



Webarchiv Schweiz

Eine gemeinsame Sammlung von landeskundlich relevanten Websites der Schweizer Kantonsbibliotheken und der Schweizerischen Nationalbibliothek

Workshop zum Sammeln und Erschliessen von landeskundlich relevanten Websites

23. und 30. April 2008 in der Schweizerischen Nationalbibliothek

Teil 1: Sammeln

Verfasst von:

Silvia Hofmann (Onlinedienste, Schweizerische Nationalbibliothek)

Aktualisiert von:

Anne-Katharina Weilenmann (Publikumsinformation, Schweizerische Nationalbibliothek)

Mit der Unterstützung von:

Jean-Philippe Accart, Simone Bleuler (Publikumsinformation, Schweizerische Nationalbibliothek)

Marco Vogt (Onlinedienste, Schweizerische Nationalbibliothek)

Version:

Version 1.1

Datum:

15. April 2008

1 Inhaltsverzeichnis

1	Inhaltsverzeichnis	2
2	Einleitung	3
3	Theoretischer Teil (Suchmaschinen Grundlagen)	4
3.1	Erschliessung des Web	4
3.2	Funktion von Suchmaschinen, Metasuchmaschinen und Katalogen	6
3.3	Arten von Suchmaschinen	7
3.4	Wann setzt man welchen Suchdienst ein?	8
3.5	Wie werden Suchmaschinen genutzt?	9
3.5.1	Nutzung der Profisuche	9
3.6	Retrievalsprache (Suchsyntaxen)	9
3.7	Welche Suchstrategien gibt es im Internet?	10
3.8	Tipps zur besseren Suche	10
3.9	Ranking	11
3.10	Kriterien für die Qualitätsbewertung von Suchergebnissen aus Nutzersicht	12
3.11	Allgemeine Bewertungskriterien von Webseiten aus Sicht der Informationsspezialisten	15
3.12	Qualitätsmerkmale von Suchmaschinen	15
3.13	Was Suchmaschinen nicht finden	15
4	Praktischer Teil (Arbeitsteil)	18
4.1	Suchmethodik landeskundliche Websites	18
4.2	Arbeitsablauf Ermittlung landeskundlicher Websites	19
4.3	Übungsbeispiele	20
4.3.1	Recherche: Matterhorn und Geologie	24
4.3.2	Recherche Basler Fasnacht	29
4.3.3	Recherche: Sachgruppe Landwirtschaft im Kanton Freiburg	31
5	Begriffe	36
6	Quellen	39

2 Einleitung

Das Internet enthält unzählige Informationen, die miteinander verknüpft sind; dadurch wird jedermann auf einfache Art und Weise der Zugang zum Wissen der Welt ermöglicht.

Doch ist es gerade diese bestechende wie geniale Einfachheit des Mediums, die zur Schwierigkeit werden kann.

Das Zugreifen auf die einzelnen Verknüpfungen dieses unüberblickbaren Netzwerks, sich von Knoten zu Knoten bewegen, ohne zu beachten, wo man sich hinbegibt, täuscht dem Anwender eine Reduktion der Komplexität vor. Er gibt sich so der Illusion hin, auf Knopfdruck auf all seine Fragen eine Antwort zu finden. Für den Anwender bleibt es indes schwierig, das für ihn Wichtige und Relevante aus der dichten Informationsfülle herauszufiltern. Durch die Bewegung von Knoten zu Knoten entlang dieses feinmaschigen Netzes ist er unbemerkt auch der Linearität des Netzes ausgesetzt; er fertigt ein Gewebe (einen Text) an, das womöglich aus willkürlichen zusammengefügtten Maschen besteht. In einem so erzeugten Gebilde passen die einzelnen Teile nicht zueinander, sie liegen zusammenhanglos da, ohne einen Sinn zu ergeben.

(Weilenmann 2006)

Web-Suchmaschinen gibt es seit mittlerweile etwa zehn Jahren. Mit ihnen ist die Informationsrecherche, welche lange Zeit eine Sache für Experten war, beim Normalverbraucher angekommen.

Natürlich sind Suchmaschinen bisher nicht mit den „professionellen“ Suchwerkzeugen, wie z.B. mit den kommerziellen Datenbanken, vergleichbar. Diese bedienen sich nämlich einer umfangreicheren und komplexeren Retrievalsprache.

Ausserdem gelingt es Suchmaschinen nicht, alle Schätze, die im WWW schlummern, zu heben. Dieser Umstand wird seit geraumer Zeit mit dem Begriff „Invisible Web“ oder „Deep Web“ umschrieben. Es wird geschätzt, dass dieses ca. 500-mal grösser ist als das „konventionelle Web“. Die Suche mit Suchmaschinen ist die ineffizienteste Art, das Internet nach Information zu durchsuchen. Erfolgversprechender ist das Benützen von Linklisten, Web-Katalogen, Portalen etc.

Diese Ausbildungsunterlagen enthalten neben den Grundlagen zum Thema Suchmaschinen einen Übungsteil mit Recherche-Beispielen, einen Vorschlag für den Workflow zur Ermittlung von landeskundlichen Websites und Regeln für die Bewertung von Ergebnissen der Internet-Recherche.

3 Theoretischer Teil (Suchmaschinen Grundlagen)

3.1 Erschliessung des Web

Von besonderer Bedeutung bei der Erschliessung des Webs ist, dass die genaue Dokumentenmenge des WWW nicht bekannt ist und auch nicht ermittelt werden kann und dass die Hypertext-Strukturen in einer gewissen Form existieren, die die vollständige Erfassung erschweren. Diese Probleme liegen bei der klassischen Datenbank nicht vor. Hier ist die zu erfassende Datenmenge aufgrund der schon bei der Planung der Datenbanken gemachten Einschränkungen der Dokumentenmenge bekannt. Probleme des Auffindens von neuen Dokumenten bestehen nicht in der gleichen Form.

In Bezug auf die Sprache der zu erschliessenden Dokumente besteht im Web das Problem, dass Dokumente potenziell in allen Sprachen vorkommen können. Da von Seiten der Suchmaschinen kein einheitliches Indexierungsvokabular vorliegt, sondern auf die Volltext-Erschließung gesetzt wird, können die Dokumente auch jeweils nur bei der Eingabe der Suchbegriffe in der Sprache der zu findenden Dokumente gefunden werden. Im Bereich der Online-Datenbanken sind in einer Datenbank entweder nur Dokumente in einer Sprache enthalten, oder aber die in unterschiedlichen Sprachen verfassten Dokumente werden mittels eines einheitlichen Vokabulars in der Zielsprache der Datenbank erschlossen. Als weitere Hilfsmittel werden Klassifikationssysteme und multilinguale Thesauri eingesetzt.

Ein zusätzliches mit der Vielfalt des Webs verbundenes Problem taucht in Form unterschiedlicher Medienarten bzw. Dateiformate auf. Das Web ist nicht auf Textdokumente beschränkt, sondern enthält beispielsweise viele Multimedia-Informationen. Die Erschliessung dieser Informationen muss aufgrund der mangelnden Textmenge grundsätzlich anders erfolgen als die der Textdokumente. Probleme bei Web-Dokumenten bereitet auch die stark differierende Länge der Dokumente. Im Web finden sich aus nur wenigen Wörtern bestehende Dokumente ebenso wie komplette Bücher, die als einzelnes Dokument verfügbar gemacht wurden. Teils werden längere Dokumente jedoch auch in Teile zerlegt, um den Zugriff zu verbessern.

Eines der grösseren Probleme der Web-Indexierung ist die mangelnde Strukturierung der Dokumente. Zwar sind in HTML-Dokumenten durchaus Strukturen vorhanden, diese werden von den Autoren jedoch nicht bewusst ausgenutzt und sind daher eher impliziert vorhanden, wodurch die Erschliessung erschwert wird.

Während in Online-Datenbanken jedes Dokument nur einmal abgelegt wird und es klare Kriterien für die Aufnahme von Dokumenten in die Datenbank gibt, findet sich im Web aufgrund der dezentralen Struktur eine hohe Anzahl an Dubletten. Einerseits werden komplette Server gespiegelt, andererseits werden die gleichen Texte in unterschiedliche Angebote integriert. (Lewandowski 2005, S. 5-6)

Tabellarische Übersicht der Unterschiede zwischen Web-Informationretrieval und klassischem Informationretrieval (Lewandowski 2005, S.8):

Unterscheidungsmerkmal	Web	Klassische Datenbank
<i>Merkmale des Dokumentenkorpus Sprachen</i>	Dokumente liegen in einer Vielzahl von Sprachen vor; aufgrund der Volltexterschliessung keine einheitliche Erschliessung über Sprachgrenzen	einzelne Sprachen oder Dokumente liegen in vorher definierten Sprachen vor; Erschliessung von Dokumenten verschiedener Sprachen mittels einer einheitlichen Indexierungssprache
Medienarten	Dokumente in unterschiedlichen Formaten	Dokumente liegen in der Regel in nur einem Format vor

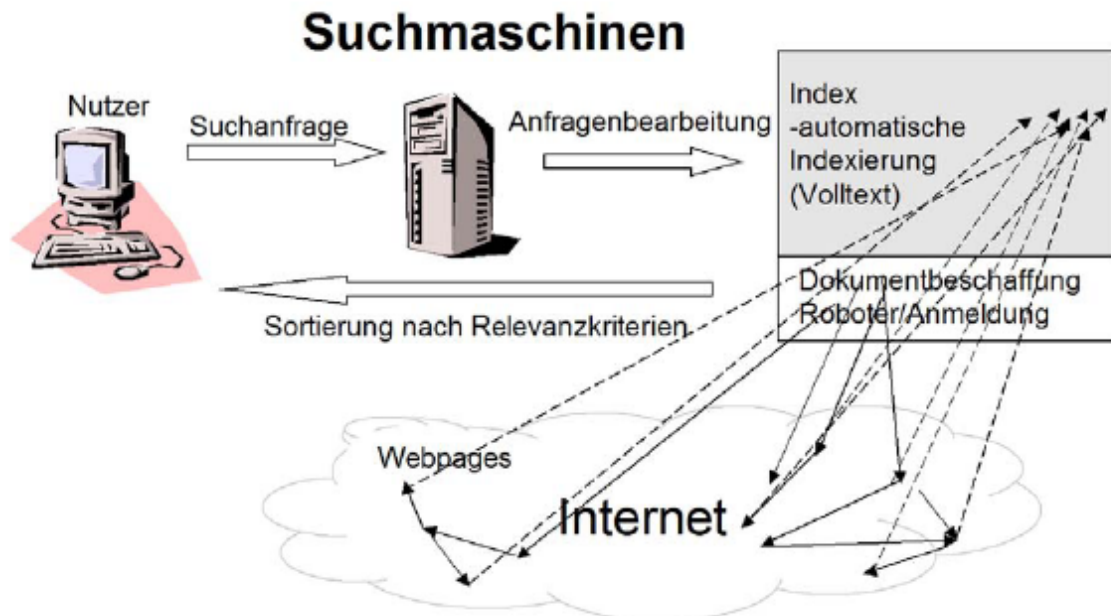
Unterscheidungsmerkmal	Web	Klassische Datenbank
Länge und Granularität ¹ der Dokumente	Länge der Dokumente variiert, grosse Dokumente (z.B. ganze Bücher) werden oft aufgeteilt	Länge der Dokumente variiert innerhalb eines gewissen Rahmens; pro Dokument eine Dokumentationseinheit
Spam	Probleme der von den Suchmaschinen unerwünschten Inhalte	beim Aufbau von Datenbanken wird vorab definiert, welche Dokumente erschlossen werden
Hyperlink-Struktur	Dokumente sind miteinander verbunden	Dokumente sind in der Regel nicht miteinander verknüpft; keine Notwendigkeit, aus Verlinkungsstrukturen auf die Qualität der Dokumente zu schliessen
<i>Inhalte</i> Datenmenge/ Grösse des Datenbestands	genaue Datenmenge nicht bestimmbar; keine vollständige Indexierung möglich	genaue Datenmenge aufgrund formaler Kriterien bestimmbar
Abdeckung des Datenbestands	Abdeckung der Zielmenge unklar	Abdeckung gemäss dem bei der Planung der Datenbanken gesteckten Ziel in der Regel vollständig
Dubletten	Dokumente können mehrfach/vielfach vorhanden sein; teils auch in unterschiedlichen Versionen	Dublettenkontrolle bei der Erfassung der Dokumente; Versionskontrolle in der Regel nicht notwendig, da jeweils eine endgültige Fassung existiert und diese in die Datenbank eingestellt wird
<i>Nutzer</i> unterschiedliche Interessen	aufgrund heterogener Informationsbedürfnisse der Nutzer unterschiedlich	genaue Zielgruppe mit klarem Informationsbedürfnis
Art der Anfrage	geringe Kenntnis der Nutzer über angebotene Suchfunktionen/Recherche allgemein	Nutzer sind mit der jeweiligen Abfragesprache vertraut
<i>IR-System</i> ² Interface	einfach, intuitiv bedienbare Interfaces für Laien-Nutzer	oft komplexe Interfaces; Einarbeitung notwendig
Ranking	Relevance Ranking aufgrund der grossen Treffermengen notwendig	Relevance Ranking aufgrund genau formulierter Suchanfragen und dadurch geringerer Treffermengen meist nicht nötig
Suchfunktionen	beschränkte Suchfunktionen	komplexe Abfragesprachen
Modifikation der Suche	in der Regel nur Möglichkeiten zur weiteren Einschränkung der Suchanfrage	umfangreiche Modifikationsmöglichkeiten
Strukturierung der indexierten Dokumente	schwache Strukturierung; Feldsuche nur bedingt für die Recherche geeignet abgesehen vom Ausschluss von Spam keine weiteren Auswahlkriterien	starke Strukturierung; Suche innerhalb einzelner Felder gut für die Recherche geeignet Klare Auswahlkriterien werden schon bei der Planung der Datenbank bestimmt

¹ Anzahl von Untergliederung eines Elements

² IR = Information Retrieval (Alternativ: Informationsgewinnung, Informationsbeschaffung)

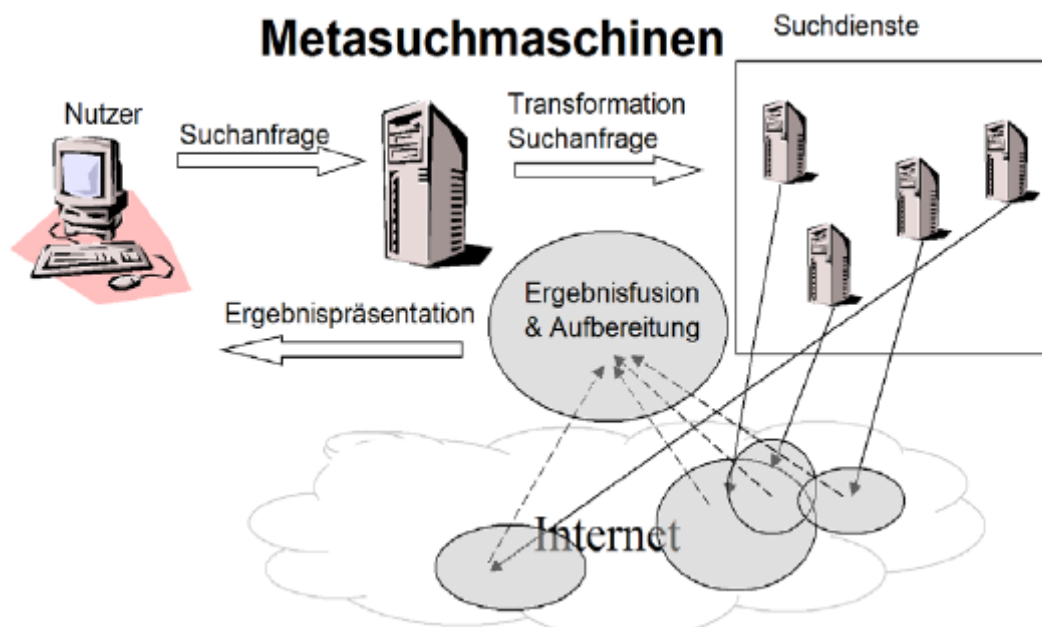
3.2 Funktion von Suchmaschinen, Metasuchmaschinen und Katalogen

Schematische Darstellungen von Suchdiensten ((Griesbaum /Bekavac, 2004, S. 38)



Suchmaschinen bestehen im Wesentlichen aus drei Komponenten

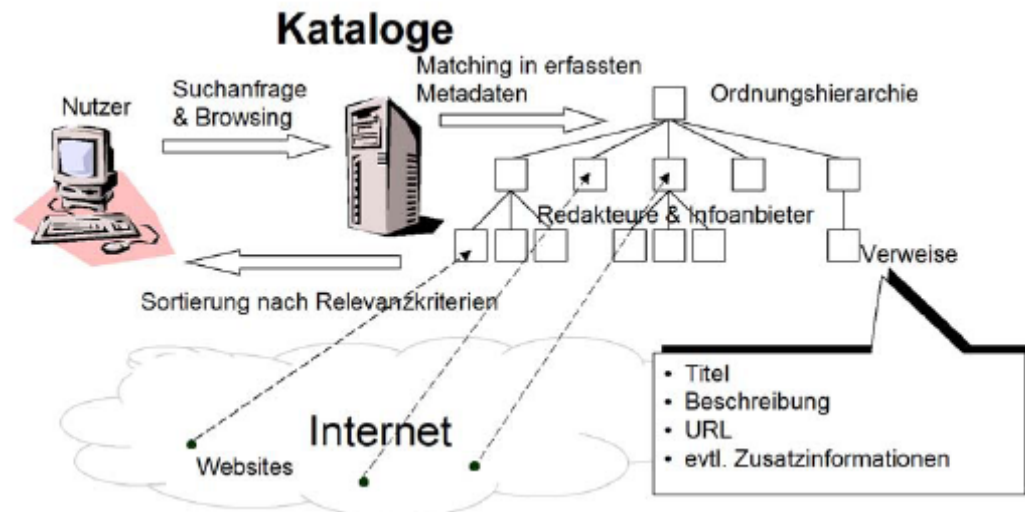
- **Dokumentbeschaffung**, Erschliessung der Datenbasis, mit Hilfe von Roboterprogrammen, sogenannten Spidern (Crawler/Worm/Wanderer). Anmeldung von URLs durch Nutzer
- **Erschliessung** durch automatische Indizierungssoftware – **Index**
- **Anfragebearbeitung und Ergebnispräsentation** mit Hilfe einer Retrievalfunktion, die die Ergebnismenge und deren Sortierung bestimmt – **Sortierung/Ranking**



Fragen mehrere Suchdienste, i.d.R. meist nur Suchmaschinen und Kataloge, z.T. auch andere Quellen (z.B. Lexika) über eine Schnittstelle ab

- Funktionalität und Operatoren der verschiedenen Suchdienste können i.d.R. nur zum Teil verwendet werden.

Tipp: Da die einzelnen Suchdienste i.d.R. nur eine begrenzte Zahl ihrer Ergebnisse an Metasuchdienste weiterleiten, kommt die theoretisch höhere Abdeckung von Metasuchmaschinen in der Praxis nu in wenigen Fällen zum Tragen.



Bei Katalogen ist eine redaktionelle Begutachtung entscheidend für die Aufnahme und Zuordnung in die Hierarchie. Dabei werden Metadaten wie Titel, URL, und ein Beschreibungstext erfasst. Aufgrund der aufwändigen Erstellung decken die Kataloge nur einen sehr kleinen Teil des Web ab. Zudem basiert die Stichwortsuche innerhalb der Kataloge nur auf dem Beschreibungstext zu den referenzierten Web-Sites und bietet keinen Zugriff auf die Volltexte.

3.3 Arten von Suchmaschinen

Es gibt verschiedene Klassifikationssysteme für Suchmaschinen und Kataloge, hier nun die beiden populärsten und aktuellsten Einteilungen:

- a) Drei Gruppen (Stock /Lewandowski 2005, S. 1):
 - **algorithmisch arbeitende Suchmaschinen** (mit eigener Datenbasis und Retrievalsystem) wie Google, Yahoo, MSN und Ask.com
 - **intellektuell erstellte Webkataloge** wie das Open Directory Project (eingesetzt vom Google Verzeichnis) oder der Yahoo-Katalog
 - **Meta-Suchmaschinen**, die zwar über ein Retrieval-System, aber über keine eigene Datenbasis verfügen und den Content von fremden Suchwerkzeugen beziehen (z.B. Kartoo, Metager etc.)
- b) Vier Gruppen (Anonymus):
 - **Allgemeine Suchmaschinen**, wie z.B. Google oder Yahoo
 - **Internet-Verzeichnisse** sind thematische Verzeichnisse, z.B. Suchlexikon. Diese Art wird eingesetzt, wenn man einen bestimmten Suchdienst (z.B. Spezialsuchmaschine) oder eine Linksammlung (Portal) zu einem bestimmten Thema finden möchte.
 - **Meta-Suchmaschinen** fragen mehrere Suchmaschinen gleichzeitig ab, verfügen über keinen eigenen Datenbestand
 - **Spezialsuchmaschinen** auf einen bestimmten Bereich im Internet spezialisierte Suchmaschinen, wie z.B. Paperball oder Romso für die Nachrichtensuche

Ausblick in die Zukunft „Semantic Web“:

Das semantische Web (engl. Semantic Web) ist eine Erweiterung des World Wide Web (WWW) um maschinenlesbare Daten, welche die Semantik³ der Inhalte formal festlegen. Das Konzept beruht auf einem Vorschlag von WWW-Begründer Tim Berners-Lee.

Semantische Suchmaschinen erkennen nicht nur einzelne Worte, sondern auch deren Sinnzusammenhang. Eine semantische Suchmaschine kann dem Nutzer aufzeigen, dass „Java“ eine indonesische Insel, ein Brettspiel, eine Kaffeepflanze, ein (ehemaliger) Modetanz, eine Programmiersprache sein kann. Besteht die Eingabe des Nutzers aus mehreren Worten, erkennt die Suchmaschine im Idealfall automatisch, welcher Themenbereich gemeint war. Zumindest erhalten die Nutzer themenbasierte Vorschläge.

Grundlage dafür ist allerdings eine Kennzeichnung der textlichen Zusammenhänge durch die Autoren der Web-Seiten. In einfachster Form wurde eine Kennzeichnung bereits in den frühen

³ Lehre von der Bedeutung sprachlicher Zeichen

Anfängen des Internets eingesetzt. Mit Meta-Tags sollten Website-Autoren die Inhalte beschreiben. Viele Autoren konnten jedoch der Versuchung nicht widerstehen, die Inhalte der Meta-Tags für ein besseres Ranking zu manipulieren. Suchmaschinen mussten die Bedeutung der Meta-Tags für das Ranking gegen Null setzen. Genau diese Gefahr wächst mit dem „Semantic Web“ erneut heran. Die Klassifizierung der Worte soll bereits im Quelltext der Webseiten erfolgen. Das kann recht gut in kontrollierten Umgebungen funktionieren, wie es die Intranets von Firmen darstellen. Dort können Autoren ermittelt und auf ihre Fehler aufmerksam gemacht werden. In den Weiten des frei zugänglichen Internets scheint das unmöglich. Deshalb sollen hierfür zusätzlich existierende Dienste genutzt werden, die bereits zur Klassifizierung von Inhalten beitragen.
(Patzwaldt, online)

Das semantische Web ist heutzutage immer noch eine Vision und eine sehr grosse Herausforderung.

3.4 Wann setzt man welchen Suchdienst ein?

Vor jeder Suche im Internet gilt es folgendes zu überlegen: Welcher Suchdienst ist für die gestellte Suchanfrage am besten geeignet?

Es gibt wesentliche Unterschiede zwischen Suchmaschinen und Verzeichnissen bei der Erfassung von Webseiten.

„Robots“, „Spider“ oder „Crawler“ von Suchmaschinen durchsuchen automatisch das Web, indem sie jedes Internet-Angebot „lesen“ und Wort für Wort samt Internet-Adresse in einer riesigen Datenbank speichern. Für jeden Web-Auftritt wird eine Stichwortliste angelegt.

Verzeichnisse, auch „Kataloge“ oder „Web-Kataloge“ genannt, werden von Menschen erstellt und gewartet. Eine Redaktion besucht Internet-Angebote, entscheidet über ihre Aufnahme und sortiert sie in einen thematischen Schlagwortkatalog ein. Es werden dabei die Startseiten (Homepages) mit Titel, Beschreibung und der URL erfasst und in das richtige thematische Umfeld eingeordnet (z.B. Yahoo oder Dino).

Die hier aufgeführte Tabelle soll die zu treffende Wahl eines geeigneten Suchdienstes erleichtern helfen (Wolf 2006, online):

Suchdienst	Am besten geeignet ...	Konkretes Beispiel
Verzeichnisse	Wenn Sie sich einen Überblick auf ein Thema verschaffen möchten (als erster Einstieg) oder eine Linksammlung zu einem Thema suchen.	Sie suchen Zeitschriften, die sich mit dem Thema "Internet" beschäftigen und die man online lesen kann
Suchmaschinen	Wenn Sie etwas konkretes zu einem Thema oder aktuelle Informationen suchen	Sie suchen Internetseiten mit Angeboten für Ferienhäuser in Westerland auf Sylt
Metasuchmaschinen	Wenn Sie einen sehr spezifischen Begriff suchen oder einen besonders großen Suchbereich abdecken wollen	Sie möchten wissen, wie viele Treppenstufen der Eiffelturm hat
Spezielsuchmaschinen	Wenn Sie nur einen bestimmten Bereich im Internet durchsuchen wollen (nur Seiten, zu einem bestimmten Thema oder einem Fach)	Sie möchten nach aktuellen Zeitungsartikeln aus Tageszeitungen suchen

3.5 Wie werden Suchmaschinen genutzt?

... Suchwerkzeuge im WWW orientieren sich an den Laiennutzern. Sie bieten professionellen Endnutzern einige, den Information Professionals hingegen kaum zufrieden stellende Recherchemöglichkeiten. Die derzeitigen Suchwerkzeuge arbeiten im Sinne Boolescher Systeme, d.h. sie verwenden die Operatoren UND, ODER bzw. NICHT. Gibt ein Nutzer keinen Funktor⁴ an, wird dies als Boolesches UND interpretiert, während die ursprünglichen Suchwerkzeuge mit ODER gearbeitet haben. Die Suchmaschinen bieten allerdings nicht die volle Boolesche Funktionalität an. So lässt Google keine Klammerung zu und kennt auch keinerlei Abstandsoperatoren ausser der direkten Nachbarschaft (Phrase). Trunkierung durch Jokerzeichen ist ebenfalls nicht möglich. Möchte man beispielsweise Literatur über „Angebote“ recherchieren, so sind alle grammatischen Varianten mit ODER zu verknüpfen: Angebot OR Angebots OR Angebote OR Angeboten (zum Vergleich mit Trunkierung: Angebot*). Die Klammerung erleichtert verschachtelte Anfragen wie: Gesucht sind Webseiten zu Arbeit und Freizeit in Holland und Belgien, aber nicht solche, in denen Belgien und Holland gemeinsam vorkommen. Bei Google lautet die Formulierung: Arbeit Freizeit Holland OR Belgien –Holland OR –Belgien, die jedoch kaum ein Laiennutzer kennt [...]
(Stock /Lewandowski 2005, S. 2)

3.5.1 Nutzung der Profisuche

Während die Booleschen Operatoren laut Befragung von Machill et al. (2003) nur etwa der Hälfte der Nutzer bekannt sind, erreichen die erweiterten Suchformulare („Profisuche“) mit 59 Prozent eine etwas höhere Bekanntheit. Allerdings zeigt sich, dass sie noch seltener genutzt werden als die Operatoren. Nur 14 Prozent der Nutzer geben an, die erweiterte Suche öfter zu verwenden (vgl. Machill et al. 2003, S. 168). In den Laboruntersuchungen lag deren Nutzung noch einmal deutlich unter diesem Wert [...]

3.6 Retrievalsprache (Suchsyntaxen)

Die am meisten angewandten Suchsyntaxen im Überblick (Wolf 2006, online):

Verknüpfung	Modale Operatoren	Boolesche Operatoren	Auswahlfelder	Grafik
und	Leerzeichen	and	mit allen Wörtern	
oder	Klammer	or	mit irgendeinem der Wörter	
nicht	Minuszeichen	not	ohne die Wörter	
Phrase	Anführungszeichen	Anführungszeichen	mit der genauen Wortgruppe	

⁴ Symbol für Operation der Aussagenlogik (hier Leerzeichen gemeint)

3.7 Welche Suchstrategien gibt es im Internet?

Folgende Suchstrategien gilt es grundsätzlich zu unterscheiden:

1. Surfen (Stöbern)
2. Browsen (Blättern)
3. Eingabe der Internet-Adresse

*„Surfen“ bedeutet das unstrukturierte, planlose „Herumhüpfen“ in den unendlichen Weiten des Internets, während man beim „Browsing“ das aufbereitete Informationsangebot von themenspezifischen „Sammelstellen“ so genannten „Clearinghouses“, nutzt, um auf weitere interessante Links zu stossen.“
(Weilenmann, 2006)*

Auch die direkte Eingabe einer Internet-Adresse auf gut Glück, wie z.B. <http://www.wetter.de> kann zum gewünschten Ziel führen.

3.8 Tipps zur besseren Suche

1. Verzicht auf häufig gebrauchte Wörter

Zu Wörtern wie „Programm“, „Internet“ oder „News“ findet eine grosse Suchmaschine mehrere tausend Fundstellen mit nicht unbedingt relevanter Information für die gestellte Suchanfrage. Deshalb sollte auf solche häufig gebrauchten Wörter verzichtet werden.

2. Arbeiten mit Synonymen

Falls auf eine Anfrage keine Ergebnisse oder nur mangelhafte Treffer erzielt werden, stellt die Abfrage mit einem sinnverwandten Wort eine weitere Möglichkeit dar.

Sucht man beispielsweise nach „Orange“, sollte zugleich auch der Begriff „Apfelsine“ recherchiert werden. Damit wird die Suchanfrage aufgewertet.

3. Übersetzen der Suchanfrage in eine andere Sprache

Falls man mit einer deutschsprachigen Anfrage in einem internationalen Suchdienst nicht erfolgreich ist oder noch mehr Ergebnisse erzielen möchte, ist die Suchanfrage z.B. in Englisch zu übersetzen.

4. Finden von deutschsprachigen Dokumenten in internationalen Suchdiensten

In den meisten Suchdiensten kann man, um die Treffermenge zu präzisieren, in der „Erweiterten Suche“ den Sprachraum eingrenzen. Grundsätzlich werden in internationalen Suchdiensten bei einer Anfrage mit deutschsprachigen Begriffen auch nur deutschsprachige Dokumente oder anderssprachige Dokumente mit deutschen Begriffen gefunden.

5. Lernen aus den Resultaten

Mit der Analyse der Ergebnisse kann festgestellt werden, welche Resultate der ursprünglichen Suchanfrage am nächsten kommen. In den Titeln oder Kurzbeschreibungen dieser besonders treffenden Ergebnisse kommen vielleicht Begriffe vor, die für eine neue Suche verwendbar sind. Mit diesen neuen Begriffen, ist die Suche einzuschränken und zu präzisieren. Beispiel anstatt „Krebstier“ den spezifischeren Begriff „Strandkrabbe“ verwenden.

6. Kennen lernen der Suchfunktionen mehrerer Suchdienste

Leider bietet keine Suchmaschine alle möglichen Suchfunktionen auf einmal an. Suchmaschinen unterscheiden sich unter anderem stark darin, mit welchen Suchfunktionen sie aufwarten können. Die Kenntnis mehrerer Suchmaschinen und ihrer individuellen Möglichkeiten erleichtern daher eine erfolgreiche Recherche.

7. Mit drei bis vier Suchmaschinen arbeiten

Grundsätzlich sollte mit drei bis vier Suchmaschinen (inkl. Webkataloge und Linksammlungen) gearbeitet werden. Es lohnt sich die Funktionen (Suchsyntaxen) dieser ausgewählten Suchmaschinen gut kennen zu lernen.

8. Mit Newsletters arbeiten

Abonnieren von Newsletters auf den Websites ihrer Kantone und Gemeinden.

3.9 Ranking

Sehr wichtig ist die Methode (das Rankingverfahren), wie Trefferlisten in Web-Suchmaschinen aufgebaut und sortiert werden. Üblicherweise werden hier andere Methoden als bei Bibliothekskatalogen oder Online-Datenbanken verwendet.

Bibliothekskataloge beispielsweise zeigen nur diejenigen Treffer an, die den eingegebenen Suchbegriffen vollständig genügen. Bei den Online-Datenbanken führt die Möglichkeit zur präziseren Formulierung der Anfrage und die Quellenauswahl, d.h. die Wahl der geeigneten Datenbank, zu einer verringerten Treffermenge und so zu exakteren Resultaten.

Hier nun die in Web-Suchmaschinen verwendeten Rankingfaktoren (*Lewandowski 2005, online*):

- **Dokumentspezifische Wortgewichtung**
Relative Häufigkeit des Vorkommens eines Worts in einem Dokument
- **Wortabstand**
Bei Anfragen mit mehreren Suchbegriffen wird der Abstand der Suchbegriffe voneinander berücksichtigt
- **Position der Suchbegriffe**
An markanten Stellen des Dokuments vorkommende Suchbegriffe werden höher bewertet. Zum Beispiel Vorkommen im Titel, in den Überschriften, in der URL
- **Reihenfolge der Suchbegriffe in der Anfrage**
In der Anfrage zuerst stehende Begriffe werden als bedeutender angesehen
- **Metatags**
Vorkommen der Suchbegriffe in den Metatags
- **Stellung der Suchbegriffe**
Vorkommen der Suchbegriffe am Beginn des Dokuments wird höher gewertet als späteres Auftreten
- **Betonung von Begriffen durch HTML-Elemente**
Hervorgehobene Begriffe (fett, kursiv) werden höher bewertet
- **Gross-/Kleinschreibung**
Dokumente, in denen die Suchbegriffe in exakt der eingegebenen Form vorkommen, werden bevorzugt
- **Inverse Dokumenthäufigkeit**
Relative Häufigkeit des Vorkommens eines Wortes in Dokumenten der gesamten Datenbank; seltene Begriffe werden bevorzugt
- **Ankertext**
Vorkommen der Suchbegriffe im Linktext eines Dokuments, welches auf das Zieldokument verweist
- **Sprache**
Dokumente, die in der Sprache des benutzten Länderinterfaces verfasst sind, werden höher bewertet.
- **Geo-Targeting⁵**
Seiten, die ihren „Standort“ in der Nähe des Benutzers haben, werden bevorzugt

⁵ Synonyme: Geolocating (ordnet IP-Adressen, Mac-Adressen etc. ihrer geographischen Herkunft zu)

- **Verzeichnisebene**
Je höher das Dokument innerhalb der Hierarchie seiner Website steht, desto höher wird es bewertet
- **Anzahl eingehende Links**
Je mehr Links auf das Dokument verweisen, desto bedeutender wird es angesehen
- **Linkpopularität**
Wert für die Autorität / Qualität eines Dokuments wird aufgrund der Verlinkungsstruktur berechnet
- **Klickhäufigkeit**
Dokumente, die von vielen Benutzern angesehen werden, werden höher bewertet
- **Aktualität**
Aktuelle Dokumente werden höher bewertet als ältere
- **Dokumentlänge**
Dokumente ab und bis zu einer gewissen Länge (sinntragend) werden bevorzugt
- **Dateiformat**
Dokumente im Standardformat HTML werden höher bewertet als solche in anderen Formaten (PDF, Word etc.)
- **Grösse der Site**
Dokumente von umfangreichen Web-Angeboten werden höher bewertet als solche von kleinen Sites

Die meisten Suchmaschinen verwenden eine Kombination von mehreren Rankingfaktoren. In den letzten Jahren hat sich die Auswertung der Linkstruktur als wichtiges Kriterium für die Bewertung von Dokumenten erwiesen. Es wurden komplexe Verfahren entwickelt, die die Linkpopularität eines Dokumentes messen (z.B. Klickhäufigkeit, Anzahl eingehende Links).

3.10 Kriterien für die Qualitätsbewertung von Suchergebnissen aus Nutzersicht

Titel

Ein erster Anhaltspunkt für die Bewertung eines Ergebnisses ist der Titel. Manchmal kann man bereits aus dem Titel einer Webseite erkennen, ob ein Dokument brauchbar ist oder nicht. Wenn beispielsweise eine Persönlichkeit gefunden werden soll und der Titel eindeutig auf eine Institution schliessen lässt, die den gleichen Namen trägt, können diese Dokumente einfach übergangen werden.

(Beispiel Goethe – Goethe Institut)

[Goethe-Institut - Leitseite](#)

Offizielle Organisation zur Förderung deutscher Kultur.

[www.goethe.de/](#) - 27k - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Inhaltsauszug

Viele Suchdienste übernehmen in die Ergebnisliste einen kurzen Auszug aus dem Text des Dokuments. Reicht der Titel zur Bewertung nicht aus, kann man aus diesem Textstück die Relevanz des Dokumentes beurteilen.

Kurzbeschreibung

Bei manchen Suchmaschinen erscheint zusätzlich zum Titel eines Dokuments eine kurze Beschreibung des Inhalts; das können Stichworte sein (z.B. bei Internet-Verzeichnissen), die den Inhalt näher umschreiben oder ein kurzer zusammenhängender Text.

Bsp.?

Summary

Noch einfacher ist es, wenn der Suchdienst eine kurze, maschinell erstellte Inhaltsangabe des Trefferdokuments mitliefert. Ein solcher maschinell erstellter Textauszug widerspiegelt den Inhalt eines Dokuments aber nicht vollständig.

URL

Hinweis gibt auch die URL des Dokuments. Die URL gibt Auskunft über die geographische Herkunft eines Dokuments oder vermittelt Informationen über den organisatorischen Kontext, in den eine Webseite sich einordnet. Nicht unerheblich ist auch die Länge einer URL.

Sucht man beispielsweise Informationen zum Thema „Meerschweinchen“, wäre ein Dokument mit einer URL wie <http://www.meerschweinchen.de/> sicher weitaus ergiebiger als eine Adresse wie <http://beam.to/meerschweinlinks>.

Bei der ersten Adresse kann man davon ausgehen, dass das Thema „Meerschweinchen“ das Hauptthema des Angebots ist, bei dem zweiten findet man dasselbe versteckt, mit viel Werbung angereichert.

Der Name des Servers

Zum Beispiel <http://www.hostname.de>

Der Name ist vom Betreiber frei wählbar. Sie finden also neben den offiziellen Seiten großer Firmen auch ausgeflippte Fantasienamen und Namen von Projekten, Filmen, Produkten etc.

Die Top Level Domain

Das ist die Endung des Servernamens: <http://www.hostname.de>. Anhand der Top Level Domain können Sie erkennen, zu welcher der folgenden Gruppen die Seiten gehören.

.com Wird sowohl von kommerziellen Anbietern international genutzt als auch von vielen nichtkommerziellen Projekten, die sich keiner anderen Top-Level-Domain zuordnen lassen. Dies ist die meistgebrauchte Endung im WWW.

.edu Wird im amerikanischen Raum für Bildungseinrichtungen, hauptsächlich von Universitäten, verwandt. Taucht aber auch ab und zu bei internationalen Einrichtungen als Teil der Adresse auf.

.gov Wird von amerikanischen Regierungsbehörden verwandt, aber nicht immer.

.mil Wird von amerikanischen Militäreinrichtungen verwandt.

.net Wird von Netzanbietern und Providern international verwandt.

.org Wird von nichtkommerziellen Organisationen verwandt, dahinter kann sich aber im Einzelfall auch eine Firma verbergen.

Ländercodes: Zusätzlich ist jedem Land eine spezifische Top-Level-Domain zugeordnet. Hinter der Länder-Domain kann sich von Regierungseinrichtungen über Firmen bis zu Spaßprojekten alles verbergen.

.de Deutschland

.us USA

.uk Großbritannien

.at Österreich

.ch Schweiz

.nl Niederlande

Kategorien

Bei einer Stichwortsuche geben Internet-Verzeichnisse wie „Allesklar“ oder „DINO“ in der Regel bei jedem Treffer an, zu welcher Kategorie des Verzeichnisses die gefundene Webseite gehört.

Hier die Beispiele dazu:

Suche

Startseite Suche

Suche nach: **goethe**

1 Kategorien im Webkatalog

Menschen & Gruppen Persönlichkeiten Künstler Schriftsteller A-Z Schriftsteller G Goethe, Johann Wolfgang von

Suchergebnis

| 1 - 20 | weiter >

- Sponsoren Links
 - [Goethe - wie Wahrheit wandelt](#)
Über die Wirksamkeit von Lebenshilfen und Weisheitslehren, über Gemeinsamkeiten heutigen Wissens und einstigen Glaubens, über Vor- und Nachteile der Einsamkeit u. a. m.
<http://www.dietmar-odilo-paul.de>
 - [Goethe zum Festpreis auf eBay Express kaufen](#)
Bücher, Hörbücher, Musik, Instrumente, Filme, DVDs, PC- und Videospiele als Neuware zum Festpreis. eBay Express: Alles. Einfach. Neu.
<http://www.ebayexpress.de>
- Webkatalog (654 Einträge)
- [Goethe Institut Montreal \(Montreal/Kanada\)](#)
Das institut informiert über Kulturprogramme und Sprachkurse. Einzelne Rubriken widmen sich der Rechtschreibreform, neuer deutscher Literatur oder Materialien zum Erlernen der deutschen Sprache.
Kategorie: [Kunst & Kultur](#) > [...] > [Einzelne Künstler-Organisationen](#) > [Goethe-Institute](#)
<http://www.goethe.de/uk/mon/deindex.htm>



Sie sind hier: Startseite > Suche

Web Verzeichnis Produkte

Verzeichnissuche

1 Kategorien im Webkatalog

Menschen & Gruppen Persönlichkeiten Künstler Schriftsteller A-Z Schriftsteller G Goethe, Johann Wolfgang von

Suchergebnis 1 - 10 von 654

| 1 - 10 | weiter >

[Goethe Institut Montreal \(Montreal/Kanada\)](#)
Das institut informiert über Kulturprogramme und Sprachkurse. Einzelne Rubriken widmen sich der Rechtschreibreform, neuer deutscher Literatur oder Materialien zum Erlernen der deutschen Sprache.
<http://www.goethe.de/uk/mon/deindex.htm>

[Goethe Institut Bibliothek & Information International](#)
Hier kann man Berichte und Publikationen einsehen und sich über Projekte informieren.
<http://www.goethe.de/wis/bib/prj/biif/>

[Goethe Institut Salvador-Bahia](#)
Diese Vertretung des Goethe-Instituts informiert über Veranstaltungen, Sprachkurse, Projekte, Aktivitäten und Informationsdienste.
<http://www.goethe.de/ins/br/sab/>

[Goethe Travel Office \(Italien\)](#)
Ausgesuchte Hotels und Appartements am Gardasee (Malcesine, Brenzone, Torbole, Riva, Torri). Eintrittskarten für die Opernsaison Arena di Verona, Ausflüge nach Venedig, Verona, Mailand, in die Dolomiten und Seerundfahrten.
<http://www.goethetravels.it/>

[Goethe-Institut Inter Nationes e.V. \(München\) - Vermittlung der deutschen Sprache und Kultur](#)
Das Zentrum für deutsche Kultur, Sprach und Informationsaustausch ist in zahlreichen Ländern vertreten und bietet dort Sprachkurse, Lehrerausbildung und Fortbildung an.
<http://www.goethe.de/>

[Fachschaft Jura der Johann Wolfgang Goethe-Universität Frankfurt am Main](#)
Die Vertretung der Studierenden bietet aktuelle Informationen, Termine, Veranstaltungen und mehr rund um das Jura-Studium.
<http://www.fachschaft-jura.info/>

3.11 Allgemeine Bewertungskriterien von Webseiten aus Sicht der Informationsspezialisten

(ausgeschlossen sind FTP-Archive, Newsgroup-Artikel, FAQs oder Datenbanken)

Glaubwürdigkeit

- a. Allgemeine Plausibilität der Quelle
- b. Kompetenz des Autors
- c. Hinweis auf Institution / Organisation
- d. Hinweis auf Review-Verfahren
- e. Internet-Domain

Genauigkeit und Abdeckung

- a. Aktualität
- b. Genauigkeit der Quelle
- c. Abdeckung des Themas
- d. Absicht und Zielgruppe

Ausgewogenheit

- e. Objektivität
- f. Folgerichtigkeit

Quellennachweis

- g. Kontaktmöglichkeit
- h. Quellenverzeichnis
- i. Bestätigung durch Dritte

Benutzerfreundlichkeit

- j. Struktur und Navigation
- k. Zugang
- l. Ausnutzung interaktiver und multimedialer Möglichkeiten

Am Schluss steht die Einschätzung der Gesamtqualität (Stimmigkeit der Website), die aber erst nach einem Vergleich mit anderen Quellen geschehen kann, um diese in Relation zu setzen.

Siehe dazu auch die Checkliste Bewertungskriterien von Web-Seiten

http://www.lib.berkeley.edu/TeachingLib/Guides/Internet/EvalForm_General_Barker.pdf

3.12 Qualitätsmerkmale von Suchmaschinen

- Anzahl indizierter Dokumente
- Aktualität der Einträge
- Unterstützte Formate (Bsp. Google: .pdf, .doc, .ppt, Bilder, ...)
- Umgang mit generierten Seiten
- Auswerten der Dokumente (vollständig, partielle)
- Ausschluss von Domänen
- Suchtiefe bzw. Linkverfolgung durch Spider
- Antwortzeiten
- Quote von toten Links
- Zuverlässigkeit und Verfügbarkeit
- Interaktivität der Suche (Verfeinerung, Suchen in Ergebnissen)

3.13 Was Suchmaschinen nicht finden

Die Zahl der Informationen, die nicht mittels Suchmaschinen gefunden werden ist immens. Mit dem Begriff „Invisible Web“ oder „Deep Web“ wird das Nichtauffinden dieser Informationen bezeichnet. Es gibt verschiedene Bereiche dieses Invisible Web.

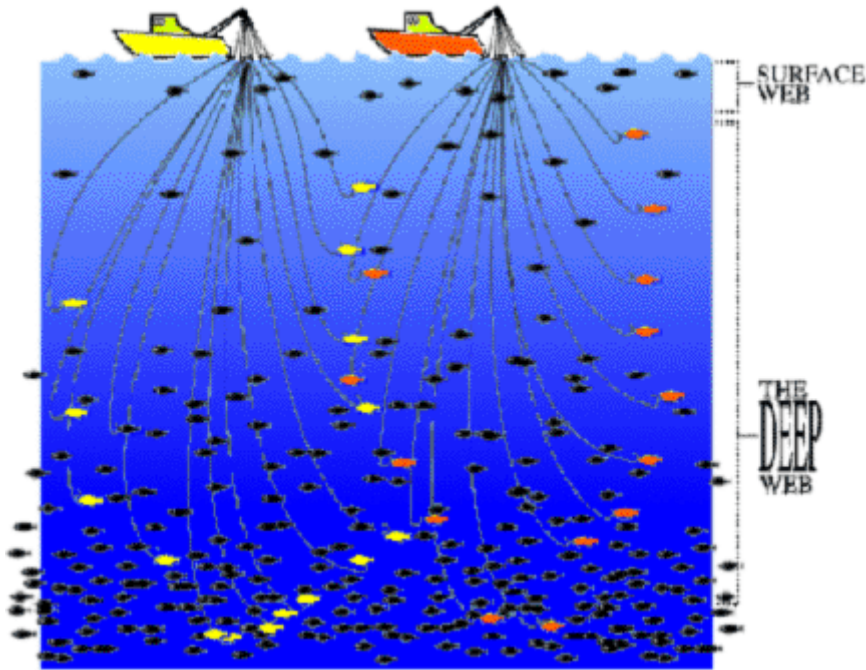


Abbildung1: Harvesting the Deep and Surface Web with a Directed Query Engine

Hier eine mögliche Einteilung von vielen (Weilenmann, 2006):

Mit „**Opaque Web**“ (undurchsichtiges Web) wird jener Teil bezeichnet, der von den Suchmaschinen technisch zwar erfasst werden kann, aufgrund bestimmter Restriktionen aber trotzdem nicht indexiert werden kann; dies sind z.B. Webseiten, die nur bis zu einer bestimmten Ebene erfasst werden (Tiefe des Crawlings), Crawl-Frequenz (Aktualität) u.a.

Das „**Private Web**“ (private Web) beinhaltet Seiten, die bewusst von der Indexierung durch Suchmaschinen ausgenommen werden; dies kann durch eine Passwort-Abfrage oder durch den Einsatz einer Robots-Exclusion-Datei (robots.txt) erzielt werden.

Beim „**Proprietary Web**“ (dem geschützten Web) wird eine Registrierung mit Angaben der persönlichen Daten und die Zustimmung für bestimmte Nutzungsbedingungen verlangt. Hier handelt es sich um kostenpflichtige Datenbanken.

Das „**Truly Invisible Web**“ (wirklich unsichtbare Web) besteht aus Seiten, die für Suchmaschinen infolge technischer Gründe nicht indexierbar sind (z.B. dynamisch generierte Seiten).

Konkret nicht auffindbar sind also (Karzauninkat, online):

Unsichtbare Dynamische Seiten

Das Internet besteht nicht nur aus statischen Webdokumenten, die durch Suchmaschinenrobots erfassbar sind. Ein zunehmender Teil der Informationen wird durch Datenbanken geliefert. Das Internet dient hier nur als Übertragungsmedium und nicht als Datenspeicher. Einfaches Beispiel sind Fahrpläne und Telefonbücher. Man findet im Internet keine langen Listen mit Namen und Nummern, sondern eine Abfragemaske. Aus der Kombination von Namen und Adresse wird eine Ergebnisseite zusammengebaut, und zwar „on the fly“ oder „zur Laufzeit“, also im Augenblick der Abfrage. Die Seiten existieren nur einen Augenblick lang auf dem Rechner des Benutzers. Da aber kein Suchmaschinenrobot eine solche Abfrage startet, sind alle Millionen und Abermillionen von Telefonnummern nicht durch normale Internetsuchmaschinen herauszufinden, sie sind daher in Bezug auf Suchmaschinen „unsichtbar“.

Kostenpflichtige Suchmaschinen

Wirtschaftsdatenbanken und professionelle Archive aller Art bieten kostenpflichtige Services über das Internet. Folglich gibt es nicht wenige Datenbanken, deren Nutzung nur nach Registrierung und gegen Gebühr möglich ist. Auch die Informationen in solchen Profi-Datenbanken sind daher für normale Suchmaschinen unsichtbar [...]

Unsichtbar durch Fehler im System

Nicht nur Datenbanken entziehen sich dem Zugriff durch Suchmaschinen. Auch schlecht eingestellte Server, ungeeignete Content Management Systeme, falsch gebaute Internetseiten können Ursache dafür sein, dass der Suchmaschinenroboter „aussteigt“ und die Informationen nicht in seinen Index aufnimmt. Auch wenn sie für einen normalen Internetnutzer vielleicht problemlos aufrufbar wären, bleiben die Informationen dann unsichtbar.

Unsichtbar durch „kein Zugriff“

Nicht alle Informationen, auf die über das Internet zugegriffen werden kann, sind für die Öffentlichkeit bestimmt. Unternehmensdaten sollen beispielsweise nur Mitarbeitern zugänglich gemacht werden und werden daher durch Passwort geschützt. Unsichtbar also für alle, die dem weltweiten Unternehmensnetzwerk, dem „Extranet“ der Firma nicht angehören.

Unsichtbar durch „viel zu viel“

Ein anderer Grund für die Tatsache, dass Seiten nicht im Index der Suchmaschinen landen, sind schlichte Kosten- und Kapazitätsgründe. Da heutzutage auf jedem Server sehr viele Seiten liegen, die teilweise in sehr verschachtelten Ordnerstrukturen organisiert sind, erfassen Suchmaschinen nicht alles, was sie finden. Im Extremfall geben sie sich mit der Startseite zufrieden. Schon jetzt müssen Suchmaschinen riesige Serverfarmen betreiben, um konkurrenzfähig zu bleiben. Google arbeitet beispielsweise zum Zeitpunkt dieses Beitrags mit 3000 Servern.

Unsichtbar durch „zu langsam“

Es ist ja nicht damit getan, eine Internetseite einmal zu indexieren. Viele Seiten werden oft aktualisiert. So oft, dass die Spider nicht mitkommen. So bleiben auch aktuelle Informationen zuweilen eine Zeit lang unsichtbar.

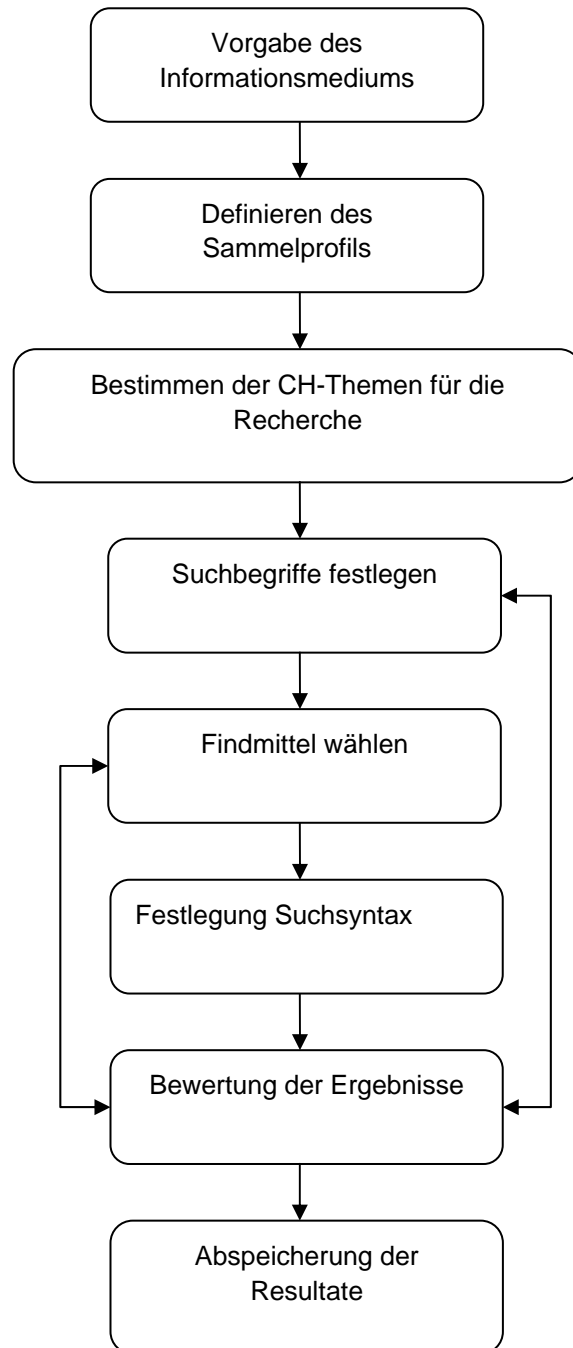
Unsichtbar ist eigentlich nur unentdeckt

An dieser Stelle wird spätestens klar, dass Informationen, die in Suchmaschinen nicht aufzufinden sind, keinesfalls wirklich versteckt sind. Sie können häufig ganz normal aufgerufen werden (es sei denn, sie gehören zu den Inhalten, zu denen man nur gegen Gebühr oder bei Zugehörigkeit zu einem bestimmten Unternehmen einen Zugang erhält). Sie erscheinen lediglich nicht in den Ergebnisseiten der Suchmaschinen.

4 Praktischer Teil (Arbeitsteil)

4.1 Suchmethodik landeskundliche Websites

Für die erfolgreiche Recherche muss zuerst der Suchprozess definiert werden:



Vorgabe des Informationsmediums

z. B. Internet, Datenbanken etc.

Definieren des Sammelprofils

Hier gemäss der Sammelrichtlinien der Schweizerischen Nationalbibliothek (Merkblatt Sammeln) und der Sammelrichtlinien der Kantonsbibliotheken (Sammelprofil). Beantwortet werden folgende Fragen: „Was sammeln wir, was sammeln wir nicht, welche Sammelbereiche sind für unseren Kanton, resp. unsere Nutzer/innen, wichtig etc.“

Landeskundliche Websites, die für die jeweilige Kantonsbibliothek von Interesse sind

z.B. Landwirtschaft, Matterhorn

Suchbegriffe festlegen

Welche Suchbegriffe werden für die Recherche verwendet (z.B. Schlagworte, Stichworte, (Fachtermini) Verwenden von Synonymen, Homonymen etc.

Suchmaschine/Webverzeichnis wählen

Je nach Thema kann es sinnvoll sein, eine andere Suchmaschine/Webverzeichnis zu wählen.

Festlegung der Suchsyntax

Wichtig: Lesen der Bedienungsanleitung (Hilfe) der jeweiligen Suchmaschine. Dadurch können auch die Suchoperatoren bestimmt werden und ein Einbezug der Profisuche (auch Erweiterte Suche) in Erwägung gezogen werden.

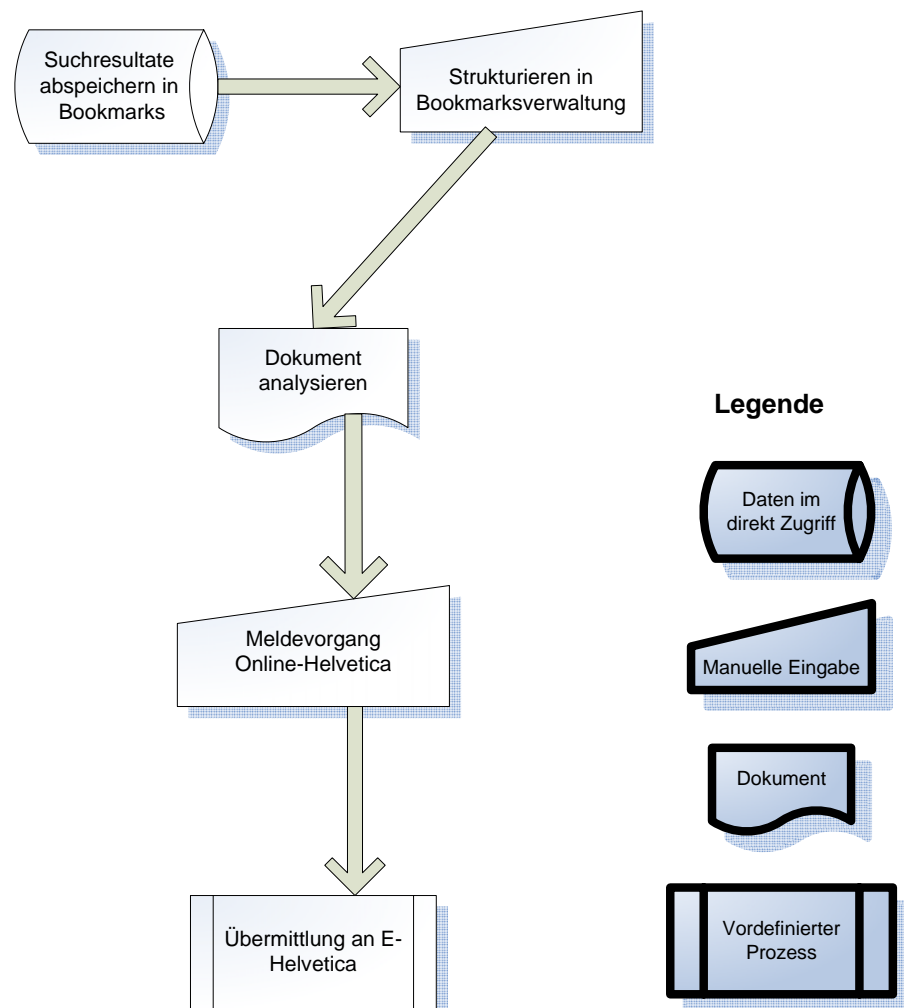
Bewertung der Ergebnisse

Durch die Bewertung der Ergebnisse, kann festgestellt werden, ob die Suchanfrage neu formuliert werden muss oder ob es besser ist eine neue Suchmaschine, ein neues Webverzeichnis zu wählen

Abspeicherung der Resultate

z.B. in Bookmarks

4.2 Arbeitsablauf Ermittlung landeskundlicher Websites



4.3 Übungsbeispiele

Meta-Suchmaschine	URL	Beschreibung	Wertung
ETools.ch	http://www.ertools.ch/	Deutsch / English AltaVista, Ask, Bluewin, Entireweb, Google, Lycos, MSN, Search, Seekport, Yahoo UND/ODER Verknüpfung in Suchabfrage Eingrenzbare auf CH Redundanzen werden entfernt / Relevanz-Ranking	Übersichtliche Oberfläche, Suchwörter werden hervorgehoben, Relevanzberechnung unklar
Suchmaschine	URL	Beschreibung	Wertung
Search.ch 	http://www.search.ch/	Deutsch / français / italiano / English AND/OR/NOT Verknüpfung Eingrenzbare auf CH und auf sämtliche Kantone	Übersichtliche Oberfläche, relevante Treffer auch auf Ebene „Kanton“ – zurzeit viele kommerzielle Treffer (Spam)
Google.ch 	http://www.google.ch	Deutsch / français / italiano / Rumantsch / English Einfache Suche / Erweiterte Suche Web, Bilder, News, Usergroups, etc. Suche Eingrenzbare auf CH	Übersichtliche Oberfläche, mächtige Suchabfragemöglichkeiten, Werbung trübt die Trefferrelevanz
AltaVista Schweiz	http://ch.altavista.com/	Selektion auf Deutsch und Englisch oder „Alle Sprachen“ Einfache / Erweiterte Suche Web, Bilder, Audio, Video, etc. Eingrenzbare auf CH	Übersichtliche Oberfläche, mächtige Suchabfragemöglichkeiten Werbung, merkwürdige Sprachenregelung
MSN Schweiz	http://ch.msn.com/	Deutsch / français AND / OR / NOT – Stoppwörter werden ignoriert Web, Bilder, News, etc. Suche	Übersichtliche Oberfläche, relevante Treffer, leider keine Eingrenzung auf CH möglich, Werbefenster

Yahoo! Schweiz 	http://ch.search.yahoo.com/	Deutsch / français / italiano AND / OR / NOT -> Erweiterte Suche Web, Bilder, Video, Nachrichten Eingrenzbare auf CH und Sprachen	Übersichtliche Oberfläche, mächtige Suchabfragemöglichkeiten, keine Werbung in der Suchmaske
Verzeichnis Linksammlungen	URL	Beschreibung	Wertung
Auskunft.ch	http://www.auskunft.ch/	Deutsch Suche nach unterschiedlichen Kategorien, wird nach extern verwiesen Übliche Kategorien	Übersichtlich, eher kommerzielle Seiten im Vordergrund
dmoz Open Directory Project	http://dmoz.org/Regional/Europe/Switzerland/	English Suche innerhalb der Rubrik Switzerland möglich	Grobgefasste Rubriken, unübersichtlich, durch internationale Mitarbeit auch seltene, kuriose Verweise
Sharelook.ch	http://www.sharelook.ch	Deutsch Beinhaltet Metasuche -> durchgeführt von Apollo7 Beinhaltet Suche	Feinmaschige Rubriken, aber kaum Inhalte. Viel Werbung. Metasuche unbrauchbar
Webliste 	http://www.webliste.ch/	Deutsch Eingrenzbare (in einzelnen Kategorien) auf Kantone	Sehr umfangreiche, übersichtliche Sammlung schweizspezifischer Links. Verschiedene spezielle Suchmöglichkeiten innerhalb der Linklisten
Swislinks	http://www.swissinfo.org Pfad: Info Schweiz -> Swislinks	Deutsch / français / italiano / weitere 6 Sprachen Beinhaltet eine Stichwortsuche CH oder CH relevante Seiten	Übersichtlich, feingliedrige Kategorien, Umfang & Qualität nach Thema unterschiedlich
ch.ch	http://www.ch.ch	Deutsch / français / italiano / Rumantsch / English Das Portal der Schweizerischen Bundeskanzlei in Zusammenarbeit mit den Kantonen und Gemeinden Aufgeteilt nach „Private“, „Unternehmen“ und „Behörden“ -> guichet virtuel (= Antworten auf Fragen des täglichen Bedarfs, auch mit Hilfe einer Linksammlung)	Sehr übersichtlich, aber keine eigentliche Linksammlung (Verweise nur als Hilfe zu weiteren Informationen)

Linker.ch	http://www.linker.ch/	Deutsch Index, Suchergebnisse sortiert nach CH, Deutschland, Österreich, eher kommerzielle Seiten	Angenehm gestaltet, eher wenige Webadressen zu fast allen Themenbereichen. Ungewohnte Navigation
Kouik.ch	http://www.kouik.ch/	Français Verzeichnis und Suchmaschine „Guide de l'Internet romand“ Suche über sämtliche Rubriken, kommentierte Inhalte innerhalb der Rubriken	Übersichtlich, relevante, aber eher wenige Treffer
BigFoot.ch Swiss Web Directory	http://www.bigfoot.ch/	Deutsch / français / english / italiano und weitere Sprachen Verzeichnis gegliedert nach Themen oder nach Kantone/Regionen Je nach Sprachwahl unterschiedliche Treffer Suchmöglichkeit innerhalb des Verzeichnisses	Übersichtlich, aber kaum CH-Seiten indexiert
Linkcity.ch	http://www.linkcity.ch/	Deutsch Verzeichnis von deutschsprachigen Websites aus der Schweiz Thematisch gegliedert, Suchmaschine für die Linksammlung	Relevante und nichtrelevante (kommerzielle) Treffer gemischt
Portal	URL	Beschreibung	Wertung
Zlisch	http://www.zisch.ch/	Deutsch Suchmöglichkeit in Rubriken, Verzeichnis und Medienartikeln (LZ-Medien) Suche auf Zentralschweiz eingegrenzt (LZ-Medien Einflussgebiet)	‚Unruhig‘, viel Werbung News aus den einzelnen zentralschweizerischen Kantonen sortiert
Graubünden Portal	http://www.link-gr.ch/	Deutsch Suchmöglichkeit innerhalb der Link-Datenbank Kommentiertes Linkverzeichnis, mehrheitlich Seiten aus dem Kanton Graubünden	Übersichtlich Viele kommerzielle Seiten / Verweise. Kommentare, teils Werbebotschaften des betreffenden Anbieters

Basel Linksammlung	http://www.basel.ch/de/links	Deutsch / français / English Suchmöglichkeit nur für Inhalte von basel.ch, Linksammlung thematisch geordnet – deckt Regio Basel ab (Baselland, Fricktal, Süddeutschland und Elsass)	Übersichtlich, Linksammlung kleiner Bestandteil des Webauftritts, viele, relevante Links
AarauVista	http://www.aarauvista.ch/	Deutsch Suchmöglichkeiten in Rubriken Firmen, Vereine, Private Homepages, etc. Rubriken über den Kanton Aargau	Übersichtlich, teils wenige Einträge – Rubrik wie „Vereine“ sehr nützlich Kommerzielle Seite
BL virtuell	http://www.blvirtuell.ch/	Deutsch Rubriken, mehrheitlich Inhalte aus dem Kanton BL, teils auch Regio Basel	Übersichtlich, keine Werbung, wenig ‚veraltet‘, Link- sammlung nicht überall à jour
Appenzellerlinks.ch	http://www.appenzellerlinks.ch/	Deutsch Rubriken, Links aus der Region Ostschweiz, vorab aus den beiden Halbkantonen	Animationen und Werbung wirken störend, Grobmaschige Rubriken, nützlich, da auf „Appenzell“ konzentriert
Sites web valaisans	http://www.mediatheque.ch/	Deutsch / Français Thematisch geordnete Liste mit Links aus dem Wallis, gesammelt von der Médiathèque Valais	
Portail web du Canton de Neuchâtel	http://www.surface.ch/ne/	Français Suche nach Gemeinden oder Kategorien	
Vaud-Région	http://www.vaud-region.ch/	Français Verzeichnis u.a. mit Links aus dem Kanton Waadt und Umgebung, gegliedert nach Themen	Übersichtlich, eher wenige Treffer



Empfehlenswerte Suchdienste

4.3.1 Recherche: Matterhorn und Geologie

1) Ausgangslage: Suchauftrag und Inhalt definieren

Welche Informationen sollen gefunden, gesammelt und archiviert werden? [vgl. Merkblatt Sammeln, Kapitel 2.1 und 2.2 Kapitel 5.2.1]

Konkret für dieses Recherche-/Sammelbeispiel bedeutet es: Informationen mit fachlicher (historischer, kultureller) Relevanz, angeboten von schweizerischen Institutionen (national – lokal) oder von Privatpersonen (Qualität, Umfang & Bedeutung) zu sichten.

2) Übersicht schaffen

Andere Namen und Bezeichnungen / Synonyme, Flexionen des zu suchenden Ausdrucks definieren:

Bspw. Überblick in Wikipedia (<http://de.wikipedia.org/>)

„walliserdeutsch ds **Hore**, französisch Mont **Cervin** oder Le Cervin, italienisch Monte **Cervino**“

„Synonyme“ und Flexionen (Trunkierung wird von Suchmaschinen kaum unterstützt)

geologie, geologisch, geologisches, geologischer, geologischen, geologischem

tektonik, tektonischer, tektonischem, tektonisches, tektonischen, tektonisch

Eine Suche auf ‚gut Glück‘ in einer Suchmaschine (wie Google oder Search) zeigt, dass neben der kaum zu bewältigenden Anzahl von Treffern viele Buch- und Hotelangebote angezeigt werden.

The screenshot shows the German Wikipedia article for 'Matterhorn'. The title is 'Matterhorn'. Below the title, there is a summary paragraph: 'Dieser Artikel beschäftigt sich mit dem Matterhorn in den Walliser Alpen. Für andere Berge mit dem gleichen Namen, siehe Matterhorn (Begriffsklärung)'. The main text starts with 'Das **Matterhorn** (walliserdeutsch dsHore, französisch Mont Cervin oder Le Cervin, italienisch Monte Cervino) ist mit 4478 Metern Höhe der zweithöchste Berg der Alpen (Monte Bianco und Monte Rosa als Gruppe berücksichtigt). Es steht in den Walliser Alpen zwischen Zermatt und Breuil (Cervinia). Die Ost-, Nord- und Westwand liegen auf schweizerischem, die Südwand auf italienischem Staatsgebiet. Wegen seiner markanten Gestalt und seiner Besteigungsgeschichte ist es einer der bekanntesten Berge der Welt. Für die Schweiz ist das Matterhorn das Wahrzeichen schlechthin sowie die meistfotografierte Touristenattraktion. Der markante dreieckige Gipfelkopf diente sogar der bekannten Schokoladenfirma Tobler als Muster für ihre "Toblerone".

There are several sidebars on the left: 'Navigation', 'Menschen', 'Suche', 'Werkzeuge', and 'Andere Sprachen'. There is also a 'Mithrasverzeichnis (Freiburger)' sidebar with a list of items.

On the right, there is a section titled 'Matterhorn' with a photograph of the mountain. Below the photo is a table with the following data:

Höhe:	4478 m ü. M.
Lage:	Grenze Wallis (Schweiz) / Italien
Gebirge:	Walliser Alpen
Geografische Lage:	45°50′N, 7°39′O
Erstbesteigung:	14. Juli 1865 durch Edward Whymper
Normalweg:	Hörnliweg (Nordostgrat) von Hörnhütte III+ (25)

-> Ausschluss dieser Wörter

Gefahr, dass auf einer relevanten Seite einer dieser Begriffe geschrieben steht und so ausgeschlossen wird!

3) Erweiterte Suche in Suchmaschinen

a) Beispiel: Erweiterte Suche in Altavista (<http://ch.altavista.com/>) mit unterschiedlichen Bezeichnungen / Namen

Alle Wörter	matterhorn
Einem der Wörter	geologie geologisch geologisches geologischer geologischen geologischem tektonik tektonischer tektonischem tektonisches tektonischen tektonisch
Ohne Wörter	buch bücher übernachtung hotel
Dateiformat	alle Formate
Nach Datum	1. Januar 1991 bis 13. April 2008
Nach Domäne	ch

Ein Blick auf die gefundenen URLs, die Titel und Kurzbeschreibungen zeigt, dass die gefundenen Seiten ‚eher‘ relevant sind und das Gesuchte repräsentieren.

The screenshot shows a Google search interface with the following details:

- Suche:** matterhorn
- Suchbereich:** Schweiz
- Datumsbereich:** 1. Januar 1991 bis 13. April 2008
- Formate:** alle Formate
- Ergebnisse:** 1 bis 10 von 225

The search results list several items related to geology and the Matterhorn:

- 1 Matterhorn 3D Geologie:** Geologie des Matterhorns 3D. Kartographische Diplomarbeit SS2003, Peter Staub. Matterhorn. Einen Moment... Optimiert für MS Windows mit MS Internet Explorer ... URL: http://www.ia.ethz.ch/matching/ta_staub/index.html
- 2 3D-Modell:** Digitales 3D-Modell vom Matterhorn mit einer Geologie-Karte überlagert. Grunddaten: Digitales Höhenmodell: Auflösung 3 Meter, Ausschnitt 6 x 6 ... URL: <http://www.ia.ethz.ch/69/te/matterhorn/m94/W06/6.htm>
- 3 FAQs zur Geologie der Schweiz:** ... Steine und ihre Gebiete auf der tektonischen Karte ... Zusammenhang zwischen Tektonischer Einheit und Bergform ... URL: <http://www.ia.ethz.ch/matterhorn/m94/W06/6.htm>
- 4 Erlebnis Geologie : Matterhorn:** Am Matterhorn kann man einen Teil Afrikas bewundern, welcher vom Abtrag der Alpen ... Stefan M. Schmid, Geologisch-Paläontologisches Institut, Basel ... URL: <http://www.erlebnis-geologie.ch/04/Matterhorn.php>
- 5 Erlebnis Geologie:** Die Alpen sind geologisch gesehen ein junges Gebirge ... Mithilfe von geologischen Karten, Baugrunderkundungen und viel Erfahrung erstellen Geologen ... URL: <http://www.erlebnis-geologie.ch/04/erlebnisse.php>
- 6 1 - Service - Das Matterhorn entdecken:** Die Karte Matterhorn ist das 107te Kartenblatt des Geologischen Atlas der ... URL: <http://www.bng.admin.ch/Service/press/2008/06/06/06/06.htm>
- 7 André Henzen - Wetter, Lawinen, Geologie...** Matterhorn bei Zermatt (Blick von Zermatt 1620 m nach Südwesten) ... Klicken Sie auf den entsprechenden Tag und Sie sehen das Matterhorn in einem eigenen ... URL: <http://www.henzen.com/wetter/wetters-archiv.html>
- 8 Presseportal.ch: Bundesamt für Wasser und Geologie (Pressemappe)** DWG: Erdgeschichte für die Praxis; 70 Jahre Geologischer Atlas der Schweiz ... erschienene Diatt Matterhorn des Geologischen Atlas der Schweiz 1:25'000 ... URL: <http://www.presseportal.ch/de/stories/berthema/100002800849909>
- 9 Ausstellung - Reliefs:** Die Ausstellung besitzt eine einzigartige Sammlung von geologischen Reliefs. ... Fluhberg Group, Grosse: 10'466x56 cm, Mod. und sortiert (Geologie) von E. ... URL: http://www.collections.erdw.ethz.ch/index.cfm?c=deutsche_ausstellungen/reliefs
- 10 Kulturgüter ETHZ - Relief - Nach Inventarnummer sortiert:** D-05; Relief Pilatus 1:10'000, geologisch bearbeitet nach August Buxtorf ... Bernalt, Geologie von Albert Heim, ETH Zentrum, Naturwissenschaften Ost ... URL: http://www.kgt.ethz.ch/relief/www/zern_16_072.html#zern

b) Beispiel: Erweiterte Suche in Google.ch und Yahoo.ch ohne geographische Eingrenzung

Suchsyntax:

[matterhorn geologie](#) OR [geologisch](#) OR [geologisches](#) OR [geologischer](#) OR [geologischen](#) OR [geologischem](#) OR [tektonik](#) OR [tektonischer](#) OR [tektonischem](#) OR [tektonisches](#) OR [tektonischen](#) OR [tektonisch](#) -hotel -übernachtung -karte -buch -bücher -urlaub

c) Erweiterte Suche mit erweiterter Abfragesprache (Angebot und Syntax variiert von Suchmaschine zu Suchmaschine)

Beispiel: der Begriff „matterhorn“ muss im Titel der Seite geführt werden (Relevanz?), die weiteren Stichworte (Geologie, etc.) müssen / dürfen nicht im Text vorkommen.

Suchsyntax (Google, Yahoo!)

[intitle:matterhorn geologie](#) OR [geologisch](#) OR [geologisches](#) OR [geologischer](#) OR [geologischen](#) OR [geologischem](#) OR [tektonik](#) OR [tektonischer](#) OR [tektonischem](#) OR [tektonisches](#) OR [tektonischen](#) OR [tektonisch](#) -hotel -übernachtung -karte -buch -bücher -urlaub

The screenshot shows a Yahoo! search results page. At the top, there is a search bar with the text 'matterhorn geologie OR geologisch OR geologisches OR geologischer OR geologisch' and a 'Suche' button. Below the search bar, there are navigation links for 'Web', 'Bilder', 'Video', 'Audio', and 'Nachrichten'. The search results are listed below, starting with '1. Matterhorn - Wikipedia'. Each result includes a brief description and a link to the source. The results are numbered 1 through 8.

Web | Bilder | Video | Audio | Nachrichten

YAHOO! SCHWEIZ SUCHE matterhorn geologie OR geologisch OR geologisches OR geologischer OR geologisch Suche

Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus der Schweiz

Suchergebnisse 1 - 10 von ungefähr 253 für matterhorn geologie OR geologisch OR geologisches OR geologischer OR geologi: tektonisch -hotel -übe

- Matterhorn** - Wikipedia
[Bearbeiten] **Geologie**. Das **Matterhorn** gehört zur Dent-Blanche-Decke des Unter-Ostalpins, also einem ... Die beiden **geologischen** Trennlinien an der Basis ...
[de.wikipedia.org/wiki/Matterhorn](#) - 47k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Geologie des Matterhorns**: Kartographische dreidimensionale Modellierung und Visualisierung (PDF)
geologischen Gegebenheiten am und im **Matterhorn**. Zürich, 18. Juli 2003 ... "Das **Matterhorn** ist vor einiger Zeit detailliert **geologisch** kar- tiert worden. ...
[www.ika.ethz.ch/teaching/Diplomarbeit-Staub.pdf](#) - 2941k - Als HTML anzeigen - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Numisbrief **Matterhorn** (PDF)
weltbekanntem Schweizer Musiker, stellte das **Matterhorn**, den Schweizer ... sein; seinen **geologischen** Ursprung. Ungewohnt, spannend, überraschend ...
[www.postauto.ch/de/ph_lupe_02_2005_numisbrief.pdf](#) - 103k - Als HTML anzeigen - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Matterhorn** Museum
... yourself in the **Matterhorn** Museum, **Matterhorn** Climbers, **Matterhorn** Besteiger ... und Tierwelt und die vielen daraus abzuleitenden Themen wie **Geologie**, Ökologie, ...
[www.matterhornclimbers.ch/index.php?id=7&L=0](#) - 13k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Forum Politik * Klimaerwärmung: **Matterhorn** zerbröselt!
... wir noch den Anblick des **Matterhorns** so lange es noch in dieser ... Klima Tags: **Matterhorn**, Steinschlag, Hitze, **Geologie**, Klimaerwärmung — Sandro @ 13:52 ...
[ignoranz.ch/.../klimaerwaermung-matterhorn-zerbroeselt/comment-page-1](#) - 32k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Überbauung **Matterhorn** 3920 Zermatt
überbauung **matterhorn**: häuser. carlos, susanna + eduardo "zer... **geologie**, aber die männer kämpfen sich wacker durch alle schichten. 22. oktober 2004" ...
[www.archodermatt.ch/matterhorn-fortschritt.htm](#) - 21k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Geologie** Forum Politik
Geologie. 27. Juli 2006. Klimaerwärmung: **Matterhorn** zerbröselt! Das **Matterhorn**, bekanntester Berg der Welt und Schweizer Wahrzeichen, kämpft ...
[www.ignoranz.ch/tag/Geologie](#) - 19k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site
- Zermatt **Matterhorn** Panorama Virtual Tour - Aussichtspunkte * Mettelhorn
Matterhorn/Zermatt, Zermatt360.ch - Entdecken und Erleben in 360° Grad, ... Dieses Gebiet ist **geologisch** sehr interessant: Wie zu erkennen ist, treffen hier ...
[www.zermatt360.ch/de/aussichtspunkte/mettelhorn/panotriffchurme/java](#) - 23k - Im Cache - Weitere Seiten dieser Web-Site

4) Suche in einem Verzeichnis

Suche innerhalb eines Verzeichnisses (<http://www.webliste.ch>) mit dem Stichwort „Matterhorn“ und als Filterkriterium „Wallis“ gesetzt. Die Treffermenge wird thematisch aufbereitet und nach Rubriken geordnet.

Webliste.ch findet vor allem kommerzielle Treffer in den Rubriken „Ferienwohnungen & Jugl“, „Ausflüge“, etc

Recherchen in Sharelook.ch, Linker.ch und Kouik.ch (avec mot clé „cervin“) zeigen nur kommerzielle Seiten mit kaum Relevanz.

Swisslinks (Swissinfo) fand neben wenigen Webseiten auch Medienberichte (Radio DRS, SFDRS, SDA).

57'000 Schweizer Webseiten

Schnellsuche: matterhorn
Wallis | Suche

Firmensuche: Advokaturbüro Schweiz

Home | Webseite anmelden | Flohmarkt | Lexikon | News Corner | Newsgroups | Witziges | Wetter | Toplisten | Favoriten

Der Begriff «matterhorn» wurde gesucht und 50x gefunden (Suchdauer: 0,02 Sekunden)

Top Rubriken: Gastronomie & Hotels (20x) Ferienwohnungen & Jugl (6x) Ausflüge (4x)
Top Branchen: Gastronomie & Hotels (5x) Sport & Wellness (2x)

Radio Matterhorn
Radio Matterhorn war das kleinste, höchstgelegene und meistgehörte Lokalradio in der Schweiz.
Letzter Check: 15.01.2007 ->Zeige ähnliche Seiten ->Archiv

Hotel Ambassador Zermatt
Ambassador, das Apartment- und Studio-Hotel erster Klasse bietet eine faszinierende Aussicht auf das Matterhorn.
Rustig,ale, komfortable 2- und 3-Zimmer Apartments, geschmackvoll eing...
Letzter Check: 15.01.2007 ->Zeige ähnliche Seiten ->Archiv

Golf Club Matterhorn
Der 9-Loch Platz vom Golfclub Matterhorn, gelegen am Fusse des berühmtesten Berges der Welt, wurde harmonisch in umliegende Bergwelt eingebettet und liegt dabei selber noch auf einer ...
Letzter Check: 15.01.2007 ->Zeige ähnliche Seiten ->Archiv

Haus Klein Matterhorn
Erholen Sie sich bei uns in Ruhe vom Alltagsstress, lassen Sie Ihre Seele baumeln und verbringen Sie erlebnisreiche Urlaube in einem familiären Ambiente. Wir wünschen Ihnen einen unv...
Letzter Check: 15.01.2007 ->Zeige ähnliche Seiten ->Archiv

Haus Alpine Zermatt
Eine ganz neue 4-Stern 4 1/2 Zimmer Wohnung (117m2) für 6 Personen mit wunderschönem Blick aufs Matterhorn, in zentraler Lage. Nur wenige Schritte zum Skibus oder ins Dorf. Im Win...
Letzter Check: 15.01.2007 ->Zeige ähnliche Seiten ->Archiv

Gemeinde Zermatt
Offizielle Seite, mit Informationen über Sommer- und Wintertourismus.
Letzter Check: 15.01.2007 ->Zeige ähnliche Seiten ->Archiv

3b) La même recherche en français

Syntaxe de recherche (Google)

[cervin geologie](#) OR [géologie](#) OR [geologique](#) OR [géologique](#) OR [tectonique](#) -[livre](#) -[hotel](#) -[hôtel](#) -[vacance](#)

(Il fait une différence, si on cherche avec des caractères spéciaux ou pas)

3c)

Syntaxe de recherche (Google)

[intitle:cervin geologie](#) OR [géologie](#) OR [geologique](#) OR [géologique](#) OR [tectonique](#) -[livre](#) -[hotel](#) -[hôtel](#) -[vacance](#)

Curieusement il faut les deux caractères d'espace pour qu'on reçoive des résultats corrects (sinon Google interprète la syntaxe qu'il faut 'cervin' ET 'geologie' dans le titre.)

Google

Recherche avancée
Rechercher dans: Web Pages francophones Pages France

Web Résultats 1 - 10 sur un total d'environ 519

Geologie vivante - Cervin
La Suisse découvre la géologie... Out, le Cervin est bel et bien africain, du moins, pour les géologues! En effet ceux-ci désignent par «Afrique» les...
[www.geologie-vivante.ch/fr/and/matterhorn.php](#) - 10k - En cache - Pages similaires

MUSEUM D'HISTOIRE NATURELLE DE LA VILLE DE GENEVE. Département de ...
Collections historiques du Département de Géologie et de Paléontologie du Muséum ...
Serpentine feuilletée du col de Saint-Théodule au Mont-Cervin ...
[www.ville-ge.ch/museinfmhmg/pagel/loop-13.htm](#) - 11k - En cache - Pages similaires

MUSEUM D'HISTOIRE NATURELLE DE LA VILLE DE GENEVE. Département de ...
d'histoire naturelle de la Ville de Genève. Département de géologie et de paléontologie.
Panoramic et Austru-alpin: Le Cervin (Vallée) ...
[www.ville-ge.ch/museinfmhmg/pagel/ch-par2.htm](#) - 4k - En cache - Pages similaires
[Autres résultats, domaine www.ville-ge.ch]

ttr.ch - Visite géologique au Cervin
Visite géologique au Cervin... Comment la dérive des continents ou la rencontre entre les plaques africaine et européenne a donné naissance au Cervin ? ...
[www.ttr.ch/ttr/index.html?siteSect=000001&sid=5113396&ckey=1091116723000](#) - 25k - En cache - Pages similaires

DETEC - Sur les origines du Cervin
Vous trouverez de plus amples informations concernant les semaines géologiques à Zermatt et la carte géologique du Cervin aux adresses suivantes: ...
[www.uek.admin.ch/dokumentation/0047400492/index.html?lang=fr&msg-id=1046](#) - 10k - En cache - Pages similaires

suisse le cervin une montagne africaine
Suisse: Le Cervin, deuxième plus haut sommet suisse et fierté nationale, est composé de roches africaines. C'est ce que révèle le dernier Atlas Géologique ...
[www.cite-sciences.fr/_files_cite/science/_actualites/sitesactuals_breves2.php?langue=fr&id_breves=1729](#) - 2k - En cache - Pages similaires

le cervin, une montagne africaine
le cervin, deuxième plus haut sommet suisse et fierté nationale, est composé de roches africaines. C'est ce que révèle le dernier Atlas Géologique de la ...
[www.cite-sciences.fr/_breves_pop.php?id_breves=1729&id_continent=6&id_themes=langue=fr](#) - 8k - En cache - Pages similaires

Le Cervin est-il africain?
En ces temps lointains, le Cervin n'était pas encore une montagne, mais une roche ... Celle-ci porte le nom de tectonique des plaques et opère encore ...
[http://ge.ch/www/vidipr/pawic/catalogue/3000/3077.html](#) - 4k - En cache - Pages similaires

Fazit

Einzig mit Suchmaschinen fanden sich annehmbare Ergebnisse. Die Recherchesyntax muss, um relevante Seiten zu finden, mit prägnanten Begriffen versehen sein. Eine geographische Eingrenzung (nur Seiten aus dem Kanton Wallis) ist mit diesem Beispiel kaum sinnvoll, da viele Fach-Seiten von ‚ausserhalb‘ stammen. Verzeichnisse oder Portale sind kaum von Hilfe – es werden vor allem kommerzielle Einträge (Tourismus) angeboten.

4.3.2 Recherche Basler Fasnacht

1) Ausgangslage Suchauftrag und Inhalt definieren

Welche Informationen sollen gefunden, gesammelt und archiviert werden? [vgl. Merkblatt Sammeln, Kapitel 2.1 und 2.2 Kapitel 5.2.1]
Konkret für dieses Recherche-/Sammelbeispiel bedeutet es: Informationen mit kultureller/historischer Bedeutung von schweizerischen Institutionen (Lokal/Regional) angeboten oder von Privatpersonen (Qualität, Umfang & Bedeutung) zu sichten.

2) Übersicht schaffen (z.B. Suche in Historisches Lexikon, <http://www.hls.ch>; Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/>)

Andere Namen und Bezeichnungen / Synonyme, Flexionen des zu suchenden Ausdrucks definieren:

Bspw. Überblick in Wikipedia

„baseldütsch/baseldytsch“: [basler fasnacht](#), [deutsch: Fastnacht](#),
[französisch: Carnaval](#) [italienisch: Carnevale](#)

„Synonyme“

[baseldütsch: die scheenschte drey Dääg/die drey scheenste Dääg](#),
[deutsch: Karneval, Fasching](#)

Weitere mögliche Suchwörter: Brauchtum, Volksleben, Volkskunde, Fastenzeit, Folklore/Folklorismus, Fastnachtsbräuche

Spezifischere Suchwörter:

[baseldütsch: Morgestraich/Morgenstraich/Morgenstreich, Bangg, Cortège, Helgen](#)
[deutsch: Schnitzelbank, Fastnachtsmärsche](#)

Eine Suche auf gut Glück mit den Begriffen „[Basler Fasnacht](#)“ zeigt, dass in einer Suchmaschine wie Google 90'300 (Stand 13.04.2008) Einträge gefunden werden.

Basler Fasnacht

Die **Basler Fasnacht** beginnt am Montag nach [Aschermittwoch](#) um 4.00 Uhr mit dem [Morgestraich](#). Sie dauert exakt 72 Stunden und endet am Donnerstagmorgen um 4.00 Uhr. In dieser Zeit wird die [Basler](#) Innenstadt von den Fasnächtlern beherrscht, die in ihren Cliquen durch die Strassen, Kneipen und Geschäfte ziehen. Von Aktiven wird die Basler Fasnacht auch als "die drey scheenschte Dääg" (die drei schönsten Tage) bezeichnet.

Die Basler Fasnacht, im folgenden kurz einfach nur Fasnacht genannt, unterscheidet sich stark vom rheinischen "jecken" [Karneval](#), der vor allem in [Deutschland](#) das Bild von [Karneval](#), [Fastnacht](#) und [Fasching](#) prägt. Dafür sorgt schon die strikte Trennung zwischen Aktiven und Zuschauern.

Jeder der ca. 18.000 aktiven Fasnächtler trägt ein Kostüm mit einer Larve (Maske), unter der der gesamte Körper verdeckt wird. Der Träger des Kostüms ist darunter nicht zu erkennen. Es gehört zum guten Ton, dass ein Fasnächtler sich nicht in der Öffentlichkeit erkennen lässt. In den Cliquen trägt man, ausser beim Morgestraich und am Fasnachts-Dienstag, einheitliche Kostüme, die meist dem "Sujet" (siehe unten) der Clique angepasst sind. Bei den Kostümen kennt die Fantasie keine Grenzen. Oft sind die Masken Personen des öffentlichen Lebens (Politiker und andere Prominente) nachempfunden, manchmal auch Comic-Figuren oder Tieren. Es gibt aber auch ganz traditionelle Larven, die an die [französische Armee der Napoleonischen Kriege](#) erinnern, [Harlekine](#) oder die vor allem bei Einzelpersonen und Wagencliquen beliebten [Waggis](#)-Masken.

Am auffälligsten sind die Pfeifer- und Tambouren-Cliquen. Diese spielen bei ihrem Gang durch die Innenstadt Märsche auf ihren [Piccoloflöten](#) begleitet vom Rhythmus ihrer [Basler Trommeln](#). Die Basler Innenstadt wird somit in diesen drei Tagen zum grössten Pfeifkonzert der Welt. Eine Clique besteht meist aus einem Vortrab (Platzmacher), den Pfeifern, dem Tambourmajor und den Tambouren (Trommlern). Die Cliquen folgen dabei keinen bestimmten Routen (ausser am Cortège, siehe unten). Es kommt dabei immer mal vor, dass mehrere Cliquen den Weg kreuzen. In dem Fall bleibt dann eine Clique einfach stehen und wartet, bis die andere passiert hat. Steht man als Zuschauer einer Clique im Weg, wird man vom Vortrab freundlich beiseite geschoben.

Neben den pfeifenden Cliquen gibt es auch [Guggenmusik](#)-Gruppen mit Blechblasinstrumenten. Diese sind allerdings nicht beim Morgestraich anzutreffen, sondern nur bei den Fasnachts-Umzügen (Cortèges) am Montag und Mittwoch und an den Abenden, insbesondere am Dienstagabend bei den Gugge-Konzerten. Weiterhin gibt es zahlreiche Einzelpersonen und kleine Gruppen, die zum Beispiel als [Waggis](#) kostümiert durch die Strassen ziehen und "ahnungslose" Zuschauer mit [Konfetti](#) (im Baseldütsch [Räppli](#) genannt) bewerfen beziehungsweise es ihnen auch mal in die Jacke stopfen.

Die meisten Cliquen haben sich für die Fasnacht ein so genanntes [Sujet](#) (französisch für "Thema") vorgenommen, das während der Fasnacht präsentiert wird. Es handelt sich dabei um Themen der Zeitgeschichte, an denen in meist satirischer Form Kritik geübt wird. Die Sujets werden beim Morgestraich auf Laternen dargestellt. Beim Cortège sind auch die Costüme und oftmals ein Requisit dem Thema angepasst. Praktisch alle Cliquen verteilen ausserdem passende [Zeederl](#) (Handzettel mit ironischen Versen).



Der [Waggis](#), eines der traditionellen Kostüme bei der Fasnacht

Neben relevanten Seiten werden hierbei auch viele Treffer mit Reise-Arrangements (Carfahrten, Hotel) und Verkauf von Fasnachtsartikeln angezeigt. Statt diese Begriffe auszuschliessen, kann die Recherche mit den weiteren Suchwörtern eingegrenzt werden.

3) Erweiterte Suche in Suchmaschinen

Suchsyntax (Google, Yahoo!)

intitle:fasnacht morgestraich OR morgenstraich OR morgenstreich OR bangg OR cortège OR cortege OR helgen "basler fasnacht"

Der Begriff „Fasnacht“ muss im Titel erscheinen, die Phrase „basler fasnacht“ und mindestens eines der weiteren Suchwörter müssen im Text vorkommen. Motivation, eine seriöse Abhandlung zur Basler Fasnacht muss mindestens eines der weiteren Stichwörter im Text führen.

[Google und Yahoo! scheinen einen Thesaurus zu führen, Fasnacht findet auch Fastnacht]

Advanced Web Search

You can use the options on this page to create a very specific search. Just fill in the fields you need for your current search.

Yahoo! Search

Show results with

all of these words	<input type="text" value="fasnacht"/>	in the title of the page	<input type="button" value="v"/>
the exact phrase	<input type="text" value="basler fasnacht"/>	any part of the page	<input type="button" value="v"/>
any of these words	<input type="text" value="morgestraich morgestraich morgenstrei"/>	any part of the page	<input type="button" value="v"/>
none of these words	<input type="text"/>	any part of the page	<input type="button" value="v"/>

4) Suche in einem Verzeichnis

Suche innerhalb eines Verzeichnisses mit dem Stichwort „Fasnacht“ und geographisch auf „Basel-Stadt“ eingegrenzt. Einzig Webliste.ch überzeugte mit relevanten Ergebnissen. Alle weiteren Anbieter enttäuschten mit Werbung oder gar keinen Ergebnissen.

Top Rubriken [Fasnacht & Guggen \(67x\)](#) [Kunst & Kultur \(3x\)](#) [Transport & Umzug \(2x\)](#)

Top Branchen [Architektur & Baugeschäfte \(1x\)](#) [Coiffeur \(1x\)](#)

[Kottmann Pascal](#) [Kontakt](#)

durchschuss kunst und kommerz muss sich nicht beißen. im gegenteil, werbung oder besser kommunikation muss diese gegensätze auch in verbindung bringen können. darum ist mein tätigkeitsf ...
Letzter Check: 12.02.2007 - [Zeige ähnliche Seiten](#) [Archiv](#)

[Glaibasler Schränzbrieder](#)

Seit 1961 schränzen wir Glaibasler Schränzbrieder an den drei schönsten Tagen durch Basel. Unsere Motivation gründet nicht nur an der Schönheit unserer **Fasnacht**, sondern auch am gesellig ...
Letzter Check: 12.02.2007 - [Zeige ähnliche Seiten](#) [Archiv](#)

[Guggemuusig Schrupfkepf](#)

Mir sind Wiebli und Männli, bi uns chasch ab 18 Jöhrl mitmache. Unser Hauptziel isch d' Basler **Fasnacht**.
Letzter Check: 12.02.2007 - [Zeige ähnliche Seiten](#) [Archiv](#)

[Guggemuusig Messingkäfer](#)

Am 14.04.1962 treffen sich im Restaurant Viadukt (späteres Happy-Night) 6 Männer zur Gründungsversammlung einer neuen Guggenmusik...
Letzter Check: 12.02.2007 - [Zeige ähnliche Seiten](#) [Archiv](#)

[Charivari s Muusigtheater](#)

Mit dem farblich neu definierten Logo und dem Zusatz: „S Muusigtheater vo dr **Fasnacht**“ möchten wir unsere Philosophie visualisieren, dass das Charivari vor allem im musikalischen Bereich ...
Letzter Check: 12.02.2007 - [Zeige ähnliche Seiten](#) [Archiv](#)

[Muggedätscher](#)

Die **Fasnacht**sgesellschaft Muggedätscher ist ein politisch und konfessionell neutraler Verein, der die Tradition der Basler **Fasnacht** pflegt und Männern sowie Frauen offen steht.
Letzter Check: 12.02.2007 - [Zeige ähnliche Seiten](#) [Archiv](#)

5) Suche in lokalem Verzeichnis, lokaler Suchmaschine

Das Portal mybasel.org bietet eine Suchmaschine (<http://basel.org/>), die nur Seiten aus der Regio Basel erschliesst. Die gefundenen Seiten sind zwar relevant, jedoch werden die Treffer vorgängig nicht aufbereitet – das heisst, es werden alle Treffer einer Site ausgegeben – womit für „Basler Fasnacht“ die enorme Trefferzahl von 19'714 (13.04.2008) zu erklären ist.

Ebenfalls bietet das Verzeichnis basel.ch überblicksweise ein kleines Linkverzeichnis zur „Basler Fasnacht“ an.

Fazit

Eine Suche alleine nach ‚basel‘ und ‚fasnacht‘ bringt eine nicht zu bewältigende Trefferanzahl. Sobald die Suche mit weiteren ‚typischen‘ Begriffen der Fasnacht ergänzt wird, minimiert sich die Anzahl, und es finden sich vor allem relevante Websites. Weniger aufwendig und zeitsparender zeigt sich in diesem Beispiel der Gebrauch eines (lokalen) Verzeichnisses oder Portals (zu diesem Brauch). Leider ist die lokale Suchmaschine technisch wenig ausgereift – die grösste Abdeckung wäre darüber zu erhalten.

4.3.3 Recherche: Sachgruppe Landwirtschaft im Kanton Freiburg

1) Ausgangslage: Suchauftrag und Inhalt definieren

Welche Informationen sollen gefunden, gesammelt und archiviert werden? [vgl. Merkblatt Sammeln, Kapitel 2.1 und 2.2 Kapitel 5.2.1]

Konkret für dieses Recherche-/Sammelbeispiel bedeutet es: Informationen mit fachlicher (historisch, kulturell) oder regionaler Relevanz, angeboten von kantonalen, regionalen oder lokalen Institutionen oder von Privatpersonen (Qualität, Umfang & Bedeutung), zu sichten.

2) Übersicht schaffen	
<p>Sachgruppe definieren. Untergruppen, Unterthemen definieren.</p> <p>Andere Bezeichnungen / Synonyme, Flexionen des Suchgebietes definieren</p> <p>Bezeichnungen in den gewünschten Sprachen definieren (Deutsch, Französisch)</p> <p>Bspe. Unterthemen Dt. Forstwirtschaft Milchwirtschaft Tierhaltung Pflanzenbau Frz. sylviculture économie laitière élevage agriculture</p> <p>Bspe. „Synonyme“, ähnliche Begriffe, Flexionen Dt. Agrarwirtschaft Alpwirtschaft Viehwirtschaft Nutztierhaltung Ackerbau Weinbau Landwirtschaftlich landwirtschaftliches landwirtschaftlicher landwirtschaftlichen landwirtschaftlichem Frz. exploitation forestière production animale production agricole économie rurale alpage viticulture apiculture</p>	<p>626 [Unbesetzt] 627 Wasserbau 628 Sanitär- und Kommunaltechnik; Umwelttechnik 629 Andere Fachrichtungen der Ingenieurwissenschaften</p> <p style="text-align: center;">630</p> <p>630 Landwirtschaft und verwandte Bereiche 631 Techniken, Ausstattung, Materialien 632 Schäden, Krankheiten, Schädlinge an Pflanzen 633 Feld- und Plantagenfrüchte 634 Obstanlagen, Früchte, Forstwirtschaft 635 Gartenpflanzen (Gartenbau) 636 Viehwirtschaft 637 Milchverarbeitung und verwandte Produkte 638 Insektenzucht 639 Jagd, Fischfang, Naturschutz</p> <p style="text-align: center;">640</p> <p>640 Hauswirtschaft und Familie 641 Essen und Trinken 642 Mahlzeiten, Tischkultur 643 Wohnen, Haushaltsausstattung</p>
<p>Eine Suche auf ‚gut Glück‘ in einer Suchmaschine (wie Google oder Search) zeigt eine kaum zu bewältigende Anzahl von Treffern und eine Mischung aus kommerziellen, amtlichen, politischen Seiten und Seiten von Interessenvertretern.</p>	<p>-> Ausschluss bestimmter Wörter scheint nicht sinnvoll.</p>
<p>Je nach Grösse, Tiefe und Wichtigkeit einer Sachgruppe sind die verschiedenen Unterthemen einzeln zu suchen</p>	

3) Suche in einem Verzeichnis oder einem Themenportal

a) Suche innerhalb eines allgemeinen Verzeichnisses

Mit dem Stichwort [Landwirtschaft](#) und dem Stichwort oder Filterkriterium [Freiburg](#); oder Blättern in der Rubrik [Landwirtschaft](#)

Webliste.ch findet vor allem kommerzielle Treffer.

Kouik.ch hat eine Rubrik [agriculture](#) mit einigen wenigen Treffern

Recherchen in Sharelook.ch und Linker.ch ergeben v.a. kommerzielle und ausländische bzw. gar keine Treffer.

b) Auswerten von Themenportalen und thematischen Linklisten

Weblinks des Bundesamtes für Landwirtschaft (<http://www.blw.admin.ch/>) enthält v.a. gesamtschweizerische Websites, z.B. auch die landwirtschaftlichen Institute.

AgroLinks von www.landwirtschaft.ch: Suche nach Kanton Freiburg ergibt 15 Einträge für deutsch- und französischsprachige Seiten.

www.agri-info.ch: Erweiterte Suche nach Kanton Freiburg ergibt 33 Einträge für deutsch- und französischsprachige Seiten.

-> Falls vorhanden, sind thematische Verzeichnisse den allgemeinen Verzeichnissen vorzuziehen, da sie eher zu relevanten Webseiten führen.

HOME
SUCHE
KONTAKT

AKTUELL | FACTS | PFLANZEN | TIERE | VOM HOF | SERVICE | SHOP

Home > Service > Agro-Links

Suche nach Links in Agro-Links

Das Suchformular von Agro-Link hilft Ihnen, die gesuchten Weblinks rasch zu finden. Füllen Sie daher die verschiedenen Suchfunktionen möglichst präzise aus. Sie haben ausserdem die Möglichkeit, über Stichworte zu suchen.

Suche

Name

Abkürzung

[Übersicht Kategorien / Gruppen](#)

Kategorie

Gruppe

Sprache d f i e

Kanton oder Land

Stichworte

Alphabetisch

GUT, GIBT'S DIE SCHWEIZER BAUERN.
© 2006 Landwirtschaftlicher Informationsdienst LID

4) Erweiterte Suche in Suchmaschinen

a) Beispiel Unterthema Nutztierhaltung

Suche in Search.ch mit unterschiedlichen Bezeichnungen und dem Filter Region **Freiburg**

Suche **Nutztiere** or **Nutztierhaltung** or **Tierhaltung** or **Viehzucht** or **Viehhaltung** or **Viehwirtschaft** or **Weidewirtschaft**

Die gleiche Anfrage mit französischen Begriffen

Filter région **Fribourg**

Recherche **élevage** or **bétail** or „**production animale**“

Das Ergebnis enthält neben Relevantem auch viel Kommerzielles und Seiten, die nicht den Kanton Freiburg betreffen.

b) Beispiel Unterthema Nutztierhaltung

Erweiterte Suche in Google.ch und Yahoo.ch mit Einschränkung **Seiten aus der Schweiz**

Suchsyntax deutsch:

Freiburg Nutztierhaltung

Freiburg Tierhaltung

intitle:tierhaltung freiburg

Suchsyntax französisch:

élevage fribourg

intitle:élevage fribourg

-> Riesige Treffermenge; muss eingeschränkt werden mit einer erweiterten Abfragesprache wie **intitle**.

-> Problem bei allgemeinen Suchmaschinen ist die fehlende geographische Eingrenzung auf Kantons- oder lokale Gebiete. Die Suche nach dem Stichwort Freiburg ist behelfsmässig, da relevante Treffer, die z.B. nur die Bezeichnung Greyerz oder Gruyère enthalten, aber nicht Freiburg, nicht angezeigt werden.

[search.ch]

Die Schweizer Suchmaschine

Suche im Web in der Region [Assistant](#) | [Anleitung](#)

Anzeigen

- [Scheunentore vom Güller](#)
das bewährte Landwirtschaftstor der Schweizer Bauern, 15% Rabatt
www.gueller.ch
- [Kostenlose Kleinanzeigen](#)
Gratis inserieren, schnell fündig werden, wenig bezahlen. Los geht's!
www.Scout24.ch

Hinweis: Kein Dokument enthält alle Stichwörter.

Resultate für 'nutztiere or tierhaltung or viehzucht or nutztierhaltung or viehwirtschaft or viehhaltung or weidewirtschaft' 1 - 10 von ca. 53 gefundenen Seiten.

- [Agrarforschung: Veranstaltungen](#)
Agrarforschung ist die Zeitschrift der landwirtschaftlichen Forschungsanstalten: für Nutztiere und Milchwirtschaft (ALP) - für Agrarwirtschaft und Landtechnik, Tänikon - für Agrarökologie und Landbau, Zürich-Reckenholz - für Obst-, Wein- und Gartenbau, Wädenswil
www.agrarforschung.ch/de/veranst.php - 27KB
- [Agrarforschung: Inhaltsverzeichnis](#)
Agrarforschung ist die Zeitschrift der landwirtschaftlichen Forschungsanstalten: für Nutztiere und Milchwirtschaft (ALP) - für Agrarwirtschaft und Landtechnik, Tänikon - für Agrarökologie und Landbau, Zürich-Reckenholz - für Obst-, Wein- und Gartenbau, Wädenswil
www.agrarforschung.ch/de/inhalt.php?jahr=2005&band=12 - 33KB
Mehr Resultate von agrarforschung.ch
- [NZZ Format: Kühe, Kälber und Kastraten - Superstars der Nutztiere ...](#)
wemf NZZ Format Logo Schmal Reklame-Bild REKLAME Farbbalken mit Navigation LITERATUR ZURUECK ZUR SENDUNG Copyright DTECH;loc=900;grp=[group]
www-x.nzz.ch/format/broadcasts/literatures_156.html - 28. Jan 2007 - 15KB
Die SanaSativa®; AG & Co. Ltd. untersteuert den Anbau und die Verarbeitung von Bauernhanf
www.sanasativa.ch/index.php?option=com_content&task=view&id=35&Itemid=... - 27. Jan 2007 - 26KB
- [SanaSativa - über Futterhanf](#)
Die SanaSativa®; AG & Co. Ltd. untersteuert den Anbau und die Verarbeitung von Bauernhanf

YAHOO! RECHERCHE

tout le Web en français en Suisse

Résultats Web 1 - 10 sur environ 122 pour intitle:élevage fribourg - 0.69 s (Ergebnisse auf Deutsch)

- [zu13r Résultats en exposition de l'Élevage Bois des Amourettes Andrea Carrasco-Meissner, Moudon Suisse spaniels ...](#)
Groupe d'élevage **Fribourg** 2005. Flamenco Andaluz du Bois des Amourettes ... un excellent caractère, qui d'ailleurs fait la renommée de notre **élevage**. ...
dog.top-info.ch/dog/zuchter/zu13r.htm - 33k - [En cache](#) - [Plus de pages provenant de ce site](#)
- [Elevage de Berger Allemand à Fribourg en Suisse](#)
Elevage de Berger Allemand à **Fribourg** en Suisse, nous travaillons beaucoup avec l'étranger.
www.elevageduboidamont.com - 8k - [En cache](#) - [Plus de pages provenant de ce site](#)
- [Kouik.ch - Suisse romande - Agriculture, élevage - Fribourg, Genève, Jura, Jura bernois, Neuchâtel, Vaud, Valais ...](#)
Guide : Agriculture, alimentation et restaurants * Agriculture, **élevage** * Produits de la ferme ... Formation, aide à la décision, promotion de nouveaux ...
kouik.ch/search/.../Agriculture044_233leverage - 9k - [En cache](#) - [Plus de pages provenant de ce site](#)
- [Elevage de Cocker, Springer Spaniel Anglais, Syringa, Suisse, Chenil chiens et chats Fribourg Suisse, pension Maison ...](#)
Elevage de syringa, springers, spaniels anglais, cockers. ... Présentation | **Elevage** de Syringa | Springers Spaniels anglais | Cockers ...
www.chenil-maisonrouge.com - 16k - [En cache](#) - [Plus de pages provenant de ce site](#)
- [Elevage du Cousimbert - Border Collie - Le Muret / Fribourg - BOURQUI Daniel et Antoinette](#)
Elevage du Cousimbert - Border Collie - CH-1724 Le Muret / **Fribourg** - BOURQUI ... **Elevage** du Cousimbert - Border Collie - CH-1724 Le Muret / **Fribourg** BOURQUI ...
www.elevage-du-cousimbert.ch - 10k - [En cache](#) - [Plus de pages provenant de ce site](#)
- [Charmey \(Gruyères\) Pays de Fribourg Tiscover Site/Carte élevage de bétail Gastlosen sport d'hiver](#)
Sports d'hiver s'écrit en majuscules ici car la neige tombe en quantité suffisante. ... **Fribourg**/Neuchâtel/Jura/Jura bernois / Pays de **Fribourg** / Charmey ...
tiscover.ch/chv/guide/5ch,fr,SCH11.../map.html - 17k - [En cache](#) - [Plus de pages provenant de ce site](#)
- [Charmey \(Gruyères\) Pays de Fribourg Tiscover Bienvenue élevage de bétail Gastlosen sport d'hiver](#)
Sports d'hiver s'écrit en majuscules ici car la neige tombe en quantité suffisante. ... **Fribourg**/Neuchâtel/Jura/Jura bernois / Pays de **Fribourg** / Charmey ...
tiscover.ch/chv/guide/5ch,fr,SCH11.../home.html - 42k - [En cache](#) - [Plus de pages provenant de ce site](#)
- [installations destinées à l'élevage des animaux de rente \(PDF\)](#)
Office de la protection de l'environnement du canton de **Fribourg** (OPEN) 1 ... de **Fribourg**, les présentes directives servent à l'élaboration de l'enquête ...
www.fr.ch/sen/fr/eie/pdf/animaux_rente.pdf - 40k - [Afficher en html](#) - [Plus de pages provenant de ce site](#)

Fazit

Die Suche nach für die Schweiz, die Kantone und die Regionen relevanten Webseiten stellt die RechterspezialistInnen vor Probleme. Am Beispiel Sachgruppe Landwirtschaft machten wir konkret folgende Erfahrungen:

- Das Recherchethema „Landwirtschaft“ ist sehr weit: Die Sachgruppe muss genau definiert, eingegrenzt und aufgegliedert werden. Welche Unterthemen sollen/müssen gesondert gesucht werden, welche Aspekte sind für einen bestimmten Kanton relevant?
- Im Gegensatz zum Thema Matterhorn (geographisch fixiertes Thema) muss für „Landwirtschaft“ die geographische Einschränkung auf einen Kanton im Suchvorgang geschehen. Die geographische Eingrenzung kann in allgemeinen Suchmaschinen nur unvollständig vorgenommen werden. Deshalb benutze man bevorzugt Suchmaschinen und Verzeichnisse, die eine Filterung nach Kantonen ermöglichen (z.B. Search.ch)
- Falls vorhanden, sind thematische Verzeichnisse und Portale den allgemeinen (meist kommerziell ausgerichteten) Verzeichnissen vorzuziehen. Die thematischen Verzeichnisse müssen mit den bekannten Suchmethoden gesucht werden.
- Da das Problem die übergrosse Menge an Treffern ist, müssen erweiterte Abfragemöglichkeiten (besonders Einschränkungsmöglichkeiten) genutzt werden.
- Für jede Sachgruppe, für jedes Thema und evtl. für bestimmte Unterthemen muss der Suchprozess neu durchgespielt werden. Besonders bei der erstmaligen Durchführung einer Recherche bedeutet dies einen grossen Arbeits- und Zeitaufwand, da für jedes Thema zuerst abgecheckt werden muss, welche Begriffe, Verzeichnisse, Suchmaschinen, Abfragemöglichkeiten gute Resultate liefern.

5 Begriffe

[Ausgewählte Begriffe zu den Internet-Technologien und Internet-Diensten]

Alert-Dienst

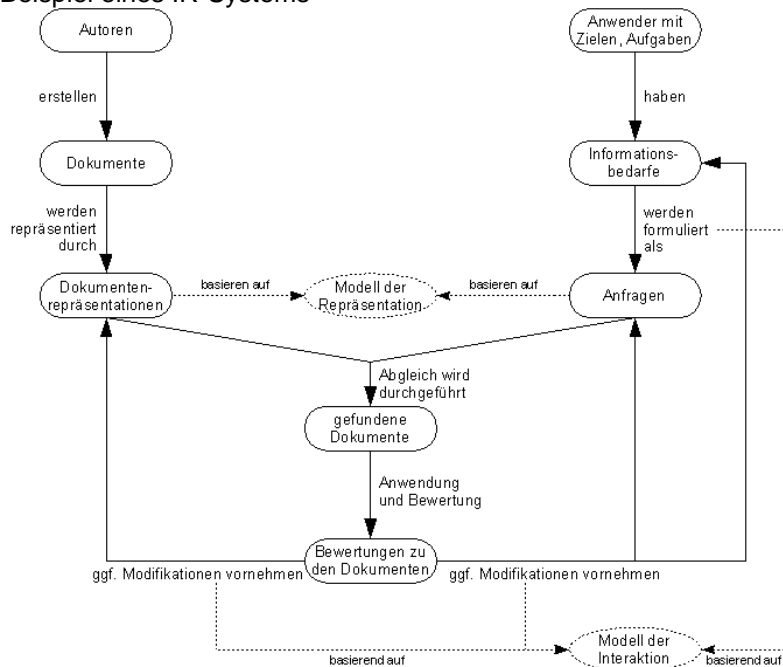
Als Alert-Dienst, Selective Dissemination of Information (SDI) oder Current-Awareness-Dienst werden Informationsdienste bezeichnet, bei denen nach dem Publish-Subscribe-Modell Anfragen angemeldet werden können, deren Antworten dann als regelmässige Meldungen zugeschickt werden.

Bei den Meldungen kann es sich beispielsweise um Treffer einer Suchmaschine, Beiträge in einem Weblog oder um Inhaltsverzeichnisse von Fachzeitschriften handeln.

Während in Suchmaschinen nach bereits gesammelten Dokumenten gesucht werden kann, wobei die Ergebnis-Anzeige durch die Suche eines Benutzers ausgelöst wird, ermitteln Alert-Dienste kontinuierlich, ob ein neu hingekommenes Dokument zuvor definiert Abfragekriterien erfüllt und senden gegebenenfalls eine entsprechende Meldung an den Benutzer. Die Meldung enthält entweder die vollständigen Treffer oder einen Verweis oder eine Zusammenfassung.

IR-System (Information Retrieval)

Beispiel eines IR-Systems



Podcasting

Ein Podcast ist eine Serie von einzelnen Audio- oder Videobeiträgen, die im Internet zum Download angeboten und zeitversetzt vom Benutzer konsumiert werden. Über die Newsfeed-Technik (meist RSS) lassen sich Podcasts meist kostenlos abonnieren und werden dann häufig gleich automatisch auf mobile Medienplayer wie den iPod übertragen. Der Begriff „Podcasting“ setzt sich übrigens aus den beiden Wörtern iPod und Broadcasting (engl. Für „Rundfunk“) zusammen.

Portale

Der Begriff Portal kam Mitte der 1990er Jahre auf und wird nach wie vor mannigfach verwendet, so etwa für die Einstiegseite von Internetsuchmaschinen, eine Startseite, die als Zugang zu einem bestimmten Thema im Internet dient (sprich Webportal), oder für Webseiten, die reine Linksammlungen darstellen.

Statt einer verbindlichen Definition existieren mittlerweile unzählige Komposita und Begriffsvarianten: Community Portal, Corporate Portal, Enterprise Portal, Enterprise Information Portal, Unternehmensportal, Business-to-Employee-Portal, Lieferantenportal, Knowledge Management Portal, Wissensportal oder Wissenschaftsportal, Bibliotheksportal, um nur einige zu nennen.

Die Portaldefinition des Fraunhofer Instituts für Arbeitswirtschaft und Organisation (IAO) lassen als Portale nur Applikationen gelten, auf die unten stehende Charakteristika zutreffen:

„Ein Portal ist definiert als Applikation, welche basierend auf Webtechnologien einen zentralen Zugriff auf personalisierte Inhalte sowie bedarfsgerecht auf Prozesse darstellt. Charakterisierend für Portale ist die Verknüpfung und der Datenaustausch zwischen heterogenen Anwendungen über eine Portalplattform. Eine manuelle Anmeldung an den in das Portal integrierten Anwendungen ist durch Single-Sign-On nicht mehr notwendig, es gibt einen zentralen Zugriff über eine homogene Benutzungsoberfläche. Portale bieten die Möglichkeit, Prozesse und Zusammenarbeit innerhalb heterogener Gruppen zu unterstützen.“

Abgesehen von diesen grundlegenden Funktionalitäten muss ein Portal, um diese Bezeichnung zu verdienen, die Möglichkeit zur individuellen Informationsauswahl, zur Personalisierung des Informationsangebots bieten. Diese Funktionalität basiert auf Profilen, die rollenspezifisch sein können, was bedeutet, dass der Nutzer Zugang zu Informationen erhält, die mit seiner Rolle in Zusammenhang stehen. (Guba, G.(2006): *Bibliotheken und Portale – ein Überblick. In: GMS Med Bibl Inf. 6(2): Doc 15*)

Unterschied Portale und Webseiten

1. Ein einziger Einstiegspunkt zu den auf der Domäne verfügbaren Ressourcen
2. Personalisierte Interaktion mit Diensten des Portals
3. Zusammengefasster und kategorisierter Zugriff auf die verschiedenen Datentypen und Verzeichnisstrukturen/Datenbanken
4. Technologien, um die Kooperation der Mitarbeiter zu fördern
5. Integration der Portale mit Workflow-Systemen und Anwendungen

RSS

„RSS“ (Rich Site Summary oder really simple syndication) wurde ursprünglich als Datenaustauschformat entwickelt, das es ermöglicht, auf einfache Weise Teile einer Webseite (z.B. Schlagzeilen) in andere Webseiten einzubinden. Durch Weiterentwicklungen wurden die Anwendungsmöglichkeiten ausgedehnt und das Format flexibler gestaltet, so dass RSS heute als leichtgewichtiges Format zur Verbreitung verschiedenster Informationen bei einer immer weiter wachsenden Nutzergemeinde Verwendung findet – angefangen bei Nachrichtenschlagzeilen über Zusammenfassungen von Weblog-Einträgen und Verfolgung von Änderungen in diesen bis hin zur Überwachung der Funktionstüchtigkeit von Servern. Der vom Anbieter im RSS-Format bereitgestellte Inhalt wird als (RSS-)Feed bezeichnet.

Web 2.0

Hinter dem Schlagwort Web 2.0 (in diese Kategorie gehören auch die „Wikis“ und „Weblogs“) steht die Idee, alltägliche Softwareanwendungen ins World Wide Web zu verlegen; die einzelnen Client-Applikationen, die ein Internetuser dann noch benötigen würde, wäre ein Webbrowser. Zum Grundbestand des Web 2.0 gehören auch, dass sich die Dienste nicht nur für ihre Nutzer öffnen, sondern auch untereinander interagieren.

Beim Nutzer führt dies zu einem ganz neuen Verständnis und Gemeinschaftsgedanken; die Technologie des Webs tritt in den Hintergrund, das Kooperationselement wird auch zu einem wesentlichen Aspekt beim Arbeiten. Das „Web 2.0“ ist dann auch eher als „an attitude not a technology“ (Ian Davis) zu verstehen.

Weblog

Kunstwort zusammengesetzt aus Web und Log (für Logbuch). Eine Kurzform von Weblog ist Blog. Auf solchen Webseiten können ein oder mehrere Autoren Beiträge veröffentlichen. Es ist eine Mischung zwischen Tagebuch und einem Internet-Gästebuch. Neues wird immer oben auf der Seite eingefügt und „schiebt“ ältere Beiträge nach hinten. Eingaben sind online möglich. HTML-Kenntnisse sind nicht nötig. Weblogs eingeben nennt man „blogging“. Der dies tut ist ein „Blogger“.

http://www.www-kurs.de/gloss_w.htm

Wiki

Der Name „wiki“ stammt aus dem hawaiianischen und bedeutet so viel wie „schnell“. Wikis sind im WWW frei verfügbare Seitensammlungen, die von den Benutzern nicht nur gelesen, sondern auch online geändert werden können. Damit sind sie offene „Content Management Systeme“.

<http://de.wikipedia.org/wiki/Wiki>

<http://wiki.org/>

6 Quellen

Griesbaum, J., Bekavac, Bernhard. (2004): Von der Kommerzialisierung bis zum Deep Web. In: Hammwöhner, Rainer; Rittberger, Marc; Semar, Wolfgang (Hg.): Wissen in Aktion. Der Primat der Pragmatik als Motto der Konstanzer Informationswissenschaft. Festschrift für Rainer Kuhlen. Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft mbH, 2004. S. 35 – 50

Karzauninkat, Stefan: Die Suchfibel. URL <http://www.suchfibel.de/> (Stand: 13.04.2008)

Lewandowski, Dirk (2005): Web Information Retrieval. In: Information; Wissenschaft und Praxis 56(1), 5-12

Lewandowski, Dirk (2005): Web Information Retrieval. Technologien zur Informationssuche im Internet. URL: <http://www.durchdenken.de/lewandowski/web-ir/> (Stand: 13.04.2008)

Patzwaldt, Klaus (2006). Semantische Suchmaschine Theseus kommt aus Deutschland. URL <http://www.at-web.de/blog/?p=793> (Stand 13.04.2008)

Stock, W.G., Lewandowski, D. (2006): Suchmaschinen und wie sie genutzt werden. In: WISU – Das Wirtschaftsstudium 8-9, 1-7 (Preprint)

Weilenmann, Anne-Katharina (2006): Fachspezifische Internetrecherche. Bibliothekspraxis; 38. München : K.G. Saur

Wolf, Sebastian (2006): „Suche im Internet“. URL: <http://www.ub.uni-bielefeld.de/biblio/search/help/> (Stand: 13.04.2008)