

Websuche in Deutschland

Chancen und Probleme

Suma e.V. Kongress - Berlin, 25. September 2008

Stefan Fischerländer

User:
„Welche Probleme?“

Windows

Objektiv

- Mehr Software
- Guter „Support“
- Einfach zu beschaffen

Subjektiv

- Akzeptanz v. Fehlern
- Vertraute Umgebung

Windows vs. Google

Objektiv

- Mehr Software
- Guter „Support“
- Einfach zu beschaffen

Subjektiv

- Akzeptanz v. Fehlern
- Vertraute Umgebung

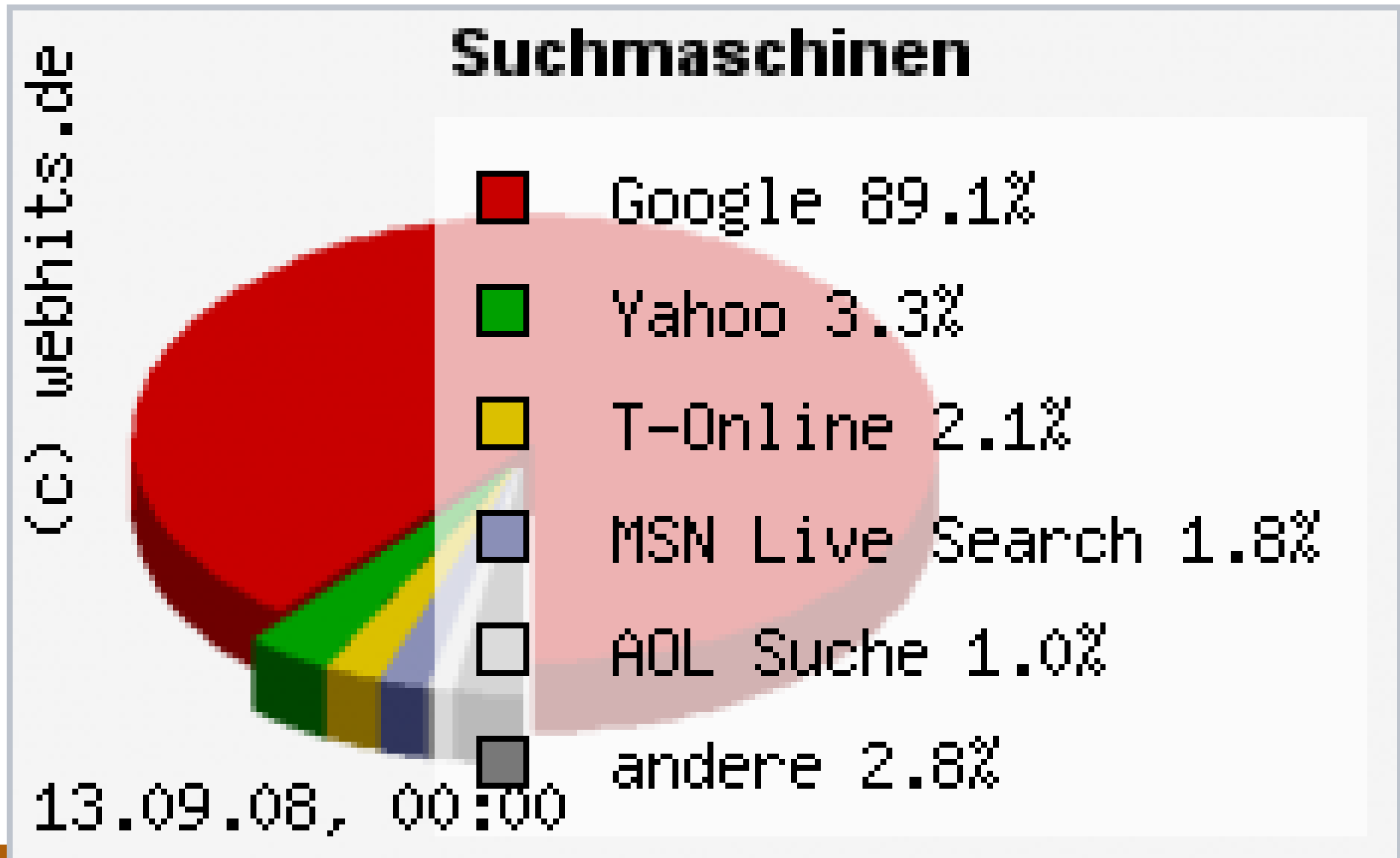
Objektiv

- Sehr schnell
- Großer Index
- Gutes Ranking

Subjektiv

- Google = Web

Eine dunkle Bedrohung



Die alte Republik



2004 - Eine neue Hoffnung

seekport.



Insolvenz

**Verkauf /
Liquidation**

Ende 2008

Das Milliarden-Business



Wieso möchte in Deutschland niemand dieses Geld verdienen?

Traffic

Mit „Suche“ lässt sich Traffic wunderbar monetarisieren.

Wer Traffic hat, sucht die beste Monetarisierung.

Wer mit „Suche“ Traffic generieren möchte, muss **Markenaufbau** betreiben.

Websites etablieren

1. Content plus
Suchmaschinenoptimierung
2. Netzwerk-Effekte
3. Markenaufbau

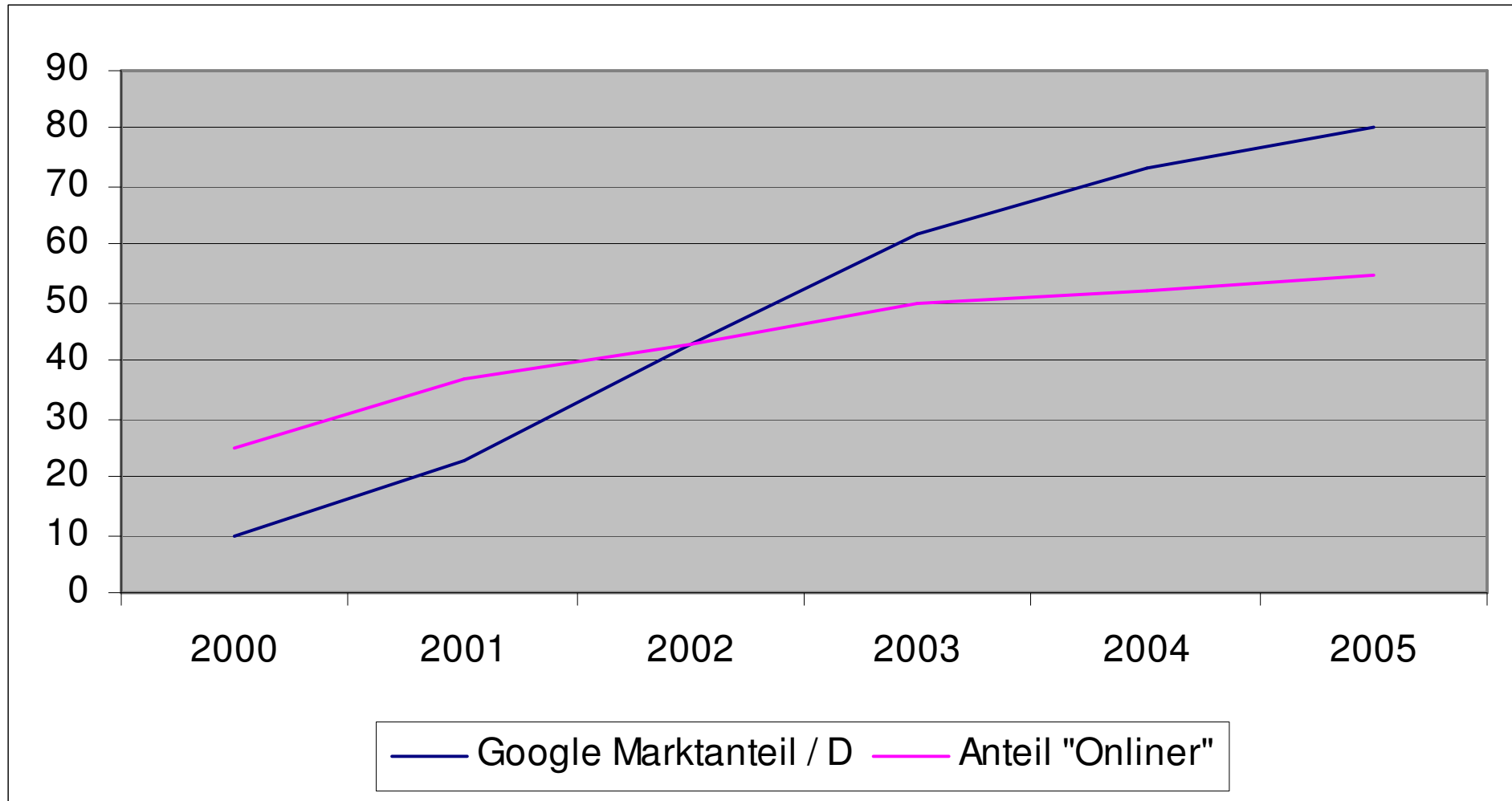
Warum gibt es keine deutsche Suche-Marke?



Schlechtes Timing der deutschen Suchmaschinen



Google kam zum richtigen Zeitpunkt



2005 = 100 Prozent

Andere Märkte















Warum ist es ein
Problem, dass es keine
deutschen
Websuchmaschinen gibt?

Recherche ist ein Menschenrecht

„Jeder Mensch hat das Recht Informationen und Ideen mit allen Kommunikationsmitteln zu suchen.“

Artikel 19 der "Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte" der Vereinten Nationen (Dezember 1948)

Weitere Problemstellungen

Kompetenz für Schlüsseltechnologie (*Web Information Retrieval*) geht hierzulande verloren.

Abhängigkeit von Googles Geschäftsgebahren.

Kein Lösungspartner für Projekte, die auf einen Webindex aufsetzen müssen.

Wertschöpfung mit deutschen Inhalten erfolgt im Ausland.

Chancen

Nischen finden

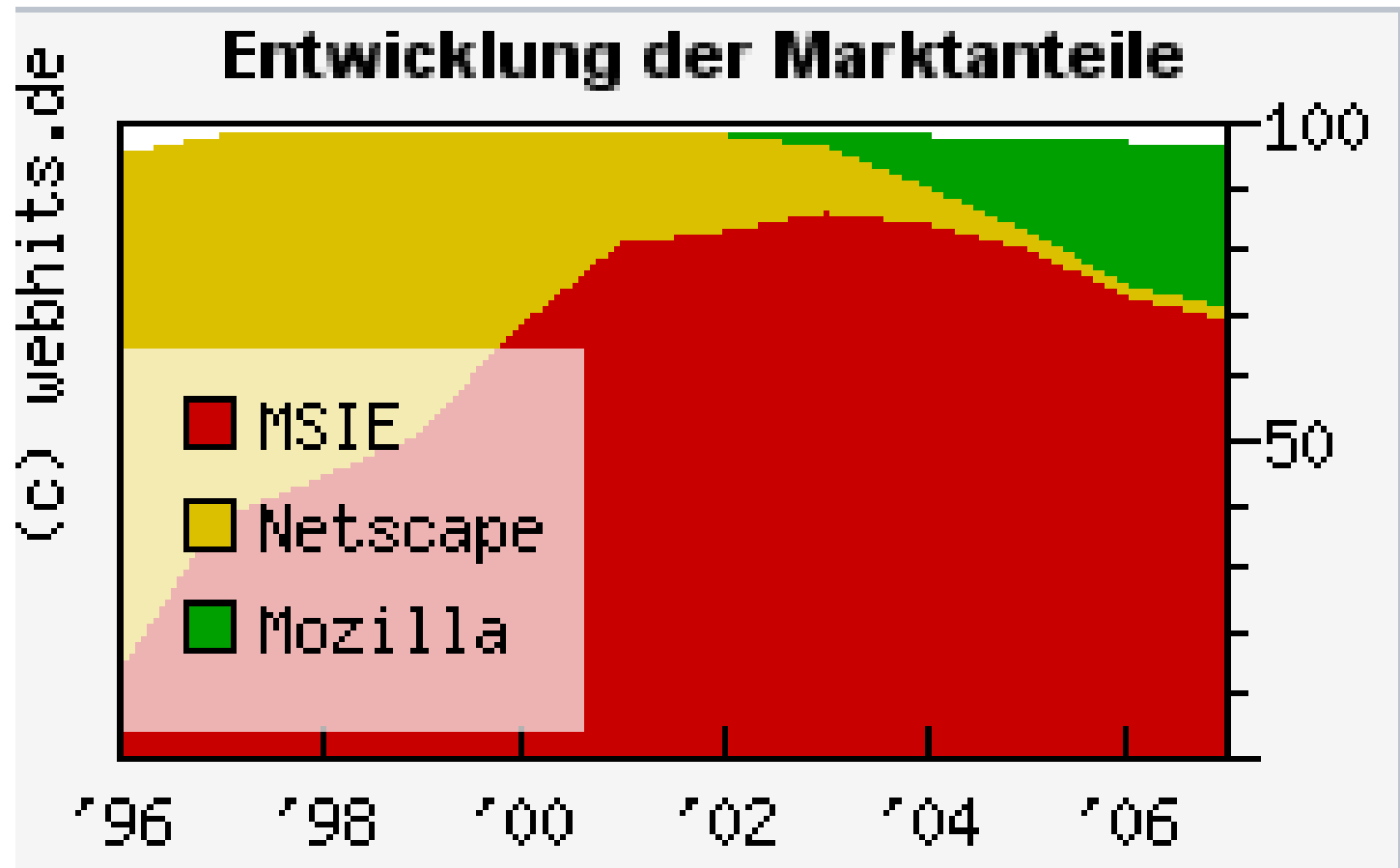
Gelungene
Mischung

Überragende
Technologie

Unabhängiger
Portalbetreiber

Langer Atem

Eine neue Hoffnung, reloaded



Danke!

Stefan Fischerländer

Tel. 0171 767 33 81

stefan@fischerlaender.de