

# Inhaltsübersicht

<b>Vorwort .....</b>	<b>13</b>
<b>1 Besser auffindbar – Suchmaschinenoptimierung .....</b>	<b>15</b>
<b>2 Gut vermarktet – Online- und Suchmaschinenmarketing .....</b>	<b>61</b>
<b>3 Gut gesendet – E-Mail- und Permission-Marketing .....</b>	<b>99</b>
<b>4 Erfolgreich im Netzwerk – Social Marketing .....</b>	<b>129</b>
<b>5 Usability – vom Nutzererlebnis zur Conversion-Rate .....</b>	<b>177</b>
<b>6 Websites für alle – Barrierefreiheit.....</b>	<b>259</b>
<b>7 Das Scheunentor – Sicherheitslücken vermeiden .....</b>	<b>295</b>
<b>8 Wider die Langsamkeit – Performance-Optimierung.....</b>	<b>367</b>
<b>9 Alles neu? – Designoptimierung und Relaunch-Konzeption.....</b>	<b>405</b>
<b>10 E-Controlling – Erfolgskontrolle im Netz.....</b>	<b>443</b>
<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>491</b>

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	13
<b>1 Besser auffindbar – Suchmaschinenoptimierung</b>	15
1.1 Hartnäckige Mythen	16
1.2 Kennzahlen	18
1.3 Suchdienste im Web	19
1.4 So listen Suchmaschinen die Ergebnisse	25
1.4.1 Relevanz	26
1.4.2 Der HTML-Code wird zerlegt	27
1.4.3 Link Popularity	29
1.4.4 Google PageRank	29
1.4.5 Linktexte	31
1.4.6 Vertrauen zählt	33
1.5 Die Optimierung durchführen	34
1.5.1 Auf die Ziele kommt es an	35
1.5.2 Keywords auswählen	36
1.5.3 Website-Struktur	39
1.5.4 Eine HTML-Seite optimieren	40
1.5.5 Die Verlinkung verbessern	41
1.5.6 Suchmaschineneintrag	41
1.5.7 Der richtige Einsatz von Domainnamen	44
1.6 Die Tücken der Technik	45
1.6.1 JavaScript, Flash & Co.	45
1.6.2 Frames und Iframes	47
1.6.3 Umbau der Website – Weiterleitungen	49
1.6.4 Dynamische Seiten – URL-Parameter	50
1.6.5 Die Geheimnisse der robots.txt-Datei	51
1.6.6 Unfreiwilliger Spam	53
1.7 Pay-per-Click-Werbung	57
1.7.1 Funktionsweise	58
1.8 10 Top-Tipps zur Suchmaschinenoptimierung	59
<b>2 Gut vermarktet – Online- und Suchmaschinenmarketing</b>	61
2.1 Suchmaschinenwerbung – Google AdWords & Co.	61
2.1.1 Google AdWords einrichten	64
2.1.2 Eine AdWords-Kampagne erstellen	65
2.1.3 Kostenkontrolle und Bietermodell	71
2.2 Themenrelevantes Marketing	72
2.2.1 Klassische Bannerwerbung	72
2.2.2 Affiliate-Marketing	79
2.2.3 Produktsuchmaschinen	87
2.2.4 Verzeichnisdienste & lokale Suche	90
2.2.5 Eintrag in Google Places	92

2.3	Kosten- und Nutzenrechnung .....	93
2.4	10 Top-Tipps zum besseren Marketing .....	97
<b>3</b>	<b>Gut gesendet – E-Mail- und Permission-Marketing .....</b>	<b>99</b>
3.1	Erfolgsfaktoren.....	100
3.1.1	Adressliste .....	100
3.1.2	An- und Abmeldemechanismus .....	103
3.1.3	Rechtssicherheit .....	105
3.1.4	Der richtige Zeitpunkt.....	108
3.1.5	Format.....	108
3.1.6	Optimierung für mobile Endgeräte.....	112
3.2	Die richtigen Inhalte.....	112
3.2.1	Betreffzeile und Vorschaufenster .....	113
3.2.2	Transparente Herkunft .....	113
3.2.3	Themenschwerpunkte .....	114
3.3	Tools für E-Mail-Marketing.....	117
3.3.1	Gängige Mailprogramme wie Outlook.....	117
3.3.2	Beauftragung eines Dienstleisters .....	119
3.3.3	Plug-ins und Lizenzprodukte.....	120
3.3.4	Den passenden Anbieter finden .....	123
3.4	Erfolgskontrolle und Kennzahlen.....	124
3.4.1	Bounce-Rate .....	124
3.4.2	Zustellrate .....	125
3.4.3	Öffnungsrate .....	125
3.4.4	Klickrate.....	125
3.4.5	Conversion-Rate .....	126
3.4.6	Return on Marketing Investment (ROMI).....	126
3.5	10 häufige Fehler beim E-Mail-Marketing.....	126
<b>4</b>	<b>Erfolgreich im Netzwerk – Social Marketing .....</b>	<b>129</b>
4.1	Facebook .....	130
4.1.1	Facebook-Grundlagen .....	131
4.1.2	Gefällt mir.....	133
4.1.3	Facebook-Seiten .....	140
4.1.4	Facebook-Anwendungen.....	145
4.1.5	Werben auf Facebook .....	151
4.2	Google+.....	158
4.2.1	+1.....	158
4.2.2	API-Programmierung .....	161
4.2.3	Seiten erstellen .....	163
4.3	Twitter .....	165
4.3.1	Grundlagen .....	166
4.3.2	Schaltflächen .....	166

4.4	Weitere Dienste.....	169
4.4.1	XING.....	169
4.4.2	LinkedIn .....	169
4.4.3	MySpace.....	169
4.4.4	VZ.....	170
4.4.5	Loklisten .....	171
4.4.6	Pinterest .....	171
4.4.7	So.cl.....	172
4.4.8	YouTube .....	173
4.5	Die 10 Top-Social-Media-Dienste .....	174
<b>5</b>	<b>Usability – vom Nutzererlebnis zur Conversion-Rate .....</b>	<b>177</b>
5.1	Ziele finden .....	177
5.1.1	Nutzererlebnis .....	178
5.1.2	Zielgruppe.....	178
5.1.3	Transaktionen .....	179
5.1.4	Die Ziele-Checkliste .....	187
5.2	Nutzer in Schwierigkeiten – kritische Punkte.....	192
5.2.1	Auflösungen, Bildschirmgrößen und mobile Endgeräte .....	192
5.2.2	Navigation .....	201
5.2.3	Inhalte und Inhaltsdarstellung.....	219
5.2.4	Formulare.....	227
5.2.5	Suche .....	233
5.2.6	Prozesse .....	235
5.2.7	Hilfe und Fehler .....	238
5.3	Messen und Testen .....	242
5.3.1	Informationen aus Statistiken.....	242
5.3.2	Heatmaps, A/B-Tests und multivariate Tests.....	247
5.3.3	Nutzertests .....	251
5.4	10 Top-Tipps für bessere Usability .....	256
<b>6</b>	<b>Websites für alle – Barrierefreiheit .....</b>	<b>259</b>
6.1	Standards.....	261
6.2	Web Content Accessibility Guidelines (WCAG) 2.0 .....	263
6.2.1	Wahrnehmbar .....	264
6.2.2	Bedienbar .....	274
6.2.3	Verständlich.....	281
6.2.4	Robust.....	285
6.3	Tools.....	288
6.3.1	Screenreader .....	288
6.3.2	Validierer .....	289
6.3.3	Browsererweiterungen .....	292
6.4	10 Top-Checkpunkte für Barrierefreiheit .....	294

<b>7</b>	<b>Das Scheunentor – Sicherheitslücken vermeiden</b>	295
7.1	Hintergründe	295
7.2	Minimalitätsprinzip für Informationen	296
7.3	Cross-Site Scripting (XSS)	300
7.3.1	Die Same-Origin-Policy von JavaScript	301
7.3.2	XSS in Aktion	302
7.3.3	Beispiele für XSS-Angriffe	306
7.3.4	Gegenmaßnahmen	310
7.4	SQL Injection	320
7.4.1	SQL Injection in Aktion	320
7.4.2	Beispiele für SQL Injection	323
7.4.3	Gegenmaßnahmen	325
7.5	Session-Angriffe	333
7.5.1	Angriffe gegen Cookies	335
7.5.2	Session-Hijacking	336
7.5.3	Gegenmaßnahmen	341
7.6	Cross-Site Request Forgery (CSRF)	345
7.6.1	CSRF in Aktion	345
7.6.2	Gegenmaßnahmen	349
7.6.3	CSRF-Schutz mit PHP	349
7.6.4	CSRF-Schutz mit ASP.NET	351
7.7	Clickjacking	352
7.7.1	Clickjacking in Aktion	352
7.7.2	Gegenmaßnahmen	353
7.8	RIA-Angriffe	355
7.8.1	Flash	355
7.8.2	Silverlight	356
7.9	Automatisierung und CAPTCHAs	358
7.9.1	CAPTCHAs in Aktion	359
7.9.2	reCAPTCHA mit PHP	361
7.9.3	reCAPTCHA mit ASP.NET	363
7.10	10 Top-Sicherheitslücken	365
<b>8</b>	<b>Wider die Langsamkeit – Performance-Optimierung</b>	367
8.1	Weniger Daten	368
8.1.1	JavaScript komprimieren	368
8.1.2	CSS komprimieren	375
8.1.3	HTML komprimieren	377
8.1.4	Bilder komprimieren	380
8.2	Weniger HTTP-Verbindungen	386
8.2.1	Mehrere Domains	388
8.2.2	Dateien zusammenführen	389
8.2.3	CSS-Sprites	390
8.2.4	JavaScript asynchron laden	396

8.3	Caching .....	398
8.3.1	HTTP-Header .....	398
8.3.2	CDN.....	401
8.4	10 Top-Tipps zur Performance-Optimierung .....	402
<b>9</b>	<b>Alles neu? – Designoptimierung und Relaunch-Konzeption .....</b>	<b>405</b>
9.1	Relaunch – ja oder nein?.....	405
9.2	Konzeption .....	407
9.2.1	Konzeptionelle Struktur .....	407
9.2.2	Frühe Konzeption: Moods, Scribbles und Co. ....	410
9.2.3	Visuelle Bestandteile .....	414
9.2.4	Funktionalitäten und Anforderungen .....	417
9.2.5	Prozesse und Schnittstellen.....	420
9.2.6	Wireframes und Klickdummy .....	426
9.2.7	Migration von Inhalten.....	433
9.3	Optische Struktur .....	433
9.3.1	UI Design Patterns .....	434
9.3.2	Raster .....	436
9.4	10 Top-Anzeichen für einen Relaunch.....	440
<b>10</b>	<b>E-Controlling – Erfolgskontrolle im Netz .....</b>	<b>443</b>
10.1	Zum Begriff .....	443
10.2	Betriebswirtschaft .....	444
10.3	Technologie .....	445
10.3.1	Server-Logs.....	445
10.3.2	Tracking-Image.....	446
10.3.3	Tracking mit JavaScript .....	447
10.3.4	Cookies.....	448
10.3.5	API-Call .....	449
10.4	Tools.....	450
10.4.1	Google Analytics .....	451
10.4.2	Piwik.....	452
10.4.3	CMS-Integration .....	454
10.5	Standardfunktionsumfang .....	454
10.5.1	Visits .....	455
10.5.2	Page Impressions .....	456
10.5.3	Seiten .....	457
10.5.4	Zeitraum.....	457
10.5.5	Besucher im Detail .....	458
10.5.6	Herkunft der Besucher .....	460
10.5.7	Keywords.....	462
10.5.8	Technische Ausstattung der Besucher .....	463
10.5.9	Datenexport .....	464

10.6	Fortgeschrittenes Tracking .....	465
10.6.1	Ziele .....	465
10.6.2	Besucherinteresse .....	466
10.6.3	E-Commerce-Integration.....	466
10.6.4	Kampagnen .....	467
10.6.5	Landing Pages .....	468
10.6.6	Customizing .....	468
10.6.7	Segmentierung.....	469
10.6.8	Link-Tracking .....	469
10.6.9	Heatmaps .....	470
10.6.10	Klickpfade.....	472
10.6.11	Live-Tracking .....	473
10.6.12	Soziale Medien .....	475
10.6.13	Mobile-Tracking.....	476
10.6.14	Performance .....	477
10.7	Apps .....	478
10.8	Facebook-Tracking.....	479
10.9	Probleme bei der Erhebung.....	481
10.10	Datenschutz.....	482
10.10.1	Speicherung der IP-Adresse .....	483
10.10.2	Einsatz von Cookies .....	485
10.10.3	Do not track.....	487
10.11	Fazit.....	489
10.12	10 Top-Checkpunkte für das E-Controlling.....	489
	<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>491</b>