

Wie lange wohl noch?

Wie lange werden wir noch dahin surfen, wo **wir** gerne hin wollen? Wie lange wird es noch dauern, bis wir bei einem Klick auf einen Link nicht die Internetseite angezeigt bekommen die wir erwartet haben?

Diese beiden Fragen stelle ich mir seit einer kleinen Diskussion per E-Mail. Und ich denke, die Fragen sind berechtigt. Denn das Internet ist nicht umsonst. Weder Server noch Service können kostenfrei gestellt werden. Auch wenn es immer wieder Menschen geben wird, die ehrenamtlich und unentgeltlich, viel Arbeit im Internet leisten, es gibt Fixkosten die sich nie vermeiden lassen werden. Kein Stromkonzern der Welt wird die Server umsonst mit Energie versorgen. Kein Telekommunikationsanbieter wird kostenlose Backbones bereitstellen. Und irgendwann muss auch mal die beste Hardware erneuert werden. Kosten wird es immer geben, und somit wird es auch immer jemanden geben, der die Kosten bezahlen muss.

Im Gegensatz dazu steht allerdings der Wunsch vieler, das Internet um sonst zu bekommen. Viele Nutzer denken, dass sie schon mit den Gebühren für den Onlinezugang genug gezahlt haben. Da darf dann das Newsportal nichts mehr kosten. Auch die Einführung von Briefmarken für E-Mails ist wohl eher undenkbar. Auch wenn das als positiven Nebeneffekt hätte, dass der Spam drastisch abnehmen würde. Das Internet soll und muss kostenfrei bleiben. Nur wer soll das in Zukunft alles bezahlen? Oder anders gefragt, wer bezahlt das Internet jetzt schon?

Zum Teil werden die Kosten, z.B. für E-Mail-Service, aus den Einnahmen für den Onlinezugang finanziert. Aber es gibt auch eine ganze Reihe von kostenlosen Diensten. Bleiben wir bei dem Thema E-Mail. Große E-Mail-Provider wie z.B. GMX, bieten neben den kostenfreien, noch kostenpflichtige Accounts an. So finanzieren die Bezahl-Accounts die Free-Accounts mit. Bei kleinen E-Mail-Providern sieht die Lage schon etwas anders aus. Da werden die Free-Accounts hauptsächlich durch Werbung finanziert.

Ebenso bei kostenlosen Web-Diensten. Hat sich schon einmal jemand gefragt wie der enorme technische Aufwand bezahlt wird, der hinter Google steckt?

Google finanziert sich ebenfalls zu einem Teil durch Werbung. Doch in Zeiten von PopUp-Blockern und Ad-Banner-Cleanern (Plugins die Werbefbanner ausblenden), kann man auf diese Weise nicht mehr viel Geld verdienen. Werbung bringt nur Geld ein, wenn sie auch wahrgenommen wird. Und so sinken von Jahr zu Jahr die Preise für Banner-Werbung. Mit sinkenden Preisen, sinken auch die Einnahmen.

Google hat dies schonfrüh erkannt und "verkauft" deshalb die guten Plätze in den Suchergebnissen: Man nennt dies Google-Ranking. Wer bezahlt, landet bei den Trefferlisten immer ganz oben. Wer nicht bezahlt, landet ganz unten oder muss sich mit Tricks nach oben mogeln. Und hier sind wir wieder bei den Punkt, dass im Internet nichts etwas kosten soll. Auch das Bewerben von Internetseiten soll möglichst kostenfrei von statten gehen.

Die "Übeltäter" sind diejenigen, die mit ihren Internetauftritten Geld verdienen wollen. Neben Porno-Seiten und der Klingeltonmafia, sind dies aber auch durchaus seriöse Angebote wie z.B. Online-Shop. Schließlich nützt der beste und schönste Online-Shop nichts, wenn der Kunde den Weg (oder besser gesagt, den Link) dahin nicht findet.

Dies war Ausgangspunkt der oben erwähnten Diskussion per E-Mail. Ich wurde gefragt wie ich wohl am besten (also am günstigsten und schnellsten) einen Online-Shop bei der Google-Suche in der Trefferliste ganz nach oben bringen würde.

Hier konnte ich ein paar Erfahrungen einbringen, die ich im Zusammenhang mit meinem Blog gemacht habe. Ein altbekannter Trick um bei der Google-Suche gute Ergebnisse zu bekommen (als gesuchter), ist der, indem man eine Seite anlegt die oft gesuchte Wörter enthält. Viele Blogger werden es von ihren Referrern her kennen, da bekommt man ständig Google-Referrer die Suchworte wie "Porn", "Sex" oder ähnliches enthalten. Aber auch bekannte Markennamen, Schlagworte aus den Medien (z.B. Flutwelle, Flutkatastrophe, Tsunami, Wahlen, usw.). Der Trick bestand also bis jetzt darin, eine

Seite mit den Most-Wanted Suchbegriffen anzulegen und dann mit technischen Mitteln (Meta-Refresh, URL-Rewriting) auf die eigentliche Seite umzuleiten.

Google kennt diese Tricks aber auch und berücksichtigt sie mittlerweile. Deswegen werden oft aktualisierte Seiten bei der Google-Suche vor statischen Seiten bevorzugt. Das Ergebnis ist dann, dass immer öfters Blogs in den Suchergebnissen auftauchen.

Was heißt das nun für den suchenden Surfer? Er wird sich wohl in Zukunft darauf einstellen können, dass er bei seiner Suche immer häufiger Umgeleitet wird.

Denkbar ist folgendes Szenario: Ein Bloghoster installiert einen URL-Rewriting. Dieses URL-Rewriting kann von den Google-Bots nicht direkt erkannt werden, denn es steht in einer geschützten Datei (.htaccess). Es sorgt aber dafür, dass Referrer mit einem bestimmten Inhalt nicht auf das Blog weitergeleitet werden, sondern auf eine kommerzielle Seite. Die Referrer die den Namen einer Suchmaschine (oder ihre IP) und ein bestimmtes Suchwort enthalten, könnten so gezielt ausgefiltert und umgeleitet werden.

Diese Umleitung kann man dann effektiv vermarkten. Getreu dem Motto: Ich schicke dir alle Surfer vorbei die nach dem Wort XY suchen und du bezahlst mir dann pro Surfer Betrag Z.

Es dürfte recht lohnenswert sein. Ich habe alleine in meinem Blog an die 10-20 (an Spitzentagen bis zu 50) Referrer von Suchmaschinen. Bei 1.000 gehosteten Blogs wären das 10-20.000 Umleitungen. Würde jede Umleitung mit nur 0.1 Cent bezahlt werden, wären Beträge von 1.000-2.000 Euro **pro Tag** denkbar. Ein recht verlockendes Angebot für jeden Bloghoster. Selbst wenn jede Umleitung nur 0.01 Cent einbringt, wären so noch Beträge von 3.000-6.000 Euro pro Monat denkbar. Ein nettes Einkommen für eine Einzelperson, aber auch ein netter Posten für eine Firma.

Da schon die ersten Blogs aufgetaucht sind, die im Grunde genommen nichts weiter als Werbung enthalten, gehe ich davon aus, dass es auch nicht mehr all zu lange dauern wird bis komplette Bloghoster an den Start gehen die nur den einen Zweck dienen: Online-Werbung. Es bleibt also die Frage wie lange es dauert, bis wir nicht mehr da landen wo wir mit unseren Klicks eigentlich hin wollten.