

**Die neue Homepage ist fertig, und funktioniert tadellos – nur leider hat sie nur wenige Besucher. Wir verraten Ihnen wichtige Tipps, um Ihre Webseite erfolgreich zu pushen.**

# Erfolg für die Homepage

Suchmaschinen sind eine feine Sache, denn erst sie eröffnen den vollen Zugriff auf alle Informationen, die das Web bereithält. Allerdings gibt es inzwischen so viele Webseiten zu allen möglichen Themengebieten, dass die Ergebnislisten unübersehbar lang werden. Daher ist es wichtig, beim Aufbau einer Website nicht nur an die erhofften zukünftigen Besucher zu denken, sondern auch daran, die Suchmaschinen mit allen nötigen Informationen zu versorgen, die eine gute Platzierung in den Ergebnislisten ermöglichen. Alle Suchmaschinen arbeiten mehr oder weniger nach demselben Prinzip: Ein Suchprogramm, auch Robot, Spider oder Crawler genannt, klappert verschiedene Seiten ab, folgt Links und nimmt dabei Bewertungen vor. Außerdem sucht er gezielt Seiten auf, um sie nach diversen Kriterien unter die Lupe zu nehmen. Das passiert beispielsweise dann, wenn Sie eine Seite bei einer Suchmaschine anmelden. Diese Kriterien sind es nun, die über Erfolg und Misserfolg bzw. über eine gute oder schlechte Platzierung entscheiden. Im schlimmsten Fall kann es sogar sein, dass Ihre



## Beliebtheit der Webadresse

Die s.g. Link-Popularity, also die Anzahl externer Links, die auf Ihre Domain verweist, gilt als Maßstab für die Beliebtheit Ihrer Webadresse. Sie spielt bei der Suchmaschinen-Positionierung eine wichtige Rolle. 1&1 hilft Ihnen dabei, diese Statistik für Ihre Website zu ermitteln. Um die Homepage schließlich in die verschiedenen Suchdienste einzutragen, stellt 1&1 seinen Webhosting-Kunden die Software „Hello Engines“ zur Verfügung. Damit wird Ihre Homepage auf Wunsch bei über 600 Suchmaschinen korrekt eingetragen. Wie Sie mit dem Tool arbeiten, lesen Sie auf den Seiten 68 und 69.

Aber auch wenn Ihre Homepage von Suchmaschinen gefunden wird, wird häufig nach einiger Zeit deutlich, dass der Webauftritt, in den Sie viel Zeit und Mühe gesteckt haben, nicht den erhoff-

neue Seite überhaupt nicht in den Index mit aufgenommen wird. Ein Voreintrags-Check hilft Ihnen dabei, im Ranking der Suchmaschinen nach oben zu klettern. Damit Ihnen das gelingt, untersucht ein Eintragsdienst, der bei den Webhosting-Angeboten von 1&1 inklusive ist, Titel- und Meta-Tags, sowie das Design der Homepage nach Richtlinien für effektive Eintragungen automatisch. Sie erhalten Vorschläge, wie Sie den Aufbau Ihrer Webseiten entsprechend verbessern können.

Außer den reinen Suchmaschinen gibt es die Kataloge. In diese Kategorie gehört beispielsweise Yahoo. Hier werden angemeldete Seiten nicht nur durch Roboter besucht, sondern auch von Menschen, die dann selbst Bewertungen vornehmen. Kennt man all die genutzten Mechanismen, kennt man auch die Tricks, die die Platzierung maßgeblich beeinflussen können.



>> Web-Kataloge bieten neben der reinen Suchfunktion auch thematische Übersichten.



>> Fanartikel und T-Shirts können Sie als 1&1-Kunde in Ihrem eigenen Online-Shop bei eQuisto anbieten.

ten Zuspruch findet. Spätestens dann müssen Sie weitere Marketingaktivitäten einsetzen, um die Homepage bekannter zu machen.

## Newsletter erstellen

Newsletter eignen sich hervorragend, um die Besucher Ihrer Website möglichst langfristig zu binden. Nachdem sich die Surfer auf Ihrer Website in eine Verteilerliste eingetragen haben, versorgen Sie diese in regelmäßigen Abständen mit aktuellen Informationen zu Ihren Produkten oder zu Ergänzungen und Änderungen Ihres Angebots. Beschränken Sie sich dabei aber nicht darauf, lediglich neue Produkte und Dienstleistungen vorzustellen, die bereits auf Ihrer Homepage erwähnt werden. Vielmehr sollten Sie Zusatzinformationen liefern. Bei einem Versandhandel für Pflanzen und Gartenbedarf können das beispielsweise Pflanzetipps sein, die für viele Pflanzenliebhaber ein willkommener Service sind. Idealerweise sollte der kostenlose Newsletter beim Ausdruck auf DIN A4 eine Länge von zwei bis drei Seiten nicht überschreiten. Längeren Newslettern sollten Sie zudem ein Inhaltsverzeichnis oder einen Schnellüberblick zur besseren Orientierung voranstellen. Wichtig sind auch regelmäßiges und pünktliches Erscheinen und Aktualität der Mitteilungen. Wenn beispielsweise der Blumenfreund Pflanzetipps zur Überwinterung erst im März erhält, ist der Sinn verpufft. Garantieren Sie auch, dass die Mailadressen Ihrer Kunden nicht für andere Zwecke benutzt oder weitergegeben werden. Beachten Sie alle genannten Punkte, wird sich langfristig eine Kundenbindung aufbauen lassen, die den Besucher immer wieder zu Ihrer Website kommen lässt. Wie Sie einen Newsletter mit dem 1&1 Newsletter-Tool erstellen, lesen Sie auf den Seiten 66 und 67.

## Werbung in Newsgroups

Auch in Newsgroups können Sie ganz dezent auf Ihre eigene Homepage aufmerksam machen.

Wenn Sie sich beispielsweise als Webdesigner mit dem Programm MS Frontpage gut auskennen, besuchen Sie doch die deutschsprachige Newsgroup-Seite [microsoft.public.de.frontpage](http://microsoft.public.de.frontpage) und verfolgen die dort geschilderten Fragen und Probleme. Bei Ihren Antworten, die selbstverständlich zum Thema passen sowie kompetent und hilfreich sein müssen, setzen Sie als Signatur einen Link zu Ihrer Homepage.

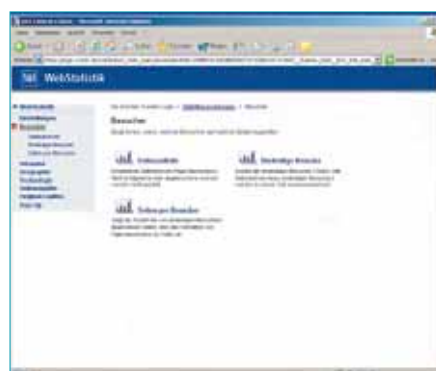
Sie können sicher sein, dass ab sofort das eine oder andere Newsgroup-Mitglied zu Ihrer Homepage surfen wird.

## Eigenes Forum einrichten

Foren sind mit Newsgroups vergleichbar. Mit Hilfe von Suchmaschinen finden Sie schnell einige passende Foren, wo Sie sich nach einer eventuellen Registrierung mit qualifizierten Beiträgen etablieren können. Binden Sie doch in Ihre Homepage ein Forum ein, das in Kürze zum Treffpunkt der Forenmitglieder werden kann. Im Homepage-Baukasten von 1&1 richten Sie in wenigen Minuten Ihr eigenes kostenloses Forum ein. Dieses lässt sich sogar individuell dem Design Ihrer Website anpassen.

## Kostengünstige Werbung: Bannertausch

Eine kostengünstige Werbung für Ihre Homepage ist der Bannertausch, dessen Prinzip auf Gegenseitigkeit beruht. So wird bei jedem Seitenaufruf ein Banner von anderen Tauschpartnern gezeigt. Das Ganze wird von Bannertauschsystemen organisiert, denen Sie kostenlos beitreten können. Alle 1&1 Hosting-Tarife sind beispielsweise auch als „BC“-Varianten, d.h. mit „BannerCommunity“ verfügbar. Das Verhältnis für den Austausch nennt sich Ratio. Eine 10:6-Ratio, wie Sie beispielsweise 1&1 anbietet, bedeutet, dass Sie sechs Mal Ihren eigenen Banner auf anderen Webseiten einblenden lassen können, wenn im Gegenzug auf Ihren Seiten zehn Banner von anderen Anbietern gezeigt werden.



>> Die 1&1 WebStatistik zeigt Ihnen detailliert, wer Ihre Besucher sind und woher sie kommen.



>> Werbebanner können Sie bei 1&1 in der BannerCommunity tauschen.

## Banner designen

Sinn des Werbebanners ist es aufzufallen, um das Interesse des Besuchers zu wecken und letztendlich zum Anklicken zu animieren. Dennoch sollten Sie vermeiden, dass ein Banner in grellen Farben gestaltet oder mit blinkenden Elementen versehen wird. Auf dem Banner sollte direkt erkennbar sein, was Ihre Website zu bieten hat. Beschreiben Sie diese Dinge kurz und griffig, ohne in Superlative wie „Die beste Site im Netz!“ zu verfallen, denn das schreckt die Besucher ab.

## Pop-Up-Fenster

Als Pop-Ups werden Browserfenster bezeichnet, die sich entweder beim Aufrufen oder beim Verlassen einer Homepage zusätzlich öffnen. Solange es bei einem Fenster bleibt, kann es als auffälliges Werbemittel für die eigene Homepage genutzt werden. Übertreiben Sie es aber, indem sich immer wieder neue Fenster öffnen, wird der Besucher diese wieder ganz schnell schließen, Ihre Website verlassen und sobald nicht wieder kommen.

## eQuisto: Fan-Artikel im eigenen Online-Shop

Viele Besucher kann Ihre Website auch generieren, wenn Sie etwas Besonderes anbieten. So können Sie beispielsweise mit dem eQuisto Merchandise Shop eigene Fan-Artikel direkt auf Ihrer Homepage verkaufen. Mit wenigen Klicks, ohne Kosten, Aufwand und Risiko können Sie so online T-Shirts mit Ihrem Logo, Caps oder Mousepads anbieten. Der besondere Bonus: 1&1-Kunden erhalten bei eQuisto bessere Konditionen bei der Provisionsstaffel. Mehr dazu lesen Sie auch auf Seite 71.

## 1&1 WebStatistik

Wer sind Ihre Besucher, woher kommen sie und welche Seiten werden am häufigsten angesurft? Das alles verrät Ihnen die 1&1 WebStatistik. Diese wertet alle Logfile-Daten aus, die vom Webserver aufgezeichnet werden. Diese Daten können auf verschiedene Weise ausgewertet werden. Die 1&1 WebStatistik ist in allen Hosting-Paketen (ab 1&1Home) enthalten. Mehr Informationen dazu lesen Sie auf den Seiten 72 und 73.



# Unified Messaging einrichten

**SMS, Fax, E-Mail, Sprachnachrichten – beim Unified Messaging von 1&1 laufen alle Kanäle zusammen. Trotzdem ist die Kommunikationszentrale mit wenigen Handgriffen eingerichtet. Wie es funktioniert, zeigt unser Workshop.**

**U**nified Messaging vereint verschiedene Kommunikationsdienste wie E-Mail, Fax oder SMS. Voraussetzung für die Aktivierung des Unified-Messaging-Systems (UMS) ist ein bestehendes E-Mail-Postfach. Die-

ses ist beispielsweise notwendig, damit eingehende Fax- oder Sprachnachrichten weitergeleitet werden können.

Zudem überwacht UMS den Eingangskorb und sendet beim Eintreffen neuer Mitteilungen eine

SMS-Nachricht auf Ihr Handy. Sollten Sie also noch kein E-Mail-Postfach eingerichtet haben, holen Sie dies zunächst nach. Folgender Workshop zeigt Ihnen Schritt für Schritt, wie Sie Ihr UMS konfigurieren.

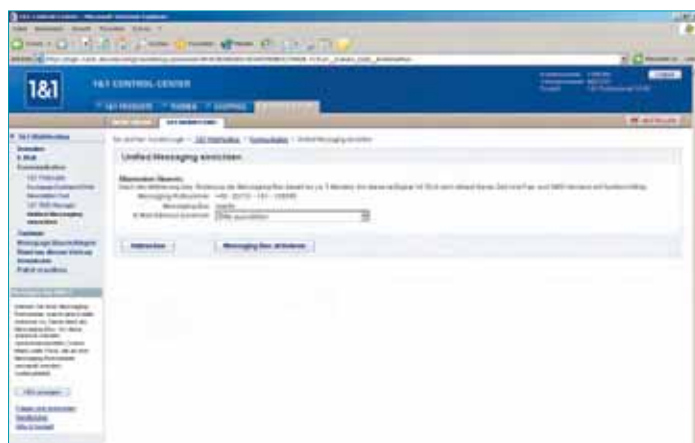
## 1 UMS konfigurieren

Um UMS zu konfigurieren, melden Sie sich mit Benutzernamen und Passwort im 1&1 Control-Center an.

■ Wählen Sie hier „Mein 1&1 Produkt“. Das Auswahlfenster erscheint. Klicken Sie hier unter dem Menüpunkt „Kommunikation“ auf die Option „Unified Messaging einrichten“. Ein neues Fenster öffnet sich.

■ Sie sehen nun, dass Ihre Messaging-Rufnummer automatisch vergeben wird. Da das 1&1 Rechenzentrum seinen Sitz in Karlsruhe hat, besitzt die Vorwahl die Nummer 0721.

■ Für die Aktivierung ist die Zuweisung eines E-Mail-Postfachs erforderlich. Ein Aufklappenmenü hilft Ihnen bei der Auswahl. Klicken Sie anschließend auf die Schaltfläche „Messaging-Box aktivieren“. Ist Ihr E-Mail-Postfach bereits aktiviert, können Sie Ihre Messaging-Rufnummer sofort nutzen.

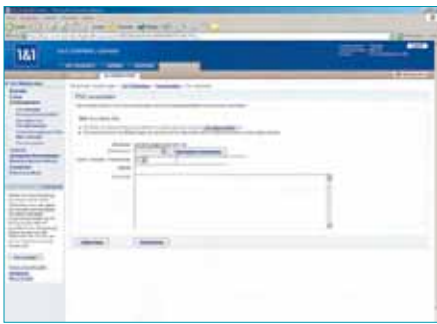


## 2 Faxsendungen verschicken

Trotz der rasanten Verbreitung des Internets, gehören längst nicht alle Unternehmen, Institute und schon gar nicht alle Privatpersonen zu den Internetnutzern. Hinzu kommt, dass noch immer viele Menschen wichtige Infor-

mationen schwarz auf weiß bevorzugen. Unterwegs ist der Faxversand jedoch oft ein Problem. Ein Faxgerät oder ein analoger Telefonanschluss ist nicht immer greifbar. Im Ausland gibt es zudem Probleme mit den Telefonbuch-

sen. Mit dem 1&1 UMS können Sie Faxnachrichten bequem per Internet verschicken. Ebenso wie der SMS-Versand ist auch die Faxfunktion im Bereich „Kommunikation“ angesiedelt. Wählen Sie einfach den Punkt „FAX



versenden“ aus und Sie gelangen zur Eingabemaske. Tragen Sie Vorwahl und Rufnummer in die erste Zeile des Faxformulars ein. Füllen Sie anschließend die Betreffzeile und den Nachrichtentext aus.

■ Beachten Sie bitte, dass an ausländische Standorte und Sonderrufnummern keine Faxmitteilungen übermittelt werden können. Klicken Sie am Ende auf „Abschicken“, um das Fax auf den Weg zu bringen.

■ Wie beim SMS-Versand bestätigt das 1&1 UMS die Übergabe der Faxsendung an das Fax-Gateway.

■ Und noch etwas haben beide Kommunikationswege gemeinsam: Auch für den Faxversand kann ein Telefonbuch mit den wichtigsten Faxnummern angelegt werden. Das Verfahren ist identisch mit der Speicherung von SMS-Telefonbüchern. So haben Sie immer die passende Faxadresse parat.

### 3 Eingehende Nachrichten abrufen

Das E-Mail-Postfach spielt beim Unified Messaging eine zentrale Rolle. So können nicht nur E-Mail-Mitteilungen versendet und empfangen werden, auch eingehende Faxsendungen und die Nachrichten der Voice Mailbox landen im Posteingang. Dadurch sind die Daten sehr flexibel zu handhaben.

■ Starten Sie im Bereich „E-Mail“ in der grauen Leiste den „1&1 Webmailer“ per Knopfdruck. Wählen Sie Ihr E-Mail-Postfach aus und geben Sie das Passwort für den Zugang ein. Sie können

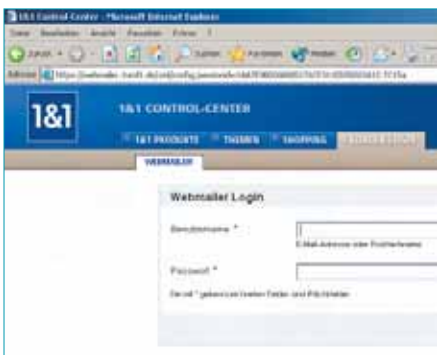
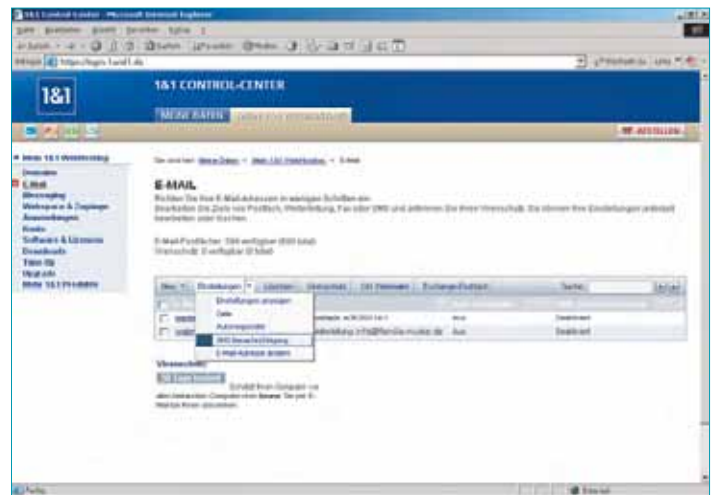
Zudem lässt sich die digitalisierte Nachricht archivieren oder an Freunde und Geschäftspartner weiterleiten.

■ Faxnachrichten gelangen auf ähnliche Weise in das E-Mail-Postfach. Auch sie sind als Anhang einer leeren Nachricht beigefügt. Hier kommt das bekannte Grafikformat „.tif“ zum Einsatz. Es wird nicht nur von den meisten Grafikprogrammen, sondern unter Windows XP auch vom Windows Explorer interpretiert.

■ Wer auf Geschäftsreise oder im Urlaub weilt, hat kaum Zeit und Lust, den ganzen Tag in einem Internetcafé zu verbringen, um auf eine wichtige E-Mail zu warten.

Eine bequeme Alternative sind SMS-Benachrichtigungen, die das 1&1 UMS aufs Handy schickt, sobald neue Nachrichten im E-Mail-Postfach eingehen.

■ In der E-Mail-Übersichtsleiste gehen Sie über den Menüpunkt „Einstellungen“ zum Punkt „SMS Benachrichtigung“. Im sich öffnenden



den Webmailer auch wahlweise über die Webseite [www.webmail.1und1.de](http://www.webmail.1und1.de) aufrufen.

■ Nachrichten mit dem Absender [gate@kundenserver.de](mailto:gate@kundenserver.de) wurden dem E-Mail-Postfach entweder vom Sprach- oder Fax-Gateway zugestellt. Das Schlagwort „Voicemail“ in der Betreffzeile kennzeichnet eine Sprachnachricht, während „Fax“ für eine Faxsendung steht.

■ Öffnen Sie zunächst die Sprachnachricht. In der leeren E-Mail ist lediglich ein Anhang enthalten. Die Sprachnachricht des Anrufers wurde in das Audioformat „.wav“ konvertiert. Datum und Uhrzeit des Anrufs sind der Kopfzeile zu entnehmen.

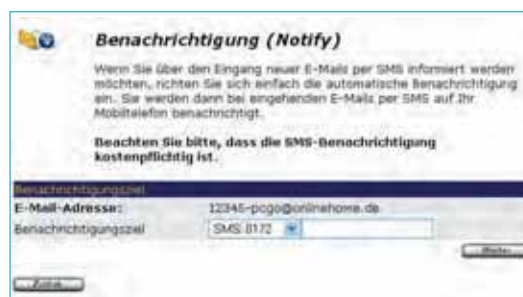
Sie können die Datei auf Ihrer Festplatte speichern und mit einem Abspielprogramm, wie beispielsweise Windows Media Player, anhören.

Menü wählen Sie anschließend die entsprechende E-Mail-Adresse aus. Im nächsten Schritt wählen Sie „An“ (bzw. „Aus“ zur Deaktivierung).

■ Mit Hilfe der zusätzlichen Eingabefelder können Sie nun die Feineinstellungen für die SMS-Benachrichtigungen vornehmen.

■ Hierzu gehören beispielsweise die Handy-Nummer, zu der die Kurzmitteilungen geschickt werden, die Tageszeiten, zu denen Sie Mitteilungen empfangen wollen und die Abstände, in denen der Posteingang überprüft wird.

■ Mit der Vorgabe einer maximalen Anzahl täglicher Benachrichtigungen, können Sie die Kosten für den Service begrenzen und für Ihre Kontrolle auch übersichtlich halten.



■ Um eine SMS-Benachrichtigung (Notify) einzurichten, wechseln Sie in Ihrem persönlichen 1&1 Konfigurationsfenster in den Bereich „E-Mail“.

■ Klicken Sie anschließend auf „Weiter“, um die Einstellungen zu speichern und abschließend zu aktivieren. ■



# IMAP & Exchange: Profi-Mailbox

**A**ls 1&1 Kunde haben Sie die Wahl zwischen verschiedenen Zugriffsmöglichkeiten auf Ihr 1&1 Postfach. Ihnen stehen nicht nur die Standard-Optionen des web-basierten Zugriffs per Browser und der Abruf über POP3 zur Verfügung, sondern auch per IMAP. Die Standard-Version POP3 steht für „Post Office Protocol Version 3“, eine weit verbreitete Abruftechnik für Mails. Dieses Protokoll stellt eine Verbindung zum Mailserver her, holt die Mails ab und beendet die Verbindung wieder. Wenn Sie mehr möchten, als nur Mails abzurufen und zu senden, sollten Sie die Zugangsmöglichkeit über das „Internet Message Access Protocol“, kurz IMAP, nutzen, das Ihnen mehr Mobilität gewährt.

## 1&1 Mails mit IMAP

Mit IMAP können Sie während einer Sitzung auf verschiedene Mailkonten zugreifen, ohne sich an- und abmelden zu müssen, E-Mails vorselektieren und direkt auf dem Server verwalten. Die Nachrichten bleiben online liegen und werden nur bei Bedarf auf Ihren PC übertragen. Alle Nachrichten werden dabei so bereitgestellt, als ob sie sich auf Ihrem lokalen Rechner befinden würden – auch wenn Sie von einem anderen Computer aus zugreifen. Das hat den Vorteil, dass Ihre Mails auf dem Server archiviert werden und nicht mit betroffen sind, wenn Ihr lokales System abstürzt: Alle angelegten Ordner sind immer vorhanden und bereits gelesene E-Mails können jederzeit wieder abgerufen werden. Mehrere Personen können gleichzeitig auf derselben Mailbox arbeiten, ohne sich gegenseitig zu behindern – ein wichtiges Feature für Team-Zusammenarbeit. Sobald der Inhaber einer IMAP-Mailbox mit einem Rechner online geht, wird der Stand von diesem PC und dem

**E-Mail-Kommunikation ist ein nicht mehr wegzudenkender Bestandteil aller Geschäftsprozesse. Mit den professionellen Tools von 1&1 haben Sie jederzeit komfortablen Zugriff auf Ihr Postfach.**

Mailserver synchronisiert und der gemeinsame Status der Daten erhalten, egal, von wo zugegriffen wird. Eine weitere Mail-Möglichkeit besteht darin, ein 1&1 Hosting-Paket der Microsoft Edition zu wählen. Hier sind Exchange-Postfächer ab dem Paket 1&1 Business inklusive. Exchange-Postfächer können darüber hinaus auch einzeln zugebucht werden.

## 1&1 Exchange-Postfach

Mit dem 1&1 Exchange-Postfach und Outlook 2003 synchronisieren Sie ortsunabhängig und komfortabel jederzeit Ihre Mails, Kontakte und Termine. Ein 1&1 Exchange-Postfach kombiniert die Leistungsfähigkeit des beliebten Mail-Programms Microsoft Outlook 2003 mit der des Kommunikationsservers Exchange: E-Mails, Kontakte, Termine und Aufgaben werden zentral gespeichert und verwaltet. Damit wird das Exchange-Postfach zu einer optimalen Lösung für Ihre mobile Geschäftskommunikation, die auch für Firmen interessant ist, denn durch diese hochwertigen Exchange-Postfächer können Sie sich die Anschaffung eines teuren Exchange Servers sparen.

Richten Sie einfach für jeden Mitarbeiter ein Postfach ein bzw. greifen Sie über Outlook 2003 auf gemeinsam verwaltete Dateien und Ordner zu. Das MS Exchange-Postfach kann bequem per Internet abgerufen werden, ortsunabhängig

von jedem Rechner mit Internetzugang: aus dem Home-Office, beim Kunden vor Ort, im Internetcafé oder per Notebook auf Reisen. Da alle Daten permanent mit dem zentralen Server synchronisiert werden, sind Sie immer auf dem aktuellen Stand, egal, von wo Sie zugreifen. Sie haben jederzeit die Wahl, ob Sie die im Paket enthaltene Software Outlook 2003 nutzen, oder per Outlook Web Access über das Internet auf Ihr Postfach zugreifen, denn beides ist auch parallel möglich.

Der Vorteil Ihres Exchange-Postfachs ist, dass E-Mails, Terminkalender, Adressbuch und To-do-Listen nicht nur auf Ihrem PC zu Hause oder in der Firma gespeichert werden, sondern zusätzlich in einem Postfach auf einem so genannten Exchange-Server. Ihr Exchange-Postfach wird damit zur zentralen Datenbank, auf die Sie und, falls gewünscht, auch Ihre Mitarbeiter jederzeit passwortgeschützt zugreifen können. Über die öffentlichen Ordner vernetzen Sie Aufgaben, Kontakte und Termine mit Kollegen, ein enormer Vorteil, wenn Sie Termine abstimmen, Verfügbarkeiten prüfen oder Aufgaben organisieren müssen. So realisieren Sie mit den Tools Ihres 1&1 Hosting-Pakets ein virtuelles Sekretariat mit allen Vorteilen der vernetzten Mail-Kommunikation.

Wie Sie einen Newsletter mit dem 1&1 Newsletter-Tool erstellen, lesen Sie nun in folgendem Workshop. ■



# E-Mail-Marketing: preiswerte Werbung

**A**uch Zehntausende von E-Mails kosten nur einen Bruchteil eines Briefes, der mit der Post verschickt wird. Denn bei E-Mails fällt nicht nur das Porto weg, sondern auch der Ausdruck, der Adressiervorgang und der Umschlag. Obendrein wird noch Zeit gespart – enorme Vorteile also für die Versender von E-Mails zu Marketing- und PR-Zwecken. Doch wie reagieren Kunden, die bereits täglich sehr viele Mails, darunter auch viele unerwünschte Werbe-Mails (SPAM) erhalten, wenn sie per Mail angeschrieben werden?

Wir fragten Karina Matejcek, Autorin und Expertin für E-Mail-Marketing, ob E-Mails denn eigentlich trotz akuter SPAM-Probleme weltweit immer noch als bevorzugtes Marketing-Tool eingesetzt werden sollten. Ihre Antwort: „Natürlich – sogar mehr als je zuvor. E-Mail-Marketing ist eine effiziente und kostengünstige Methode, mit Kunden und Interessenten in einen Dialog zu treten, langfristige Beziehungen aufzubauen und Service und Mehrwert zu bieten. Zusätzlich ergibt sich eine Vielzahl von Möglichkeiten, Daten zu generieren und daraus Erkenntnisse und Optimierungspotenziale abzuleiten, die zum Erfolg der Newsletter und damit Ihres Geschäftes beitragen können. Wer E-Mail-Marketing professionell und mit den richtigen Tools durchführt, wird von den Empfängern nicht als Spammer gesehen, sondern dessen E-Mails werden erwartet und positiv wahrgenommen.“

## Langfristige Kundenbeziehungen

Eine E-Mail eignet sich also zum Aufbau langfristiger Kundenbeziehungen, das auf die individuellen Interessen der Empfänger abgestimmt wird, so genanntes „One-to-One-Marketing“. Mails, die auf die gewünschte Zielgruppe genau zugeschnitten sind, werden gerne erwartet und

**In 80 Sekunden um die Welt: E-Mails sind schnell, flexibel und ermöglichen den Empfängern ohne jede Verzögerung eine Reaktion. Mit E-Mail-Marketing können Sie mit einem Minimum an Kosten ein Maximum an Kunden erreichen.**

ernten je nach Feedback-Aufforderungen und Link zu Kontaktmöglichkeiten auch Reaktionen oder sogar Anregungen. Wer professionelle Newsletter-Tools für den Versand seiner PR- und Marketing-Mails nutzt, kann mit der entsprechenden Technologie übrigens auch messen, welche Empfänger den Newsletter geöffnet haben und wer dann wiederum auf die eingefügten Link geklickt hat. So kann man nachvollziehen, welche Themen oder Angebote auf besonderes Interesse gestoßen sind und in der nächsten Aussendung noch weit detaillierter darauf eingehen. Die Inhalte können vom Absender fast beliebig gestaltet werden – von reinem Text bis Multimedia ist theoretisch alles möglich, wenn auch das reine Textformat immer noch am beliebtesten bei den Empfängern ist, da Textmails auf jeder Plattform gleich aussehen und keine tückischen Links oder Viren enthalten.

Mails lassen sich von jedem beliebigen Internetzugang abrufen, auch unterwegs mit dem Handy oder einem Notebook. Empfänger eines Newsletters können per Mausclick direkt antworten, ohne auf ein anderes Medium wechseln zu müssen. Sie können jeden Newsletter aber auch mit minimalem Aufwand weiterleiten, das nennt man dann Empfehlungsmarketing, so die Mail-Marketing-Expertin. Über den passenden Internetzugang verfügen allein in Deutschland und Österreich bereits über die Hälfte der Bevölke-

rung entweder am Arbeitsplatz und/oder zu Hause. E-Mails gehört bei den Internetanwendungen allseits zu den beliebtesten Diensten – mit E-Mails erreicht man also relevante Zielgruppen sehr gut und zuverlässig. ■

## LITERATURTIPP

- Ratgeber: Professionelle Newsletter – PR und Marketing per E-Mail  
Von Karina Matejcek  
100 Seiten – Redline Wirtschaftsverlag  
Erscheinungsdatum: September 2005  
ISBN: 3636012681, Preis: 10 Euro

- Kurzbeschreibung: Vom redaktionellen Newsletter bis zum Direktmarketing per E-Mail: Was ist inhaltlich, technisch, gestalterisch und rechtlich zu beachten? Was lässt sich in Eigenregie umsetzen? Wann arbeitet man besser mit Dienstleistern zusammen? Karina Matejcek hat das Wesentliche in diesem Buch zusammengefasst.





# Rundschreiben

Möchten Sie Ihre Besucher über Neuigkeiten und aktuelle Angebote informieren, eignet sich ein Newsletter bestens. Folgender Workshop zeigt die Erstellung eines Newsletters mit dem 1&1 Newsletter-Tool.

**E**in eigener Newsletter kann eine sehr effiziente und vor allem kundenfreundliche Methode der Werbung sein. Außerdem können Sie auf diesem Wege zeitnah informieren und den Kontakt mit Ihren Homepage-Besuchern pflegen. Werbung ist dann erfolgreich, wenn Sie gut gemacht ist und den richtigen Verteiler trifft – diejenigen User, die sich für den Empfang von regelmäßigen News auf Ihrer

Homepage angemeldet haben. Werbung per Newsletter ist im Gegensatz zu vielen herkömmlichen Werbemethoden wie z.B. Printanzeigen sehr preiswert. Außerdem sind die Ergebnisse eindeutig messbar: Für die Empfänger ist der Klick auf einen Antwort-Button eine komfortable Möglichkeit, direktes Feedback zu geben oder Fragen zu stellen. Gute Newsletter binden Kunden, fördern den Absatz und senken Kosten.

Mit dem 1&1 Newsletter-Tool erstellen Sie schnell und einfach eigene Rundschreiben, die obendrein noch professionell wirken. Das Tool ist in allen Hosting-Paketen ab 1&1 Business enthalten und wird ganz einfach und komfortabel per Browser bedient, keine Software-Installation ist nötig. Alle wichtigen Funktionen sind selbstverständlich enthalten, wie z.B. Vorlagen, Verwaltung von Abonnenten und eine Statistik.

## 1 Adressen einpflegen und verwalten

Bevor Sie mit dem Versand von Newslettern starten können, müssen Sie zuerst die Adressen der Empfänger in die Adressverwaltung einpflegen. Dazu ist kein großer Aufwand nötig. Und so geht's:

- Loggen Sie sich in Ihr 1&1 Control-Center ein und klicken Sie unter „Kommunikation“ auf „Newsletter-Tool“. Ein neues Browserfenster öffnet sich, in dem Sie nun die verschiedenen Einstellungen vornehmen.

- Mit dem 1&1 Newsletter-Tools haben Sie die Möglichkeit, Adressaten in Gruppen zu verwalten. Dies bietet sich insbesondere für diejenigen an, die über unterschiedliche Domains mehre-

re Newsletter an verschiedene Adressen versenden möchten.

- Um neue Adressen einzupflegen oder bestehende zu verwalten, gehen Sie im Menü auf „Adressen“. Um eine neue Adresse anzulegen, wählen Sie „Neu“ und tragen die Daten ein.

- Die bereits vorhandenen Adressen können Sie einer Gruppe zuweisen. Das ist dann nötig, wenn sich beispielsweise ein Empfänger in verschiedene Newsletter eingetragen hat.

- Setzen Sie ein Häkchen vor die Adressen, die Sie gruppieren wollen und klicken Sie dann auf „Gruppe zuweisen“.

- Mit dem 1&1 Newsletter-Tool steht Ihnen zudem eine Adressverwaltung zur Verfügung. Hier haben Sie unter anderem die Möglichkeit, die Abonnenten herauszufiltern, an die der Newsletter nicht zugestellt werden konnte.

- Hilfreich insbesondere für Newsletter-Betreiber mit großem Kundenstamm: Es besteht die Möglichkeit, Adressen aus einer anderen Da-

tenbank zu importieren, aber auch das Exportieren ist in der neuen Version des 1&1 Newsletter-Tools problemlos möglich.

Eine CVS-Datei beispielsweise lässt sich mit Hilfe der Importfunktion einfach ins System übernehmen.



## 2 Newsletter erstellen und eigene Inhalte einfügen

Um einen Newsletter zu erstellen, wählen Sie „Neuer Newsletter“ aus dem Menü. Zuerst nehmen Sie Grundeinstellungen vor, wie beispielsweise ob Sie eine Text- oder HTML-Version erstellen möchten. Eine HTML-formatierte Version hat den Vorteil, dass sie ansprechend gestaltet werden kann, wird jedoch auch manchmal von Sicherheitsprogrammen automatisch herausgefiltert. Mit übersichtlich strukturierten Text-Newslettern sind Sie deshalb immer auf der sicheren Seite. Sind Sie sich nicht sicher, wählen Sie die Option „beides“. Diejenigen, die kein HTML empfangen können, erhalten dann die Textversion.



■ Nachdem Sie die Grundeinstellungen für Ihren Newsletter ausgewählt haben, entscheiden Sie sich für ein Layout, das Sie aus einer ganzen Reihe von vorgefertigten, professionel-

len Designvorlagen auswählen. Beachten Sie, dass Sie Layouts und Bilder nur wählen können, wenn Sie sich vorher für die HTML-Version bzw. „beides“ entschieden haben. Bestätigen Sie mit „Weiter“.



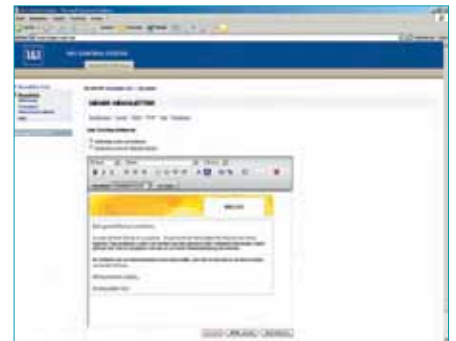
■ Im nächsten Schritt können Sie eigene Bilder in den Newsletter laden. Dazu klicken Sie auf „Durchsuchen“ und anschließend auf „Bilder übernehmen“.

Beachten Sie: Ein schönes Design mit Bildern kann hilfreich dabei sein, dass Ihr Newsletter nicht gleich wieder abbestellt wird. Er sollte jedoch auch nicht mit Bildern überladen sein.

■ Auch für das Erstellen eines HTML-Newsletters sind keine Programmierkenntnisse nötig.

Geben Sie einfach Ihren Text in den Editor ein. Profis haben auch die Möglichkeit, direkt mit dem Quelltext zu arbeiten.

Die Menüs ähneln denen eines Textverarbeitungs-Programms.



■ Nachdem Sie Ihren Text eingegeben haben, formatieren Sie ihn wie gewohnt. Wählen Sie Schriftart und -größe aus. Außerdem können Sie so genannte Variablen wählen, um den Newsletter zu personalisieren.

■ Mit der Variablen „AbmeldeURL“ beispielsweise fügen Sie Ihrem Newsletter einen Link hinzu, über den Ihre Abonnenten jederzeit die Möglichkeit haben, sich abzumelden.

## 3 Testversand des Newsletters

Bevor Sie Ihren Newsletter gleich an Ihren Adressverteiler schicken, sollten Sie überprüfen, wie das fertige Produkt aussieht. Dazu starten Sie den Testversand. Legen Sie entweder neue Adressen an oder wählen Sie für Ihre Testzwecke geeignete Adressen aus. Nutzen Sie dafür die Option „Zur Adressübersicht“.

■ Auf den Seiten „Neue Adresse“ oder „Adresse bearbeiten“ haben Sie die Möglichkeit, die Adressen, die Sie zum Testen nutzen möchten, zu kennzeichnen. Diese werden Ihnen dann gezeigt, wenn Sie später die Empfänger für Ihren

Testversand auswählen. Anschließend klicken Sie auf „Newsletter testen“.

■ Sie können wählen, ob Sie den Newsletter einfach nur abspeichern wollen (dann bestimmen Sie noch kein Versanddatum), ob Sie ihn sofort oder zu Ihrem festgelegten Termin senden möchten.

■ Um ein automatisches Versanddatum festzulegen, geben Sie lediglich noch „Startdatum“ und „Startuhrzeit“ ein. Der Versand wird dann, ohne dass Sie sich weiter darum kümmern müs-

sen, gestartet. Das ist vor allem dann praktisch, wenn Sie unterwegs sind.



## 4 Statistik auswerten

Die integrierte Versandstatistik gibt Ihnen darüber Auskunft, wann der Newsletter versendet wurde, an wie viele Empfänger er ausgeliefert wurde und bei wie vielen Empfängern er nicht zugestellt werden konnte. Außerdem zeigt die Statistik, wie viele Newsletter angekommen sind und wie viele Abmeldungen vom Newsletter es gegeben hat. Im 1&1 Newsletter-Tools können Sie sich zudem über die Anzahl der

Klicks auf die im Newsletter enthaltenen Links informieren.

■ Je nachdem, wie sich Ihr Verteiler zusammensetzt, macht es Sinn herauszufinden, warum Empfänger sich abgemeldet haben. Sie können dann die Versandfrequenz oder Inhalte den Anforderungen anpassen. Mit den 1&1 WebElements lassen sich auch Umfrage-Tools erstellen,

um schon im Vorfeld perfekte Voraussetzungen für Newsletter zu ermitteln: Welche Inhalte sind für Ihre Kunden interessant, wünschen Sie sich Branchen-News, Sonderangebote oder Produktinformationen?

■ Feedback von Kunden kann in Folge-Newslettern direkt einfließen und so für aktive Einbindung sorgen. ■



# Gesucht und gefunden

**Informieren Sie Ihre Geschäftskontakte und sonstigen Bekannten, aber auch die virtuelle Welt darüber, dass Sie mit einer Homepage im Web vertreten sind. Nur konsequentes Marketing kann dafür sorgen, dass Ihre Site besucht wird.**

**T**äglich werden Tausende frischer Internetpräsenzen veröffentlicht und kaum jemand wird von Ihrer Website erfahren, wenn Sie nicht selbst dafür sorgen. Wesentlich ist, dass die URL, also die Webadresse nach dem Muster <http://www.meine-domain.de> von

Ihnen mit derselben Selbstverständlichkeit kommuniziert wird wie Ihre Postanschrift auch. Die Adresse Ihrer Internetseite gehört auf alle Unterlagen, in jeden Prospekt, auf Visitenkarten und Geschäftspapier, um zum Besuch einzuladen. Über Ihren 1&1 eQuisto-Merchandising-

Partnershop können Sie auch Werbe-Artikel mit Ihrer Webadresse herstellen und die URL macht sich auch auf Autoaufklebern gut. Auf jeden Fall gehört Sie aber in die Signatur Ihrer 1&1 E-Mails, die mit jeder Nachricht automatisch mitverschickt werden sollte.

## 1 Präsenz signalisieren mit elektronischen Visitenkarten

Mailprogramme wie Outlook haben Funktionen, mit denen Sie Signaturen einrichten und Visitenkartenformate verwenden können. Das hat den Vorteil, dass an jeder E-Mail Ihre Kontaktdaten hängen, sobald Sie eine neue Nachricht schreiben.

■ Ihre Signatur sollte Sie bei jedem Austausch im Internet begleiten. Sie werden staunen, wie viele Leute im Laufe der Zeit auf Ihrer Site vorbeischauen.

Das Standardformat für eine Signatur sieht wie folgt aus: Zwei Bindestriche, ein Leerschritt und eine Zeilenschaltung und dann drei bis fünf Zeilen Text. Ein Beispiel:

--  
Emma Einsundeins  
MEINE FIRMA INTERNATIONAL  
Unsere kleine Webstraße 1a  
12345 Wolkenkuckucksheim  
<http://www.einsundeins.de>

■ Ihre Kunden und alle anderen Geschäftspartner informieren Sie am besten nach der Fertigstellung der Webpräsenz schriftlich über die neue Domain. Verknüpfen Sie diese Information auch direkt mit einer Einladung, sich für zukünftige Newsletter und Mailingaktionen über Ihre Website persönlich anzumelden. So sind Ihre Besucher immer auf dem neuesten Stand.

■ Unerlaubte Werbung ist natürlich verpönt, je nach Masse und Inhalt auch unerwünscht bis ungesetzlich. Signalisiert aber ein Kontakt Interesse, darf man ihn zukünftig mit Info-Mails versorgen (archivieren Sie sich diese Genehmigungen sicherheitshalber). Mit dem 1&1 Newsletter-Tool Ihres Webhosting-Accounts können Sie sich dann regelmäßig mit informativen und unterhaltsamen Zuschriften in Erinnerung bringen.

■ Tipp: Die goldenen Regeln für schlechte E-Mails zeigen auf, was Sie beim Web-Marketing für Ihre Homepage vermeiden sollten: <http://www.kasper-online.de/goldmail>

## 2 Bannertausch und Linklisten

Alle Webmaster im Internet haben dasselbe Anliegen: Man möchte gefunden werden. Je bekannter eine Homepage ist, umso einfacher ist es, noch bekannter zu werden. Übrigens auch

innerhalb von Suchmaschinen: Die zur Zeit dominanteste Suchmaschine Google zum Beispiel indexiert Webseiten und sortiert die Wichtigkeit und die Ranking-Ergebnisse unter anderem

auch danach, ob und wie oft sie auf anderen Internetseiten verlinkt werden. Wenn Sie ein paar Grundregeln beachten, wird Ihre Website schneller gefunden.

■ **Link-Popularity:** Ein Maßstab für die Beliebtheit Ihrer Webadresse ist die Anzahl externer Links, die auf Ihre Domain verweisen – die Link-Popularity. Sie spielt bei der Suchmaschinen-Positionierung eine wichtige Rolle. Kein Wunder also, dass Bannertauschprogramme wie die BannerCommunity von 1&1 so hoch im Kurs steht und Homepages mit unterschiedlichsten

Themen so genannte „Freundschaftslinks“ tauschen. Natürlich werden Sie keinen Konkurrenten direkt verlinken wollen, aber vielleicht einen Zulieferer oder Kunden, und dadurch die Homepage mit verwandten Suchbegriffen im Google-Ranking wesentlich höher steigen lassen, als ein einfacher Eintrag es erreichen könnte. Von einem freundschaftlichen Linktausch profitieren beide.

■ Die Ranking Toolbox aus Ihrem Software-Paket analysiert Suchmaschinen und zeigt Ranking-Kriterien.

■ Das Optimierungs-Modul gibt wertvolle Tipps und das Ranking-Modul vergleicht die eigene Position auf den Ergebnisseiten mit der von Mitbewerbern.

### 3 Suchmaschinen-Anmeldung

Wenn Sie weder Werbebanner auf Ihrer Homepage möchten noch jemanden kennen, mit denen Sie einen Linkaustausch vereinbaren können, dann bleibt neben herkömmlichen Methoden immer noch die ohnehin wichtige Optimierung für und die Anmeldung bei den internationalen Suchmaschinen.

■ Einer der wichtigsten Arbeitsschritte ist das Einbinden von Meta-Befehlen, die bei der Zuordnung Ihrer Homepage zu Schlüsselwörtern und Kategorien helfen. Mit Hello Engines! können Sie die Meta-Tags in wenigen Minuten er-

stellen und komfortabel einfügen. Hiervon ausgenommen sind nur Homepages, die mit dem 1&1 Homepage-Baukasten oder dem 1&1 DynamicSiteCreator erstellt wurden, denn diese Internetseiten werden auf dem Webserver generiert und der Homepage-Baukasten hat eigene Befehle, mit denen Sie verwertbare Meta-Tags einbinden können.

■ Moderne Suchmaschinen lassen sich aber auch durch clevere und passende Domain-Namen und vor allem auch durch die Bezeichnungen der HTML-Einzeldateien beeindrucken.

Nennen Sie also Ihre Unterseiten nicht einfach `seite1.htm`, `seite2.htm` und so weiter, sondern lieber nach dem Muster „`fahrschule-bonn.htm`“, „`mobile-fusspflege.htm`“ etc. Beachten Sie: Bindestriche werden wohlwollender angenommen als Unterstriche.

■ Wenn dann reichlich aussagekräftiger und zum Thema passender Text auf Ihren Unterseiten steht und ihre Bilder mit Beschreibungen versehen werden, haben Sie eine gute Chance, von den Suchmaschinen als relevantes Ergebnis für Anfragen wahrgenommen zu werden.

### 4 Professioneller Helfer: Hello Engines!

Sie müssen sich bei den Tausenden von Suchmaschinen nicht in mühevollen Einzelschritten anmelden, denn bei den wichtigsten können Sie sich auf einen Schlag mit Hilfe praktischer Eintragungs-Software registrieren. Die Suchmaschinen-Anmelde-Software Hello Engines! gehört zu dem Software-Paket, das ebenfalls im Preis Ihres 1&1 Webhosting-Accounts (ab 1&1 Website) bereits enthalten ist.

■ Mit Hello Engines! wird Ihre Homepage auf Wunsch bei weltweit über 600 Suchmaschinen korrekt und zuverlässig eingetragen.

■ Dieser Registrierungsprozess wird durch die Software auf eine Weise durchgeführt, wie er auch hätte manuell vorgenommen werden können. Das hat den Vorteil, dass die betreffende Suchmaschine die Anmeldung nicht als maschinell erkennt und deswegen nicht anders behandeln kann wie einen aufwändigen Einzeleintragung.

■ Der Meta-Tag-Generator von Hello Engines! erzeugt für Sie auch die passenden Meta-Befehle, die Sie entweder als Code-Schnipsel herauskopieren und selbst in Ihre Webseiten einbauen können oder die sich je nach Erstellungsprogramm auch mit dem integrierten Meta-Tag-Explorer per Drag-and-Drop in alle Dateien ziehen lassen, die mit Meta-Befehlen versehen werden. Das Hello Engines!-Programm haben Sie mit der Software zu Ihrem 1&1 Webhosting Account er-



halten. Den Lizenzcode für die Installation können Sie über das 1&1 Control-Center unter <http://login.1und1.de> abrufen, indem Sie in Ihrem Konfigurationsmenü unter „Rund um Ihren Vertrag“ auf „Software & Lizenzen“ gehen und den Button „Anfordern“ betätigen.

■ Das Formular des Startbildschirms benötigt noch einen weiteren Freischaltsschlüssel, den Sie über den Button „Aktivierungskey anfordern“ erhalten. Der wird Ihnen anschließend per E-Mail zugesandt.

■ Füllen Sie in der Formularansicht alle Daten aus und speichern Sie Ihre Angaben für die spätere Wiederverwendung ab.

■ Sobald Sie ein Formularfeld anklicken, werden Bedienungshinweise eingeblendet. Die Schlüsselwörter für die Zuordnung Ihrer Homepage zu

bestimmten Branchen, Produkten oder Dienstleistungen werden nach einem Klick auf den kleinen goldenen Schlüssel eingegeben. Wenn Sie den Pfeil neben dem Formularfeld „Kategorie“ anklicken, können Sie aus einer langen Liste mit Branchenzuordnungen die passende auswählen.

■ Benutzen Sie den Button „Site-Checker“: Vor der Verwendung von Hello Engines! stellt er sicher, dass die Site auch online ist und registriert werden kann. Nach dem Einbau von Meta-Befehlen können Sie mit ihm checken, ob die HTML-Seiten fehlerfrei sind.

■ Um die Site bei Suchdiensten anzumelden, wechseln Sie über „Suchdienste“ in die Auswahl der Suchmaschinen. Stellen Sie die Verbindung zum Internet her und betätigen Sie die Schaltfläche „Auto“.

■ Dann klicken Sie auf den Button „Anmelden“ oben rechts und folgen der Anleitung. Anschließend finden Sie über den Button „Manuell“ jene Suchmaschinen, in die man sich nur per „Handarbeit“ eintragen kann und klicken Sie dort wieder auf „Anmelden“, um schrittweise von der Assistenzfunktion geführt zu werden.

■ Klicken Sie nach erfolgter Anmeldung auf die Schaltfläche „RTF-Bericht“, um sich einen übersichtlichen Bericht anzeigen zu lassen. ■



# YellowMap.de

**YellowMap ist eine spannende Branchen-Suchmaschine, über die schon jetzt täglich bis zu 2 Millionen Adressen gefunden werden. Gute Nachrichten: Kunden der 1&1 Internet AG profitieren beim Eintrag in das überregionale Suchportal von besonders günstigen Konditionen.**

**W**erbung im regionalen Umfeld macht vor allem für kleine und mittelständische Unternehmen Sinn, denn wer eine Dienstleistung sucht, möchte diese im Geschäftsleben und als Privatperson normalerweise in Reichweite haben. YellowMap.de als überregionale Branchen-Suchmaschine macht es Ihnen neben deutschlandweiten Anzeigenkampagnen möglich, gezielt in einer bestimmten Region Anzeigen zu schalten. Sie als Kunde können Ihre Firma eintragen lassen und einer oder mehreren Branchen zuordnen. Täglich werden mit Hilfe der YellowMap-Technologie bis zu 2 Mio. Adressen gefunden, nach

der unkomplizierten Registrierung kann auch Ihre dazugehören. Der größte Pluspunkt der YellowMap.de-Suchmaschine: Ihre potenziellen Kunden können ganz bequem innerhalb bestimmter Regionen suchen und sich zu den Suchergebnissen dann gleich die Anfahrtsroute anzeigen lassen. Ihre Vorteile als Kunde der 1&1 Internet AG ist die kostenlose Aufnahme in die bereits sehr umfangreiche Datenbank von YellowMap, in der über 5 Millionen Marktteilnehmer aus über 7.000 Branchen gelistet sind.

## 5 Euro-Gutschein sichern

Zusätzlich zu diesem Info-Eintrag ganz ohne die sonst anfallende Anmeldegebühr erhalten Sie einen Gutschein für die Teilnahme an Regionalwerbung mit Ihrem eigenen Banner im Wert von 5 Euro. Der Monatspreis für Regio-Banner beträgt pro Schlüsselbegriff 0,99 Euro. Die 1&1 Internet AG schenkt Ihnen also 28,88 Euro (die Anmeldegebühr von 19,90 Euro plus 5 Euro für RegioWer-

bung zuzüglich Mehrwertsteuer). Da Sie sich über Ihr 1&1 Control-Center anmelden und einloggen, profitieren Sie außerdem von einer weiteren Option für registrierte YellowMap-Nutzer: Beim Eintragen in das YellowMap.de Branchenverzeichnis bleibt die Anzeige Ihrer Homepage-URL und Mail-Adresse für die gesamte Dauer des Bestehens Ihres Accounts erhalten.

## Ihre Vorteile als 1&1-Kunde

Für die Einlösung der Regionalwerbung erhalten Sie einen Gutschein-Code per E-Mail, nachdem Sie sich über den Link im Control-Center mit Hilfe des Anmelde-Wizards bei YellowMap registriert haben. Mit Ihrem Gutschein für Regionalwerbung nehmen Sie kostenlos am Banner-Regionalprogramm teil und verrechnen Ihr Guthaben von 5 Euro mit der Option, dass Ihre Werbung eingeblendet wird, wenn nach einem bestimmten Begriff gesucht wird. Sie erstellen einfach Ihre Anzeige und ordnen entsprechende Suchbegriffe hinzu, die jeweils mit 0,99 Euro pro Monat berechnet werden. Auch nachdem Sie Ihren RegioWerbung-Gutschein verbraucht haben, können Sie für diesen Preis von umgerechnet ca. 0,032 Euro pro Tag weitere Banner-Einblendungen buchen.

Weitere Vorteile haben Sie als 1&1 Kunde, wenn Sie die Upgrade-Option von YellowMap nutzen und sich für einen der Homepage-Info-Einträge entscheiden. Bei Buchung des Info-Eintrages „Homepage Marketing“ für 9,90 Euro pro Monat erhalten Sie einen Gutschein für Regionalwerbung im Wert von 20 Euro. ■



>> Bei YellowMap.de lassen sich die Suchergebnisse gleich als Anfahrtsroute anzeigen.



>> YellowMap erreichen Sie in Ihrem 1&1 Control Center unter dem Eintrag „Homepage/Anwendungen“.

**Dank einer Kooperation mit eQuisto Merchandising profitieren Sie als 1&1 Webhosting-Kunde von besonders günstigen Konditionen und einem Shop für Ihre Website.**

# Geld verdienen im eigenen Webshop

In Ihrem Hosting-Tarif ab dem Paket 1&1 Website ist ein kostenloser eQuisto-Shop enthalten, mit dem Sie auch ohne technische Vorkenntnisse in wenigen Minuten Ihren eigenen Online-Shop für Merchandising-Artikel veröffentlichen können. T-Shirts mit Ihrem Logo, Caps mit Ihrem Motto, Mousepads mit Ihren eigenen Designs, Tassen, Puzzles, Magnetschilder und vieles mehr können Sie frei gestalten und online verkaufen – alles ohne Kosten, Aufwand oder Risiko. 1&1 Kunden erhalten beim Einkauf für den Eigenbedarf sogar bessere Konditionen bei der Provisionsstaffel.

Ob für den Privatbedarf, als lustiges Geschenk oder praktische Anfertigung von Werbemitteln für Firmen oder Vereine – mit dem 1&1 Partner eQuisto können Sie für sich werben und dabei sogar noch bares Geld verdienen, wenn Ihre Produkte gut ankommen. Die Gewinnspanne legen Sie anhand von den Richtpreisen im Shop selbst fest, eQuisto übernimmt für Sie die komplette Abwicklung und Produktion: Versand, Einkauf, Abrechnung und Reklamationen. Sie

können im Rahmen einer Partnerschaft auch gleich mehrere Shops anlegen, zum Beispiel für verschiedene Internetprojekte. Alle Shops verfügen über eine eigene URL zum Verlinken, eigene Artikel, individuelle Gestaltungsmöglichkeiten, Umsatzstatistiken und Abrechnungen. Übrigens: Sie erhalten als 1&1-Kunde zusätzlich 1 Euro Provision je verkauftem Artikel am Ende jedes Abrechnungsmonats gutgeschrieben.

## Zum Shop-Besitzer in 15 Minuten

Um Ihren eigenen Online-Shop zu aktivieren, loggen Sie sich unter <http://login.1und1.de> in Ihr Control-Center ein und wählen Ihren Webhosting-Vertrag aus. Im Menü „Anwendungen“ finden Sie den Link zum eQuisto-Merchandising. Da der neue Shop die Adressdaten verwenden wird, die Sie bereits bei 1&1 angegeben haben, müssen Sie die Daten nicht nochmals eingeben, sondern können mit dem Button „Konfigurieren“ sofort loslegen. Prüfen Sie Ihre Daten auf Vollständigkeit und Aktualität. Lesen Sie die eQuisto-AGB für den neuen kostenlosen Shop durch und bestätigen Sie die Einrichtung. Halten Sie die Grafik bereit, die Sie für Ihre eigenen Artikel verwenden möchten. Nur Grafiken in den Formaten JPG, PNG, GIF und BMP von einer minimalen Breite von 112 Pixeln und Höhe von 112 Pixeln bis zu einer maximalen Breite von 2800 Pixeln und Höhe von 2000 Pixeln können hochgeladen werden. Um Ihren Shop anzulegen, wählen Sie im Menü „Shops verwalten“ entweder in der Shop-Übersicht den Demo-Shop aus, um die Beschreibung zu editieren, oder geben Sie über „Neuen Shop anlegen“ einen weiteren eQuisto-Shop ein. Die Shop-ID wird später Bestandteil Ihrer URL sein, vergeben Sie also einen aussagekräftigen Namen. Wählen Sie unter „Design“ „Shop-De-

signer“, um Grafiken, Text und Layout Ihren Wünschen entsprechend anzupassen. Sie können auch ohne Design-Änderungen Produkte entwerfen und bereitstellen, ein gestalteter Shop wird aber größere Aussichten auf Umsätze haben als das schlichte Basismodell.

Um ein Produkt zu entwerfen, wechseln Sie innerhalb der Shop-Administration auf „Produkte/Produkt zum Shop hinzufügen“. Wählen Sie eines der Grundprodukte aus, um es mit Ihrem eigenen Design versehen zu können. Beachten Sie bitte, dass farbige Produkte derzeit nur mit der Drucktechnik „Pro-Print“ (Vektor-Grafiken) bedruckt werden können. Weiße Produkte können Sie mit der Drucktechnik „Qualy-Print“ (pixelbasierte Grafiken wie z.B. GIF oder JPG) bedrucken. Wenn Sie selbst eines Ihrer Produkte kaufen möchten, fällt für Sie lediglich der Basispreis an. Um nicht zuerst Ihre eigene Provision bezahlen zu müssen, die dann später gutgeschrieben wird, rufen Sie die Seite „Alle Shops“ in „my eQuisto“ auf und wählen Sie „Kaufen“ für den Shop aus, aus dem Sie die Ware bestellen möchten. ■



>> Als 1&1 Webhosting-Kunde erhalten Sie einen eigenen Onlineshop von eQuisto.



>> Bedrucken Sie T-Shirts nach Lust und Laune mit dem eQuisto Produkt-Designer.



# Wer besucht Ihre Homepage?

**Die 1&1 WebStatistik für Ihre Homepage verrät Ihnen, wer Ihre Besucher sind, woher sie kommen und welche Seiten am häufigsten angesurft werden. Wie Sie die Seiten Ihrer Homepage, in denen Sie 1&1 Content-Module eingebunden haben, prüfen, zeigt der folgende Artikel.**

**Z**u Ihrem 1&1 Hosting-Account gehört neben anderen Anwendungen auch die 1&1 WebStatistik (ab 1&1 Home). Diese kann Ihnen helfen, Verbesserungspotenziale zu erkennen und den Erfolg von Werbemaßnahmen zu verfolgen. Dabei lässt sich ganz konkret nachverfolgen, ob und wann sich der Aufwand für die Pflege Ihrer Site lohnt, wobei Sie eine Entwicklung am besten über einen längeren Zeitraum verfolgen sollten. So können Sie feststellen, welche Zahlen sich aus normalen Schwankungen ergeben und welche auf bestimmte Veränderungen zurückzuführen sind. Prüfen Sie beispielsweise, ob das Einbinden der 1&1 Content-Module die Besucherfrequenz auf den entsprechenden Einzelseiten erhöht hat. Sie

sehen in dieser Statistik auch die so genannten Referer, die Verweise von anderen Webseiten, und erfahren auf diesem Wege, wer auf Sie verlinkt hat oder welche Seiten besonders häufig besucht werden. Sie können dann gute Ergebnisse von anderen Webseiten gegebenenfalls durch strategische Link-Partnerschaften noch verstärken. Ebenso können Sie besonders häufig von anderen verlinkte Informationen weiter ausbauen, wenn sich mit Hilfe der Statistik herausstellen sollte, dass sich auffällig viele Surfer für bestimmte Themen Ihres Angebots interessieren. Die Verweise von anderen Adressen zeigen Ihnen auch, über welche Suchmaschinen und Suchbegriffe die Nutzer mit Hilfe der großen Suchmaschinen auf Ihre Homepage kommen.

Die besten Ergebnisse erzielen Sie langfristig, wenn Sie systematisch prüfen, ob Sie überhaupt zu den Schlüsselbegriffen gefunden werden, die Ihnen vorschweben. Danach sollten Sie an Ihren Texten, Beschreibungen, Meta-Befehlen und Bildunterschriften arbeiten, wobei Sie Ihre Zwischenstände immer wieder kontrollieren und Erfolge weiter ausbauen sollten.

Es dauert meist zwei bis sechs Wochen, bis eine Veränderung bei der Nutzung einer Suchmaschine wie Google sichtbar wird. Mit Hilfe der Statistik sehen Sie dann auch, welche Veränderungen eine Erhöhung der Klicks durch Such-

ergebnisse bringen und können bestimmte Schlüsselwörter strategisch immer weiter „pushen“, bis Sie mit Ihrer Homepage auf den begehrten oberen Plätzen der Ergebnislisten landen. Diese Webmarketing-Prozesse sind langwierig, denn oft sind diverse Experimente mit verschiedenen Keywords und Kombinationen potenzieller Suchbegriffe erforderlich, um Erfolge zu erzielen. Manche Maßnahmen können das so genannte Ranking in den Suchmaschinenergebnissen sogar wieder senken.

Die Mühe lohnt jedoch, denn die Erfahrung hat gezeigt, dass nur wenige Surfer in den Tausenden von Suchergebnissen nach den besten Websites wühlen: Wer auf den ersten Seiten steht – am besten jedoch unter den ersten 10 – wird am ehesten angeklickt. Vielleicht stellen Sie ja auch fest, dass Sie mit Begriffen gefunden werden, mit denen das nicht der Fall sein soll und ersetzen diese dann lieber durch Umschreibungen, die noch besser zu Ihrem Angebot passen.

Auch Kombinationen mehrerer Begriffe sollten Sie gelegentlich überprüfen. Das ist weniger aufwändig, als es sich anhört, denn es gibt ein Online-Tool namens Overture, mit dem Sie nachschauen können, welche Begriffskombinationen die Surfer am häufigsten suchen: <http://inventory.de.overture.com/d/searchinventory/suggestion>.



>> Über das 1&1 Control-Center gelangen Sie auf eine Übersicht der Auswertungen.



>> Wählen Sie aus dem Drop-Down-Menü aus, für welche Domains die angezeigte Auswertung gelten soll.

## Erfolgskontrolle mit der 1&1 WebStatistik

Ihre 1&1 WebStatistik wertet alle Logfile-Daten aus, die vom Webserver aufgezeichnet werden. Diese Daten werden in Echtzeit in eine leistungsfähige Datenbank geschrieben und können auf verschiedene Weise ausgewertet werden. Dadurch, dass Grafiken, Style-Sheets und Scripts bei der Auswertung ausgelassen werden, erfahren Sie, welche Seiten tatsächlich von Ihren Besuchern betrachtet werden.

In der Einheit „Hits“ werden Statistiken nicht ausgewertet, da jeder Aufruf einer Datei von einem Webserver einen Hit auslöst. Eine Homepage-Einzelseite mit einer Navigation aus 10 GIF-Buttons und fünf JPG-Fotos erzeugt beim Aufruf 16 Hits, eine Zahl, die keinerlei Aussagekraft über die Popularität oder Verweildauer hat. Daher ist die kleinste Einheit der 1&1 WebStatistik der „Seitenaufruf“. Loggen Sie sich unter <http://login.1und1.de> in Ihr Konfigurationsmenü ein und wählen Sie im Menü „Anwendungen“ links den Punkt „1&1 WebStatistik“ aus. Der besseren Übersichtlichkeit wegen wird der Zugriff auf die WebStatistik in ein neues Fenster geladen. Sie haben nun die Möglichkeit, folgende Bereiche der Statistik aufzurufen:

- **Besucher:** Zeigt Ihnen, wann, welche Besucher auf welche Seiten zugreifen.
- **Verweise:** Woher und wie wurden Besucher auf Ihre Präsenz verwiesen?
- **Geographie:** Details über die Besucher Ihrer Präsenz: Provider und Domain.
- **Technologie:** Informationen zu Browser und Betriebssystem.
- **Seitenzugriffe:** Details zu Häufigkeit, Besucherverhalten und Fehlern bei Seitenaufrufen.
- **Original-Logfiles:** FTP-Zugang zu den (unformatierten) Original-Logfiles.
- **Tune-Up:** Weitere Auswertungsmöglichkeiten, wenn in Ihrem Account die Plus-Version der 1&1 WebStatistik zur Verfügung steht.

Die Auswertung der Besucher wird noch weiter aufgeteilt in erfolgreiche Seitenaufrufe, eindeutige Besuche und Seiten pro Besucher. Dieser Wert zeigt die Anzahl der von eindeutigen Besuchern abgerufenen Seiten, also das Verhältnis von Page Impressions zu Visits, an. Für Sie ist hier die richtige Mischung von Nutzern und deren Verhalten auf Ihrer Site interessant: Zehntausende von Besuchern helfen Ihnen wenig,

wenn alle sofort wieder fortclicken. In der „Verweise“-Statistik sehen Sie, über welche Abfragen Surfer zu Ihnen kommen. Unter „Seiten“ finden Sie die Statistik der am häufigsten aufgerufenen Seiten sowie die Fehlerseiten, die nicht aufrufbar sind bzw. nicht vollständig geladen wurden. Auch wenn ein unvollständiger Seitenaufbau an ungeduldig klickenden Surfern liegen kann, sollten Sie die Ladezeiten solcher Dateien prüfen und auch, ob die Programmierung stimmig ist oder vielleicht eine Fehlerquelle für einige Browser hat. Die anderen Berichte geben die häufigsten Besucher-Provider und Besucher-Domains aus oder verraten Ihnen technische Details der Besucher, wie z.B. Browser und Betriebssystem. Sie können mit Hilfe dieser Angaben zum Beispiel prüfen, ob der Großteil Ihrer Zielgruppe über die technische Ausstattung verfügt, sich technische Innovationen wie Flashfilme für Produkte anzeigen zu lassen.

Noch einen Schritt weiter in der Auswertung der Daten können Sie mit der 1&1 WebStatistik Plus gehen, die Sie für 4,99 Euro/Monat optional dazubuchen können. Zusätzlich zu allen Standard-Auswertungen ermöglicht sie außerdem zum Beispiel eine regionale Zuordnung und Pfadanalysen.

## Die 1&1 Regional-Statistik

Die innovative Regional-Statistik, die zusätzlich eine regionale Zuordnung Ihrer Webseiten-Besucher ermöglicht, ist in den großen Hosting-Paketen 1&1 Business Pro und 1&1 Professional sowie in den gleichnamigen Paketen der Microsoft-Edition und allen Managed-Servern enthalten. Sie finden sie im Control-Center im Punkt „Geographie“ der 1&1 WebStatistik. Die Regional-Statistik ordnet die Einwahlknotenpunkte der Besucher auf Ihrer Homepage der jeweiligen Postleitzahlregion zu und kennzeichnet diese durch verschieden starke Färbung der betreffenden Postleitzahlregion auf der Landkarte. Sie erhalten eine Abbildung der Postleitzahlregion, aus denen Ihre Besucher kommen und können sehen, ob regionale Marketingmaßnahmen eine Steigerung der Besucherzahlen bewirkt haben. Um diese Auswertung zu erhalten, wird die IP der Surfer ermittelt. Diese Internet Protocol Nummer wird benötigt, um eine Verbindung zum Internet herzustellen, so haben Webserver, Homepages und auch die Nutzer von Internetzugangsdiensten jeweils eine feste oder wechselnde IP, je nach Anwendung. Ein Surfer bekommt vom Zugangsprovider eine temporäre IP zugeteilt, mit der er im Internet surft. Die IPs

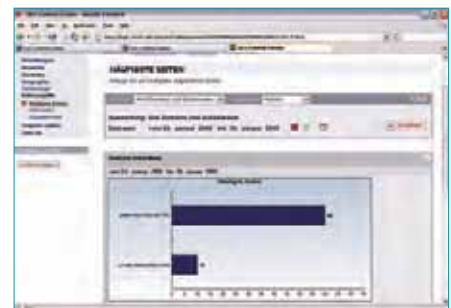
sind nicht beliebig, sondern werden ISPs (Internet Service Providern) zugeteilt, sodass man beispielsweise sagen kann: Dieser IP-Nummernkreis gehört zu Nürnberg, jener zu Oldenburg. Anhand dieser Verteilung werden die IP-Adressen Ihrer Website-Besucher den ersten beiden Stellen einer bestimmten Postleitzahlregion zugeordnet. Eine exaktere Zuordnung ist nicht möglich, man könnte also nicht sagen, aus welchem Stadtteil oder gar welcher Straße jemand auf Ihre Homepage surft. Das liegt unter anderem daran, dass die Zugangsknoten der Provider nicht so verteilt sind, dass man detailliert auswerten kann.

Die ersten beiden Stellen der Postleitzahl reichen jedoch aus, um zu erkennen, aus welcher PLZ-Region wie viele Besucher auf Ihre Site surfen. In einer Übersichtstabelle werden die einzelnen Bereiche auch noch zusätzlich aufgelistet. Dabei werden Wahrscheinlichkeiten zusammengefasst, sodass „krumme“ Zahlen auftreten können, die aber Gewichtung und regionale Zuordnung nicht beeinträchtigen.

## 1&1 WebStatistik Plus

Bei allen Hosting-Paketen, die die 1&1 WebStatistik bereits enthalten, können Sie die Plus-Version für 4,99 Euro/Monat ganz einfach dazubestellen. Sie finden die Bestellmöglichkeit im Menüpunkt „1&1 WebStatistik“ in Ihrem Control-Center. Folgende Features bietet Ihnen die 1&1 WebStatistik Plus:

- ▶ **Minutenaktuelle Auswertung**
- ▶ **Verweise:** Stellen Sie fest, über welche Suchmaschinen und Suchbegriffe die Besucher auf Ihre Site geführt werden.
- ▶ **Pfadanalysen:** Sie sehen, welche Wege die Besucher auf Ihrer Homepage zurücklegen und wo sie bleiben.
- ▶ **Postleitzonenanalyse:** Diese zeigt Ihnen anschaulich, aus welcher Region Deutschlands Ihre Besucher kommen.
- ▶ **Domainsets:** Die von Ihnen ausgewählten Domains lassen sich gemeinsam auswerten.
- ▶ **Zeiträume:** Sie wählen die Analysezeiträume frei aus. ■



>> Die meisten Zugriffe befinden sich meist auf den Seiten, auf denen 1&1 Content-Module eingesetzt werden.