

## Suchmaschine

### Was ist eine Suchmaschine?

Eine **Suchmaschine** ist ein Programm mit dem sich große Datenbestände nach Schlagworten, sogenannten [Keywords](#) durchsuchen lassen. Als Datengrundlage dienen Dokumente, welche die Suchmaschine indexiert, d.h. ausliest und im sogenannten [Index](#) speichert, also [indiziert](#) hat. Im Netz stellt ein solches Dokument in der Regel eine [Webseite](#) dar. Die indizierten Inhalte sind dann veröffentlichte Texte, Bilder aber auch Verlinkungen.

Die ersten Suchmaschinen wurden im Bibliothekswesen eingesetzt. Theoretische Grundlage aller Suchmaschinen ist das "[Information Retrieval](#)" (Informationsrückgewinnung oder Informationsbeschaffung), welche sich mit der computergestützten Suche nach komplexen Begriffen beschäftigt.

### Was ist das übergeordnete Ziel einer Suchmaschine?

Die Suchmaschine Google hat als eigenes Ziel definiert immer den besten, das heißt relevantesten Inhalt oder Antwort auf eine Suchanfrage präsentieren zu wollen. Damit dies gelingt, setzt die Suchmaschine auf einen Algorithmus, welcher über 200 Faktoren je gefundener Seite bewertet und in ein Verhältnis setzt. Außerdem geht darum nützlichen Inhalt am schnellsten zu präsentieren. Auch diese Faktoren bilden sich im Algorithmus und damit den Rankingfaktoren ab.

Die Suchmaschine Bing zum Beispiel möchte sich (Stand Juli 2020) als Suchmaschine für den Online-Handel etablieren. Die ursprüngliche Suchmaschine [Yahoo](#) hingegen ist inzwischen nicht mehr als ein Webportal, das zwar eine Suchoption hat, diese wird jedoch von Bing mit Suchergebnissen befüllt.

### Wie durchsuchen Suchmaschinen das Internet?

Suchmaschinen speichern Dokumente aus einer Datenquelle ab. Wird nun eine Anfrage an die Suchmaschine gesendet, wird also ein Keyword eingegeben, durchsucht die Suchmaschine alle gespeicherten Dokumente ihres Datenbestandes nach diesem Keyword. Mithilfe verschiedener [Algorithmen](#), also komplexere Berechnungsformeln, wird die Relevanz jedes

Dokumentes für das Keyword bestimmt und anschließend in eine Reihung ([SERP](#)), gebracht. Das angezeigte Ergebnis ist also das Ranking von Webseiten in Bezug auf ein bestimmtes Keyword. Oftmals wird ein kleiner Auszug des Inhaltes mitgeliefert, sogenannte [Meta-Angaben](#).

Neben der Indizierung von Webseiten haben Suchmaschinen zudem auch Verzeichnisse in aller Welt zugänglich gemacht, so etwa Literatur, Branchenbücher oder Nachrichtenarchive.

## Wie gelangen Websites in den Index der Suchmaschinen?

Zum einen indizieren, also erfassen Bots, sogenannte [Crawler](#) die Webseiten und deren Inhalt. Das ist ein vollautomatischer Prozess und macht es möglich, dass die Suchmaschinen der ständig wachsenden Zahl von Webseiten begegnen können. Zum anderen ist es weiterhin möglich, in der Search Console von Google, Webseiten händisch zum Indizieren zu geben. Das ist insbesondere dann von Vorteil, wenn es durch technische Fehlkonfiguration keine Indizierung gab oder ein Inhalt auf einer Webseite neu gecrawlt werden soll.

## Historische Entwicklung

1990 wurde die erste Suchmaschine für das Internet, "Archie", an der McGill Universität in Montreal entwickelt. 1991 folgten "Veronica" und "WAIS". In den 90igern des 20.Jh., folgte eine regelrechte Explosion verschiedener Suchmaschinen (Quelle: [Geschichte der Suchmaschinen](#)).

Mittlerweile hat sich das Feld der Suchmaschinen differenziert. Google ist weltweit der Marktführer, gefolgt von Bing. [Yahoo!](#), (wie schon erwähnt, ist das eigentlich eine Bing-Suche auf dem Webportal), Baidu und Yandex Metrica. Außerdem gibt es inzwischen Duck Duck Go und Ecosia, Wolfram Alpha, Ask, Qwant, Startpage und viele mehr. Daneben gibt es eine Reihe von Spezialsuchmaschinen.

## Allgemeine und spezielle Suchmaschinen

Allgemeine Suchmaschinen versuchen einen möglichst großen Index aufzubauen und in diesem interne Ordnung vornehmen. Beispiele für solche Suchmaschinen sind Google, Yahoo!, Bing, Baidu oder

Yandex.

Spezielsuchmaschinen konzentrieren sich von vornherein auf einen abgegrenzten thematischen Index.

So gibt es spezielle Suchmaschinen für bestimmte Themengebiete, wie Steuern, Recht, Medizin oder Sport. Auch die Suchsoftware mancher Bibliotheken gehört zu den speziellen Suchmaschinen, da sie einen exakt definierten Datenbestand haben. Intranetsuchmaschinen werden häufig bei Unternehmen und Organisationen eingesetzt. Der Zugriff ist in der Regel beschränkt und die Datenquellen spiegeln interne Server oder Festplatten wider. Denktopsuchmaschinen durchsuchen die Daten einer Rechners (PC oder MAC).

Erfahrungsbericht verschiedener Suchmaschinen: [Jenseits von Google – Alternative Suchmaschinen im Test](#)

Suchmaschinen sind für den Nutzer in der Regel kostenlos. Unternehmen, die für bestimmte Keywords gut platziert sein wollen, es aber nicht sind, können bezahlte, als Werbung markierte Positionierungen kaufen. Bei Google nennt sich dies [Google Ads](#) (SEA), bei Bing "Microsoft Advertising". Andere Suchmaschinen haben vergleichbare Angebote.

## Suchmaschinen: Welche Alternativen zu Google gibt es?

Zu der sehr bekannten Suchmaschine Google hat sich zunächst Yahoo! und Bing als Alternative gebildet. Zwischenzeitlich gab es auch Altavista (geschlossen 2013), Lycos (noch aktiv, aber in Deutschland inzwischen wenig bekannt). Etwas Aufsehen gab es bei der Einführung von Duck Duck Go, das eine bessere Privatsphäre versprach und pünktlich zum NSA-Skandal auf der Bildoberfläche erschien. Auch gern genutzt in der sich stets verändernden Internetuser-Gemeinde wird Ecosia, eine Suchmaschine, welche verspricht Bäume zu pflanzen, wenn man diese nutzt. Ein genauer Blick auf die Alternativen zu Google finden Sie in dem folgenden Erfahrungsbericht verschiedener Suchmaschinen: [Jenseits von Google – Alternative Suchmaschinen im Test](#)

## Warum nutzen User alternative Suchmaschinen im Internet?

Nicht erst seit dem NSA-Skandal werden sich Nutzer im Internet Ihren Spuren und den damit verbundenen Risiken immer bewusster. Tracking, Cookies, Datenschutz sind auch die Themen,

die einige der alternativen Suchmaschinen propagieren, beziehungsweise ihren andersartigen Umgang mit Daten als der Branchenriese. Da Internetuser sich den Wert Ihrer Daten immer mehr bewusstwerden, entscheiden sich entsprechend auch immer mehr für die alternativen Suchmaschinenangebote. Auch die Tendenz „grüne Entscheidungen“ also welche mit möglichst geringem Schaden für Umwelt oder sogar positivem Einfluss auf Umwelt und Menschen zu treffen, nimmt immer mehr zu. Auf diesen Aspekt arbeitet zum Beispiel die alternative Suchmaschine Ecosia hin. Die neben einem erhöhten Datenschutz zudem anbietet Bäume zu pflanzen – also direkt Gutes zu tun.

Es bleibt abzuwarten wie die großen Suchmaschinen auf diese Strömungen reagieren und welche Anzahl von Menschen die alternativen Suchmaschinen nutzen. Bisher ist der Branchenprimus nach wie vor deutlich Google.

## Suchmaschinenoptimierung vs. Suchmaschinen

Anfang der 0er-Jahre des 21. Jahrhunderts, hat sich die professionelle [“Suchmaschinenoptimierung”](#) (SEO) entwickelt. Diese versucht die Ergebnisse der Suchmaschine zu „manipulieren“, in dem die indexierten Dokumente in besonderer Art und Weise gestaltet werden. Dazu gehören verschiedenste technische aber auch strukturelle und inhaltliche Faktoren.

Mittlerweile ist die Suchmaschinenoptimierung ein wichtiges Hilfsmittel für Suchmaschinen selber, da die SEO-Experten eine Webseite technisch und inhaltlich „sauber“ gestalten können. In Anbetracht der immensen Menge an Daten und Angebote im Netz und der begrenzten Rechen- und Speicherkapazität der Suchmaschinen, sorgen SEOs für eine reibungslosere und schnellere Indexierung von Webseiten. Auf diese Weise erklärt sich auch, warum große Suchmaschinen wie Google bei bevorstehenden [Updates](#) Hinweise an Internetseitenbetreiber geben.

Weiter zum Artikel [Suchmaschinenoptimierung](#)

## Zukunft der Suchmaschinen: Wohin geht die Reise?

Alle Suchmaschinen, ob Google oder Spezialsuchmaschine versuchen immer besser die Sprache zu verstehen und den Algorithmen beizubringen. Genutzt wird dazu unter anderem künstliche Intelligenz und neuronale Netze welche auch entferntere Zusammenhänge zwischen Worten und Ausdrücken und zum Beispiel Umgangssprache lernen und verstehen können. Auch die gesprochenen Anfragen werden



immer weiter analysiert, damit auch bei Umgangsgewissen und Dialekt die Trefferquote besser wird. Zudem trainiert zum Beispiel Google seine Bots im Erkennen von Bildern bzw. relevanten Bereichen auf Grafiken, Fotografien und dergleichen mehr.

Es wird spannend zu beobachten sein, was aus den Erkenntnissen dieser Lernprozesse für Services oder Updates sich generieren. Fest steht nur, die Suchmaschinen werden auch in Zukunft sich im stetigen Wandel und Weiterentwicklung befinden.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDE33XXX