

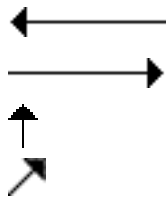
[Start](#) | [Erfolgreiche Seiten](#) | [Häufige Fehler](#) | [In- und Outliste](#) | [Anfängerniveau](#) | [10 Todsünden](#) | [Wie geht das in HTML?](#) | [Frust & Frames](#) | [Javascript Ärger](#) | [Mehr Hits](#) | [Werbeflut](#) | [Metatags](#) | [Suchmaschinen I](#) | [Suchmaschinen II](#) | [HTML schneller machen](#) | [Freibeuter der Netze](#) |

Dr. Web Know-how für Webworker

Dr. Web Kompakt -

Die Grundlagen in der Übersicht.

[Start](#) | [Erfolgreiche Seiten](#) | [Häufige Fehler](#) | [In- und Outliste](#) | [Anfängerniveau](#) | [10 Todsünden](#) | [Wie geht das in HTML?](#) | [Frust & Frames](#) | [Javascript Ärger](#) | [Mehr Hits](#) | [Werbeflut](#) | [Metatags](#) | [Suchmaschinen I](#) | [Suchmaschinen II](#) | [HTML schneller machen](#) | [Freibeuter der Netze](#) |



zurückblättern

weiterblättern

nach oben

externer Link

Ingenieurbüro I T

Dipl.-Ing. K.Wicht

Ruhrallee 3 5

44139 Dortmund

Tel: 0231-9 12 25 10

Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de

email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

10 häufige Fehler, die Sie nie machen werden

Neben Kreativität und Sachverstand begegnen einem immer wieder die selben Probleme. Fehler, die niemand machen muß. Fehler, die Sie nie machen werden, weil Sie sie spätestens hier kennenlernen ...

Viele Homepageautoren fallen darauf herein. Schriften (Fonts) wie Tahoma, Zapf, Eurostile, Gothic etc. werden nur auf Rechnern angezeigt, auf denen sie auch installiert sind. Das Ergebnis ist mitunter mehr als scheußlich. Manche WYSIWYG Editoren tragen viel zu diesem Unsinn bei, indem sie alle rechnerseitig verfügbaren Schriftarten zur Auswahl anbieten. Bitte unbedingt und ausschließlich die 3(!)Standards benutzen. Wenn Sie andere Schriften - wie z.B. Verdana - einsetzen möchten, geben Sie es VOR den anderen Fonts an:

1. Serifenschrift (mit "Füßchen")

Times New Roman, Georgia, Times, serif

2. Serifenlose Schrift (ohne "Füßchen")

Arial, Helvetica, Geneva, Swiss, SunSans-Regular, sans-serif

3. Schreibmaschinenschrift:

Courier New, Courier, Monaco, monospace

Damit sollten Ihre Seiten unter allen Betriebssystemen annähernd gleiche Voraussetzungen haben. Schriften wie Verdana und Comic Sans stehen, wenn überhaupt, nur Windows95 Usern zur Verfügung. Bedenken Sie ferner, daß es keine Einheitsgrößen gibt. Eine Windows 12-Punkt Schrift wird auf einem Mac etwa 2 Punkt kleiner angezeigt.

In der Rangliste auf Platz 2: Fehlende oder falsch referenzierte Images. Was vorallem Windows User leicht übersehen: Unix Server unterscheiden zwischen Groß- und Kleinschreibung. Machen Sie es sich zur Gewohnheit Ihre Seiten nach jedem größeren Upload im Online Betrieb zu testen.

[Javascript](#) ist eine der häufigsten Fehlerquellen. Testen Sie soviel Sie können und benutzen Sie alle Browser, derer Sie habhaft werden können. Machen Sie die Navigation nicht von Javascript abhängig, bieten Sie Alternativen.

Frames müssen richtig codiert sein. Externe Links sollten sich nicht innerhalb eines Framefensters öffnen. Unsinnig wird es, wenn die gelinkte Site ebenfalls [Frames](#) einsetzt. Außerdem sieht's ein wenig so aus, als wolle man sich mit fremden Federn schmücken ...Wer das mit Absicht macht, wie z.B. die Betreiber der Suchmaschine goto.com disqualifiziert sich in den Augen erfahrener Netizens und demonstriert schnöden Egoismus.

Schließen Sie nicht von sich auf andere. 17" Monitore stehen nicht auf jedem Schreibtisch. Wenn Sie für Auflösungen ab [800*600](#) schreiben wollen und Frames verwenden, dann lassen Sie Ihren Gästen wenigstens die Scrollbalken.

Alle wichtigen Grafiken sollten alternativ ([ALT](#)) mit einem Text versehen werden. Wer mit abgeschalteter Grafikanzeige unterwegs ist (etwa 10-15% der User machen das), findet sich ansonsten vielleicht nicht zurecht. Außerdem wird der Text beim Drüberfahren mit der Maus angezeigt. Sie können das für zusätzliche Informationen nutzen. Und wenn Sie einmal dabei sind, dann sorgen Sie doch auch dafür, daß der Browser Text VOR den Grafiken laden kann. Dazu müssen alle Images mit Angaben zu [Width](#) und [Height](#) ausgestattet werden. Außerdem ruckelt's dann beim Seitenaufbau nicht mehr so.

Pflegen Sie Ihre Seiten regelmäßig. Eine Javauhr und darunter der Hinweis auf die letzte Aktualisierung vor 6 Monaten garantiert sofortiges Verlassen Ihrer Site. Externe Hyperlinks müssen regelmäßig überprüft werden und vergessen Sie den Titel (<title>)nicht! "Index.html" oder "Frameset 01" verraten den Amateur.

Verstecken Sie Kontaktadressen, Telefon- und Faxnummern nicht in Grafiken. Die werden nicht immer angezeigt, werden manchmal nicht mit ausgedruckt und praktisch nie mit abgespeichert. Wer später Verbindung zu Ihnen aufnehmen will, muß zwangsläufig zur Konkurrenz abwandern.

Rechtschreibfehler machen wir auch, das kann passieren. Aber bitte nicht schon im Titel oder in der Seitenüberschrift. Wenn Sie Pech haben, geraten Sie so in eine Suchmaschine und alle Welt sieht zu.

Denken Sie daran, Netscape und Microsoft sind nicht die einzigen Browserfabrikanten. Es gibt an die hundert andere Browser.



Ingenieurbüro I T

Dipl.-Ing. K.Wicht

Ruhrallee 3 5

44139 Dortmund

Tel: 0231-9 12 25 10

Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de

email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

HTML tiefergelegt

Kleinere Grafiken, kürzere Seiten, damit's schneller geht: das kennt jeder. Wie wäre es mit ein bisschen Feintuning unter der Haube? Ihre Besucher werden es Ihnen danken. 15 Tricks für schnellere Seiten.

Diese folgenden Elemente sind komplett **überflüssig** und können gefahrlos entfernt werden:

Target=""
Align=LEFT
color=#000000 (Wenn als Standard im Body)
ALT=""
Font size="3" (ist der Standard)
Font face="Times New Roman" (ist der Standard)
align="TOP" und ähnliche Anweisungen in leeren Tabellenzellen

-
1. Zerschneiden Sie lange Tabellen. Denn deren Inhalt wird erst angezeigt, wenn die Tabelle komplett geladen wurde.
 2. Verzichten Sie aus dem gleichen Grund auf mehrfach ineinander verschachtelte Tabellen.
 3. Anweisungen für die Spaltenbreite (25%) brauchen nur in der ersten Zeile aufzutauchen.
 4. Leerräume verbrauchen Platz. Editoren gehen damit großzügig um, um die Übersicht zu erhöhen.
 5. Gleiches gilt für die Zeilenumbrüche. Ein paar weniger schaden nicht.
 6. Standard Schriftart (default) und Standardgröße helfen beim Platzsparen. Alles andere muß zusätzlich im Code untergebracht werden. Tags, die oft mehrere Dutzend Male auftauchen.
 7. Meta Keywords und Meta Description vertragen jeweils nicht mehr als 200 Zeichen. Exotische Tags sind meist unnötig.
 8. Nicht wirklich benötigte Kommentare ersatzlos streichen.
<-- Hier kommt ein Absatz -->
 9. Setzen Sie statt: für Fettschrift ein
 10. Setzen Sie statt für Kursiv ein <i>
 11. Verwenden Sie Basis Tags.
 12. Keine Farbanweisungen für Hyperlinks. Die werden im Body Tag oder via CSS einheitlich definiert.
 13. Nutzen Sie relative Adressierungen (URL's).

14. Sich wiederholende Style Sheet Anweisungen und Javascripte können in eigene Dateien ausgelagert werden.
15. Keine Anhäufungen von Leerzeichen (nbsp;), wenn Sie sie nicht explizit benötigen.

Frontpage Anwender haben es schwer. Microsofts Editor geht verschwenderisch mit HTML Befehlen um. Sie können zwar von Hand nachbessern, doch sobald die Datei erneut im Editor aufgerufen wird, ist alles für die Katz.



Ingenieurbüro I T
Dipl.-Ing. K.Wicht
Ruhrallee 3 5
44139 Dortmund
Tel: 0231-9 12 25 10
Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de
email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Freibeuter der Netze

Das ist vielleicht jedem schon einmal passiert, mühsam erstellte Grafiken finden sich plötzlich auf ganz anderen Seiten wieder. Gerade kleinere Elemente wie Buttons, Linien, Symbole, Typozeichen gelten als beliebte Sammelobjekte.

Trotzdem wir hier fast ohne Grafiken auskommen, werden die wenigen auch noch geklaut. Das Topicon zum Beispiel mit dem Sie vom Seitenende nach oben springen können, dürfte inzwischen auf zahlreichen Seiten prangen. Wenn eine Site kostenlos Informationen anbietet, bedeutet das nicht, daß man sich gratis zu eigenen Zwecken bedienen darf. Bekannte Werke wie die Selfhtml sind von zahlreichen Dumpfhirnen als eigenes Opus ausgegeben worden. Sich mit fremden Federn und auf Kosten anderer schmücken zu wollen, zeugt von peinlicher Dummheit, blauäugiger Unbedarftheit oder in schlimmen Fällen von aufkeimender krimineller Energie.

Textklau springt weniger ins Auge, kommt aber ebenso häufig vor. Da passiert es, daß sich ein Kollege unserem Vorstellungstext einverleibt und dann auf seiner Startseite präsentiert. Auch der Ideenreich Slogan wird bedenkenlos kopiert. Wie muß es um die Kreativität und Formulierungskünste solcher Agenturen bestellt sein? Gar nicht zu reden von damit einhergehender Unfairnis. Rechtlich in Ordnung ist das ebenfalls nicht. Versuchen Sie das mal im richtigen Leben. Heerscharen gieriger Anwälte sorgen für blutige Nasen.

Ein typisches Beispiel dafür lieferte H. Mehlig mit seinen Webtips. Diese Site enthielt eigentlich nichts anderes als eine mit Teleport gesaugte Version unserer Trickkiste. Mehlig gab die dort beschriebenen Tips als seine eigenen aus, Titel und Metatags wurden gelöscht, Grafiken weiterhin von unserem Server geholt. Ersteinmal gestellt, zog der Dieb seinen Schwanz ein. Die Site wurde gelöscht, eine Antwort oder Rechtfertigung gab es nicht. Ursprüngliche URL:
<http://members.xoom.com/webtips/>

Auch die Ressourcenseite ist ein beliebtes Objekt der Begierde. Eine Linkliste zu kopieren mag ja noch hingehen, so sie eh allgemein bekannte Verweise anbietet. Eine spezielle Zusammenstellung oder Kommetare zählen nicht in unter die Rubrik Freiwild.

Javascripts aus Fremdseiten zu klauben ist längst zu einer Selbstverständlichkeit geworden. Das Auslagern in separate Dateien hilft, schützt aber nicht. Auf der sicheren Seiten fahren Sie, wenn Sie Ihre Scripts via ASP auf dem Server laufen lassen.

Wer sich anregen läßt, wer lernt oder die Ideen anderer aufgreift und weiterentwickelt, muß sich dafür nicht schämen. Das tun wir alle. Wer sich am Eigentum anderer vergreift, muß mit Konsequenzen rechnen.

Wenn Sie sich als Opfer eines Freibeuters wiederfinden, genügt oft eine freundliche aber bestimmte

Email. Mancher bekommt einen Schrecken und das war's dann. Wenn das nicht reicht, bleibt noch die Möglichkeit, die Sache öffentlich anzuprangern. Das werden wir zukünftig an dieser Stelle tun.

Gut dokumentierte Beispiele für Netzklau und Seitendiebstahl finden sich bei: ↗ [The Ripfiles](#).



Ingenieurbüro I T

Dipl.-Ing. K.Wicht

Ruhrallee 3 5

44139 Dortmund

Tel: 0231-9 12 25 10

Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de

email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Erfolgreiche Seiten

"Je wichtiger eine Site, desto einfacher das Design". Dieser Satz von Paul Graham sagt eine Menge über erfolgreiche Seiten. Einfaches Design ist nicht gleichzusetzen mit "primitivem" Design. Ganz im Gegenteil, es ist meist schwieriger die Dinge einfach zu halten, als gewohnheitsmäßig in die Zauberkiste zu greifen. Und bitte nicht vergessen: Ausnahmen bestätigen die Regel.

Yahoo benutzt weder Frames, noch Javascript. Täte man es, Sie würden Yahoo aller Wahrscheinlichkeit nicht einmal kennen. Wenn Sie etwas mitzuteilen haben, dann tun Sie es so, daß Ihre Gäste schnell an die wesentlichen Dinge herankommen. Wenn Sie etwas verkaufen wollen, dann muß das ohne Umwege und unter fast allen Voraussetzungen möglich sein. Niemand kann es sich leisten, Kunden schon an der Tür abzuweisen.

Wer Grafikdesign anbietet, der allerdings muß es auch zeigen. Eine Musiksite muß uns etwas hören lassen und der Javaexperte uns seine spektakulären Tricks zeigen. Wenn Ihre Seiten Spaß machen sollen, dann dürfen Sie sich mehr erlauben. Wenn Sie **probieren und üben** wollen, dann ist auch das OK. Erst wenn Sie Menschen zu sich einladen, via Linktausch, Bannerwerbung oder über Suchmaschineneinträge, müssen Sie sich Gedanken über Ihre Gäste machen. Das WWW ist öffentlich. Für Ihre Arbeiten, Photos und Texte sind ausschließlich Sie selbst verantwortlich.

Für Netscape (oder Microsoft) optimiert man nicht, sondern für Gäste. Was Webdesigner sich mitunter gar nicht vorstellen können: Viele Surfer interessieren sich nicht für Browser und die damit verbundene Probleme.

Was wichtig ist, gehört an die **zentrale Stelle** und nicht unter eine Ansammlung von Werbebannern, Begrüßungsbildchen oder Copyrights. Das Wichtigste muß sofort erscheinen und nicht nach minutenlangem Laden in einem Javaapplet oder erst auf Seite 3.

Helfen Sie ihren Besuchern **Geld und Zeit** zu sparen, indem Sie die Ladezeiten so gering wie möglich halten: Sorgen Sie dafür, daß [Images vor dem Text](#) geladen werden. Teilen Sie große Tabellen in mehrere kleine; der Tabelleninhalt wird nämlich erst angezeigt, nachdem auch der Tabelleninhalt geladen wurde. Werfen Sie überflüssige Elemente raus oder stellen Sie sie in weniger exponierte Bereiche. Überlegen Sie, ob Sie Javapplets und Riesengrafiken wirklich brauchen. Wenn ja, weisen Sie auf deren Größe hin. Mehr als 20kb für eine von vielen Grafiken ist zuviel. Probieren Sie - wenn Sie mit .gif arbeiten - das .jpg Format und testen Sie verschiedene Komprimierungsraten.

Was man verspricht, muß man auch halten. Daher bitte keine Links auf Seiten die "noch" nichts enthalten; keine Links, die nicht weiterführen oder gar in einer **Fehlermeldung** enden. So etwas

verunsichert den Gast, macht einen lustlosen Eindruck und widerspricht dem Prinzip des Webs. Ankündigungen können Sie im Text oder am Ende der Seite machen.

Ihre Seiten sollten so **aktuell** wie möglich sein. Nichts ist ärgerlicher als veraltete oder fehlende Informationen. Peinlich wird's, wenn jemand mittels Tricks (Javakalender/ Uhr/ generiertes Datum) Aktualität suggeriert, die nicht vorhanden ist.

Alle Seiten einer Site sollten einen erkennbaren **Zusammenhang** haben. Es muß klar sein, was wohin gehört und warum. Benutzen Sie nur ausnahmsweise verschiedene Hintergründe und niemals mal diesen mal jenen Button. Geben Sie ihren Gästen einen roten Faden an die Hand und vermeiden Sie Irritationen. Achten Sie auf Farben. Hintergründe, Grafiken, Tabellen, Schriften, Hyperlinks: Sie können aus dem Vollen schöpfen. Nur, um Himmels Willen, stimmen Sie alles aufeinander ab.

Eine gute Seite hat immer einen ästhetischen Reiz, auch wenn sie einfach gemacht ist. Bedenken Sie, daß **Farben** nicht auf allen Monitoren gleich dargestellt werden - das Gegenteil trifft zu. Fortlaufender Text in riesengroßen Lettern ist ebenso schlecht zu lesen wie extrem kleiner. Vermeiden Sie Text in GROSSBUCHSTABEN oder Sätze in **Regenbogenfarben**. Achten Sie auf einen guten Kontrast zum Hintergrund (wird häufig ignoriert). Und benutzen Sie einen Spellchecker oder den Duden. Wie wichtig das ist, erleben wir selbst manchmal. Wo viel Text ist und ständig etwas geändert wird, schleichen sich schnell Tippfehler ein. Unfreundliche und bisweilen höhnische Kommentare sind die Folge. Natürlich gibt es auch freundliche Leser, die auf Fehler aufmerksam machen. Besser, es kommt gar nicht erst so weit.

Unübersichtliche **Imagemaps**, Links mal oben mal unten, **Frames** - verwirren oft mehr als sie nützen. Links gehören in den Text. Und dazu an eine zentrale Stelle, wo sie leicht zu finden und zu überschauen sind.

Ein HTML Dokument ist grenzenlos, aber führen Sie das nicht vor. Vermeiden Sie extrem **lange Seiten**. Die sind unübersichtlich und ermüdend. Fast leere Seiten dagegen führen Ihre Besucher an der Nase herum.

Scheinlinks sind unterstrichene Wörter oder Sätze. Ihre Besucher werden draufklicken, um frustriert festzustellen, daß das so nicht funktioniert. Im schlimmsten Fall wissen sie überhaupt nicht mehr wo es weitergeht.



Ingenieurbüro I T
Dipl.-Ing. K.Wicht
Ruhrallee 3 5
44139 Dortmund
Tel: 0231-9 12 25 10
Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de
email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Seiten für Suchmaschinen optimieren

- [Meta Tags](#): Begriffe wie Telefonkabel, Telefon, Leitung etc tauchen dort auf - und zwar mit Groß/Kleinschreibung
- Seitentitel: "Telefonkabel - August Schneider GmbH". Weniger gut wäre "Homepage - August Schneider GmbH"
- Telefonkabel taucht im Text auf und zwar im Verhältnis zur Textlänge so oft und so weit oben wie möglich.
- Das Suchwort als Überschrift - am besten H1. Wenn das nicht in Ihr Designkonzept paßt, steuern Sie mit den font-size Tag dagegen: `<h1>ideenreich</h1>`
- Textlinks, die das Suchwort enthalten
- Alt Tags, die das Suchwort enthalten
- Dateiname: telefonkabel.htm
- Suchbegriff im Fettschrift (`` ``)
- Unsichtbare Grafiken aus Singelpixelbildern mit ALT Tags

Nicht benutzen sollten Sie die folgenden Methoden:

- Kommentare im Code `<!--Seite über Telefonkabel-->`
- Unsichtbarer "hidden" Text mit dem Suchbegriff
- Oder dieses Trick um unsichtbaren Text zu erzeugen:: `<input type="hidden" value="telefonkabel, telefon, etc">`
- Mehrere Titel innerhalb einer Seite

Melden Sie sich öfter mal neu an. Auch wenn Sie schon drinstehen. Und wenn Sie einen Spammer auf den vorderen Plätzen erkennen, melden Sie ihn auch neu an. Mit ein wenig Glück wird er diesmal erkannt und Sie steigen höher. Wichtig ist der **Update Zyklus** Ihrer Seiten. Wo sich nichts tut, schauen auch die Spider nur selten vorbei. Um nicht zum Hinterbänkler zu werden, trainieren Sie die Robots durch häufige und regelmäßige Updates Ihrer Seiten.

Nützlich sind ferner: [Sitemaps](#) und Links. Übrigens Dr. Web hat keine echte Startseite. Auch das gehört zur Strategie.

<>Brückenseiten - So kommen Sie nach vorn:

Verschiedene Seiten für verschiedene Suchmaschinen, die sogenannten Brückenseiten (= Bridgepages, Triggerpages, Trichterseiten) sind arbeitsintensiv. Probieren Sie's mal mit der einfacheren Methode und schalten Sie Ihrer Startseite eine spezielle Suchmaschinenseite voran. Diese

Seite enthält keine Tabellen, keine Frames, keine Grafiken, keine Imagemaps etc. Nur Text, Kommentare, Links und Meta-Befehle sind erlaubt. Die Seitenüberschrift sollte in H1 erscheinen und dem Seitentitel entsprechen. Alle Meta Keywords müssen innerhalb des Textes wiederholt werden. Suchroboter fallen darauf herein und indizieren die extra für sie erstellte Seite. Wer die Seite abrufen wird blitzschnell und unmerklich via Meta Tag auf die eigentliche Startseite umgeleitet. Aufpassen müssen Sie bei Infoseek. Dort sollten Sie auf Brückenseiten verzichten.

Wie man ganz bestimmt NICHT gefunden wird

Eingangseiten, die nichts anderes als ein Logo oder nur Grafiken enthalten, oder ein Frameset als Startseite lassen Ihre Chancen sinken. Ohne Meta Tags bewegen sich Ihre Aussichten gegen null. Unmengen von gleichen Keywords in den Meta Tags oder flächenweise "hidden" Text nützen allein auch nichts. Wahrscheinlicher ist es, daß die Suchroboter das bemerken und Sie als "Spammer" ganz rausfliegen. Ebenso wenig bringt es etwas, häufig benutzte Suchbegriffe wie "sex" in den Metas unterzubringen; wenn diese Begriffe sonst nicht auftauchen, ist alles umsonst. Auch Javascript, Image Maps und sogar Tabellen verringern Ihre Chancen.

Infoseek schreibt über "Spamming":

Übermäßige Verwendung oder Wiederholung von Schlüsselwörtern
Verwendung von Meta-Aktualisierungen, die zu schnell für das menschliche Auge sind
Verwendung von farbigem Text auf einem Hintergrund derselben Farbe
Verwendung von Schlüsselwörtern, die nichts mit dem Inhalt der Site zu tun haben
Duplizierung von Seiten mit verschiedenen URLs

Eine wiederholte Einreichung von gespamten Seiten kann einen endgültigen Ausschluß aus dem Infoseek-Index zur Folge haben.

Links

- ↗ [Surfpromote](#) - Tips und Anleitungen
- ↗ [The Webpromotion Site](#) - Tips und Tricks, wie Sie Ihren Traffic erhöhen
- ↗ [Internet Search Engine Ranking Tips](#)
- ↗ [PIX](#)
- ↗ [Webpromote](#)
- ↗ [PositionAgent](#)

Prüft ebenfalls Ihre Position in den wichtigsten Maschinen. Eine Testversion ist gratis. Die Vollversion ist für 99\$ zu haben.




Ingenieurbüro I T
Dipl.-Ing. K.Wicht
Ruhrallee 3 5
44139 Dortmund
Tel: 0231-9 12 25 10
Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de
email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Metatags richtig einsetzen

Wer einmal einen Blick in den Quellcode einer Webseite geworfen hat, kennt sie: Meta Tags. Was man damit machen kann und wie sie eingesetzt werden, lesen Sie hier ...

Meta Tags beinhalten Informationen, die nicht auf dem Bildschirm dargestellt werden, die aber von Spidern und Robots und damit von bestimmten [Suchmaschinen](#) abgefragt werden können. Die hier beschriebenen Verfahren funktionieren nicht bei manuell erstellten Verzeichnissen wie Yahoo oder Web.de. Im übrigen werden verschiedene Spider eingesetzt und Ihre Seiten je nach Suchmaschine unterschiedlich bewertet. Da nur etwa jede dritte kommerzielle Site von diesen Möglichkeiten Gebrauch macht, erhöhen Sie Ihre Chancen deutlich. (Quelle:  [SiteMetrics Web Content Survey](#)). Andere Metatags richten sich an den Browser.

Beispiel:

Angenommen, Sie wollen Ihre Site bei Fireball anmelden. Dazu müssen Sie nicht mehr tun, als Ihre Webadresse in ein dazu vorbereitetes Fireballformular zu tippen. Daraufhin erhalten Sie Besuch vom Fireball Spider. Und da dieser Robot weder mit Grafiken noch mit Javascript etwas anfangen kann und bei Frames sowieso völlig aufgeschmissen wäre, helfen die Meta Tags. Plaziert zwischen <head> und </head> könnte das so aussehen:

```
<meta name="description" content="[Beschreibung Ihrer Site]">
```

Die von Ihnen verfasste Beschreibung wird bei eventuellen Treffern aufgrund von Suchabfragen als Information ausgegeben. Ohne Metatags würden eventuelle Interessenten vielleicht Kostproben Ihres Javascript Codes bewundern dürfen.

Zusätzlich haben Sie die Möglichkeit, Stichwörter anzugeben. Stichwörter können sich aus mehreren Begriffen zusammensetzen und werden durch Semikola abgetrennt. Auch die merkt sich der Spider. Wenn Sie "Telefonkabel" als Keyword festlegen und ein User als Stichwort in eine Suchmaschine ebenfalls Telefonkabel eintippt, sollte Ihre Site in der Liste der gefundenen Websites erscheinen.

```
<meta name="keywords" content="[Telefonkabel; Kabel gut verlegen]">
```

Wenn sich Ihre Stichworte im Text wiederholen, haben Sie gute Chancen bei einer Stichwortabfrage auch gefunden zu werden. [Siehe auch Suchmaschinen](#)

Klaus Schallhorn von Business Interactive empfiehlt, auch Tippfehler mit aufzunehmen: "Telfonkabl", "Telephoncabel", etc.

`<meta name="robots" content="index, follow">`

Weist den Robot an, sämtlichen Links zu folgen. So werden nach und nach alle Ihre Seiten in den Suchindex aufgenommen, ohne das Sie etwas dafür tun müssen.

`<meta name="robots" content="nofollow">`

Jetzt wird nur die angemeldete Seite indiziert, der Robot folgt aber nicht Ihren Links, um weitere Seiten zu untersuchen.

Mit Hilfe eines anderen Meta Tags können Sie dem Spider mitteilen, daß er bestimmte Seiten nicht NICHT untersuchen soll. Zum Beispiel Muster- oder Testseiten oder Navigationsseiten, die Bestandteil eines Framesets sind.

`<meta name="robots" content="noindex">`

`<meta http-EQUIV="pragma" content="private">`

Verhindert, daß Seiten via Proxy Server zwischengespeichert werden. Mit "no-cache" anstelle von "private" verhindern Sie auch das Speichern im Browsercache. Vorausgesetzt der Browser spielt mit.

`<meta name="revisit-after" content="10 days">`

Sorgt dafür, daß der untersuchende Robot nach zehn Tagen zurückkehrt. Funktioniert in der Praxis aber selten.

Sehr beliebt ist der folgende Meta Tag:

`<meta http-equiv="refresh" content="10; URL=seite2.html">`

Nach 10 Sekunden werden Ihre Besucher automatisch auf die Seite2 weitergeleitet.

Ihren Namen und Copyright verewigen Sie so:

Herausgeber:

`<meta name="publisher" Content="Merle Baumann">`

Urheberrecht:

`<meta name="copyright" Content="B. Schmidt">`

`<meta name="Content-Language" Content="de">`

Teilen Sie den Suchmaschinen mit, in welcher Sprache Ihre Seiten gelesen werden können. Moderne Suchmaschinen führen eine Sprachprüfung durch und ignorieren diesen Tag.

`<meta name="page-topic" Content="thema">`

Thema ist z.B. Bauen Wohnen, Bildung, Branche, Produkt, Dienstleistung, Forschung Technik, Gesellschaft, Kultur, Medien

(Quelle: [Fireball.de](http://fireball.de))

```
<meta name="page-type" Content="art">
```

Art ist z.B. Anleitung, Anzeige, Kleinanzeige, Bericht Reportage, Bild Foto, Buch, Email-Archiv, FAQ, Forschungsbericht, HTML-Formular, Karte Plan, Katalog, Verzeichnis, Link-Liste, Private, Homepage, Produktinfo, Software, Download, Sound, Statistik

(Quelle: [Fireball.de](http://fireball.de))

```
<meta name="audience" Content="publikum">
```


An wen richtet sich die Site? Alle, Anfänger, Azubis, Erwachsene, Experten, Fans, Fortgeschrittene, Frauen, Jugendliche, Kinder, Männer, Profis, Schüler, Studenten

(Quelle: [Fireball.de](http://fireball.de))

Die letzten drei Beispiele dürfen Sie getrost ignorieren. Es gibt weitere Meta Befehle. Die meisten dienen der Archivierung und sind für normale Websites ohne Belang. Noch etwas: Erwarten Sie nicht zu viel, manche Suchmaschinen scheren sich nicht um all die Mühe, die Sie sich gemacht gemacht haben. Open Text zum Beispiel interessiert sich nur für sichtbaren Text, alles andere interessiert ihn nicht.

Und wie lang dürfen Metatags sein, **wieviele Wörter** dürfen Sie enthalten? Beschränken Sie sich auf etwa 200 Zeichen, mehr wird im allgemeinen nicht akzeptiert.

Links zum Thema Metatags

Wer keine Lust hat, alles selbst zu codieren, kann sich z.B. des Fireball  [Meta-Tag-Generators](#) bedienen.

Eine ausführliche Sammlung aller Meta Tags finden Sie unter

 <http://www.stars.com/Authoring/HTML/Head/meta.html> oder

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



Ingenieurbüro I T

Dipl.-Ing. K.Wicht

Ruhrallee 3 5

44139 Dortmund

Tel: 0231-9 12 25 10

Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de

email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Die aktuelle Outliste:

Diese Dinge sind overused und langweilig und sollten auf Ihrer Site oder Homepage nur ausnahmsweise vorkommen:

- mehr als ein Werbebanner |
- sich drehende Weltkugeln, @'s und springende Hündchen
- die Schriftart MS Comic Sans
- Pictures aus den MS Frontpage Betas
- Counter - [Es geht anders](#)
- Links auf Yahoo, Web.de etc.
- Under Construction-Hinweise und -Schilder
- Buttons wie "Netscape now" oder "MS Internet Explorer here". So mancher glaubt wohl, das sei "Vorschrift" im WWW.
- Hinweise wie "best viewed with [800*600](#)". Das merken die Leute selbst. Und Sie könnten Ihre Seiten für alle Monitore verträglich machen
- Regenbogenteiler (Divider)
- [Javaticker](#) in der Statuszeile. Die wird nämlich für etwas anderes gebraucht. Microsofts 4.0 Browser hat eine extrem kurze Statuszeile. Böse Zungen behaupten, der Ticker wegen.
- Ticker egal welcher Art. Meistens fehl am Platze.
- Ein Formular für die automatische Benachrichtigung, falls sich mal was ändert. Nutzlos, wenn selten mal was passiert.
- Externer Javachat schon auf der Startseite.
- Javabasierende "Hover" Schaltflächen, eingeführt von MS Frontpage 3

OK, es macht eine Menge Spaß, all die Dinge auch benutzen zu können; aber denken Sie an Ihre Gäste, die das wirklich **überall** sehen müssen.

Ich werde oft nach der "IN Liste" gefragt. Das ist schwierig, denn OUT sind eben gerade die Dinge, die sehr oft benutzt werden. Es sei denn, sie sind nützlich und fallen nicht unangenehm auf. Hier also mein Versuch

Die aktuelle In Liste:

- unsichtbare Counter oder Statistiken
- Sitemaps
- CGI als Navigationshilfe (redirect)
- eine(!) Seitenversion für alle(!) Browser
- Brückenseiten für verschiedene Suchmaschinen.
- selbstgemachte Grafiken und Zeichnungen
- themenorientierte Linklisten
- kurze URL's
- URL und Email Adresse auf jeder Seite
- "no-scripts" Tags, für alle die Probleme mit [Javascript](#) und/oder [Frames](#) haben.

Was Besucher besonders "In" finden:

- schnelle Ladezeiten
- Übersicht
- Nutzen & Aktualität
- Wenn eine Site gleich zur Sache kommt
- Insiderwissen
- Kostenloses
- Originelles, Persönliches, Eigenes



Ingenieurbüro I T
Dipl.-Ing. K.Wicht
Ruhrallee 3 5
44139 Dortmund
Tel: 0231-9 12 25 10
Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de
email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Wie Sie Ihre Homepage auf das Niveau von Anfängern herunterprügeln

Wer zum erstenmal eine eigene Homepage zusammenbaut, kommt an Icons, Buttons und Bannern nicht vorbei. Schildchen wie "Netscape Now" oder "Internet Explorer" prangen auf fast jeder Homepage und belästigen Besucher.

Wer Ansprüche vertritt, kann sich das nicht leisten. Eine lieblos zusammengewürfelte Garnitur bunter Icons signalisiert abgedroschene Meinungen und gibt zu verstehen, daß sich hier jemand auskennen möchte. Wen interessiert ein Netscape Button? Den gibt es millionenfach und die Information, die er vermittelt, ist komplett nutzlos. Webworker überschätzen völlig das Interesse Ihrer Besucher an Softwarefragen. Wer zu Ihnen kommt, hat sich bereits für ein Produkt entschieden. Missionarischer Eifer in Sachen Browser ist fehl am Platze. Überlassen Sie das einschlägigen Seiten und halten Sie sich heraus. Vielleicht kommen Ihre Besucher vorzugsweise aus dem "gegnerischen" Lager. Das hinterläßt unguete Gefühle und hindert die Leute, sich mit den eigentlichen Zielen Ihrer Arbeit zu befassen.

Natürlich können Sie statt eines simplen Links ein Icons benutzen - wenn es angebracht ist. Wenn das Ihr Thema ist oder Sie auf eine wichtige Aktion hinweisen müssen. Wer aber gedankenlos all das aufreihet, was er auf anderen Seiten hat zusammenklauben können, lenkt vom Wesentlichen ab.

Machen Sie gern kostenlos Werbung für andere? Gefällt es Ihnen, wenn Ihre Besucher zu Ihrem Provider oder zur nächstbesten Suchmaschine weiterklicken, weil Sie Ihnen die Gelegenheit dazu geben?

Abgedroschene Schildchen werden von Homepagebastlern wie Orden präsentiert, die sich jeder gern an die Brust heftet. Ein wenig von dem Ruhm der Schildermacher färbt schließlich auch auf mich ab. Vergessen Sie das! Die Orden, die hier zur Schau getragen werden, sind schale Karnevalstrophäen, die jeder haben kann. Auf die Sie verzichten sollten, weil Sie ansonsten auch die gelungensten Seiten auf das Niveau von Anfängern herunterprügeln.



Ingenieurbüro I T
Dipl.-Ing. K.Wicht
Ruhrallee 3 5
44139 Dortmund
Tel: 0231-9 12 25 10
Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de
email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Zehn Todsünden - so werden Sie Ihre Besucher gleich wieder los

Wenn Sie hier nicht aufpassen, dringt das Publikum erst gar nicht zu Ihren Inhalten vor. Ihre Site wird weggeklickt, bevor Sie Produkte, Infos oder Leistungen zeigen können.

1. Die Seite lädt und lädt - und es gibt nichts zu lesen.
2. Diverse Werbebanner vor dem eigentlichen Inhalt. Nicht unwahrscheinlich, daß eines davon interessanter ist ...
3. Man findet den Eingang zu den eigentlichen Inhalten nicht. Es ist erstaunlich wie Autoren den Zugang zwischen unzähligen Buttons und Grafiken oder in komplizierten Imagemaps verstecken.
4. Wenn man ein Formular ausfüllen muß, bevor man etwas zu sehen bekommt.
5. Wenn sich unvermittelt und ungefragt neue Browserfenster öffnen. Wer sich im Fensterdschungel verliert, sucht das Weite.
6. Automatische Weiterleitungen oder Links, die auf Javascript basieren. Ohne <noscript> Tags, müssen 10-20% Ihrer Besucher draußen bleiben. Wer Pech hat, sieht gar nichts.
7. Frames ohne <noframes> Tag. Auch hier sperren Sie zumindest einige Besucher aus. Bieten Sie Ihnen doch wenigstens **etwas** an.
8. Ausschließlicher Einsatz von Imagemaps. Pech für Leute in Eile, die ihre Grafikanzeige ausgeschaltet haben.
9. "Pseudovideos" als Eingangstummel. Mittels [Meta Refresh](#) werden diverse Seiten hintereinandergeschaltet. Links gibt es nicht. Da verliert man schnell die Geduld.
10. Prima, wenn Sie viel zu erzählen haben. Aber plaudern Sie nicht schon auf der Startseite, heben Sie sich das für die "Private Ecke" auf.

Nachtrag:

Multimediadesigner mögen Shockwave, Besucher nicht immer. Sie müssen schon sehr gut sein oder ausnehmend Wichtiges anzubieten haben, wenn Sie ein Plug-In als Eintrittskarte verlangen dürfen.



Dr. Web Know-how für Webworker

Wie geht das in HTML?

An dieser Stelle möchten wir Ihr Augenmerk auf einige Befehle und Probleme richten. Auf Dinge, die leicht zu übersehen sind. Und auf HTML-Befehle, die selten oder nur unvollständig angewendet werden.

Images richtig einbinden:

Damit man sich auch bei abgeschalteter Grafikanzeige zurechtfindet gibt's den ALT Tag. Außerdem wird der Text beim drüberfahren mit der Maus angezeigt. Damit ein Browser Text vor den Grafiken laden kann, müssen alle Images mit Angaben zu Width und Height ausgestattet werden. Nun wissen Text und Grafik, wo sie hin gehören und beim Seitenaufbau ruckelt's nicht mehr so.

```
(Angaben in Pixel)
```

ALT-Tags

Es genügt nicht, einfach die automatischen Voreinstellungen der Editor Software zu übernehmen. Frontpage 3.0 z.B. setzt ALT Tags nach folgendem Muster ein: logneu.gif (5654kb). Was soll ein Gast damit anfangen? Nutzen Sie diese Möglichkeiten für zusätzliche Erklärungen.

Auch einige [Suchmaschinen](#) werten ALT Tags, insbesondere wenn Sie Seiten ohne Text produzieren!

Und noch etwas: Für Sehbehinderte mit Screenreadern sind die ALT-Tags logischerweise eine wichtige Informationsquelle. Denn die sehen von all Ihren schönen Grafiken gar nichts.

Bild nahtlos links oben plazieren:

Erste Methode: in den body tag wird eingefügt: topmargin="0" leftmargin="0" - Funktioniert nur mit den Microsoft Browsern 3-4

Zweite Methode: Style Sheets:

```
<STYLE>
.tabs {position: absolute; top: 0pt; left: 0pt}
</STYLE>
<BODY...
<div class="tabs" id="tabs">
```

Funktioniert nur mit 4.0 Browsern

Dritte Methode:

Das zu plazierende Bild als Hintergrund einsetzen und entsprechend weite Ränder lassen (Breite 1680 Pixel).

Frames:

Damit sich externe Links nicht im Framefenster öffnen und sich so immer weiter verschachteln, sollte die Syntax wie folgt aussehen:

```
<a href="http://www.neuesite.com/index.html" target="_top">
```

Target="_top" können Sie natürlich auch zu anderen Zwecken einsetzen.

Frames ohne Trennlinien

```
<FRAMESET ROWS = "10%,90% " BORDER="0" FRAMESPACING="0"
FRAMEBORDER="NO">
<FRAME SRC="seite1.htm" NAME="leiste" SCROLLING="NO" >
<FRAME SRC="seite2.htm" NAME="haupt" RESIZE>
</FRAMESET>
```

Mailto Link mit vordefiniertem Subject:

```
mailto:KlausMueller@gmx.net?subject=Mein Stichwort
```

Musik auf der Homepage?

Kein Problem mit Embed. Bgsound läuft nur mit dem Microsoft Browser

```
<EMBED src="meinhit.mid" " border="0" width="51" height="15" autostart="true" loop="true"
controls="smallconsole"></EMBED>
```

Die Smallconsole ist ein winziges Kontrollelement, mit dem man die laufende Musik ausschalten kann. autostart="true" sorgt dafür, daß sich die Musik unmittelbar nach dem Laden einschaltet. loop="true" ist eine Endlosschleife

Bitte bedenken Sie, das Musik auf der Homepage häufig störend wirkt und nicht unbedingt jeder Besucher Ihren Geschmack teilt. Übrigens .wav Files verbieten sich schon ihrer Größe wegen.

Formulare

Einfache Mailto-Forms können nicht vom Microsoft Browser 3.x verarbeitet werden. Bei ca. 20% Marktanteil ein echtes Problem. Wenn Sie über kein eigenes CGI Verzeichnis verfügen, können Sie auf externe Dienstleister zurückgreifen. Die stellen Ihnen kostenlos alle Möglichkeiten eines echten CGI Mail Formulars zur Verfügung.

Image Maps mit ALT Tags:

Das sieht dann innerhalb einer Image Map wie folgt aus:

```
<AREA SHAPE="RECT" ALT="Link" COORDS="311, 2, 427, 20" HREF="link.htm">
```

Es ist ebenfalls möglich "on mouse over" Befehle einzubinden.

Höher- und Tieferstellen

Ein betagter aber recht ^{selten}eingesetzter Befehl

```
<sup>stellt den Text höher</sup>
```

```
<sub>stellt den Text tiefer</sub>
```

Besucher automatisch auf eine andere Seite weiterleiten:

Nach 10 Sekunden werden Ihre Besucher automatisch auf die Seite 2 weitergeleitet. Dieser [Meta Befehl](#) wird zwischen <head> und </head> eingesetzt.

```
<meta http-equiv="refresh" content="10; URL=seite2.html">
```

Titel für Hyperlinks

Auch das ist jetzt möglich. Versehen Sie Textlinks mit Erklärungstexten, die (analog zum Alt Tag bei Grafiken) beim Drüberfahren mit der Maus angezeigt werden:

Funktioniert nur mit MS Browser ab 4.0 und Opera ab 3.0. Sie können diesen Befehl unbesorgt einsetzen, da er von anderen Browsern ignoriert wird. Und so gehts:

```
<A HREF="link.htm" Title="Ihre Information">Link</A>
```

Beispiele finden Sie in meiner Menüleiste. TITLE können Sie auch auf Tabellen, Tabellenzeilen, Formulareingabefelder oder den Bodytext anwenden!



Ingenieurbüro I T

Dipl.-Ing. K.Wicht

Ruhrallee 3 5

44139 Dortmund

Tel: 0231-9 12 25 10

Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de

email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Frust & Frames

Wenn 2/3 aller Websites mit Frames gestaltet werden, dann hat das seine Gründe. Wenn es einen Club der "Framehasser" und Antiframe logos gibt, steckt sicher auch etwas dahinter.

Zuerst einmal sollten Sie sich als Webdesigner darüber im Klaren sein, daß nicht alle Internetsurfer so virtuos und versiert mit dem Browser umgehen können wie Sie. So mancher steht vor Rätseln und weiß möglicherweise nicht einmal die rechte Maustaste zu gebrauchen. Erschwerend kommt hinzu, daß nicht wenige Framesets unzureichend oder falsch aufgebaut sind. Zum Beispiel:

- Frame-Design für einen 17" Monitor - Scrollbalken abgeschaltet.
- Externe Links (mit möglicherweise weiteren Frames) öffnen sich in einem Frame. [Abhilfe](#)
- Zu viele Frames - 3 sollten wirklich genügen
- Beim Start leere Frames (Der Besucher soll erst wählen, er glaubt aber an einen Fehler)
- Interne Links, die sich in einem neuen Browser öffnen. Hier ist das ganze Frameset überflüssig.
- Links im (meist) linken Frame und zusätzlich im Hauptframe - verwirrend.
- Winzige Frames, in denen man nichts mehr erkennen kann.
- Verschiedene(!) Framesets auf einer Site.
- Frames werden zum Seitenklau eingesetzt, indem man ein einzelnes Frame einer Fremdsite in einem Rahmen der eigenen Site laufen läßt. Das Fremdlogo taucht dann gar nicht mehr auf. Und die Links der Fremdsite bleiben ebenfalls draußen.

- Frames um ihrer selbst willen, sind purer Unsinn. Sie müssen niemandem beweisen, daß Sie ein **Frameset codieren** können. Das kann mit der richtigen Anleitung jeder. Sie können Frames als Gestaltungsmittel einsetzen, sofern die Bedienbarkeit nicht darunter leidet. Frames können die Übersicht verbessern - Buttons und Links brauchen nicht auf jeder einzelnen Seite erscheinen und man hat sie immer im Blick. Riesige Linksammlungen oder Demonstrationen können auf diese Weise geschickt aufbereitet werden. Wer denkt, Frames würden eine Menge **Arbeit sparen**, weil bei Veränderungen nur einmal Aktualisiert werden muß, liegt falsch. Frontpage User können das über "Webbot:Einschließen" machen. Und andere Methoden (z.B. SSI oder [Hashinc](#)) gibt es auch.

Vorteilhaft sind Frames vor allem dann, wenn Sie Werbung treiben wollen. Schließlich muß jeder auf das Frameset zugreifen, während sich bei Sites wie dieser die Besucher auf eine große Zahl von Seiten verteilen. Auch den Auftraggeber freut's, denn so ist seine Anzeige selbst beim Scrollen ständig im Blickfeld potentieller Kunden.

- Nicht alle Browser können Frames anzeigen, wohl aber die allermeisten. Aber je nach Browser gibt

es Probleme beim Ausdrucken oder Abspeichern einzelner Seiten.

- Frames schränken den ohnehin knappen Platz auf dem Monitor noch weiter ein.
- Tastaturbefehle wie etwa das Scrollen funktionieren nicht wie gewohnt, denn das jeweilige Frame muß erst durch einen Mausklick aktiviert werden.
- Bookmarks können nicht auf einzelne Seiten gesetzt werden.
- Der "Back" (Zurück) Button funktioniert innerhalb eines Framesets nicht mit allen Browsern - z.B. Netscape 2.0.
- Es wird nur der Titel des Framesets angezeigt, nicht die Überschriften der einzelnen Seiten.
- Links auf Frameseiten sind ein Problem: Möchte zum Beispiel jemand auf unsere [Trickkiste](#) verweisen, gibt er einfach die entsprechende URL an. Würde Dr. Web ein Frameset verwenden, müßte man auf die Indexseite linken. Die empfohlene Seite muß der Besucher dann selbst suchen.

Frames und Suchmaschinen

Manche Suchmaschinen folgen nicht den Links auf der Framestartseite. Die Folge: Nur eine einzige Seite, und die ist ohne Inhalt, wird indiziert. Manche indizieren gar nur den Text zwischen den Noframes Tags.

Dr. Kalb von **Fireball** schrieb uns dazu: "Hintergrund ist die Tatsache, dass Frames eigentlich eine Grundregel jedes Webindexers verletzen, naemlich 1 Seite = 1 URL. Dies hat zur Folge, dass viele Suchmaschinen entweder Frames-Seiten gar nicht indexieren koennen, oder nur die Source-Seiten, so dass der Frame aus der Fundstellenanzeige heraus nicht mehr navigierbar ist. Wir loesen das, indem wir die Source-Dokumente mit dem Top-Level-Frame in einem Datensatz zusammen verwalten."

Findet jemand dann doch eine Frameseite in einer Suchmaschine, hat er möglicherweise Probleme mit der Navigation, weil ihm das eigentliche Frameset fehlt. *Siehe oben.*

Dazu verriet uns Bernd Schmidl folgenden Tip:

Bei Frames wird ja eigentlich nur der Titel der Startseite (index.htm) angezeigt. Auf allen anderen Seiten schreibt man in die <titel> Tags: "Bitte rufen sie index.htm auf" Nun kann jeder das ganze Frameset aufrufen, falls er weiter auf den Seiten surfen will.

Einen kleinen Haken hat die Sache, druckt jemand diese Seiten aus, hat er jeweils als Überschrift: "Bitte rufen sie index.htm auf"

Eine andere Möglichkeit wäre, am Ende jeder Seite die Adresse des Framesets einzusetzen mit einem Hinweis wie diesem: "Fehlt die Navigationsleiste? Bitte hier klicken!"



Ingenieurbüro I T

Dipl.-Ing. K.Wicht

Ruhrallee 3 5

44139 Dortmund

Tel: 0231-9 12 25 10

Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de

email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Besucher ärgert man am besten mit Javascript ...

Javascript als HTML Erweiterung ist eine prima Sache. Man kann damit Formulare prüfen und Umlaute ermöglichen. Javascript öffnet maßgeschneiderte Fenster, wechselt Bilder bei Mausberührung aus und einiges mehr. Die Sache hat nur einen Haken ...

Vergessen Sie Javascript, denn Javascript funktioniert nicht. Es ist eine höchst wackelige Angelegenheit. Einige Browser verstehen es nicht, andere interpretieren es auf eigene Weise. Das praktische Ergebnis ist nicht selten eine Fehlermeldung. Javascript funktioniert auch dann nicht zuverlässig, wenn Sie Object Detection einsetzen und mit allen Browser testen, die Sie erreichen können. Schuld haben natürlich die Browserfabrikanten, die auch hier ihr eigenes Süppchen zu kochen versuchen.

Wer Javascript als Navigationshilfe einsetzt, ist selber Schuld, wenn jeder zweite Gast eine Kehrtwendung macht und lieber da surft, wo er die gesuchten Dinge ohne Schnickschnack und Wartezeiten bekommen kann. Wenn Fenster nicht so angezeigt werden, wie Sie sich das als Webmaster gedacht haben, wenn in einem Frame plötzlich gar kein Link funktioniert, dann ist Javascript im Spiel; und der Gast ist weg und kommt auch nicht wieder.

Javascript belastet den Arbeitsspeicher des Computers und zwingt selbst Maschinen mit 64MB in die Knie, wenn Sie nur lange genug damit surfen. Stürzt der Browser gar ab, dürfen Sie in der Hölle schmoren..

Grafiken per "on mouse over" auswechseln ist ein smarterer Effekt - vorausgesetzt nur Sie kennen die Methode. Und wenn das so wäre? Der Code Ihrer HTML Page würde sich locker verdoppeln und alle Grafiken müßten gleich zweimal geladen werden. Schade, denn ein Teil Ihrer Gäste kann es noch nicht einmal sehen.

"on mouse over" in der Statuszeile ist zumeist genauso nutzlos wie überflüssig. Bei Grafiken haben Sie den [ALT Tag](#) zur Verfügung, der direkt am Bild gezeigt wird und auch optisch attraktiver ist (ab Browser Version3.0). Und Textlinks sagen selbst, wohin sie führen - Sie brauchen nur sinnvolle Formulierungen zu erfinden.

Unnötig zu erwähnen sind lästige Spielereien, Ticker und Uhren. Ein Ticker verbietet sich schon deshalb, weil dieser Effekt [overused](#) ist und auf den meisten Seiten für halbgare Botschaften eingesetzt wird. Uhren schließlich sind ein Hohn, schließlich hat der Durchschnittswesteuropäer selbst 4,4 Zeitanzeiger im Besitz.

Zitat aus einem Javascript Forum (bezieht sich auf das Öffnen von neuen Fenstern)

"Die Position des Fensters kann man erst in den 4-er Versionen definieren. Außerdem funktioniert

onMouseout beim MSIE 3.02 nicht. Du könntest aber im Hinweisfenster einen Button zum Schließen einbauen. Du kannst ja auf das "onMouseout" verzichten und stattdessen im Hinweisfenster eine Funktion einbauen, die das Fenster nach einer gewissen Zeit wieder schließt."

Verzichten Sie auf schale Zaubertricks und investieren Sie Ihre Zeit in Nutzen und Inhalt. Ihre Besucher werden es Ihnen danken.

Wenn Sie Javascript als Navigationshilfe einsetzen müssen, benutzen Sie `<noscript></noscript>`. Alles was innerhalb der Klammern steht, wird von nicht Javascript fähigen Browser oder solchen mit abgeschalteter Funktion angezeigt. Hier können Sie zum Beispiel Links unterbringen. Das ganze funktioniert analog zum `<noframe>` Tag.



Ingenieurbüro I T

Dipl.-Ing. K.Wicht

Ruhrallee 3 5

44139 Dortmund

Tel: 0231-9 12 25 10

Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de

email : service@kwicht.de



Hits, Hits, Hits - Mehr Besucher für Ihre Seiten

Es gibt viele Möglichkeit, mehr Besucher auf die eigenen Seiten zu locken. Was sich lohnt, und was nicht funktioniert, lesen Sie im Überblick.

Bannertausch ist die auffälligste Methode. Doch eine Garnitur zuckenden und flackernder Werbeschildchen macht eine Site unattraktiv und wird schnell als Belästigung empfunden. Banner ziehen die mühsam angeworbenen Besucher gleich wieder auf andere Seiten fort. Ein nutzloses Recycling aufgewärmter Ideen. Dr. Web empfiehlt Zurückhaltung. Auch deshalb, weil das Netz von Bannern nahezu überschwemmt wird. Seiten ohne Werbung wirken dagegen wie freundliche Oasen.

Eine Vielzahl von **Services** wie Webhits, Webcharts, Recommend-it oder Hitbox verspricht eine kräftige Durchblutung Ihrer Seiten. Oft profitieren nur die Services, die Werbeplätze verkaufen können.

Die älteste und erfolgreichste Methode ist die einfachste. Tauschen Sie **Links** mit thematisch verwandten Sites. Auch Dr. Web profitiert überproportional von den Empfehlungen anderer. Homepages ohne bestimmtes Thema können Links mit Gleichgesinnten tauschen. Bauen Sie eine Linkseite auf der Sie andere Homepages vorstellen. Schreiben Sie worum es geht, wie die Seiten heißen und was Ihnen besonders gefällt. Webmaster sehen es gern, wenn Ihre Seiten erwähnt und gelobt werden. Sparen Sie sich Links auf Seiten wie Stern, Pro7 oder Yahoo. Damit langweilen Sie nur. Davon profitieren nur die anderen.

Wenn Sie wissen wollen, wer jetzt schon auf Ihre Seiten linkt, benutzen Sie z.B. Fireball oder Altavista: `link:http://www.ihresite.com/`

Einige Suchmaschinen wie etwa Lycos (WOW) oder Fireball unterhalten selbst thematisch sortierte und redaktionell betreute Linklisten. Es lohnt sich, dort aufgenommen zu werden.

Einen **Award zu vergeben** ist zumindest theoretisch eine lohnende Sache. Unglücklicherweise sind die meisten Awards die Bytes nicht wert, aus denen sie gemacht sind. Entsprechend stiefmütterlich werden sie behandelt. Nur Anfänger sind stolz auf zweifelhafte Auszeichnungen, die von Amateuren vergeben werden. Besucher bringt das nicht. Einen anerkannten Award aufzubauen, ist schwierig, klappt nur, wenn Sie eh viele Besucher haben und braucht Zeit.

Einen solchen **Award zu bekommen** ist da schon interessanter. Web.de verschickt zusammen mit dem Cool Spot sogar eine gedruckte Urkunde. Die Auszeichnung bringt viele Hits, solange Sie auf der Neuheitenliste stehen. Danach tut sich nicht all zu viel.

Aktuelle und wechselnde Inhalte sorgen für immer wiederkehrende Besucher. Wenn Sie regelmäßig echte Neuigkeiten oder neues Material anbieten können, machen Sie aus Gelegenheitssurfern Stammkunden. Kostenlose Angebote oder Dinge, die man sonst nicht findet, helfen ebenfalls.

Beständige Arbeit zahlt sich ebenfalls aus. Feilen Sie an Inhalten und Benutzerführung, checken Sie sowohl interne als auch externe Links regelmäßig. Mitunter werden längst erloschene Seiten auf Monate oder gar Jahre in den Suchmaschinen geführt. Ein Potential, das Sie zurückgewinnen können.


Eine intensive und sorgfältige **Pressearbeit** kann Sie berühmt machen. Das klappt, wenn Sie besondere, wichtige oder aktuelle Inhalte anzubieten haben. Oder wenn Ihre Site in einem revolutionären Design daherkommt. Nachteil: Presseleute schreiben entweder ab oder das, was Sie nicht über sich lesen möchten.

Wer gern im Mittelpunkt steht und am liebsten von sich selbst erzählt, ist in **Foren und fremden Gästebüchern** gut aufgehoben. Weisen Sie bei jeder Gelegenheit auf die passende Webseite hin - natürlich Ihre.

Suchmaschinen bringen weniger als man vermuten könnte, machen aber viel Arbeit. Sie müssen sich nicht nur überall anmelden und alles im Auge behalten. Ihre gesamte Site muß für Suchmaschinen optimiert werden. Langfristig gesehen ist Ihre Zeit sinnvoll investiert. Suchmaschinen bringen einen dünnen, aber stetigen Strom von Besuchern.

Gewinnspiele, sofern Sie sich das leisten wollen, können kurzzeitig eine Menge bringen. Besonders dann, wenn Sie ihre Aktionen bei entsprechenden Diensten annoncieren. Nachteil: Solche Sites schwemmen Ihnen eine Unzahl von Schnorrern und Schmarotzern herein, die an Ihren Inhalten oder Angeboten nicht die Bohne interessiert sind. Gewinnspiele eignen sich deshalb vor allem für neue Sites und solche die Werbung verkaufen. Davon abgesehen ist ein attraktives und ehrliches Gewinnspiele eine Bereicherung für jede Site.

Auch **Umfragen** können Ihre Seiten aufwerten - sofern auch die Besucher Interesse am Ergebnis haben. Nur deswegen wird aber niemand kommen.

Webringe werden hierzulande kaum eingesetzt, während sie in Übersee wie Pilze aus dem Boden geschossen sind. Dutzende oder hunderte von thematisch verwandten Websites werden wie Glieder einer Kette aneinander gehängt. Mitmachen ist kostenlos und der Service auch für die Besucher interessant. Webworker sollten Werner Manssdörfers  [German Webmaster Ring](#) in Erwägung ziehen.

Wenn Sie regelmäßig mehr als nur ein Designupdate zu vermelden haben, können Sie einen **Newsletter** herausgeben. So rufen Sie sich laufend in Erinnerung und können neue Rubriken oder Leistungen einer erklecklichen Anzahl von Interessenten mitteilen. Newsletter sind ein langfristiges Engagement.

Rufen Sie **Aktionen** ins Leben. Stellen Sie sich vor, Sie hätten die Blue Ribbon Campain erfunden. Spektakuläre Aktionen finden überall Gehör, und die Presse ist ganz vernarrt in solche Geschichten. Vielleicht gelingt Ihnen der große Wurf ...



Ingenieurbüro I T
Dipl.-Ing. K.Wicht
Ruhrallee 3 5
44139 Dortmund
Tel: 0231-9 12 25 10
Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de
email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Die Werbeflut im Netz

Der einzige Zweck eines Banners besteht darin, die Besucher von Ihren Seiten wegzulocken - mit allen Mitteln! Und Sie lassen das freiwillig geschehen?

Wenn ich private oder semiprofessionelle Homepages unter die Lupe nehme, dann begegnen mir Klick für Klick Werbebanner. Kaum eine private Homepage, die auf diesen "Service" verzichten mag. Um Besucher anzulocken, werden nicht selten drei oder vier Reklamebildchen untereinandergeklebt. Das ist schön bunt und ein willkommener Ersatz für nicht vorhandene Inhalte. Sie wissen nicht einmal **was** da auf Ihren Seiten erscheint.

Jeder will mehr Hits, und dafür tut man, was man kann. Meine Homepage wirbt für Deine Homepage. Vorbilder gibt es auch, schließlich haben die Suchmaschinen damit angefangen. Aber die Realität sieht böse aus. Der überwiegende Teil der angezeigten Grafiken ist kommerziell, davon leben die organisierenden Werbedienste. Kontrollieren kann das keiner.

Die Dummen sind in erster Linie die ausgenutzten Betreiber kleiner Homepages, aber die haben immerhin ein paar Hits mehr. Angeschmiert ist auch der Gast, der kaum noch etwas ohne Werbung ansehen kann. Die allgemeine Überlastung des Netzes und die nur bedingte Professionalität mancher Anbieter (Software und Server genügen) tun ein übriges. Ein Teil der schönen Werbewelt wird gar nicht erst angezeigt, hält durch lange Ladezeiten auf und verschandelt die sorgsam gestalteten Seiten. Mit einem Übermaß an Bannern vertreiben Sie auch den letzten gutwilligen Besucher.

Je mehr Banner wir haben, desto geringer die sogenannte "click through ratio", Sie finden immer weniger **Beachtung**. Das führt uns unweigerlich zu animierten und tönenden Bildern mit CGI Unterstützung und Großformat. Die Inhalte der eigenen Site verkümmern zur bloßen Dekoration. Dagegen ist Fernsehwerbung harmlos, denn Fernsehen kennt keine Frames! Jedenfalls noch nicht.

Banner bringen Hits, aber haben Sie einmal daran gedacht, daß all die bunten Bildchen vielleicht gar das Gegenteil von dem bewirken, was Sie erreichen möchten? Sie zerstören Ihr Design und locken die mühsam angeworbenen Besucher von Ihren Seiten fort.

Geschickte Bannerdesigner wissen das zu nutzen. Moderne Banner beinhalten echte Dropdownmenüs, kommen in raffinierter Verkleidung oder als Imagemap daher. Der ahnungslose Besucher wendet seinen Blick auf das Banner, klickt ... und landet beim nächsten Angebot. Und dort setzt sich die Sache fort. Alle klicken immer schneller, die Counter rotieren, die **Bannerdienste** verdienen. Aber Ihre Botschaften und Leistungen, das wofür Sie letztlich all die Mühe auf sich genommen haben, die registriert keiner mehr.

Geocities, als einer der großen Anbieter von kostenlosem Webspaces, nutzt die unzähligen Seitenabrufe von privaten Homepages, zu Experimenten. So wurden vor Weihnachten zwischen die Seitenabrufe Werbeseiten eingefügt. Verfügte die angewählte Seite über ein Frameset, hatten Sie mitunter das Vergnügen in allen Fenstern gleichzeitig die Botschaften des Serverbetreibers bestaunen zu dürfen. Seitdem blendet Geocities beim Aufruf einer Site ein Werbefenster ein. Besser, aber immer noch sehr lästig. Nachahmer haben sich bereits gefunden.

Neue Bannerdienste versprechen "**Geld verdienen mit der eigenen Homepage**" und locken mit echter Kohle. Mal im Ernst, wer würde dafür bezahlen, auf einer bestenfalls durchschnittlichen Homepage mit privaten Inhalten und ein paar Links Werbung zu treiben? Selbst ein paar Tausend Hits im Monat sind werbewirtschaftlich gesehen gar nichts. Das ergibt Prämien, die sich im Laufe eines Jahres zu bestenfalls größeren Pfennigbeträgen aufaddieren und möglicherweise wegen Geringfügigkeit niemals ausgeschüttet werden.

Neueste Erungenschaft auf dem Gebiet der Onlinewerbung sind sogenannte Pushbanner. Hier wird Javascript benutzt, um Banner mit tatsächlichen und veränderbaren Inhalten auszustatten. So werden Laufbänder mit real-time Preislisten oder Kursen möglich. Pushbanner reagieren auf Usereingaben

Wenn schon Bannerwerbung, dann konsequent. Folgende Ratschläge (hier auszugsweise) sind das Ergebnis einer Umfrage des Stern.

- Die durchschnittliche Click-Through Rate variiert von unter 1% bis über 15%.
- Animierte Banners können die Click-Through-Rate um bis zu 25% steigern.
- Ein anziehendes Angebot auf dem Banner ist extrem wichtig.
- Attraktiver ALT-Text für die 10-15% User, die den Autoload von Grafik abgeschaltet haben.
- Steht das Banner im Zusammenhang mit dem Seiteninhalt, bringt es bessere Click-Through-Raten.
- Banner sind nach zwei Wochen verbrannt.
- Die Worte "Klick!" und "Gratis" auf dem Banner erhöhen die Response.
- Der Zeitfaktor hilft ("Nur heute!")
- Ein Banner mit einer Frage erhält ca. 16% mehr Clicks.
- Call-to-Action Banners erhöhen die Click-Throughs um 15%.



Ingenieurbüro I T

Dipl.-Ing. K.Wicht

Ruhrallee 3 5

44139 Dortmund

Tel: 0231-9 12 25 10

Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de

email : service@kwicht.de

Dr. Web Know-how für Webworker

Suchmaschinen Tips

Verbindliche Regeln gibt es nicht, da alle Suchmaschinen nach einem anderen, ausgeklügelten Prinzip funktionieren. Diese Suchalgorithmen werden laufend verändert und erweitert.

So indizieren Altavista, Hotbot, Lycos, Infoseek und Fireball Keywords und Contentangaben in den [Meta Tags](#), während Open Text, Excite und Webcrawler nur den Text einer Seite berücksichtigen.

Open Text begnügt sich dabei mit den ersten 100 Worten. Wichtig sind hier Textauszeichnungen (bold, strong) und hierarchische Gliederungen (H1-6). Der Webcrawler berücksichtigt außerdem die Zahl der Links, die auf Ihr Angebot verweisen! Je wichtiger und prominenter eine Site, desto nützlicher für die Surfer, so die dahinterstehende Logik. Natürlich können Sie da ein wenig nachhelfen.

Indiziert werden in der Regel nur .htm Seiten. Fireball kümmert sich nur um deutschsprachige HTML-Seiten, d.h. Seiten mit der Endung .htm oder .html, also keine dynamischen Web-Seiten. Javascript wird ebenfalls indiziert und zerstört Ihren Eintrag, sofern Sie keine Metatags einsetzen.

Wie lange dauert es, bis meine Seiten in einer Suchmaschine erscheinen?

Am schnellsten geht es bei Infoseek, dort können Sie beinahe sofort das Resultat überprüfen. Fireball braucht etwa 24 Stunden, Excite am anderen Ende an die 4 Wochen.

Was ist ein "robots.txt"?

Roboter oder Spider nennt sich die Software, die Suchmaschinen benutzen, um Seiten zu indizieren. Solche robots - sie heißen zum Beispiel "scooter", "slurp" oder "heavymetal" - erwarten einen extra für sie geschriebenen robots.txt. Enttäuschen Sie sie nicht! Die Datei muß im Stammverzeichnis liegen.

Meine Roboter Info

User-agent: webcrawler

User-agent: hotbot

User-agent: *

Disallow: /geheim

Disallow: geheimnis.htm

Sie können wie im obigen Beispiel die Namen der willkommenen Robots angeben oder alle einladen (*). Mit Disallow geben Sie Verzeichnisse oder Dateien an, die für den Suchroboter verschlossen bleiben sollen. Kommentare können eingetragen werden - mit vorangestelltem #.


Ideenreichs Robots.txt wird im Durchschnitt zweimal pro Tag von Robotern gelesen.


Warum wird meine Homepage bei Geocities oder Compuserve nicht gefunden?

Auch wenn Sie sich noch so oft anmelden und die schönsten Meta Tags schreiben können, manche

Spider indizieren nur eine bestimmte Anzahl von Seiten pro Site. Da Geocities eine Unzahl von Seiten unter einer einzigen Adresse (geocities.com) unterhält, haben Sie keine Chance. Indiziert wird nur ein Bruchteil aller Seiten.

Submit und Announce Services

↗ [Submit-It](#)  ist die Mutter aller Dienste. Die Zahl der Dienste, die kostenlos angemeldet werden können, schwankt. Tendenz fallend. Für Profis und Firmen gibt es verschiedene kostenpflichtige Varianten.

↗ [Der Submit Wolf](#)  ist eine preiswerte Software (65\$) mit der man sich bei über 700 Suchmaschinen und Listen eintragen kann. Unschön: Werbelisten und Spamverzeichnisse retournieren eine Menge Emailmüll. Das schlanke Programm bietet vielfältige Konfigurationsmöglichkeiten. Die Testversion ist gratis.

Es gibt inzwischen zahlreiche deutschsprachige Dienste. Kostenlos und empfehlenswert sind ↗ [Ultra Submit](#) - einfach zu handhaben mit Live-Ausgabe der Ergebnisse und ↗ [Alpha Search](#) - hier können Sie sich bei etwa 18 Suchmaschinen anmelden. Desweiteren ↗ [klug-suchen.de](#), ↗ <http://www.virtual.ch/submit/> und ↗ [Eintragsfritz](#).

Von Diensten wie etwa F.U.S.S. sollten Sie Abstand nehmen. Nicht nur, daß Sie zur "Strafe" deren Banner auf die Homepage nehmen müssen. Sie werden bei völlig unbedeutenden Diensten angemeldet. Einen Hit bekommen Sie vor dort nie, wohl aber jede Menge Junkmail.

Links

↗ searchenginewatch.com

Bietet umfassende Informationen zum Thema Suchmaschinen. Außerdem kann ein regelmäßiger Infobrief kostenlos bezogen werden.



Ingenieurbüro I T

Dipl.-Ing. K. Wicht

Ruhrallee 3 5

44139 Dortmund

Tel: 0231-9 12 25 10

Fax: 0231-9 12 25 11

Website : www.kwicht.de

email : service@kwicht.de