



Medienmitteilung

„Google Insight for Search“ ab sofort mit zusätzlichen Auswertungsfunktionen und deutscher Benutzeroberfläche

Zürich, 4. August 2009 – „Google Insights for Search“ steht ab sofort mit zusätzlichen Funktionen und deutschsprachiger Benutzeroberfläche zur Verfügung. Mit Hilfe des frei zugänglichen Online-Dienstes auf www.google.de/insight/search können die Nutzer Suchtrends analysieren und mit wenigen Eingaben herausfinden, nach welchen Suchbegriffen in bestimmten Regionen, Zeiträumen oder Themenkategorien besonders häufig gesucht wird.

Ab sofort bietet Google Insights for Search zudem die spannende Möglichkeit, auch Prognosen künftiger Trends für bestimmte Suchanfragen zu ermitteln. Grundlage dafür sind Hochrechnungen von Suchtrends und -muster aus der Vergangenheit. Darüber hinaus lässt sich mit Hilfe animierter Karten visualisieren, wie sich das Interesse an bestimmten Themen und Begriffen im Zeitverlauf und an verschiedenen Orten der Welt verändert.

„Wonach die Welt sucht zeigt, was die Menschen interessiert. Ganz gleich, ob in Deutschland oder auf der ganzen Welt“, so Yossi Matias, Direktor des Google Forschungs- und Entwicklungszentrums in Israel, wo neben Google Trends auch Google Insights for Search entwickelt wurde. „Ein Verständnis breiter Trends kann für Wissenschaftler und Werbetreibende ebenso nützlich sein, wie für jeden Privatnutzer, der mehr über seine Welt erfahren möchte. Google Insights for Search vermittelt einen Eindruck vom Zeitgeist.“

Ob Werbetreibender, Wissenschaftler, Journalist oder einfacher Nutzer – Google Insights for Search stellt zahlreiche, einfach zu bedienende Funktionen zur Analyse von Suchwortvolumina und Suchtrends bereit:

- **Prognose des künftigen Interesses an einem bestimmten Begriff** – die Funktion prognostiziert das künftig zu erwartende Suchvolumen für eine Vielzahl von Begriffen.
- **Animierte Karte** – Beobachtung des weltweiten Interesses an bestimmten Themen im Zeitverlauf.
- **Einbetten von Vergleichsdiagrammen auf der eigenen Webseite** – mittels Insights for Search erstellte Grafiken einfach in die eigene Webseite einbinden.
- **Suchtrends im Zeitverlauf** – diese Ansicht ermöglicht die Beobachtung der Nutzerinteressen an bestimmten Themen. Zu- und Abnahme der Interessen können nachverfolgt werden. Um die Beliebtheit mehrerer Suchbegriffe zu vergleichen, können mehrere Begriffe durch Komma getrennt eingegeben werden.
- **Regionales Interesse** – welche Länder, Städte und Regionen haben ein besonderes Interesse an einem bestimmten Thema? Mit einem Klick auf einen Teil der Weltkarte werden Einzelheiten zu regionalen Suchaufkommen angezeigt.
- **Beliebteste und immer beliebter werdende Suchanfragen in Verbindung mit bestimmten Suchbegriffen** – zeigt an, welche Suchbegriffe im Zusammenhang

mit dem eingegebenen Begriff am beliebtesten sind und welche aktuell an Popularität gewinnen.

- **Kategorien-Analyse** – ermöglicht es, die beliebtesten Suchanfragen in zahlreichen Themenkategorien zu ermitteln. Beispielsweise zunehmende Suchanfragen für „berühmte Personen“ oder beliebte Suchen nach „Automarken“. Die Ergebnisse lassen sich zeitlich, regional oder auf bestimmte Sub-Themen weiter eingrenzen.

Google Insight for Search ist in 35 Ländern in der jeweiligen Landessprache verfügbar:

- Bulgarian, Catalan, Chinese (Simplified), Chinese (Traditional), Croatian, Czech, Danish, Dutch.
- English (UK), Finnish, French, German, Greek, Hindi, Hungarian, Indonesian, Italian, Japanese, Korean, Latvian, Lithuanian, Norwegian, Polish, Portuguese (Brazil), Portuguese (Portugal), Romanian, Russian, Slovak, Slovenian, Spanish, Swedish, Thai, Turkish, Ukrainian, Vietnamese.

Über Google

Googles innovative Suchtechnologien bringen jeden Tag Millionen von Menschen auf der ganzen Welt in Kontakt. Gegründet wurde das Unternehmen 1998. Firmengründer Larry Page und Sergey Brin, promovierte Absolventen der Stanford University, haben Google in allen global operierenden Märkten binnen weniger Jahre zu einem der bedeutendsten Unternehmen im Web gemacht. Das Werbeprogramm von Google ermöglicht Unternehmen unabhängig von ihrer Grösse messbare Erfolge und verbessert gleichzeitig die allgemeine Webnutzung für die Benutzer. Neben dem Hauptsitz von Google im kalifornischen Silicon Valley ist das Unternehmen mit Büros und Niederlassungen in ganz Nordamerika, Europa und Asien vertreten. Weitere Informationen finden Sie unter www.google.com.

Unternehmenskontakt:

Google Switzerland GmbH
Matthias Meyer
Corporate Communications & Public Affairs
Brandschenkestrasse 110
8002 Zürich
Tel.: 044 668 13 62
E-Mail: meyermat@google.com
Internet: www.google.ch

Pressekontakt Schweiz:

L&W Communication AG
Evelyn von Wieser
Geschäftsleitung
Schulhausstrasse 12
8002 Zürich
Tel.: 044 389 22 22 / Fax: 044 389 22 20
E-Mail: evelyn@lw-com.com
Internet: www.lw-com.com