

Dipl. Soz. Manfred Peter

Wie Suchmaschinen-Ergebnislisten wahrgenommen werden

Vermutet hatte man es schon längst, die Wissenschaft kann es nun nachweisen. Die höchste Aufmerksamkeit in Suchmaschinen-Ergebnislisten wird in geradezu dramatischer Dichte jenen Informationen geschenkt, die oben stehen. Die Grafiken (siehe Seite 2) zeigen mit überzeugender Deutlichkeit, wohin Suchende schauen. Booz Allen Hamilton formulierte unlängst "Bei der Onlinewerbung hat nur Erfolg, wer auf den vorderen Plätzen mitspielt". Auch Prof. Joachimsen + colleagues an der Cornell University / USA wiesen nach, dass die Aufmerksamkeit grundsätzlich und mit krassem Gefälle von oben nach unten verläuft. Wer oder was unten ist, befindet sich augenscheinlich – und dies ist wörtlich zu nehmen – im Abseits.

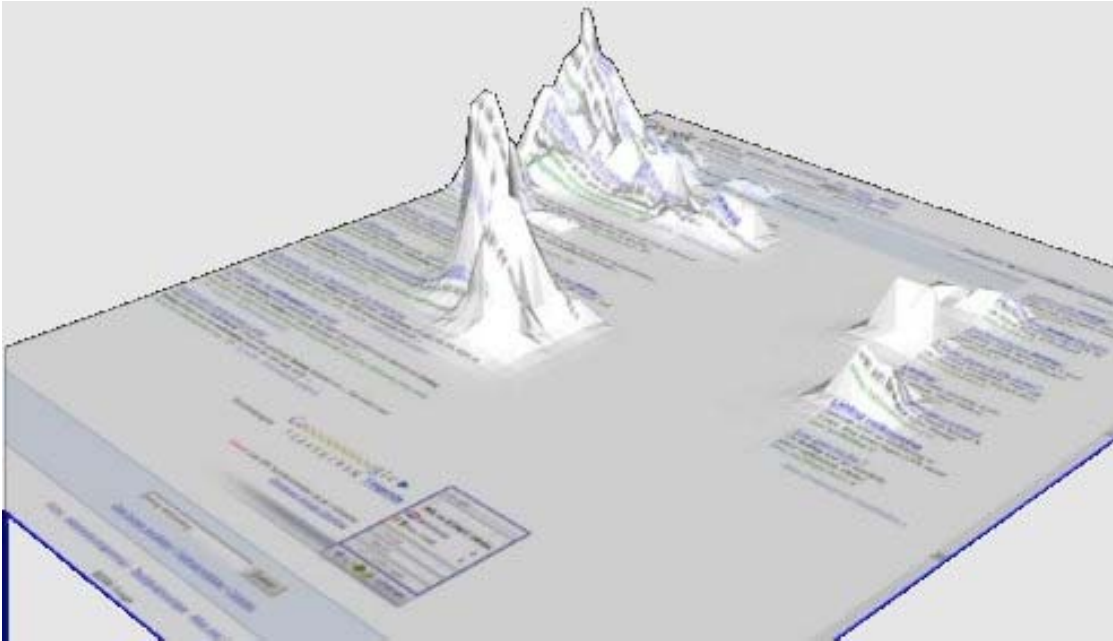
Marktforscher in Frankfurt am Main, die damals noch nicht Researcher hießen, hatten bereits 1966 unter der Leitung von Carmen Lakaschus in Untersuchungen mit Augenkameras aufgezeigt können, wohin das Interesse geht. Oben ist und bleibt Trumpf. Die Herausforderung heisst also "**Gefunden werden, in den Suchmaschinen ganz oben**". Das ist das Motto von SoFIND.

Eine aktuelle Studie untersuchte die Augenbewegungen der Suchmaschinenbesucher. Hier die Ergebnisse:

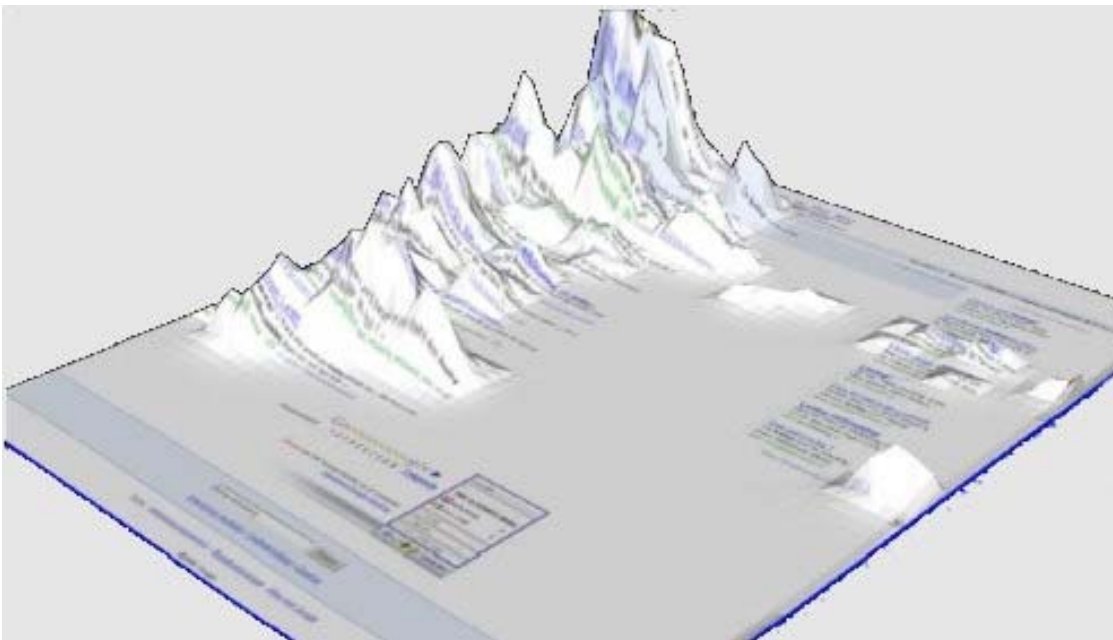
1. 98% der Suchenden blicken auf die echten (nicht werbefinanzierten) Suchergebnisse.
2. 95% nehmen die werbefinanzierten Anzeigen im oberen Bereich über den eigentlichen Treffern wahr.
3. 31% der Suchenden nehmen die Anzeigen in der rechten Spalte wahr.
4. Vor dem ersten Klick werden im Schnitt 9,2 Ergebnisse betrachtet.
5. Dies setzt sich zusammen aus 6,6 echten Treffern, 2,6 oberen Anzeigen und 0,6 rechtsspaltigen Anzeigen.
6. Im Durchschnitt vergehen 10,4 Sekunden für das Lesen der Trefferseite.
7. Informationssuchende bevorzugen bekannte Firmen und Marken.
8. Kaufinteressierte achten mehr auf passende Informationen als auf (bekannte) Marken.
9. Suchende mit Kaufabsicht betrachten die Ergebnisse wesentlich genauer und länger (11,4 Sekunden) als Suchende mit bloßer Informationsabsicht.
10. Informationssuchende gewähren den Suchergebnissen im Schnitt 1,1 Sekunden.

Wie Google-Ergebnisse wahrgenommen werden

Informationssuche:



Kaufabsicht:



Quelle: Studie über Augenbewegungen der Suchmaschinenbesucher