

Inhaltsverzeichnis

Teil I: Einführung	13
1 Vorwort	17
2 Meine Geschichte	23
Stand der Dinge	23
Mein Werdegang	24
Meine persönliche Internet-Philosophie	28
Ausblick	29
Wichtige Hinweise zum Umgang mit diesem Buch	29
Teil II: Was tun – was vermeiden?	31
3 Achtung: Stolpersteine	35
Suchmaschinenmanipulation	35
Kriminelle	39
Piraten	42
eBay-Auktionen für Domains und fertige Webseiten	44
Moderne Sklaverei	48
Rechthaberei	50
Schlechte Bewertungen	51
Verlinkungsexperimente	52
Spamming und Newsletter	55
Social-Media-Hype	57
Hippe Werbeagenturen	58
Rechtsverletzungen	60
Statistikbürtig?	62
Unsichere Passwörter	65

4 Einfache Erfolgsprinzipien (nicht nur) für das Internet	71
„Passives Einkommen“ schaffen	71
Zeit erarbeiten	76
Hart arbeiten	78
Beständig arbeiten	80
Produktiv arbeiten	82
Eine Marke aufbauen	83
In der Nische beginnen	85
Ein eigenes Angebot kreieren	87
Verdienst „pro Tag“ optimieren	90
Ziele definieren und messen	92
„Aktionitis“ vermeiden	93
Nicht vor der Konkurrenz fürchten	94
Auf den Besuchernutzen konzentrieren	97
Die Besucher kennen(lernen)	98
Never Change A Winning Site!	98
Nicht binden: Anziehen!	101
Seien Sie nicht „billig“	102
Auf Vorauskasse bestehen	104
Die Reputation schützen und wahren	105
Flexibel bleiben und Augen offenhalten	106
Das tote Pferd erkennen	109
Googeln	110

Teil III: Konkrete Umsetzung 113

5 Ihr Auftritt, bitte!	117
Technische Grundlagen	117
Fachbegriffe	117
Das mit der Homepage	120
High-End-Lösungen zum Nulltarif	122
Wichtige Vorüberlegungen	123
Das Thema	124
Der Name Ihrer Webseite, die „Domain“	125
Welche Ziele kann ich/will ich erreichen?	128

Wie messe ich diese Ziele?	128
Was sind realistische Zielgrößen?	130
Das Fischler'sche Internet-Erfolgsgesetz	130
Wer (und wo) sind meine Kunden?	132
Wonach suchen meine Kunden?	133
Wonach suchen meine Kunden nicht?	139
Wie findet man einen guten Webhoster?	141
Markenschutz im Internet	143
Kann ich Google vertrauen?	150
Die Webseite zum Nulltarif	152
Google Blogger (Blogspot.com, Blogger.com)	153
Weitere Anbieter wie WordPress.com, blogigo.de oder twoday.net	164
Baukastensysteme von Webhosting-Anbietern	165
WordPress über Webhosting-Anbieter	166
Shops, Buchungssysteme und weitere Applikationen	175
FTP: Wie Sie auf Ihren Server kommen	175
Dateien bearbeiten – der Editor	180
Analyse	181
Statistiktools	184
Google Webmaster-Tools	190
Fortgeschrittene Analyseinstrumente	195
Sicherheit und Backups	197
Wie macht man ein Backup?	198
Einfache Sicherheitsratschläge	206
6 Der Inhalt Ihrer Seite	213
Was Google Ihnen rät	213
Guter Inhalt = Besuchernutzen	216
Was sind „Inhalte mit Mehrwert“?	220
Wie findet man Ihre Inhalte bei Google?	223
Mehr Inhalt = mehr Geschäft?	226
Statische Seiten, dynamische Beiträge, Tags und Kategorien: Den Inhalt strukturieren	228
Seiten	229
Beiträge, Posts	229
Kategorien	230

Schlagworte, Tags	230
Die Startseite	232
Ein perfekter Artikel	236
Fotos	238
Feeds, E-Mail-Abos und Social-Media-Profile	243
Besucher zum Ziel führen	247
Rechtliches	248
Impressumspflicht	248
Datenschutz	250
Jugendschutz	250
Preisauszeichnung	250
Werbung	251
Links	251
AGB, Widerrufsbelehrung	251
Urheberrecht	252
7 Besucherquellen	257
Organische, „natürliche“ Suchergebnisse	257
Google Places für Unternehmen	259
Bilder und Videos	261
Natürliche Verlinkung	265
Gastbeiträge und Interviews	267
Partnerprogramme	269
Partnerprogramm über Affiliate-Netzwerk	271
Eigenes Partnerprogramm	272
Eingekaufte Besucher	272
Google AdWords	273
Facebook Ads („Wirb auf Facebook“)	276
Social Media	279
Direkte und wiederkehrende Besucher	281
Offline-Promotion	282
8 Kundenmeinung und Reputation	287
Der Turbo-Boost: Die Kundenmeinung!	287
Die Zukunftsvorsorge: Ihre Reputation!	289
Wer ist Justine Sacco?	294

9	Erste Hilfe	299
	Google-Strafe, Penalty und Sandbox	299
	Langsame Seiten und Webhosting-Probleme	302
	Webseite gehackt	305
	Domain verloren	306
	Alles fort und kein Backup	308
	Schlechte Bewertungen, Behauptung von Unwahrheiten	311
10	Doch lieber auslagern?	315
	Was brauche ich und was nicht?	315
	Wie erkenne ich einen guten Dienstleister?	316
	Was darf „das mit dem Internet“ kosten?	318
	Webdesign und Webentwicklung	318
	Software, Tools, Programme	320
	Domain und Webhosting	320
Teil IV: Beispiele		323
11	Einzelfall-Beispiele	327
	Anton Perchl, Kinderspielzeugfabrikant	327
	Fallbeispiel	327
	Internet-Strategie	328
	Persönliche Beurteilung	329
	Wenn's mal wieder leckt:	
	Schmitz Installationen	330
	Fallbeispiel	330
	Internet-Strategie	331
	Persönliche Beurteilung	333
	Stein auf Stein: Esoterik Rauscher	334
	Fallbeispiel	334
	Internet-Strategie	335
	Persönliche Beurteilung	336

Traumurlaub im Alpenraum	337
Fallbeispiel	337
Internet-Strategie	338
Persönliche Beurteilung	339
Partnerprogramme: „Geld verdienen im Internet“	343
Hintergrund	343
Internet-Strategie	345
Persönliche Beurteilung	345
Fisch, Frischer: Saitschlagers!	346
Fallbeispiel	346
Internet-Strategie	346
Persönliche Beurteilung	347
Fräulein Fröhlich finanziert Freiraum	348
Fallbeispiel	348
Internet-Strategie	348
Persönliche Beurteilung	349
Bettina Brombeers Kriminalromane	350
Fallbeispiel	350
Internet-Strategie	350
Persönliche Beurteilung	351
Immobilien + Birger + Lisa = Immobilisa!	353
Fallbeispiel	353
Internet-Strategie	354
Persönliche Beurteilung	354
Ble(ch)Tro(ttel)Rep(araturdienst).com	355
Fallbeispiel	355
Internet-Strategie	356
Persönliche Beurteilung	356
Marlene macht's wieder gut	357
Fallbeispiel	357
Internet-Strategie	357
Persönliche Beurteilung	358
Beamter im Ruhestand und Künstler	360
Fallbeispiel	360
Internet-Strategie	360
Persönliche Beurteilung	361

FineMaxx	362
Fallbeispiel	362
Internet-Strategie	362
Persönliche Beurteilung	363
„Irgendwie genial!“	365
Fallbeispiel	365
Internet-Strategie	365
Persönliche Beurteilung	366
Index	371