

Die Ersten werden Ersten sein

In Kooperation mit **update** hat die Mediaagentur Mindshare User zu ihrem Suchverhalten auf Search Engines wie Google und Co. befragt. Für die repräsentative Erhebung nahm Mindshare 253 User im Alter von 15 bis 59 Jahren ins Visier. Von Maximilian Mondel



Sabine Auer, Business Planning Director Mindshare: „Es empfiehlt sich, am Smartphone mit der Anzeige top gerankt zu sein.“

Wer spontan etwas wissen will und niemanden hat, den er oder sie fragen kann, der schaltet wahlweise seinen Rechner, sein Tablet oder sein Smartphone ein und wird im Normalfall über Google fündig. Das sagen 97 Prozent. Es gibt aber noch weitere Suchmaschinen, die die Onlinesuche befeuern. Speziell bei den 15- bis 29-Jährigen sind Wikipedia mit 71 Prozent und YouTube mit 65 Prozent beliebte Informationsquellen. Amazon folgt mit 63 Prozent knapp dahinter.

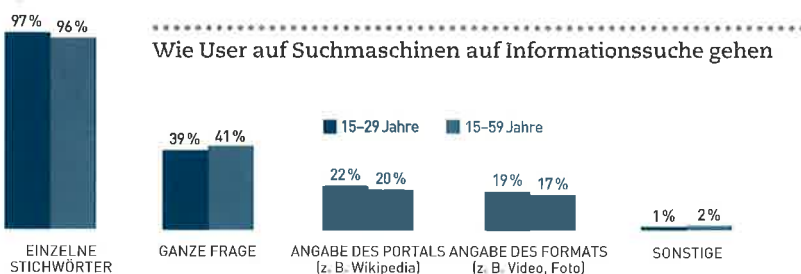
Mehr als die Hälfte der Befragten geben an, ein Ergebnis auf der ersten Seite auszuwählen. Immerhin 22 Prozent entscheiden sich zwischen den ersten drei Ergebnissen, die aber oft bezahlte Anzeigen sind. Geringe Chancen, angeklickt zu werden, zeigen Ergebnisse, die sich auf den nachfolgenden Seiten befinden. Ob ein Suchergebnis angeklickt wird, hängt für 84 Prozent von der Quelle ab. 27 Prozent treffen ihre Entscheidung anhand der Platzierung. Sie interessieren sich eher für Ergebnisse, die weiter vorne stehen.

Stichwörter bestimmen die Suche

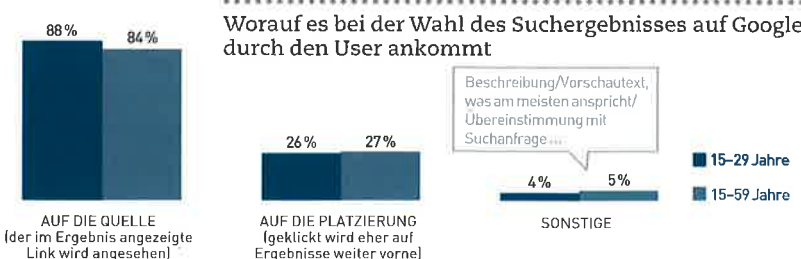
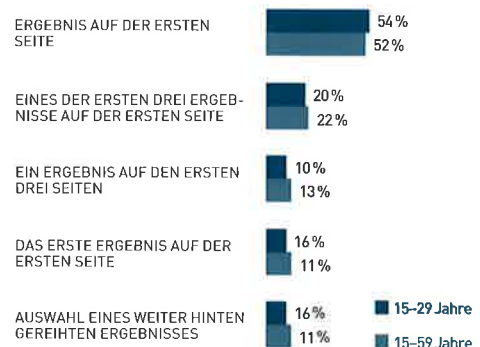
Laut der in Kooperation mit **update** von der Mediaagentur Mindshare durchgeführten Befragung unter Usern im Alter von 15 bis 59 Jahren geben diese an, hauptsächlich mittels Stichwörtern zu suchen. 41 Prozent formulieren ganze Fragen und 20 Prozent geben bei der Suchanfrage zusätzlich die Plattform ein, auf der sie das Ergebnis erwarten. Suchbegriffe werden dabei überwiegend in der Google-Suchzeile eingegeben. Im Vergleich zu den Älteren verwenden die Jüngeren mit 45 Prozent aber auch verstärkt die Browserzeile für ihre Suchanfrage.

Die Ergebnisse der Befragung zeigen, dass am PC oder Laptop bei den Suchergebnissen nach unten gescrollt wird. Bei der stationären Suche – etwa nach Flügen – würden 26 Prozent auf die top platzierten Werbeanzeigen klicken, 37 Prozent klicken auch Suchergebnisse, die weiter unten platziert sind, an. Bei derselben Suchanfrage am Smartphone entscheiden sich sogar 41 Prozent für die ersten Suchergebnisse. „Uns bestätigt das Ergebnis, dass es empfehlenswert ist, aufgrund der kleineren Bildschirmgröße am Smartphone im Vergleich zu Laptop und PC mit der Anzeige top gerankt zu sein“, erklärt Sabine Auer, Business Planning Director Mindshare.

Fotos: Mindshare/Michalski



Welches Suchergebnis auf Google von den Usern gewählt wird



Quelle: Mindshare/Werbeplanung.at update, n = 253