

Neue Studie von Searchmetrics: Google zeigt mehr „Anti“-Trump-Suchergebnisse an, Bing und Pinterest sind positiver für den US-Präsidenten

Berlin, 4. Oktober 2018_ Neue Daten deuten darauf hin, dass Google tendenziell einem höheren Anteil an Suchergebnissen, die dem US-Präsidenten Donald Trump kritisch gegenüberstehen, mehr Sichtbarkeit verleiht, während die Ergebnisse in anderen Suchmaschinen wie Bing und Yahoo tendenziell eher pro Trump sind. In sozialen Netzwerken sind die Suchergebnisse auf Pinterest, Tumblr und 9GAG primär kritisch gegenüber Trump, während die Mehrheit der auf Instagram als "Top" markierten Ergebnisse gegenüber dem Präsidenten positiv oder neutral sind.

Auf Twitter gibt es ein gemischtes Bild: Die "Top-Tweets" sind hauptsächlich kritisch gegenüber dem Präsidenten, aber die Tweets, die mit "Neueste" markiert sind, enthalten deutlich mehr neutrale und positive Nachrichten. Dies deutet darauf hin, dass Tweets, die Trump kritisch gegenüberstehen (also "Top Tweets"), entweder eine große Anzahl von Interaktionen generieren oder von Twitter günstiger moderiert werden.

Ein anderer Teil derselben Studie, der vom Spezialisten für Search und Content, Searchmetrics, durchgeführt wurde, legt nahe, dass liberale Nachrichtenmedien seit der Einweihung von Donald Trump auf Google.com sichtbarer geworden sind.

Die Untersuchung wurde in Reaktion auf die Tweets des Präsidenten durchgeführt, in denen behauptet wurde, dass die Google-Suchergebnisse eine Voreingenommenheit gegen Donald Trump aufweisen. Searchmetrics analysierte die Stimmung der Top10-Suchergebnisse, wenn 250 verschiedene Trump-bezogene Keywords in einer Vielzahl von Suchmaschinen und sozialen Netzwerken eingegeben werden. Die Analyse basiert auf einer (einzigen) Stichprobe, die Ende August gesammelt wurde.

Die Daten legen beispielsweise nahe, dass rund 60 Prozent der Top10-Ergebnisse für Trump-bezogene Suchanfragen auf Google.com dem Präsidenten kritisch gegenüberstehen, während etwa 40 Prozent neutral sind und keine als positiv bewertet werden.

Bei Yahoo wurden 40 Prozent der Ergebnisse als positiv bewertet, während Bing bei den eingegebenen Keywords etwa 49 Prozent pro Trump-Ergebnisse aufwies.

Ein wichtiger Grund dafür, dass mehr Google-Ergebnisse Trump als negativ bewerten, ist, dass seine eigenen Domains (trump.com, sein Twitter-Profil und donaldjtrump.com) in Googles Top10-Ergebnissen weitaus seltener erscheinen als in anderen Suchmaschinenergebnissen.

Auf Instagram waren ungefähr die Hälfte der Top10-Ergebnisse pro Trump, während auf Pinterest und Twitter 60 Prozent der Pins und 50 Prozent der neuesten Tweets, die in den Ergebnissen auftauchten, anti Trump waren. Auf Tumblr waren die meisten Ergebnisse (70 Prozent oder mehr) anti Trump.

Wieviel % der Top10-Suchergebnisse sind pro Trump, anti Trump oder neutral?

	google.com	yahoo.com	Duckduckgo.com	Bing.com
Anti Trump	60%	10%	10%	10%
Neutral	40%	50%	50%	41%
Pro Trump	0%	40%	40%	49%

	Tumblr.com (neueste)	Tumblr.com (neueste)	Pinterest.com (alle Pins)	Twitter.com (Neueste Tweets)	Instagram.com (Top)	9GAG.com
Anti Trump	80%	70%	60%	50%	30%	70%
Neutral	0%	10%	10%	20%	20%	20%
Pro Trump	20%	20%	30%	30%	50%	10%

Als Searchmetrics im Laufe der Zeit die SEO Visibility¹ für Google von 76 Topnachrichtensites in englischer Sprache verglich, stellte sich heraus, dass die Sichtbarkeit von liberaleren Seiten seit Donald Trumps Amtseinführung im Januar 2017 zugenommen hat. Im gleichen Zeitraum haben die konservativen Medienwebsites, die eher positiv für Trump sind, nur eine geringfügige absolute Verbesserung der Sichtbarkeit bei Google-Suchen.

Zur Studie

Searchmetrics analysierte die Top10-Suchergebnisse in vier Suchmaschinen (Google.com, Yahoo.com, Bing.com, Duckduckgo.com) und fünf sozialen Netzwerken (Tumblr.com, Pinterest.com, Twitter.com, Instagram.com, 9GAG.com) basierend auf 250 Trump-bezogenen Keywords (einschließlich Begriffe wie donald trump on immigration, donald trump on education, donald trump biograph oder donald trump policies). Die Stimmung der Ergebnisse wurde dabei entweder als pro Trump, neutral oder anti Trump bewertet.

Hierbei berücksichtigen die Algorithmen, die von Suchmaschinen und sozialen Netzwerken verwendet werden, um das Ranking der Ergebnisse zu bestimmen, auch den persönlichen Browserverlauf, Interessen, Standort und viele andere Faktoren. Verschiedene Benutzer sehen daher unterschiedliche Ergebnisse. Für diese Studie wurde ein US-Benutzer mit der Adresse 1600 Pennsylvania Avenue Washington DC – also der Adresse des Weißen Hauses – nachgebildet, um eine Suche von Trump selbst zu simulieren.

¹Ein Hinweis, wie Searchmetrics die Suchtransparenz misst

Searchmetrics misst die Sichtbarkeit von Internetseiten innerhalb von Suchmaschinen mithilfe des vom Unternehmen entwickelten SEO Visibility Score.

Searchmetrics überwacht die organischen Suchergebnisse von Millionen von Keywords, mit denen der SEO Visibility Score berechnet wird. Der SEO-Sichtbarkeitswert für eine Website basiert auf Daten wie:

- Die Häufigkeit, mit der eine Domain in den Suchergebnisseiten (SERPs) des Keyword-Sets angezeigt wird,
- Der Prominenz innerhalb dieser SERPs (ein höheres Ranking entspricht einem höheren Sichtbarkeitswert),
- Die Wettbewerbsfähigkeit des Keywords (höhere Suchvolumen entsprechen einem höheren Sichtbarkeitswert).

Die vollständigen Ergebnisse der Searchmetrics-Analyse finden Sie hier: <https://www.searchmetrics.com/news-and-events/trump-vs-google>.

Über Searchmetrics

Wir helfen Ihnen dabei, Ihre Online-Reichweite langfristig und nachhaltig zu steigern, indem wir Sie sowohl bei der technischen Pflege und Optimierung Ihrer Webseite als auch bei der Erstellung von performanten Inhalten unterstützen, um die Nutzererfahrung Ihrer Besucher optimal zu gestalten. Mit den Deep-Learning-Erkenntnissen der Searchmetrics-Software-Plattform, bestehend aus der Searchmetrics Suite™ und der Searchmetrics Content Experience leiten wir Sie durch die sich kontinuierlich entwickelnden Landschaften der Online-Suche und helfen Ihnen dabei, aus Ihrem Wettbewerb herauszuragen. Search hat sich zu einem datengesteuerten Bereich entwickelt, der leistungsstarke Lösungen benötigt, um Unternehmen durch Recherche, Briefing, Optimierung und Erfolgsmessung hin relevanten und zugleich umsatzstarken Inhalten zu führen.

Es gibt nur eine Plattform, die ihre Daten besitzt: Searchmetrics, die weltweit führende Search- und Content-Marketing-Plattform. Wir sind nicht auf Daten von Dritten angewiesen und analysieren seit 2005 Search- und Content-Trends – so war es uns möglich, die branchenweit größte globale und historische Datenbank zusammenstellen.

Searchmetrics deckt die Chancen und Gefahren des Online Marketings auf. Unsere preisgekrönten Produkte vereinen erstmals die Bereiche Search und Content innerhalb einer Software und bieten Marketern somit die ultimative Plattform für die perfekte Verbindung technischer Aspekte mit der Erstellung von Inhalten, die zu mehr Online-Sichtbarkeit und direkten Beziehungen mit ihrem Publikum führen. Wir ermöglichen tiefe Einblicke in den Online-Wettbewerb, fundierte, datenbasierte Empfehlungen und praktische Beratung, um unseren Kunden dabei zu helfen, performancebasiertes und zugleich skalierbares Online Marketing erfolgreich abzubilden. Nicht zuletzt deshalb hat sich die von Searchmetrics definierte SEO Visibility als ein nützlicher und

verlässlicher Indikator für die Sichtbarkeit von Websites im organischen Ranking von Suchmaschinen weltweit etabliert.

Marcus Tober, einer der Top 10 SEO-Köpfe der Welt und Gründer unseres Unternehmens, leitet die Produktentwicklung bei Searchmetrics und treibt seit mehr als einem Jahrzehnt Innovationen voran, die die Ergebnisse für Online Marketer verbessern. Über 100.000 Benutzer weltweit vertrauen auf Searchmetrics, darunter angesehene Marken wie T-Mobile, eBay und Siemens.

Weitere Informationen unter www.searchmetrics.com/de/.

Pressekontakte:

Nadja Schiller
Searchmetrics GmbH
Team Lead Marketing & Communications
+49 30 322 95 35 - 52
n.schiller@searchmetrics.com

Shari Lüning
ELEMENT C GmbH
Consultant PR
+49 89 720 137 - 25
s.luening@elementc.de