

Pressemitteilung

Google: Vampireffekt zieht Millionen Blicke ab

Wissenschaftliche Studie beweist Methoden und Wirkung von Google EU-Kartellverfahren gegen Google

Hannover, Juli 2012 – Jeder kennt die Suchmaschine von Google und viele verlassen sich täglich darauf, um alles Mögliche zu finden. Auch für Webmaster ist Google lebenswichtig geworden: Der Großteil Website-Besucher im Netz surft über den Suchgiganten (Marktanteil Deutschland 95,9 %*) zu ihnen.

Der Online-Kartendienst hot-map.com wollte wissen, ob dabei alles fair zugeht, denn trotz vieler Google Platz 1 Positionen seiner Stadtpläne und Landkarten weltweit, und jährlich immer mehr Surfern im Internet, sanken unerklärlich die Besucherzahlen auf Hot Maps Seiten.

Seit Google nicht nur Suchmaschine, sondern auch Anbieter von eigenen Diensten und Inhalten ist (YouTube, Google Maps, Google News, Google Weather, Google Finance uvm.) beklagen sich Webmaster großer und kleiner Websites, von dem US-Konzern verdrängt zu werden. Es fällt auf, dass oben auf Ergebnisseiten von Google, den eigenen Diensten und Infos (etwa Google Maps, Shopping, Reisebuchung) und Anzeigen viel hervorgehobener Platz über den eigentlichen Suchergebnissen eingeräumt wird, zulasten anderer guter Internetseiten und Homepages, die unter dem Google-Seitenrand verschwinden aber die Nutzer auch interessieren könnten.

Google nennt diese Extras "Universal Search", neuerdings ergänzt durch "Knowledge Graph", und beruft sich auf das Hilfsargument, Nutzern schnell und bequem die gesuchte Information zu zeigen. Wenn den Nutzern Google nicht gefiele, so Sprecher des US-Konzerns wiederholt, wäre "die Konkurrenz nur einen Klick entfernt". Nur, dass die Masse der Nutzer an Google gewöhnt sind und nicht gerne wechseln, oder Google auf ihren Geräten einfach voreingestellt ist. Viele Verbraucher tippen auch einfach nur ein Wort oder eine Marke in die Adresszeile des Webbrowsers, anstatt einer korrekten URL Internetadresse, z. B. "wikipedia" anstatt "de.wikipedia.org", und werden dadurch ohne bewusste Entscheidung in dem Moment zu Google umgeleitet. Hinzu kommt, dass Google die größten Portale anderer Konzerne mit seinem Suchfeld ausstattet. Deshalb sind Webmaster auf die Massen an Besuchern angewiesen, die grundsätzlich über die Suchmaschine des Internet-Riesen surfen.

Einsatz für den „Eye-Tracker“

Wirken die Bildchen Googles eigener Dienste besonders stark auf ihren eingeräumten Sonderplätzen, oder sind sie nur harmlose Dekoration? Um das ans Licht zu bringen, wurden in Köln am Institut für Kommunikations- und Medienforschung (IKM - Deutsche Sporthochschule Köln) Testpersonen an einen futuristischen Apparat – den „Eye-Tracker“ – gesetzt, der genau misst, wie die Blicke schweifen, was fixiert wird und wo man klickt. Nachdem einige ganz andere Fragen und Bilder zur Ablenkung und Auflockerung präsentiert wurden, baten die Wissenschaftler Ihre menschlichen Versuchskaninchen einen Stadtplan zu suchen, um etwas über ein Reiseziel zu erfahren. Bunte „Heatmaps“ verraten danach den Forschern Blicke und Klicks der Probanden.

* Anteil Googles an Suchmaschinen-Besuchern in Deutschland laut comScore, März 2012

Schnell ließen die Probanden ihre Augen über die Google-Suchergebnisseite schweifen. Sie blieben zu 80 % an dem oben von Google eingefügten Google Maps-Bildchen hängen und klickten. Lediglich zwanzig Prozent klickten den unter dem Bild stehenden – eigentlich erstplatzierten – Stadtplan-Link von hot-map.com. Alle Websites darunter gingen leer aus. Zum Vergleich wurde eine herkömmliche Suchergebnisseite – einfach mit einer Liste von zehn blauen Links und ohne Google-Sonderplatzierung – ebenfalls von Testpersonen erprobt. Der erstplatzierte Link erhielt 80 % der Klicks – diese Mehrheit an Besuchern hätte also normalerweise zu hot-map.com gefunden, oder jede andere höchstplatzierte Website, anstatt der gerade einmal 20 %, die Google durch Universal Search all seinen Mitbewerber zusammen zuteilt.

Vampireffekt von Google

Medienwissenschaftler und Werbeexperten nennen dies "Vampireffekt", wenn ein Blickfang die Aufmerksamkeit fast gänzlich aufsaugt.

Außerdem bemerkten die Forscher, dass auf den bebilderten "Universal Search"-Seiten, anders als von Google behauptet, Menschen nicht schneller finden, was sie suchen. Die Testpersonen brauchten am einfachen Beispiel "Stadtplan Hannover" doppelt so lange um sich zurechtzufinden und zu einem Klick zu entscheiden: 12,47 Sekunden mit eingeblendetem Google Maps Bild, statt nur 6,72 Sekunden bei dem altbewährten Seitenstil mit nur zehn einfachen blauen Links untereinander.

Die Google-Anzeigen, seitlich rechts, würdigten die Testpersonen kaum eines Blickes. Mehr beachtet und geklickt werden sie wahrscheinlich, wenn Google sie häufig oben mittig über den Suchergebnissen platziert.

hot-map.com-Chef Michael Weber sagte:

„Wir waren überrascht, wie stark Googles Eigenwerbung, in Form der oben eingefügten Google Maps-Bildchen, die Blicke und fast alle Klicks anzieht. Unser Studien-Beispiel ist übertragbar auf jede Art von Websites, die alle hoffen gefunden zu werden: Was Google ganz nach oben setzt, wird geklickt – der Rest kaum noch beachtet. Sobald Google eigene Produkte an den besten Stellen anbringt, teilen sich alle anderen Websites nur noch kleine Reste an Besuchern. Das betrifft viele Branchen und das ganze Internet.“

Google behauptet, die eigenen Sonderdienste wie Google Maps, zusätzlich zur Standardsuche, wären einfach die besten Antworten auf Fragen der Suchenden. Tatsächlich verdrängen sie aber alle anderen beliebten Anbieter wie hot-map.com. Angebote von Google können einen hohen Preis für die Allgemeinheit haben: Vielfalt, Privatsphäre und im Fall benachteiligter Medienfirmen auch Arbeitsplätze sind in Gefahr.“

Oberster Wettbewerbswächter der EU stellt Google Ultimatum

Weber hat deshalb für hot-map.com bei den Behörden in Bonn und Brüssel Kartellanzeige gegen Google erstattet, wie auch einige andere Firmen und Verbände, etwa die deutschen Zeitschriften- und Zeitungsverleger.

Mit Erfolg: Am 21. Mai 2012 sagte in Brüssel Joaquín Almunia, oberster Wettbewerbswächter und Vize-Präsident der Europäischen Kommission, er habe nach umfangreichen Ermittlungen nun Google Inc. in einem Brief aufgefordert binnen Wochen einige ihrer mutmaßlich machtmisbräuchlichen Praktiken zu beenden.

Eine der Beanstandungen ist: (auf Deutsch übersetzt)

„In seinen allgemeinen Suchergebnissen zeigt Google Verknüpfungen zu den eigenen vertikalen Suchdiensten anders als die Links zu seinen Wettbewerbern. Wir sind besorgt, dass dies möglicherweise zu einer Vorzugsbehandlung im Vergleich zu denen der Wettbewerber-Dienste führt, die in Konsequenz dadurch geschädigt sein könnten.“*

Am 02. Juli 2012 gab die EU-Wettbewerbsbehörde ohne Preisgabe weiterer Details bekannt, von Google ein Schreiben erhalten zu haben, das am gleichen Tag ein Google Sprecher als "Vorschlag die vier Bereiche anzugehen, welche die Europäische Kommission als mögliche Bedenken" beschrieb.

Hierzu hot-map.com-Chef Michael Weber:

"Die Mächtigen bei Google haben hoffentlich endlich eingesehen, dass nur alle gemeinsam vom Internet profitieren werden: alle Verbraucherinnen und Verbraucher zusammen mit kleinen, mittleren und großen Internet-Firmen. Es bringt selbst König Google langfristig nichts, mit 95 % und mehr Marktanteil, einsam alles in der Hand zu halten, wenn die vielen anderen kleinen und großen hochwertigen Websites eingehen und das Internet eine monotone Wüste von Google-Eigenprodukten und Google Werbung wird.

Joaquín Almunia hat hot-map.com mit den anderen Kartellbeschwerdeführern eingeladen, am Prozess in Brüssel mitzuwirken, die Google-Verbesserungen zu entwickeln und zu bewerten – wir werden gerne konstruktiv dazu beitragen."

Über hot-map.com

www.hot-map.com ist ein deutscher Internet-Landkarten- und Stadtplandienst, der echte, gedruckte Kartographie von unterschiedlichen großen und kleinen Verlagen kostenlos online interaktiv weltweit darstellt. Andere Websites können zur Verwendung bei sich Lizenzen daran erwerben.

###

Abdruck frei, Belegexemplar per Link, E-Mail, PDF-Datei oder per Post erbeten. Vielen Dank!

Mehr Information im Internet unter hot-map.com/presse :

- Diesen Text als editierbare Datei
- Studienergebnisse im Volltext
- Bilder der Heatmaps und des Eye-Trackers in Druckauflösung, sowie optimiert für Web
- Hintergrundinfos zu den Google Kartellbeschwerden verschiedener Branchen
- Interviewpartner in mehreren Städten und Ländern

Kontakt

Michael Weber
c/o Hot Maps Medien GmbH
Loccumer Straße 55
30519 Hannover
Deutschland
Telefon: +49 (0)176 99213225
Skype: webhotm
E-Mail: web@hot-maps.de
Internet: www.hot-map.com
Pressebereich: www.hot-map.com/presse