

# MARKETAGENT.COM

Google Insights 2007 vs. 2013:

## **Google hat sich seit 2007 der öffentlichen Wahrnehmung stark bemächtigt**

*Österreicher halten Google mittlerweile für unentbehrlicher als Microsoft*

**Marketagent.com hat im Rahmen einer Trendstudie von 2007 bis 2013 den Erfolgskurs und die Imageentwicklung von Google begleitet. Der 6-Jahres-Vergleich zeigt, dass die beliebteste Suchmaschine gegenüber 2007 zwar durchwegs noch an Nutzerzahlen in Österreich zugelegt hat, überproportional stärker hat sich Google jedoch der öffentlichen Wahrnehmung bemächtigt. So halten heute fast doppelt so viele Österreicher wie noch 2007 Google für das mächtigste Unternehmen im Bereich Internet/Computer/EDV und wird in der Alpenrepublik mittlerweile sogar für unentbehrlicher als Microsoft gehandelt. Die Sympathie- und Loyalitätswerte sind seit Beginn der Trendstudie auf gleichbleibend hohem Niveau. Verändert hat sich die Qualität der Suchmaschinen-Nutzung: Die Erwartungshaltung bei der Treffergenauigkeit bei Google hat zugenommen, die Geduld bei Suchanfragen ist jedoch signifikant gesunken.**

Während Microsoft in der Wahrnehmung der Österreicher an Branchen-Macht eingebüßt hat (von 76,4% auf 46,5%), setzt Google seinen Erfolgskurs fort. 2007 stuften knapp 15 Prozent den omnipräsenten Suchmaschinen-Betreiber als mächtigstes Unternehmen aus dem Bereich Internet/Computer/EDV ein, heute ist es bereits fast jede(r) Dritte (30,4%). Punkto Unentbehrlichkeit rangiert Google (60,4%) auf Platz 1, haarscharf vor Microsoft (56,9%), etwas abgeschlagen dahinter folgen Apple (24,1%) und das soziale Netzwerk Facebook (19,7%).

Die Nutzung steigt, die Geduld sinkt: Waren es 2007 "lediglich" 61 Prozent tägliche Nutzer, so sind es heute bereits 73 Prozent der Österreicher, die Tag für Tag Google bei der Web-Suche vertrauen. Das ergibt eine aktuelle Online-Befragung unter 502 Internetnutzern von Marketagent.com. Der 6-Jahres-Vergleich zeigt aber auch, dass die Erwartungshaltung bei der Treffergenauigkeit steigt. Haben 2007 noch 53 Prozent der User auch Trefferseite 3 und dahinter Beachtung geschenkt, so sind es heute nur noch 39 Prozent.

„In Sachen Sympathie zeigt der Trendverlauf ein positives Bild auf hohem Niveau“, so Thomas Schwabl, Geschäftsführer von Marketagent.com. 92,5 Prozent beurteilen Google als zumindest "eher sympathisch", das ist ein Plus von knapp 2%-Punkten gegenüber 2007. Google werden Eigenschaften wie "bekannteste Suchmaschine" (78,9%), "beliebteste Suchmaschine" (70,6%) und "nützlich" (66,1%) zugeordnet. Lediglich die Servicequalität wird von den heimischen Konsumenten bemängelt: nur 27,7 Prozent unterstützen die Aussage, dass Google ein gutes Kundenservice bietet.

Die Loyalität scheint ungebrochen: 9 von 10 Respondenten würden Google vermissen, wenn es die Website nicht mehr geben würde. Dies liegt sicherlich auch daran, dass nach dem Empfinden der Nutzer die Werbeanzeigen auf Google maßgeschneidert ausgeliefert werden. Während vor sechs Jahren nur 25,6 Prozent der Befragten der Meinung waren, dass die Ads den Bedürfnissen entsprechen, so sind es heute bereits rund 35 Prozent. Zwei Drittel der 502 Umfrageteilnehmer unterstützen die Aussage, dass Google seinem unternehmerischen Motto "Don't be evil" (Sei nicht böse) gerecht wird.

Ganz grundsätzlich erwarten sich die Österreicher von einer Suchmaschine kostenlose Abfragen (78,3%), schnelle Ergebnisse (59,2%) und Übersichtlichkeit (58,2%). Kontaktformulare für individuelle Anfragen (11,4%), eine farblich ansprechende Gestaltung (8,8%) und auf Suchanfragen abgestimmte Werbeanzeigen (5,4%) sind hingegen von nachrangiger Bedeutung. Auch sind 83 Prozent der Befragten der Meinung, dass Suchmaschinen einen positiven Beitrag zur Bildung leisten.

Wiener Neudorf, am 3. April 2013

## **Studiensteckbrief**

- Methode: Computer Assisted Web Interviews (CAWI)
- Instrument: Online-Interviews über die Marketagent.com reSEARCH Plattform
- Erhebungszeitraum: 25.01.2013 – 04.02.2013
- Respondenten: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Sample-Größe: n = 502 Netto-Interviews, Random Selection nach Quoten
- Grundgesamtheit: web-aktive Personen aus Österreich zwischen 14 und 69 Jahren
- Umfang: 17 offene/geschlossene Fragen

Rückfragehinweis:

### **Marketagent.com online reSEARCH GmbH**

Thomas Schwabl  
Brown Boveristrasse 8/1  
A-2351 Wiener Neudorf, Austria  
[t.schwabl@marketagent.com](mailto:t.schwabl@marketagent.com)  
tel.: +43 (0) 2236 – 205 886

FN 206987v, Landesgericht Wiener Neustadt  
DVR: 3000570

## **About Marketagent.com**

Marketagent.com zählt zu den führenden Full-Service Online Markt- und Meinungsforschungsinstituten im deutschsprachigen Raum. Mit Niederlassungen in Wiener Neudorf, München, Zürich und Maribor werden jährlich mehr als 800.000 Web-Interviews durchgeführt und rund 700 Online Research Projekte realisiert; Tendenz steigend. Das Herzstück des Instrumentariums von Marketagent.com ist das über 445.000 (Stand: April 2013) Personen umfassende Online-Access-Panel, welches im Januar 2010 als erstes Access Panel der D-A-CH-Region nach der ISO Norm 26362 zertifiziert wurde und im April 2011 das Euro-Label E-Commerce-Gütezeichen für das vorbildliche Datenschutz- und Sicherheitskonzept erhielt. Im Februar 2012 wurde die Erfüllung dieser Qualitätsstandards erneut unter Beweis gestellt und bestätigt. Seit März 2012 ist Marketagent.com Mitglied im Netzwerk der „Leitbetriebe Austria“.

Marketagent.com realisiert Web-Befragungen für führende nationale und internationale Top-Unternehmen. Zu den Kunden zählen namhafte Firmen und Marken wie Coca-Cola, OBI, Nestlé, L'Oréal, Unilever, Ikea, Bayer, Generali oder Samsung. Die Themenfelder und Forschungsschwerpunkte sind vielfältig und decken sämtliche Bereiche der Markt- und Meinungsforschung ab.