersten zehn Einträge zu bringen, gibt es vielleicht doch noch einen Weg, wie Sie Ihre strategischen Schlüsselwörter verstärken können. Manchmal hilft schon ein zusätzliches Wort, um die Relevanz der Website zu steigern.

Eine andere Möglichkeit, den Erfolg Ihrer Website zu steigern, wäre, mit anderen Websites, die in der Top-Ten-Liste stehen, rückbezügliche Links zu vereinbaren. Zwar können manche dieser Websites zu Ihrer Konkurrenz gehören, aber insgesamt werden Sie überrascht sein, wie viele der anderen gerne einen Link auf ihrer Website einfügen, wenn Sie als Gegenleistung ebenfalls ein Link auf Ihre Website setzen. Somit könnte Ihre Website vielleicht bald erfolgreicher werden, da Links die beste Methode sind, Besucher anzulocken.

Suchdienste sind ein wichtiges Hilfsmittel, um Websites im Internet zu finden, aber sie sind nicht das einzige. Websites werden auch über Mund-zu-Mund-Propaganda, klassische Werbung, traditionelle Massenmedien, Ankündigungen in Newsgroups, Web-Directories und, wie erwähnt, über Links auf anderen Websites gefunden. Deshalb beachten Sie zwar unsere Tipps, aber messen Sie Ihrem Ranking auch nicht zu viel Bedeutung bei.

Suchmaschinen und Frames

Machen Sie es Suchmaschinen nicht so schwer

HINWEIS: In diesem Kapitel gehen wir davon aus, dass Sie mit Frames vertraut sind. Falls nicht, finden Sie weiter unten Links, über die Sie allgemeine Informationen zu Frames erhalten.

Obwohl immer mehr Websites inzwischen auf die Verwendung von Frames verzichten, werden sie noch sehr oft für die Navigation und die Gestaltung von Websites eingesetzt. Nehmen wir als Beispiel eine Website mit drei Frames: Einen für die Navigation, einen für den Titel und einen weiteren für den eigentlichen Inhalt der Website. Der Inhalt dieser drei Frames stammt von drei verschiedenen Seiten und wird so kombiniert, wie es den Instruktionen einer vierten "Master"-Seite, die auch die Frameset-Seite genannt wird, entspricht. Der HTML-Quelltext könnte wie folgt aussehen:

```
<head>

    ...

</head>

<frameset cols="50%,*" border="1">

    <frame src="inhalt.html" name="inhaltframe">

    <frameset rows="*,4*">

        <frame src="header.html" scrolling="no"
name="headerframe">

        <frame src="intro.html" name="bodyframe">

    </frameset>

</frameset>

<noframes>

<body>

Zur Betrachtung dieser Website benötigen Sie einen Browser der
Frames unterstützt!

</body>

</noframes>

</frameset>
```

</html>

Die meisten Suchmaschinen-Spider sehen jedoch nur die Master-Seite. Sie verstehen die Instruktionen einfach nicht, mit denen das Frame-Layout hergestellt werden kann, und ignorieren die Frames. Sie lesen daher nur die Informationen, die sich innerhalb der noframes-Tags befinden. Deshalb würde eine Suchmaschine, die Probleme mit Frames hat, in dem oben genannten Beispiel nur Folgendes sehen:

Zur Betrachtung dieser Website benötigen Sie einen Browser der Frames unterstützt!

Diese Beschreibung ist sicher nicht zufriedenstellend, deshalb sollten wir den Suchmaschinen eine bessere Beschreibung unserer Website anbieten. Außerdem gibt es in dem noframe-Bereich keine Links auf andere Seiten innerhalb der Website, was zur Folge hat, dass die Suchmaschine nicht über die Master-Seite hinaus spidersn wird. Dies wiederum führt dazu, dass noch so interessante und mit Informationen vollgepackte Seiten unserer Website für viele Suchmaschinen schlichtweg unsichtbar geworden sind.

Der noframes-Tag - Ihr Freund und Helfer

Eine Lösung des Beschreibungsproblems, kann darin bestehen, der Master-Seite Meta-Tags hinzuzufügen (Weitere Informationen dazu finden Sie in dem Kapitel *Wie Meta-Tags verwendet werden*). Meta-Tags stellen jedoch nur zum Teil eine Lösung des Problems dar, weil sie nicht von allen Suchmaschinen unterstützt werden. Meta-Tags sind außerdem keine Hilfe für menschliche Besucher, die sich Ihre Website ansehen möchten, aber nicht mit Frames arbeiten können. Jedoch können Sie mit ein paar kleinen Änderungen des Designs sowohl Suchmaschinen als auch Menschen helfen. Schauen Sie sich dazu das folgende Beispiel an:

```
<head>
```

```
...
```

```
</head>
```

```
<frameset cols="50%,*" border="1">
```

```
<frame src="inhalt.html" name="inhaltframe">
```

```
<frameset rows="*,4*">
```

```
<frame src="header.html" scrolling="no" name="headerframe">
<frame src="intro.html" name="bodyframe">
</frameset>

<noframes>

<h2> Meine schöne Homepage</h2>
```

Wenn Sie diesen Text lesen können, bedeutet das, dass Ihr Browser nicht mit Frames umgehen kann. Alle Seiten können aber ausgehend von der Seite mit der Inhaltsangabe angezeigt werden.

```
<a href="inhalt.html">Inhalt</a>

</body>

</noframes>

</frameset>

</html>
```

Das Beispiel sieht ganz wie unsere ursprüngliche Seite aus. Es sei denn, sie wird von einer Suchmaschine oder einem alten Browser angefordert. Für diesen Fall haben wir in dem noframes-Bereich zusätzliche Informationen untergebracht:

Meine schöne Homepage Wenn Sie diesen Text lesen können, bedeutet das, dass Ihr Browser nicht mit Frames umgehen kann. Alle Seiten können aber ausgehend von der Seite mit der Inhaltsangabe angezeigt werden.

Inhalt ...

Das Problem ist somit gelöst. Jetzt haben wir etwas beschreibenden Text, den jede Suchmaschine - ganz gleich ob sie Meta-Tags unterstützt oder nicht - lesen kann. Desweiteren kann man über den Link (inhalt.html), der der Beschreibung folgt, ins Innere der Website gelangen. Von dort aus können sich die Suchmaschinen durch den Rest der Website weiterhangeln.

Wenn Sie die noframes-Informationen so hoch wie möglich auf Ihrer Seite platzieren möchten, können Sie diese auch gleich nach dem ersten frameset-Tag unterbringen. Platzieren Sie diese aber nicht oberhalb des ersten frameset-Tag, weil dadurch bei Netscape die Frame-Informationen unwirksam werden. Der Internet Explorer ist davon nicht betroffen, dieser zeigt die Frames korrekt an.

Body-Tags innerhalb der noframes-Tags funktionieren praktisch mit jedem Browser. So wird gewährleistet, dass jeder Browser oder jede Suchmaschine, der/die die body-Tags eventuell braucht, sie auch finden kann. Vergessen Sie nicht, Ihren Frames immer einen Titel zu geben, obwohl dieser in dem korrekten Frame-Kontext überhaupt nicht angezeigt wird. Titel stellen für Suchmaschinen die wichtigsten Elemente zum Indizieren dar. Aus diesem Grunde sollten all Ihre Seiten über einen Titel verfügen.

Wiederherstellung des Frame-Kontextes

Nachdem die Suchmaschinen jetzt zwar die einzelnen Seiten innerhalb der Website indizieren können, bleibt nur noch ein Problem: Wie bekommen Besucher die Seiten mit dem dazugehörigen "Kontext" angezeigt. Dies bedeutet, dass Besucher die Seite nicht in einem der drei normalen Frames sehen werden. Stattdessen wird die Seite einfach allein dastehen, was zu einem großen Problem werden kann.

Es gibt Webmaster, die nicht darauf achten, dass Seiten eventuell außerhalb des Frame-Kontexts angezeigt werden könnten. Bei solchen Seiten fehlen dann unter Umständen Links zu anderen Stellen der Site, wodurch unerfahrene Web-Surfer regelrecht auf der Seite "gefangen" bleiben. Diese Situation kann auch dann eintreten, wenn Sie die Ratschläge, wie Sie Ihre Website für Suchmaschinen zugänglicher gestalten können, nicht beachtet haben.

Der Grund liegt darin, dass manche Suchmaschinen wie AltaVista mit Frames umgehen können. Sie durchforsten Ihre Website, indizieren jede einzelne Seite und bewirken so, dass die Besucher Ihre Website ohne jeden Kontext betreten können! Glücklicherweise gibt es eine simple Antwort auf dieses Problem: Platzieren Sie einfach auf Ihren Seiten einen Home-Link. Schauen Sie sich dazu folgendes Beispiel an:

```
<head>

...

</head>

<h2> Lebenslauf </h2>

<a href="index.html" target="_top">Startseite</a>

</body>

</html>
```

Sie sollten jetzt eine Seite ohne Frames erhalten, wie sie auch jemand erhalten würde, der über eine Suchmaschine "eingetroffen" ist. Über den einzigen vorhandenen Link werden die Besucher wieder auf die Homepage zurückgeführt, wo dann die Frames aufgebaut werden können. Stellen Sie sicher, dass dieser Link ein "target=_top" enthält. Ohne diesen Befehl würden diejenigen Besucher, die Ihre Website auf "normalem" Wege besuchen und auf den Home-Link klicken, innerhalb des Frames mit dem Hauptinhalt wieder drei neue Frames erhalten.

Eine andere Methode besteht in dem Einsatz von JavaScript. Fügen Sie Ihren Frame-Seiten ein JavaScript entweder zwischen den Head- oder Body-Tags hinzu. Schauen Sie sich dazu folgendes Beispiel an:

```
<script language="JavaScript">

<!-- if (top == self) self.location.href = "NAME DER
FRAMESET-PAGE"; // -->

</script>
```

Ersetzen Sie den Teil NAME DER FRAMESET-PAGE durch den Namen der Master-Seite, die die passenden Frameset-Informationen enthält. Für unser Beispiel wäre dies die Seite index.html, so dass das Skript folgendermaßen aussieht:

```
<script language="JavaScript">

<!-- if (top == self) self.location.href = "index.html"; //
-->

</script>
```

Fazit: Wenn Ihre Website Frames einsetzt und Sie die hier vorgeschlagenen Methoden beachten, kann Ihre Website sowohl für Suchmaschinen als auch für Besucher, die alte Browser verwenden, leicht zugänglich gemacht werden.

Interessante Links zum Thema Frames

- Framing the Web

<http://webreference.com/dev/frames/>

Hervorragende Einführung und Tutorial zum Einsatz von Frames

- **W3C Frames in HTML documents**

<http://www.w3.org/TR/REC-html40/present/frames.html>

Die offiziellen Spezifikationen für Frames in HTML 4.0. Der Einsatz von body-Tags für noframe-Beispiele wird hier nicht behandelt, was unserer Meinung nach nicht korrekt ist. Es schadet aber nichts, diese Spezifikationen zu haben und gegebenenfalls zu nutzen.

- **Frames and Framesets: Netscape HTML Tag Reference**

<http://developer.netscape.com/docs/manuals/htmlguid/tags11.htm>

Informationen von Netscape über Frame-Tags

- **A Compendium of HTML Elements**

<http://www.htmlcompendium.org/>

Das ABC der HTML-Tags einschließlich der Tags, die sich auf Frames beziehen

Groß- und Kleinschreibung

Viele Leute verbringen eine Menge Zeit damit, sich Gedanken über die Groß- und Kleinschreibung zu machen, insbesondere in Bezug auf Meta-Tags. Der Grund liegt darin, dass manche Suchdienste Groß- und Kleinschreibung berücksichtigen, so dass eine Suche nach "Unterhaltung" andere Resultate als eine Suche nach "unterhaltung" ergibt.

Weil niemand potentielle Besucher verpassen möchte, sind manche Leute auf die Idee gekommen, jede denkbare Variation eines Wortes in ihren Meta-Tags anzugeben. Um einmal bei dem Beispiel "Unterhaltung" zu bleiben, würden diese Leute etwa folgende Schlüsselwörter eintippen:

unterhaltung, Unterhaltung, UNTERHALTUNG

Das Problem bei diesen Wiederholungen besteht darin, dass sie, insbesondere bei Wortverbindungen, den Trick-Detektor der Suchmaschine auslösen können. Führen Sie sich beispielsweise einmal die folgenden Variationen von "Golfkurse" vor Augen:

golfkurse, Golfkurse, GolfKurse, golfKurse,

GOLFKURSE, GOLFKurse, golfKURSE

Es wird sogar noch schlimmer, wenn Sie sich dazu entschließen, sowohl Singular- als auch Pluralformen zu berücksichtigen - aber das ist ein anderes Thema.

Was ist also zu tun? Die einfache Antwort lautet, dass Sie bei der Kleinschreibung bleiben sollten. Der Grund liegt darin, dass nahezu alle Leute über die Kleinschreibung suchen. Außerdem gibt es nur zwei Suchmaschinen, die komplett zwischen Groß- und Kleinschreibung unterscheiden.

Groß- und Kleinschreibung in der Praxis

Das Beispiel unten stammt von einer echten Website, die bei der Suche nach dem Namen eines Unternehmens unabhängig von der Groß- und Kleinschreibung genau gleich bewertet wurde. Es zeigt die Anzahl der Klicks, die über einen Zeitraum von vier Tagen im Januar 1998 aufgezeichnet worden sind. Aus Vertraulichkeitsgründen wurde der Name des Unternehmens zwar auf das anonyme "Name" geändert, aber die verwendeten Variationen sind trotzdem ganz klar zu erkennen:

Wort	Suchen	%
name	1 011	82 %
Name	128	10 %
NAME	86	7 %
"name"	8	0.6%
"Name"	3	0.2%
"NAME"	2	0.2%
Summe	1 238	100 %

Glauben Sie immer noch, dass Sie jede nur denkbare Wortvariante brauchen? Schlimmstenfalls verfehlen Sie 18% des Besucherverkehrs.

Noch einige Anmerkungen zu der Tabelle. Das Beispiel "name" bezieht sich auf jemanden, der über eine Wortverbindung nach dem Namen gesucht hat. Hierbei können Sie allerdings nichts mithilfe der Meta-Tags beeinflussen, da dies in Wahrheit eine Suche nach allem Kleingeschriebenen ist. Das Beispiel "NAME" stammt sehr wahrscheinlich von einem Suchenden, dessen Feststelltaste sich verharkt hat.

Vergessen Sie nicht, dass Namen grammatikalisch eigentlich der Groß- und Kleinschreibung unterliegen. Dies ist eine Regel, die die Leute bei Suchvorgängen jedoch meistens ignorieren, siehe nachfolgendes Beispiel. Daher ist es sogar noch unwahrscheinlicher, dass sie Groß- und Kleinschreibung benutzen, wenn sie nach Begriffen suchen, die normalerweise nicht der Groß- und Kleinschreibung unterliegen. Diesen Sachverhalt können Sie der nächsten Übersicht entnehmen, die sich wiederum auf dasselbe Unternehmen bezieht, aber diesmal für eine bestimmte Wortverbindung gilt. In diesem Fall wurde der echte Suchbegriff durch "golfkurs" ersetzt.

Wort	Suchen	%
golfkurse	233	84 %
GOLFKURSE	15	5 %
GolfKurse	13	5 %
Golfkurse	8	3 %
"golfkurse"	6	2 %
GolfKurse	1	1 %
Summe	276	100%

Hier können Sie einen etwas höheren Prozentsatz bei denjenigen erkennen, die mit Kleinschreibung suchen. Auch der Prozentsatz bei Großschreibung ist gestiegen. Weil dies aber nur ein kleineres Beispiel ist, dürfen die Zahlen nicht überbewertet werden.

Von derselben Website sind uns außerdem fünf weitere Beispiele für Suchvorgänge nach dem Namen bekannt. In allen diesen Beispielen überwog die Suche mit der Kleinschreibung, die bei 85 - 90% bezüglich der Summe der Suchwörter dominierte.

Groß- und Kleinschreibung: Eine Übersicht

In der folgenden Übersicht sehen Sie welche Suchdienste zwischen Groß- und Kleinschreibung unterscheiden. Da manche Suchdienste auch vermischte Groß- und Kleinschreibung (BuenaVista, NeXt) oder andere Variationen berücksichtigen, werden außerdem noch verschiedene Typen der Groß- und Kleinschreibung aufgelistet. "alle" bedeutet, dass sämtliche Formen der Groß- und Kleinschreibung ungeachtet der jeweils eingegebenen Form, berücksichtigt werden, während "exakt" heißt, dass nur die exakt übereinstimmende Schreibweise berücksichtigt wird.

Typ	Google	Light	HotBot	AltaVista
Unterscheidung zwischen Groß- und Kleinschreibung?	Nein	gemischt	Titel gemischt	Ja
Kleinschreibung ("buenavista")	alle	alle	alle	alle
Großschreibung ("BUENAVISTA")	alle	alle	alle	exakt
Vermischt ("BuenaVista")	alle	exakt	exakt	exakt
Groß- und Kleinschreibung im Titel ("Pacific Coast Pacific Coast Hwy")	alle	exakt	alle	exakt
Groß- und Kleinschreibung im Satz ("Buenavista Pacific coast")	alle	exakt	alle	exakt

"Bridge"- oder "Entry"-Pages

Was ist eine Bridge- oder Entry-Page?

Vielen Webmastern wird empfohlen Bridge- oder Entry-Pages bei Suchmaschinen einzureichen, um ihre Besucherzahlen zu verbessern. Nachfolgend wird erläutert, wie diese Seiten technisch implementiert werden und welche Probleme sie aufwerfen können.

Bridge-Pages werden erstellt, um Verbesserungen bei bestimmten Wortverbindungen zu erzielen. Sie sind auch unter der Bezeichnung Portal-, Jump- oder Gateway-Pages bekannt. Ungeachtet des jeweiligen Namens sind sie in jedem Fall leicht daran zu erkennen, dass sie primär für Suchmaschinen und nicht für Menschen entwickelt wurden.

Die Low-Tech-Methode

Es gibt verschiedene Methoden, um Bridge-Pages zur Verfügung zu stellen. Die Low-Tech-Methode besteht darin, eine Seite für eine bestimmte Wortverbindung zu erstellen und dann einzureichen. Manche Leute gehen noch einen Schritt weiter und erstellen eine Seite für jede einzelne Wortverbindung und jede einzelne Suchmaschine.

Ein Problem besteht darin, dass solche Seiten meistens sehr allgemein gehalten sind. Man kann sie leicht kopieren, geringfügige Änderungen vornehmen und dann die überarbeitete Seite von der eigenen Website aus einreichen, um den Erfolg per Nachahmung auf sich selbst zu lenken. Außerdem können die Seiten einander so ähnlich sein, dass sie als Duplikate behandelt und automatisch aus den Ergebnislistings der Suchmaschinen ausgeschlossen werden.

Ein weiteres Problem besteht darin, dass die Benutzer nicht auf der eigentlichen Zielseite ankommen. Angenommen, Sie suchen nach "golfclubs", und es erscheint die Bridge-Page. Sie klicken sich durch diese Seite, finden aber vielleicht nicht genug Einzelheiten über die Clubs. Um Ihnen den Weg zum Inhalt zu bahnen, setzen Webmaster auffällige "Hier klicken"-Links oder Fast-Meta-Refresh-Befehle ein. Nebenbei bemerkt stammen die Namen "Bridge-Page" (bridge; überbrücken) und Jump-Page (jump; springen) von der überbrückten bzw. übersprungenen Lücke zwischen der Entry-Page und der Zielseite ab. Manche Suchmaschinen akzeptieren inzwischen keine Seiten mit zu schnellem Meta-Refresh mehr, um den Missbrauch von Bridge-Pages einzuschränken. Um dies zu umgehen, reichen manche Webmaster zuerst eine Seite ein, die sie dann auf dem Server gegen die "echte" Seite austauschen, sobald eine Bewertungsposition erreicht worden ist. Hierbei handelt es sich um "Code-Swapping". Code-Swapping wird manchmal auch eingesetzt, um zu verhindern, dass andere feststellen, wie eine gute Bewertung zustande gekommen ist. Allerdings besteht dabei das Risiko, dass die Position wieder abfallen kann, da die Suchmaschinen jederzeit wiederkommen, und diese dabei die "echte" Seite indizieren könnten.

HINWEIS: Die einfache Entfernung von Meta-Tags aus der Seite gibt keine Garantie dafür, dass eine Seite eine gute Position erreicht. Eine erneute Einreichung der exakten Seite von einem anderen Standort aus kann sogar dazu führen, dass die Position der ursprünglichen Seite verloren geht.

Die Agentenmethode

Der nächste Schritt besteht darin, eine Bridge-Page zu liefern, die nur von der Suchmaschine wahrgenommen werden kann. Jede Suchmaschine teilt ihren "Agenten"-Namen auf die gleiche Weise wie Browser mit. In dem Kapitel *Spider finden - eine Übersicht* sind diese Agenten aufgelistet; Sie können mithilfe dieser herausfinden, ob Ihre Seite besucht worden ist.

Der Vorteil der Agentenmethode besteht darin, dass Sie einerseits die Suchmaschine zu einer maßgeschneiderten Seite schicken und andererseits immer noch die Benutzer zu dem aktuellen Inhalt führen können, den sie sich ansehen sollen. Hierdurch wird das ganze "Bridge"-Problem auf einen Schlag beseitigt. Ein weiterer Vorteil besteht außerdem darin, dass Ihr Code vor neugierigen Augen "geschützt" wird. Allerdings nicht ganz! Man könnte Ihren Webserver immer noch mit Telnet angehen und so tun, als sei der eigene Agentenname der Name einer bestimmten Suchmaschine. Anschließend kann man genau sehen, was Sie liefern. Außerdem teilen manche Suchmaschinen nicht immer den richtigen Agentennamen mit, damit niemand auf falsche Gedanken kommt.

Die IP-Methode

Anstelle Seiten über einen Agentennamen zu liefern, können Sie diese auch nach der IP-Adresse der Suchmaschine anliefern. Voraussetzung dafür ist, dass Sie eine Liste angelegt und gepflegt haben.

Jeder der auf eine Website zugreift, teilt eine IP-Adresse mit, die oftmals in einen Hostnamen aufgelöst wird. Beispielsweise könnten Sie eine Website besuchen, während Sie sich in einer Sitzung von AOL befinden, die selbst z. B. die IP 199.204.222.123 mitteilt. Der Webserver wiederum könnte die IP-Adresse dann in folgende Adresse auflösen: www.tb03.proxy.aol.com.

Wenn Sie per IP-Adresse liefern, stellen Sie sicher, dass nur derjenige Ihre Seite sehen kann, der exakt von dieser Adresse kommt. Bridge-Pages haben ihren Sinn, können aber auch zu Problemen führen, wenn Sie diese missbrauchen.

Meta-Tags verwenden

Wie Meta-Tags verwendet werden

Zunächst muss betont werden, dass Meta-Tags keine Wunder bewirken können, sie stellen lediglich eine nützliche Methode zu der Festlegung und Steuerung der Zusammenfassung Ihrer Website in manchen Suchmaschinen dar.

Desweiteren helfen Ihnen Meta-Tags dabei, Seiten mit Schlüsselwörtern und Beschreibungen zu versorgen, die aus verschiedenen Gründen keinen Text enthalten. Beispiele hierfür sind Splash-Seiten und Seiten mit Frames. Meta-Tags können unter Umständen zwar die Relevanz Ihrer Seite erhöhen, aber das Einfügen von Meta-Tags allein ist keine Garantie für eine Top-Position Ihrer Website bei Suchmaschinen.

Meta-Tags gibt es viele, aber unter ihnen sind hinsichtlich der Indizierung durch Suchmaschinen die Tags "description" und "keywords" die wichtigsten. Der Tag "description" liefert anstelle der Zusammenfassung, die gewöhnlich von der Suchmaschine erstellt wird, eine eigene Beschreibung der Seite. Der Tag "keywords" dagegen liefert der Suchmaschine die Schlüsselwörter, die die Suchmaschine mit Ihrer Seite verknüpfen soll. Anstelle einer weiteren Vertiefung dieses Themas gehen wir in unserem Beispiel davon aus, dass Sie eine Website ohne diese Tags besitzen. Die Seite heißt *Meine Welt* und hat einen Titel, der den Text *Willkommen in meiner Welt* enthält. Anschließend folgt eine riesige Grafik und ganz unten der Link *Tritt ein!*. Suchmaschinen, die diese gewagte Kreation indizieren, würden etwa folgendes Listing zurückliefern:

Meine Welt

Willkommen in meiner Welt

Schauen wir uns die Sache jetzt einmal näher an. Angenommen, es befindet sich hinter *Meine Welt* eine Website mit Informationen über das Briefmarkensammeln, und die Besucher können sich hier über Briefmarkenpreise, Gepflogenheiten des Briefmarkensammelns, Kauf und Verkauf von Briefmarken, die Geschichte der Briefmarken und vieles mehr informieren. In dem folgenden Beispiel versuchen wir nun nur mithilfe der Meta-Tags all dies "rüberzubringen", ohne dabei die Grafik, an der Sie "so hart gearbeitet" haben, auseinander nehmen zu müssen. Die Meta-Tags werden zwischen den <HEAD>-Tags platziert, so dass das Ergebnis folgendermaßen aussieht:

<HEAD>

<TITLE>Meine Welt</TITLE>

<META name="description" content="Alles was Sie schon immer über Briefmarken wissen wollten - von den Preisen bis zur Geschichte.">

<META name="keywords" content="Briefmarken, Briefmarken sammeln, Geschichte der Briefmarken, Preise, Briefmarken zum Verkauf">

</HEAD>

Ihr Listing sieht jetzt in den Suchmaschinen, die den Tag "description" unterstützen, wie folgt aus:

Meine Welt

Alles was Sie schon immer über Briefmarken wissen wollten - von den Preisen bis zur Geschichte.

Sie sehen, diese Beschreibung stimmt genau mit dem Inhalt des Tags "description" überein. Dies ist der Vorteil der Meta-Tags: Sie behalten die Kontrolle darüber, welche Beschreibung angezeigt wird. Welche Bedeutung hat aber der Tag "keywords"? Er sorgt dafür, dass Ihre Seite die Chance für einen Auftritt bekommt, sobald jemand eines der dort angegebenen Wörtern als Suchbegriff bei einer Suchmaschine eingibt, wie z. B. *Briefmarken sammeln*. Ohne den Tag "keywords" würde diese Seite nicht angezeigt werden, da an keiner Stelle auf der Seite oder in dem Tag "description" *Briefmarken sammeln* vorkommt.

Wenn Sie es, wie in dem Beispiel gezeigt, mit unterschiedlichen Variationen von Schlüsselwörtern zu tun haben, kann Ihnen dies bei manchen Suchmaschinen weiterhelfen, bei anderen dagegen überhaupt nicht. *Briefmarken sammeln* als einzelnes Suchwort gegenüber *Briefmarken* und *sammeln* kann Ihnen dann von Nutzen sein, wenn jemand direkt nach dieser Formulierung sucht. Generell sollten Sie sich jedoch wegen solcher Dinge nicht groß den Kopf zerbrechen, da der Versuch, alle Suchmaschinen abzudecken, die Pluralformen als Standardwert verstehen, die ohne Thesaurus arbeiten, oder die standardmäßig auf eine Suche nach einer Wortverbindung eingestellt sind usw. ohnehin zum Scheitern verurteilt ist. Denken Sie immer daran, dass diese Tags nur als Unterstützung gedacht sind, falls der entsprechende Text auf Ihren Seiten fehlt, und nicht als Vorwegnahme aller nur denkbaren Kombinationen von Suchwörtern, die ein Mensch vielleicht in eine Suchmaschine eingeben könnte.

Ein weiterer erwähnenswerter Meta-Tag ist der Tag "robots". Mit diesem Tag können Sie eine bestimmte Seite festlegen, die nicht von einer Suchmaschine indiziert werden soll. Das Format sieht etwa folgendermaßen aus:

```
<META name="robots" content="no index">
```

Nicht alle Suchmaschinen unterstützen diesen Tag. Alternativ dazu akzeptieren jedoch alle wichtigen Suchmaschinen die Verfahrensweise über robots.txt zum Abblocken von Indizierungen.

Die Tags "description" und "keywords" können Sie bedenkenlos auf Ihren Websites einsetzen. Manche Suchmaschinen honorieren dies entsprechend mit einem Relevanzvorteil. Erwarten Sie jedoch nicht, dass dies schon ausreicht, um Sie unter die Top-Ten zu bringen. Meta-Tags stellen hauptsächlich ein Designelement zum Probieren dar - sie sind eine Krücke, die Sie einsetzen können, um Suchmaschinen dabei zu helfen, Seiten mit weniger Informationen besser wahrzunehmen.

Interessante Links zum Thema Meta-Tags

- **A Dictionary of HTML META Tags**

<http://vancouver-webpages.com/META/>

Hier wird weit über die description- und keyword-Tags hinaus nahezu jeder Meta-Tag beschrieben, den Sie schon einmal gesehen haben oder sich vorstellen können.

- **Dr Clue's HTML Guide - Meta Tags**

<http://www.drclue.net/F1.cgi/HTML/META/META.html>

Ein kurz gefasstes Tutorial für einige der Meta-Tags, die zusätzlich zu den keyword- und description-Tags verfügbar sind. Zum Schluss wird noch der Meta-Maker besprochen.

- **Back to Basics: META Tags**

http://www.webdeveloper.com/categories/html/html_metatags.html

Hervorragender Überblick über alle Arten wichtiger Meta-Tags.

Robots

Haben Sie sich auch schon gewundert, warum das Fehlerprotokoll Ihres Webservers ständig Einträge wie

*[error] [client 204.62.245.187] File does not exist:
/usr/local/etc/httpd/htdocs/meinesupersite/robots.txt*

enthält?

Wenn Sie Ihre Website bei Suchmaschinen (Engines) anmelden, "besuchen" die Suchmaschinen Ihre Website, um diese zu erfassen. Die meisten Suchmaschinen suchen dabei auch automatisch nach der Datei robots.txt. Wenn diese Datei nicht vorhanden ist, wird der bekannte Fehler erzeugt.

Die Verwendung der Datei robots.txt ist nicht zwingend erforderlich. Statt der robots.txt können Sie auch alternativ den Meta-Tag "robots" verwenden. Wer sich allerdings bei Hunderten von Suchmaschinen angemeldet hat (z. B. mit Hilfe von **Hello Engines!**), wird sich wundern, wie oft diese Fehlermeldungen erscheinen, sofern die robots.txt nicht vorhanden ist. Beachten Sie, dass nicht wenige Suchmaschinen Ihre Website täglich besuchen! Hier kann die error.log schnell eine ungeahnt große Datei mit irrelevanten Fehlermeldungen enthalten.

Sie können für Ihre Website in der Datei robots.txt festlegen, welche Seiten Ihrer Website von der Indizierung ausgenommen werden sollen. Beachten Sie, dass nur eine robots.txt auf Ihrem Server berücksichtigt wird. Diese sollte in dem Top-Level stehen. Auf einem UNIX-System könnte dies beispielsweise das Verzeichnis

/usr/local/etc/httpd/htdocs/robots.txt

sein.

Die Syntax für die Datei robots.txt ist sehr einfach und ihr Inhalt sieht in der Regel wie folgt aus:

*User-agent: **

Disallow: /cgi-bin/

Disallow: /kundendaten/

In diesem Fall werden zwei Verzeichnisse von der Indizierung ausgenommen. Für jedes Verzeichnis, das nicht durch die Suchmaschine indiziert werden soll, fügen Sie eine separate "Disallow"-Zeile ein.

Um beispielsweise allen Robots den Zugriff, bzw. die Indizierung Ihrer vollständigen Website zu untersagen, geben Sie folgende Zeilen in die Datei robots.txt ein:

*User-agent: **

Disallow: /

Um allen Robots den Zugriff, bzw. die Indizierung Ihrer vollständigen Website zu erlauben, geben Sie folgende Zeilen in die Datei robots.txt ein:

*User-agent: **

Disallow:

Um einem bestimmten Robot den Zugriff auf Ihr Verzeichnisse zu untersagen, geben Sie Folgendes ein:

User-agent: Yahoo

Disallow: /

Um nur einem bestimmten Robot den Zugriff auf Ihr Verzeichnisse zu erlauben (und alle anderen auszuschließen) geben Sie Folgendes ein:

User-agent: Yahoo

Disallow:

*User-agent: **

Disallow: /

Sie können beispielsweise auch einzelne Seiten von der Indizierung ausnehmen:

*User-agent: **

Disallow: /kundendaten/passwoerter.html

URLs überprüfen

Überprüfung Ihrer URL

Bei manchen Suchdiensten können Sie ganz einfach feststellen, ob sich Ihre Website in deren Katalog befindet. Bei anderen kann es dagegen schon schwieriger sein. Im Folgenden finden Sie einige der besten Methoden, um Ihre Website bei den wichtigsten Suchdiensten ausfindig zu machen.

AltaVista

Bei AltaVista ist die Überprüfung einfach, geben Sie dazu nur Ihre URL in das Suchfeld ein, zum Beispiel:

url: inprise.com

url: ourworld.compuserve.com/homepages/meinesite/

url: members.aol.com/meinesite/mypage.htm

Mit der ersten Methode finden Sie sämtliche Seiten unterhalb der Root-Domain. Sollten Sie sich unterhalb der Domain von jemand anderem befinden, kann die zweite Methode die Suche auf die Seiten Ihres eigenen Bereichs eingrenzen. Mit der letzten Methode finden Sie eine ganz bestimmte Seite.

Beachten Sie, dass die URLs nicht das Präfix *www* enthalten. Sie können es zwar benutzen, erhalten aber keine Seite angezeigt, wenn diese Suchmaschinen Ihre Seiten ohne das Präfix indiziert haben. Sie befinden sich in jedem Fall auf der sicheren Seite, wenn Sie das Präfix *www* weglassen. Verzichten Sie ebenso auf das Präfix *http://*.

Excite

Eine Überprüfung der URL ist in Excite nicht einfach. Die beste Methode besteht darin, die URL ohne das Präfix *http://* einzugeben, also etwa:

www.minisoft.com/news.html

Beachten Sie, dass nun alle Seiten angezeigt werden, die diese URL enthalten, wobei Sie keine Garantie dafür haben, dass Ihre Seite zuerst erscheint. Wenn Ihre Seite in dem Katalog ist, wird sie in der Regel am Anfang der Liste angezeigt.

Sie können auch versuchen nach der Root-Domain zu suchen, so dass Sie viele Seiten derselben Website auf einmal finden. Geben Sie dazu Ihre URL wie folgt ein:

www.minisoft.com

und wählen Sie dann List by Web Site (deutsch: Entsprechend der Website anzeigen) aus.

Lycos

Lycos besitzt einen eigenen Dienst zur Überprüfung der URL:

http://www.lycos.com/addasite.html

Leider bestätigt dieser Dienst eigentlich nur die Tatsache, dass eine Seite von dem Lycos-Spider besucht worden ist, was nicht heißt, dass die Seite auch wirklich in dem Lycos-Index vorhanden ist. Wenn Sie überprüfen möchten, ob Ihre Seite tatsächlich in dem Index ist, versuchen Sie es wie folgt:

Suchen Sie zunächst Ihre Root-Domain über:

minisoft.com

Normalerweise sollten nun einige Ihrer Seiten angezeigt werden, z. B.:

minisoft

Wenn Sie immer noch keinen Erfolg haben, oder Sie nach bestimmten Seiten suchen, versuchen Sie nach einem eindeutigem Text auf der Seite oder nach Wörtern in dem Titel zu suchen. Geben Sie dazu den Titel Ihrer Seite oder einige Wörter aus dem Titel ein. Denken Sie daran, keine allgemeinen Wörter zu verwenden, weil Sie dann Ihre Seite nur schwer unter den anderen Seiten finden werden, die ebenfalls mit Ihren Suchwörtern übereinstimmen.

WebCrawler

Wie bei Lycos bedarf es auch hier einiger Tricks, um Ihr Ergebnislisting ausfindig zu machen. Wenn Sie hier einfach nur die URL eingeben, können Sie alles mögliche finden, nur nicht Ihre Website. Versuchen Sie ebenfalls nach eindeutigen Wörtern zu suchen.

Spider

Was sind Spider?

Von den Suchmaschinen werden die sogenannten Spider, Crawler oder Robots ausgesandt, die Websites besuchen und einsammeln. Diese Robots hinterlassen wie normale Besucher auch Spuren in Ihren Zugangsprotokollen. Auf diese Weise können Sie genau feststellen, wann ein Spider zu Ihrer Website gekommen ist, was Ihnen langes Grübeln darüber erspart, ob Sie überhaupt besucht worden sind.

Ebenso können Sie auch ermitteln, was ein Robot aufgezeichnet hat bzw. nicht aufzeichnen konnte. Außerdem können Sie auch Robots dingfest machen, die zahlreiche Anfragen stellen, die sich dann entweder positiv auf die Attraktivitätsstatistik Ihrer Seite oder negativ auf die Leistungsfähigkeit Ihres Servers auswirken können.

Nach Spidern suchen

Wie identifizieren Sie einen Spider? Die von den wichtigen Suchmaschinen können Sie manchmal schon anhand ihrer Hostnamen erkennen, die oftmals einen Teil des Namens der Suchmaschine oder des Firmennamens beinhalten. Beispielsweise lautet einer der Hostnamen von WebCrawler *spidey.webcrawler.com*.

Eine bessere Methode zum Finden von Spidern besteht darin, nach ihren Agentennamen oder - wie sie manchmal genannt werden - Browsernamen Ausschau zu halten. Spider besitzen wie Browser ihre eigenen Namen. Beispielsweise identifiziert sich Netscape mit dem Namen *Mozilla*, AltaVista mit *Scooter* und HotBots mit *Slurp*.

Eine Liste der Host- und Agentennamen der wichtigsten Suchmaschinen befindet sich in dem Kapitel [Spider: eine Übersicht](#). Nichts desto trotz ist es immer nützlich zu wissen, wie man unbekannte Robots findet, da Namen sich schließlich auch mal ändern können oder neue Robots auftauchen.

Ihr bester Anhaltspunkt: robots.txt

Beginnen Sie Ihre Suche mit einer Überprüfung der Anforderungen der Datei robots.txt. Dies ist eine Datei, die den Robots mitteilt, was sie innerhalb einer Website indizieren können und was nicht. Zwar folgen nicht alle Robots der Konvention für robots.txt, aber die meisten tun es. Jeder der diese Datei anfordert, ist fast mit Sicherheit ein Spider, Robot oder Agent.

Durch eine Überprüfung der Anforderungen werden Sie normalerweise die Spider der wichtigen Suchmaschinen anhand ihrer Hostnamen ausfindig machen können, die ihnen umgekehrt wiederum die aktuellen Agentennamen verraten. Sie werden wahrscheinlich überrascht darüber sein, wie viele kleinere Suchmaschinen, persönliche Agenten und andere Robots sich darüber hinaus auf Ihrer Site tummeln.

WebCrawler ist leicht an *WebCrawler/3.0 Robot libwww/5.0* zu erkennen. Was Sie aber wissen müssen ist, dass HotBot von Inktomi betrieben wird und daher unter *Slurp/2.0* firmiert, oder dass *Architext* das Mutterunternehmen von Excite ist und *ArchitextSpider* deshalb bedeutet, dass Excite Ihnen einen Besuch abgestattet hat.

Weitere Tipps

Eine gute Suchmaschine sollte Ihre Website regelmäßig besuchen und eine große Anzahl von Seiten anfordern, was sich dann eventuell über eine Periode von einigen Tagen erstreckt. Dies wäre die Vorgehensweise einer Suchmaschine, die "höflich" ist und Ihren Server nicht überlastet. Schauen Sie deshalb immer genau hin, was die Spider tatsächlich anfordern, und zählen Sie nicht einfach nur die Anforderungen zusammen. Vielleicht werden Sie Überraschungen erleben.

Eine andere merkwürdige Sache kann bei Suchmaschinen mit "instant indexing" wie bei AltaVista und WebCrawler passieren. Diese beginnen sofort nach der Einreichung einer Seite mit dem Spidern dieser Seite (obwohl es bei WebCrawler viel länger dauert, bis die Seite in den Index aufgenommen wird). Manchmal nehmen die Leute irrtümlich an, dass alles in den Index aufgenommen worden ist, nur weil die Spider dieser Suchmaschinen ein oder zwei Seiten angefordert haben. Tatsächlich aber muss der Spider noch einmal zurückkommen, um die Website korrekt zu katalogisieren. Achten Sie auf Ihre Protokolle, um feststellen zu können, wann dies erfolgt ist.

Weitere Quellen: [BotWatch](#); Perl-Skript, das die Protokolldateien analysiert und Berichte über Robot-Besuche liefert.

Spider: Eine Übersicht

In dieser Übersicht gilt * als Platzhalter. **altavista.com* bedeutet *alles altavista.com*

Suchmaschine	Agentennamen	Hostnamen
AltaVista (normaler Spider)	Scooter/2.0 G.R.A.B. X2.0 Scooter/1.0 scooter@pa.dec.com	scooter@pa.dec.com wie etwa: scooter3.av.pa-x.dec.com
AltaVista (Instant-Spider)	Scooter/1.0 Add-url.altavista.digital.com	ww2.altavista.digital.com
Euroseek	Arachnoidea (arachnoidea@euroseek.com)	*.euroseek.net wie etwa: infra.euroseek.net
Excite (Mega-Spider)	ArchitextSpider	Crawl*.atext.com wie etwa: crawl2.atext.com
Excite (Fresh-Spider)	ArchitextSpider	Crimpshrine.atext.com
Fireball (deutsche Suchmaschine)	KIT-Fireball/2.0	Heavymetal.fireball.de

Inktomi (betreibt HotBot und andere)	Slurp/2.0 (slurp@inktomi.com; http://www.inktomi.com/slurp.h tml)	*inktomi.com wie etwa: j2001.inktomi.com oder j10.inktomi.com
Lycos (regulärer Spider)	Lycos_Spider_(T-Rex)	Lycosidae.lycos.com oder *.pgh.lycos.com wie etwa: sjc-fe4- 1.sjc.lycos.com
Lycos (Add- URL-Spider)	Lycos_Spider_(T-Rex)	*.sjc.lycos.com wie etwa: sjc-fe4- 1.sjc.lycos.com
Northern Light	Gulliver/1.2	taz.northernlight.com
WebCrawler	wird von Excite-Spidern bedient	wird von Excite-Spidern bedient

Messen der Link-Popularität

Wenn Sie wissen möchten, wie Internetnutzer zu Ihrer Website finden, überprüfen Sie am besten die Verweis-Protokolle. Falls dies nicht möglich ist, können Sie die Verweis-Links auch mithilfe von Suchdiensten verfolgen. Auf diesem Wege erfahren Sie, für wie "populär" die jeweilige Suchmaschine Ihre Website hält. Dieses Kriterium ist besonders wichtig für Suchdienste, die Websites nach der Link-Popularität bewerten, und entsprechend höher in ihrem Ergebnislisting platzieren. In dem folgenden Abschnitt erfahren Sie, wie Sie bei den Suchdiensten AltaVista, Excite und HotBot vorgehen.

AltaVista

Für die Suche nach Seiten, die auf Ihre Website verweisen, geben Sie Ihre URL folgendermaßen ein:

link:calafia.com

Hierdurch werden in AltaVista sämtliche Seiten mit einem Hyperlink zurückgeliefert, der den Text *calafia.com* enthält. Dies ergibt dann Links wie etwa die folgenden:

http://calafia.com/services/

http://calafia.com/webmasters/

http://calafia.com/webmasters/resources.htm

Durch eine Konkretisierung können Sie die Suche auf eine bestimmte URL eingrenzen, wie beispielsweise:

link:calafia.com/webmasters/resources.htm

Manche Seiten innerhalb Ihrer Website verweisen vielleicht wechselseitig aufeinander. Diese eliminieren Sie, indem Sie Ihre Website mit dem Befehl *-host* ausschließen:

link:calafia.com/ -host:calafia.com

Beachten Sie, dass die nach *link* eingegebenen URLs kein Präfix *www* besitzen, da dies nicht notwendig ist. Über das angegebene Format werden Links mit und ohne Präfix gefunden. Das Präfix *http://* ist ebenfalls überflüssig.

Excite

Sie geben einfach die URL in das Suchfeld ein, und warten ab, was passiert. Anders als bei AltaVista führt das Unterlassen des Präfixes *www* zu unterschiedlichen Ergebnissen. Führen Sie daher eine Suche nach beiden Methoden durch.

HotBot

Geben Sie Ihre URL in das Suchfeld ein, und ändern Sie den Standardwert von *all of the words* (deutsch: Alle Wörter) auf *links to this URL* (deutsch: Links auf diese URL).

Was ist Spamming?

Spamming (deutsch: Tricksen) bezeichnet das Abändern oder Erstellen eines Dokuments mit der Absicht, ein elektronisches Katalogisierungs- oder Archivierungssystem zu täuschen. Es gibt Webautoren, die subversive Techniken einsetzen, um ihre Websites öfter oder an höherer Stelle in den Suchergebnislisten erscheinen zu lassen. Davon raten wir jedoch dringend ab.

Website-Betreiber, die zum wiederholten Male versuchen, einen Index auszutricksen, können dauerhaft aus dem Index ausgeschlossen werden. Besonders extreme oder wiederholte Verletzungen der Regeln werden strafrechtlich verfolgt.

Die Wörter, die zur Beschreibung der Seiten benutzt werden, sollten deren Inhalt präzise wiedergeben. Viele Suchmaschinen erkennen übliche Trickpraktiken und strafen Seiten ab, die sie benutzen. Leider führt dies in manchen Fällen dazu, dass auch gültige Seiten abgestraft werden. Um solche Vorfälle zu vermeiden, sollten die folgenden Techniken bei Veröffentlichungen im Internet vermieden werden:

- Übermäßiger oder wiederholter Gebrauch von Schlüsselwörtern
- Verwendung von Schlüsselwörtern, die nichts mit dem Inhalt der Seite zu tun haben
- Verwendung des sehr schnellen Meta-Refresh
- Verwendung gleicher Text- und Hintergrundfarben
- Duplizierung von Seiten mit verschiedenen URLs

Bitte beachten Sie, dass dies nur einige wenige Beispiele für Trickmethoden sind. Es gibt noch zahlreiche, nicht aufgeführte Methoden, die zu Problemen führen können.

Weitere Power-Tools von AceBIT

Ranking Toolbox 2.0

Die **Ranking Toolbox** ist eine einzigartige Kollektion neuartiger und leistungsfähiger Werkzeuge, mit denen Sie maximalen Erfolg für Ihre Websites erzielen können!

Optimieren Sie jetzt Ihre Website mit der **Ranking Toolbox**, und staunen Sie über die Top-Platzierungen, die Sie bei Suchmaschinen erzielen können!

Sie können mit der **Ranking Toolbox**:

- Suchmaschinen dynamisch analysieren und ermitteln, warum Suchmaschinen bestimmte Websites besser platzieren als Ihre.
- Mit wenigen Mausklicks das Ranking Ihrer Website(s) bei Suchdiensten ermitteln. Übersichtliche Berichte zeigen Ihnen, welche Platzierung Ihre Website(s) in den Ergebnissen der Suchdienste erzielen. Sie können dabei auch Websites Ihrer Mitbewerber analysieren und vergleichen.
- Ihre HTML-Dokumente analysieren und für bestimmte Schlüsselwörter optimieren. Ein einfach zu bedienender Assistent unterstützt Sie dabei!

[Mehr dazu ...](#)

Wise-FTP

WISE-FTP ist ein leistungsfähiger FTP-Client mit benutzerfreundlicher Oberfläche, der Ihnen folgende Highlights bietet:

- Intuitive Benutzerführung
- Drag&Drop von Dateien und Verzeichnissen
- Simultane Übertragung
- Schnellansicht von Dateien

- Synchronisieren von Verzeichnissen
- Wiederaufnahme abgebrochener Downloads
- Und vieles mehr

[Mehr dazu ...](#)

AceBackup

AceBackup ist ein neues wertvolles Tool, mit dem Sie unkompliziert sichere Backups Ihrer Daten erzeugen.

Das Einzigartige an **AceBackup**: Es gestattet Datensicherung sowohl auf FTP-Servern als auch auf lokalen Speichereinheiten.

Weitere Highlights von AceBackup:

- Leicht zu bedienende Benutzeroberfläche
- Dateien können ähnlich wie in dem Windows Explorer gespeichert und wiederhergestellt werden
- **AceBackup** verfügt über zwei Projekttypen: AceBackup-Archiv und AceBackup-Backup: Daten in dem AceBackup-Archiv können verschlüsselt und auf einem FTP-Server gespeichert werden, AceBackup-Backup ermöglicht das Ausführen regelmäßiger Backups, damit Ihre Daten aktuell bleiben
- **AceBackup** verfügt über mehrere Verschlüsselungsalgorithmen, um Ihre Daten zu sichern
- Das Programm unterstützt mehrere Versionen gespeicherter und wiederhergestellter Dateien
- Dateien eines **AceBackup** Projekts können ganz einfach entweder in dem Originalverzeichnis oder einem beliebigen Verzeichnis wiederhergestellt werden
- Assistent zum Importieren und Überprüfen von Projekten

- Der Scheduler ermöglicht das Aufstellen eines Zeitplans für bestimmte Vorgänge

[Mehr dazu ...](#)

WinSurvey

WinSurvey ist ein leistungsfähiges Werkzeug zum einfachen Entwerfen, Veröffentlichen und Auswerten von Umfragen.

WinSurvey bietet viele Vorteile:

- Einfaches Erstellen von Umfragen mit dem Modul **Umfrage-Designer**
- Effektives Verwalten der Umfrageergebnisse mit dem Modul **Ergebnisverwaltung**
- Effektvolles Erzeugen von grafischen Präsentationen für die Umfrage mit dem Modul **Diagramme und Analyse**
- Effizientes Publizieren der Umfrage im Internet mit dem Modul **Veröffentlichen der Umfrage**

[Mehr dazu ...](#)

Password Depot

Password Depot ist ein leistungsfähiges und benutzerfreundliches Tool, zum sicheren Verwalten Ihrer Kennwörter.

Nutzen Sie folgende Features:

- Modernste Sicherheitsalgorithmen zur Verschlüsselung Ihrer Daten
- Erzeugung praktisch unknackbarer Kennwörter mit dem integrierten Kennwortgenerator
- Top-Leiste für ein einfaches Surfen im Internet

- Autovervollständigung von Kennwortfeldern
- Übersichtliche Verwaltung Ihrer Kennwörter
- Backup und Export

[Mehr dazu ...](#)

Glossar

B

Boolesche Suche: Eine Suche, die über die Verwendung von logischen Operatoren wie AND, NOT und OR die Einbeziehung oder Ausschließung von Dokumenten mit bestimmten Wörtern erlaubt.

Bridge-Page: Englische Bezeichnung für Brücken-Seiten (auch Gateway oder Doorway-Seiten genannt). Diese Bridge-Pages sind für Suchmaschinen optimierte Seiten, über die eine Website in einer Suchmaschine gefunden wird. Solche Seiten haben die Aufgabe, in einer Suchmaschine gefunden zu werden, um den Besucher auf die eigentliche für das menschliche Auge wahrnehmbare Seite zu führen.

C

CGI: Common Gateway Interface, Spezifikation der Schnittstelle zwischen Web-Server und Programmen, die durch Aufruf einer URL aufgerufen werden und für die Lieferung der vom Benutzer erwarteten Daten verantwortlich sind. Typische CGI-Programme verarbeiten den Inhalt von Formularen, der nach Plausibilitäts- und anderen Prüfungen verarbeitet wird und zu einer Datenausgabe führt (z.B. Eintrag in einer Mailingliste oder Bestellung einer Ware).

F

Fuzzy-Suche: Suche, die auch dann Treffer findet, wenn Wörter nur teilweise ausgeschrieben oder sogar fehlerhaft buchstabiert worden sind.

G

Genauigkeit: Grad der Genauigkeit, mit der eine Suchmaschine einer Abfrage entsprechende Dokumente auflistet. Je mehr zutreffende Dokumente aufgelistet sind, um so höher ist der Grad der Genauigkeit. Wenn eine Suchmaschine beispielsweise bei einer Abfrage 80 Dokumente gefunden hat, von denen jedoch nur 20 die gesuchten Wörter enthalten, beträgt die Genauigkeit 25%.

I

Index: Durchsuchbarer Katalog von Dokumenten, der von der Suchmaschinen-Software angelegt wurde. Wird auch "Katalog" genannt. "Index" wird oft auch als Synonym für "Suchmaschine" verwendet.

K

Konzeptsuche: Suche nach Dokumenten, die sich eher konzeptuell auf ein bestimmtes Wort beziehen und weniger dieses Wort selbst enthalten.

M

Meta-Refresh: Spezieller Meta-Tag, der den Browser verleitet eine im Meta-Tag vorgegebene Ersatzseite nach einer ebenfalls von dem Seitenautor bestimmten Verweilzeit aufzurufen.

N

Näherungssuche: Suche, bei der auf Wunsch des Benutzers nur Dokumente zurückgeliefert werden, bei denen die Suchworte nahe beieinander liegen.

Q

Query by example: (deutsch: Abfrage nach Beispiel): Suche, bei der auf Wunsch des Benutzers weitere Dokumente gesucht werden, die einem bestimmten Dokument ähneln. Diese Suche wird auch "Ähnlichkeitssuche" genannt.

R

Recall: (deutsch: Abruf): Gibt den Grad der Genauigkeit an, mit der eine Suchmaschine alle zutreffenden Dokumente einer Sammlung zurückliefert. Wenn es beispielsweise 100 zutreffende Dokumente gibt, die Suchmaschine aber nur 80 von diesen findet, würde sie diese 80 auflisten und damit einen Recall von 80% aufweisen.

Relevanz: Gibt an, wie gut ein Dokument die Informationen anbieten kann, nach denen ein Benutzer gesucht hat. Die Relevanz wird von dem Benutzer beurteilt.

S

Schlüsselwortsuche: Suche nach Dokumenten, die ein oder mehrere von dem Benutzer angegebene Wörter enthalten.

Spider: Software, die Dokumente absucht und in einen Index aufnimmt, indem sie Links verfolgt. "Spider" wird oft synonym zu "Suchmaschine" verwendet.

Stemming: (deutsch: Stamm): Möglichkeit für eine Suche, bei der nach dem Wortstamm gesucht wird. Beispielsweise erlaubt das Stemming einem Benutzer die Suche nach "Reise", wobei er auch Ergebnisse für das Wort "reisen" zurückgeliefert bekommt.

Stopwörter: Konjunktionen, Präpositionen, Artikel und andere Füllwörter, die oft in Dokumenten vorkommen, aber selbst keinen bedeutungsvollen Inhalt haben.

Suche nach Wortverbindungen: Suche nach Dokumenten, die den genauen von dem Benutzer angegebenen Text oder Satz enthalten.

Suchmaschine: Software, die einen Index durchsucht und Treffer zurückliefert. "Suchmaschine" wird oft auch synonym zu "Spider" und "Index" verwendet, obwohl diese separate Komponenten darstellen, die mit der eigentlichen Maschine zusammenarbeiten.

T

Thesaurus: Liste mit Synonymen, die eine Suchmaschine zum Auffinden von Treffern für bestimmte Wörter verwenden kann, die selbst nicht in den Dokumenten vorkommen.

V

Volltextindex: Ein Index, der jedes Wort in jedem katalogisierten Dokument einschließlich der Stopwörter beinhaltet.

A		<i>Body-Tags</i>	109
<i>Agent</i>	129	<i>Bridge-Pages</i>	117, 118, 119
<i>Agenten</i>	49	C	
<i>Agentenmethode</i>	118	<i>Code-Komprimierer</i>	46, 90
<i>Agentennamen</i>	119, 128	<i>Code-Swapping</i>	117
<i>Allgemeine Daten</i>	58	<i>Counter-Website</i>	9
<i>Anbieter</i>	13	<i>Crawler</i>	9, 96, 128
<i>Angebote</i>	13	D	
<i>Anmeldeformular</i>	76	<i>Dateigröße</i>	46, 87
<i>Anmelden</i>	38, 39, 78	<i>Dateischablone.rtf</i>	42
<i>Anmeldeseite</i>	37, 71	<i>Daten</i>	
<i>Anmeldung</i>		<i>eingeben</i>	62
<i>automatisch</i>	36, 71	<i>Daten</i>	33, 62
<i>durchführen</i>	29	<i>Defekte Links</i>	44, 81
<i>manuell</i>	37	<i>Description</i>	120
<i>Anmeldung</i>	6, 20, 29, 36, 39, 40, 44, 64, 71	<i>Design-Tipps</i>	98
<i>Antwortseite</i>	20	<i>Disallow-Liste</i>	49
<i>Antwortseiten</i>	36, 40	<i>Doorway-Pages</i>	25
<i>Assistenten</i>		<i>Download</i>	23
<i>Import</i>	55	<i>Dublin Core Elemente</i>	
<i>Meta-Tag</i>	55	<i>Meta-Tags</i>	65
<i>One-Minute</i>	55	E	
<i>Site Scanner</i>	55	<i>Eingeben</i>	
<i>Assistenten</i>	55	<i>allgemeine daten</i>	58
<i>Austricksen</i>	102	<i>Eingeben</i>	58
<i>Auswahl</i>	71	<i>Eingebettete Links</i>	87
<i>Automatische Anmeldung</i>	71	<i>Einstellungen</i>	81, 87
<i>Awards</i>	9	<i>E-Mail</i>	22, 33
B		<i>Entfernen</i>	69
<i>Banner</i>	9	<i>Entry-Pages</i>	117
<i>Begrüßungsseite</i>	3	<i>Ergebnislisting</i>	95
<i>Benutzeroberfläche</i>	32	<i>Erzeugen</i>	69
<i>Bericht</i>	29, 40	<i>Extras</i>	48
<i>Besucher</i>	6, 8, 9	F	
<i>Bewertungen</i>	71	<i>FAQ</i>	22

<i>Fehlerhafte Anmeldungen</i>	40	<i>Inhalt</i>	18
<i>Fehlermeldung</i>	35	<i>Inhaltliche Relevanz</i>	16, 100
<i>FFA-Linklisten</i>	1, 9	<i>Installation</i>	23
<i>Filter</i>	71	<i>Installieren</i>	23
<i>Filter setzen</i>	62	<i>Interne Links</i>	51
<i>Fragen</i>	22	<i>IP-Adresse</i>	119
<i>Frame-Kontext</i>	109	<i>IP-Methode</i>	119
<i>Frames</i>	17, 107, 109, 111	J	
<i>Free-For-All-Linklisten</i>	9	<i>JavaScript</i>	109
<i>Freigabecode</i>	23	<i>Jetzt anmelden</i>	20
<i>Funktionsweise von Suchdiensten</i>	95	K	
G		<i>Katalog</i>	96
<i>Gateway-Pages</i>	117	<i>Kenndaten</i>	33
<i>Generieren</i>		<i>Kenndaten-Dateien</i>	39, 78
<i>Meta-Tags</i>	49	<i>Kleinschreibung</i>	112, 113, 115
<i>Gestaltung</i>	18	<i>Komponenten</i>	96
<i>Gestaltung Ihrer Website</i>	3	<i>Komprimieren</i>	46, 90
<i>Grafiken</i>	3, 17	<i>Komprimierungsbericht</i>	46
<i>Großschreibung</i>	112, 113, 115	<i>Komprimierungs-Einstellungen</i>	90
<i>Grundlagen</i>	17, 18, 19, 31	L	
H		<i>Ladezeit-Checker</i>	46, 87
<i>Häufig gestellte Fragen</i>	22	<i>Ladezeiten</i>	45, 87
<i>Head</i>	49, 107	<i>Leistungsmerkmale</i>	1
<i>Hostnamen</i>	128	<i>Link-Checker</i>	44, 81
<i>HTML</i>	40	<i>Link-Popularität</i>	131
<i>HTML-Code</i>	17, 46, 48, 83, 90	<i>Links</i>	3, 81, 111
<i>HTML-Datei</i>	49	<i>Low-Tech-Methode</i>	117
<i>HTML-Editor</i>	48	M	
<i>HTML-Validator</i>	45, 83	<i>Manuell</i>	37
I		<i>Manuelle Anmeldung</i>	20, 37
<i>Index</i>	95, 96	<i>Massenwerbung</i>	33
<i>Indizieren</i>	123	<i>Master-Seite</i>	106
<i>Indiziert</i>	96	<i>Meta-Refresh</i>	117
<i>Indizierung</i>	123		

<i>Meta-Tag</i>		R	
<i>-Daten</i>	65	<i>Ranking</i>	
<i>-Generator</i>	65	<i>- Optionen</i>	53
<i>Meta-Tag</i>	19, 29, 107, 112, 120	<i>Ranking</i>	53
<i>Meta-Tag-Datei</i>	69	<i>Ranking-Analyse</i>	53
<i>Meta-Tag-Generator</i>	49	<i>Redakteure</i>	16
<i>Meta-Tags</i>		<i>Robots</i>	
<i>verwenden</i>	102	<i>- Generator</i>	49
<i>Meta-Tags</i>	35, 102	<i>Robots</i>	49, 65, 120, 123, 128, 129
<i>Mtg</i>	69	<i>Robots.txt</i>	
<i>Multi-Detail-Anmeldung</i>	38, 39, 78	<i>Datei</i>	49
<i>Multi-Express-Anmeldung</i>	38, 78	<i>Projekt</i>	49
<i>Musik-Dateien</i>	3	<i>Robots.txt</i>	19, 49, 129
N		<i>RTF-Schablonen</i>	42
<i>Noframes</i>	106, 107	S	
<i>Noframes-Tag</i>	107	<i>Scannen</i>	51
<i>Nur</i>	19	<i>Scan-Optionen</i>	
O		<i>-Tiefe</i>	51
<i>Oberfläche</i>	32	<i>Scan-Optionen</i>	51
P		<i>Schlüsselseiten</i>	
<i>Power-Tools</i>	135, 136, 137	<i>einreichen</i>	104
<i>Professional-Edition</i>	23	<i>Schlüsselseiten</i>	104
<i>Programmbereich</i>		<i>Schlüsselwörter</i>	53, 58, 98, 99
<i>Anmeldung</i>	36	<i>Schnellstart</i>	29
<i>Assistenten</i>	55	<i>Schwachstellen</i>	44
<i>Extras</i>	48	<i>Seite spezialisieren</i>	18
<i>Meta-Tags</i>	35	<i>Setup</i>	23
<i>Projekt</i>	33	<i>Shareware-Modus</i>	23
<i>Site-Checker</i>	44, 81, 83, 87, 90	<i>Site-Checker</i>	44, 58
<i>Programmbereich</i>	48, 87	<i>Site-Scanner</i>	51
<i>Promoter</i>	25	<i>Software</i>	20, 23
<i>Protokoll</i>	40	<i>Spamming</i>	133
Q		<i>Spider</i>	96, 128, 130
<i>Quellcode</i>	45, 46	<i>Standard-Edition</i>	23
		<i>Standard-Tags</i>	65

<i>Strategische Schlüsselwörter</i>	25, 98	<i>Überprüfung</i>	126
<i>Suchdienste</i>		<i>Übertragung</i>	78
<i>austricksen</i>	102	<i>Übertragungsrate</i>	87
<i>Suchdienste</i>	102, 105	U	
<i>Suchdienste austricksen</i>	25	<i>URL</i>	126
<i>Support</i>	22	V	
<i>Supportforum</i>	22	<i>Voreintragscheck</i>	64
T		W	
<i>Tabelle</i>	40	<i>Web-Promotion</i>	1
<i>Technischer Support</i>	22	<i>Website anmelden</i>	31, 36, 58
<i>Text-Links</i>	101	<i>Website-Checker</i>	44
<i>Tipps</i>	25	<i>Web-Sites</i>	35
<i>Title</i>	19	<i>Website-Scanner</i>	51
<i>Tricks</i>	25	<i>Werbebanner</i>	3, 51, 81
<i>Tutorial</i>	57	<i>Werbebanner</i>	13
Ü		<i>Werbung</i>	6
<i>Überflüssige Einträge</i>	46	<i>Wichtige Hinweise</i>	25