

Eintragen der Homepage in Suchmaschinen

Überarbeitete Ausgabe 2008

Trotz des Quasimonopols von Google können Sie die folgende erweiterte Liste der deutschen, schweizerischen und österreichischen Suchmaschinen mit allen Eintragungsmechanismen zu Ihrem Vorteil anwenden.

Aktuelle Liste der meistbenutzten Suchmaschinen / Kataloge

Auch wenn Google technisch gesehen aufgrund der unfassbaren Manipulationen der Einträge und der falsch konzipierten Filter gegen Spammer seit drei Jahren oft kaum mehr brauchbare Antworten ausgibt, so ist es die dominante Suchmaschine.

1. Google ca. 70-80 %
2. Yahoo ca. 4-8 %
3. MSN ca. 2-6 %
4. T-Online ca. 1-3 % (Google)
5. AOL ca. 1-3 % (Google)
6. Web.de ca. 1-3 %
7. Metager ca. 1-3 %
8. Seekport ca. 1-3 %

Liste der Suchmaschinen und Kataloge

Aufgrund des permanenten Wandels in dieser Branche ist es zwar kaum möglich, eine aktuelle Liste aller Suchdienste anzubieten, aber manche versuchen es dennoch.

[http:// www.suchlexikon.de/](http://www.suchlexikon.de/)

Inhaltsverzeichnis

- [Einleitung](#)
- [Deutsche Suchmaschinen](#)
- [Deutsche Kataloge](#)
- [Österreichische Suchmaschinen](#)
- [Österreichische Kataloge](#)
- [Schweizerische Suchmaschinen](#)
- [Schweizerische Kataloge](#)
- [Internationale \(englischsprachige\) Suchmaschinen](#)
- [Internationale \(englischsprachige\) Kataloge](#)
- [Sonstige Informationen](#)

Einleitung

So paradox es klingen mag: Das Internet ist das einzige Werbemedium, für das man zuerst selbst Werbung machen muss! Neben den klassischen Werbemaßnahmen, wie Printmedien (Briefkopf, Firmenprospekt, Visitenkarten, Plakate, Zeitungs- und Zeitschriftenanzeigen etc.), Rundfunk und Fernsehen, gehört zu einem perfekten Werbemix auch der multimediale Bereich für die Bekanntmachung der eigenen Web-Seiten. Ansonsten gehen selbst mit großem Aufwand gestaltete Seiten mit hervorragendem Inhalt im heute riesigen Angebot von vielen Milliarden Web-Seiten

unter.

Hier erfahren Sie, welches die wichtigsten Suchdatenbanken sind, und wie Sie Ihre Web-Seiten dort für eine optimale Platzierung eintragen.

Kaufbare Platzierung

Immer mehr Suchmaschinen gehen zu kaufbaren Platzierungen / Rankings über. Dies ist kaum verwunderlich, da die meisten Suchmaschinenbetreiber mit erheblichen finanziellen Problemen kämpfen. Der Normalanwender kann angesichts der Preise hier nicht mithalten. Insgesamt halten sich die Erfolge mit gekauften Platzierungen für die Anwender auch in engen Grenzen. Immer weniger Suchmaschinen beteiligen sich momentan noch nicht an dieser vorsätzlichen Manipulation ihrer Daten, so dass durchaus nur noch wenig Hoffnung für den Normalverbraucher besteht. Sobald eine Suchmaschine zu kaufbaren Links / Platzierungen übergeht, lohnt sich der Eintrag unbezahlter Seiten dort kaum mehr. Es reicht, die eigene Startseite einzutragen. Die Suchmaschine wird - dies zeigt die Erfahrung der letzten Jahre - vermutlich sowieso bald abgeschaltet werden. Die meisten Internet-Surfer missbilligen derartige kommerzielle Praktiken.

Dies sollte jedoch nicht mit den kostenpflichtigen Schnelleinträgen verwechselt werden. Viele Suchmaschinenbetreiber gehen momentan dazu über, für einen schnell indizierten Eintrag Geld zu verlangen. Kostenlose Einträge dauern bei diesen Diensten wesentlich länger, sind jedoch bisher nicht im Ranking benachteiligt.

Definition

Ursprünglich ließen sich die Suchdatenbanken in zwei Gruppen unterteilen: Die Suchmaschinen und die Kataloge / Verzeichnisse. Sie unterscheiden sich in der Art, wie die Einträge erstellt werden.

Kataloge

In den thematischen Verzeichnissen oder hierarchischen Katalogen muss man die eigene Web-Page selbst manuell eintragen. Erst dann besucht ein Programm diese URL und analysiert den Seiteninhalt. Teilweise geschieht dies mit automatischen Indizierungsprogrammen, häufig jedoch noch mittels einer redaktionellen Bearbeitung durch Menschen. In Katalogen / Verzeichnissen werden deshalb die Werbeseiten meist bewertet und keinesfalls alle aufgenommen! Ferner benötigt diese Arbeit erhebliche Zeit, so dass unter Umständen viele Wochen - teilweise Monate - vergehen können, bis die angemeldete Seite in einer Hierarchie / Gruppe erscheint.

Suchmaschinen

Bei den Suchmaschinen hingegen erzeugt ein Programm automatisch ein Verzeichnis aller im Internet vorhandenen Seiten. Deshalb werden sie teilweise auch als "deep search engines" bezeichnet. Der erste Teil einer Suchmaschine ist die Suchsoftware, die das gesamte Internet regelmäßig und automatisch nach Seiten absucht: Sie wird als worm, robot, harvester, spider, wanderer oder crawler bezeichnet. Ein Verzeichnis mit Listen der heute dazu benutzten Software sowie Erklärungen, wie die Software arbeitet, finden Sie unter:

[http:// www.jafsoft.com / searchengines / webbots.html](http://www.jafsoft.com/searchengines/webbots.html)

[http:// www.searchtools.com / robots/](http://www.searchtools.com/robots/)

[http:// www.searchenginewatch.com / webmasters / spiders.html](http://www.searchenginewatch.com/webmasters/spiders.html)

Der zweite Teil einer Suchmaschine ist die Indizierungssoftware. Nachdem eine Seite gefunden wurde, wird sie indiziert. Das bedeutet, dass sie nach den wichtigsten gefundenen Wörtern in der Seite untersucht wird, und diese Wörter in den Schlagwortregistern eingetragen werden. Dies kann Tage dauern. Aufgrund der inzwischen anfallenden enormen Datenmengen gehen manche

Suchmaschinen sogar dazu über, ihren Index nur alle paar Wochen oder gar nur alle zwei Monate zu aktualisieren. Erst dann erscheint die Web-Seite bei Suchanfragen in der Ergebnisliste der Suchmaschine.

Bei Suchmaschinen müssen Sie theoretisch die eigene Web-Seite nicht manuell eintragen. Möchten Sie Ihre eigene Seite aber binnen weniger Tage nach Erstellung überhaupt im Verzeichnis erscheinen sehen, sollten Sie nachhelfen.

Ferner brauchen Sie bei Suchmaschinen auch nicht jede einzelne Seite Ihres Gesamtauftrittes einzutragen, da diese Ihre Web-Site komplett absuchen. Allerdings stimmt auch dies nicht immer, da manche Suchmaschinen nach 10, 20 oder 30 Seiten aufhören.

Hinweis

Glauben Sie nie alles, was Ihnen irgendwelche Suchmaschinenbetreiber schreiben oder erzählen. Seit geraumer Zeit unternehmen sie fast alles, um bei dem großen Ansturm der Web-Seiten halbwegs mithalten zu können.

Zielgruppen

Beide Typen, reine Suchmaschinen und Kataloge / Verzeichnisse, existieren noch vereinzelt. Für den Suchenden hat jeder Typ spezifische Vor- und Nachteile: systematisch geordnete Kataloge eignen sich für den allgemeinen Einstieg in neue Themengebiete, während die spezifische Suche nach (mit Booleschen Operatoren kombinierbaren) Schlagworten in Suchmaschinen schneller durchgeführt werden kann.

Hinter den zwei Prinzipien verbergen sich somit auch zwei unterschiedliche Zielgruppen: Kataloge werden überwiegend von Einsteigern ins Internet benutzt - man spricht hierbei auch von der "Zweiten Welle" - , während Personen mit größerer Internet-Erfahrung häufiger über Suchmaschinen suchen. Da im harten Kampf um den Kunden kaum jemand eine Zielgruppe völlig verprellen möchte, entwickeln sich heute beide technische Extremtypen zu hybriden Suchmaschinen mit (Schlagwort-) Katalogen / Verzeichnissen.

Suchvarianten

Wer erfahren möchte, wie man suchen kann, d.h. wie andere Personen im Internet suchen, der findet hier viele Anregungen:

[http:// www.suchfibel.de/](http://www.suchfibel.de/)

Eintragungsvarianten

Für Sie als Werbenden hat der Unterschied der Suchdatenbankprinzipien die Konsequenz, dass Sie zwei Eintragungsvarianten für Ihre Seiten beachten müssen.

Bei Suchmaschinen erreichen Sie meist über ein anklickbares Icon auf der ersten Suchseite eine Eingabemaske, in die Sie i.d.R. nur eine URL und oft die E-Mail-Adresse eintragen müssen. Der Spider folgt dann normalerweise allen Links auf dieser Seite und kann so auch weitere Seiten Ihrer Web-Site automatisch finden.

Bei hierarchischen Verzeichnissen / Katalogen müssen Sie sich jedoch mühsam durch alle oft baumartig strukturierten Ebenen hindurchklicken, bis Sie die geeignete Stelle für den Eintrag einer Web-Seite finden. Danach folgen oft umfangreiche Fragekataloge, die auszufüllen sind. Sie müssen im Übrigen diese Prozedur für jede einzelne Seite Ihrer gesamten Web-Site durchführen!

Suchergebnisse

Während Suchmaschinen die ganze Web-Seite indizieren, folglich fast jedes Wort bei einer Suchanfrage eines Internet-Surfers finden können, werden in den Katalogen / Verzeichnissen nur die in den Eingabefenstern eingetragenen Schlagworte indiziert und später gefunden.

Hinweis

In Katalogen / Verzeichnissen verändern selbst komplette Umgestaltungen einer Web-Seite den Eintrag nicht, d.h. durch ständige Seitenverbesserung wird man in Katalogen nicht höher gestuft - in manchen Suchmaschinen jedoch belohnt.

Die wichtigsten Suchdatenbanken

Früher war die Situation eindeutig: Anfänger gingen zu Yahoo! und Profis zu Altavista. Weit abgeschlagen folgte erst der Rest aller sonstigen Dienste.

Dies hat sich gravierend geändert:

Heute führt bei allen deutschsprachigen Kundenzielgruppen die Suchmaschine Google gefolgt von Yahoo. Danach folgt ein Meer von kleineren und fachspezifischen Katalogen und Suchmaschinen. Im Folgenden finden Sie die wichtigsten Suchmaschinen und Kataloge in Deutschland, der Schweiz und Österreich.

Tipps und Tricks

Kataloge / Hierarchische Verzeichnisse

Die redaktionell von Menschen betreuten Kataloge indizieren Ihre Seite nach dem Inhalt und der Gestaltung. Auf diese rein subjektive Beurteilung können Sie - nur bedingt - über inhaltliche und layout-technische Qualität Einfluss nehmen. Meta-Tags oder gar Tricks, die bei Suchmaschinen funktionieren, haben entweder keinen Einfluss oder wirken nur zu Ihrem Nachteil.

Kataloge, die Ihre Seiten mittels Indizierungssoftware beurteilen, sind wie die Suchmaschinen aber teilweise anfällig für die im Artikel "[Suchmaschinengerechte Seitengestaltung](#)" beschriebenen Tricks.

Zwar dürfen Sie laut Statuten vieler Suchdatenbankbetreiber meist nur jede Web-Seite einmal in eine einzige Kategorie eintragen. Da jedoch nicht immer nachgeprüft wird, können Sie versuchen, dieselbe zusätzlich in verwandten Bereichen unterzubringen. Meist sind zumindest zwei Einträge nach Produkt und nach dem Ort möglich. Der Rest hängt von Ihrer Dreistigkeit und der Überarbeitung des Kontrolleurs ab. Falls die Seite im Verzeichnis gestrichen wird, melden Sie diese erneut an.

Tricks mit Namen

Viele Suchmaschinen bewerten Ihre Seiten höher, wenn der Domain-Name oder zumindest der Name des Unterverzeichnisses bzw. der Datei etwas mit dem Stichwort zu tun hat:

`http:// www.Multimedia-Beratung.de`

ist somit für das Suchwort Multimedia optimal.

`http:// www.xyz.de/ internetberatung/*.htm`

sowie

`http:// www.xyz.de/ internetberatung.htm`

wirken sich oft positiv auf das Suchwort Internetberatung aus. (Die Schreibweise Groß/Klein wird von fast allen Suchalgorithmen ignoriert. Sie spielt nur bei der sehr seltenen gezielten Suche nach Groß- / Kleinschreibweise eine Rolle.)

Sowohl in Suchmaschinen als auch in Katalogen ist es möglich, Mehrfacheinträge einer Web-Seite durch unterschiedliche Seitennamen zu erzielen. Dies gilt besonders, wenn man mehrere Domains mit identischem Inhalt an Seiten besitzt.

Internet-Adressen sind heute so preiswert, dass sich fast jeder mehrere Domains leisten kann. Es lohnt sich auf jeden Fall, zumindest alle denkbaren Namensvarianten einzukaufen.

`http:// www.erste-Domain.de / alle-Dateien.htm`

[http:// www.zweite-Domain.de / alle-Dateien.htm](http://www.zweite-Domain.de/alle-Dateien.htm)

[http:// www.dritte-Domain.de / alle-Dateien.htm](http://www.dritte-Domain.de/alle-Dateien.htm)

[http:// www.vierte-Domain.de / alle-Dateien.htm](http://www.vierte-Domain.de/alle-Dateien.htm)

Beliebt sind heute die diversen preiswerten Top-Level-Domains:

[http:// www.Firmenname.de](http://www.Firmenname.de)

[http:// www.Firmenname.at](http://www.Firmenname.at)

[http:// www.Firmenname.ch](http://www.Firmenname.ch)

[http:// www.Firmenname.com](http://www.Firmenname.com)

[http:// www.Firmenname.net](http://www.Firmenname.net)

[http:// www.Firmenname.org](http://www.Firmenname.org)

[http:// www.Firmenname.info](http://www.Firmenname.info)

[http:// www.Firmenname.biz](http://www.Firmenname.biz)

Es funktioniert jedoch auch mit gespiegelten, unterschiedlich benannten Unterverzeichnissen auf derselben Domain,

[http:// www.eine-Domain.de/ unterverzeichnis1/ 20-Dateien.htm](http://www.eine-Domain.de/unterverzeichnis1/20-Dateien.htm)

[http:// www.eine-Domain.de/ unterverzeichnis2/ identische-20-Dateien.htm](http://www.eine-Domain.de/unterverzeichnis2/identische-20-Dateien.htm)

[http:// www.eine-Domain.de/ unterverzeichnis3/ identische-20-Dateien.htm](http://www.eine-Domain.de/unterverzeichnis3/identische-20-Dateien.htm)

sowie mit vervielfachten Seiten unter verschiedenen Datei-Namen.

[http:// www.eine-Domain.de / datei1.htm](http://www.eine-Domain.de/datei1.htm)

[http:// www.eine-Domain.de / datei1a.htm](http://www.eine-Domain.de/datei1a.htm)

[http:// www.eine-Domain.de / datei1b.htm](http://www.eine-Domain.de/datei1b.htm)

[http:// www.eine-Domain.de / datei1c.htm](http://www.eine-Domain.de/datei1c.htm)

Sie kopieren hierzu Ihre Web-Seiten einfach mehrfach unter diversen Namen auf Ihren Web-Server. Der reichlich verfügbare Speicherplatz spielt heute keine Rolle mehr.

Subdomains werden inzwischen in vielen Paketen der Provider kostenlos mit angeboten. Auch diese kann man hervorragend zur Beeinflussung benutzen. Man legt einfach Subdomains mit passendem Namen an und leitet sie weiter auf eine bestimmte Inhaltsseite.

[http:// multimedia.Firmenname.de](http://multimedia.Firmenname.de)

[http:// Bank.Firmenname.de](http://Bank.Firmenname.de)

[http:// Gewinnspiel.Firmenname.de](http://Gewinnspiel.Firmenname.de)

Noch wirkungsvoller ist es jedoch, wenn Sie direkten Zugriff auf den Server besitzen. Dies bieten manche Provider bei teureren Paketen an. Dann können Sie mittels Script-Abfrage zwei Inhaltsseiten dahinter legen: eine völlig manipulierte, angefüllt bis zum Rand mit den passenden Schlagwörtern für die Spider und eine mit für Menschen lesbarem Text. Sie müssen dann nur eine Abfrage nach dem Zugriff durchführen (z. B. mit PHP oder CGI). Handelt es sich um den erkennbaren Zugriff einer Suchmaschine, erhält sie die manipulierte Seite; handelt es sich um den Zugriff eines normalen Browsers, erhält der Internet-Surfer den normalen Seiteninhalt zum Lesen. Bessere Suchmaschinen listen dann alle diese in der Tat identischen Web-Seiten untereinander auf. Das ist jedoch primär kein Nachteil, sondern hat nur zur Folge, dass Internet-Surfer definitiv zu einer Ihrer Seiten gelangen. Wer jedoch mehrere derartige Suchergebnisse anklickt und immer zu identischen Seiten gelangt, wird Ihnen irgendwann eine dementsprechende E-Mail zukommen lassen. Man sollte deshalb die Anwendung dieses Tricks nicht übertreiben. Die besten Suchmaschinen geben heute nur noch einen Link zu einer Domain im Suchergebnis aus und verweisen dann auf weitere Links zu dieser Domain, so dass tatsächlich nur ein Eintrag sichtbar ist.

Hinweis

Bei den Seitennamen / URLs stolpern einige Suchmaschinen über Sonderzeichen. Vor allem das "?" führt zu Problemen. Verwenden Sie deshalb nur die gängigen Buchstaben des englischen Alphabets (ohne Umlaute und ß) in Kleinschreibweise für die Namen Ihrer Web-Seiten.

Domain-Namen mit Umlauten und weiteren Sonderzeichen sind nun zwar möglich, weisen jedoch Probleme auf. Zwar kommen die besseren Suchmaschinen damit klar, jedoch können die Ausländer mit ihren einfachen Tastaturen die Domains (genauer die Umlaute) nicht eingeben!
Der Einfluss von verschiedenen Domainnamen auf die Suchmaschinenposition nimmt kontinuierlich ab. Dupletten werden zunehmend erkannt und meist nicht mehr indiziert oder teilweise sogar bestraft.

Suchmaschinen

Obwohl die Spider automatisch nach weiteren Seiten in Ihrer Web-Site suchen, sollten Sie unbedingt jede Seite einzeln eintragen. Dadurch verbessert sich die Platzierung!

Beachten Sie

Aufgrund der Störanfälligkeit vieler Suchdatenbanken sollten Sie mindestens einmal im Quartal Ihre Einträge kontrollieren.

Zahlreiche Suchdatenbanken erleichtern Ihnen das bereits mit einem Icon für den URL-Status. Damit können Sie sogar Details abfragen: z. B.: Wann wurde Ihre Seite das letzte Mal von der betreffenden Suchmaschine untersucht?

Falls Ihre Seiten im Vergleich zur Konkurrenz tiefer platziert werden, wiederholen Sie Ihre Eintragungen in die Suchmaschinen einmal im Quartal. Das kann die Platzierung erhöhen. Tragen Sie die wichtigsten Seiten (zumindest nach jeder kleinen Änderung) regelmäßig neu ein. Dies erhöht ebenfalls die Bewertung.

Falls Sie unter den ersten 10 Treffern in der Suchanfrage rangieren, unternehmen Sie bitte nichts. Die Gefahr, dass Sie sich nach einem derartigen Neueintrag anschließend weiter unten finden, ist groß.

Link Popularity

Zahlreiche Suchmaschinen (u. a. Google) bewerten inzwischen die Anzahl der Links anderer Seiten auf Ihre Web-Seite (Link Popularity) hoch, weil man annimmt, dass andere Personen nur auf inhaltlich gute Seiten verlinken. Partnerschaften mit anderen Web-Sites oder der Einkauf zahlreicher Domains, die aufeinander verlinken, sind hierfür die beste Lösungsvariante.

Um herauszubekommen, wie Ihre Seiten in Suchmaschinen bewertet werden, können Sie kostenlos nachfragen bei:

[http:// www.linkpopularity.com](http://www.linkpopularity.com)

Bearbeiten der wichtigsten Suchdatenbanken

Vorarbeiten

Ihre Seiten sollten absolut fehlerfrei fertig gestellt und mit sinnvollen Meta-Tags ausgestattet sein, bevor Sie diese eintragen. Die Seiten erscheinen exakt so in den Trefferlisten der Suchmaschinen. Eventuelle Fehler sind sonst über Monate hinweg dort zu finden!

Es empfiehlt sich, alle einzutragenden URLs (komplette Dateinamen mit Pfad) vorher in eine Word-Datei zu kopieren oder zu schreiben. Ferner sollten Sie Ihren Namen, Adresse, E-Mail-Adresse etc. in diese Word-Datei eingeben, sowie eine Liste der wichtigsten Stichworte und Seitenbeschreibungen anfertigen. So kann man alles arbeitssparend und fehlerfrei beim Eintragen in die Suchmaschinen und Kataloge in das passende Feld kopieren.

Bei den Schlagworten ist umstritten, ob man Kommata dazwischen setzen soll oder nicht. Generell ist eine Eingabe der Schlagwortliste ohne Satzzeichen sicherer. Manche Suchmaschinen grenzen

jedoch logisch zusammengehörende aber getrennt geschriebene Ausdrücke mit Kommata besser ab (z. B. "Modernes Theater, Bregenzer Festspiele, Seebühne"). Hier hilft nur Ausprobieren! Bei einigen Suchdatenbanken gibt es Probleme mit der Back-Taste beim Eintragen. D. h. Sie verlieren alle Eintragungen in die Formularfelder beim Absenden des Anmeldeantrages. Deshalb sollte man zwei Fenster geöffnet haben, um ständig zwischen Textverarbeitungsprogramm und Browser hin- und herkopieren zu können.

Praxistipp

Es ist sinnvoller, täglich nur fünf Seiten in jeweils allen Suchdatenbanken einzutragen, als alle Seiten Ihrer Web-Site in eine einzige. Ersteres erhöht die Bewertung, letzteres kann zum Ausschluss Ihrer ganzen Domain führen!

Technischer Hinweis

Die Technik der Indizierung hat sich erheblich verbessert. Die meisten Suchmaschinen kommen nun mit moderner HTML-Programmierung zurecht. Frames sind nur noch selten eine Hürde. Deshalb wird in den Artikeln nun noch auf die wenigen Schwachstellen eingegangen und nicht mehr bei jeder Suchmaschine berichtet, was sie alles kann.

Nationale und internationale Suchmaschinen und Kataloge

Die folgenden Suchmaschinen und Kataloge sind in alphabetischer Reihenfolge aufgelistet:

Deutsche Suchmaschinen

Abacho

http://www.abacho.de/abacho_dienst/anmelden.html

Abacho hat u.a. die Suchmaschinen Eule.de, Aladin.de, Spider.de und Crawler.de übernommen.

Es ist nur der Eintrag der URL und ein Klick auf "URL anmelden" erforderlich.

Nach dem Absenden kann man mit der Zurück-Taste oder dem etwas versteckten Link "» eine weitere Seite anmelden" wieder zur Eingabemaske gelangen.

Die eingegebenen Seiten werden meist innerhalb der nächsten 4 Wochen besucht und dann indiziert.

Diese Suchmaschine lohnt sich oft für Einträge! Zu berücksichtigen ist, dass gesponsorte Suchanzeigen an den ersten Stellen eingeblendet werden!

Acoon

<http://www.acoon.de/addurl.asp>

Man muss nur die URL eingeben und auf "URL anmelden" klicken.

Mit der Zurück-Taste oder dem Link "klicken Sie bitte hier" gelangt man zum ausgefüllten Eingabeformular zurück.

Die Indizierung benötigt i.d.R. eine Woche. Sie kann jedoch auch Jahre benötigen.

Der Eintrag in dieser Suchdatenbank lohnt sich manchmal. Zu berücksichtigen ist, dass die ersten Plätze der Suchanzeigen verkauft werden!

Altavista

<https://login.yahoo.com/config/login?.src=srch&.done=http://submit.search.yahoo.com/free/request>

Die im Dezember 1995 gegründete Altavista hat ihren einst legendären Ruf verspielt. Seit 2001 werden Seiten derart schlecht und selten indiziert, dass es fast aussichtslos ist, dort etwas zu erreichen. Sie benutzt inzwischen den Yahoo! Suchindex, der einen Eintrag dort erfordert. Hierzu muss man sich zuerst in den USA registrieren. Ferner arbeitet die Trefferausgabe mit dem umstrittenen kommerziellen Dienst von Overture zusammen. Einträge in dieser Suchmaschine lohnen sich kaum mehr.

Fireball

<http://www.fireball.de/>

Fireball.de ist Teil des Lycos-Europe-Netzwerkes. Auch Kolibri.de und Orbiter führen zu Fireball. Fireball besitzt nun neben dem Index auch einen [Katalog](#), der einen eigenen Eintrag erfordert. Man kann ein URL nicht mehr selbst eintragen. Bei der Ausgabe / dem Ranking bevorzugt Fireball aktualisierte Seiten. Die neuesten Seiten stehen i.d.R. oben.

Google

<http://www.google.de/intl/de/addurl.html>

Google ist aufgrund des Quasimonopols die erste Wahl für Sucher und damit auch für Personen, die ihre Web-Site eintragen wollen. Google bietet einen der größten Indizes an (laut eigenen Angaben mehrere Milliarden Seiten). Die Suchmaschine unterstützt Link-Analyse / Link-Popularität zur Bewertung der Seiten.

Google galt bis 2003 bei der Qualität der Suchtreffer als hochwertige Suchmaschine.

Ferner ist sie beliebt bei vielen - eher unbedarften - Internet-Surfern.

Google beliefert auch viele andere Anbieter von Suchdiensten mit Suchtreffern bei deren Suchmaschinenabfrage aus der eigenen Datenbank, wie z.B. Yahoo und Netscape, T-Online und AOL.

Der Eintrag einer neuen Seite ist kompliziert. Man benötigt die "URL" und kann dann "Kommentare" zu jeder Seite hinzufügen. Zum Abschluss muss man einen grafischen Code lesen und korrekt eingeben. Danach klickt man auf "URL hinzufügen".

Im Gegensatz zu MSN erhält man für die oft schwer lesbaren Codes keine Fehlermeldung im Fehlerfall. Im Zweifel landet Ihr Eintrag dann auf einer Sperrliste, da das System laut eigenen Angaben in solch einem Fall von einer maschinell eingegebenen Seite ausgeht, die per se als Spam angesehen wird.

Als Folge sollten Sie zuerst entscheiden, ob der Code lesbar ist und im Zweifel mit Strg+r die Seite neu laden, um einen lesbareren Code zu erhalten. Leider kann sich Google dieses unergonomische Verhalten dank seines Monopols leisten.

Mit der Zurück-Taste gelangt man wieder zum Eingabemenü.

Der Eintrag in dieser Suchmaschine ist absolut notwendig.

Zumindest seit 2002 verliert Google seinen Ruf, Seiten schnell aufzunehmen. Nach eigenen Tests waren Seiten und sogar ganze Domains - trotz mehrfacher Eintragung - selbst nach mehreren Jahren noch nicht aufgenommen. Mitverantwortlich dürften falsch konzipierte und programmierte Filter sein, die selbst inhaltlich und formal absolut korrekte Seiten als Spam ansehen und deren Indizierung verweigern.

MSN

<http://search.msn.de/docs/submit.aspx?FORM=WSDD2>

MSN ist angesichts der dramatischen Verschlechterung bei Google eine wichtige Wahl bei Suchmaschinen in Punkto Eintragung geworden.

Der Eintrag einer neuen Seite ist relativ kompliziert. Man muss einen grafischen Code lesen, der oft durch drei darübergelagerte Striche schwer lesbar ist, und korrekt eingeben. Danach kopiert man die URL in das untere Feld und klickt auf "URL senden".

Im Gegensatz zu Google erhält man eine Fehlermeldung bei falsch eingegebenem Code, die eingegebene URL bleibt erhalten und man erhält sogar eine neue und meist lesbarere Zeichenfolge. I.d.R. werden Seiten innerhalb von 6 Wochen aufgenommen.

Lycos (Index/Suchmaschine)

Nach dem Umbau wurden Katalog und Suchmaschineneinträge zusammengefasst.

[Katalog](#).

Seekport (Suchmaschine und Katalog)

[http:// www.seekport.de / url_melden.html](http://www.seekport.de/url_melden.html).

Diese neue Suchmaschine ist qualitativ in den Suchtreffern Google überlegen!

Leider kann man derzeit seine Seiten noch nicht direkt anmelden.

Deutsche Kataloge

ALLESKLAR

[https:// listing.allesklar.de / mt_portal.php?mid=](https://listing.allesklar.de/mt_portal.php?mid=)

Allesklar behauptet, der größte deutsche Katalog zu sein.

Ein kostenloser Eintrag dort wirkt sich mehrfach aus:

Verzeichnung in den Webkatalogen lycos.de, fireball.de, allesklar.de und im größten deutschen Städteportal meinestadt.de mit Titel der Website und Ihrem Ort. Es erfolgt jedoch kein Eintrag in eine Kategorie. Die Erscheinungsdauer für Ihren Eintrag beträgt 3 Monate, wobei die Bearbeitungszeit nicht garantiert werden kann.

Bevor man die Seite eintragen kann, ist eine umfangreiche Registrierung erforderlich.

Ein Eintrag lohnt sich somit kaum mehr.

Bellnet

[http:// bellnet.de / suchen / anmelden-kostenlos.html? submit=Standardanmeldung](http://bellnet.de/suchen/anmelden-kostenlos.html?submit=Standardanmeldung)

Bellnet ist ein kleines Verzeichnis mit über 400.000 Einträgen, das sich als ältesten deutschen Web-Katalog bezeichnet.

Direkt auf der obigen Einstiegsseite findet sich ein komplexes Formular.

Folgende Angaben sind erforderlich:

"URL der Seite"

"Name der Seite (Titel)". Bei Firmen muss hier der Firmenname und die Stadt/PLZ eingetragen werden, bei privaten Homepages Nachname, Vorname bzw. das Produkt bzw. die gelieferte Information.

"Kurze und aussagekräftige Beschreibung" (höchstens 200 Zeichen)

"Postleitzahl und Stadt/Gemeinde - gefolgt von DE, AT, CH oder LI"

"Ihre E-Mail-Adresse"

"Eingabefeld für Kategorien, Keywords und Kommentare". Geben Sie hier Hinweise auf die Rubrik, in die man Sie eintragen soll (maximal 2 Rubriken + Ihre Stadt/Gemeinde).

Sie können auch die URL der entsprechenden Rubrik des Bellnet - Internetverzeichnisses hier angeben, um die Rubrik genau zu spezifizieren. In nachstehendem Feld können Sie maximal 5 Keywords (Suchbegriffe) angeben. Wiederholte Anmeldungen der gleichen URL bzw. des gleichen Inhalts unter verschiedenen URLs werden automatisch gelöscht.

"Ihr Name (Name des Anmelders oder Webmasters)"

"Firma (bzw. Verein, Organisation) - falls nicht zutreffend, lassen Sie bitte dieses Feld frei."

"Telefon"

"Fax"

Da die Anmeldung von Menschen manuell bearbeitet wird, dauert der Eintrag ca. 10 Wochen. Der Katalog arbeitet mit dem umstrittenen Anbieter kommerzieller Einträge und Werbung - Overture - zusammen. Dies bedeutet, dass zuerst immer kommerzielle (bezahlte) Suchtreffer angezeigt werden!

Der Eintrag in diesem Katalog lohnt sich nur für lang laufende Projekte.

Dino-Online

Auch Dino-Online bezeichnet sich als den ersten Deutschen Webkatalog.

Dino basiert nur auf dem ODP. Einträge sind dort durchzuführen. [ODP - Open Directory](#)

Fireball

http://www.fireball.de/hilfe/url_melden.html

Fireball.de ist eigentlich eine [Suchmaschine](#), die nun neben dem Index auch einen Katalog besitzt, der einen eigenen Eintrag erfordert.

Dahinter verbergen sich jedoch nur diverse kostenpflichtige Angebote.

Flix

<http://www.flix.de/eintragen.html>

Bei Flix handelt es sich um ein kostenpflichtiges Branchenverzeichnis, das nur für Firmen, Institutionen und Vereine offen ist.

Hit-Net

<http://hit-net.de/>

Wie bei den meisten Katalogen müssen Sie sich in die gewünschte Rubrik klicken und dort, unten auf der entsprechenden Seite, auf "URL eintragen" klicken.

Es erscheint ein kurzes Formular mit folgenden Fragen:

Die Rubrik ist automatisch festgelegt worden.

"Titel"

"Beschreibung"

"Email"

"URL"

Die Zuordnung von Schlagworten (Suchbegriffen) erfolgt automatisch und durch Zuordnung der Kategorie! Die Beschreibung Ihrer Seite bzw. Ihres Angebotes ist somit auch für die Gestaltung Ihrer Suchbegriffe ausschlaggebend und sollte gut durchdacht sein!

Auf der Folgeseite müssen Sie die Angaben nochmals bestätigen.

Der Aufwand zum Eintragen einer Seite ist zwar gering, allerdings ist die Wirkung auch eher gering, da der Katalog relativ unbekannt ist.

Ein Eintrag lohnt sich folglich nur selten.

Lycos (Katalog)

[http:// www.lycos.de / suche / seite_anmelden.html](http://www.lycos.de/suche/seite_anmelden.html)

Lycos besitzt auch eine [Suchmaschine](#), die aber keine eigene Eintragsseite mehr besitzt. Die kostenlose Anmeldung ist jedoch nicht mehr in Betrieb.

Sharelook.de

[http:// www.sharelook.de/](http://www.sharelook.de/)

Der relativ kleine deutsche Katalog Sharelook hat ein internationales Gesamtverzeichnis, was ihn wiederum interessant macht.

Wie bei den meisten Katalogen müssen Sie sich in die gewünschte (teilweise sehr verschachtelte) Rubrik klicken und dort auf "Neueintrag" - direkt rechts neben dem Suchen-Button oben - klicken. Es folgt ein langes Formular, das auch zuerst einen kostenpflichtigen Dienst anbietet. Weiter unten folgt der kostenlose Service. Er enthält folgende Felder:

"Kategorie" wird automatisch vorgegeben, kann jedoch auch geändert werden.

"Titel"

"URL"

"Kommentar"

"Ihr Name"

"Stadt"

"Ihre eMail"

Klicken Sie zum Schluss auf den links unten befindlichen Button "Abschicken"

Es kann jedoch einige Wochen dauern, bis die Seite im Index erscheint.

Die Ergebnisse sind sehr schlecht. Selbst nach Jahren waren eingetragene Seiten noch nicht verfügbar.

Der Eintrag lohnt sich unter dem Gesichtspunkt der Internationalität. Nur für Deutschland ist er von geringem Wert.

WEB.DE

[http:// eintragsservice.web.de/](http://eintragsservice.web.de/)

Um Ihre Seite bei WEB.DE anzumelden, müssen Sie registrierter WEB.DE Benutzer sein.

Bereits das Registrieren erfordert folgende Angaben:

"Anrede * Herr Frau"

"Vorname *"

"Nachname *"

"Firma"

"Straße und Hausnummer *"

"Land - PLZ *"

"Ort *"

"Telefon"

"Fax"

"Geburtsdatum *"

Die mit (*) gekennzeichneten Daten müssen angegeben werden

Die Registrierung zum Service dauert dann einige Tage.

Einige Seiten später kommt man zur Anmeldung der Seiten.

Erforderlich ist hier nur die:

URL

Auf der zweiten Seite folgen:

Rubrik:

Titel: (50 Zeichen)

Beschreibung: (100 Zeichen)

Land:

PLZ:

Ort:

Erst wenn alles eingetragen ist, wird der Button "Weiter" aktiviert.

Alle Einträge sind kostenpflichtig.

Ein Eintrag lohnt sich nur selten.

Yahoo.de!

<http://de.search.yahoo.com/free/request>

Galt früher als der Katalog schlechthin.

Vor allem die teilweise extrem lange Dauer bis zur Aufnahme einer Seite seit 2001 schadet dem Katalog allerdings enorm.

Yahoo bietet in Zusammenarbeit mit Google eine Suche an. Diese greift, wenn im eigenen Katalog mit über 1 Million Einträgen kein primärer Treffer gefunden wird. Google ist somit die sekundäre Suchmaschine von Yahoo.

Der deutsche Katalog empfiehlt sich nur für rein deutschsprachige Seiten, die nicht im anderssprachigen Ausland publiziert werden sollen.

Man muss nur eine Domain eintragen.

Österreichische Suchmaschinen

Abacho.at / Intersearch.at

http://funktionen.abacho.at/seite_anmelden/basic_eintrag/

Diese österreichische Suchdatenbank entspricht Abacho.de.

[Siehe hierzu die Beschreibung der deutschen Datenbank.](#)

Österreichische Kataloge

Allesklar.at

<http://www.allesklar.at>

Bei diesem Katalog kann man sich - wie bei der deutschen Ausgabe - in den Unterrubriken anmelden.

[Siehe hierzu die Beschreibung der deutschen Datenbank.](#)

Austria-Seek

http://www.austria-seek.at/cgi-bin/search/add_url.cgi

Manchmal wird die Annahme dieses Links verweigert: "gesperrte IP" / "Ungültiger Seitenaufruf!".

Benutzen Sie dann den unteren und klicken Sie in der Navigation links auf "URL anmelden".

<http://www.austria-seek.at>

Zuerst muss man die Domain eintragen. Dann folgt ein langes Formular mit:

Kategorie wählen:

Seitentitel, der jedoch bereits in Echtzeit (!) untersucht wurde.

URL (wird aus der ersten Seite übernommen)

Beschreibung

Suchbegriffe Beistrichgetrennt maximal 10 (d.h. es darf kein Leerzeichen nach dem Komma eingefügt werden.)

E-Mail:

Name

Adresse

Stadt

Bundesland

PLZ

Land

Telefonnummer

Danach muss man nur noch auf den Button "Seite Anmelden" klicken.

Oder man kann unten nur die URL in den Spider eingeben.

Der Eintrag lohnt sich.

Austronaut

<https://www2.austronaut.at/page.php?channel=anmeldung>

Zuerst muss man einen Buchstaben- und Ziffern-Code eingeben.

"Sie Selbst bestimmen nach der Registrierung ihre Suchbegriffe, Titel, Beschreibung sowie den Preis der von Ihnen für einen Besucher ihrer Website bezahlt wird bzw. von Ihrem Guthabenkonto abgebucht wird. Sie bezahlen nur dann, wenn Besucher ihren Link anklicken.

Der Mindesteinsatz auf Ihr Guthabenkonto kann im Login-Bereich nach erfolgreicher Registrierung mittels Kreditkarte oder Bankeinzug abgebucht werden.

Sobald Ihr Guthaben aufgebraucht ist, werden Ihre Einträge nicht mehr unter den TopRated angezeigt. Nach einem Jahr ohne neuerliche Aufbuchung wird Ihr Zugang gelöscht."

Die völlig kommerziell ausgerichtete Suchmaschine lohnt sich nicht mehr.

Guide.at

<http://guide.at/>

Bei Guide.at handelt es sich um ein regional durchsuchbares Register. Es arbeitet mit Austronaut zusammen.

[Siehe hierzu die Beschreibung bei Austronaut.](#)

Henkel.at

<http://www.henkel.at/cgi-bin/cgiwrap/vi00n091/sites/site.pl.cgi?Action=registrieren>

Dies ist eine wenig bekannte Seite, deren Inhalt sehr gut ist.

Dahinter verbirgt sich ein Formular mit folgenden Feldern:

"Geben Sie zuerst den URL (die WWW-Adresse Ihrer Seiten ein)"

"Geben Sie eine kurze Beschreibung der Seiten ein"

"Spezifizieren Sie die Kategorie, in denen Sie Ihre Web Seiten eingeordnet wissen wollen" möglich sind zwei Kategorien.

"Geben Sie ein paar Stichworte ein"

"Geben Sie Ihre Email Adresse ein"

Es werden nur .at-Domains aufgenommen.

Der Eintrag lohnt sich nur für .at-Domains.

webwizard.at

<http://www.tripple.net/contator/webwizard/addurl.asp?>

Der WebWizard ist die Mischung aus Suchmaschine und Katalog im Contator.net-Portal von Tripple! Hier finden Sie Websites aus und für Österreich, von einem automatischen Crawler auf Aktualität geprüft und durch die Redaktion geordnet und katalogisiert.

Zum Eintragen einer Website sind nur die URL und Ihre E-Mail anzugeben. Fairerweise sollte man das Häkchen unten links entfernen, wenn die Website nicht für Österreich interessant ist.

Es werden nur die Startseiten aufgenommen. Ferner werden nur Websites berücksichtigt, die in irgendeinem Zusammenhang mit Österreich stehen.

Angesichts des geringen Aufwandes lohnt sich der Eintrag.

Schweizerische Suchmaschinen

Abacho.ch

http://funktionen.abacho.ch/seite_anmelden/basic_eintrag/

führt beim Seiteneintrag zur deutschen Suchmaschine.

[Siehe hierzu die Beschreibung bei Abacho.de.](#)

Bluewin

<http://search.bluewin.ch>

Diese Suchmaschine ist wichtig für die Schweiz.

Sie wird nun von Inktomi versorgt. Eine Eingabe der eigenen Seiten ist nun direkt nicht mehr möglich.

Search.ch

<http://www.search.ch/addurl.html.de>

Die Suchmaschine <http://www.swisssearch.ch> ist in Search aufgegangen.

Die Suchmaschine nimmt nur .ch-Domains an.

Es gibt jedoch kleine Ausnahmen, wenn das Thema für die Schweiz von Interesse ist.

Die Anmeldung ist denkbar einfach:

Geben Sie nur die URL Ihrer Homepage ein. Alle Seiten, auf die ein direkter Link besteht, werden automatisch auch indiziert.

Das gute Testergebnis lohnt den geringen Aufwand.

Webservices111

<http://www.webservices111.ch/content/registrieren/index.php>

Bei diesem schweizerischen Branchenbuch kann man nur EDV-Firmen eintragen.

Liste schweizerischer Suchmaschinen und Kataloge

http://www.megasearch.ch/show.php?se_category=1

Eine Liste schweizerischer Suchmaschinen und Kataloge finden Sie hier. Jedoch kann man nicht in alle Datenbanken auch Einträge einfügen.

Schweizerische Kataloge

Linx.ch

<http://www.linx.ch>

Dieser Katalog verwendet das Open Directory als Indiziermethode.

Der Eintrag in den Katalog ist einfach:

Man klickt sich in die entsprechende Unterkategorie und meldet dort die Seite an.

Es öffnet sich ein völlig neues Fenster mit folgenden Abfragen:

Die Kategorie ist vorgegeben.

"URL der Website"

"Titel der Website"

"Beschreibung der Website"

"Ihre E-Mail-Adresse"

Es dauert zwar oft Monate, bis man eingetragen wird, aber dafür erscheint die Website auch in zahlreichen anderen Verzeichnissen: wie z. B. AOL Search, AltaVista, HotBot, Google, Lycos, Netscape Search.

Sharelook.ch

[http:// www.sharelook.ch/](http://www.sharelook.ch/)

Entspricht dem deutschen Katalog.

[Siehe hierzu die Beschreibung bei Sharelook.de.](#)

Die Testergebnisse waren auch bei dem schweizerischen Katalog sehr schlecht.

Internationale (englischsprachige) Suchmaschinen

Grundsätzlich lohnen sich internationale Suchdienste, die alles in Englisch anbieten nur für Web-Seiten mit englischem Inhalt. Die Zeiten, in denen deutsche Internet-Surfer US-Suchdienste nutzten, weil diese besser waren als die deutschen, sind vorbei.

Es gibt Gerüchte, wonach manche US-Suchmaschinen fremdländische Domains im Ranking benachteiligen. Es lohnen sich folglich nur Einträge der Top-Level-Domains wie .com, .net, .org, .info, .biz.

Alltheweb / FAST Search

[http:// www.alltheweb.com / add_url.php](http://www.alltheweb.com/add_url.php)

Dieser im Mai 1999 gestartete Dienst ging in Yahoo / Overture auf und erfordert nun eine Registrierung und bietet anschließend dennoch nur einen kostenpflichtigen Eintrag.

Altavista

[http:// addurl.altavista.com/ sites / addurl / newurl](http://addurl.altavista.com/sites/addurl/newurl)

Altavista ging in Yahoo / Overture auf, erfordert nun eine Registrierung und bietet anschließend dennoch nur einen kostenpflichtigen Eintrag.

Es gelten dieselben Bemerkungen wie für die [deutsche Suchmaschine](#).

AOL

[http:// www.aol.com/](http://www.aol.com/)

Auch AOL wurde zu einer Suchmaschine, die gegen Geld eine Top-Platzierung garantiert und die anderen Einträge benachteiligt.

Hier können AOL-Mitglieder Ihre Web-Seiten eintragen.

Es handelt sich um einen hierarchischen Katalog.

Wie üblich, müssen Sie sich in eine Unterkategorie klicken und können dort die Seite anmelden.

Ganz unten auf der betreffenden Rubrikenseite befindet sich ein grün umrandeter Kasten, der aussieht wie ein Werbebanner, mit der Aufschrift: "Help build the largest human-edited directory on the web.

Submit a Site - Open Directory Project - Become an Editor"

Klicken Sie links auf "Submit a Site". Es öffnet sich ein völlig neues Fenster mit viel Text über das Open Directory Projekt. Es ist ein Verzeichnis, das von Menschen kontrolliert wird. Da man auch über andere Dienste (Netscape, Lycos and Hotbot, as well as within AOL Search) Einträge dort hineinkommt, lohnt es sich nicht, bei AOL Mitglied zu werden, nur um eine Seite in das Verzeichnis zu bringen.

Google

<http://www.google.com/addurl.html>

Diese erfolgreichste und zurzeit beliebteste Suchmaschine verlangt für den Seiteneintrag nur zwei Informationen: die URL und Comments.

Allerdings wird man mit einer deutschen IP oder einem deutschen Browser beim Eintrag auf die deutsche Eingabeseite übergeleitet.

Jeder Eintrag lohnt sich.

Netscape Search

<http://www.netscape.com/>

Netscape Search besitzt zwar eine eigene primäre Datenbank, bezieht allerdings weitere Daten aus dem Open directory Projekt.

Eintragungsversuche werden dorthin weitergeleitet, so dass man sich den Weg über Netscape sparen kann.

Overture

<http://www.overture.com/d/USm/about/advertisers/>

Viele Suchdienste gingen in Overture auf: u.a. Excite.de.

Derzeit verlangt er hohe Summen für einen Eintrag und die dann erfolgten Klicks. Deshalb kann man diesen Dienst nicht empfehlen.

Teoma

<http://www.teoma.com/>

Diese Suchmaschine wird erstaunlicherweise in den Fachzeitschriften hoch gelobt. Alle durchgeführten Tests waren jedoch ernüchternd. Deutsche Seiten werden erst nach Monaten verzeichnet, und dann wird der Text falsch dargestellt.

Ein kostenpflichtiger Dienst, der kaum empfohlen werden kann.

Internationale (englischsprachige) Kataloge

Open Directory

<http://dmoz.org/>

Ein von ca. 50.000 Editoren (Menschen) kontrollierter hierarchischer Katalog mit ca. 47.000 Themenfeldern.

Unter anderem nutzen AOL, Acoon und Google Open Directory.

Wie bei allen Katalogen, müssen Sie sich das passende Unterverzeichnis suchen.

Bitte achten Sie genau darauf, dass Sie sich im richtigen Land befinden. Ein Eintrag in einem falschen **Land** führt zumindest zu erheblicher Zeitverzögerung bei der Aufnahme!

In der passenden Kategorie angekommen, müssen Sie rechts oben "URL hinzufügen" bzw. "add URL" anklicken.

Es öffnet sich wieder ein neuer langer Text, der weiter unten ein Formular mit folgenden Feldern enthält:

URL der Website: / Site URL:

Titel der Website: / Title of Site

Beschreibung der Website: / Site Description mit ca. 25-30 Wörtern.

Ihre E-Mail-Adresse: / Your E-mail Address

Da derart viele Suchmaschinendienste auf dieses Verzeichnis zumindest in Teilen zurückgreifen, lohnt sich der Eintrag.

Yahoo!

[http:// www.yahoo.com](http://www.yahoo.com)

Der klassische Katalog / das Verzeichnis Yahoo! erlaubt den Eintrag nur noch nach einer persönlichen Registrierung.

Es kann Monate dauern, bis eine Seite aufgenommen wird, wenn überhaupt.

Aufgrund der Beliebtheit dieses Kataloges in den USA ist ein Eintrag sinnvoll.

Allerdings erfordert der nun kommerzielle US-Dienst eine Registrierung!

Kostenpflichtige Eintragungsdienste

Viele Firmen im Internet versprechen, Ihre Seiten für angeblich wenig Geld in hunderten oder gar allen Suchdatenbanken einzutragen. Erstens funktionieren diese Eintragungsmechanismen nicht immer, da die Suchdatenbanken ständig die Eintragungsmodalitäten etwas abändern. Selbst wenn Sie dort Ihre Seiten mittels Automatismus eintragen lassen, rangieren diese weit unten. Zweitens sind über 99 % der mehr als 3.000 weltweiten Suchdatenbanken für Ihre Werbung völlig irrelevant. Sparen Sie sich das Geld!

Schleudern

Es existieren Anmeldeprogramme, die Sie in Dutzenden von Suchmaschinen anmelden, oder dies zumindest vorgeben. Die Arbeit mit vielen ergab in Tests nur wenig zufrieden stellende Ergebnisse. Handarbeit mit Finetuning ist bei Suchmaschineneinträgen durch nichts zu ersetzen.

Ferner bieten die dort angeschriebenen Suchdatenbanken keinen Mehrwert - weder für Sie als Inserent noch für die Internet-Surfer. Man wird nur mit Werbesendungen überflutet.

Grundsätzlich sollte man vorsichtig sein, wenn die E-Mail-Adresse abgefragt wird. Es empfiehlt sich, zumindest eine allgemeine Adresse der Domain zu verwenden, wie z. B.

infocenter@Firmenname.de. Diese sonst nicht benutzte E-Mail-Adresse kann man im Zweifel einfach sperren oder zumindest nicht mehr benutzen.

Definitiv sollte man bei ausländischen Suchdatenbanken nicht davon ausgehen, dass sich deren Betreiber an deutsches Datenschutzrecht halten. I.d.R. verdienen sie mit dem Verkauf oder der eigenen kommerziellen Verwertung der E-Mail-Adressen viel Geld.

Sondersuchdatenbanken

Es kann für Sonderprodukte durchaus sinnvoll sein, auch spezielle Suchdatenbanken zu verwenden. Wenn Sie z. B. als Weinbauer Sonderkreuzungen neuer Weinsorten anbieten wollen, erhalten Sie durch einen Eintrag Ihrer Werbeseiten in einer der Weinanbaubranche bekannten kleinen, speziellen Weinsuchdatenbank mehr verwertbare Antworten als von den größten allgemeinen Suchdatenbanken der Welt.

www.klug-suchen.de

www.suchlexikon.de

www.sucharchiv.de

Listen mit weiteren - meist kleineren, spezielleren oder auch regional / national orientierten - Suchdatenbanken finden sich z. B. unter:

[http:// www.yahoo.com / Computers and Internet / Internet / World Wide Web / Searching the Web](http://www.yahoo.com/Computers_and_Internet/Internet/World_Wide_Web/Searching_the_Web)

Weitere Informationen

Viele nützliche Hinweise und teilweise auch moralisch nicht immer unbedenkliche Tricks zur Höherbewertung Ihrer Web-Seiten in Suchdatenbanken finden Sie unter:

[http:// www.deadlock.com / promote / search-engines/](http://www.deadlock.com/promote/search-engines/)

[http:// www.Controlling21.de / firma / artikel / suchmaschinengerechte -seitengestaltung.htm](http://www.Controlling21.de/firma/artikel/suchmaschinengerechte-seitengestaltung.htm)

[http:// www.searchenginewatch.com](http://www.searchenginewatch.com)

[http:// www.webreference.com / index2.html](http://www.webreference.com/index2.html)

[http:// www.webmasterworld.com](http://www.webmasterworld.com)

[http:// www.searchengineforums.com](http://www.searchengineforums.com)

[http:// www.traffick.com](http://www.traffick.com)

Überprüfung

Schauen Sie nach, ob Ihre Seite tatsächlich in den Suchmaschinen registriert wurde. Viele Suchmaschinen bieten hierzu die Suche nach URLs an.

Mittels Spezialprogrammen können Sie die Rangliste Ihrer Seiten überprüfen lassen:

[http:// de.webmasterplan.com/ cgi-local / router.cgi ?l=de&p=wmpde&s =mon_position](http://de.webmasterplan.com/cgi-local/router.cgi?l=de&p=wmpde&s=mon_position)

Besonders interessant ist der kostenlose Service

[http:// www.searchenginewatch.com](http://www.searchenginewatch.com)

Werkzeuge um Ihre Positionierung in manchen Suchmaschinen herauszufinden.

[www. suchmaschinentricks.de](http://www.suchmaschinentricks.de)

www.webmasterplan.de

Alle möglichen Hinweise zu deutschen Suchmaschinen

[http:// metager.de / asso.html](http://metager.de/asso.html) Assoziationen für Keywords

[www. keyword-datenbank.de](http://www.keyword-datenbank.de) Keywords

[http:// www.webhits.de / deutsch / webstats.html](http://www.webhits.de/deutsch/webstats.html) Statistiken kleiner und privater Homepages

[http:// www.at-web.de](http://www.at-web.de)

[http:// www.kso.co.uk](http://www.kso.co.uk)

[http:// www.suchfibel.de](http://www.suchfibel.de)

[http:// www.megasearch.ch/](http://www.megasearch.ch/) Eine große Liste mit Suchmaschinen zum direkten Anklicken.

Beachten Sie

Suchdatenbanken werden von vielen Menschen überbewertet! Sie eignen sich tatsächlich meist nur zum Einstieg in ein Thema. Sobald sich ein Internet-Surfer etwas in einem Gebiet auskennt, wird er fast ausschließlich mit selbst aufgezeichneten Adressen oder über Links arbeiten.

Hieraus folgt, dass man sich über die exakte Positionierung seiner Werbeseite in den Suchergebnissen nicht den Kopf zerbrechen sollte. Wenn man - je nach Größe der Datenbank - unter den ersten 30 aufgelistet wird, ist der Erfolg der eigenen Web-Page gesichert. Damit man in mehreren Dutzend Suchdatenbanken immer mit seinen Werbeseiten an erster Stelle rangiert, muss man unverhältnismäßig viel Zeit investieren. Ein insgesamt größerer Werbeeffekt lässt sich jedoch bei geringerem Zeitaufwand mit herkömmlichen Medien erzielen! Man sollte deshalb bei aller Internet-Euphorie den klassischen Medienmix bei der Werbung nicht vergessen.

Lesen Sie zu diesem Thema auch meine [suchmaschinengerechte Seitengestaltung](#)