

## Website Design & Promotion

von B. Buess, Direktor NetConsult AG

Das Internet und insbesondere die WWW-Technologien als Basis für Informationsdienste und e-Commerce-Anwendungen breiten sich immer weiter aus. Geschäftsabwicklung über das Internet, wie z.B. Buchen einer Ferienreise sind schon heute problemlos möglich. Angesichts dieser Tatsache wird es immer wichtiger, dass die Angebote in der Informationsflut auch gefunden werden. Ein Mittel dazu sind die sogenannten Such- und Verzeichnisdienste. Die nachfolgende Einführung in Form einer Checkliste zeigt, auf was es dabei ankommt und was es zu beachten gilt. Alles Punkte die letztendlich über Erfolg oder Misserfolg im Internet-Business entscheiden.

### Marktanalyse und Verkehrsverhalten

Die aktuellen und vorausgesagten Benutzerzahlen zeigen, das Internet ist nicht mehr aufzuhalten. Damit einher geht auch der kommerzielle Erfolg der grossen Internet Firmen wie Yahoo, AltaVista, Infoseek, Lycos, MS-Network, etc., die alle unter den Top-10 Internet Grossverdiener in 1998 zu finden sind.

**Benutzer heute:** ca. 160 Mio. Feb. 99

**Prognostiziert:** ca. 377 Mio. im Jahr 2000

Auch die Adaptionenkurve zeigt, kein Medium konnte sich so rasch durchsetzen wie das Internet (siehe Fig. 1), wobei auch heute E-Mail immer noch die am meisten eingesetzte Anwendung ist.

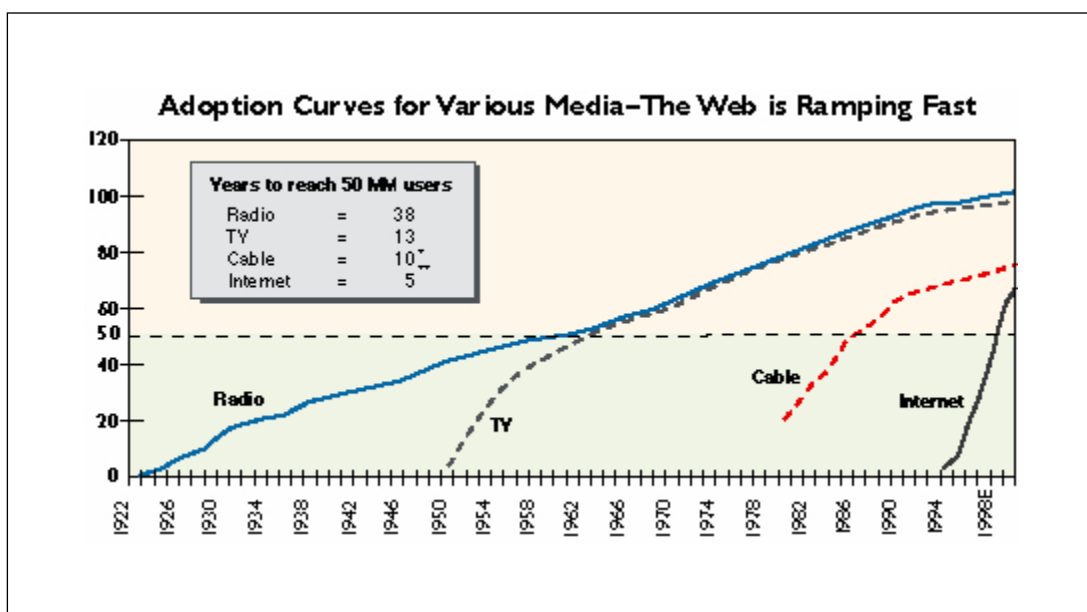


Fig. 1: Internet im Vergleich (Quelle: Internet advertising bureau)

Die wichtigsten Internet-Anwendungen sind:

- 97%** E-Mail
- 95%** World-Wide-Web
- 78%** File Transfer
- 41%** Newsgroups/Newsnet

Für den kommerziellen Anbieter im Internet sicher wichtiger ist die Frage, wie Benutzer auf eine Website aufmerksam werden. Untersuchungen dazu zeigen, dass etwa 3/4 aller Benutzer direkt via online-PR (Link, Suchmaschine, Banner) auf eine Website geführt werden. Andererseits wird die schwierige Produktesuche als eines der Hauptprobleme für den Erfolg von e-Commerce angeführt (>33%).

Wie werden Benutzer auf eine Internet Website aufmerksam? (*Quelle*: Smartbooks, F. Hertz)

- 33%** Link, Linkliste
- 30%** Suchmaschine
- 13%** Empfehlung
- 12%** Werbebanner
- 12%** Pressebericht

Unbestritten spielen Suchmaschinen und Verzeichnisse für die Benutzer eine wichtige Rolle bei der Informationssuche im Internet.

### **Suchmaschinen und Verzeichnisse**

Suchmaschinen und Verzeichnisse bestehen im wesentlichen aus Datenbanken mit Referenzen auf Web-Dokumente, wobei die Referenzen auf Suchbegriffen basieren. Die wesentlichen Unterschiede dabei sind:

Bei den **Suchdiensten** wie z.B. AltaVista werden die Datenbanken automatisch erstellt, d.h. die Indexierung der Suchbegriffe erfolgt durch Programme (Robots, Spider oder Crawler genannt), die die Websites im Internet periodisch besuchen und dabei automatisch einen Index der Suchbegriffe erstellen und in der Datenbank ablegen.

**Verzeichnisse** (bzw. Verzeichnisdienste) wie z.B. Yahoo sind redaktionell betreute Datenbanken, d.h. die Kategorisierung erfolgt durch die redaktionellen Mitarbeiter aufgrund der Website-Inhalte.

Für die Anmeldung von Websites bei Suchmaschinen reicht es meist den Link (URL) anzugeben. Bei den Verzeichnissen sind im allgemeinen detaillierte Informationen wie Stichworte, Kurzbeschreibung, Ansprechperson, etc. anzugeben, wobei der Detaillierungsgrad je nach Verzeichnisdienst unterschiedlich ist.

Daneben gibt es noch eine Reihe von Mischformen und weiteren Kategorien wie:

- *Hybride Suchdienste*, d.h. Suchdienste kombiniert mit Verzeichnissen wie z.B. AltaVista mit LookSmart Directory.
- *Meta-Suchdienste* (Meta-Search-Engines oder -Directories) die eine Informationssuche in verschiedenen Suchdiensten gleichzeitig, und/oder die Suche über Web, Usenet, News, FTP, etc. erlauben (z.B. www.dogpile.com)
- *Länderspezifische oder regionale Suchdienste und Verzeichnisse* (z.B. www.swissguide.ch)

- Zielgruppen-/themenspezifische Verzeichnisse

Die wichtigsten international relevanten Suchdienste sind:

- AltaVista [www.altavista.com](http://www.altavista.com)
- Yahoo [www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)
- Lycos [www.lycos.com](http://www.lycos.com)
- Infoseek [www.infoseek.com](http://www.infoseek.com)
- Excite [www.excite.com](http://www.excite.com)
- WebCrawler [www.webcrawler.com](http://www.webcrawler.com)
- HotBot [www.hotbot.com](http://www.hotbot.com)
- Search.com [www.search.com](http://www.search.com)
- Northern Light [www.nlearn.com](http://www.nlearn.com)
- AOL NetFind [www.aol.com/netfind/](http://www.aol.com/netfind/)

***Wesentlich dabei ist die Tatsache, dass ca. 90% der Internet-Benutzer bei der Informationssuche einen oder mehrere der bekannten Suchdienste einsetzen.***

Aus Benutzersicht bestehen dabei nur marginale Unterschiede, so z.B. bei den Möglichkeiten der Stichwortsuche oder der Suche nach Textstellen bzw. ganzen Sätzen, sowie bei den angebotenen Möglichkeiten der Verknüpfungen mit Operatoren (AND, OR, etc.). Das Grundproblem bleibt in allen Fällen– *wie finde ich die gesuchte Information im Internet?*

Aus Website-Betreibersicht bestehen relevante Unterschiede, die zum Teil auch für die Rangierung bei den Suchergebnissen massgebend sind. Die Indexierung bzw. der Eintrag einer Website erfolgt meist nach:

- Schlüsselwörter, Beschreibung (meist Meta Tags), wobei diese z.T. auch 'case sensitiv' behandelt werden, d.h. Website≠website≠WEBSITE
- Titel (Headerinformation)
- Beschreibung, Abstract (Headerinformation)
- Website Inhalt (lesbarer Text), Kommentare
- Wörter (Wiederholungen, Lage)

### **Web-Design Tips**

Die folgenden generellen Grundsätze sollten in jedem Web-Projekt berücksichtigt werden:

- Das Informationsangebot muss auf die Zielgruppen (Surfer, Kunden, Lieferanten, SW-Anwender, etc.) ausgerichtet und entsprechend deren Bedürfnissen aufbereitet und angeboten werden (z.B. Shopping, Banking, SW-Download, News, etc.).
- Das Angebot soll attraktiv sein und für den Benutzer einen realen Mehrwert darstellen (indem er beispielsweise im Falle von Internet-Shopping etwas einfacher, bequemer oder günstiger bestellen kann). Attraktive Angebote im Internet führen automatisch zu steigenden Besucherzahlen, damit zu einer grösseren Bekanntheit, was die Besucherzahlen weiter steigen lässt.
- Ein Web-Projekt erfordert ein projektorientiertes Vorgehen in Phasen mit einer entsprechenden Methodik. Aus unserer Sicht hat sich die Unterteilung in die folgenden Phasen bewährt:

- Informationskonzept
- Prototyping
- Produktionskonzept, Produktion
- Betriebskonzept, Betrieb und Ausbau

(vgl. auch: <http://www.netconsult.ch/gu.htm> oder <http://www.netconsult.ch/methode.htm>)

Weitere grundlegende Design Regeln die vorallem auch in Bezug auf die nachfolgenden Promotion der Website eine Rolle spielen sind:

*Entscheide bezüglich der eingesetzten Technologien:*

- Sollen Frames eingesetzt werden? Dabei handelt es sich um einen Grundsatzentscheid wobei je nach Sichtweise (Benutzer - Betreiber) der einen oder anderen Lösung der Vorzug gegeben wird. Interessanterweise verzichten fast alle grossen Websites (IBM, Compaq, Cisco, etc.) auf Frames. Beim Einsatz von Frames sind in jedem Falle <NOFRAMES> tag zu verwenden verwenden.

(vgl. auch: [www.kso.co.uk/de/tt/wd005.html](http://www.kso.co.uk/de/tt/wd005.html))

- Einsatz von Java-Applets und Java-Script? Hier ist für diejenigen Benutzer die diese Technologien in Ihren Browsern ausgeschaltet haben eine Alternativnavigation vorzusehen. Sie können dies bei den nachfolgenden Beispielen selber testen:

vgl. Bsp.: [www.admin.ch/bawi/](http://www.admin.ch/bawi/) (Java-Applet)

vgl. Bsp.: [www.admin.ch/bfe/](http://www.admin.ch/bfe/) (Java-Script)

*Design Regeln, die vorallem bei Suchdiensten eine gross Rolle spielen:*

- Immer <TITLE>-Informationen setzen, da diese einerseits durch den Benutzer beim Setzen der Bookmarks und andererseits durch die Suchdienste verwendet werden. Dabei ist darauf zu achten, dass sinnvolle Titel/Namen, die den Inhalt beschreiben, verwendet werden, d.h. keine Titel wie 'Homepage', 'Linkliste', 'Frame-1', etc.. **Mögliche Suchbegriffe sind im Titel zu verwenden.**
- <META> tags verwenden und ausnützen. Meta Tags werden nicht am Bildschirm angezeigt, aber durch die Suchdienste oder durch den Browser verwendet. Die Meta-Tags sollten für jede Seite individuell gesetzt werden, wobei dies mittels Tools zum Teil automatisiert werden kann. Die wichtigsten sind:
  - **Description:** max. 250 Zeichen (keine Superlative!) Dies enthält den Beschrieb der Website bzw. des Angebotes wobei Schlüsselwörter möglichst am Anfang stehen sollten.
  - **Keywords:** (Stichworte oder Schlüsselbegriffe) max. 1024 Zeichen (keine Wiederholungen!) Dabei sind Wörter wie *und, oder, der, die, das*, etc. wegzulassen, da diese durch die Suchdienste ignoriert werden.

*Qualitätssicherung! Erstellen Sie ein benutzerfreundliches Informationsangebot, das durch möglichst viele Benutzer rasch und einfach genutzt werden kann.*

Der Einsatz der neuesten Technologien wird sich im Internet in jedem Falle kontraproduktiv auswirken, indem die Benutzer mit älteren Browsern von Ihrem Angebot ausgeschlossen werden (sofern nicht Alternativen angeboten werden).

Die wichtigsten Merkmale die eine benutzerfreundliche Website ausmachen sind:

- Konsistenz über alle Seiten (z.B. Layout, Navigation, Schrift, etc.)  
bei grösseren Organisationen empfiehlt sich der Einsatz von Style-Guides

- Browser-safe Area 640 x 480 Pixel (VGA-Screen)
- Download Time max. 50kB/Seite inkl. Grafiken
- Optimierte Grafiken/Bilder (Dateigrösse), ALT-Text und <IMG> tag WIDTH/HEIGHT setzen
- Image-Maps mit Text-Links ergänzen (falls Bilder ausgeschaltet)
- Browserunabhängigkeit (testen!) IE 3.0/4.0/5.0, Netscape 3.0/4.0/4.5
- Plattformunabhängigkeit (testen!) Windows, Mac, Linux, etc.
- Ausdruck von Testseiten (z.B. weisse Schrift, Tabellen, etc.)
- Linktest mit entspr. Tools (interne u. externe Links)
- Waisentest, d.h. Dateien ohne Referenzen (sofern nicht beabsichtigt)

Weitere generelle Hinweise die zu beachten sind:

- Webmaster-Referenzen mit <mailto:>
- Kontaktinformationen (Tel, Fax, Adresse) und Kontaktmöglichkeiten (Web-Forms)
- sinnvoller Einsatz von Links (Interne/Externe), d.h. keine Link-Wüsten
- Grammatik!! (korrekte Schreibweise)
- Sinnvolle Informationsaufbereitung (HTML/PDF)
- Einsatz von QS-Tools (z.B. HTML-Validation Tools, etc.)
- .... do's & don'ts of Web-Design
- .... und testen, testen, testen

### **Web-Site Promotion**

Die Bekanntmachung einer Website (Promotion) fängt schon bei der Wahl des Namens an. Der Domain-Name ist die erste Referenz eines Unternehmens im Internet. Sinnvollerweise wird der Firmenname (z.B. netconsult) oder sofern das Kerngeschäft im Internet stattfindet ein Suchbegriff (z.B. Immobilien) als Domainname gewählt.

Wenn sich die Geschäftstätigkeit auf die Schweiz beschränkt, dann wird eine Domain in der Schweiz bei Switch beantragt z.B. netconsult.ch) oder im Falle von internationalen Firmen eine weltweit gültige Domain (z.B. ibm.com). Subdomains bei einem Internet-Provider oder einem Hosting-Provider (z.b. isp.ch/abc/) sind aus PR-Sicht für Firmen ungeeignet.

Der Webaufttritt einer Firma sollte in einen (Gesamt-)Marketing-Plan eingebunden sein, da das Internet ein weiterer Informationskanal ist, neben den Printmedien, TV/Radio, etc.. Die Promotion der Website sollte auch über die 'Offline'-Kanäle erfolgen wie Anzeigen, Mailings, etc., aber auch durch die entsprechende Anpassung der Schriftsachen wie Briefpapier, Business-Cards, etc.. *In jedem Fall sollte ab der Inbetriebnahme der Website bei jeder sich bietenden Gelegenheit auf das neue Medium hingewiesen werden.*

Das Anmelden von Websites in Suchdiensten (Search-Engines) und Verzeichnisdiensten (Directory-Services), national und international, ist notwendig damit interessierte Benutzer das Angebot im Internet auch finden.

Vorgängig der Registrierung einer Website ist einiges an Vorbereitungsarbeiten zu leisten wobei diese teilweise auch Bestandteil der Realisierung sind (so müssen z.B. die Meta-tags wie Keywords,

Description, etc. vor der Anmeldung einer Website im HTML-Code integriert werden. Die Vorbereitungsarbeiten umfassen:

- Definition der Schlüsselwörter und Suchbegriffe (Keywords)
  - Bestimmen der strategischen Suchbegriffe, dabei ist zu beachten: Umlaute ä-ae, Gross-/Kleinschreibung, Einzahl/Mehrzahl)
  - Suche nach Synonymen und Wortkombinationen, z.B. mit Thesaurus, via Internet (Suchdienste), etc.
  - Checkup bei Konkurrenz oder verwandten Organisationen
  - Begriffe pro Web-Seite individuell bestimmen und zusätzlich zu den allgemein gültigen auführen
- Erstellen der Website Beschreibung (Description)
- Erstellen eines Kurztextes (max. 150 Zeichen)
- Erstelle einer Liste der relevanten Suchdienste, Verzeichnisse und Linklisten bei denen die Website angemeldet werden soll (International und National)

Sobald die Vorarbeiten abgeschlossen sind kann mit der eigentlichen Anmeldung oder Registrierung der Website gestartet werden. Dabei empfiehlt es sich die Anmeldung bei den verschiedenen Suchdiensten und Verzeichnissen von Hand vorzunehmen und auf die Dienste von sogenannten Submit-Services zu verzichten. Weil diese Services meist nicht auf die Eigenheiten der einzelnen Suchdienste und Verzeichnisse eingehen sind auch die Ergebnisse meist unbefriedigend. Zudem genügt der Eintrag in den wichtigsten nationalen und internationalen Diensten, da ca. 90% der Internet-Benutzer erwiesenermassen bei der Informationssuche einen oder mehrere der bekannten Suchdienste einsetzen.

Bei der Anmeldung gilt es die folgenden Punkte zu beachten:

- Anmelden der Homepage (Top-Page) sowie weiterer Hauptpages (z.B. sprachspezifische Homepages, etc.)
- Suchdienste indexieren normalerweise die Subpages
- keine Registrierung in der falschen Kategorie
- es dauert z.T. mehrere Wochen bis die Indexierung/Registrierung erfolgt
- automatische Submit-Services (Eintrag in über 1000 Suchmaschinen, etc.) sind Zeitverschwendung!
- Es empfiehlt sich eine periodische Überprüfen der Platzierung (Rankings) nach erfolgtem Eintrag von Hand oder mit entsprechenden Tools (siehe Linkliste). Wichtig: Anzeige 1-10 ist am Besten, dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass das Ranking direkt von den eingegebenen Suchbegriffen abhängig ist.
- Die Registrierung sollte nach grösseren Updates oder periodisch (z.B. alle 6 Monate) wiederholt werden.

Und zu guter letzt als wichtigste Regel .... **keine Registrierung von WebSites die nicht online sind.**

Weitere 'Online'-Massnahmen die dazu beitragen die Bekanntheit einer Website und damit die Anzahl Besucher zu steigern sind:

- Registrierung in zielgruppen- und themenspezifischen Verzeichnissen
- Registrierung in Linklisten (z.B. Verbände, Organisationen, spez. themenbezogene Listen, etc.)
- Link-Echange (z.B. Kunde/Lieferant, Partner, Konkurrenten, etc.)

- Bannerwerbung (Kosten!), ev. Bannertausch (kostenlos)
- Werbung in Newslettern, E-Zines
- Teilnahme in Newsgroups, Foren, Mailinglisten, etc.  
(Empfehlenswert: die Netiquette beachten, zuerst umsehen, keine Werbemails!)

Dabei sind auch die betrieblichen Aspekte die letztendlich ein gutes Serviceangebot ausmachen nicht zu vernachlässigen. Die nachfolgenden Empfehlungen tragen bei konsequenter Einhaltung dazu bei, aus einer durchschnittlichen Website eine hervorragende Internet-Business-Website zu machen:

- Website und Informationsangebot aktuell halten!
- klare Verantwortlichkeiten schaffen (Betrieb, Inhalte) und definierte Betriebsabläufe einführen
- E-Mails rasch beantworten (innert 24 h) und Bestellungen umgehend ausführen. Dies zeigt dass der Internet-Markt ernst genommen wird
- Zugriffsstatistiken und Anfragestatistik (Mail, Bestellungen, etc.) erstellen und auswerten

### **Zusammenfassung**

Internet-Technologien bestimmen den künftigen Informationsaustausch in und zwischen den Unternehmen. Die Geschäftsprozesse werden diesem Trend Rechnung tragen (z.B. Dell, etc.). Web-Projekte sollten deshalb wie andere IT-Projekte auch, mit der gleichen Sorgfalt geplant und realisiert werden.

Für eine hohe Hit-Rate ist letztendlich neben Qualität, Aktualität und der Mehrwert für den Benutzer nicht der Eintrag in möglichst vielen, sondern der Eintrag in den richtigen Suchdiensten und Verzeichnissen massgebend.

Auch bei den Besucherzahlen gilt Qualität vor Quantität, oder: Lieber 100 Besucher pro Monat und 10 Bestellungen als 1000 Besucher und 1 Bestellung (und die andern 9 potentiellen Kunden finden das Angebot im Internet nicht).

Der Artikel basiert auf einem Vortrag anlässlich der SAP Plenarversammlung im März '99 mit dem Thema: ***Wie muss ich meine Website gestalten, dass ich über die Suchmaschinen von den potentiellen Kunden gefunden werde?***

Der Artikel mit zahlreichen (aktiven) Links auf weitere Informationen und unterstützende Services im Internet ist auf der Website von NetConsult verfügbar unter der Adresse:

***<http://www.netconsult.ch/publikat/promote.htm>***

Weitere Informationen bei:

**NetConsult AG** - Bruno Buess (Managing Director)  
Buristrasse 21  
CH-3006 Bern

Telefon: 031 352 00 88  
Fax: 031 351 01 60  
E-Mail:  
info@netconsult.ch

## Übrigens, wussten Sie?

NetConsult AG verfügt auch über Know-How in den Bereichen:

- Internationale Kommunikationsnetze
- Internet/Intranet/Extranet und Messaging
- LAN, WAN, EDI und Outsourcing
- Projektmanagement / SW-Entwicklung

Unsere Dienstleistungen werden den individuellen Kundenbedürfnissen entsprechend angeboten, als:

- Generalplaner, Generalunternehmer (WWW)
- Projektmanagement, Moderation
- Consulting on Demand
- Coaching

## Internet-Information Sites

### Informationen bzgl. Suchdienste/Verzeichnisse:

- Business Interactive - (D),  
Informationen, Ratings, Tools, etc. z.T. kostenpflichtig <http://www.kso.co.uk>
- Search Engine Watch - (E),  
Informationen, Ratings, Tools, etc. z.T. kostenpflichtig <http://www.searchenginewatch.com>
- Monash Information Service - (E), kostenlos  
*How To Use Web Search Engines*, Infos, Ratings, etc. <http://www.monash.com/spidap.html>

### Meta-Sites für die Anmeldung und Hilfsdienste:

- All4one <http://www.all4one.com/all4submit/>
- Search for a Directory <http://DirectoryGuide.linkexchange.com/>
- Free 7 major search engines <http://SiteInspector.linkexchange.com/>
- FreeLinks <http://www.freelinks.com/submit.html>
- NetPromote (to 15 search engines) <http://free.netpromote.com/>
- WebPromote FreeSubmit [http://freesubmit.webpromote.com/freesubmit\\_intro.html](http://freesubmit.webpromote.com/freesubmit_intro.html)
- Eurosubmit <http://www.eurosubmit.com/>

Monitoring-Services (Ranking, etc.):

- RankThis! <http://www.rankthis.com/>  
(The Online Tool and Cyberguide for Search Engine Promotionranking)
- Monitor your site's ranking <http://SiteInspector.linkexchange.com/>
- did-it - check Website listing <http://www.did-it.com/detective.htm>

QS-Services (Meta-tag builder, Code Validation, Linkliste, etc.):

- HTML-Code Validation <http://validator.w3.org/>
- NetPromote META Tag builder <http://www.metatagbuilder.com/>
- 1<sup>st</sup> Free META Tag Generator <http://www.1st-fuss.com/metatag.htm>
- Site quality, create META Tags <http://SiteInspector.linkexchange.com/>
- WebPromote META Tag builder <http://www.webpromote.com/metatag/metatag.cgi>
- Full WebSite check <http://www.websitegarage.com/>
- WebSite check <http://www.netmechanic.com/>

Information-Ressources und kostenpflichtige Services:

- Submit-It: <http://www.submitit.com/>
- 1<sup>st</sup> Free URL Submission Service <http://www.1st-fuss.com/>
- FreeLinks <http://www.freelinks.com/>  
inkl. Guide to Search Engines and Directories
- WebPromote <http://www.webpromote.com/>
- NetPromote <http://www.promotion101.com/>