

# W

enn Sie durch die Beiträge unseres Titelthemas »Schreiner im Netz« ab Seite 66 blättern (fast hätte ich *klicken* gesagt), drängt sich Ihnen womöglich der Eindruck auf, wir würden von Google gesponsert. Das ist natürlich nicht der Fall. Die Omnipräsenz des Suchmaschinenanbieters spricht allerdings Bände. Keiner unserer Autoren kam in seinem Beitrag am amerikanischen Internetprimus vorbei. Eine Homepage so zu gestalten bzw. zu optimieren, dass sie von Suchmaschinen gut gefunden wird, ist zu einem der zentralen Themen im Netz geworden. Marvin Geilich von der Agentur CTI New Media weist darauf hin, dass im Durchschnitt 86 Prozent aller Besucher einer Website über Suchmaschinen kommen! In seinem Beitrag kommt er deshalb auch völlig zu recht zu dem Schluss: »Hauptsache drin sein im Netz, das reicht nicht«. Wie Sie ganz konkret überprüfen können, wie es um die Auffindbarkeit Ihrer Seite im Zusammenhang mit wichtigen Suchbegriffen bestellt ist, erfahren Sie ab Seite 70. dds-Autor Josef Schneider gibt praktische Tipps zur Website-Optimierung, die sich sofort umsetzen lassen.

Wer seine Homepage nicht nur als elektronische Visitenkarte versteht, sondern auch gleich Geschäfte im Netz tätigen will, dem sei der Beitrag über die Brüder Füg ab Seite 72 empfohlen. Mit ihrer Seite [www.masstisch.de](http://www.masstisch.de) machen sie vor, wie das gehen kann. Dass sie bei Google »ganz oben« stehen, wie dds-Redakteur Georg Molinski in der Überschrift seines Beitrags

titelt, ist wesentlicher Teil der Strategie der Branchenquereinsteiger aus Neuss.

Am Rande erwähnt: Aus den USA kommt die Meldung, dass die meistgeklickte Seite im Web seit Kurzem *nicht* mehr Google ist, sondern das soziale Netzwerk Facebook. Allein in Deutschland, so wird behauptet, sind rund acht Millionen Menschen bei Facebook registriert. Dass das wohl erst der Anfang von solchen



**»Suchmaschinen-optimierung, Social Media oder Web 2.0 sind Themen, mit denen sich ein Handwerker heute beschäftigen muss.«**

Social-Media-Netzwerken ist, wird mir klar, wenn ich meine eigenen Kinder anschau. Alle drei, von der 10-Jährigen bis zum 16-Jährigen, sind aktive SchülerVZ-User. Sie sind die Generation der »digitalen Ureinwohner«, deren Kommunikations- und Konsumverhalten wesentlich von den neuen Medien geprägt ist. Schon im Jahr 2009 haben die deutschen Konsumenten übrigens für rund 15,5 Milliarden Euro Waren und Dienstleistungen im Internet gekauft. Insgesamt legte der E-Commerce-Umsatz mit einem Plus von 14 Prozent deutlich zu.

So, jetzt möchte ich Sie aber dazu einladen, ganz analog unser Heft durchzublättern. Mit Sicherheit ist etwas Interessantes für Sie dabei! Weiterhin viel Erfolg wünschen das dds-Team und

Hans Graffé, Chefredakteur