

Inhalt

Vorwort.....	9
1 Grundlagen der Web- und Suchmaschinentechnik.....	17
1.1 Client-Server-Prinzip.....	19
Domain Name Service	21
1.2 Auszeichnungssprachen.....	23
1.3 Information Retrieval.....	28
Aufbau eines HTML-Dokuments.....	34
Wortidentifikation.....	36
Indexierung.....	37
Unkontrollierte Vollindexierung	39
1.4 Verarbeitung von Suchanfragen.....	41
Matching.....	42
Identifizierung der natürlichen Sprache.....	44
Word Stemming und Mehrwortgruppenidentifikation	46
Google Caffeine	48
1.5 Bildoptimierungen	50
Google Goggles	52
Ähnliche Bilder	53
Bing Visual Search	55
2 Aufbau der Trefferliste am Beispiel Google.....	59
2.1 Google-Startseite.....	60
Sprachoptionen	62
Google Doodle.....	63

	Suchvorschläge.....	64
	Rechtschreibprüfung.....	66
2.2	Trefferelemente.....	69
2.3	Von der richtigen Mischung zu Universal Search.....	77
	Aktualität in der Trefferliste.....	80
	Alternative Suchdienste und Echtzeit-Web.....	83
2.4	Keyword-Advertising.....	86
3	Ranking	93
3.1	Fallstudie »spät-römische Dekadenz«.....	95
3.2	Bedeutung des Suchbegriffs auf der Webseite.....	101
	Worthäufigkeit.....	105
	»Sprechende Links«.....	108
	Besser getrennt als zusammengeschrieben.....	109
3.3	Usability-Bonus.....	110
	Verständliches vs. suchmaschinenfreundliches Texten.....	114
3.4	Reputation einer Webseite.....	115
	Link und Linktext in der journalistischen Gebrauchsliteratur.....	116
	Link und Linktext im WWW.....	117
	Google Bombing.....	117
	Link-Popularität.....	121
	PageRank.....	122
	Themenverwandte Verlinkung.....	123
	Nofollow-Links.....	124
3.5	Meta-Tags.....	129
	Meta-Tag »keywords«.....	130
	Meta-Tag »description«.....	132
3.6	TrustRank & Co.....	135

4	Textsorten auffindbar machen	141
4.1	Nachricht.....	142
	Lead, Vorspann, Teaser	144
	Soft News.....	148
4.2	Reportage	149
	Leseanreiz und Paratexte	155
	Keyword-Analyse.....	157
4.3	Kommentar.....	164
4.4	Glosse	179
4.5	Online-Formate.....	183
	Aktualität in den Massenmedien	184
	Google News.....	185
	Literatur.....	191
	Index	196