

# SEO-Effekt

## KERNERGEBNISSE DER PROJEKTTEILE

Sebastian Sünkler und Sebastian Schultheiß  
Präsentation im Rahmen des SEO-Effekt-Abschlussworkshops  
30.06.2021



# INHALT

1. Das Zusammenspiel der Projektteile
2. ExpertInneninterviews
3. Repräsentative Online-Befragung
4. Messung des SEO-Effekts
5. Suchergebnisanalyse
6. Laborstudie
7. Fazit und Ausblick
8. Quellen

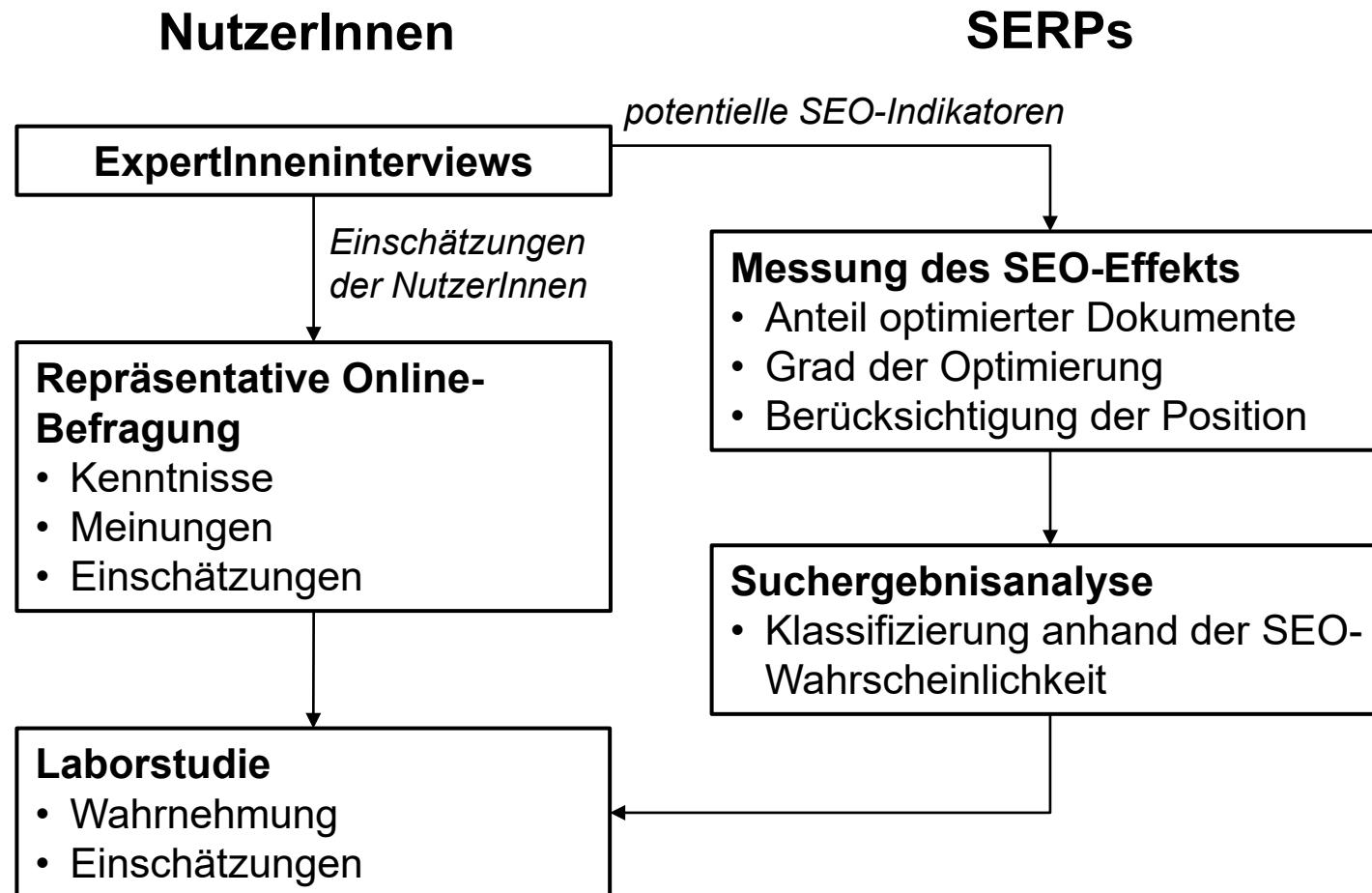
1

# 1 DAS ZUSAMMENSPIEL DER PROJEKTTEILE

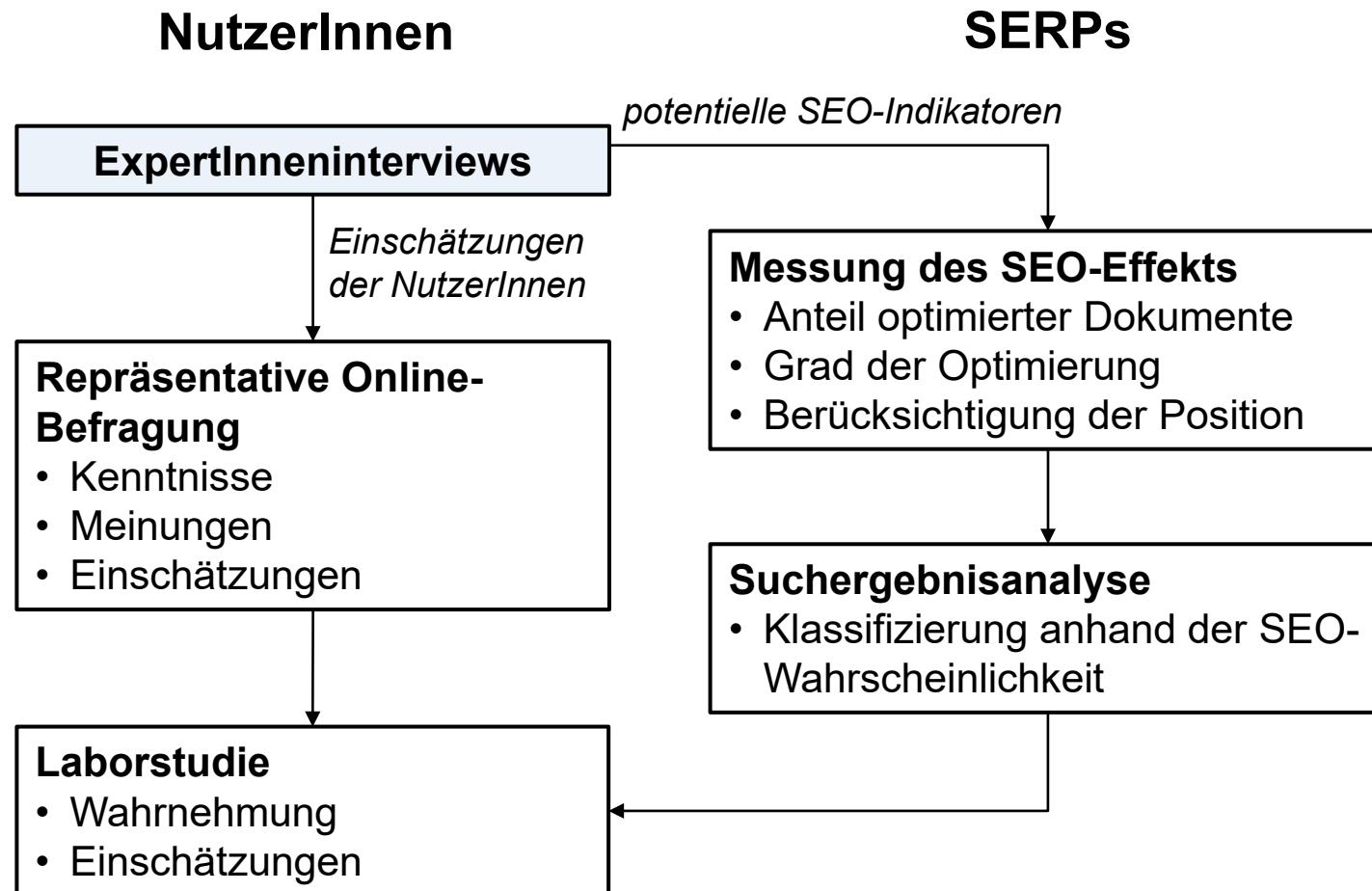
SEO-Effekt



# 1. DAS ZUSAMMENSPIEL DER PROJEKTTEILE



# 1. DAS ZUSAMMENSPIEL DER PROJEKTTEILE



## 2 EXPERTINNENINTERVIEWS

SEO-Effekt

 HAW  
HAMBURG

## 2. EXPERTINNENINTERVIEWS

### ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE

#### Zielsetzung

- Perspektive von SEO-ExpertInnen, InhalteanbieterInnen und JournalistInnen erfahren zu ...  
**Einschätzungen zur Nutzersicht auf SEO** (zur Hypothesenbildung für die Online-Befragung),  
**SEO-Indikatoren** (die durch die Software gemessen werden können), sowie zu  
**SEO-Auswirkungen auf Arbeitsalltag** von InhalteanbieterInnen/JournalistInnen.

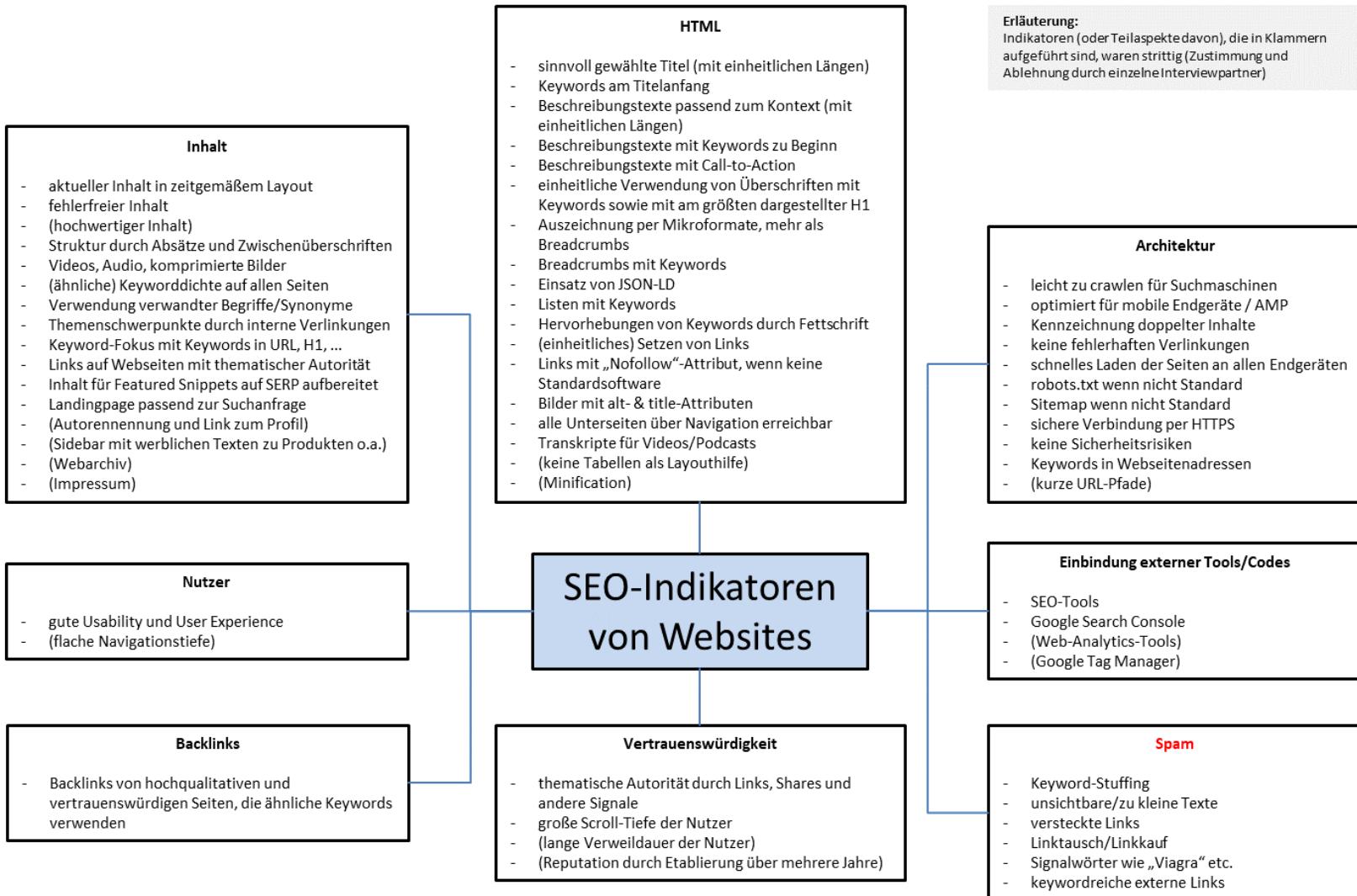
#### Vorgehensweise

- 15 Interviews (vor Ort und per Skype)
- Tonaufnahme, Transkription, Pseudonymisierung
- Auswertung per qualitativer Inhaltsanalyse

## 2. EXPERTINNENINTERVIEWS

# KERNERGEBNISSE

### SEO-Indikatoren



## 2. EXPERTINNENINTERVIEWS

### KERNERGEBNISSE

Aus den ExpertInneninterviews wurden die folgenden Hypothesen abgeleitet:

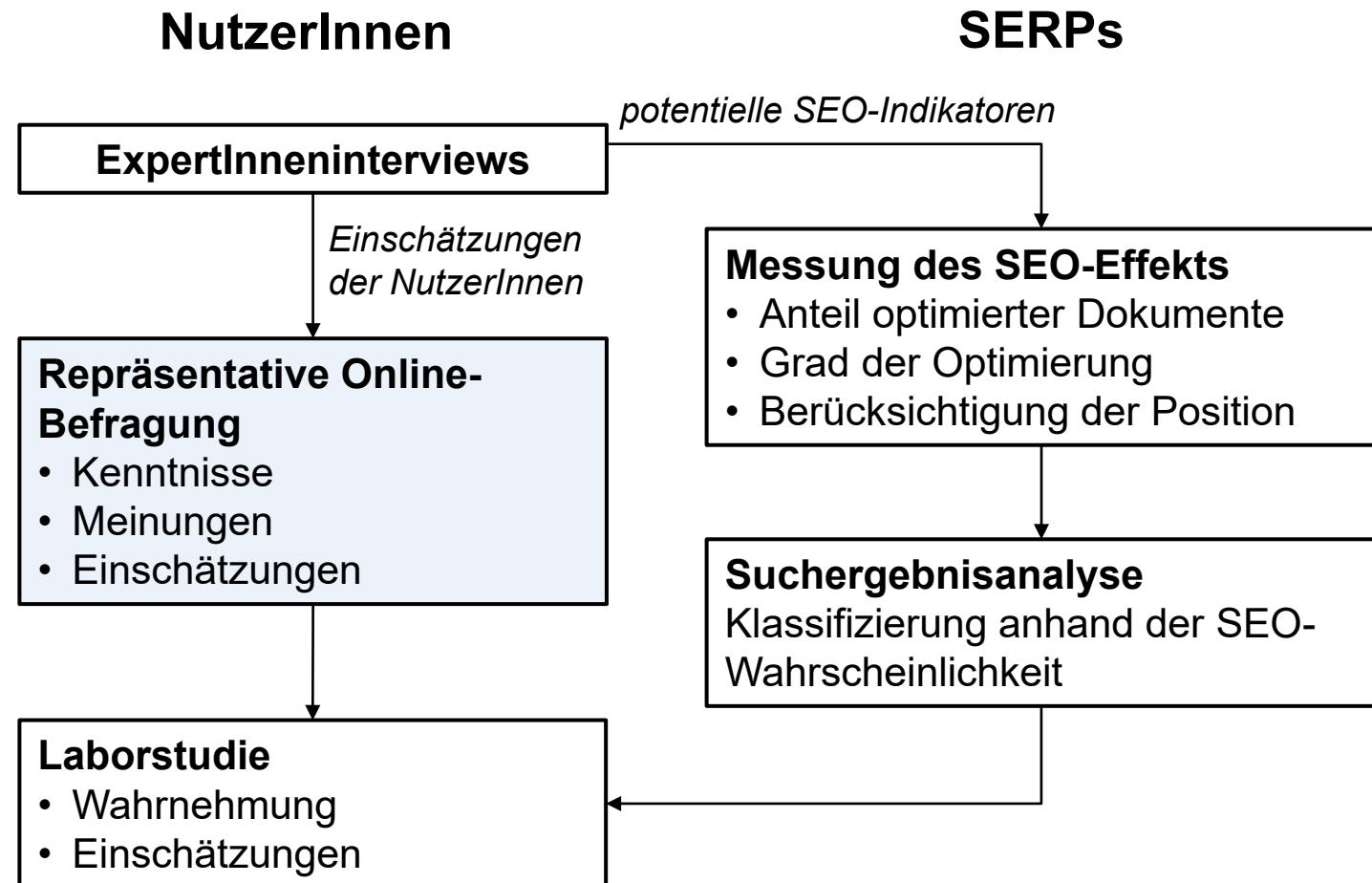
- H1:** Deutsche SuchmaschinennutzerInnen haben **geringe Kenntnisse** darüber, dass über SEO Einfluss auf die Suchergebnisse genommen werden kann.
- H2:** Deutsche SuchmaschinennutzerInnen, die beruflich, in Ausbildung oder Studium mit SEO-nahen Themen konfrontiert sind (z. B. Digitalisierung, Internet), haben **umfangreichere SEO-Kenntnisse** als NutzerInnen ohne diesen thematischen Bezug.
- H3:** Deutsche SuchmaschinennutzerInnen mit hohem Bildungsgrad verfügen über **umfangreichere SEO-Kenntnisse** als NutzerInnen niedrigerer Bildungsgrade.
- H4:** Deutsche SuchmaschinennutzerInnen sind **geteilter Ansicht über die Einflussstärke**, die SEO auf die Suchergebnisse haben kann (sehr starker Einfluss vs. kein Einfluss).
- H5:** Deutsche SuchmaschinennutzerInnen, die beruflich, in Ausbildung oder Studium mit SEO-nahen Themen konfrontiert sind (z. B. Digitalisierung, Internet), haben eine **positivere Meinung** über SEO als NutzerInnen ohne diesen thematischen Bezug.

## 3 REPRÄSENTATIVE ONLINE-BEFRAGUNG

SEO-Effekt



### 3. REPRÄSENTATIVE ONLINE-BEFRAGUNG



# 3. REPRÄSENTATIVE ONLINE-BEFRAGUNG

## ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE

### Zielsetzung

- Erfahren der **NutzerInnenperspektive auf SEO**

**Kenntnisse** über SEO

**Unterscheidungsfähigkeit** SEO/SEA

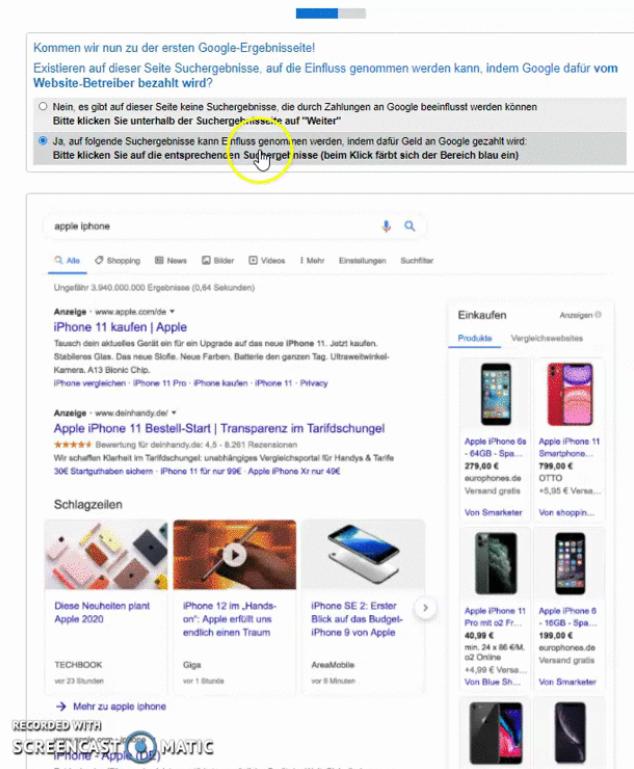
**Meinungen** zum SEO-Einfluss

**Einschätzungen** des SEO-Einflusses

- weitere Fragebogenblöcke außerhalb des SEO-Kontextes (SEA, Vertrauen in Suchmaschinen, Personalisierung, ...)

### Vorgehensweise

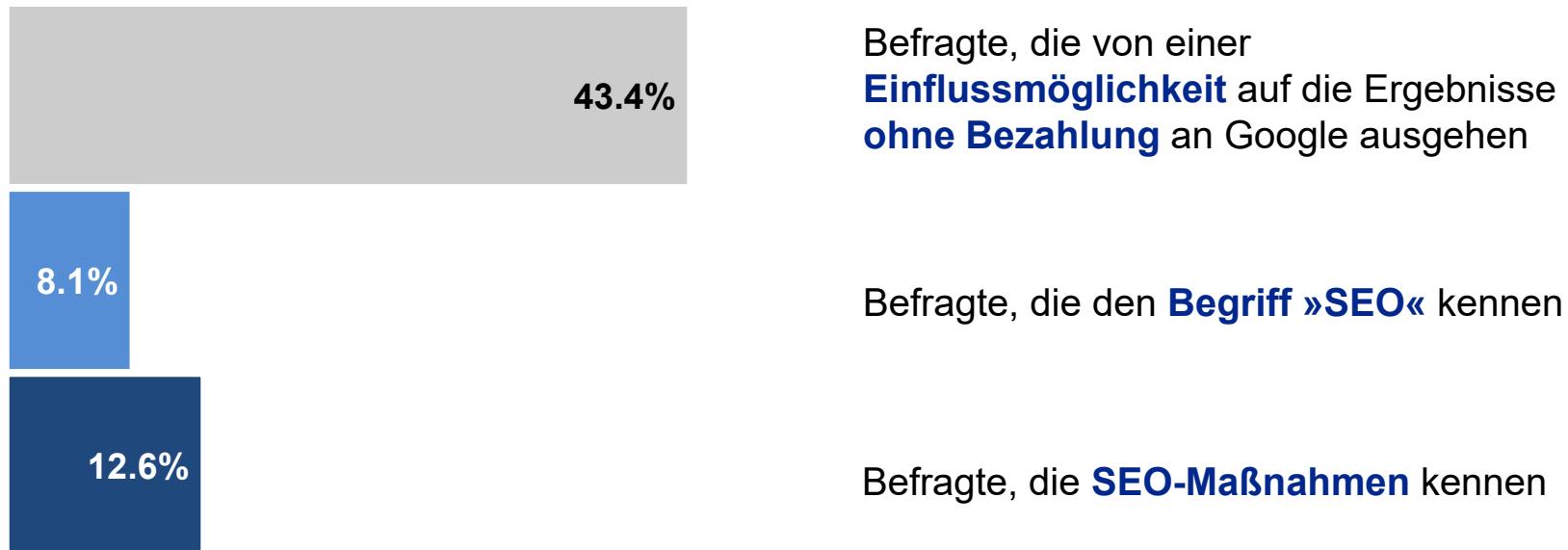
- Online-Umfrage mit N=2.012 TeilnehmerInnen
- Zusammenarbeit mit Marktforschungsunternehmen Fittkau & Maaß
- repräsentativ für deutsche InternetnutzerInnen zwischen 16-69 Jahren
- je zur Hälfte am großen (PC o. a.) oder kleinen (Smartphone) Bildschirm



### 3. REPRÄSENTATIVE ONLINE-BEFRAGUNG

## KERNERGEBNISSE

#### Kenntnisse über SEO



Jüngere, höher gebildete sowie NutzerInnen mit SEO-nahen Tätigkeiten verfügen über die höchsten Kenntnisstände

12

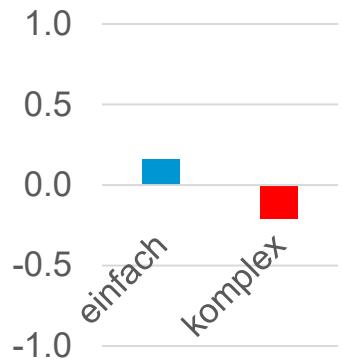
# 3. REPRÄSENTATIVE ONLINE-BEFRAKUNG

## KERNERGEBNISSE

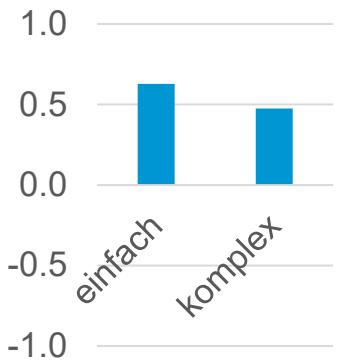
### Unterscheidungsfähigkeit SEO/SEA:

- Wie viele Ergebnisse werden richtig zugeordnet (abzüglich fehlerhafter Klicks)?
- Dazu kurze Erläuterungstexte zu SEO/SEA vorab

Identifikations-  
quote SEO



Identifikations-  
quote SEA



Department Information  
Sebastian Sünkler M.A. und Sebastian Schultheiß M.A.

### Suchergebnisseite einfach

Anzeige · www.steuering.de ▾ 0800 5893429888  
**Lohnsteuerhilfeverein Hamburg | Steuerberatung zum Festpreis**  
Probleme mit der Steuererklärung 2018? Jetzt Beratungsstelle in der Nähe finden! Steuerberatung, Beratung in Ihrer Nähe, Dienstleistungen: Permanente Steuerberatung, Steuerliche Analyse, Individuelle Beratung, Steuererklärung erstellen, Beratung zum Festpreis, Berater in Hamburg - So funktioniert es - Jetzt Mitglied werden!

Anzeige · www.taxfix.de ▾  
**Taxfix, Steuererklärung schnell und einfach - Taxfix**  
★★★★ Bewertung für taxfix.de: 4,7 - 845 Rezensionen  
Steuererklärung in 20 Minuten online erledigen - einfach, schnell, ohne Formulare. Steuererklärung schnell online erledigen und durchschnittlich 1000 Euro zurückholen!

Anzeige · www.lohnhilfe.de ▾  
**Lohnsteuerhilfe Hamburg: Startseite**  
Startseite - Leistungen - Der Verein - Beratungsstellen - Steuererklärung von Zuhause - Kontakt - Datenschutzerklärung - Impressum - Netz-mit-e - spielen leicht ...

www.lohnhilfe.de · lohnhilfe.de · hamburg · hamburg-barmbek ▾  
**Lohnsteuerhilfe Hamburg | Lohi-Lohnsteuerhilfeverein**  
★★★★ Bewertung: 5 - 663 Rezensionen  
Lohnsteuerhilfe in Hamburg: Steuerberatung für Arbeitnehmer, Beratungsstellen der Lohi finden

www.lohnhilfe.de · lohnhilfe.de · hamburg · hamburg-barmbek ▾  
**Lohnsteuerhilfe Hamburg Barmbek | Lohi**  
★★★★ Bewertung: 5 - 107 Rezensionen  
Lohnsteuerhilfe für Arbeitnehmer in Hamburg (Barmbek). Wir machen Ihre Steuererklärung. Jetzt informieren.

www.finanztip.de · steuererklärung ▾  
**Steuererklärung selber machen: Tipps 2020 (Formulare ...**  
Steuererklärung 2019: Wer muss eine Einkommensteuererklärung abgeben? Bis wann? Was können ... Kostenlose Hilfe vom Finanzamt. Wenn Ihnen nicht klar: Steuererklärung Pflicht! Steuererklärung 2017 Steuererklärung 2015: Elster

lohnsteuer-hilfe-hamburg.de · steuererklärung-gesetzlich-enforcegen... ▾  
**Steuererklärung günstig machen lassen in Hamburg**  
Sie benötigen Hilfe bei Ihrer Steuererklärung? Lesen Sie jetzt weiter und lassen Sie uns Ihre Steuererklärung ausfüllen.

lohnsteuer-hilfe-hamburg.de · steuererklärung-gesetzlich-enforcegen... ▾  
**Lohnsteuerhilfe Hamburg: Lohnsteuerhilfeverein in Hamburg ...**  
Lohnsteuerhilfeverein in Hamburg - Schnell und einfach Steuererklärung machen lassen. Wir als Lohnsteuerhilfe in Hamburg bieten Ihnen die Option an, Ihre ...

www.vfh.de ▾  
**Lohnsteuerhilfeverein Vereinigte Lohnsteuerhilfeverein e.V. - Wir ...**  
Die VfH, Deutschlands größter Lohnsteuerhilfeverein, Wir machen Ihre Steuern. Damit Sie sich entspannt zurücklehnen können.

www.steuern.de · steuererklärung-selber-machen ▾  
**Steuererklärung selber machen: Die besten Tipps! | Steuern.de**  
Die Website "Meine erste Steuererklärung" bietet Hilfe für alle die noch nie eine Steuererklärung abgegeben haben! Hier findet sich auch eine einfache Schnitt ...

www.steuertips.de · finanz-und-formulatoren · wer-die-besten... ▾  
**Wer Dir bei der Steuererklärung helfen darf - und wem Du ...**  
wer helfen darf und wer nicht, kostenlose Hilfe. Dass sich Angehörige ohne Bezahlung gegenseitig bei der Steuererklärung helfen, erlaubt sogar das sonst so ...

www.steuereklärung.de · steuererklärung-anleitung ▾  
**Steuererklärung leicht gemacht - eine Schritt-für-Schritt ...**  
12.03.2018 - Mit unserem Tool spielen einfach Steuererklärung zurückholen. Mit unserer Schritt-für-Schritt-Anleitung barriere Geld sichern.

Anzeige · www.yourpoint.de ▾ 0761 210937990  
**Hilfe bei Steuererklärung | Unsere Anwälte helfen Ihnen.**  
★★★★ Bewertung für yourpoint.de: 4,8 - 597 Rezensionen  
Ca. 30% aller Steuerberichte sind fehlerhaft - Jetzt einstieg Experten fragen! Schnell & Unkompliziert. Über 50.000 Beratungen, Zertifizierte Experten, Kostenlose Rückfragen, Gekündigt-Garantie, 99,9% zufriedene Kunden, Testleser bei WISO. 15 Steuerberater beraten - Jetzt Anwalt fragen

Anzeige · www.steuerverbeiter-suchen.com/ ▾  
**Steuerverbeiter in Hamburg | Jetzt kostenlos finden lassen**  
Günstige Steuerberater in Hamburg für Steuerberatung, GuV, Bilanz, uvm. für Unternehmen + Vereine, für Privatkunden, Kostenlose Vermittlung, Top Steuerberater, Interessensbereiche: Steuerberatung Deutschland, Steuerberatung Österreich, Betriebswirtschaftliche Beratung, Aktuelle Anfragen - Kostenloser Suchservice - Karten ansehen - Anfrage für Unternehmen

### Suchergebnisseite komplex

Anzeige · www.apple.com/de ▾  
**iPhone 11 kaufen | Apple**  
Tauch dein aktuelles Gerät ein für ein Upgrade auf das neue iPhone 11. Jetzt kaufen. Stabiles Glas. Das neue Stofo. Neue Farben. Batterie den ganzen Tag. Ultraweitwinkel-Kamera. A13 Bionic Chip.  
iPhone vergleichen - iPhone 11 Pro - iPhone kaufen - iPhone 11 - Privacy

Anzeige · www.deinhandy.de ▾  
**Apple iPhone 11 Bestell-Start | Transparenz im Tarifschungel**  
★★★★ Bewertung für deinhandy.de: 4,5 - 8.261 Rezensionen  
Wir schaffen Klarheit im Tarifschungel: unabhängiges Vergleichsportal für Handys & Tarife 30€ Startguthaben sichern - iPhone 11 für nur 99€ - Apple iPhone Xr nur 49€

Schlagzeilen

Titel	Bild	Link
Diese Neuheiten plant Apple 2020		→ Mehr zu apple iphone
TECHBOOK		
Giga		
ArealMobile		

www.apple.com · iphone ▾  
**iPhone - Apple (DE)**  
Entdecke das iPhone, das leistungstärkste persönliche Gerät der Welt. Sieh dir das neue iPhone 11 und das neue iPhone 11 Pro an.

www.apple.com · retail ▾  
**Apple Store – Store finden – Apple (DE)**  
Finde einen Apple Store, um Mac, iPhone, iPad, Apple Watch und mehr zu kaufen, für kostenlose Workshops und Events oder für Support an der Genius Bar.

de.wikipedia.org · wiki · iPhone ▾  
**iPhone – Wikipedia**  
iPhone [ˈaɪfən] ist eine im Jahr 2007 mit dem gleichnamigen Smartphone iPhone ins ... Gleichzeitig mit dem iPhone 5s stellte Apple ein zweites iPhone-Modell vor, das iPhone 5c. Bei nahezu identischer Hardware wie das iPhone 5 ist ... iPhone XS - iPhone XR - iPhone X - iPhone 8 & Co. ✓ 30 Tage Rückgabe ✓ 0%-Finanzierung ✓ Jetzt kaufen!

www.cyberport.de · Apple & Zubehör ▾  
**Apple iPhone ohne Vertrag günstig kaufen | Cyberport**  
Apple iPhone ohne Vertrag bei Cyberport günstig kaufen ✓ iPhone XS, XS Max, XR & Co. ✓ 30 Tage Rückgabe ✓ 0%-Finanzierung ✓ Jetzt kaufen!

www.mediamarkt.de · ... Smartphones & Handys · Apple iPhone ▾  
**Apple iPhone High-Tech meets Design | MediaMarkt**  
Entdecken Sie die Welt des Apple iPhone bei MediaMarkt. Große Produktauswahl, kostenlose Finanzierung uvm. Jetzt informieren & bestellen.

www.sparhandy.de · apple · info · iphone-modelle ▾  
**iPhone Vergleich: Alle iPhone Modelle im Überblick**  
Welter zu Die Apple iPhones – eine Erfolgsgeschichte aus Cupertino – Die Apple iPhones – eine Erfolgsgeschichte aus Cupertino. 2004. Begonnen hat ...

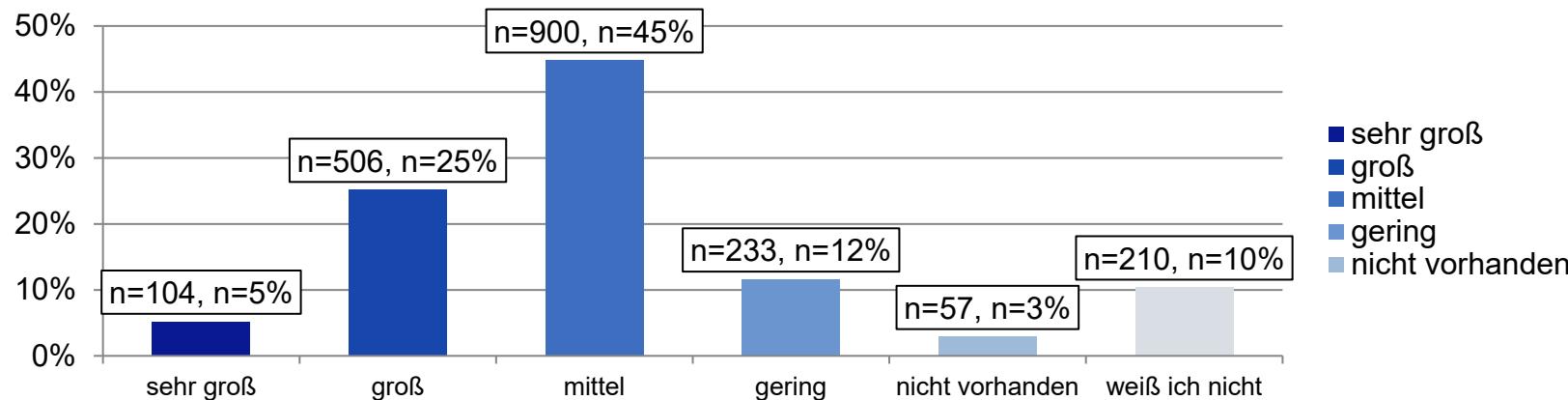
Apple Softwareentwickler ▾  
Apple Inc. ist ein US-amerikanischer Hard- und Softwareentwickler und ein Technologieunternehmen, das Computer, Smartphones und Unterhaltungselektronik sowie Betriebssysteme und Anwendungssoftware entwickelt und vertreibt. Wikipedia

### 3. REPRÄSENTATIVE ONLINE-BEFRAGUNG

## KERNERGEBNISSE

#### Meinungen zu SEO: positiv

„Wie groß sind die **positiven** Auswirkungen bzw. Folgen von Suchmaschinenoptimierung auf Google-Suchergebnisse aus Ihrer persönlichen Sicht?“



„Welche **positiven** Auswirkungen bzw. Effekte hat Suchmaschinenoptimierung Ihrer Meinung nach?“

- Bessere/relevantere Ergebnisse für die Suchenden
- Schnelleres Auffinden der Ergebnisse durch die Suchenden
- Vorteile für Webseitenbetreiber
- Vorteile für Suchende wie z. B. Individualisierung, Filter

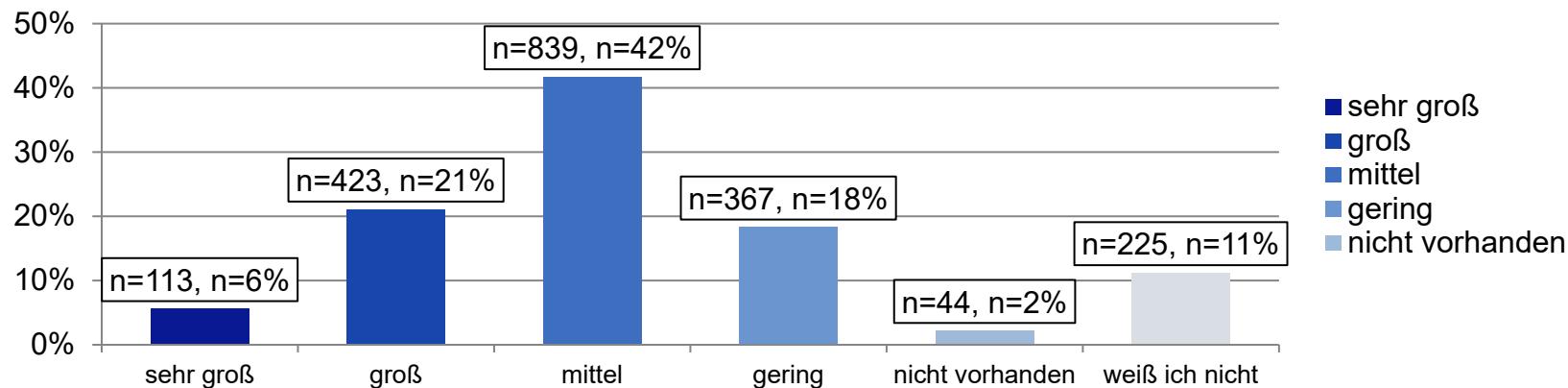
14

### 3. REPRÄSENTATIVE ONLINE-BEFRAGUNG

## KERNERGEBNISSE

#### Meinungen zu SEO: negativ

„Wie groß sind die **negativen** Auswirkungen bzw. Folgen von Suchmaschinenoptimierung auf Google-Suchergebnisse aus Ihrer persönlichen Sicht?“



„Welche **negativen** Auswirkungen bzw. Effekte hat Suchmaschinenoptimierung Ihrer Meinung nach?“

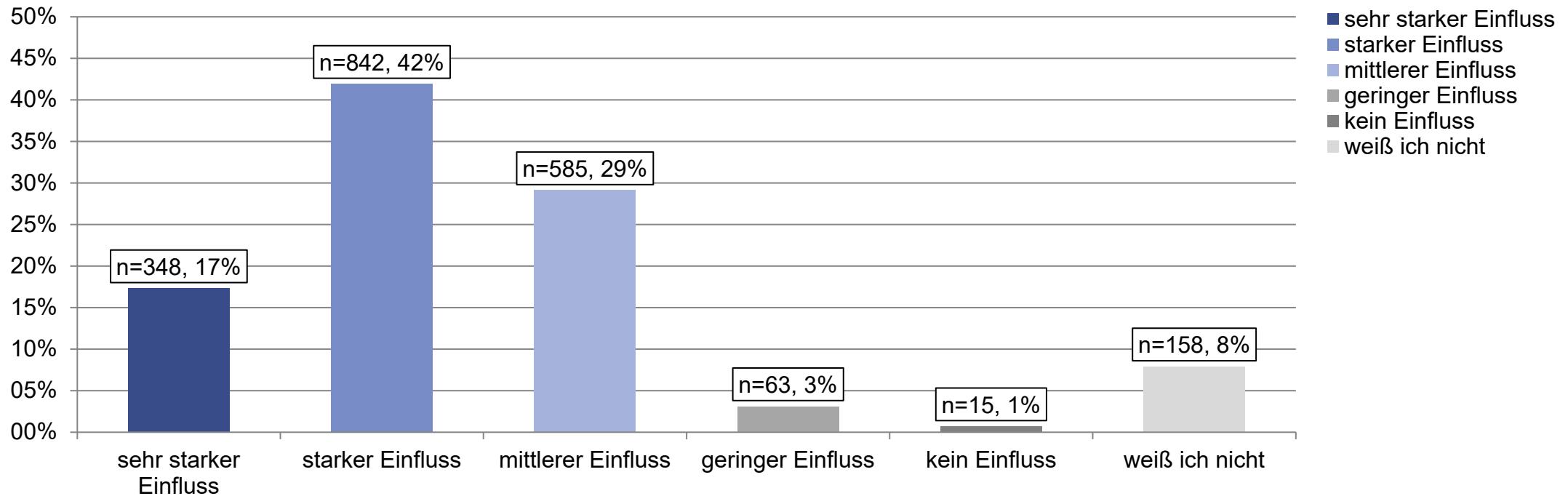
- Bewusste Beeinflussung/Manipulation der Ergebnisse mit negativer Intention
- Verdrängung der eigentlich gesuchten, gewünschten, passenden Suchergebnisse
- Benachteiligung kleinerer Websites/Anbieter
- Negativer Einfluss auf die Suchergebnisqualität

### 3. REPRÄSENTATIVE ONLINE-BEFRAGUNG

## KERNERGEBNISSE

#### Einschätzungen der SEO-Einflussstärke

„Wie stark ist aus Ihrer Sicht der Einfluss von Suchmaschinenoptimierung auf die Reihenfolge der Suchergebnisse bei Google?“



# ZWISCHENFAZIT INTERVIEWS UND ONLINE-BEFRAGUNG

## SEO-Indikatoren (ExpertInnen)

- Sammlung für **Softwareentwicklung**

## SEO-Bekanntheit (NutzerInnen)

- **Einflussmöglichkeit** auf organische Ergebnisse und **SEO-Begriff** den NutzerInnen kaum bekannt
- **Verortung** möglicher SEO-Maßnahmen bei organischen Ergebnissen folglich unzureichend

## SEO-Einschätzung (NutzerInnen)

- Der SEO-Einfluss wird überwiegend als **stark oder sehr stark** angenommen

## SEO-Meinung (NutzerInnen)

- SEO wird **sowohl mit positiven als auch negativen** Folgen in Verbindung gebracht

## Nach der Pause

- Messung des SEO-Effekts
- Suchergebnisanalyse
- Laborstudie

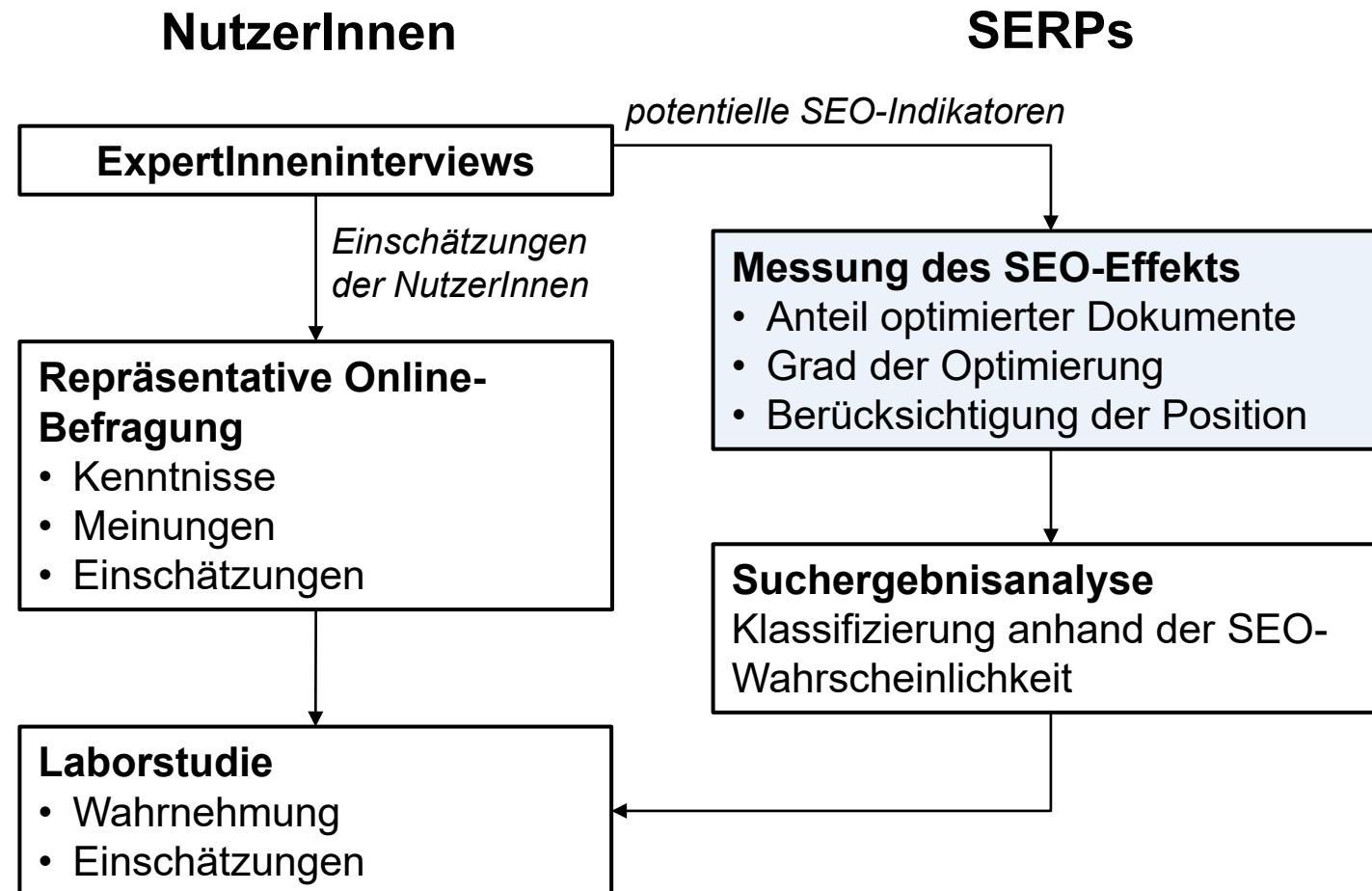
17

## 4 MESSUNG DES SEO-EFFEKTS

SEO-Effekt



## 4. MESSUNG DES SEO-EFFEKTTS



19

## 4. MESSUNG DES SEO-EFFEKTES

### ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE

#### Zielsetzung

- Entwicklung ...  
von Verfahren und Modellen zur Ermittlung der **Optimierungswahrscheinlichkeit von Suchergebnissen**  
einer **Software** zur automatisierten Speicherung und Analyse von Suchergebnissen

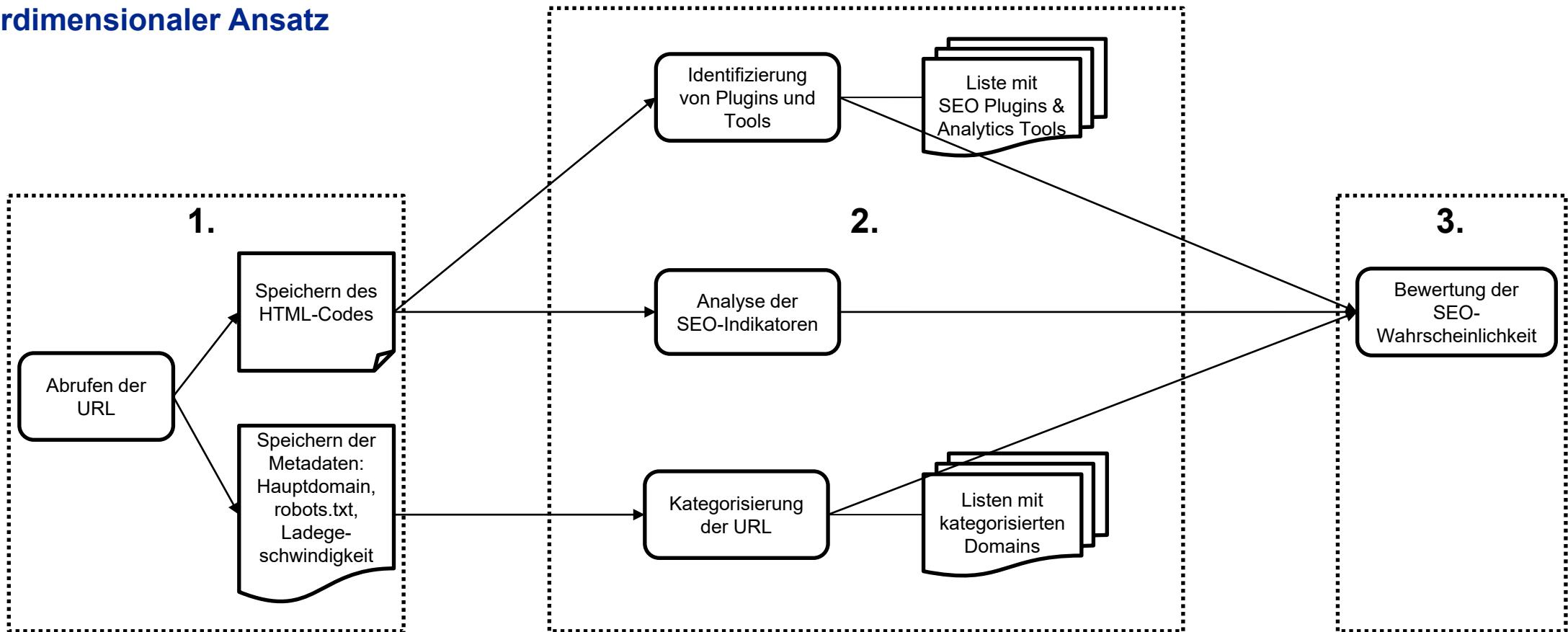
#### Vorgehensweise

- Entwicklung von **Scrapern** (Speicherung von Suchergebnissen)
- Definition möglicher **Indikatoren für SEO** (ExpertInneninterviews, Literaturschau)
- Entwicklung von Regeln für eine Klassifikation von Webseiten nach **SEO-Wahrscheinlichkeit**
- Durchführung der Klassifikation auf verschiedene **Testfälle** (Suchergebnisanalyse)
- Verbesserung der Klassifikation durch **Machine Learning**

# 4. MESSUNG DES SEO-EFFEKTTS

## METHODE

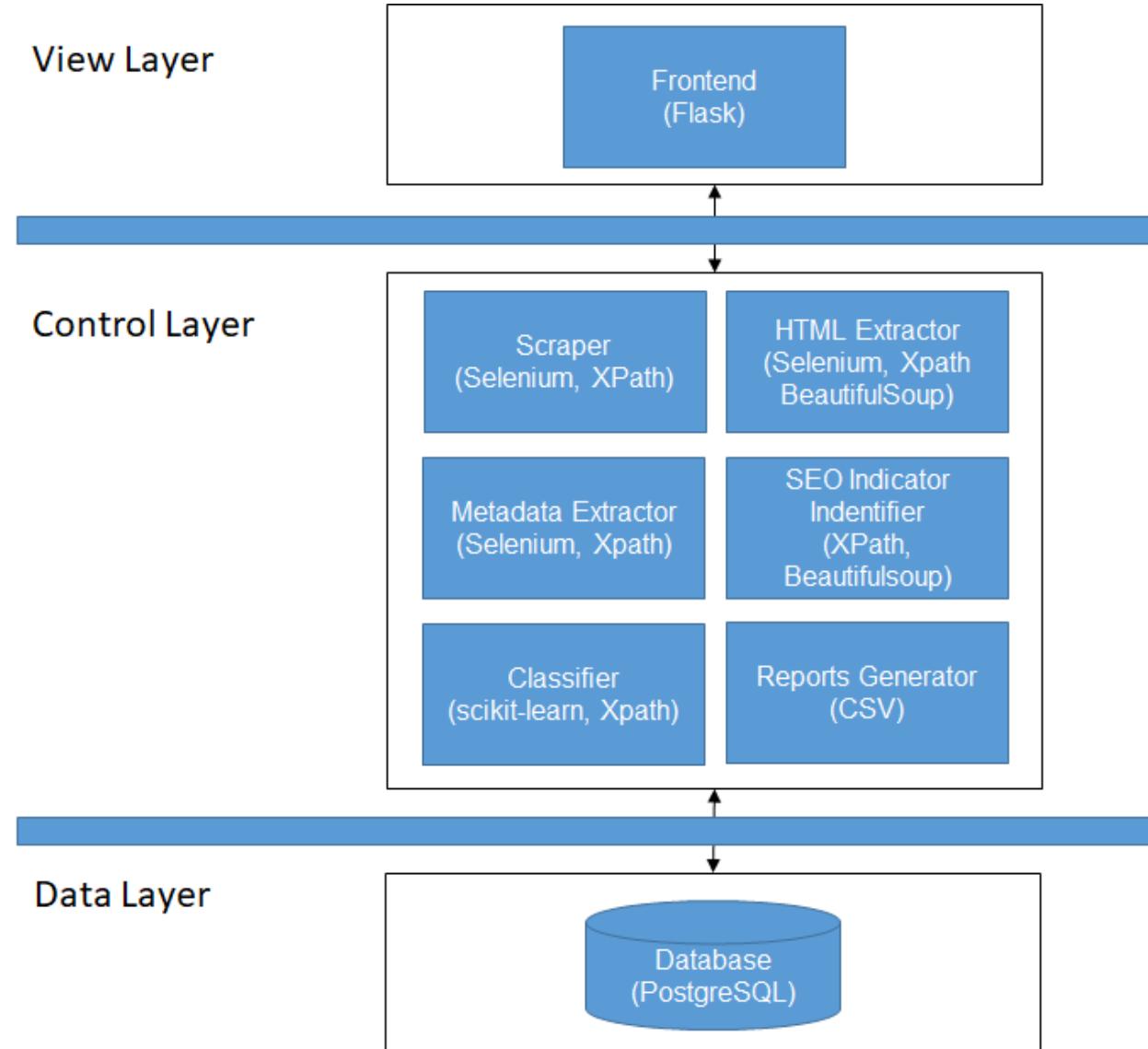
### Mehrdimensionaler Ansatz



# 4. MESSUNG DES SEO-EFFEKTTS

## METHODE

### Software-Architektur



# 4. MESSUNG DES SEO-EFFEKT

## METHODE SEO-Indikatoren

Tools und Plugins	
SEO Plugins	Plugins, die direkt für SEO eingesetzt werden, z. B. Yoast SEO Plugin (58 Plugins)
Analytics Tools	Tools für die Webanalyse (54 Tools)
URL-Listen	
SEO customers	Kunden von SEO-Agenturen (1.004 URLs)
News websites	Nachrichtenangebote (1.203 URLs)
Online shops	Online-Shops (178 URLs)
Business websites	Webseiten von Unternehmen (72 URLs)
Websites with ads	Webseiten mit Werbung (325 URLs)
Not optimized	Webseiten, die garantiert nicht optimiert sind (1 URL; Wikipedia)
Technische SEO-Indikatoren	
Microdata and schema.org	microdata-Formate (schema.org JSON-LD) zur Strukturierung von Inhalten
Online advertisements	Kontextualisierter Werbung, z. B. Google Ads
HTTPS	Hypertext Transfer Protocol Secure
SEO in robots.txt	SEO in der robots.txt
Sitemap	Sitemap zur hierarchischen Darstellung der Seite
Viewport	Viewport für responsive Webdesign
Nofollow links	Anzahl der nofollow-Links
Canonical links	Anzahl der canonical-Links
Pagespeed	Ladezeit der Seite
Description	Meta Description für die Seite
Title	Seitentitel
Open Graph Tags	Open Graph Tags für Social Media

## 4. MESSUNG DES SEO-EFFEKTTS

### METHODE

#### Regelbasierte Klassifikation

Klasse	Regeln
Höchstwahrscheinlich optimiert	<b>SEO-Plugin ODER Agenturkunde ODER Nachrichtenangebot ODER Werbeanzeigen ODER Microdata für SEO</b>
Wahrscheinlich optimiert	NICHT höchstwahrscheinlich optimiert UND <b>(Online Shop ODER Unternehmensseite ODER Analytics Tool ODER https ODER SEO in robots.txt ODER Sitemap vorhanden ODER Viewport definiert ODER Nofollow-Links ODER Canonical-Links ODER Ladegeschwindigkeit &lt; 3s)</b>
Wahrscheinlich nicht optimiert	NICHT höchstwahrscheinlich optimiert UND NICHT wahrscheinlich optimiert UND <b>(NICHT Description ODER NICHT Title ODER NICHT Open Graph)</b>
Höchstwahrscheinlich nicht optimiert	<b>Nicht optimierte Domain</b>

# 4. MESSUNG DES SEO-EFFEKT

## METHODE

### Evaluierung von Machine Learning Algorithmen für die Erweiterung der Klassifikation

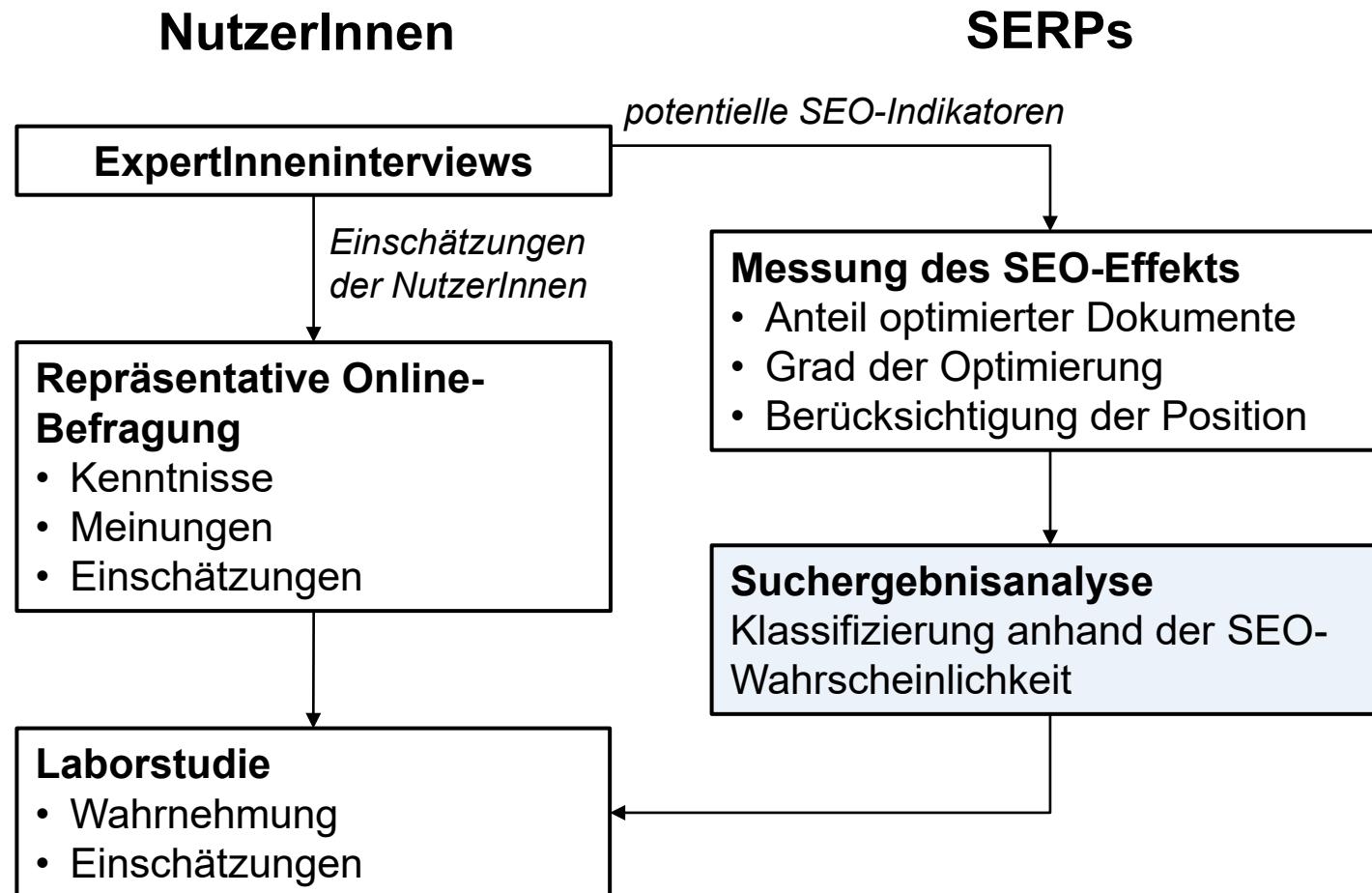
Algorithm	Balanced accuracy	Precision macro	Recall macro	F1 macro
GradientBoostingClassifier	99.74 %	99.23 %	99.74 %	99.49 %
GaussianNB	97.04 %	75.75 %	97.04 %	75.85 %
BernoulliNB	93.91 %	73.30 %	93.91 %	73.44 %
DecisionTreeClassifier	<b>89.33 %</b>	<b>91.98 %</b>	<b>89.33 %</b>	<b>90.51 %</b>
LinearSVC	80.39 %	80.25 %	80.39 %	77.89 %
ExtraTreesClassifier	79.48 %	96.15 %	79.48 %	82.48 %
RandomForestClassifier	79.14 %	98.80 %	79.14 %	82.18 %
AdaBoostClassifier	69.79 %	71.76 %	69.79 %	68.91 %
KNeighborsClassifier	53.56 %	58.96 %	53.56 %	54.59 %
SGDClassifier	51.47 %	52.31 %	51.47 %	50.45 %
SVC	31.49 %	38.84 %	31.49 %	29.59 %
RadiusNeighborsClassifier	4.50 %	75.27 %	3.60 %	6.71 %

## 5 SUCHERGEBNISANALYSE

SEO-Effekt



## 5. SUCHERGEBNISANALYSE



## 5. SUCHERGEBNISANALYSE

### ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE

#### Zielsetzung

- **Weiterentwicklung** unserer Ansätze durch Ergebnisse aus den Testfällen
- Erkenntnisse zu den **Anteilen von optimierten Dokumenten** in Suchergebnissen gewinnen
- Schaffung einer **Datenbasis für die Laborstudie** zu gesundheitsbezogenen Suchanfragen

#### Vorgehensweise

- Auswahl von geeigneten **Datensätzen** / Testfällen
- **Regelbasierte Klassifikation** zur Generierung eines Trainingsdatensatzes
- Klassifikation der Daten mit einem **Decision Tree** zur Ermittlung der SEO-Wahrscheinlichkeit

## 5. SUCHERGEBNISANALYSE

### KERNERGEBNISSE

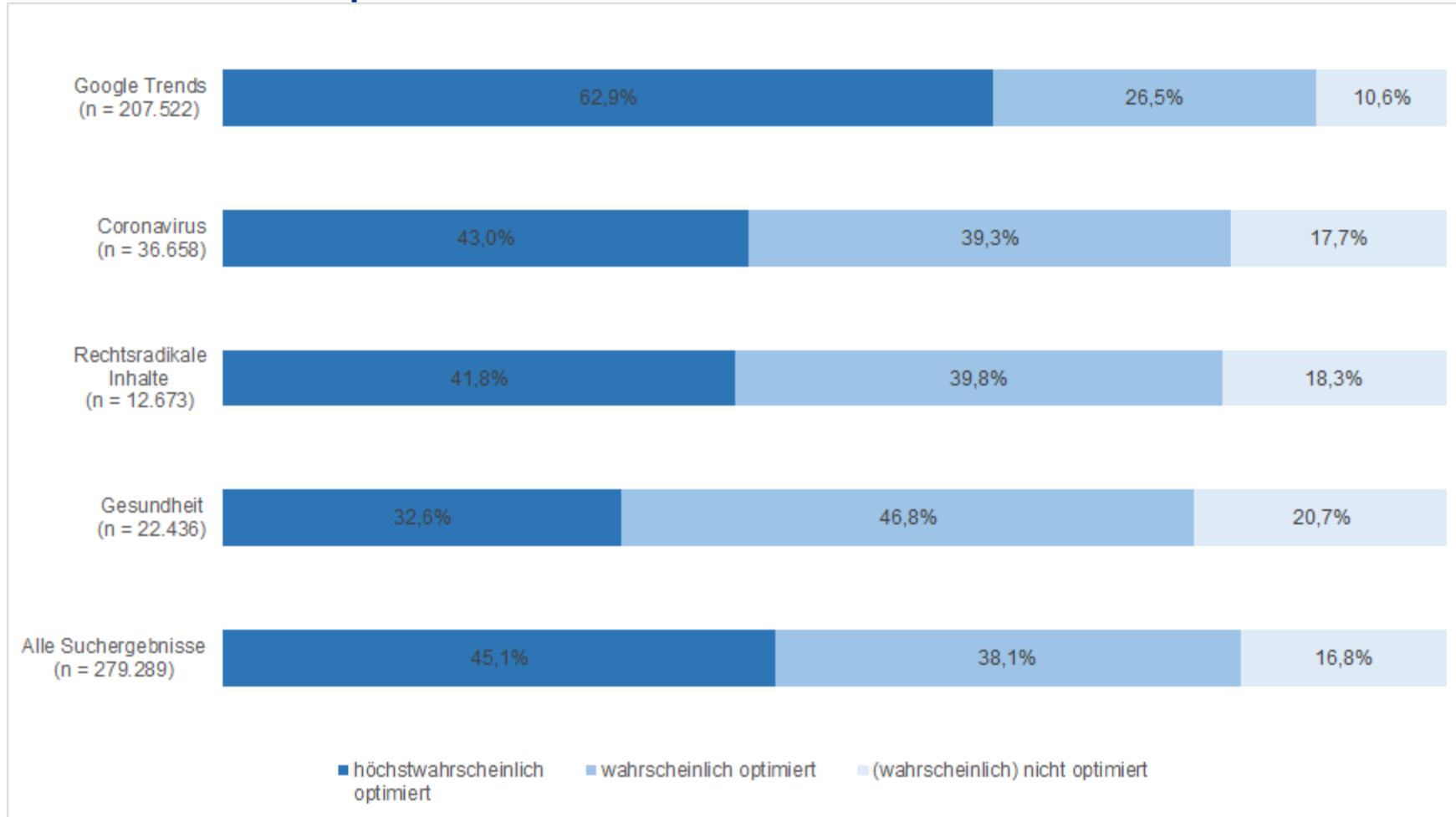
#### Datensätze

- **Google Trends** (Suchanfragen: 1.563, Suchergebnisse: 207.522)
- **Rechtsradikale Inhalte** (Suchanfragen: 80 , Suchergebnisse: 12.673)
- **Coronavirus** (Suchanfragen: 271 , Suchergebnisse: 36.658)
- **Gesundheitsbezogene Suchanfragen** (Suchanfragen: 318, Suchergebnisse: 22.436)

# 5. SUCHERGEBNISANALYSE

## KERNERGEBNISSE

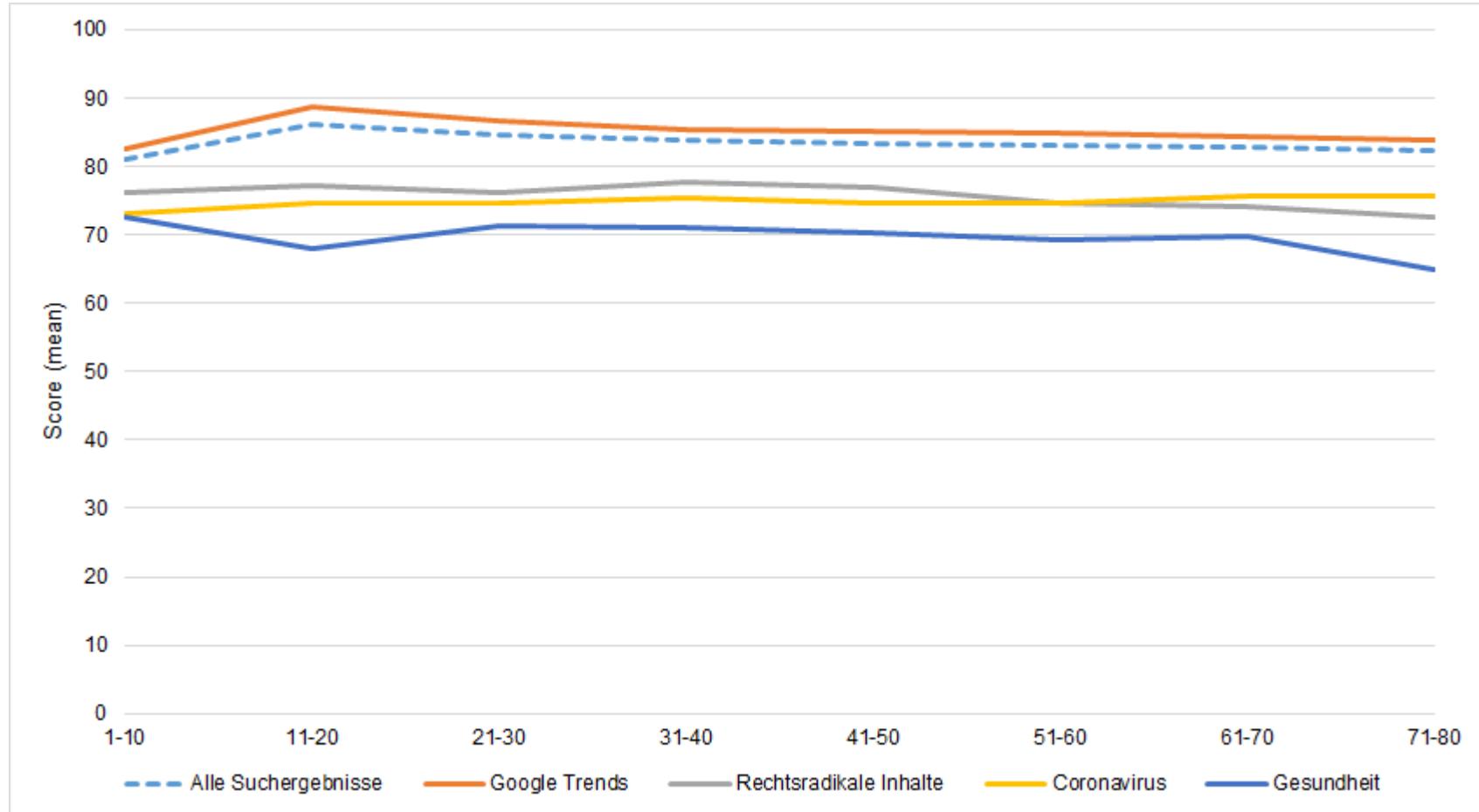
### Anteil der optimierten und nicht optimierten Dokumente in den Datensätzen



## 5. SUCHERGEBNISANALYSE

### KERNERGEBNISSE

#### SEO-Wahrscheinlichkeit auf den Trefferpositionen

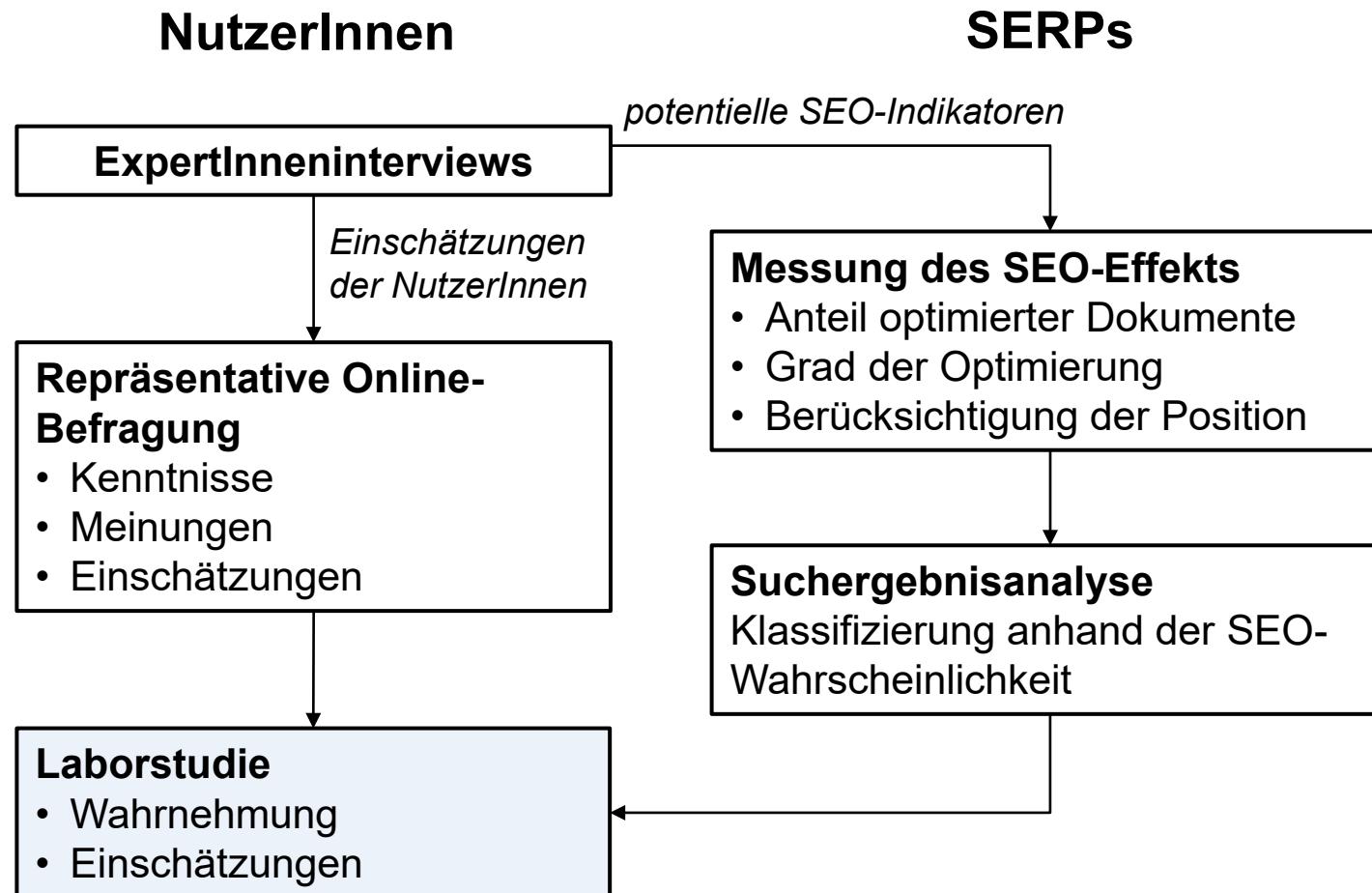


## 6 LABORSTUDIE

SEO-Effekt



## 6. LABORSTUDIE



## 6. LABORSTUDIE

### ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE

#### Zielsetzung

- Untersuchung, wie die **Qualität** einer Webseite aus dem gesundheitsbezogenen Bereich wahrgenommen wird, wenn dabei als **optimiert** oder als **nicht-optimiert** eingestuft Webseiten unterschieden werden.
- Zusätzlich soll berücksichtigt werden, über welche **Expertise in der Bewertung von Gesundheitsinformationen** sowie über welche **SEO-Perspektive** (u. a. Kenntnisse und Meinungen) die bewertende Person verfügt.

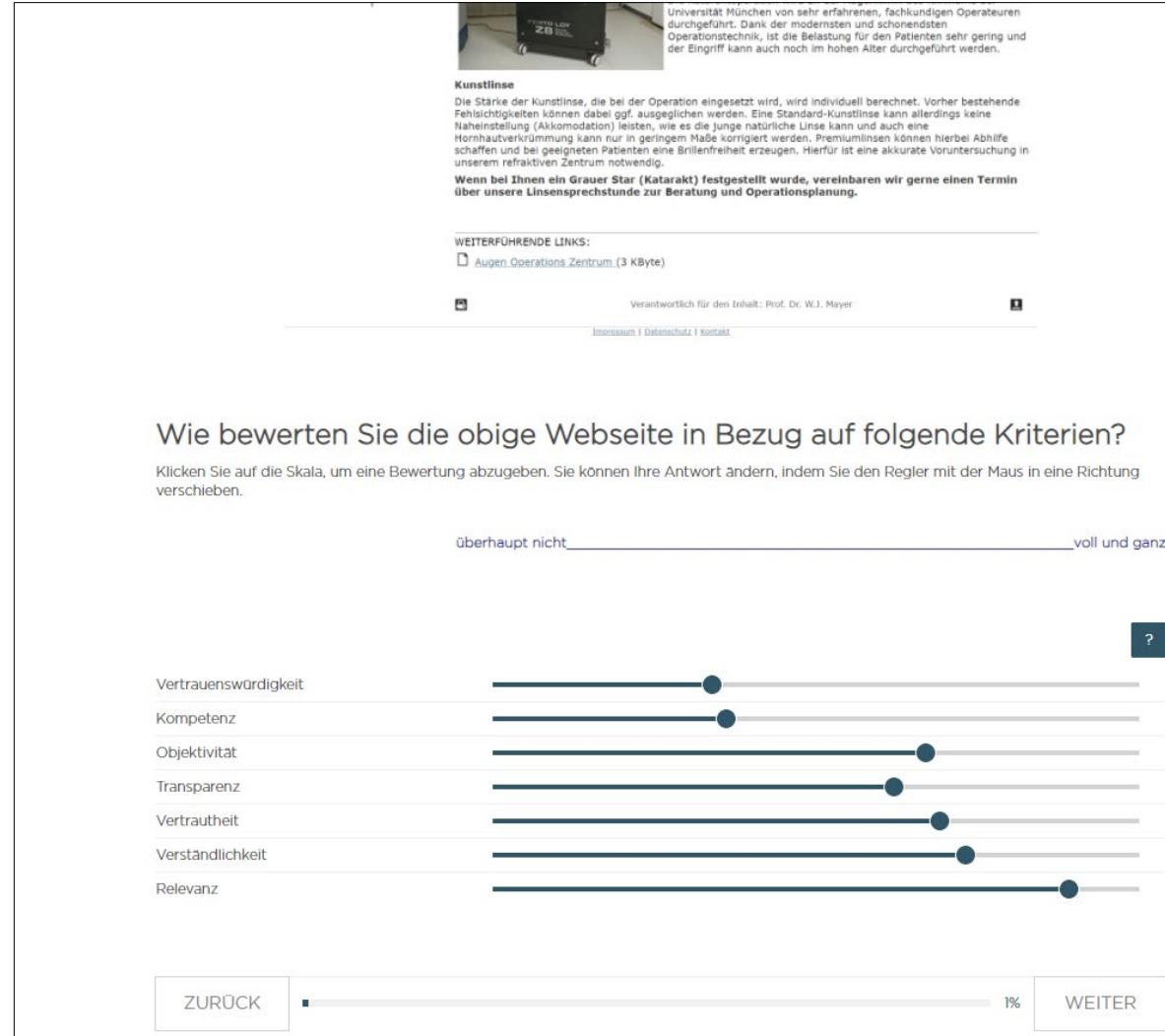
#### Vorgehensweise

- Studienteil **NutzerInnen** (n=50)
  - Qualitätsbewertungen von n=200 optimierten sowie nicht-optimierten Webseiten
  - Kriterien: Vertrauenswürdigkeit, Kompetenz, Objektivität, Transparenz, Vertrautheit, Verständlichkeit, Relevanz
  - Währenddessen: Thinking Aloud
  - Im Anschluss: Nachbefragung zur Perspektive auf SEO
- Studienteil **ExpertInnen** (n=11)
  - Qualitätsbewertungen von denselben optimierten sowie nicht-optimierten Webseiten
  - Kriterien: Vertrauenswürdigkeit, Kompetenz, Objektivität, Transparenz, Vertrautheit, Verständlichkeit, Relevanz, *Richtigkeit, Ausgewogenheit*
  - Im Anschluss: Nachbefragung zum beruflichen Hintergrund

34

## 6. LABORSTUDIE

### ZIELSETZUNG UND VORGEHENSWEISE



The screenshot shows a webpage from the University of Munich's Eye Center. At the top right, there is a small image of a medical device with the text "Universität München von sehr erfahrenen, fachkundigen Operateuren durchgeführt. Dank der modernsten und schonendsten Operationstechnik, ist die Belastung für den Patienten sehr gering und der Eingriff kann auch noch im hohen Alter durchgeführt werden." Below this, a section titled "Kunstlinse" discusses the types of lenses used in surgery, mentioning standard lenses and premium lenses. It also notes that if a cataract is detected, they will provide a consultation and planning. A link to the "Augen Operations Zentrum" is provided. At the bottom, there is contact information and a footer with links to Immenraum, Datenschutz, and Kontakt.

Wie bewerten Sie die obige Webseite in Bezug auf folgende Kriterien?

Klicken Sie auf die Skala, um eine Bewertung abzugeben. Sie können Ihre Antwort ändern, indem Sie den Regler mit der Maus in eine Richtung verschieben.

Überhaupt nicht \_\_\_\_\_ voll und ganz

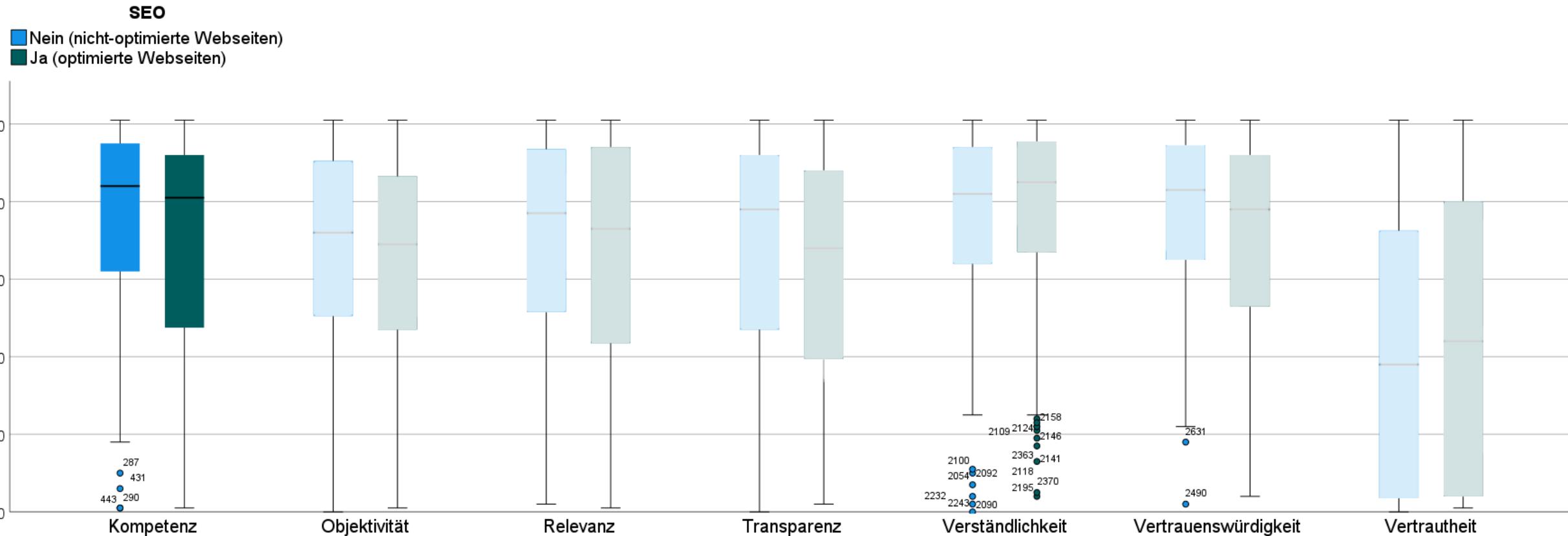
Vertrauenswürdigkeit  
Kompetenz  
Objektivität  
Transparenz  
Vertrautheit  
Verständlichkeit  
Relevanz

ZURÜCK WEITER

# 6. LABORSTUDIE

## KERNERGEBNISSE

### Webseitenbewertungen der NutzerInnen und ExpertInnen



## 7 FAZIT UND AUSBLICK

SEO-Effekt



## 7. FAZIT UND AUSBLICK „NUTZERINNEN“

### SEO-Bedeutung

- Angewiesenheit auf SEO für **Inhaltsanbieter** aller Art
- SEO-Vorgaben drücken sich somit auch im **Online-Journalismus** aus

### SEO-Bekanntheit

- **Einflussmöglichkeit** auf organische Ergebnisse und **SEO-Begriff** den NutzerInnen kaum bekannt
- **Verortung** möglicher SEO-Maßnahmen bei organischen Ergebnissen folglich unzureichend
- SEO ist weit weniger bekannt als **Googles Anzeigengeschäft**

### SEO-Einfluss auf NutzerInnen

- SEO wird häufiger von **kommerziell motivierten Anbietern** betrieben als von nicht-kommerziellen Anbietern
- Letztgenannten wird jedoch die höhere **Expertise** zugesprochen
- Problem: möglicherweise **mangelnde Sichtbarkeit** auf SERP aufgrund ausgebliebener SEO-Maßnahmen

### Ausblick

- **SEO-Effekt 2:** (u. a.) Untersuchung des SEO-Einflusses auf Selektionsverhalten und **Wissenserwerb**
- **Veröffentlichung** der Ergebnisse
- **Zusammenführung** mit anderen Projektteilen im Abschlussbericht

38

## 7. FAZIT UND AUSBLICK „SERPS“

### SEO auf SERPs

- Ein **Großteil** der Dokumente in den Suchergebnissen **ist optimiert**
- Der **Anteil** der optimierten Dokumente ist bei **populären Suchanfragen höher** (Google Trends)
- **Keine großen Unterschiede** zwischen dem Anteil der optimierten Ergebnisse auf den **Trefferpositionen**

### SEO-Einfluss auf SERPs

- Der Benutzer wird mit einer **hohen Anzahl von SEO-optimierten** Dokumenten konfrontiert, auch wenn er bereit ist, eine große Anzahl von Ergebnissen zu berücksichtigen
- **SEO beeinflusst**, was Benutzer in den Ergebnislisten sehen und kann **Suchergebnisse verzerrn**

### Ausblick

- **SEO-Effekt 2 (Technik):** Weiterentwicklung des Modells der SEO-Indikatoren; Weiterentwicklung der Klassifikation; Entwicklung eines Probability Scores
- **SEO-Effekt 2 (Analysen):** Suchmaschinenvergleiche; Spezialisierte Datensätze; Weitere Einflüsse auf SERPs berücksichtigen (Eigenangebote der Suchmaschinenbetreiber; Diversität von Quellen)
- **Veröffentlichung** der Ergebnisse
- **Zusammenführung** mit anderen Projektteilen im Abschlussbericht

## 8 QUELLEN

SEO-Effekt



# 6. QUELLEN

## Working Papers

- ExpertInneninterviews: <https://osf.io/5aufr/>
- Online-Befragung: <https://osf.io/3ukcf/>
- Laborstudie: <https://osf.io/qxzeg/>
- Messung des SEO-Effekts: <https://osf.io/u8d62/>

VIELEN DANK FÜR IHRE  
AUFMERKSAMKEIT!

SEO-Effekt

