

## Suchmaschinen Marketing

# Suchverhalten.

### Allgemein

---

- >>30% aller User suchen ausschliesslich in Suchmaschinen, um neue Angebote zu finden.
- >>75% suchen nach Firmen oder Marken.
- >>42% geben ein neues Suchwort ein, wenn auf der ersten Seite keine passenden Einträge gefunden werden.
- >>36% glauben, dass die Erstplatzierten Unternehmen in den Suchergebnissen auch zu den führenden Unternehmen in deren Branche gehören.
- >>68% empfinden Suchmaschinen als vertrauenswürdig.
- >>75% haben eine Kaufabsicht, wenn sie Suchmaschinen besuchen.
- >>76% bevorzugen die Suchergebnisse gegenüber den Werbeanzeigen in Suchmaschinen.
- >>Google-Nutzer verwenden tendenziell keine andere Suchmaschine.
- >>20 bis 25% aller Suchanfragen wurden vorher noch nie ausgeführt.
- >>Frauen sind eher bereit auf bezahlte Werbung zu klicken (43.1%) als die Männer (34.6%).
- >>Je länger (ab 2 Jahren) die User Suchmaschinen benutzen, desto weniger Beachtung werden den Textanzeigen geschenkt, umso mehr dafür den organischen Suchergebnissen.

### Anzahl Suchbegriffe

---

- >>Weil im Deutschen das Substantivieren möglich ist (z.B. Haushaltsabfall), ist der Anteil der Ein-Wort-Suchen gegenüber anderen Sprachen verhältnismässig hoch.

Allerdings machen auch im Deutschen die 2 bis 3 Wort-Suchen die Mehrheit aus.



[Deutsch](#)  
[Englisch](#)  
[Französisch](#)  
[Italienisch](#)

### Top-Ten der gesuchten Themengebiete

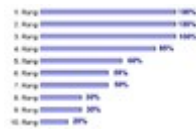
---

1. Personen, Orte, Gegenstände
2. Handel, Reisen, Arbeit, Wirtschaft
3. Computer, Internet
4. Gesundheit, Wissenschaft
5. Bildung, Geisteswissenschaften
6. Unterhaltung, Entspannung
7. Sex, Pornographie, Erotik
8. Kultur, Gesellschaft, Religion
9. Politik, Militär
10. Kunst

## Beachtungsgrad

### Suchergebnisse

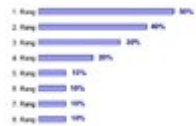
>> Ab dem 4. Rang verflacht die Beachtung der Suchergebnisse merkbar.



[Vergrössern](#)

### Textanzeigen

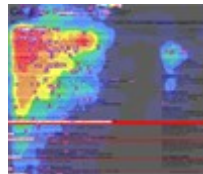
>> Noch deutlicher sind die Unterschiede von den Top-Platzierungen zu den restlichen Rängen bei der Suchmaschinen-Werbung.



[Vergrössern](#)

### Optische Darstellung

>> Die optische Messung verdeutlicht die Kennzahlen der beiden vorhergehenden Punkte.



[Vergrössern](#)

### Auswahlkriterien

>> Die Position in den Suchergebnissen ist zwar das wichtigste Kriterium, aber bei Weitem nicht das Einzige, damit die User das Ergebnis anklicken.



[Vergrössern](#)

## Hinweis:

Diesen Artikel finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/suchverhalten.asp>

Weitere Artikel zum Thema Suchmaschinen Marketing finden Sie unter:

<http://www.marketing.ch/wissen/suchmaschinenmarketing/start.asp>