

AKTUELLE AUSGABE

Technik &
Gesellschaft
Technik & Wirtschaft
Net @ Work
Management &
Karriere
Technik Boulevard
Meldungen(dpa)
Börse aktuell
Ihre Meinung
VDI nachrichten
Rätsel

VDI NACHRICHTEN
NEWSLETTER
INFO-SERVICE

ARCHIV

AGENTUR-SERVICE

LESER-SERVICE

BILDDATENBANK

WIR ÜBER UNS

DER VERLAG

SITMAP

[Zurück - Anzeige für die Druckausgabe](#) • [Artikel als E-Mail versenden](#)

Suchmaschinen in der Umorientierungsphase

Internet: Ende Oktober stellt die deutsche Internet-Suchmaschine Infoseek ihren Betrieb ein

VDI nachrichten, 5.10.2001

Die ersten deutschen Suchmaschinen verabschieden sich aus dem Netz. Diese Entscheidung ist nicht Startschuss, sondern ein Höhepunkt einer Umstrukturierungsphase, in der sich die Branche der Suchmaschinen befindet. Pay per Click heißt ein Modell, das die Anbieter wieder in die schwarzen Zahlen hieven soll.

Zunächst hatte Gesellschafter T-Online sich von Infoseek als Suchmaschine für ihr Portal getrennt "aus technologischen und strategischen Gründen", wie Sprecher Michael Schlechtriem betont. Dann aber folgten auch die anderen Gesellschafter: Der Axel Springer Verlag, die Holtzbrinck Networx AG und die Infoseek Corporation. Wer Nachfolger von Infoseek bei T-Online werden wird, ist noch nicht bekannt. Gesucht werden Kandidaten auf internationaler Ebene. Neben einer europäischen Ausrichtung müssen sie auch die Suche nach Bildern und Soundfiles beherrschen. Allzu viel Kandidaten tummeln sich hier nicht mehr.

Infoseek ist nur der Höhepunkt einer Entwicklung der letzten Monate: Altavista führt kein deutsches Verzeichnis mehr und nimmt nur noch Anmeldungen für den Gesamtindex an. Manche Suchmaschinen wie Excite beschlossen gar, nicht mehr lange zu fackeln: Das Deutschland-Büro wurde im Sommer kurzerhand geschlossen. Dahinter steckt eine Krise des herkömmlichen Geschäftsmodells: Die Orientierung im Netz für Nutzer ist sie kostenlos. Doch die Suchmaschinen müssen ihre Technologie finanzieren. Werbefbanner galten lange Zeit als die Lösung aller finanziellen Probleme. Doch seitdem die Währung der Werbebranche, die Tausenderkontaktpreise (TKP), in den Keller gerutscht ist, wackelt eine Suchmaschine nach der anderen.

Die Bannerkrise hat fast alle kalt erwischt. Jetzt sucht die Branche nach neuen Finanzierungsmöglichkeiten. Nicht nur bei Web.de heißt die Unternehmensdevise jetzt: Weg vom Banner, hin zum E-Commerce. Goto und Findwhat in den USA machen es vor und setzen auf "Pay per Click". Firmen bezahlen dafür, dass sie in den Trefferlisten ganz oben angezeigt werden. Belohnt wurden die Bezahl-Suchmaschinen an der Börse mit steigenden Kursen. Die Kurse von Suchmaschinen-Klassikern wie Yahoo oder Inktomi hingegen stecken weiter in der Talsohle.

Auch in Deutschland hat eine Firma bereits den neuen Trend erkannt: Qualigo wirbt seit einigen Monaten für den "Pay per Click". Das Prinzip ist laut Marcus Koch, Marketingleiter von Qualigo, ganz einfach: Wer Hits auf seine Seite haben möchte, muss dafür bezahlen. Und wer Hits generiert, wird dafür bezahlt. Kleine, neue Suchmaschinen wie Cyfind.de oder Hurra.de lassen sich ebenfalls für Treffer bezahlen.

Auch Google lässt sich extra ausgezeichnete "Sponsored Links" honorieren doch nicht für die tatsächlichen Besucher auf der Website. Die Kunden zahlen ähnlich wie bei den Werbetagern auf TKP-Basis nicht nach "Pay per Click". Die Durchklickraten sollen immerhin bei 5 % liegen. Das Hauptgeschäft besteht bei Google vielmehr im Lizenzgeschäft: Das Unternehmen lizenziert seine Suchtechnologie an andere Firmen, wie zum Beispiel Cisco Systems.

Hinter Qualigo steht anders als bei Google jedoch keine ausgefeilte Technik, sondern ein ausgefeiltes Marketingkonzept. Qualigo kennt sich aus im Geschäft: Denn sie ist eine Tochter der Konstanzer Suchtreffer AG, die seit 1995 Webmarketing betreibt und Firmen gute Listenplätze in den Suchmaschinen verspricht. 50 % aller Abfragen werden mit nur 10 000 Schlüsselwörtern gemacht", weiß Koch. Qualigo versteigert die beliebten Suchbegriffe an Website-Betreiber. Gibt ein Surfer diese Begriffe ein, wird die Website ganz oben auf der Ergebnisliste angezeigt, die am meisten gezahlt hat. Doch bevor Qualigo die Suchbegriffe verkauft, überprüft eine Redaktion, ob kein Missbrauch betrieben wird. Denn besonders beliebte Begriffe wie "SMS" und "MP3" ziehen zwar besonders viele

[Gründertermine Newsletter](#)

Alle Termine der New Economy

[Beste Personalanzeigen 2001](#)

Bestellen Sie [hier](#) die Dokumentation zum Award

[Ihr Karriere](#)

[Start-up](#)

Recruiting
Workshop
Herausforderung
Automobilindustrie

[Ihr Potenzial](#)

Online-Test des Geva-Instituts

[bINGo](#)

Bewerberdatenbank für Ingenieure

Geben Sie Ihrer Karriere den entscheidenden Klick!

www.ingenieurkarriere.de
Das Karriereportal der VDI nachrichten.

- Stellenmarkt
- bINGo – Bewerberdatenbank für Ingenieure
- Karriereberatung Heiko Mell
- Berufseinstieg & Karriere

ingenieurk

T.G.I.F.
Thank God it's Friday
Die neuen
VDI nachrichten.
Zum Probeabo ...

Besucher auf die Site, dürfen aber nur dann benutzt werden, wenn sie auch tatsächlich für die Website relevant sind. Die Preise sind noch vergleichsweise moderat: 21 Cent kostet das Stichwort pro Besucher bei Qualigo, die "Lebensversicherung" beispielsweise nur 15 Cent. Bei Goto hingegen ist die "life insurance" nurmehr für 3,09 US-Dollar zu haben.

13 Mio. deutschsprachige Seiten umfasst Qualigo. Fireball hat einen ähnlich großen Index. Bis Ende des Jahres will Qualigo auch alle europäischen Websites indexiert haben. Mit im Boot sind schon andere, kleine Suchmaschinen: Avero, Suchen.com, Netz.de, Apollo7.de und die Meta-Suchmaschine Bingooo kassieren von Qualigo Prozente, wenn sie mit ihren Suchergebnissen Besucher auf die Websites der Qualigo-Kunden bringen. Laut Koch sind auch bereits die großen Suchmaschinen im Gespräch mit Qualigo. Allerdings sind bei Qualigo die Ausgaben derzeit höher als die Einnahmen. CHRISTIANE SCHULZKI-HADDOUTI

www.infoseek.de

www.goto.com

www.findwhat.com

www.cyfind.de

www.hurra.de

www.qualigo.de

[Zurück - Anzeige für die Druckausgabe](#) • [Artikel als E-Mail versenden](#)

[Weitere Artikel](#) aus den aktuellen VDI nachrichten.

[[Anzeige für die Druckausgabe](#)] [[Artikel als E-Mail versenden](#)]