

Warum die „Hamburger Erklärung“ am Thema vorbeigeht

Hamburg, den 09. September 2009: Die Präsenz von Verlagen in Google Suchergebnissen ist deutlich geringer als bisher vermutet.

In der im Juni veröffentlichten Hamburger Erklärung haben sich 166 internationale Verlage gegen eine wirtschaftliche Ausbeutung ihrer Inhalte durch den Suchmaschinen-Riesen Google ausgesprochen. Unter den Unterzeichnern befinden sich auch 148 deutsche Verlage.

TRG - The Reach Group GmbH hat dies zum Anlass genommen und die Ergebnisse mehrerer Millionen Google-Suchanfragen analysiert. Hierbei lag besonderes Augenmerk auf den jeweils ersten Google-Ergebnisseiten der Suchanfragen. Besuche und Monetarisierung laufen nahezu ausschließlich über diese Ergebnisseite.

Um dem Inhalt der Hamburger Erklärung Gewicht zu verleihen, hat TRG alle Ergebnisse der insgesamt fast 1.000 Unterzeichner-Domains aus dem Google-Index herausgerechnet. Die zentrale Frage war: Wie leer würde Google auf den ersten zehn Ergebnisseiten werden, wenn kein Objekt der 148 deutschen Verlage mehr im Index zu finden wäre?

Das Ergebnis der Analyse überrascht: Nur gut fünf Prozent der Top-10-Ergebnisse gehören zu den Verlags-Angeboten. Anders formuliert: 95 % aller deutschen Suchabfragen beinhalten auch jetzt schon keine Ergebnisse von Verlagsseiten auf Seite eins. Die wirtschaftliche Bedeutung der Verlagsinhalte für Google scheint also sehr gering. Weiterhin ernüchternd ist die Erkenntnis, dass viele der gefunden Verlags-Suchtreffer lediglich markenbezogen sind und damit ebenfalls nur eine überschaubare Monetarisierbarkeit besitzen. Die Start- und Suchergebnisseiten der für Verlage wichtigen Trafficquelle Google News (<http://news.google.de>) sind in Deutschland bisher sogar komplett werbefrei.

Das Geschäftsmodell Google ist also derzeit deutlich weniger auf Verlage angewiesen, als die „Hamburger Erklärung“ suggeriert. „Würde sich im Vergleich zu diesen Erkenntnissen allein die starke Domain Wikipedia.org aus dem Google-Index entfernen lassen, entgingen Google und seinen Nutzern hingegen über 13 % der Suchtreffer allein auf Position eins“, fügt TRG-Geschäftsführer Christoph Burseg hinzu.

Wie groß das ungenutzte Potenzial ist wird deutlich, wenn man sich nicht die Suchergebnisse, sondern den Anteil der Seiten aller Unterzeichnerdomains im Google-Index ansieht. Vier Prozent der Seiten im deutschen Google-Index gehören zu den Verlagsdomains. Das ist das 250-fache der Seiten, die Google von der deutschen Wikipedia kennt. Diese Inhalte liegen in Google jedoch abgeschlagen auf hinteren Ergebnisseiten verborgen.

Diese Ergebnisse spiegeln sich auch in den Aussagen von Google-Europa-Chef Philip Schindler wieder. Er gibt in einem Interview mit dem Manager-Magazin vom 17. August 2009 zu bedenken, dass Google den Verlagen nicht beim Aufbau eines digitalen Geschäftsmodells helfen könne. Dies und die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen müßten die Verlage selbst in die Hand nehmen, so Schindler.

Unternehmensinformationen:

TRG - The Reach Group GmbH (<http://www.thereachgroup.de/>) ist eine junge Unternehmensberatung mit den Schwerpunkten Online-Marketing und Suchmaschinen-Optimierung für Web- und Newssuche. Von ihren Standpunkten Hamburg und Berlin aus arbeitet die TRG dabei für Kunden mit einer monatlichen IVW-geprüften Summe von mehreren hundert Millionen Visits. Zusammen mit dem Kunden arbeitet TRG an den Zielen Reichweite, Nachhaltigkeit und Wirtschaftlichkeit.

Diagramme und weitere Informationen zu dieser Untersuchung können unter <http://www.thereachgroup.de/hamburger-erklaerung/> heruntergeladen werden.

Pressekontakt:

Christoph Burseg
Telefon: 030 – 920 383 3300
E-Mail: presse@thereachgroup.de