

## Weniger finden

... aber dafür das Richtige: Google™ liefert meistens mehr Resultate, als man gebrauchen kann. Wer die richtigen Zusatzbefehle verwendet, erhält viel präzisere Treffer.

## Der Sinn des Lebens

... und was Sie mit Google™ sonst noch finden

Wer im Internet nach Informationen sucht, wählt in den meisten Fällen die Suchmaschine Google™ als Recherche-Instrument. Unter anderem deshalb, weil Google™ sehr einfach zu bedienen ist.

Doch dahinter verbirgt sich eine leistungsfähige Technologie mit unzähligen Suchmöglichkeiten, die oft nicht optimal ausgeschöpft werden – mit wenigen und einfachen Zusatzbefehlen lässt sich viel mehr aus Google™ rausholen.

Die in dieser Broschüre handlich zusammengefassten Tipps erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Aber Sie verhelfen Ihnen sicher zu besseren Suchergebnissen.

**P.S.: Ob Google™ den Sinn des Lebens kennt, sei dahingestellt. Aber immerhin: Suchen Sie doch mal nach «answer to life, the universe and everything» ...**

# Einfache Suchabfragen

So gut Google™ auch funktionieren mag: Immer wieder kriegt man Resultate, mit denen nichts anzufangen ist. Mit ein paar wenigen, einfachen Mitteln erhalten Sie sehr rasch präzisere Treffer.

## Eingrenzen

Meist wird eine Suche mit der Eingabe eines einzigen Begriffs begonnen. Führt die erste Abfrage nicht zum Ziel, kann die Suche mit einem weiteren Begriff präzisiert werden.

Die Eingabe des Plus-Zeichens (+) ist dabei nicht erforderlich. Als Resultat werden nur Dokumente ausgewiesen, in denen alle Suchbegriffe vorkommen. Ob Sie Gross- oder Kleinschreibung verwenden, spielt keine Rolle.

**ferien toscana**

*Beginnen Sie Ihre Suche mit einem möglichst präzisen Zweiwort-Suchbegriff. Denn wenn Sie Ferien in der Toscana planen, aber bloss «toscana» eintippen, kann Google™ nichts von Ihren Ferienplänen wissen – das müssen Sie der Suchmaschine schon mitteilen.*

## Ausschliessen

Manchmal liefert Ihnen selbst die eingegrenzte Suchabfrage unerwünschte Resultate. Kein Problem: Schliessen Sie diese Begriffe mit einem Minus-Zeichen (-) aus.

**ferien toscana -hotel**

*Ein Hotel kommt nicht in Frage? Dann teilen Sie das Google™ gleich mit! Obiges Beispiel liefert Ihnen nur Dokumente zum Thema Ferien in der Toscana, die den Begriff «hotel» nicht enthalten.*

## Phrasensuche

Oft passiert Folgendes: Wenn Sie nach «ferien in der maremma» suchen, werden Sie Dokumente finden, die zuerst etwas über Ferien in der Toscana erzählen, und weiter unten wird nebenbei ein Tagesausflug in die Maremma empfohlen – was nicht Ihren Wünschen entspricht. Mit der Phrasensuche können Sie das umgehen.

**"ferien in der maremma"**

*Für die Suche mit Anführungszeichen liefert Google™ etwas über 100 Ergebnisse, die exakt zu Ihrer Anfrage passen. Ohne Anführungszeichen filtert Google™ die Wörter «in» und «der» ungefragt aus, und zudem erhalten Sie gegen 200 000 mehrheitlich unpräzise Ergebnisse.*

## Kombinieren

Eine Suche kann fast beliebig lang sein (bis zu 32 Begriffe sind möglich), die Operanden lassen sich nach Lust und Laune kombinieren und der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt. Das macht es möglich, sehr präzise Ergebnisse zu erzielen.

**"ferien in der maremma" -hotel**

*Formulieren Sie die Suche mit einem logischen Aufbau. Er hilft Ihnen, Suchanfragen schneller anzupassen und richtig zu variieren. Vorgehen: Zuerst alle Suchbegriffe, anschliessend die Ausschlussbegriffe aufführen.*

# Komplexere Suchabfragen

Für die Ermittlung komplexer Ergebnisse stellt Google™ eine Reihe von speziellen Operatoren zur Verfügung. Die nachstehenden Beispiele sollen Anregungen geben, wie Sie Google™ dazu bringen können, Ihnen spezielle Fragen zu beantworten.

## Eine Website durchsuchen

Oftmals weiss man von vornherein, dass man zu einem bestimmten Thema die Auskunft eines bestimmten Unternehmens sucht. Und dennoch kommt mit der Suche «microsoft longhorn» kaum ans Ziel, wer wissen möchte, was Microsoft über das neue Betriebssystem schon publiziert hat. Um diese Frage zu beantworten, stellt Google™ den Operator «site:» zur Verfügung.

**longhorn site:microsoft.com**

*Dank der Ergänzung «site:microsoft.com» erhalten Sie ausschliesslich Dokumente zum Thema Longhorn, die Microsoft auf der eigenen Website publiziert hat – alle die Berichte in PC-Zeitschriften, Foren und Blogs fallen weg. (Übrigens können Sie so auch prüfen, wie viele Seiten Ihrer eigenen Website Google™ indexiert hat – und zwar mit der Suche nach «site:ihrewebsite.ch».)*

## Spezielle Files suchen

Internet wird oft mit html-Dokumenten gleichgesetzt. Es werden jedoch auch viele andere Dokumente indexiert: Google™ kann auch PDFs, Word-, Excel- oder PowerPoint-Dokumente finden und anzeigen. Dazu ist der Operator «filetype:» da.

**longhorn filetype:ppt**

*Existieren PowerPoint-Präsentationen zu Microsofts geplante Betriebssystem, die Sie für einen allfälligen Vortrag verwenden könnten? Obige Suche liefert Ihnen die Antwort.*

## Kombinieren

Selbstverständlich können Sie auch die komplexeren Suchbefehle miteinander kombinieren, und auch hier können Phrasensuche, Ausschlussbegriffe und weiteres mehr nützlich sein.

**longhorn "new features"  
filetype:ppt site:microsoft.com**

*Diese Suche liefert Ihnen alle von Microsoft stammenden PowerPoint-Dokumente zu Longhorn, worin dessen «new features» beschrieben werden.*

## Google™ kann noch mehr

Die paar Beispiele haben Ihnen vielleicht aufgezeigt, wie rasch man mit wenig Aufwand zu präziseren Suchergebnissen gelangen kann. Doch Google™ kann noch viel mehr – Google™ kann rechnen, Börseninformationen darstellen oder Fahr- und Routenpläne abfragen, Sie können nach Begriffsdefinitionen forschen, Blogs, Shops, Zeitungen und Zeitschriften durchsuchen, und wenn Sie Lust haben, können Sie dank «Google™ Earth» sogar Ihr eigenes Haus überfliegen.

Eine aktuelle Übersicht liefert Ihnen folgende Webpage:  
<http://www.google.ch/intl/de/features.html>

Und falls Sie zusätzliche Exemplare dieser Broschüre benötigen, finden Sie sie zum Download unter <http://www.yourposition.ch/suchtipps.html>

## Anderes finden

Ob der überragenden Stellung, die Google™ einnimmt, geht oft vergessen, dass man auch mit anderen Suchmaschinen ans Ziel kommen könnte – manchmal sogar schneller und besser.

Probieren Sie doch mal folgende Suchmaschinen und Verzeichnisse aus:

### **www.search.ch**

Bewährt: noch immer eine Top-Adresse für Schweizer Seiten.

### **www.yahoo.ch**

Endlich: seit Ende 2005 auch für die Schweiz nutzbar.

### **search.msn.ch**

Gross und stark: Microsoft hat den Kampf aufgenommen.

### **www.seekport.de**

Gründlich: die beste Suchmaschine des grossen Kantons.

### **www.vivisimo.com**

Innovativ: gruppiert die Treffer nach Themenblöcken.

### **www.kartoo.com**

Hübsch: Die Treffer werden in einer Flash-Grafik miteinander in Beziehung gesetzt.

### **www.allesklar.ch**

Gepflegt: keine Suchmaschine, sondern ein von Hand geführtes Verzeichnis.



Google zu verstehen (und alle anderen grossen Suchmaschinen) ist unser Beruf: Angelink yourposition ist der führende Schweizer Anbieter im Suchmaschinenmarketing. Wir verbinden Marketing-Erfahrung, technisches Verständnis und Suchmaschinenkenntnis zum Full Service:

- **Analysen und Expertisen**
- **Suchmaschinenoptimierung**
- **Keyword-Werbung**
- **Erfolgsmessung**

Zugegeben: Bei der Sinnsuche hilft das nicht. Aber dafür bei der Neukundengewinnung und Absatzförderung.

Detaillierte Informationen finden Sie unter:

**www.yourposition.ch** – alles rund um Suchmaschinenmarketing.

**www.suchmaschinenoptimierung.info** – Wie gut ist Ihre Website auf Suchmaschinen vorbereitet?

**www.angelink.ch** – unsere Schwesterfirma mit umfassendem Know-how im Online- und Crossover-Marketing.

### **Angelink yourposition GmbH Suchmaschinenmarketing**

Elias-Canetti-Strasse 7, 8050 Zürich

Tel +41 (0)44 251 58 11, Fax +41 (0)44 251 58 16

[www.yourposition.ch](http://www.yourposition.ch)

[angelink@yourposition.ch](mailto:angelink@yourposition.ch)