

Schulungen zur Steigerung der Internetkompetenz

strategische recherche

Praxisleitfaden

schneller Einstieg mit allen Tipps



> Well, search is bad today. The average search takes five minutes. It doesn't understand the context of are you trying to get advice for using the product or buying a product? Are you an expert? Do you want the historical data? All of these things that can be done. <

Bill Gates, Gründer und CEO von Microsoft im Februar 2006

Inhaltsverzeichnis

PRAXISLEITFADEN	1
AUSZUGSWISSEN AUS DEM KOMPENDIUM	6
<i>theoretische Basics: nur das Nötigste</i>	6
• Was finden die Suchmaschinen? das Deep-Web-Dilemma.....	6
• Das Google Monopol: Die Nachteile des Marktführers.....	6
<i>die Syntax von Google</i>	7
• verbreitete Syntax-Möglichkeiten.....	7
• Exkurs: Google Innovationen beim Monopolisten.....	7
QUICK & DIRTY: WAS FINDE ICH WIE?	9
<i>der Start</i>	9
• Fakten?.....	9
• Neuigkeiten?.....	9
• Buchinhalte?.....	9
• wissenschaftliche Texte?.....	9
• Hintergrundinformationen über eine bestimmte Webseite?.....	9
• Problemlösungen?.....	10
• das billigste Angebot für ein bestimmtes Produkt?.....	10
• Meinungen und Erfahrungen mit einem bestimmten Produkt?.....	10
• Bilder, Videos oder Musik?.....	10
• Inspiration zu einem Thema?.....	10
• Suchen Sie ganz Spezielle Stichwörter?.....	10
• Oder eher Informationen zu einem ganzen Themengebiet?.....	11
<i>Probleme bei der Recherche</i>	11
• nur eine gute Webseite gefunden?.....	11
• kaum Treffer und keine gute Webseite dabei?.....	11
• viel zu viel gefunden – Was hat wirklich mit dem Thema zu tun?.....	11
• Welche Suchergebnisse sind seriös?.....	11
FIREFOX 12	12
<i>Firefox Basics</i>	12
• Tastenkombinationen.....	12
• Tabs:.....	12
• Suchagenten:.....	12
• Livesuche:.....	12
<i>Firefox für Profis</i>	13
• Werbeblocker.....	13
• Navigationserleichterungen.....	13
• Nutzung mehrerer Rechner.....	14
KOMPENDIUM	15
BASISWISSEN	20
<i>Die Geschichte des Netzes</i>	20
<i>sichtbares Internet und Deep Web</i>	20
<i>das Verhängnis der Monopolstellung</i>	23
<i>Wird das Internet kostenpflichtig?</i>	24
OPTIMIERUNGSWISSEN	25
<i>Keywords und Syntax</i>	25
• alternative Suchbegriffe finden.....	25
• die Relevanz von Suchwörtern bewerten.....	25
• verbreitete Syntax-Möglichkeiten.....	26
• Exkurs: Google Innovationen beim Monopolisten.....	26
• Suchoptionen.....	27
<i>Profi-Ressourcen</i>	29
• Vergleichbare Webseiten finden.....	29
• Qualitativ gute Seiten finden / die Suche enger fassen.....	29
• Mehr Ergebnisse generieren / die Suche breiter fassen.....	30
• persönliche Tipps einholen.....	31
• Inhaber einer Webseite anzeigen.....	31

• alte Seiten finden.....	31
PRAKTISCHES WISSEN.....	33
<i>Vorstellung der fünf Suchtypen.....</i>	<i>33</i>
<i>Vorstellung der Subgruppen.....</i>	<i>34</i>
1 ▪ Roboter für das sichtbare Internet	35
• Klassiker die wichtigen Suchroboter.....	35
• Metasuchdienste parallele Abfrage mehrerer Suchroboter.....	36
• Masse mit Vergangenheit Suchroboter, die alte Webseiten archivieren.....	37
• Wissenschaftliche Anfragen Indexbegrenzung durch Quellenauswahl.....	38
• Bookmarksuche Indexbegrenzung durch Benutzer-Lesezeichen.....	39
• Ideengeber Innovative Webseiten finden.....	40
• Notizensuche Indexbegrenzung durch Notizen von Nutzern.....	41
• Themenfolder Nutzer legen Themenfolder an, die durchsucht werden können.....	41
• individuelle Suchmaschinen Nutzer bauen eigene, themenspezifische Suchmaschinen.....	42
• Merhfach-Oberflächen Mit Schlüsselwörtern Suchquelle wählen.....	42
• Konzeptinnovationen umfassende neue Ideen für Suchmaschinen.....	42
• Personalisierung.....	43
• Semantische Logiken Roboter, die Sätze erkennen.....	43
• Clustering erkennen thematischer Zusammenhänge.....	43
• Doppelsucher vereinfachte Abfrage mehrerer Suchdienste.....	43
• neue Inhaltskonzepte.....	44
2 ▪ Kataloge (Zwischen sichtbarem Netz und Deep Web).....	45
• die Seriösen zusammengestellt von Bibliotheken und Universitäten.....	45
• Einzelexperten Zusammengestellt von je einem Experten pro Kategorie.....	46
• FAQs Zusammenstellungen von Frequently Asked Questions.....	46
• mit Redaktion Zusammengestellt von einer internen Redaktion.....	46
3 ▪ Datenbanken (Deep Web Teil 1).....	47
WEGE ZU DATENBANKEN	47
4 ▪ Gedanken und Erfahrungen, Social Networks (Deep Web Teil 2).....	49
• Was ist das Usenet?.....	49
• die wichtigen Hierarchien im Usenet.....	49
• Suche nach Beiträgen im Usenet.....	50
• Suche nach bestimmten Themengruppen.....	50
• Was sind Diskussionsforen?.....	50
• Foren zu bestimmten Themen finden.....	51
• Was sind Blogs?.....	51
• Blogs und einzelne Artikel finden.....	51
• internationale Produktportale mit Meinungen und Preisvergleich.....	51
• deutsche Produktportale mit Meinungen und Preisvergleich.....	51
• Produktproblem-Foren.....	52
• unabhängige, seriöse Produkttests.....	52
• Tipps für Alltag und Haushalt.....	52
• Anleitungen.....	52
• Alltagspraktisches in allen Webseiten finden.....	52
5 ▪ Leute finden	53
• kostenlos.....	54
• Expertensuche über Themenportale.....	55
• Expertensuche über Wissenschaft.....	55
• Expertensuche über Wirtschaft.....	55
• Expertensuche über ehrenamtliche Webmaster.....	55
• Expertensuche über Foren.....	56
• Antwort schon im Archiv?.....	56
• Anfrage Strukturieren.....	56
TAKTISCHES WISSEN.....	57
<i>Suchtypen passend zur Aufgabenstellung wählen.....</i>	<i>57</i>
• 1 ▪ Roboter für das sichtbare Internet.....	57
• 2 ▪ Kataloge (Zwischen sichtbarem Netz und Deep Web).....	57
• 3 ▪ Datenbanken (Deep Web Teil 1).....	58
• 4 ▪ Gedanken und Erfahrungen, Social Networks (Deep Web Teil 2).....	58
• 5 ▪ Leute finden.....	58
STRATEGISCHES WISSEN	59
<i>Strategien je nach Zeitfenster.....</i>	<i>59</i>

• Kernproblem: richtige Informationsselektion.....	59
• Vorgehen: schneller Überblick.....	59
• Kernproblem: Mittelweg zwischen Oberflächenheuristik und Tiefensuche.....	59
• Vorgehen: klarer Überblick über ein Thema.....	59
• Kernproblem: Zeitdauer, Arbeitsaufwand.....	60
• Vorgehen: Tiefensuche.....	60
<i>Strategien je nach Fragestellung.....</i>	<i>60</i>
SPEZIALWISSEN.....	62
DAS INTERNET FÜR JOURNALISTEN.....	62
SPEZIELLE RECHERCHEN FÜR JOURNALISTEN.....	67
<i>Glaubwürdigkeit herausfinden.....</i>	<i>67</i>
<i>internationale Recherchen.....</i>	<i>68</i>
• fremdsprachige Suchmaschinen finden.....	68
• Übersetzung von Nachrichten.....	68
• kostenlose Übersetzung von Webseiten.....	68
ALLES ÜBER NACHRICHTEN.....	70
<i>veröffentlichte Nachrichten finden.....</i>	<i>70</i>
• aktuelle deutsche Nachrichten finden.....	70
• aktuelle internationale Nachrichten finden.....	70
<i>unveröffentlichte klassische Nachrichten finden.....</i>	<i>70</i>
• vergessene Nachrichten finden.....	70
• Ereignisse nach Zeit finden.....	70
<i>unveröffentlichte Nachrichten in der Blogosphäre finden.....</i>	<i>70</i>
• Metasuchmaschinen: Nachrichten und Blogs.....	71
<i>wichtige Trends innerhalb des Internet analysieren.....</i>	<i>71</i>
• meistdiskutierte, unveröffentlichte Nachrichten finden.....	71
• Trends in der Blogosphäre: blogpulse.com.....	71
• Trends bei Webseiten: Alexa und Google Trends.....	71
<i>Nachrichten- und Feed-Tools für Profis.....</i>	<i>72</i>
EINZELNE ELEMENTE AUS NACHRICHTENFEEDS HERAUSFILTERN.....	72
• Feedrinse.....	72
NACHRICHTEN-ALERTS PROGRAMMIEREN.....	72
• Nachrichten per Mail: Google Alert.....	72
SPEZIALISIERTE SUCHROBOTER PROGRAMMIEREN.....	72
EIGENE NACHRICHTENFEEDS ZUSAMMENSTELLEN: YAHOO PIPES UND FEEDDIGEST.....	73
ALLES ÜBER FOTOS.....	74
<i>Fotos finden.....</i>	<i>74</i>
• kostenlos verwendbare Fotos.....	74
• Fotos zu günstigen Lizenzgebühren.....	74
<i>Fotos bearbeiten.....</i>	<i>75</i>
• online-Bearbeitungsdienste.....	75
• Offline Bearbeitung.....	75
<i>Fotos verwalten.....</i>	<i>75</i>
• Klare Empfehlung: Picasa.....	75
<i>Logo selber machen.....</i>	<i>75</i>
• Logodesigner Mikons.....	75
<i>Fotokarten erstellen.....</i>	<i>76</i>
• Fotokarten drucken.....	76
RECHERCHETOOLS FÜR JOURNALISTEN.....	77
<i>Recherchehelfer für Firefox.....</i>	<i>77</i>
• BetterSearch.....	77
• CustomizeGoogle.....	77
• AboutSite.....	77
<i>Offline-Recherchesoftware.....</i>	<i>77</i>
<i>inspirationsdienste.....</i>	<i>79</i>
• Blogger WebComments.....	79
• Yoono.....	79
• Stumble Upon.....	79
• del.icio.us.....	79
JOURNALISTISCHER ALLTAG.....	80

<i>Praktisches</i>	80
• Dateien online konvertieren: Zamzar.....	80
• Webadressen kürzer machen: notlong.com.....	80
• Dateien hoch- und runterladen via FTP: FireFTP.....	80
• große Dateien verschicken: Pando.....	80
<i>Inhalte aus dem Internet organisieren</i>	80
• Homepage im Netz: netvibes.com.....	80
• Notizen im Netz speichern und sortieren: Google Notebook.....	81
• Bookmark-Verwaltung: del.icio.us + Firefox-Plugin.....	81
<i>das Onlinebüro – alles im Netz</i>	81
• E-Mail: Gmail.....	81
• Texte im Netz schreiben: Google Text und Tabellen.....	82
• Texte für Blogs schreiben und direkt publizieren: ScribeFire.....	82
<i>wichtige Infodienste: Stadtpläne, Routen, Telefonnummern</i>	82
• Stadtpläne und Routen: Google Maps.....	82
• Telefonnummern.....	82
<i>Websites schnell überblicken</i>	83
DATENBANKEN ZU AUSGEWÄHLTEN THEMEN	84
<i>die heiklen 3 mal W: Wirtschaft, Wissenschaft, Werbung</i>	Fehler! Textmarke nicht definiert.
• Managementportale mit kostenloser Expertenvermittlung.....	84
• Managementportale ohne oder mit kostenpflichtiger Expertenvermittlung.....	84
• Spezialisierte Linksammlungen Management und HRM.....	85
• Menschen in Unternehmen finden.....	86
• Kontaktdaten von Unternehmen finden.....	86
• Unternehmensprofile kostenlos.....	87
• Unternehmensprofile kostenpflichtig.....	87
• innovative Unternehmen finden.....	88
• Firmenrankings.....	88
• offizielle Mitteilungen.....	88
• wirtschaftliche Diagramme.....	88
• Daten, Fragebögen, Codepläne.....	88
• Zeitschriftenartikel.....	89
• Dissertationen und Diplomarbeiten.....	89
• Slogans.....	90
• Marken und Logos.....	90
SCHLUSSWORT	91
<i>Impressum</i>	91
<i>Haftungsausschluss</i>	91