

Google-Suche: Der ängstliche Blick auf das Kerngeschäft

☒ Groß geworden ist der Internetriese mit seiner Google-Suche. Noch heute machen Suchwortanzeigen 85 Prozent des Umsatzes aus. Doch die Konkurrenz holt auf und Apple könnte eine kriegsentscheidende Rolle im Kampf der Suchmaschinen zukommen. Mit Folgen für den Mobile Commerce.

Es rumort in Googles Heimatmarkt und dem Kerngeschäft. Nach Ausweis einer Untersuchung von StatCounter ist der Marktanteil der Google-Suche auf den Stand des Jahres 2008 zurückgefallen. Damals wie heute betrage der Anteil am US-Markt etwa 75 Prozent.

Natürlich ist Google nach wie vor uneinholbar, aber die Untersuchung zeigt auch, dass die Marktanteile der Konkurrenz von Bing und Yahoo wachsen. Der Internetexperte Nils Jacobsen sieht vor allem zwei wesentliche Faktoren für die aktuelle und künftige Entwicklung:

“Googles Butter-und-Brot-Geschäft wirkt nicht nur so angreifbar, weil es unter dem Paradigmenwechsel vom stationären zum mobilen Internet leidet, in dem sich an Werbeanzeigen weniger verdienen lässt – sondern auch deshalb, weil immer mehr Internet- und Tech-Rivalen eine Allianz gegen Google proben.”



Apple, der Entscheider

Und in der Tat könnte 2015 für die Google-Suche zu einem Schicksalsjahr werden. Seit 2007 ist die Google-Suche der Suchstandard des Safari-Browsers beim iPhone und iPad. Allerdings laufen die Verträge mit Apple noch in diesem Jahr aus. Und Apple hat nachweislich keine Probleme damit, die Konkurrenz von Bing, also Microsoft, in sein System zu lassen.

Sowohl bei der Internet-Suche durch Siri beim Betriebssystem iOS als auch bei der Desktopsuche in Mac OS X Yosemite ist Google mittlerweile raus und durch Bing ersetzt.

“Wenn Apple posthum Steve Jobs’ Drohung vom “thermonuklearen Krieg” im Spätsommer wahr macht, hat Google ein gehöriges Problem“, analysiert Jacobsen.

Denn mehr als die Hälfte des gesamten mobilen Internet-Traffics in den USA werde über den Safari-Browser generiert, ist im Wall Street Journal zu lesen.

Kommentar: Zur Sache, Schätzchen...



Eine Strategie muss her

Deutschland ist nicht die USA und der große Bruder weit entfernt. Daher ist es richtig und wichtig, dass Shopbetreiber und SEO-Dienstleister ihre Bemühungen jetzt und in den kommenden Jahren weiterhin auf Google konzentrieren. Aber was kommt danach?

Das mobile Internet und damit die mobile Suche wird in wenigen Jahren das Netz beherrschen. Dort werden auch für den Online-Handel große Teile des Traffics generiert werden. Sollte Apple

tatsächlich den Schritt wagen und vollständig mit Google brechen, könnte immer weniger mobiler Traffic über Google kommen. Dies sollten Online-Händler im Rahmen ihrer mittel- bis langfristigen Mobile-Strategie im Blick behalten. Sonst spielt in absehbarer Zeit die Musik an anderen Plätzen und Sie sind nicht dabei.

Akuter Handlungsbedarf = Nein.

