

AltaVista

Stand: 01.08.2022

Der Begriff AltaVista erinnert an die Frühzeit des Internets und ist jüngeren Usern nicht mehr bekannt. Es handelt sich dabei um eine Suchmaschine, die von Dezember 1995 bis Juli 2013 zur Verfügung stand. Sie erfreute sich ihrerzeit großer Beliebtheit und erlaubte schon damals eine Bildersuche sowie die Volltextsuche.

Die Eigenschaften der Crawler und Bots kamen damals noch nicht an heutige Leistungen heran, aber mussten sich mit 3 Millionen täglichen Zugriffen dennoch nicht verstecken. Der Indexer konnte stündlich rund einen Gigabyte Daten indexieren.

- Indexer: Ni2
- AltaVista-Suchroboter: Scooter

Wie entwickelte sich AltaVista?

Wie so viele Projekte geht auch AltaVista auf Entwicklungen aus Palo Alto zurück. Es entstand 1995 im dort ansässigen Digital's Research Lab. Die Suchmaschine war in über 25 Sprachen verfügbar und ging später in anderen Suchmaschinen auf. Schon im Jahr 2003 wurde sie durch Overture übernommen, die wiederum selbst von Yahoo aufgekauft wurde. Ab 2011 wurde die Suche automatisch zu Yahoo umgeleitet.

Wie funktionierte AltaVista?

Einerseits setzte die Suchmaschine auf eigens angelegte Daten via Crawler und Webseitenindex. Daneben setzte diese Suchmaschine auf Verzeichnisinformationen („LookSmart“), die von Menschen erstellt wurden. Zusätzlich ergänzten bezahlte Beiträge durch „Overture“ das Angebot. Kurze Meldungen, die am ehesten als Schlagzeilen beschrieben werden können, sind von „Moreover“ zur Verfügung gestellt worden.

Crawling: Automatische Suche und Erfassung von Webseiten durch einen Crawler, der die Seiten dann in seinen Index aufnahm. Um auf Veränderungen, zum Beispiel der URL, reagieren zu können, wurden die Seiten etwa alle 4 Wochen erneut besucht und die Daten abgeglichen.

Einreichen: Es bestand die Möglichkeit, Webseiten manuell einzureichen und kostenfrei indexieren zu lassen. So war es möglich, schneller einen Eintrag in der Suchmaschine zu erhalten. Nach einem Spam-Check dauerte es maximal vier bis sechs Wochen, ehe die Webseite aufgenommen wurde.

Aufnahme (bezahlt): Neben Anbietern mit weniger als 500 Seiten existierte ferner ein Massenprogramm für Seitenbetreiber mit vielen Hundert oder Tausend Seiten. Die Anmeldung erfolgte auf einer Kosten-pro-Klick-Basis.

Rankingfaktoren von AltaVista

Die damaligen Rankingfaktoren sind nicht zwingend mit heutigen Anforderungen vergleichbar und daher komplett veraltet. Allerdings sind einige der Maßnahmen bis heute sinnvoll. Dazu zählt auch eine erste

Anforderung, nämlich das Vorhandensein des Keywords im Webseiten-Titel. Außerdem rankten Seiten gut, die die Keywords in den Tags und der Meta-Beschreibung enthielten. Die wichtigsten Begriffe sollten jeweils am Anfang der Texte erscheinen

Der gesamte Algorithmus wurde so ausgelegt, dass wirklich nur solche Seiten aufgerufen wurden, die sich exklusiv mit dem gesuchten Begriff beschäftigten. Damals machte das SEOs bekannte Keyword-Spamming in Texten tatsächlich Sinn. Gezählt wurden die Suchbegriffe auf einer Seite und deren Verhältnis zueinander.

Allerdings wurden Seiten abgestraft oder komplett entfernt, wenn URLs einen bestimmten Anschein erwecken, aber eher als Spam zu betrachten sind, die keinen Mehrwert liefert. Man spricht hierbei von Relevanzstrafen.

Der AltaVista-Crawler kannte folgende Inhalt als verdächtig:

- viel zu kleiner Text (sogenannter unsichtbarer Text)
- sinnlose Wiederholungen ohne Kontext
- fremde Schlüsselwörter in Massen
- Fehler und Irreführungen im Meta-Bereich, unkorrekte Tags und Beschreibungen
- Duplicate Content (Dopplungen von Webseiten)

Wonach suchten die Nutzer bei AltaVista?

Klassischerweise ging es vornehmlich um die Volltextsuche, die mit weiteren Inhalten ergänzt wurde. Sehr beliebt war unter anderem die Bildersuche. Damals ordnete die Suchmaschine mit den Crawler nach Dateiformat wie JPEG, BITMAP oder GIF. Ein Auswerten des gezeigten Inhalts war damals wie heute schwierig. Die Referenzen in der Bildbeschreibung waren das Hauptauswahlkriterium, worauf sich sowohl die Suchmaschine wie die Nutzer verlassen mussten.

Um die Jahrtausendwende war es ebenfalls beliebt nach Musik in diversen Formaten zu suchen. AltaVista bot die Möglichkeit, MP3-Audios über einen speziellen Search-Service zu entdecken und Sound-Listen auszuspielen. Hierfür wurden seitens der Betreiber Partnerschaften mit diversen Musik-Anbietern bzw. Betreibern von solchen Formaten geschlossen.

Im Gegensatz zu heute wurden damals wesentlich weniger Videos, insbesondere hochwertige Videos ins Netz gespielt. Mit einem Video-Search wurden auch diese Dateien, gecrawlt, indexiert und dem User ausgespielt. Typische Inhalten von Videos waren Musik, Nachrichten und Sendungen von TV-Formaten. Letzterer Bereich wurde Stand heute (2022) in den folgenden Jahren extrem ausgebaut. Die damalige Auswahl ist mit dem heutigen Angebot nicht annähernd vergleichbar.

Wie erwähnt waren auch Nachrichtenbeiträge in Videoform gefragt. Daneben spielte die Suchmaschine mit seinen AltaVista-News entsprechende Webseiten aus, die über eine spezielle Nachrichtensuchmaschine täglich neu erfasst wurden.

Gab es damals schon Shopping-Angebote?

Tatsächlich bot AltaVista für damalige Verhältnisse sehr modern schon eigene Shopping-Ergebnisse an. Produkte von Online-Händlern wurden bis zum Jahr 2001 angeboten, dann endete dieser Dienst. Diese Fähigkeit erwarben andere Suchmaschinen und entwickelten sie bis hin zu Produktvergleichen weiter.