



Französisch Lernen (Grammatik, Wortschatz, Übungen)

Français Facile (alle Niveaus)

Die Themen in der Grammatik haben online-Tests mit Lösungen.

<http://www.francaisfacile.com/index.php>

Ortholud (alle Niveaus)

Vornehmliche leichte Regeln und Übungen zur französischen Sprache

<http://www.ortholud.com/index.html>

Bonjour de France (Niveau von A1 bis C1)

Die Seite ist gebunden an die Sprachkurse von Babbel (kostenpflichtig von 10 bis 5 Euro nach Dauer).

Teile der Kurse / Übungen sind kostenfrei. Die wechseln allerdings regelmäßig und sind auch nicht über Archive zugänglich.

<http://www.bonjourdefrance.com/index/indexgram.htm>

Le Point du Fle (Niveau von A1 bis C2)

Gratis: Verschiedene Themen (z.B. Audio-Dateien) und Grammatik (eigentlich eine Sammlung von Daten zum Thema)

<http://www.lepointdufle.net/apprendrelefrancais.htm>

Le plaisir d'apprendre (Niveau A2)

<http://www.leplaisirdapprendre.com/>

Wichtig: Verbindung zu Themen / Übungen anderer Webseiten (z.B. Canal Académie: siehe unten).

Canal Académie (vor allem ab Niveau B2)

Themenbereiche mit Audios, Transkriptionen, Fragen und Antworten

Reiter/Kurzform: CAVILAM oder Link:

<http://www.canalacademie.com/apprendre/index.php>

Beispiel unter „Art“: La peinture chinoise

<http://www.canalacademie.com/apprendre/fiche.php?id=19>

Multimedia

TV5 (Niveau A1 bis B2 und Fortgeschrittene)

Hören, Vokabular, Übungen und Lösungen, interaktives Wörterbuch

<http://apprendre.tv5monde.com/de>

RFI (Radio France International – Les Voix du Monde) (Fortgeschrittene)

Interaktive Webdokumentationen, Audio- und Videodateien, Dossiers

(Französische Menüleiste oben: Cartes, Chronologies, Diaporamas, Diaporamas sonores, Infographies, Reportages interactifs, Webdocumentaires)

<http://www.rfi.fr/webdocumentaires/>

Bibliothèque Nationale de France (Direktlink zu interessanten Videos – Niveau C1 / C2)

(Literarische) Themen können abgerufen werden

<http://classes.bnf.fr/rendezvous/> oder virtuelle Galerien <http://expositions.bnf.fr/index.php>



Besser Suchen: Tipps zum Einschränken, Ausweiten, Optimieren von Suchbegriffen

Suchoperatoren: Clever und effektiv Suchen

Site, *intitle* und *inbody* sind sicherlich die bekanntesten Suchoperatoren. Sie helfen Usern dabei, ihre Suchanfrage zu spezifizieren, um genauere Ergebnisse zu bekommen. In diesem Artikel wollen wir die einzelnen Suchoperatoren von Google und Bing vorstellen und aufzeigen, wie man durch Kreativität und Kombination der einzelnen Operatoren perfekte Suchanfragen für die Recherche von neuen Linkquellen und Kooperationspartner generieren kann.

Kombiniert man die definierten Sucheranfragen noch mit Scraping Tools, so lassen sich die neu gewonnen Ergebnisse geordnet ausgeben, um anschließend weiter verarbeitet zu werden. Somit lässt sich die Effizienz der Recherche steigern und kostbare Zeit sparen.

Tutorial von Matthäus Michalik (2013)

Google ist mit über 80% Marktanteil die weitaus am häufigsten benutzte Suchmaschine Deutschlands und stellt neben der Google Suche eine Vielzahl an weiteren Diensten zur Verfügung, die das Sucherlebnis der Nutzer verbessern sollen. Um die Ergebnisse einer Suche zu verbessern, gibt es die oben erwähnten Suchoperatoren, welche die Suche eingrenzen oder erweitern. Im Folgenden wollen wir auf die bekanntesten Suchoperatoren von Google und Bing eingehen und an kleinen Beispielen erläutern, wie man diese clever und effektiv einsetzt.

Basis Suchoperatoren

“exakter Suchbegriff”: Suche nach der exakten Suchphrase

Beispiel: *“Vodafone Mobilfunkvertrag kündigen”* – Google liefert nur Ergebnisse, die die komplette Suchphrase beinhalten. Seiten, die lediglich *Vodafone kündigen* oder *Mobilfunkvertrag kündigen* beinhalten, werden nicht ausgegeben.

-Suchbegriff: Die Kombination “-” ist als logisches NOT zu verstehen, mit dem man Suchbegriffe ausschließen kann. Dieser Operator kann logischerweise nur mit weiteren Suchbegriffen oder anderen Suchoperatoren kombiniert werden.

Beispiel: *Automagazin -Motorrad* – Google liefert nur Ergebnisse, welche das Wort *Automagazin* enthalten, aber nicht das Wort *Motorrad*.

~Suchbegriff: Mit einem Tildezeichen “~” werden neben dem eigentlich Suchbegriff auch deren Synonyme in der Suche beachtet.

Beispiel: *~Smartphone* – Google liefert Ergebnisse, welche den Suchbegriff “Smartphone” und die Synonyme von Smartphone, wie zum Beispiel Handy, enthalten.

***Suchbegriff**: Das Sternchen versteht sich als Wildcard oder Lückenfüller.

Beispiel: *auto * kaufen* – Google liefert alle Ergebnisse, welche Suchphrasen mit *auto [begriff] kaufen* enthalten. Dazu zählen Suchphrasen wie *auto privat kaufen*, *auto günstig kaufen*, *auto gebraucht kaufen* usw.
Suchbegriff1 ODER Suchbegriff2: Mit dem logischen ODER lassen sich Suchergebnisse ausgeben, die einen der Suchbegriffe enthalten. Hier ist zu beachten, dass es sich bei diesem ODER um kein exklusives ODER handelt, und somit ebenfalls Ergebnisse angezeigt werden, die beide Suchbegriffe enthalten.

Beispiel: *“Fußball wm 2014” ODER “Fußball wm 2015”* – Google liefert Ergebnisse zur Männer Fußball WM 2014, zur Frauen Fußball WM 2015 oder zu beiden Veranstaltungen.



Erweiterte Suchoperatoren

allinanchor: Mit dem "allinanchor:" Suchoperator werden nur Seiten ausgegeben, deren verweisende Links alle gewünschten Suchbegriffe im Anchortext enthalten.

Beispiel: *allinanchor:günstige Urlaubsangebote* – es werden lediglich Seiten ausgegeben, welche mit beiden Suchbegriffen im Anchortext verlinkt werden.

allintext: Mittels "allintext:" werden nur Seiten angezeigt, die alle Suchbegriffe im Text enthalten.

Beispiel: *allintext:koordinationsübungen sportunterricht* – Google liefert Ergebnisse, die *Koordinationsübungen* und *Sportunterricht* im Text enthalten.

allintitle: Der "allintitle:" Suchoperator gibt nur Seiten aus, welche alle Suchbegriffe im Title enthalten.

Beispiel: *allintitle:handy technik blog* – es werden alle Seiten ausgegeben, welche alle drei Suchbegriffe im Title enthalten.

allinurl: Mit dem "allinurl:" Suchoperator werden nur Seiten ausgegeben, die in der URL die gewünschten Suchbegriffe enthalten.

Beispiel: *allinurl:modetrends-2012* – Mit dieser Suchanfrage werden nur Ergebnisse geliefert, in denen *modetrends-2012* in der URL enthalten sind.

cache: Der Suchoperator "cache:" zeigt die Google-Cache-Version der Webseite an. Fügt man einen weiteren Suchbegriff hinzu, wird dieser im Text hervorgehoben.

Beispiel: *cache:akm3.de* – Google zeigt die Google-Cache-Version der AKM3-Webseite an. Diese ist vom 14. Jan. 2013, 18:31:18.

define: Durch den "define:" Operator werden nur Definitionen von Begriffen samt Quelle angezeigt.

Beispiel: *define:lichtgeschwindigkeit* – Google gibt verschiedene Definitionen von "Lichtgeschwindigkeit" aus.

filetype: Mittels "filetype:" lässt sich die Google-Suche auf bestimmte Dateiendungen beschränken.

Beispiel: *Mietvertrag filetype:pdf OR filetype:doc* – Google liefert Suchergebnisse, die *Mietvertrag* enthalten und entweder eine PDF-Datei oder eine DOC-Datei sind.

id:/info: Mittels "id:" oder "info:" lassen sich Informationen zu der gegebenen Webseite anzeigen.

Beispiel: *info:akm3.de* – Google zeigt Infos über die Seite "akm3.de".

inanchor: Der "inanchor:" Suchoperator gibt nur Seiten aus, die mittels des Suchbegriffs im Anchortext verlinkt werden.

Beispiel: *Mietvertrag inanchor:download* – Google liefert Ergebnisse, die *Mietvertrag* enthalten und mit *download* im Anchortext verlinkt sind.

intext: Mittels des "intext:" Suchoperators lassen sich Google-Ergebnisse ausgeben, welche den Suchbegriff im Fließtext verwenden.

Beispiel: *intext:"günstige Notebook Angebote"* – Google zeigt lediglich Ergebnisse an, die die Suchphrase *günstige Notebook Angebote* im Text enthalten.



intitle: Im Gegensatz zum “intext:” Suchoperator zeigt “intitle:” Ergebnisse, welche den Suchbegriff im Title enthalten.

Beispiel: *intitle:technik blog* – Google liefert Ergebnisse, welche die Suchbegriffe *Technik* und *Blog* im Title enthalten.

inurl: Der “inurl:” Suchoperator liefert Ergebnisse, welche den Suchbegriff in der URL enthalten. Dabei ist es irrelevant, wo der Suchbegriff zu finden ist, ob Root-Domain oder als Teil der URL.

Beispiel: *inurl:technik-blog* – Es werden alle Google-Ergebnisse angezeigt, welche den Suchbegriff *technik-blog* in der URL enthalten.

link: Mittels “link:” lassen sich Seiten in den Suchergebnissen anzeigen, welche auf die angegebene Domain verweisen.

Beispiel: *link:www.akm3.de* – In den Suchergebnissen sind diejenigen Seiten gelistet, welche auf *akm3.de* verlinken.

related: Mit “related:” werden Seiten ausgegeben, die der gesuchten Seite ähneln.

Beispiel: *related:www.zalando.de* – es werden *zalando.de* ähnliche Seiten angezeigt. In unserem Beispiel wären dies andere Mode-/Schuh-Shops.

site: Mittels des “site:” Suchoperators lassen sich alle indexierten Seiten einer Domain anzeigen. Darüber hinaus lässt sich mit diesem Suchoperator die Suche auf eine bestimmte Seite beschränken.

Beispiel: *recap site:akm3.de* – Google liefert Treffer, die auf *www.akm3.de* zu finden sind und *recap* im Text enthalten.