

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Einleitung und Überblick	VII
Inhaltsverzeichnis	XI
1. Kapitel	
Das Medium Internet	1
2. Kapitel	
Kommunikation, Sprache und Text	17
3. Kapitel	
Texte zwischen Mensch und (Such-)Maschine	31
4. Kapitel	
Textformen im Internet	107
Glossar	189
Literaturverzeichnis	205
Anmerkungen	211
Sachverzeichnis	213

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	VI
Einleitung und Überblick.....	VII
Inhaltsübersicht.....	IX
1. Kapitel	
Das Medium Internet	1
1.1 Internet als Marketinginstrument	2
1.2 Grundthemen des Onlinemarketings	4
1.2.1 Suchen und Finden	5
1.2.2 Risiko, Vertrauen und Sicherheit	6
1.2.3 Kommunikation und Gespräche	7
1.3 Besonderheiten des Internets	7
1.3.1 Nicht-Linearität	7
1.3.2 Aktualität	9
1.3.3 Multimedialität	11
1.3.4 Universelle Verfügbarkeit	12
1.3.5 Unbegrenztheit	13
1.3.6 Vernetztheit	13
1.3.7 Interaktivität	14
2. Kapitel	
Kommunikation, Sprache und Text	17
2.1 Kommunikation und Kultur	17
2.2 Bedeutung der Sprache	19
2.2.1 Sprache im Internet	19
2.2.2 Sprache im Wandel	21
2.3 Texte als Kommunikationsmittel	22
2.3.1 Der richtige Textstil	22
2.3.2 Texte und deren Ziele	24
	XI

2.3.3	Texte und deren Zielgruppe	25
2.3.4	Textinhalte	29
3.	Kapitel	
	Texte zwischen Mensch und (Such-)Maschine	31
3.1	Wie Menschen Texte am Bildschirm wahrnehmen	32
3.1.1	Wie wir sehen und wahrnehmen	32
	Gesetze des Sehens	32
	Wie wir lesen: Wörter statt Buchstaben	34
3.1.2	Lesen an Bildschirmen	35
3.1.3	Punktuelles Lesen von Internetseiten	36
3.2	Wie Suchmaschinen Texte wahrnehmen	38
3.2.1	Suchmaschinen im Marketing	39
3.2.2	Wie Suchmaschinen Texte verarbeiten	41
	Technischer Aufbau von Suchmaschinen	43
	Das Ranking der Suchergebnisse	43
	PageRank – die Berechnung	44
3.3	Suchmaschinenoptimierung (SEO)	45
3.3.1	Suchmaschinen-geeignete Texte	46
3.3.2	Verlinkungen	54
3.3.3	URL, Social und mehr	56
3.4	Anzeigenmarketing in Suchmaschinen (SEM)	57
3.4.1	Wie Keyword-Advertising funktioniert	60
3.4.2	Der Qualitätsfaktor	60
3.4.3	Keyword-Advertising und Text	61
3.5	Die Struktur guter Website-Texte	67
3.5.1	Aufbau des Internetauftritts	69
3.5.2	Aufbau der Inhalte	71
3.5.3	Sinnvolle Verlinkung von Texten	73
3.5.4	Ein Hypertext ist niemals fertig	77
3.6	Texten der einzelnen Internetseiten	78
3.6.1	Textlänge	79
3.6.2	Absätze und Überschriften	81
3.6.3	Markierungen und Hervorhebungen	82

3.6.4 Lesbarkeit von Texten	83
3.7 Wortwahl und Satzbau	86
3.7.1 Wortwahl für Mensch und Suchmaschine	86
3.7.2 Satzbau und Suchmaschinen	97
3.8 Mobiles Internet	102
3.8.1 Mobiler Website-Aufbau	102
3.8.2 Texte mobiler Internetseiten	103
3.9 Barrierefreiheit	104
4. Kapitel	
Textformen im Internet	107
4.1 Website	107
4.1.1 Domainname	107
4.1.2 Homepage	109
4.1.3 Intro	111
4.1.4 Navigation und Menü	112
4.1.5 Titel, Text und Überschriften	115
4.2 AdWords	115
4.3 Affiliate-Marketing	117
4.4 Bannerwerbung	120
4.5 Bildlegenden	122
4.6 Chat	124
4.7 Dynamische Texte	126
4.8 E-Mails	127
4.8.1 Alle Bestandteile von E-Mails richtig formulieren	132
4.8.2 E-Mails und mobiles Internet	137
4.9 Facebook	138
4.10 FAQ	141
4.11 Foren	144

4.12 Google+	149
4.13 Impressum	149
4.14 Keyword-Ads	151
4.15 Kontaktseite	151
4.16 Mailings	153
4.17 Marktplatztexte	153
4.18 Mobile Marketing	155
4.19 Mouseover	155
4.20 Newsletter	157
4.21 Onlineshop	165
4.22 Pressemitteilungen	168
4.23 Produktbeschreibungen	172
4.24 Redaktionelle Texte	175
4.25 Sponsored Links	177
4.26 Twitter	177
4.27 Unternehmenswebsite	180
4.28 Weblog	183
 Glossar	 189
Literaturverzeichnis	205
Anmerkungen	211
Sachverzeichnis	213