



Fallbeispiele für Suchanlässe

Quelle: Google Insights for Search

Marktforschung
Google Germany

Ziel:

- Fragestellung: Was löst online Suchanfragen aus?

Methode:

- Mit einigen Fallbeispielen soll gezeigt werden, mit welcher Bandbreite gesucht wird und was zusätzliche Suchanfragen auslöst.
- Die Daten stammen aus Google Insights for Search, einem öffentlich zugänglichen und kostenlosen Analysetool (www.google.com/insights/search)
- Betrachtet werden ausschließlich Ergebnisse aus Deutschland
- Die Charts stellen indexierte, normierte Suchanfragen dar, d. h. die Ergebnisse sind beispielsweise um den Effekt bereinigt, dass das online Suchvolumen insgesamt deutlich über die Jahre angestiegen ist.

Saisonale Events: Osterhase vs. Weihnachtsmann

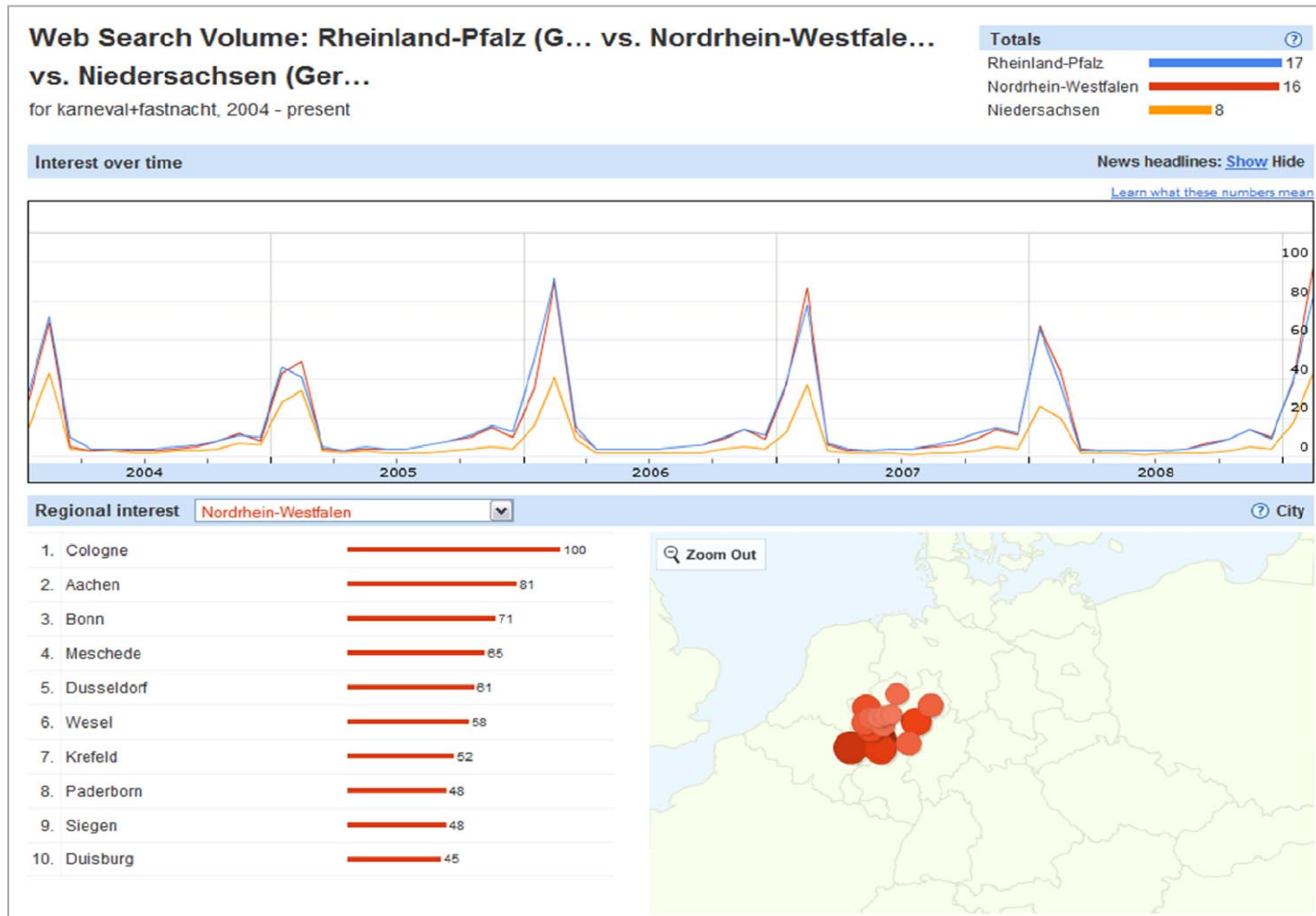


- Saisonale Ereignisse lösen Suchanfragen aus
- Es ist nicht schwer, zu erraten, was im März / April 2009 geschehen wird...



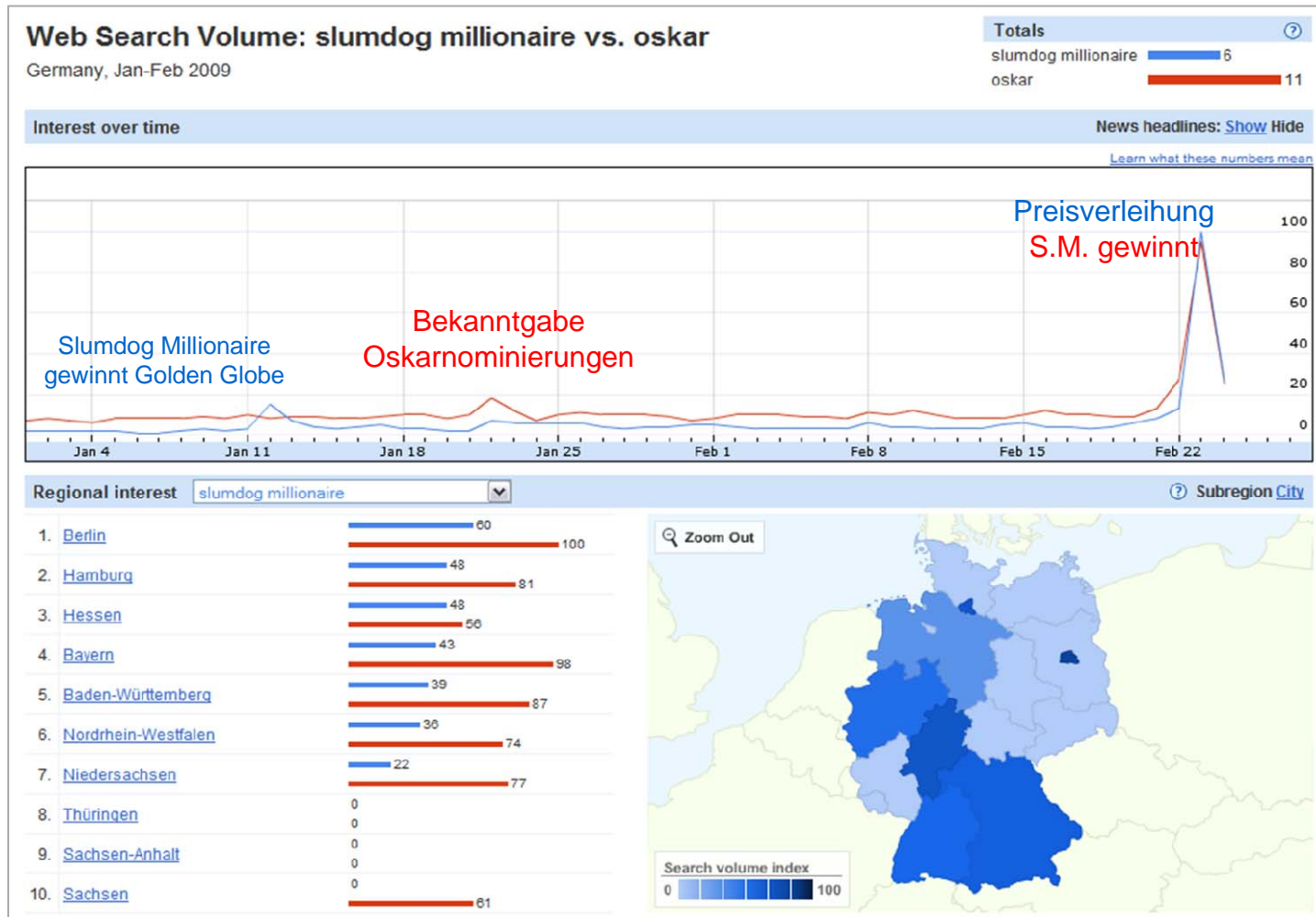
Saisonale Ereignisse: Karneval

- ... wobei die Intensität, mit der online nach saisonalen Themen gesucht wird, regional stark unterschiedlich sein kann!



Tagesaktuelle Themen: Kino

- Themeninteresse bis zum Ereignis lässt sich über Suchanfragen tracken
- Hier: „Karriere“ des indischen Films „Slumdog Millionaire“



Tagesaktuelle Themen: Politik

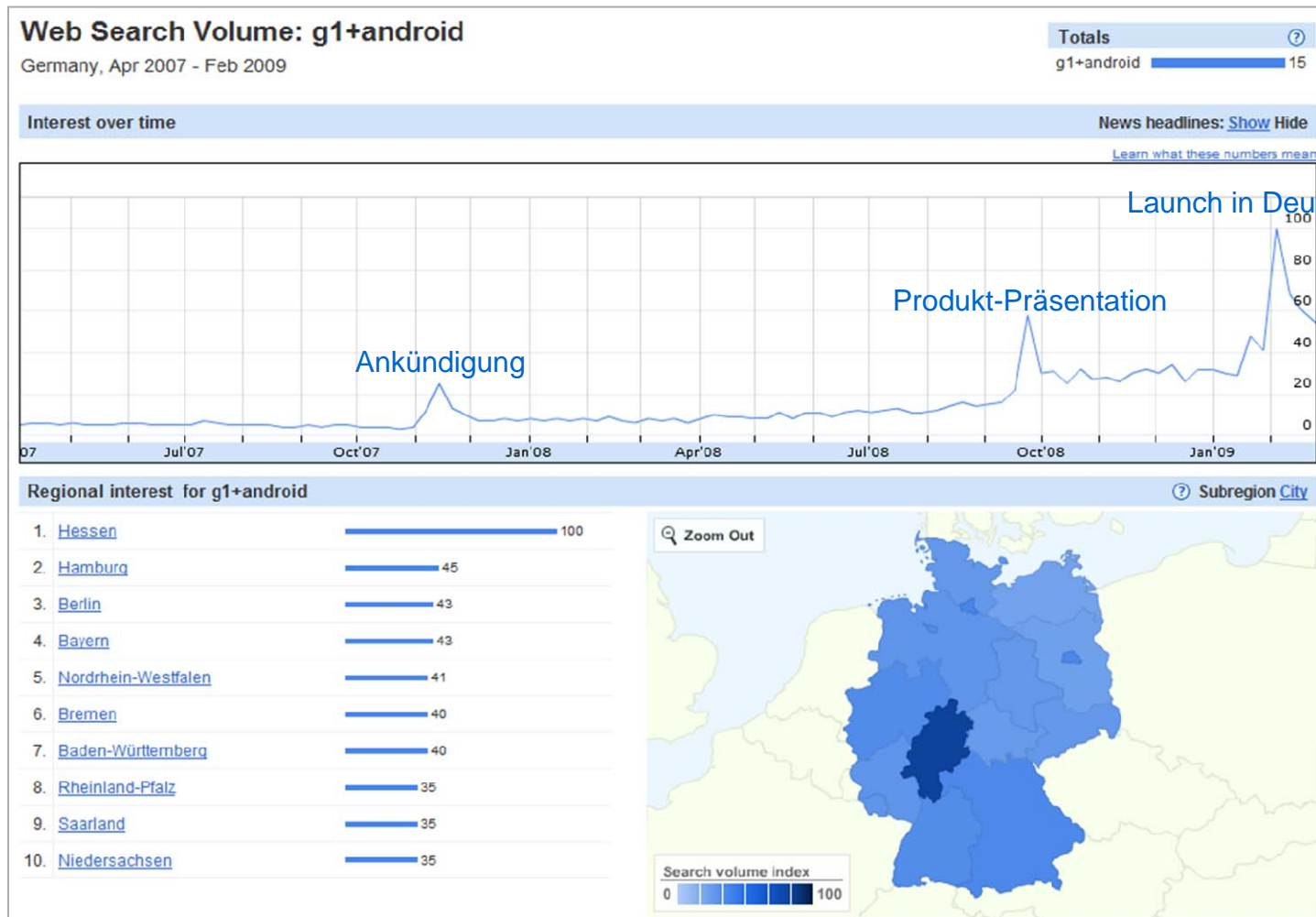
- Politische Themen werden ebenfalls gesucht und können für sehr starke, kurzfristige Ausschläge in den Suchanfragen sorgen



Produkte: Google-Handy G1

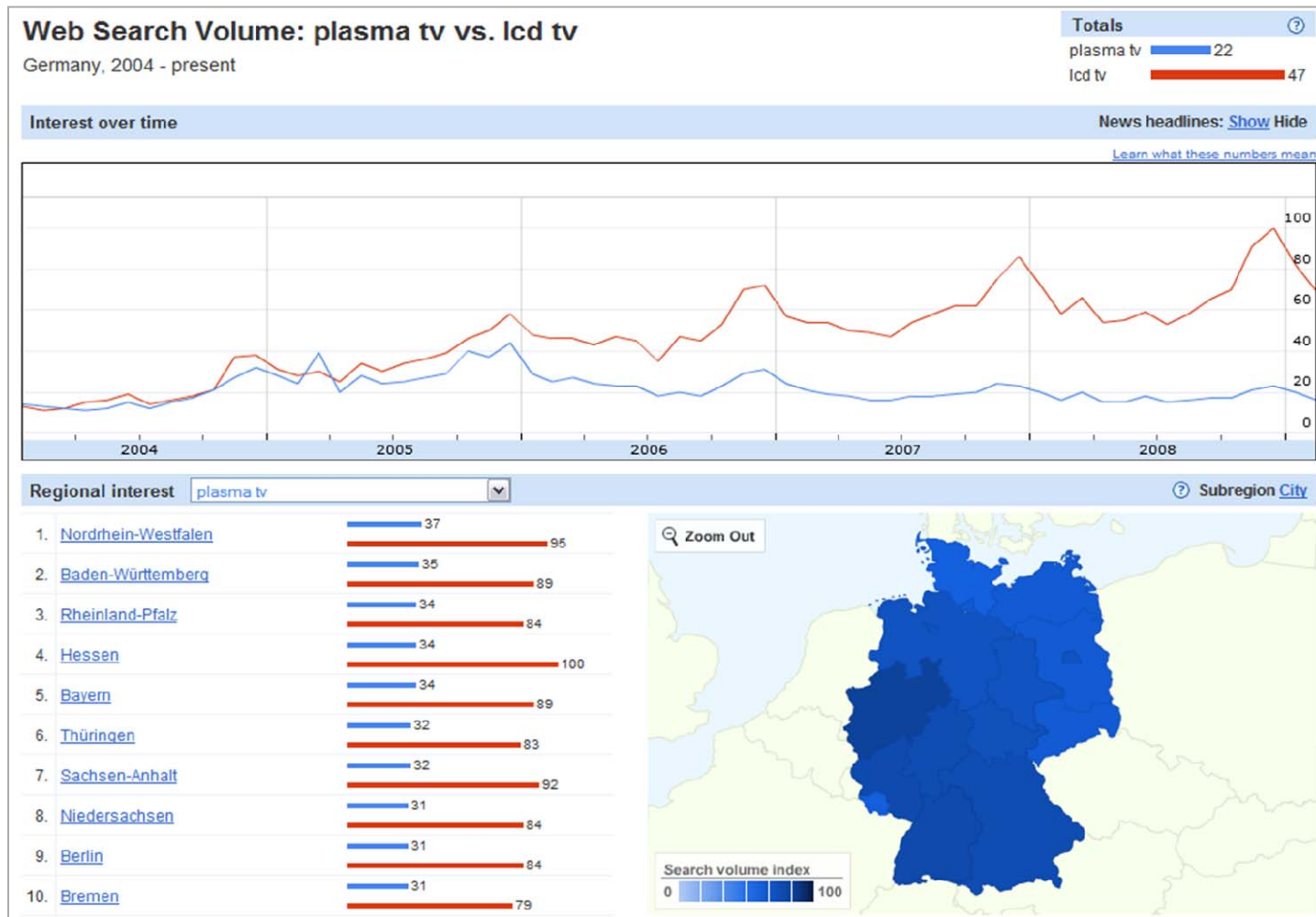


- Erwartungsgemäß informieren sich die Menschen mit Hilfe von Google über neue Produkte (sowohl vor als auch während und nach dem Launch!)



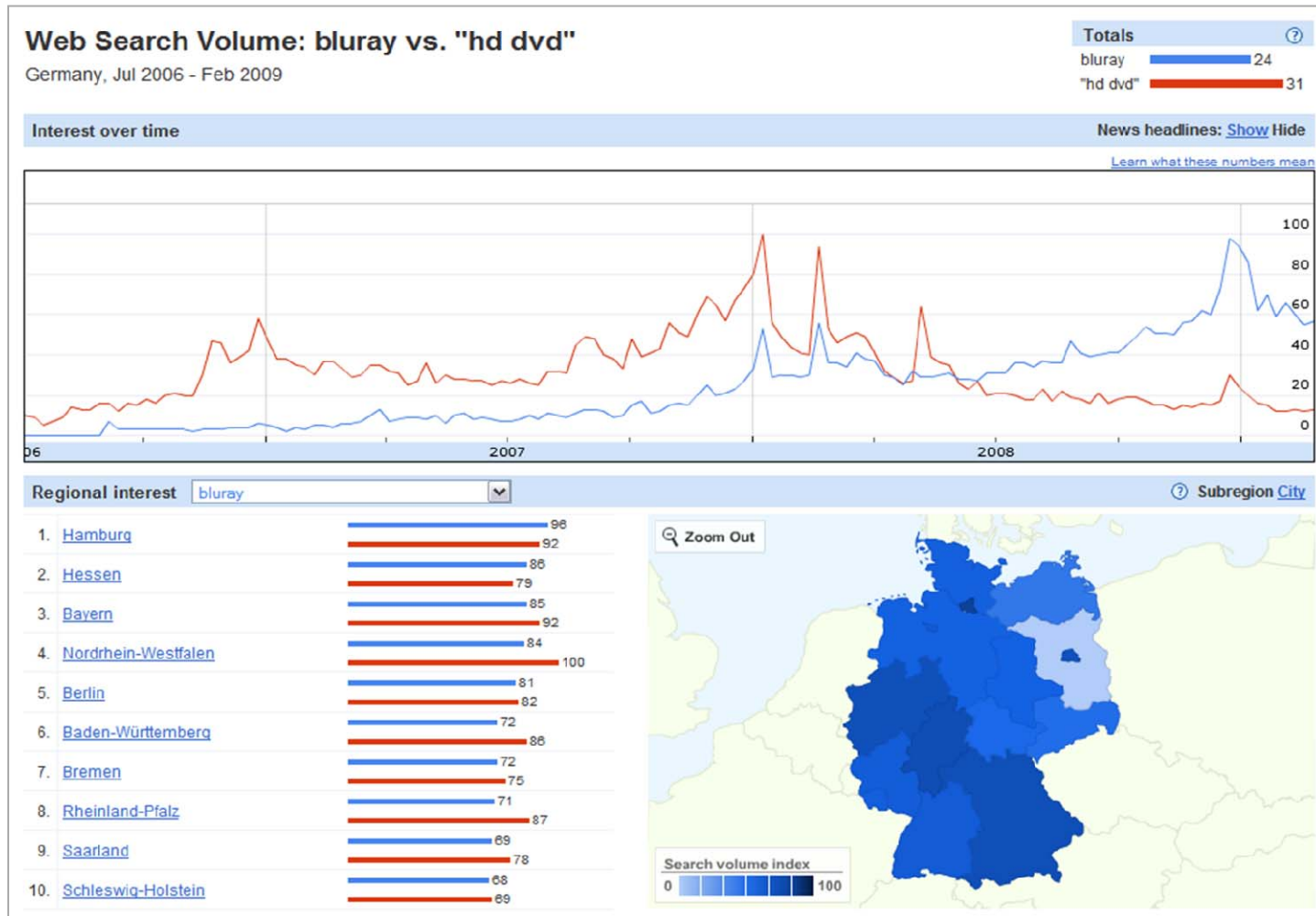
Produkte: Flatscreen-TV

- Suchanfragen reflektieren auch, wie sich das Interesse der Nutzer im Zeitablauf verschiebt...



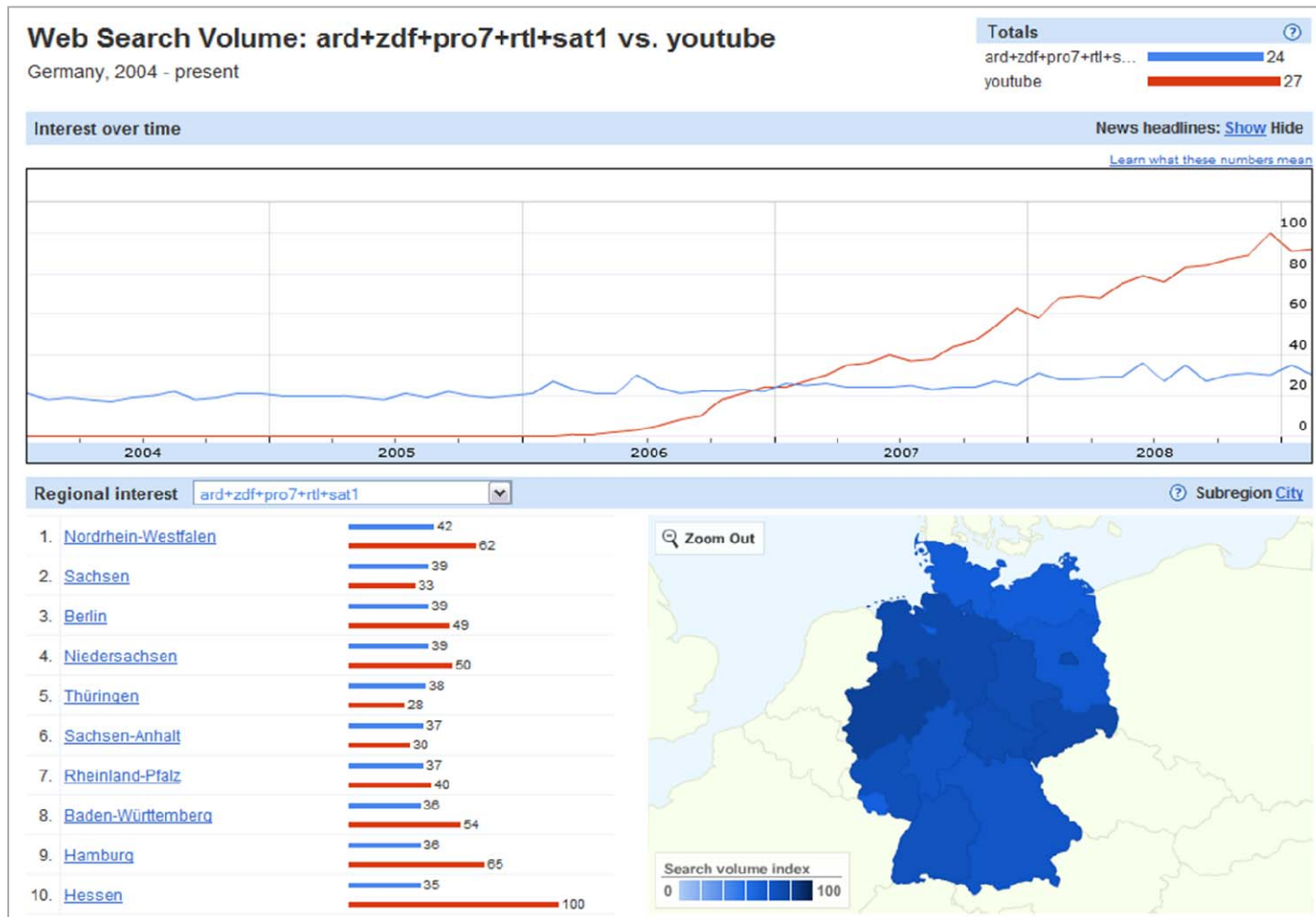
Produkte: Bluray vs. HD-DVD

- ...oder wie der Wettstreit zweier konkurrierender Produktideen im Zeitablauf entschieden wurde!



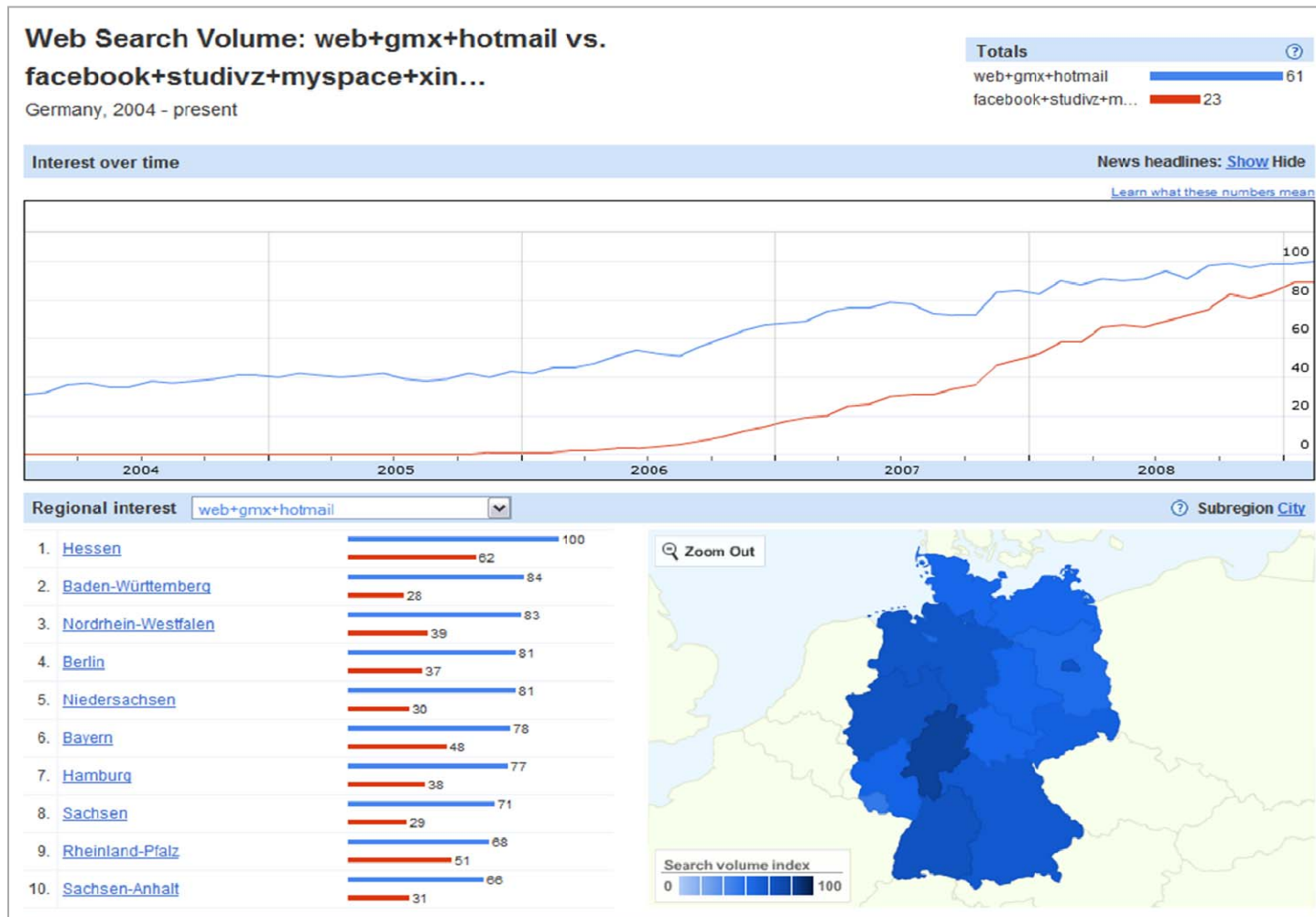
Medien: YouTube vs. TV

- Suchanfragen deuten auch Änderungen im Mediennutzungsverhalten an!
Und zwar solche, die sich bereits ereignet haben...



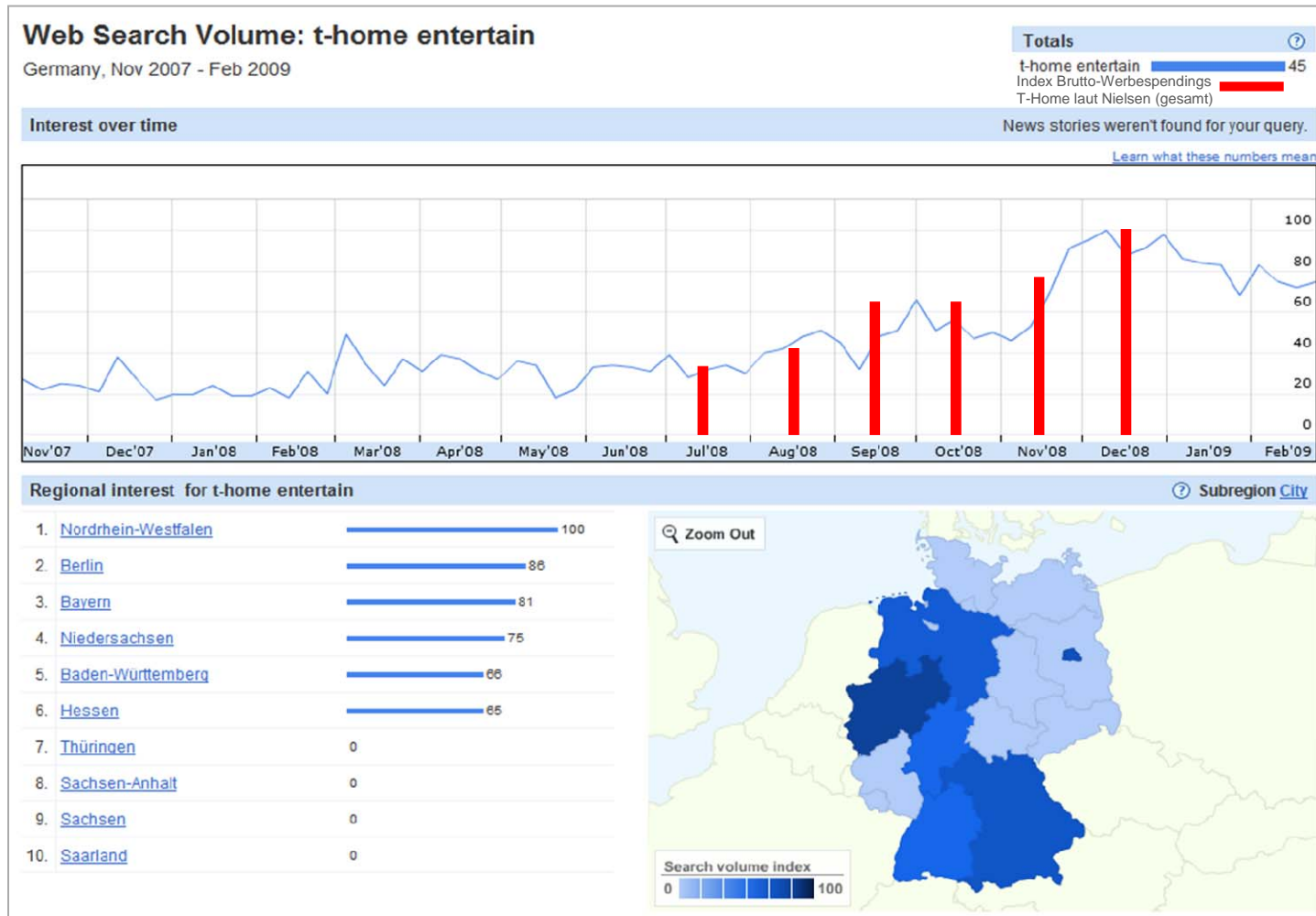
Medien: Social Networks vs. E-Mail

- ...und solche, die gerade in vollem Gange sind!



Werbung: T-Home Entertain

- Werbung löst ebenfalls Suchanfragen aus, hier für T-Home Entertain
- Die Werbespendings für T-Home entstammen der Nielsen Statistik



Werbung: T-Home Entertain

- In der Konsequenz eröffnet dies Firmen die Möglichkeit, Kundeninteresse gezielt durch eine AdWords-Kampagne abzufangen und zu bedienen

The screenshot shows a Google search results page for the query "t-home entertain". The search bar at the top contains the text "t-home entertain" and the search button is labeled "Suche". Below the search bar, there are radio buttons for "Das Web", "Seiten auf Deutsch", and "Seiten aus Deutschland". The search results are displayed in a list format. The first result is highlighted with a red box and is titled "T-Home Entertain" with the URL "www.t-home.de/entertain". The snippet for this result reads "Das neue Fernsehen - jetzt Kunde werden & 100€ Online-Prämie sichern". Other results include "T-Home Entertain Angebote", "T-Home Entertain im Test", "Entertain - Entertain Pakete von T-Home", "T-Home Entertain - Wikipedia", "Entertain - Angebote - Entertain Comfort", "Entertain - Programmauswahl", and "T-Home Entertain - die DSL Pakete mit Internet TV der Telekom".

Fazit



1 Die Beispiele zeigen, dass unterschiedlichste Faktoren das Suchvolumen beeinflussen können.

2 Es wird nach allem gesucht, was die Menschen bewegt – zum Teil auch nach Dingen, die nicht offensichtlich sind

3 Einzelne Ereignisse spiegeln sich sofort und signifikant im Volumen wider.