

## Saferinternet.at

Das Internet sicher nutzen!

Saferinternet.at is co-financed by the European Union's Connecting Europe Facility

## News

---

### Suchmaschinen clever verwenden: Wie kommt die Ergebnisliste zustande?

13.10.2014

Teil 2: Die Algorithmen der Suchmaschinen entscheiden, welche Informationen in der Ergebnisliste ganz oben stehen und welche weit hinten praktisch unsichtbar sind. Wir erklären, wie Suchmaschinen-Rankings funktionieren.



Die Reihung der Suchergebnisse sagt nicht unbedingt etwas über die Qualität der Inhalte aus. Bild lizenziert unter CC0 Public Domain

Kontaktdaten oder Adressen finden? Zitate von altgriechischen Philosophen zuordnen? Die Nachrichten aus dem eigenen Bundesland abrufen? In nur wenigen Sekunden liefern uns Internet-Suchmaschinen die **Antwort auf praktisch jede Frage**. Das „Googeln“ nach Informationen ist für uns so alltäglich geworden, dass die **Funktionsweise von Suchmaschinen** oder die Frage nach der **Qualität der Suchergebnisse** meist in den Hintergrund tritt. Fakt ist: Nicht immer listen Suchmaschinen die besten Ergebnisse an vorderster Stelle und **nicht allen Quellen im Internet sollte blind vertraut werden!**

Im zweiten Teil unserer Serie zur cleveren Verwendung von Suchmaschinen widmen wir uns der Frage, wie die **Reihung der Suchergebnisse** zustande kommt, warum in den Ergebnissen **auch Werbeanzeigen zu finden sind** und wieso die **Trefferliste für jeden User/jede Userin anders aussieht**.

In Teil 1 unserer dreiteiligen Serie zur cleveren Verwendung von Suchmaschinen erklären wir, **wie Suchmaschinen im Internet eigentlich funktionieren** und mit welchen Tricks man die **Suche nach Informationen effizienter gestalten kann: Suchmaschinen clever verwenden – wie funktioniert die Suche im Internet?**

In Teil 3 dreht sich alles um die **sichere Internet-Suche für Kinder: Suchmaschinen clever verwenden – Such-Tipps für Kinder**

Wie werden Suchergebnisse gereiht?

In welcher Rangfolge die Suchergebnisse dargestellt werden („Ranking“), bestimmt der Algorithmus der

Suchmaschine. Dieser bewertet die **Relevanz der erfassten Seiten anhand zahlreicher Kriterien** („Ranking-Faktoren“). Jede Suchmaschine verwendet einen eigenen Algorithmus, welcher laufend weiterentwickelt und verändert wird.

Welche Ranking-Faktoren konkret und mit welcher Gewichtung für die Reihenfolge der Suchergebnisse ausschlaggebend sind, ist **zentrales Betriebsgeheimnis der Suchmaschinen-Anbieter**. Suchmaschinen-Expert/innen in aller Welt sind daher laufend der „idealen“ **Suchmaschinenoptimierung** auf der Spur. Einige Relevanzkriterien sind weitestgehend bekannt (z.B. wie oft ein Suchbegriff auf einer Website vorkommt oder wie oft und von wem auf diese Website verlinkt wird), andere bleiben eher im Dunkeln. **Unternehmen und Institutionen investieren schon seit Jahren viel Geld** dafür, um ihre Webinhalte so zu optimieren, dass sie möglichst weit vorne in den Suchergebnissen aufscheinen.

Die Reihung der Suchergebnisse **sagt daher nicht unbedingt etwas über die Qualität der Inhalte aus**. Hinzu kommt, dass gut rankende Seiten – also solche, die von Suchmaschinen bereits besser bewertet werden – bei den Suchergebnissen eher berücksichtigt werden als unbekannte oder schlecht verlinkte. Nicht immer ist daher der erste vorgeschlagene Link auch der beste – **werfen Sie also auch unbedingt einen Blick auf die weiter hinten gereihten Suchergebnisse!**

Personalisierte Suchergebnisse

Wussten Sie, dass die Suchergebnisse für ein und denselben Suchbegriff **für unterschiedliche User/innen anders aussehen**? Der Suchvorgang wird nämlich von der Suchmaschine laufend **für jede/n einzelne/n Nutzer/in optimiert**: So werden etwa Interessen und Vorlieben von Nutzer/innen oder **bereits besuchte Seiten gespeichert** und Websites, die diesem Profil entsprechen, bevorzugt in den Suchergebnissen gereiht. Welche Websites als relevant eingestuft werden, hängt zusätzlich auch von anderen Faktoren ab, wie z.B. dem **verwendeten Browser** oder dem **geografischen Ort**, von dem aus gesucht wird.

Werbung in Suchmaschinen

Suchmaschinen sind in der Regel gewinnorientierte Unternehmen, die sich über den **Verkauf von Anzeigen** finanzieren. Diese „Online-Ads“ werden von Werbekunden gebucht und dann **passend zum gesuchten Begriff** in den Suchergebnissen angezeigt. Achtung: Werbeschaltungen in Suchmaschinen werden meist **nur unauffällig als solche gekennzeichnet**. Ob Seiten, die für Werbung bezahlen, auch in der allgemeinen Ergebnisliste besser geranked werden, ist nicht nachweisbar.

Damit einzelne Nutzer/innen nur solche Werbungen zu Gesicht bekommen, die für sie auch relevant sind, sammelt die Werbewirtschaft mittels Cookies und Webtracking-Tools Daten über das **Online- und Such-Verhalten von Personen**. Auf dieser Basis werden genaue Verbraucherprofile erstellt. Wer sich vor diesem „Geschäft mit den Daten“ so gut wie möglich schützen möchte, findet hier Einstellungen und Tricks, um Datensammlern zumindest etwas zu entkommen.

**Weiterführende Links:**

- Saferinternet.at: Suchmaschinen clever verwenden Teil 1: Wie funktioniert die Online-Suche? mit Tipps für die effiziente Online-Suche
- Saferinternet.at: Suchmaschinen clever verwenden Teil 3: Such-Tipps für Kinder
- Saferinternet.at: Online-Quellen richtig beurteilen – aber wie?
- Saferinternet.at: Echt oder Fake? Wie Sie manipulierte Bilder im Internet erkennen können
- Saferinternet.at: Cookies und Webtracking – Vor den Datensammlern der Werbewirtschaft schützen
- Saferinternet.at: Unterrichtsmaterial „Wahr oder falsch im Internet?“ (pdf)
- Suche-im-Internet.de: Tutorials zur Suche im Internet
- E-Lisa-Academy.at: Online-Kurs „Suchen und Finden im Internet“
- Suchfibel.de: Alles über Suchmaschinen