



ÜBUNGS-NL 6. MÄRZ 2015 WERBUNG UND SUCHMASCHINEN

Informationsblatt 2 – Suchmaschinen im Internet

Werbung und Suchmaschinen

Da immer mehr Menschen das Internet nutzen, ist es für Unternehmen wichtig, im Internet auf sich aufmerksam zu machen. Suchmaschinenmarketing spielt dabei eine große Rolle.

Dabei unterscheidet man zwischen

a.) Suchmaschinenwerbung: Dabei können Suchbegriffe von Unternehmen gekauft werden, deren Webseite dann im Werbebereich der Ergebnisliste erscheint. Grundsätzlich gilt: Je mehr ein Unternehmen für einen Suchbegriff bezahlt, desto höher wird seine Webseite im Werbebereich angezeigt.

Der Werbebereich ist von den „natürlichen“ Treffern optisch unterscheidbar.

Das größte Online-Werbenetzwerk ist GOOGLE AdWords. Die Werbeeinnahmen bilden die Haupteinnahmequelle von GOOGLE. 2014 betrug der Nettogewinn des Unternehmens 14,44 Milliarden US-Dollar.

b.) Suchmaschinenoptimierung: Dabei wird durch verschiedene Maßnahmen versucht, Webseiten bei den unbezahlten („natürlichen“) Suchergebnissen auf den höheren Plätzen erscheinen zu lassen.

Das Problem für die Werbenden ist, dass die Anbieter von Suchmaschinen ihre Algorithmen geheim halten und es daher nicht klar ist, nach welchen Kriterien dieser arbeitet (siehe oben).

Grundlegende Prinzipien der Suchmaschinen sind aber bekannt. Um diesen gerecht zu werden, wird die eigene Website etwa durch Formatierungen und Überschriften etc. so aufbereitet, dass sie über bestimmte Suchbegriffe in der Suchmaschine höher gereiht wird. Auch die Verlinkungen von anderen Websites spielen eine wichtigere Rolle

Es gibt eigene Unternehmen, die Suchmaschinenoptimierung anbieten.

Suchmaschinen und Datenschutz

Unternehmen versuchen Werbung im Internet verstärkt auf die einzelne Person abzustimmen. Das heißt, eine Person soll nur die Werbung sehen, die sie interessieren könnte. Userinnen bzw. User die im Internet aktiv ist, hinterlassen Spuren: Etwa in sozialen Netzwerken wie Facebook, bei der Nutzung des E-Mail-Kontos oder bei der Nutzung von Suchmaschinen. Diese Daten werden gesammelt, um auf deren Basis auf die Nutzerinnen bzw. Nutzer abgestimmte Werbung anzeigen zu können.

Bei einer Suchanfrage speichert Google die IP-Adresse des Computers, den Standort, den Suchbegriff, den Webbrowser, das Betriebssystem sowie Datum und Uhrzeit der Anfrage.

An sich wäre dies noch nicht so schlimm, doch diese Daten werden mit allen anderen Daten des Nutzers bzw. der Nutzerin aus dem Internet mittels Data-Mining zusammengeführt und dazu benutzt, Nutzerinnen – oder Nutzerprofile zu erstellen. Da GOOGLE neben der Suchmaschine über eine Anzahl weiterer Dienste (wie etwa YOUTUBE, GMAIL, GOOGLE-Maps etc.) verfügt, ist das Unternehmen im Besitz einer riesigen Anzahl von Daten und aussagekräftigen Nutzerinnen- bzw. Nutzerprofilen.

An den Daten in den Profilen besteht großes Interesse. Banken können dadurch etwa die Kreditwürdigkeit abschätzen und Versicherungen erhalten Informationen über den Gesundheitszustand.

Welche Daten erfasst und gespeichert werden und ob diese Daten überhaupt richtig und aktuell sind, ist für den Nutzer oder die Nutzerin nicht ersichtlich.

Nicht nur Unternehmen, sondern auch Staaten haben Interesse an den Nutzerinnen- und Nutzerdaten: Durch die Aufdeckungen Edward Snowdens wurde bekannt, dass die US-Sicherheitsbehörde NSA (National Security Agency) ein weltweites digitales Überwachungsprogramm (PRISM) betreibt. Dabei werden unter anderem Daten von GOOGLE, FACEBOOK, YAHOO und MICROSOFT an die Behörde weitergegeben.

Quelle: teilweise Wikipedia