

Inhaltsverzeichnis

Teil I: Einführung	11
1 Vorwort	15
2 Meine Geschichte	19
Stand der Dinge	19
Mein Werdegang	19
Meine persönliche Internet-Philosophie	22
Ausblick	23
Wichtige Hinweise zum Umgang mit diesem Buch	24
Teil II: Was tun – was vermeiden?	25
3 Achtung: 11 Stolpersteine	29
Suchmaschinenmanipulation	29
Kriminelle	32
Hippe Werbeagenturen	35
eBay-Auktionen für Domains und fertige Webseiten	37
Rechthaberei	40
Schlechte Bewertungen	41
Verlinkungs-Experimente	43
Spamming und Newsletter	45
Social-Media-Hype	47
Rechtsverletzungen	48
Statistikszüchtig?	49
4 Einfache Erfolgsprinzipien (nicht nur) für das Internet	53
Es kommt nur auf Google an	53
Harte Arbeit zahlt sich aus	54
Die Nische als Erfolgsrezept	56
Sie brauchen ein eigenes Angebot	57

Probieren geht über Studieren	59
Verdienst „pro Tag“ statt „pro Monat“	60
Die Ziele: Definieren und messen!	62
Keine „Aktionitis“ oder Einmalarbeit	63
Keine Angst vor Konkurrenz	65
Besuchernutzen ist wichtiger als Optik	67
Kennen Sie Ihre Besucher?	68
Never Change A Winning Site!	68
Nicht binden: Anziehen!	70
Billige Angebote bringen billige Kunden	71
Vorauskasse ist Pflicht	73
Reputation, Reputation, Reputation	73
Googeln Sie!	74
Teil III: Konkrete Umsetzung	77
5 Ihr Auftritt, bitte!	81
Technische Grundlagen	81
Fachbegriffe	81
Das mit der Homepage	84
High-End-Lösungen zum Nulltarif	86
Wichtige Vorüberlegungen	87
Der Name Ihrer Webseite, die „Domain“	87
Welche Ziele kann ich/will ich erreichen?	90
Wie messe ich diese Ziele?	90
Was sind realistische Zielgrößen?	91
Das Fischler’sche Internet-Erfolgsgesetz	92
Wer (und wo) sind meine Kunden?	94
Wonach suchen meine Kunden?	95
Wonach suchen meine Kunden nicht?	100
Wie findet man einen guten Webhoster?	101
Markenschutz im Internet	103
Kann ich Google vertrauen?	109
Die Webseite zum Nulltarif	112
Google Blogger (Blogspot.com, Blogger.com)	112
Weitere Anbieter wie WordPress.com, blogigo.de oder twoday.net	132

Baukastensysteme von Webhosting-Anbietern	133
WordPress über Webhosting-Anbieter	134
Shops, Buchungssysteme und weitere Applikationen	144
FTP: Wie Sie auf Ihren Server kommen	145
Dateien bearbeiten – der Editor	149
Analysen	151
Statistiktools	153
Fortgeschrittene Analyseinstrumente	160
Sicherheit und Backups	162
Wie macht man ein Backup?	164
Einfache Sicherheitsratschläge	175
6 Der Inhalt Ihrer Seite	179
Was Google Ihnen rät	179
Guter Inhalt = Besuchernutzen	182
Was sind „Inhalte mit Mehrwert“?	186
Wie findet man Ihre Inhalte bei Google?	189
Mehr Inhalt = mehr Geschäft?	192
Statische Seiten, dynamische Beiträge, Tags und Kategorien: Den Inhalt strukturieren	193
Seiten	194
Beiträge, Posts	195
Kategorien	195
Schlagworte, Tags	196
Die Startseite	198
Ein perfekter Artikel	201
Fotos	203
Feeds, E-Mail-Abos und Social-Media-Profile	208
Besucher zum Ziel führen	212
Rechtliches	214
Impressumspflicht	214
Datenschutz	215
Jugendschutz	216
Preisauszeichnung	216
Werbung	217
Links	217
AGB, Widerrufsbelehrung	217
Urheberrecht	218

7	Besucherquellen	223
	Organische, „natürliche“ Suchergebnisse	223
	Google Places	225
	Bilder und Videos	227
	Links	229
	Gastbeiträge	231
	Partnerprogramme	233
	Partnerprogramm über Affiliate-Netzwerk	234
	Eigenes Partnerprogramm	235
	Eingekaufte Besucher	235
	Social Media	244
	Direkte Besucher	245
	Offline-Promotion	246
8	Kundenmeinung und Reputation	251
	Der Turbo-Boost: Die Kundenmeinung!	251
	Die Zukunftsvorsorge: Ihre Reputation!	253
9	Erste Hilfe	261
	Google-Strafe, Penalty und Sandbox	261
	Langsame Seiten und Webhosting-Probleme	263
	Webseite gehackt	266
	Domain verloren	267
	Alles fort und kein Backup	269
	Schlechte Bewertungen, Behauptung von Unwahrheiten	272
Teil IV: Beispiele und Ergänzungen		273
10	Einzelfall-Beispiele	277
	Anton Perchl, Kinderspielzeugfabrikant	277
	Fallbeispiel	277
	Internet-Strategie	278
	Persönliche Beurteilung	279

Wenn's mal wieder leckt: Gerharder Installationen	280
Fallbeispiel	280
Internet-Strategie	281
Persönliche Beurteilung	284
Stein auf Stein: Esoterik Rauscher	284
Fallbeispiel	284
Internet-Strategie	285
Persönliche Beurteilung	287
Traumurlaub im Alpenraum	288
Fallbeispiel	288
Internet-Strategie	288
Persönliche Beurteilung	290
Partnerprogramme:	
„Geld verdienen im Internet“	294
Hintergrund	294
Internet-Strategie	295
Persönliche Beurteilung	296
Fisch, Frischer: Saitschlagers!	296
Fallbeispiel	296
Internet-Strategie	297
Persönliche Beurteilung	298
Fräulein Fröhlich finanziert Freiraum	299
Fallbeispiel	299
Internet-Strategie	299
Persönliche Beurteilung	300
Bettina Brombeers Kriminalromane	301
Fallbeispiel	301
Internet-Strategie	301
Persönliche Beurteilung	303
Immobilien + Birger + Lisa = Immobilisa!	304
Fallbeispiel	304
Internet-Strategie	304
Persönliche Beurteilung	305
Ble(ch)Tro(ttel)Rep(araturdienst).com	306
Fallbeispiel	306
Internet-Strategie	306
Persönliche Beurteilung	307

Marlene macht's wieder gut	307
Fallbeispiel	307
Internet-Strategie	308
Persönliche Beurteilung	308
Beamter im Ruhestand und Künstler	310
Fallbeispiel	310
Internet-Strategie	310
Persönliche Beurteilung	311
„Irgendwie Genial!“	312
Fallbeispiel	312
Internet-Strategie	313
Persönliche Beurteilung	313
FineMaxx	315
Fallbeispiel	315
Internet-Strategie	315
Persönliche Beurteilung	316
11 Doch lieber auslagern?	321
Was brauche ich, und was nicht?	321
Wie erkenne ich einen guten Dienstleister?	322
Was darf „das mit dem Internet“ kosten?	324
Webdesign und Webentwicklung	324
Software, Tools, Programme	325
Domain und Webhosting	326
12 Ihre Firmen-EDV zum Nulltarif	329
Einrichtung von Google Apps	330
Konfiguration der eigenen Domain (optional)	339
Index	345