
Vorteile des DirectWebs

Inhalt

Ein DirectWeb-Beispiel: Seegrundstücke Kanada	2
Suchen und Finden neu gestalten	3
Was sind die Vorteile des DirectWebs	4
Vorteile für Suchnutzer	5
Vorteile für Direkt-Anbieter	6
Vorteile für Indirekt-Anbieter	8

Ein DirectWeb-Beispiel: Seegrundstücke Kanada



Ruf www.ponhook.weebly.com auf. Es erscheint die nebenstehende Web-Seite, die mit der DirectWeb-Eingabe (A) markiert ist. Gib dort „Seegrundstücke Kanada“ ein. Du erhältst ein kombiniertes Ergebnis aus dem DirectWeb und von Suchmaschinen.

Bereich ▾ seegrundstücke Kanada

Hier findest Du alle 14 Beiträge zum Thema in web



Seegrundstücke in Kanada
Wir verkaufen exklusive Seegrundstücke in beste
[Details](#)

DirectWeb (B) Zuletzt aktualisiert vor 11 Monaten



Grundstück Kanada Grundstücke kaufen
Grundstück in Kanada, Grundstücksangebote von und unmobliert).
[Details](#)

google (C) Zuletzt aktualisiert vor 25 Minuten



Grundstück kaufen Kanada: Grundstücke
Kanada: Grundstück kaufen in Kanada. Bei Immo Grundstück kaufen in ...
[Details](#)

google (C) Zuletzt aktualisiert vor 25 Minuten



Immobilien Kanada – Grundstücke & Häuser
In Kanada zu leben – ob temporär oder dauerhaft stehen Ihnen mit...
[Details](#)

bing (D) Zuletzt aktualisiert vor 53 Minuten

Die von dir eingestellten DirectWeb-Ergebnisse stehen oben (B).

Die Suchmaschinenergebnisse von Google (C) und bing (D) stehen darunter.

Suchen und Finden neu gestalten

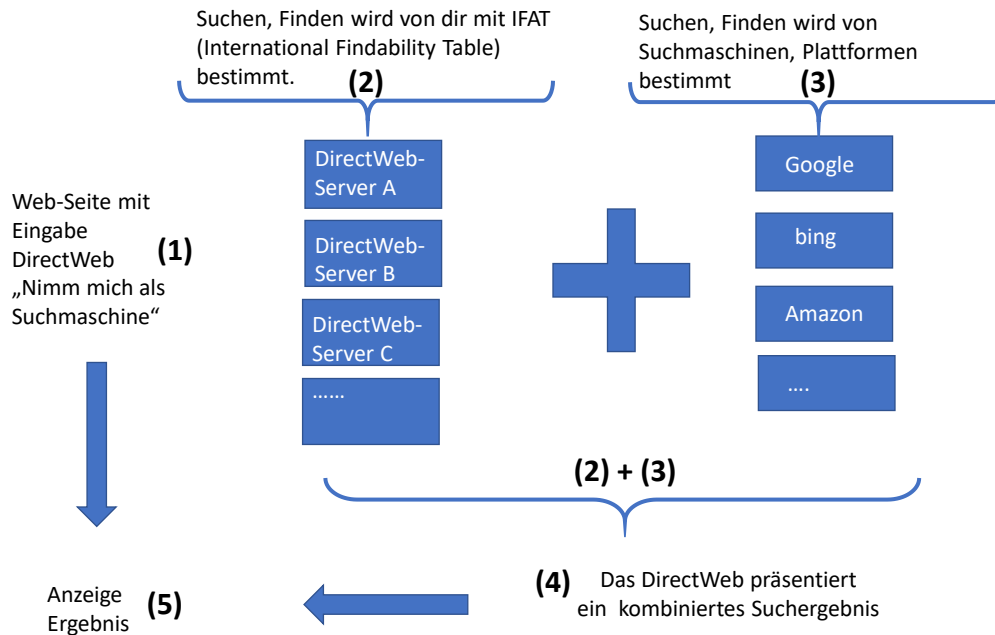


Abbildung 1: Suchen und Finden im DirectWeb

- (1) Dies ist die Web-Seite, die mit dem DirectWeb-Eingabemodul markiert ist (siehe z. B. [hier](#)). Eine Eingabe in das Feld „Nimm mich als Suchmaschine!“ zeigt dir alles an, was im DirectWeb (2) und von Suchmaschinen (3) (auch Portalen) zu den Eingaben zu finden ist.
- (2) Hier werden die DirectWeb-Server abgefragt, auf denen du deine Inhalte (Web-Content) selbststimmt als IFAT (International Findability Table) ablegst.
- (3) Hier werden die Ergebnisse von Suchmaschinen Plattformen etc. abgefragt.
- (4) Eine Eingabe bei (1) zeigt dir alles an, was bei (2) und (3) zu finden ist.
- (5) Du erhältst in deinem Browser einen Überblick, den du sortieren, filtern kannst.

Was sind die Vorteile des DirectWebs

Das DirectWeb ist eine Fortentwicklung des herkömmlichen Webs.

- **Direkt-Anbieter (Web-Seiteninhaber, Waren-, Leistungsanbieter, Produzenten, Hotels, Verwaltungen ...) als Inhaber von Primärdaten (Daten, die bei ihnen entstehen), erhalten im DirectWeb ihre bevorzugte Stellung.**
- **Direkt-Anbieter bestimmen wann, wie welche Primärdaten aktuell im Web erscheinen.**
- **Die Primärdaten der Direkt-Anbieter werden mit den Sekundärdaten der Indirekt-Anbieter (Google, Amazon, Portale etc.) in DirectWeb-Suchergebnissen übersichtlich zusammengefasst, so dass der Suchnutzer auf nichts verzichten muss.**

**Direkt-Anbieter bestimmen
als originäre Inhaber von Primärdaten,
was im DirectWeb von ihnen gefunden wird.**

Die vorstehenden Vorteile sind mit Einführung des DirectWebs von jeder Web-Seite durch Download der DirectWeb-Software mit ihrem Supersuch-Service zu nutzen. Siehe Video <https://bit.ly/2uyJn4s>.

Wichtige Eigenschaften des DirectWebs sind von der shucle AG durch Patentanmeldungen abgesichert.

Vorteile für Suchnutzer

- Jede Web-Seite mit DirectWeb-Eingabe erspart es ihren Nutzern Suchmaschinen wie Google, bing etc. zusätzlich aufzurufen.
- Das gebotene DirectWeb-Suchergebnis kann nach Vorgabe des Nutzers:
 - Google-Ergebnisse unverändert mit Ranking anzeigen.
 - Google Ergebnisse sortierbar, d. h. ohne Rankingbevorzugung darstellen.
 - In die Google Ergebnisse aktuelle DirectWeb-Einstellungen einpflegen.
 - Ausschließlich aktuelle DirectWeb-Einstellungen der Anbieter anzeigen.
 - Formen des Mix von Suchmaschinen- (bing, Google etc.), mit Vergleichs-, Vermittlungsportalen (z. B. mehrere Hotelportale etc.) darstellen.
 - Die Ergebnisse sind sortier- und begrenzbare (keine Millionenergebnisse).
 - Aktuelle Einstellungen sind z. B. per E-Mail, WhatsApp versendbar.

Die Server des DirectWebs stehen ausschließlich in gesetzlich geschützten Rechtsräumen (z. B. Deutschland) und sind durch die geltenden Gesetze gegen Datenmissbrauch geschützt.

Im Folgenden geht es vorzugsweise um die Vorteile, die für Direkt-, wie Indirekt-Anbieter nutzbar sind. Die Direkt-Anbieter können eine völlig neue Stellung im Web einnehmen. Sie ergibt sich aus der unabänderlichen Tatsache, dass

**Direkt-Anbieter als Primäranbieter
die originären Inhaber der Information sind,
die im Web benötigt werden.**

Vorteile für Direkt-Anbieter

Es gibt einen direkten Kontakt zum Kunden.

- Es können Sonderangebote und Gutscheine zeitaktuell und zeitlimitiert eingestellt werden
 - Hotels können z. B. bei Buchung bis x Uhr einen Rabatt auf die abendliche Speisekarte geben.
 - Veranstalter können angeben, wo Parkplätze noch frei sind usw.
- Vermittlungsgebühren für Indirekt-Anbieter entfallen.
- Das Ranking kann im Suchergebnis des DirectWebs ausgeblendet werden, es verliert an Bedeutung, womit unnötige Kosten vermieden werden.
- Sekundär-Anbieter erhalten eine einheitliche, gelistete Darstellung der aktuellen Daten der Direkt-Anbieter, womit an den verschiedensten Stellen im Web die gleiche Information vorliegt.
- Die bisherige Lieferaufgabe der Direktanbieter, ihre Primärdaten gezielt an die vielen Sekundäranbieter zu liefern, wandelt sich in eine Holaufgabe der Sekundäranbieter.
 - Wer als Indirekt-Anbieter (Hotelportal, Preisvergleich ..) sich nicht die aktuell angebotenen Daten des Primäranbieters per Standardschnittstelle holt oder senden lässt, stellt fest, dass sein Wettbewerber die neuesten Daten bereits eingestellt hat.
 - Der Druck für Direkt-Anbieter z. B. in verschiedenen Portalen vertreten zu sein, wird aufgehoben (jedes Hotelportal kann sich die aktuellen Daten holen, tun sie es nicht, können sie nicht mit den aktuellen Preisen punkten).
 - Auch Preisvergleichsportale sind derart selbst am Einholen der Primärdaten beim Direktanbieter interessiert. Bisher hatte als Direkt-Anbieter Vorteile, wer die vielen Portale schnell mit ihren individuellen Einstellmasken versorgte.

- Google werden die aktuellen Ergebnisse in einer für Google relevanten Form zur Verfügung gestellt.
 - o Google und andere Suchmaschinen müssen nicht aus der Web-Seite des Direktanbieters relevante Informationen heraussuchen, weil das DirectWeb Google die neuesten Daten nach den für Suchmaschinen standardisierten Richtlinien automatisch – wie eine für Google standardisierte Web-Seite – zur Verfügung stellt.
 - o Die Frage, wie für Google (Suchmaschinen) relevante Daten am besten in der eigenen Web-Seite unterzubringen sind, haben sich erledigt, weil das vom DirectWeb erledigt wird.
 - o Damit ist gewährleistet, dass Direktanbieter mit ihren Einstellungen in den bekannten Google-Ergebnissen in bestmöglicher Weise sichtbar sind (die Willkür von Google bei der Reihenfolge der Einstellung ist nicht zu umgehen).
- Kunden können bei ihrem ausgewählten Direktanbieter als „Follower“, „Liker“ etc. auftreten, ohne dass ihre Daten von Indirektanbietern ausgetauscht werden (so dass z. B. der Kauf von Windeln nicht beim nächsten Web-Besuch zur Werbeeinblendung von Baby-Wäsche führt).
- Die DirectWeb-Daten sind auch auf Phones zeitaktuell präsent.
- Direkt-Anbieter können spezielle Software nutzen, mit der sie besondere Anforderungen der Einstellung z. B. bei Amazon, bei Drogerieketten, Baumärkten etc. aus ihren DirectWeb-Daten generieren lassen.
- Direkt-Anbieter wissen, dass ihre Daten im DirectWeb auf dem Server ihrer Wahl (gegebenenfalls ein eigener DirectWeb-Server) bleiben und nicht in einer Cloud auftauchen.
- Die Server des DirectWebs stehen ausschließlich im deutschen Rechtsraum und sind entsprechend gegen Datenmissbrauch durch die geltenden Gesetze geschützt.

Vorteile für Indirekt-Anbieter

Die Vorteile der Indirekt-Anbieter sind teilweise spiegelbildlich zu denen der Direkt-Anbieter. Zusammenfassend lassen sich die Vorteile der Indirekt-Anbieter aus einer einfachen Tatsache ableiten:

- Im DirectWeb stehen mehr standardisierte Informationen für Indirekt-Anbieter zur Verfügung, als es im bisherigen Web der Fall ist.
 - Um diesem Vorteil Geltung zu verschaffen, stehen im DirectWeb Standardschnittstellen zum Abgriff bzw. Senden von Daten für Indirekt-Anbieter zur Verfügung.
- **Damit ist das DirectWeb die zentrale Stelle, an der die Primärinformation für alle Indirekt-Anbieter (Sekundärauswerter von Information) standardisiert zur Verfügung steht!**

Dieser Punkt ist von immenser Bedeutung für Indirektanbieter. Da Direktanbieter - jeder für sich - seine Informationen primär auf seiner Web-Seite einstellt, steht im bisherigen Web keine standardisiert abgreifbare Primärinformation zur Verfügung.

- **Das DirectWeb behebt diese Schwäche des bisherigen Webs, indem es standardisierte, für alle Indirekt-Anbieter gleichartig nutzbare Primärinformationen zur Verfügung stellt.**
- **Da das DirectWeb Daten momentan einstellt, ist nicht nur mehr Information vorhanden, sie ist auch zeitaktuell.**
 - Daraus folgt die oben genannte Umkehr zwischen Bring- und Holtaufgabe von Information: Wer sich als Indirektanbieter die aktuelle Information nicht holt, hat einen Nachteil. Bisher hatte der Direkt-Anbieter einen Nachteil, wenn er die verschiedenen Indirekt-Anbieter nicht zeitnah informierte, standen alte Informationen in Portalen etc.
- Das DirectWeb kann Suchmaschinen (Google) wie Indirektanbietern (Amazon, Hotelportale, Preisvergleicher etc.) die zeitaktuellen Einstellungen der Direktanbieter über standardisierte Schnittstellen zur Verfügung stellen.

Die Vorteile für Indirekt-Anbieter sollen an Beispielen erläutert werden:

Beispiel OTTO: Angenommen OTTO, ein Baumarkt, Kreuzfahrtanbieter haben ihren aktuellen Content in ihre Web-Seite gebracht. Es beginnt nun bei ihnen der zeit- und kostenintensive Aufwand, allen infrage kommenden Indirektanbietern, Vermittlern, Preisvergleichern, Portalen etc. die neuen Daten mitzuteilen.

Dies Problem erledigt sich mit den standardisierten DirectWeb-Einstellungen. Dort ist alles enthalten, was die infrage kommenden Indirektanbieter per Software automatisch abfragen oder zugesandt bekommen können. So ist gewährleistet, dass überall im Web unter den Suchbegriffen und Schlagworten „Neueste Fashion Mode Herbst“ die relevante Information zur Verfügung steht.

Beispiel Google: Google bietet z. B. Druckmedien an, ihre neueste Primärinformation per Software-Snippet in ihre Web-Seiten zu stellen. Google erhält diese Infos und stellt sie anschließend unter „News“ in den bekannten Suchergebnissen dar, womit tatsächlich aktuelle News bei Google zu finden sind. Für Waren und Leistungen versagt dies Prinzip, weil Google dann im Konflikt mit seiner Rankingliste ist, bei der oben steht, wer viel bezahlt und nicht oben steht, was aktuell ist.

Das DirectWeb bietet auch für Google die zentrale Abgreifstelle für Primärdaten jeglicher Art.

- **Ergänzend zur vorstehenden Medien-Info kann Google beispielsweise im DirectWeb alles an Primärinformation abgreifen, was zu Waren, Leistungen von Direkt-Anbietern eingestellt ist.**

Verzichtet Google darauf, das DirectWeb zu nutzen, sieht der Suchende im DirectWeb die neuesten Einstellungen oben stehen und die alten von Google darunter.

Google kann sich also an die Primärinfo des DirectWebs anschließen, oder bleibt bei seinen alten, nicht zeitaktuellen Ergebnissen.

Beispiel Amazon: Amazon bietet seinen Anbietern Eingabemasken für die Einstellung ihrer Waren an.

- **Mit der Einstellung im DirectWeb wird die Amazon-Eingabemaske automatisch mit ausgefüllt.**

Dazu können die Direktanbieter die Standardschnittstellen des DirectWebs nutzen oder sie lassen sich maßgeschneiderte Software-Lösungen der shucle AG anbieten, um spezielle Anforderungen von Amazon zu erfüllen.

Beispiel Hotelportale: Stellt ein Hotel einmalig seine aktuellen Sonderangebote z. B. für das Wochenende ein,

- **können Hotelportale selbst die aktuellen Daten der Hotels aus dem DirectWeb abfragen oder eine Software im DirectWeb füllt direkt die Masken der Hotelportale aus.**

Der DirectWeb-Sucher profitiert in allen Fällen. So können beispielsweise die DirectWeb-Suchergebnisse der Hotels gleich Gutscheine bei Direkt-Buchung für das Restaurant mit anbieten und zudem noch die Vermittlungsgebühren sparen. D. h. sie können reduzierte Preise anbieten.

Zusammenfassend heißt es: Da im DirectWeb von Anbietern mehr standardisierte Information als im herkömmlichen Web zu sehen ist, ergibt sich ein Umkehreffekt für die Leistungserbringung zwischen Direkt- und Indirektanbieter. Während bisher die Direkt-Anbieter darauf angewiesen waren, die Indirektanbieter mit aktuellen Informationen zu versorgen, heißt es mit dem DirectWeb:

- **Das DirectWeb ist die zentralen Bezugsquelle für Primärinformation.**

Das ist auch der Grund, warum nach einer Eingewöhnungsphase Suchnutzer dem DirectWeb den Vorzug geben werden: **Sie sehen mehr!**

H.-D. Kreft