

Suchen, finden und gefunden werden

Eine Einführung in das Thema Suchmaschinen im Internet

Autor:

© 2001 - 2004

Udo Grünebaum

c/o Kassenärztliche Vereinigung Pfalz

Maximilianstrasse 22

67433 Neustadt

Mail: udo.gruenebaum@gitnet.de

www.gitnet.de

INHALT

Allgemeines über Suchen, finden und gefunden werden.....	3
Typen der Suchmaschinen	4
Themenkataloge	4
Suchmaschinen im engeren Sinne	6
Besprechungsdienste.....	7
Suchdienstverzeichnisse	7
Meta-Suchmaschinen.....	8
Phonetische Suchmaschinen	9
Themenbezogene Suchmaschinen	9
Suche in medizinischen Datenbanken	10
Suchdienste / Meta-Suche für eMail-Adressen	11
Suchprogramme auf dem eigenen Rechner	12
Suche mit Bool'schen Operatoren und Meta-Begriffen.....	12
Optionen und Parameter bei allen Suchmaschinen	13
Ausdruck	14
Spezielle Suchmechanismen bei Altavista	14
Spezielle Suchmechanismen bei Fireball	15
Spezielle Suchmechanismen bei Hotbot	16
Spezielle Suchmechanismen bei Lycos	17
Tips zum erfolgreichen Suchen	19
Fehler bei der Gestaltung der Suchabfrage.....	20

Allgemeines über Suchen, finden und gefunden werden

Suchen, finden und gefunden werden, das sind die wesentlichen Interessen des Surfers und auch des Anbieters von WEB-Seiten. Das WWW hat sich mittlerweile zu einem der umfassendsten und damit auch zum unübersichtlichsten Informationssystem der Welt entwickelt. Über alle nur denkbaren Themen sind im Internet Informationen und Wissen enthalten. Diese Informationen müssen zum einen durch den Surfer (Informationssuchenden) erschlossen werden. Und mit dem Erschließen wollen der Informationen steigt man in die besondere und zum Teil geheimnisvoll anmutende Welt der Suchmaschinen, Kataloge und Meta-Suchmaschinen ein. Zum anderen müssen Sie als WEB-Designer grundlegende Kenntnisse von den Strukturen der Suchmaschinen und deren Arbeitsweise haben, damit das eigene WEB-Angebot von den Suchmaschinen und deren Roboter oder Spider erschlossen werden kann. Was nutzt der schönste WEB-Auftritt mit den interessantesten Informationen, wenn keiner weiß, daß Ihre Seite im Internet präsent ist.

Insofern müssen unter dem Begriff Suchmaschinen zweierlei Aspekte, nämlich das

Suchen und Finden (aus der Sicht des Surfers) und das
gefunden werden (aus der Sicht des WEB-Entwicklers)

betrachtet werden.

In diesem Teil des Themas Suchmaschinen wird ein Überblick über das Suchen und Finden aus der Sicht des Surfers gegeben.

Ein besonderes Interesse ist der Suchmethodik zu widmen, denn hiervon hängt wesentlich der Erfolg des Findens ab. In Abhängigkeit der Eigenarten der Suchdienste ist entweder das präsentierte Suchergebnis zu umfangreich oder zu mager, so daß in beiden Fällen die Suche nicht mit Erfolg gekrönt war. Insofern sollte vor dem Beginn der Suche

die geeignete Suchmaschine (im weiteren Sinne)

die Suchmethode

das Interessengebiet und die

Begriffe

festgelegt werden, nach welchen gesucht werden soll.

Typen der Suchmaschinen

Um effizient im Internet nach Informationen suchen zu können, ist es notwendig, die Suchmaschinen und deren unterschiedliche Strukturierung sowie Arbeitsweise zu kennen. Denn in Abhängigkeit der Arbeitsweise der Suchmaschinen müssen unterschiedliche Suchstrategien seitens der Benutzer der Suchdienste entwickelt werden.

Die Suchmaschinen (im weiteren Sinne) des WWW lassen sich grundsätzlich in

- (Themen-)Kataloge
- Suchmaschinen (im engeren Sinne)
- Besprechungsdienste
- Suchdienst-Verzeichnisse
- Meta-Suchmaschinen
- Phonetische Suchmaschinen
- Themenbezogene Suchmaschinen
- Meta-Suche für eMail-Adressen
- Suchprogramme auf dem eigenen Rechner

differenzieren.

Die Merkmale, Arbeitsweisen und Funktionen sowie der Einsatzzweck der Suchmaschinen wird auf den nachfolgenden Seiten besprochen.

Themenkataloge

Bei den Themenkatalogen handelt es sich, wie der Begriff schon sagt, um thematisch organisierte Linksammlungen. Die Themenkataloge bieten i.d.R. keine eigenen Informationsinhalte, sondern nur thematische geordnete Links zu den entsprechenden Angeboten.

Themenkataloge sind vor allem dann für den Surfer interessant, wenn man

- sich einen Überblick über das Angebot zu einem bestimmten Thema und dessen Unterthemen verschaffen will
- nicht nach speziellen Begriffen sondern themenorientiert sucht
- in den Katalogen nur herumstöbern möchte, um ggf. interessante Seiten zu finden.

Das Grundgerüst eines Themenkataloges bildet die Themenhierarchie in Form einer baumartigen Struktur. Als oberste Ebene werden die Inhaltskategorien ausgewiesen, welche wiederum weitere Untergliederungen in mehreren Ebenen gestapelt aufweisen können.

Suchen, finden und gefunden werden

So findet man z.B. bei **Yahoo Deutschland** (<http://www.yahoo.de/>) die Hauptkategorie Gesundheit, mit Nebenkategorien Medizin, Krankheiten, Psyche, welche sich in derzeit ca. 40 Unterkategorien, wie z.B. Allgemeine Gesundheit, Alternativmedizin, Arbeitsplatz usw. untergliedert. In der Regel werden bereits bei den Unterkategorien in Klammer die Anzahl der weiteren Untergliederungen oder auch Themeneinträge angezeigt. In unserem Beispielsfall untergliedert sich die Unterkategorie Alternativmedizin in weitere 20 thematische Untergliederungen. Erst in der dritten Ebene eröffnen sich die einzelnen Informationsangebote.

Zur Erstellung der Themenangebote verwenden die Betreiber unterschiedliche Möglichkeiten:

- Mitarbeiter des Betreibers surfen durch das WWW, um interessante Seiten aufzufinden. Die Ergebnisse werden nach verschiedenen Kriterien bewertet und in die entsprechende Kategorie, respektive Unterkategorie eingeordnet.
- Der Betreiber bedient sich automatisierter Suchprogramme, sog. Robots oder Spider, die das WWW durchstöbern. Diese Ergebnisse werden gleichfalls manuelle gesichtet, bewertet und in die entsprechende Kategorie eingeordnet.
- Die dritte Variante besteht darin, den Anbietern von WEB-Seiten, die Möglichkeit zu geben, die eigenen WEB-Seiten selbst in den gewünschten Kategorien über entsprechende Eingabemasken anzumelden. Auch hier findet in aller Regel eine entsprechende Bewertung und Kontrolle der angemeldeten Site durch die Mitarbeiter des Kataloganbieters statt.

Die Recherche in Themenkatalogen findet in aller Regel über die angebotenen Kategorie- und Inhaltsebenen statt, wobei sich die Suche über diesen Mechanismus recht aufwendig gestalten kann. Deshalb stehen auch in Katalogen Suchfunktionen nach Schlüsselbegriffen, auch unter Verwendung Bool'scher Operatoren und Metabegriffen, zur Verfügung.

Hier eine Auswahl deutschsprachiger (Themen-)Kataloge:

DINO <http://www.dino-online.de/>

WEB.DE <http://www.web.de/>

Yahoo Deutschland <http://www.yahoo.de/>

Die Quelle <http://www.quelle.sik.de/>

Finden.de <http://www.finden.de/wwwsuche.html>

WEBIndex <http://www.webindex.de/>

Suchmaschinen im engeren Sinne

Die klassischen Suchmaschinen wollen den vollständigen Inhalt des WWW erfassen und verfolgen aufgrund ihres Anspruchs einen umfassenderen Ansatz als Themenkataloge. Suchmaschinen sind neben den Meta-Suchmaschinen die leistungsfähigsten Suchhilfen im WWW. Die größten Suchmaschinen verfügen über Informationen von mehreren Millionen von WEB-Seiten, werden aber nach dem aktuellen Stand der Technik nicht in der Lage sein, alle im Internet verfügbaren Seiten zu erfassen.

Suchmaschinen arbeiten selbständig unter Einsatz von sog. Such-Robotern oder Spidern, die ständig im WWW nach neuen oder bei den Suchmaschinen seitens der WEB-Master angemeldeten Seiten suchen. Die in der WEB-Seite enthaltenen, aber für den Surfer unsichtbaren Metabegriffe und Schlüsselwörter der Seite, die als Überschriften gekennzeichneten Textteile und auch Teile des Textes in anderen Fällen der gesamten Inhalt einer WEB-Seite wird durch die Robots an die Suchmaschine übermittelt. Die Suchmaschine selbst untersucht die übermittelten Inhalte, erzeugt Suchbegriffe und Abstracts aus der übermittelten WEB-Seite und bringt diese Informationen in das Datenbanksystem ein.

Über die Verwendung von Schlüsselwörtern, den Indizes, welche teilweise aus den Meta-Begriffen und teilweise aus dem Text der Seiten generiert werden, wird auf die Inhalt der Suchmaschinen zugegriffen. Die Eingabe eines Schlüsselwortes (Suchbegriffes) führt in der Regel dazu, daß der Benutzer mit Antworten regelrecht erschlagen wird. Deshalb verfügen Suchmaschinen zum einen über Eingabemasken (Beispiel Lycos <http://www.lycos.de/>), über welche der Anwender die Suchbreite hinsichtlich verschiedener Kriterien einschränken kann. Zum anderen können die Suchergebnisse durch die Verwendung von und-, oder- und nicht-Verknüpfungen (Bool'sche Operatoren) für Suchbegriffe wesentlich reduziert werden. Für die Verwendung der Bool'schen und anderer suchmaschinenspezifischer Operatoren verweisen wir auf unsere Ausführungen "Suchen mit Bool'schen Operatoren".

Suchmaschinen sollten immer dann eingesetzt werden, wenn

- gezielt nach speziellen Begriffen oder
- nach Personen- oder Firmennamen
- Textteilen aus Überschriften
- Domainnamen

gesucht werden soll.

Hier eine kleine Auswahl von (klassischen) deutschsprachigen Suchmaschinen:

- **ALADIN** <http://www.aladin.de/>
- **Altavista** <http://www.altavista.de/>
- **CRAWLER** <http://www.crawler.de/>

Suchen, finden und gefunden werden

- **Kolibri** <http://www.kolibri.de/>
- **Lycos** <http://www.lycos.de/>

Besprechungsdienste

Besprechungsdienste verfolgen entgegen von Katalogen und Suchmaschinen, welche in erster Linie große Mengen von Seiten erfassen, den Ansatz "Weniger ist Mehr". Bei den Besprechungsdiensten handelt es sich in gleicher Weise um Kataloge, allerdings mit der Besonderheit, daß dort nur ausgewählte informative Seiten aufgelistet sind. Des weiteren werden die Links seitens des Betreibers ausführlich kommentiert, besprochen und vor allem qualitativ bewertet, so daß der Nutzer der Besprechungsdienste recht schnell abschätzen kann, ob die gelisteten WEB-Seiten den gesuchten Inhalt bieten.

Die Navigation innerhalb der Besprechungsdienste erfolgt in derselben Weise wie bei den Katalogen, also über die Hierarchieebenen der Kategorien. Gleichfalls steht bei guten Besprechungsdiensten eine Stichwort (Volltextsuche) zur Verfügung.

Weiterhin bieten einige Besprechungsdienste zusätzliche Service-Angebote, wie z.B. den Tip des Tages oder wöchentliche Benachrichtigungen mit den neusten WEB-Sites per eMail an. Besprechungsdienste sollten immer dann eingesetzt werden,

- um sich über wirklich gute WEB-Seiten auf dem Laufenden zu halten
- und über allgemeine Themen und Suchbegriffe inhaltlich gute Ergebnisse

zu erhalten. Zum Aufspüren von WEB-Seiten über Spezialthemen sind Besprechungsdienste weniger geeignet.

deutsche Besprechungsdienste:

WebTIP <http://www.webtip.de/>

Focus NetGuid Tips <http://www.netguide.de/>

Suchdienstverzeichnisse

Keine eigenständigen Suchmaschinen stellen die Suchdienst-Verzeichnisse dar. Auf den WEB-Seiten der Suchdienst-Verzeichnisse werden im einfachsten Falle lediglich Hyperlinks von im Internet verfügbaren Suchmaschinen aufgelistet. Bessere Suchdienst-Verzeichnisse erlauben darüber hinaus die Eingabe von Suchbegriffen und Einschränkung auf deren eigenen WEB-Seiten. Nach dem Absenden des Formulars

verzweigt das Suchdienst-Verzeichnis direkt auf das Angebot der angesprochenen Suchmaschine, um die von der "echten" Suchmaschine ermittelten Ergebnisse darzustellen.

Suchdienst-Verzeichnisse listen häufig auch kleiner Spezialsuchmaschinen, die man nicht so schnell im Internet findet.

Meta-Suchmaschinen

Meta-Suchmaschinen sind der große Bruder der Suchdienst-Verzeichnisse - allerdings mit einigen Besonderheiten.

Die eingegebenen Suchbegriffe werden wie oben beschrieben zunächst an die angeschlossene(n) Suchmaschine(n) weitergegeben. Allerdings besteht die Möglichkeit aus einer Liste die Suchmaschine(n) auszuwählen, die die Suchabfrage bearbeiten soll(en). Die Sucheingabe wird an die ausgewählten Suchmaschinen weitergeleitet.

Die Ergebnisse der angesprochenen Suchmaschinen werden darauf hin an die Meta-Suchmaschine zurückgegeben. Diese wiederum vergleicht nun die Ergebnislisten auf inhaltsgleiche Einträge und liefert nur noch die Menge aller Ergebnisse zurück, welche nicht in allen Ergebnislisten gleich sind. Doppelte Einträge werden eliminiert. Durch diesem Mechanismus erhält der Benutzer recht brauchbare und kompakte Antworten.

Darüber hinaus beinhalten einige Meta-Suchmaschinen weitere Ausstattungsmerkmale. So können z.B. Meta-Sucher angewiesen werden, die gefundenen Links auf ihre Existenz zu überprüfen oder die definitiv existenten Links nach der Aktualität Ihres Änderungsdatums auflisten zu lassen. MetaGer wertet weiterhin ständig die Benutzeranfragen aus und leitet hieraus verbesserte Suchstrategien ab, was letztendlich die Response-Zeit für die erste Abfrage verringert.

Meta-Suchmaschinen sind das ideale Werkzeug für diejenigen, welche häufig im WWW nach speziellen Informationen suchen müssen. Ähnlich wie bei den klassischen Suchmaschinen erfordert die Verwendung der Meta-Sucher gewisse Kenntnis der Bool'schen Algebra und Erfahrungen über das Formulieren von Suchanfragen.

Bei den bekanntesten Meta-Suchern handelt es sich um

Google <http://www.google.de> (deutsch)

Apollo7 <http://www.apollo7.de/> (deutsch)

MetaGer <http://www.meta.rrzn.uni-hannover.de/> (deutsch)

Suchen.Com <http://www.suchen.com/> (deutsch)

Suchen, finden und gefunden werden

Highway61 <http://www.highway61.com/> (engl.)

MetaCrawler <http://www.metacrawler.com/> (engl.)

Allerdings gibt es auch Meta-Sucher, welche eigentlich Replikate darstellen, denn eigentlich handelt es sich um "Sammelsuchmaschinen". Diese leiten den Suchbegriff an die gewünschten Suchmaschinen weiter und sammeln die Suchergebnisse in eigenen WEB-Seiten. Bei Kontrolle der Suchergebnisse stellt man jedoch fest, daß die Ergebnisse der einbezogenen Suchmaschinen nicht seitens dieser Meta-Sucher miteinander abgeglichen wurden. Doppelte Treffer werden ausgegeben.

Der einzige Vorteil solcher Systeme liegt in dem gleichzeitigen Ansprechen mehrerer Suchmaschinen und dem "Einsammeln" der Ergebnisse. Der Abgleich der Inhalte muß vom Anwender selbst durchgeführt werden, was letztendlich die Verwendung solcher Meta-Sucher-Replikate in Frage stellt.

Phonetische Suchmaschinen

Phonetische Suchmaschinen bieten die Möglichkeit nach schreibverwandte Wörter und Wortkombinationen zu suchen. Wird der Suchbegriff "Meier" eingegeben, so werden Dokumente gefunden, die auch die Begriffe "Maier", "Mayer" und "Meyer" enthalten. Auch die Regeln der neuen bzw. alten Rechtschreibung werden wechselseitig berücksichtigt. Eine der bekanntesten Phonetischen Suchmaschinen ist **Witch** <http://witch.de/>.

Themenbezogene Suchmaschinen

Das Informationsangebot im Internet wächst täglich um mehrere tausend Seiten, wobei immer mehr Spezialthemen veröffentlicht werden. Die Verwendung allgemeiner Suchmaschinen führt dazu, daß Seiten zu speziellen Themen mit Seiten zu allgemeinen Themen in den Ergebnislisten vermischt werden, was wiederum das Herausfinden des geeigneten Materials oder das Eintauchen in die Tiefen des Spezialthemas für den Suchenden erschwert. So haben sich über die Zeit hinweg Spezialsuchmaschinen etabliert, welche über ein Thema oder Themengebiet Spezialkataloge entwickelt haben. Diese Suchmaschinen gewinnen immer mehr an Bedeutung, insbesondere dann, wenn diese redaktionell betreut werden. Eine Mischung zwischen redaktionell überarbeitetem Katalog (siehe oben) und Stichwortsuche bringen optimale Ergebnisse.

Suche in medizinischen Datenbanken

Im Nachfolgenden einige ausgewählte medizinische Datenbanken:

DIMDI Grips-Web-Search <http://gripsdb.dimdi.de/germ/gui.html>

DIMDI bietet unter anderem kostenfreien Zugang zu den deutschen Datenbanken GEROLIT (Gerontologische Literatur) und SOMED (Sozialmedizin), zum Katalog der Deutschen Zentralbibliothek für Medizin (MEDIKAT), zur europäischen Literaturdatenbank zum Thema Ethik (EUROETHICS) sowie zu einigen der amerikanischen Datenbanken des National Library of Medicine (MEDLINE, AIDSLINE, TOXLINE ...).

MEDLINE <http://www.ncbi.nlm.nih.gov/PubMed/>

Über MEDLINE erhalten Sie kostenfreien Zugang zur Datenbank des amerikanischen National Library of Medicine mit über 9 Millionen Artikelreferenzen aus 3900 medizinischen und biologischen Journalen.

Medline plus <http://www.nlm.nih.gov/medlineplus/>

Für Health Professionals und Patienten sind auf diesen Seiten weitere wichtige medizinische Recherchequellen und Datenbanken aufgeführt.

Internet Grateful Med <http://igm.nlm.nih.gov/>

Kostenfreier Zugang zu AIDSLINE, TOXLINE und einer Anzahl von weiteren spezifischen Datenbanken der NLM.

Klassische Homöopathie <http://home.t-online.de/home/sven-thorsten.hechler/>

Datenbank der Mittelcharakteristika

Deutsches Ärzteblatt <http://www.aerzteblatt.de/dae/owa/recherche.home>

alle Beiträge ab Heft 1/1996

DEAM - die etwas andere Medizin <http://www.deam.de/index.html>

kostenlose Medizin-Datenbank, in der zu vielen Krankheiten auf Basis der Naturheilkunde und Naturmedizin mögliche Wege der Heilung beschrieben werden.

Der Datadiwan <http://www.datadiwan.de/>

Suchen, finden und gefunden werden

Die Datenbank für außergewöhnliches Wissen in der Ganzheitsmedizin und den Grenzgebieten der Wissenschaft

Suchdienste / Meta-Suche für eMail-Adressen

Sofern die eMail-Adresse des Partners bekannt ist, ist es keine Problem mit diesem elektronisch per e-Mail zu kommunizieren. Problematisch wird es allerdings, wenn die eMail-Adresse nicht bekannt ist und diese über Suchdienste für eMail-Adressen aufgestöbert werden müssen. Wie bei den klassischen Suchmaschinen gibt es im Internet kein eMail-Adressen-Suchdienst, der alle im WWW verfügbaren e-Mail-Adressen listen kann. Die Suchdienste für eMail-Adressen verfügen z.T. über sehr kleine Bestände - wenige tausend - bis zu Beständen mit mehreren zehn Millionen von eMail-Adressen.

Meta-Sucher für eMail-Adressen, MESA (des regionalen Rechenzentrums Niedersachsen) durchsucht die Mail-Suchdienste

- **populus** <http://www.populus.net/>
- **iaf (Internet Adress Finder)** <http://www.iaf.net/>
- **infospace** <http://www.infospace.com/info/email.htm>
- **suchen.de** <http://www.suchen.de/>
- **swissinfo** <http://www.swissinfo.ch/email>
- **people.yahoo** <http://people.yahoo.com/> und
- **bigfoot** <http://www.bigfoot.com/>

eMail-Adressbücher durchsuchen zum Teil ständig das WWW nach neuen Dokumenten. In fast allen WEB-Seiten sind auch eMail-Adressen genannt, welche in die Adressdatenbanken aufgenommen werden. Weiterhin bietet jedes Adressverzeichnis die Möglichkeit, daß der Benutzer selbst seine eMail-Adresse in den Katalog aufnimmt. Das letztere Verfahren hat den Vorteil, daß die manuell eingetragenen Adressen recht aktuell und zuverlässig sind. Als dritte Möglichkeit nutzen die eMail-Suchmaschinen das Usenet (derzeit ca. 20000 Newsgroups) als Informationsquelle.

Die Adress-Suche kann, in Abhängigkeit der jeweiligen eMail-Suchmaschine, nach unterschiedlichen Kriterien erfolgen. So ist es z.B. möglich die Suche über die Begriffe

- Name
- Städte
- Regionen
- Interessen
- Studienort
- Geburtsdatum

einzuschränken.

Suchprogramme auf dem eigenen Rechner

Bei Suchprogrammen handelt es sich nicht um ein Seitenangebot im Internet, sondern um Software, welche auf dem Rechner des Intranauten installiert wird.

Hier gilt es die sogenannten WEB-Grabber, welche komplette WEB-Sites oder auch nur Teile davon, auf den lokalen Rechner des Anwenders herunterladen und auch die Aktualität der lokal gespeicherten WEB-Seiten im Vergleich zu denen im Internet gespeicherten WEB-Seiten überwachen, von Suchwerkzeugen zu unterscheiden. Teilweise sind beide Funktionalitäten, also das WEB-Grabbing und das automatische Suchen in "Suchprogrammen" vereint.

Suchprogramme im engeren Sinne, fragen ähnlich wie die Meta-Suchmaschinen vorgegebene Suchbegriffe, Kategorien bei ausgewählten Suchmaschinen ab, bereiten diese entsprechend auf und präsentieren sie. Gleichfalls ist es denkbar, die zu den Suchergebnissen passenden WEB-Seiten auf den lokalen Rechner herunter zu laden.

Insbesondere seitens Vielsucher sind Suchprogramme sind solche Suchprogramme sinnvoll einzusetzen. Sie lassen sich flexibel an die eigenen Bedürfnisse anpassen, liefern recht passable Ergebnisse und sparen Verbindungskosten.

TIP:

Wer die Wahl hat, hat die Qual, die richtige Suchmaschine zu finden. Für alle, die sich einen Überblick darüber verschaffen wollen, welche (deutschsprachigen) Suchmaschinen im Internet online sind, kann sich über die „Suchmaschine“ für **Suchmaschinen** <http://www.suchmaschinen.de>) einen Überblick verschaffen.

Ein umfassendes Verzeichnis über spezielle Kataloge und Suchmaschinen bietet auch die WEB-Site **Suchfibel** <http://www.suchfibel.de/suchmaschinen/>.

Suche mit Bool'schen Operatoren und Meta-Begriffen

Die Kenntnis um die Typen der unterschiedlichen Suchmaschinen reicht nicht aus, um kompakte und vor allem brauchbare Suchergebnisse zu erzielen. Nur die Verwendung von wohlüberlegten Suchbegriffen, Phrasen und Meta-Kennungen bringt führen zu verwendbaren Ergebnislisten. Im Nachfolgenden werden die Verwendung von

Suchen, finden und gefunden werden

- **Optionen und Parameter bei allen Suchmaschinen**
- **speziellen Operatoren bei Altavista, Fireball, HotBot und Lycos**

besprochen.

Optionen und Parameter bei allen Suchmaschinen

AND Das logische UND dient zur Verknüpfung mehrerer Begriffe, die alle in einem Dokument vorkommen müssen, um gefunden zu werden.

OR Das logische ODER dient dazu, die Suche auf mehrere Begriffe zu erweitern, von denen mindestens einer im Dokument vorkommen muss.

NOT Das logische NICHT dient zum Ausschließen bestimmter Begriffe, die dann nicht in einem Dokument vorkommen dürfen.

Statt "Auto AND Reifen" kann man auch "Auto +Reifen" eingeben. Beachten Sie, dass kein Leerzeichen zwischen dem "+" und dem folgenden Begriff stehen darf. Mit zusätzlichen Klammern, wie sie einige Suchmaschinen unterstützen, kann man die Anfrage noch wesentlich präzisieren. Fragt man statt "Auto AND Reifen" nach "Auto (Reifen OR Räder)", so findet man alle Seiten, die das Wort "Auto" enthalten und zusätzlich entweder "Räder" oder "Reifen" enthalten.

Weiterhin kann man mit den Operatoren ADJ, NEAR, FAR FORE noch Angaben dazu machen, wie die Suchbegriffe zu einander stehen sollen:

"**race ADJ car11**" legt fest, dass die beiden Begriffe direkt nebeneinander stehen müssen, wodurch sowohl nach "race car" als auch nach "car race" gesucht wird.

NEAR heißt, dass die zu suchenden Begriffe nahe beieinander stehen müssen. Der Abstand lässt sich anpassen: "NEAR/10 race" verkürzt den Abstand auf maximal 10 Wörter.

FAR ist das Gegenteil zu NEAR.

"**car BEFORE race**" findet Seiten, auf denen beide Begriffe vorkommen, "car" jedoch früher auftaucht als "race".

Suche in Dokumentbereichen

Yahoo, Infoseek, Fireball, Altavista und andere "Suchmaschinen" bieten noch einige ausgeklügelte Optionen an.

Ausdruck	Bedeutung
title:	legt fest, dass der Begriff im Titel der Seiten vorkommen muss.
anchor:	sucht in der Beschreibung von Hyperlinks.
domain:	legt die zu durchsuchende Domain fest: "domain:de" oder "domain:org".
host:	sucht nach Seiten auf dem angegebenen Computer
image:	sucht nach Seiten, die Bilder mit dem angebenen Namen enthalten.
link:	Suchtext ist ein Hyperlink, der auf den zu suchenden Seiten enthalten sein muss.
text:	sucht nur im Textbereich von Seiten.
url:	sucht nur in der URL von Seiten.

Spezielle Suchmechanismen bei Altavista

Einfache Suche

Operation	Symbol	Bedeutung
Phrasensuche	""	der Ausdruck in den Anführungszeichen muss exakt enthalten sein
Ausschließung	-	(ohne Leerzeichen vor dem Suchwort) Wort darf nicht vorkommen
Einschließung	+	Wort muss vorkommen
Wildcards	*	unscharfe Suche, z.B. wish* findet wish, wishes, wishfu

Erweiterte Optionen

Ausdruck	Bedeutung
anchor:[Text]	Text muss in einem Hyperlink stehen
applet:[Appletname]	Sucht nach Seiten, in denen das Applet aufgerufen wird, applet:gruss
domain:[Domain]	Suche nur in der angegebenen Domain
host:[Host]	Suche auf dem angegebenen Host
image:[Bild]	Suche nach Seiten, die das angegebene Bild enthalten
link:[URL]	Suche Seite die auf dieses Seite verweisen

Suchen, finden und gefunden werden

Spezielle Suchmechanismen bei Fireball

Einfache Suche

Operation	Symbol	Bedeutung
Phrasensuche	""	der Ausdruck in den Anführungszeichen muss exakt enthalten sein
Ausschließung	-	(ohne Leerzeichen vor dem Suchwort) Wort darf nicht vorkommen
Einschließung	+	(ohne Leerzeichen vor dem Suchwort) Wort muss vorkommen
Wildcards	*	unscharfe Suche, z.B. Gün*er findet Günter und Günther

Boolsche Operatoren

Operator	Symbol	Bedeutung
AND	&	Beide Wörter müssen vorkommen
OR		Mind. eines der Wörter muss vorkommen
NOT		nicht enthalten sein. Achtung: Bei Fireball darf NOT nicht allein stehen, sondern nur mit einem anderen Operator, Also z.B.: Kohl AND NOT Opposition
NEAR		Sucht nach Dokumenten, in denen beide Ausdrücke vorkommen und nicht mehr als 10 Wörter voneinander entfernt sind.
Klammerung	()	Zur Eingabe komplexer Anfragen, s.a. Beispiel in Tabelle zu HotBot

Suche nach Nichttext-Elementen:



Ausdruck	Bedeutung
applet: [Appletname]	Sucht nach Seiten, in denen das Applet aufgerufen wird: applet:gruss
domain: [Domain]	Suche nur in der angegebenen Domain
host: [Host]	Suche auf dem angegebenen Host
image: [Bild]	Suche nach Seiten, die das angegebene Bild enthalten

link: [URL]	Suche nach Seiten, die einen Link auf die angegebene URL enthalten
text: [Text]	Suche nach dem Text nur im sichtbaren Bereich einer Seite
title: [Text]	Suche nach dem Text nur im Titel
keyword: [Text]	Suche nach Seiten, in denen Text im Metatags "keywords" steht
Author: [Text]	Suche nach Seiten, in denen Text im Meta-Tag "author" steht.
Audience: [Text]	Suche nach Seiten, in denen Text im Meta-Tag "audience" steht.
text: [Text]	Suche nach dem Text in einem beliebigen Bereich einer Seite, also auch Titel, URL, Link.a.
title: [Text]	Suche nach dem Text nur im Titel
url: [Text]	Suche nach Seiten, die den Text in ihrer URL haben

Spezielle Suchmechanismen bei Hotbot

Optionen bei "Advanced Search"

Name	Symbol	Bedeutung
1. Boolesche Operatoren		
AND	&	beide Begriffe müssen vorkommen
OR	 	mind. einer der beiden Begriffe muss vorkommen
NOT	!	der folgende Begriff soll nicht vorkommen
Klammern	()	Mit Klammern kann man komplexe Suchabfragen formulieren. z.B.: (chinese OR japanese) AND cooking sucht nach chinese und japanese cooking
2. Such-Spezifizierungen		
Phrasen-Operator	""	der exakte Ausdruck zw. den Anführungsstrichen wird gesucht
Plus-Operator	+	ohne Leerzeichen direkt vor Suchausdruck angefügt: Suchausdruck muss enthalten sein
Minus-Operator	-	ohne Leerzeichen direkt vor Suchausdruck angefügt: Suchausdruck darf nicht enthalten sein

Meta-Wörter

Suchen, finden und gefunden werden

Ausdruck	Beschreibung
domain: [Name]	Suche nur in angegebener Domain: de, microsoft.com oder
depth: [Zahl]	
feature:acrobat	Suche nach Seiten mit Adobe Acrobat-Dateien
feature:applet	Suche nach Seiten mit Java-Applets
feature:activex	Suche nach Seiten mit ActiveX
feature:audio	Suche nach Seiten mit Audio-Dateien
feature:embed	Suche nach Seiten mit Plugins
feature:flash	Suche nach Seiten mit Flash Plugin
feature:form	Suche nach Seiten mit Formularen
feature:frame	Suche nach Seiten mit Frames
feature:image	Suche nach Seiten mit Bildern
feature:script	Suche nach Seiten mit Skripten
feature:shockwave	Suche nach Seiten mit Shockwave-Dateien
feature:table	Suche nach Seiten mit Tabellen
feature:video	Suche nach Seiten mit Videos
feature:vrml	Suche nach Seiten mit VRML-Dateien
outgoingurlext: [Extension]	Suche nach Seiten, in denen Dateien mit der Extension eingebettet sind
newsgroup: [Newsgroupname]	Suche in der angegebenen Newsgruppe
scriptlanguage: [Sprache]	Suche nach Seiten, die Skripte enthalten, Achtung, kleingeschrieben: javascript oder vbscript
title: [Wort]	"Wort" muss im Titel der Seite enthalten sein
after: [Tag]/[Monat]/[Jahr]	Suche nach Seiten, die nach dem Datum geändert wurden
before: [Tag]/[Monat]/[Jahr]	Suche nach Seiten, die vor dem Datum geändert wurden
within: [Zahl]/[Einheit]	möglich Suche nach Seiten, die im angegebenen Zeitraum geändert oder geschrieben wurden. Z.B.: day, month, year] 6/months" sucht nach Seiten, die in den letzten drei Monaten geändert wurden. Achtung: nur in Book Booleschen Ausdrücken. Also z.B.: (+Auto+Reifen) AND within:6/months, nicht aber: +Auto +Reifen

Spezielle Suchmechanismen bei Lycos

Bei der erweiterten Suche haben Sie noch mehr Möglichkeiten nach Informationen noch genauer zu suchen. Zunächst haben Sie natürlich Zugriff auf alle Einstellungen, die Ihnen die einfache Suche mit der Hilfe von Operatoren bietet.

Darüber hinaus haben Sie folgende Optionen:

Welcher Katalog?

Definieren Sie ein spezielles Gebiet, in dem Sie nach Informationen suchen wollen:

- **Im gesamten Internet:** Sie durchsuchen das ganze Internet; alle Informationen, die Ihrem Suchausdruck entsprechen, werden angezeigt.
- **Im deutschsprachigen Katalog:** Nur Seiten im deutschsprachigen Katalog werden berücksichtigt.
- **Im Bilderkatalog:** Alle Bilder, die Ihrem Suchbegriff entsprechen, werden angezeigt.
- **Im MP3-Katalog:** Alle MP3-Dateien, die Ihrem Suchbegriff entsprechen, werden gefunden.
- **Im Bücherkatalog:** Sie durchsuchen eine riesige Buchhandlung.
- **Im Videokatalog:** Suchen Sie im Internet nach Videodateien.
- **Im Tripod-Homepagekatalog:** Durchkämmen Sie alle Tripod Homepages.
- **Im Soundskatalog:** Suchen Sie im Internet nach Musikdateien.
- **Auf FTP-Server:** Durchsuchen Sie FTP-Server nach Ihrem Suchbegriff.



Wortfilter

Einbeziehen und ausschliessen von speziellen Wörtern und Ausdrücken:

- **Suchergebnis sollte enthalten die Wörter:** Seiten mit diesen Wörtern erhalten eine höhere Priorität.
- **Suchergebnis sollte enthalten den Ausdruck:** Seiten mit diesen Ausdrücken erhalten eine höhere Priorität.
- **Suchergebnis muss enthalten die Wörter:** Seiten ohne diese Wörter werden nicht berücksichtigt. Sie könnten auch den Operator "+" vor jedes Wort schreiben.
- **Suchergebnis muss enthalten den Ausdruck:** Seiten ohne diesen Ausdruck werden nicht berücksichtigt. Sie könnten auch den Operator "+" vor den Ausdruck schreiben.
- **Suchergebnis darf nicht enthalten die Wörter:** Seiten mit diesen Wörtern werden nicht berücksichtigt. Sie könnten auch den Operator "+" vor jedes Wort schreiben.
- **Suchergebnis darf nicht enthalten den Ausdruck:** Seiten mit diesem Ausdruck werden nicht berücksichtigt. Sie könnten auch den Operator "+" vor den Ausdruck schreiben.



Welcher Bereich?

Darüber hinaus können Sie die Suche auf bestimmte Bereiche in den Dokumenten einschränken:

- **Im ganzen Dokument:** Dieser voreingetragene Wert besagt, dass alle Dokumente ganz nach Ihrem Suchausdruck durchsucht werden.

Suchen, finden und gefunden werden

- **Im Titel:** Nur die Seiten werden gefunden, die den Suchausdruck im Titel haben.
- **Im Titel und in der Beschreibung:** Nur die Seiten werden gefunden, die den Suchausdruck im Titel und in der Beschreibung haben.
- **Im Dokumententext:** Nur die Seiten werden gefunden, die den Suchausdruck im Dokumententext haben.

Welche Sprache?

Limitiert das Suchergebnis auf die Seiten, die in der ausgewählten Sprache verfasst wurden. Voreingetragen ist die Suche nach Dokumenten in jeder Sprache.

Welche Domäne?

Dies erlaubt bestimmte Domänen ein- bzw. auszuschliessen:

- **Dokument enthält Domäne:** Das Suchergebnis verfügt nur über Seiten dieser Domäne.
- **Dokument enthält nicht Domäne:** Das Suchergebnis verfügt nur über Seiten, die nicht zu dieser Domäne gehören.
- **Dokument enthält Verweise (links) zu Domäne:** Das Suchergebnis verfügt nur über Seiten, die wenigstens einen Link zu dieser Domäne haben.



Wieviele Ergebnisse?

Hier können Sie definieren, wieviele gefundene Seiten Sie auf einer Ergebnisseite sehen möchten. Dies könnten 10, 20, 30 oder 40 sein.

Family Filter

Falls Sie diesen Filter auf AN setzen, werden anstössige Seiten, die als solche erkannt werden, ausgefiltert.

Tips zum erfolgreichen Suchen

Wie man aus den vorstehenden Seiten entnehmen kann, will das Suchen im WWW gelernt sein. Auch der versierteste Internaut benötigte einige Zeit, um sich mit den verschiedenen Techniken des Suchens und den unterschiedlichen Funktionen der Suchmaschinen auseinanderzusetzen. Abschließend zum Themenbereich Internet Suchen und Finden wollen wir an dieser Stelle noch einige für Sie ggf. hilfreiche Tipps geben.

Die nachfolgende Checkliste soll Ihnen helfen, sich für das richtige **Suchwerkzeug** zu entscheiden.

Verwenden Sie	um
(Themen)Kataloge	<ul style="list-style-type: none">• Seiten zu allgemeinen, bekannten Themen zu suchen

	<ul style="list-style-type: none">• sich einen Überblick über ein Thema und Unterthemen zu verschaffen
Suchmaschinen	<ul style="list-style-type: none">• nach spezielle Themen und insbesondere Begriffen zu suchen• Informationen über Firmen und Personen zu finden• zu einem Suchbegriff möglichst viele WEB-Seiten zu finden
Besprechungsdienste	<ul style="list-style-type: none">• nur gute und wirklich informative Seiten zu ausgesuchten Themen zu finden• vorab zu entscheiden, ob der angebotene Seiteninhalt, den Erwartungen entspricht
Suchdienst-Verzeichnisse	<ul style="list-style-type: none">• sich zunächst einen Überblick über die vorhandenen Suchdienste zu verschaffen• verschiedene Suchdienste gleichzeitig ansprechen zu können
Meta-Suchmaschinen	<ul style="list-style-type: none">• verschiedene Suchmaschinen gleichzeitig ansprechen zu können• möglichst schnell WEB-Seiten zu den eingegebene Begriffen zu finden• um doppelte Ergebnisse reduzierte Ergebnislisten zu erhalten
Themenbezogene Suchmaschinen	<ul style="list-style-type: none">• nach Inhalten spezieller Themenbereiche zu suchen• Spezialwissen zu recherchieren
Suchprogramme	<ul style="list-style-type: none">• um Online-Zeit und damit Verbindungskosten zum Provider einzusparen

Fehler bei der Gestaltung der Suchabfrage

So vermeiden Sie grundlegende und oft gemachte Fehler bei der Suche:

- Vermeiden Sie Wörter, welche eigentlich keine Aussagekraft haben, wie z.B. der, die, das oder internettypische Begriffe wie WWW, HTTP, HTML, eMail usw., denn solche Wörter kommen fast auf jeder WEB-Seite vor. Die Ergebnisliste wird unendlich lang.
- Berücksichtigen Sie die "Sprache" der Suchmaschinen, bzw. den Sprachbereich in welchem die Suchmaschine arbeitet. Es ist wenig sinnvoll deutsche Suchbegriffe einzugeben, wenn Sie englischsprachige WEB-Seiten durchsuchen lassen wollen. Sollte die Suche über mehrere Sprachbereiche z.B. Deutsch und Englisch erfolgen, so geben Sie die Suchbegriffe zweisprachig an.
- Suchmaschinen bedienen sich meistens der von den Entwicklern der WEB-Seiten angegebenen Schlag- oder Stichwörter oder Indizes um Suchbegriffe für den Anwender aufzubauen. In Abhängig-

Suchen, finden und gefunden werden

keit der jeweiligen Schreibweisen der WEB-Autoren kann z.B. der Begriff CD-ROM unterschiedliche Schreibweisen wie z.B. CDRom, CD ROM aufweisen. Geben Sie ggf. den Begriff mit unterschiedlichen Schreibweisen in die Suchmaske ein und verknüpfen Sie die Begriffe mit dem "ODER"-Operator, damit auch WEB-Seiten gefunden werden, welche andere Schreibweisen verwenden.

- Singular und Plural von Suchbegriffen können einigen Suchmaschinen Probleme bereiten, obwohl grundsätzlich feststeht, daß die Suchmaschinen einige Suchmaschinen automatisch den Begriff im Singular auch in den Plural umsetzen . Geben Sie auch hier sicherheitshalber beide mit "ODER" verknüpfte Formen an, damit Sie gute Ergebnislisten erhalten.
- Verwenden Sie ggf. Synonyme. Sinnverwandte Wörter können z.B. Haus - Hütte - Gebäude - Bauwerk sein.
- Ergibt die Eingabe Ihrer Suchbegriffe eine zu umfangreiche Trefferliste, so sollte die Suche unter Verwendung von weiteren Suchbegriffen und/oder Einbindung Bool'scher Operatoren wiederholt werden.
- Ergibt die Suche zu wenige Treffer, sollte über die Einbeziehung von sinnverwandten Begriffen nachgedacht werden, die über den "ODER"-Operator miteinander verknüpft wurden.
- Machen Sie von den Suchoperatoren der Suchmaschinen regen Gebrauch und beschreiben Sie die gesuchte Information so genau als möglich. Nur so erhalten Sie recht vernünftig strukturierte Ergebnislisten.
- Sind Sie mit den Ergebnissen der Suche einer Suchmaschine nicht zufrieden, so wiederholen Sie die Suche unter Verwendung anderer Suchmaschinen. Keine Suchmaschine der Welt hat alle im WWW angebotenen Seiten im Index.