



# Was Werbetreibende aus den Trends bei der Google-Suche im Jahr 2015 lernen können

Veröffentlicht im  
Dezember 2015

Themen  
Entscheidende  
Momente  
Kontext  
Direktheit

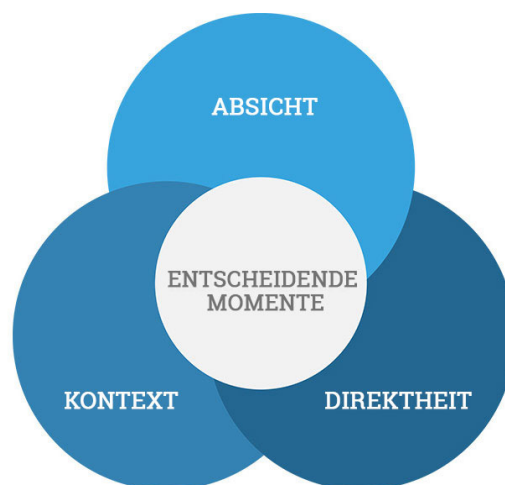
Wonach wurde im Jahr 2015 weltweit vorrangig gesucht? Jedes Jahr lassen wir im Google-Jahresrückblick die wichtigsten Trends Revue passieren. Dabei wird immer wieder deutlich, dass die Menschen auf Google und YouTube zählen, wenn sie Rat oder Hilfe benötigen. Was bedeutet das für Werbetreibende?

think with **Google**

In den unterschiedlichsten Situationen suchen wir auf Google und YouTube nach Informationen. Im Jahr 2015 gab es viele solcher Momente. Die weltweite Flüchtlingskrise, die gleichgeschlechtliche Ehe, die Fußball-WM der Frauen und die Entdeckung von Wasser auf dem Mars sind nur einige Beispiele. Wonach wir im Jahr 2015 im Internet gesucht und was wir uns dort angesehen haben, zeigt, was uns besonders bewegt hat.

Der alljährliche Google-Jahresrückblick machen deutlich, dass wir Google dann nutzen, wenn uns etwas wichtig ist – ganz gleich, ob es um große Probleme oder ganz alltägliche Dinge geht. Jeden Monat gibt es mehr als 100 Milliarden Suchanfragen. Jeden Tag sehen sich Nutzer mehrere Hundert Millionen Stunden lang Videos auf YouTube an<sup>1</sup>, und es gibt mehrere Milliarden Aufrufe<sup>2</sup>. Das sind unglaubliche Zahlen. Die bei der Google-Suche und auf YouTube erfassten Daten spiegeln nicht nur die kollektiven Erfahrungen unserer Gesellschaft wider,

sondern sie bieten uns auch einen Einblick in unseren Alltag, der geprägt ist von dem Bedürfnis nach Information, Inspiration und Unterhaltung. In den entscheidenden Momenten setzen die Menschen auf Google und YouTube.



Dabei verfolgen sie eine ganz bestimmte Absicht, suchen nach einer Lösung und bewegen sich in einem ganz bestimmten Kontext. Unternehmen können diese Momente dazu nutzen, ihre Zielgruppe anzusprechen. Dabei wird die mobile Suche immer wichtiger. Im Jahr 2015 wurde erstmals häufiger auf Mobilgeräten gesucht als auf Desktop-Computern.

Aus Sicht der Werbetreibenden sind Momente, die für viele Menschen wichtig sind und in denen Entscheidungen getroffen werden, besonders bedeutend. Natürlich möchte jeder den anderen Marken einen Schritt voraus sein. Wenn Sie die folgenden drei Vorschläge umsetzen, nutzen Sie diese entscheidenden Augenblicke für Ihr Unternehmen.

Präsent sein: Wenn Sie wissen, welche bewegenden Momente bei den Nutzern eine Reaktion hervorrufen, die für Ihre Branche relevant ist, können Sie im entscheidenden Augenblick reagieren.

Nützlich sein: Ihr Unternehmen sollte sich in wichtigen Momenten an den Bedürfnissen der Nutzer orientieren und ihnen die Inhalte zur Verfügung stellen, nach denen sie suchen.

Schnell sein: In entscheidenden Momenten ist es für mobile Nutzer besonders wichtig, dass die erforderlichen Informationen sofort zur Verfügung stehen und sie unmittelbar handeln und ein Produkt kaufen können. Die mobile Nutzererfahrung muss schnell und reibungslos sein.

*Die wichtigsten Trends des Jahres 2015 können Sie sich im Jahresrückblick 2015 und in YouTube Rewind ansehen. Werbetreibenden bieten wir in unserem Marketer's Almanac einen Marketing-Rückblick, in dem es um saisonale Trends und wertvolle Erkenntnisse aus der Google-Suche des vergangenen Jahres geht – eine gute Vorbereitung auf das Jahr 2016.*

## Quellen:

- 1 Interne Daten von Google, Juli 2015
- 2 Interne Daten von YouTube
- 3 Interne Daten von Google für zehn Länder (einschließlich der USA und Japan), April 2015