

Abb. 2008-1/431

44 Ausgaben der Pressglas-Korrespondenz von 1998-1 bis 2007-4, mit insgesamt 17.724 Seiten (9.306 Seiten + 8.418 Seiten Musterbücher und Anhänge) - ohne jede Reklame - 13.034 Abbildungen, 2.880 Beiträge und 321 Musterbücher und Anhänge (Dez. 2007)

SG

Januar 2008

www.pressglas-korrespondenz.de wurde 2007 weltweit 317.684 mal aufgerufen!

Am Jahresende 2007 hat es nicht ganz gereicht: bis **Ende Dezember** haben **29.638 Besucher** in www.pressglas-korrespondenz.de Informationen zu Pressglas gesucht. Ende **Januar 2008** waren es dann **30.316 Besucher**.

Die Zahl der Besucher hat sich von Januar 2004 bis Dezember 2007 von 6.928 auf 29.638 vervierfacht. Weit stärker zugenommen hat die Zahl der **Seitenaufufe auf 317.684**. Da die selben Besucher nur einmal gezählt werden, haben sie also wohl öfter auf der Website nachgesehen. Es ist aber wohl so, dass mit **30.000 Besuchern eine Schallmauer** erreicht wurde.

Von 2005 bis 2006 sah es aus, als gäbe es auch bei der Pressglas-Korrespondenz ein „Weihnachtsgeschäft“. Es kamen aber keine Bestellungen herein und damit blieb seit 2004 bis 2007 die Zahl der versandten PKs nach Abgängen und Zugängen konstant bei rund 135 CDs. Die gedruckten Ausgaben sind von rund 30 auf rund 20 zurück gegangen.

	Besucher am Ende des Jahres	Aufufe pro Jahr
2004	7.337	82.499
2005	14.252	119.637
2006	28.696	227.370
2007	29.638	317.684

(Besucher werden fortlaufend über die Jahre weiter gezählt, die selben Besucher sollen dabei nur einmal gezählt werden Seitenaufufe werden jedes Jahr neu gezählt)

Wahrscheinlich gibt es 2008 kaum noch Sammler von Pressglas in Europa, die noch nicht erreicht wurden bzw. die die Pressglas-Korrespondenz noch nicht gefunden haben. Schließlich ist **ein Netz gewachsen, in dem Sammler von Website zu Website weiter empfohlen** werden. Unerreichbar bleiben dabei alle älteren Sammler/innen, die sich nicht im Internet informieren können oder wollen.

Im Kreis der Abonnenten der Pressglas-Korrespondenz gibt es zwei sehr interessante und umfangreiche, deutsche Websites, die ebenfalls viele Besucher anziehen:

„www.pressglas.de“ von Arnulf Becker, Berlin, mit 25.899 Besuchern, Ende 2007, und „www.pressglas-pavillon.de“ von Pamela Wessendorf, Hamburg, mit 18.918 Besuchern, Ende 2007.

Wahrscheinlich sind die Besucher dieser drei Websites, die sich gegenseitig gut ergänzen, weitgehend identisch! Immer die selben!

Ranglisten in GOOGLE

Wenn man bei GOOGLE einfach „Pressglas“ eingibt - ohne weitere Begriffe - dann erschienen Anfang 2008 ganz oben direkt untereinander:

**„www.pressglas-pavillon.de“
 „www.pressglas.de“
 „www.pressglas-korrespondenz.de“.
 (die Rangliste bei YAHOO war fast gleich)**

Dazwischen hat sich **„Pressglas-Wikipedia“ an 3. Stelle** eingeschlichen. Der Inhalt wurde anfangs von der Website Becker falsch abgeschrieben und später von einigen wichtigtuersischen Anonymen nicht gut erweitert - eine verworrene und ärgerliche Angelegenheit! Wenn ich mir die Mühe machen würde, Wikipedia auf einen vernünftigen Stand zu bringen, würde hinterher alles wieder verschlimmbessert - schade um die Zeit!

Wikipedia Pressglas ist gleichzeitig ein prima Beispiel für die irreführende Ermittlung des **„Rankings“** von Websites: angeblich wird der „positive“, also interessante Inhalt für die Rangliste am höchsten bewertet. Mit einigen Kenntnissen in EDV frage ich mich, wie das ein Such-Algorithmus überhaupt leisten sollte. Schließlich können nur die „Klicks“ von Besuchern gezählt werden, die sich über die Seite geärgert oder gefreut haben. **„Millionen Fliegen können nicht irren, ...!“**

Was GOOGLE auch noch positiv zählt, sind viele **„Backlinks“**. Da könnte sich www.pressglas-korrespondenz.de nicht beklagen. GOOGLE selbst hat **Ende Dezember 2007 dafür 80 funktionierende Links von fremden, weltweit verteilten, auf Glas /**

Pressglas ausgerichteten Websites gezählt. Eine Übersicht aus einer anderen Auswertung finden Sie auf den folgenden Seiten.

„Links“ und „Backlinks“

Wir alle sind einem Missverständnis aufgesessen: GOOGLE bewertet nicht die Links positiv, die von Websites auf andere Eingangsseiten von interessanten Websites gemacht werden, so wie es die meisten von uns verstanden haben. GOOGLE zählt als **„Backlink“ nur, wenn Textteile einer Website mit „Hyperlink“ direkt mit einer anderen Website verbunden werden.** Weltmeister darin - mit Links auf eigene und fremde Seiten - ist Wikipedia - da ist es sinnvoll, sehr praktisch und richtig. Alle anderen Glas-Websites hätten viel zu tun, wenn sie jeweils direkte Links auf einzelne Textstellen anderer Glas-Websites setzen würden. Man würde mehr Zeit damit verbringen, gebrochene Links zu überprüfen, als eigenen Text zu erarbeiten. Es ist ein typischer **Nonsens**, wie er nur EDV-Spezialisten einfallen und ihren sich wichtig machenden Fans im GOOGLE-Webmaster-Blog gefallen kann!

Die gegenseitigen - ein und ausgehenden - Links der Glassammler fallen bei der Bewertung der Rangliste durch GOOGLE völlig unter den Tisch. **Es ist eine positive Überraschung, dass beim Stichwort „Pressglas“ trotzdem die oben beschriebene Rangfolge zustande kommt.** An 5. Stelle landete Jan. 2008 übrigens verdienstermaßen **„www.glaskilian.de“**, die Glasgalerie von Jan Kilian, in der viele interessante Pressgläser mit Super-Bildern angeboten werden. Auch alle Bilder von bereits verkauften Gläsern werden weiter gezeigt.

Qualität, Menge und Erweiterung des Inhalts und Bilder einer Website

werden von GOOGLE übrigens gar nicht gewertet, wenn wie bei **„www.pressglas-korrespondenz.de“** der **Text mit Bildern als Dateien im Format „PDF“** (Portable Document Format) angeboten wird. Ausgewertet werden durch automatisierte Suchmaschinen wie „Crawler“ oder „Spider“ ausschließlich Texte im Format „HTML“ (Hypertext Markup Language). Das hat wahrscheinlich technische Gründe. Es bedeutet aber, dass Bilder überhaupt nicht gefunden und bewertet werden. **Die interessantesten und schönsten Bilder von „www.pressglas.de“, „www.pressglas-pavillon.de“ oder „www.pressglas-korrespondenz.de“ fallen damit völlig durch den Raster der GOOGLE-Auswertung.** Ausgewertet werden nur die vielleicht vorhandenen Beschreibungen der Bilder mit „HTML“. Auch die in „PDF“-Dateien eingebetteten Bilder von **„www.pressglas-korrespondenz.de“** fallen dabei völlig durch den Auswertungsraster. „Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte!“ Da können die Bilder technisch noch so gut und für Sammler interessant sein: bei GOOGLE zählt das nicht für die Rangliste. **Dabei sind die Bilder der drei deutschen Pressglas-Websites allen anderen weltweit ins Internet eingestellten Bildern von Pressglas haushoch überlegen!**

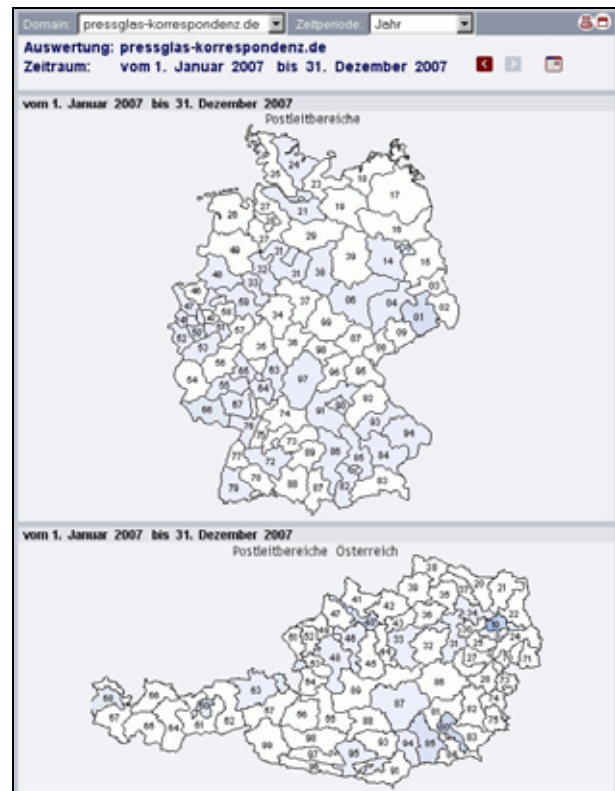
GOOGLE durchsucht den Text aller PDF-Dateien andererseits sehr gut, auch wenn sie nicht positiv

bewertet werden. So kommt die Pressglas-Korrespondenz auf rund allgemeine 1.500 Fundstellen („Weitere Ergebnisse von www.pressglas-korrespondenz.de“). Das entspricht ungefähr den Dateien, die für **„www.pressglas-korrespondenz.de“** ins **„Netz gestellt“** wurden. Bei der Suche nach einzelnen Stichwörtern werden sogar die extravagantesten Stichworte der PK gefunden. Manchmal finde ich bei der Suche nach einem mir bisher unbekanntem Stichwort als einzige Quelle die PK!

Wo leben die Internet- Leser der PK?

Die weitaus meisten Besucher kommen - trotz allem obigen - über **GOOGLE Deutschland, weltweit / USA, Österreich, Frankreich, Schweiz, England, Niederlande, Belgien, Polen, Tschechien: 32.365 von 41.762** auswertbaren Seitenaufrufen. Dahinter folgen hinweisende Links auch von englischen und deutschen Händlern, die Pressglas (z.T. über eBay) anbieten, z.B. <http://1st.glassman.com> oder www.glaskilian.de.

Abb. 2008-1/432
Seitenaufrufe der Website der Pressglas-Korrespondenz aus Deutschland und Österreich



Fast 60 % der Besucher der Website der Pressglas-Korrespondenz kommen aus Deutschland und Österreich. Eine Auswertung nach Postleitzahlenbereichen zeigt, dass es immer noch Gegenden gibt, die PK-resistent sind. **PK-Begeisterte** leben in Dresden, Saarbrücken, Berlin, Köln und Hamburg (16 % der 26.622 PK-lesenden Deutschen) sowie in Wien, Graz und Linz (50 % von 3.146 PK-lesenden Österreichern)!

Viele PK-Leser im Internet haben zwar die PK nicht abonniert, viele von ihnen lieferten aber bereits wertvolle Informationen und Bilder!

Abb. 2008-1/433, ww.pressglas-korrespondenz.de, Seitenaufrufe vom Januar 2004 bis Dezember 2007 (Ausschnitte)

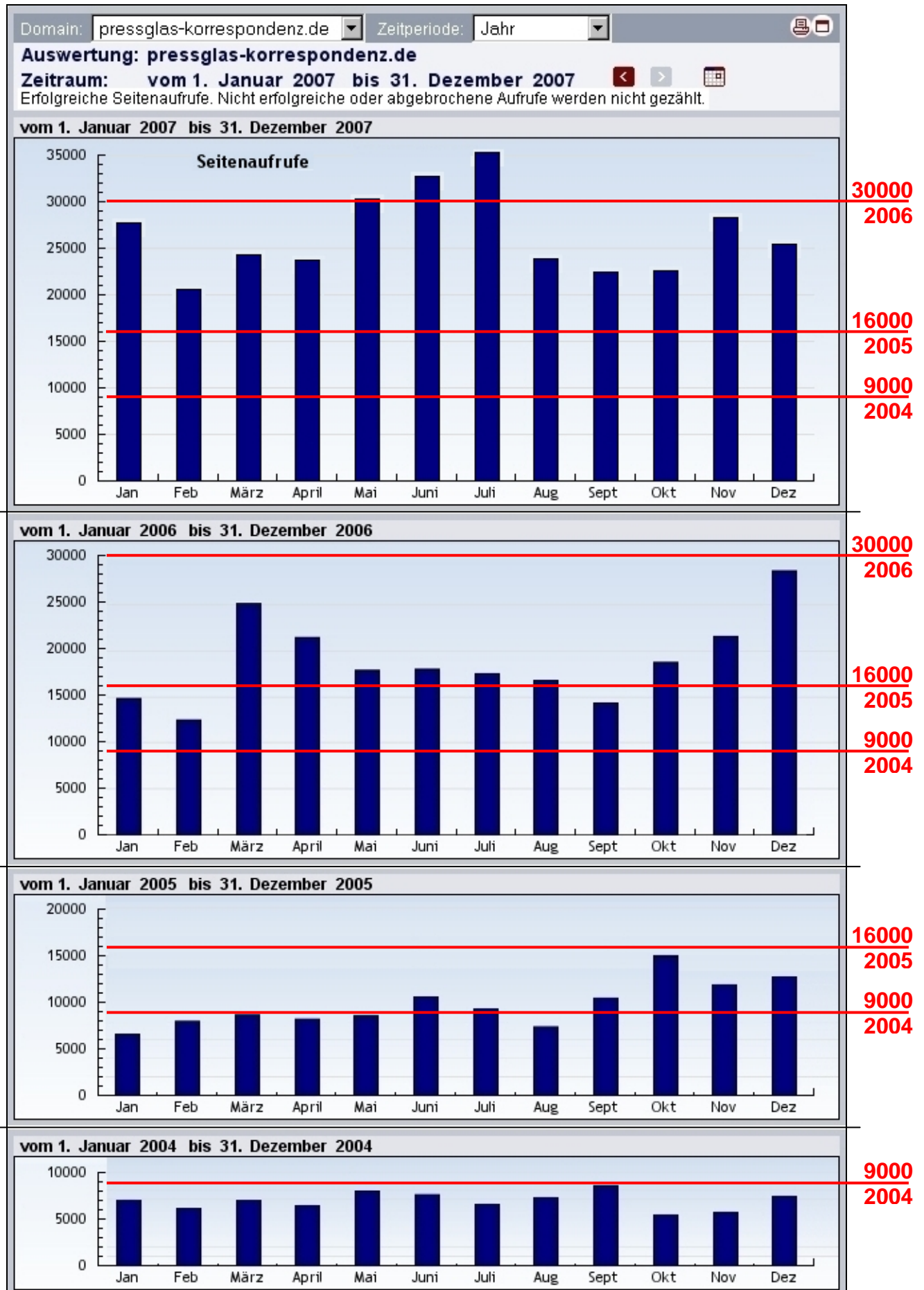


Abb. 2008-1/434, Websites, von denen Besucher auf die Pressglas-Korrespondenz verwiesen wurden (Ausschnitte)

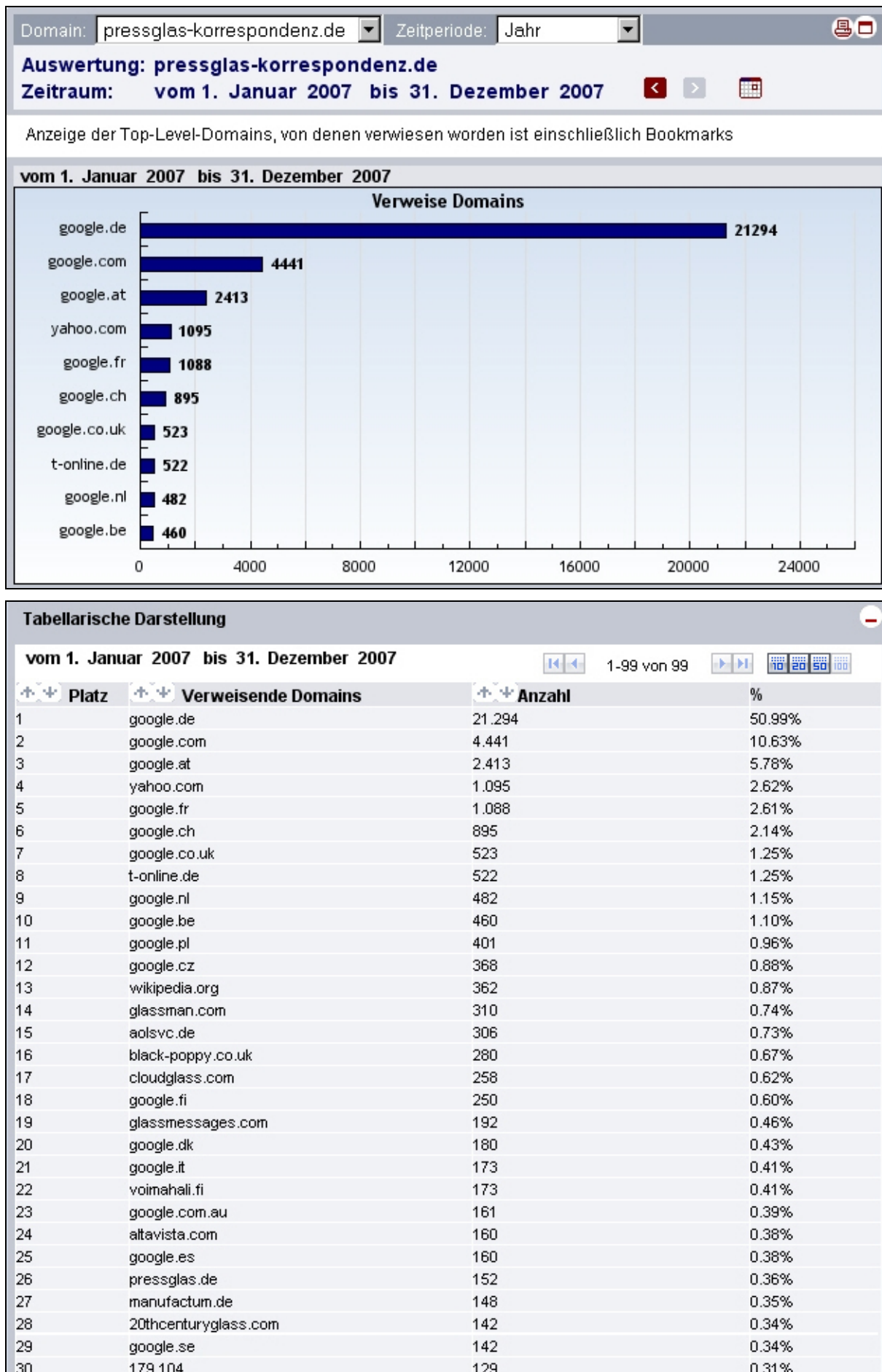


Abb. 2008-1/435, Websites, von denen auf die Pressglas-Korrespondenz verwiesen wurde (Ausschnitt)

31	google.sk	128	0.31%
32	ottosuch.de	124	0.30%
33	ebay.com	122	0.29%
34	bullworks.net	121	0.29%
35	google.ca	115	0.28%
36	ebay.co.uk	112	0.27%
37	live.com	104	0.25%
38	pressglas-pavillon.de	101	0.24%
39	geocities.com	99	0.24%
40	sklounion.com	94	0.23%
41	google.hu	89	0.21%
42	orange.fr	76	0.18%
43	glaskilian.de	69	0.17%
44	icq.com	67	0.16%
45	google.com.tr	62	0.15%
46	aol.com	58	0.14%
47	msn.de	57	0.14%
48	google.co.jp	54	0.13%
49	ask.com	53	0.13%
50	franke1a.de	53	0.13%
51	google.com.br	53	0.13%
52	hogelandshoeve.nl	52	0.12%
53	seznam.cz	52	0.12%
54	google.pt	47	0.11%
55	71.231	46	0.11%
56	google.lu	43	0.10%
57	freenet.de	42	0.10%
58	aol.fr	40	0.10%
59	glass.co.nz	39	0.09%
60	135.104	38	0.09%
61	google.ro	37	0.09%
62	startpagina.nl	37	0.09%
63	google.si	36	0.09%
64	lycos.de	36	0.09%
65	aol.de	35	0.08%
66	google.ru	34	0.08%
67	rosemarie-lierke.de	34	0.08%
68	fireball.de	32	0.08%
69	pressedintime.com	32	0.08%
70	sammeln.at	32	0.08%
71	google.no	31	0.07%
72	aol.co.uk	30	0.07%
73	129.104	29	0.07%
74	web.de	29	0.07%
75	ebay.de	27	0.06%
78	roemer-aus-theresienthal.de	25	0.06%
79	google.hr	24	0.06%
80	msn.com	23	0.06%
81	google.co.nz	22	0.05%
83	glas-forschung.info	21	0.05%
87	metager.de	18	0.04%
88	ebay.fr	17	0.04%
89	glaswolf.de	17	0.04%
90	google.gr	16	0.04%

Basis: 41762 Werte von 139989 eindeutigen Besuchern(Visits) , 98227 unbekannt/nicht auswertbar

Siehe auch:

- PK 2007-1 SG, Der Umfang der Pressglas-Korrespondenz ist stark gestiegen, die Kosten auch!**
PK 2007-1 SG, www.pressglas-korrespondenz.de wurde 2006 weltweit 227.370 mal aufgerufen!
PK 2008-1 SG, Die Pressglas-Korrespondenz und die Suchmaschinen GOOGLE und YAHOO