

Google Trends

Stand: 13.10.2022

Dank Googles **Suchmaschine** haben Menschen die Möglichkeit, sich in Echtzeit über neue Entwicklungen und Produkte zu informieren. Umgekehrt findet sie heraus, welche Themen durch gehäufte Anfragen dabei im Fokus waren. Diese Wechselwirkung ist für eine Trendanalyse mithilfe von Google Trends sehr nützlich.

Was ist Google Trends?

Google Trends ist ein Tool, das mithilfe von Statistiken und Grafiken das **Suchverhalten einer Bevölkerungsgruppe** abbildet. Das Unternehmen bereitet die **enorme Datenmenge verständlich** auf, sodass sich Interessierte unkompliziert über die aktuell häufigsten Suchanfragen informieren können. Neben dem eigenen Land können sie ebenfalls andere Länder auswählen.

Die Bezeichnung „Trends“ umfasst in diesem Fall alle Begriffe, die die Einwohner eines Landes oder weltweit vermehrt in die Suchmaschine eingeben. Das daraus entstehende **Ranking** ist **kategorieunabhängig**, es kann sowohl Namen von berühmten Persönlichkeiten und Orten als auch Produkte oder Ereignisse beinhalten.

Die erfassten Trends teilen sich in **zwei Kategorien** auf: die **Suchtrends des Tages** sowie die **Suchtrends in Echtzeit**. Die erste Variante berücksichtigt die Vorgänge der letzten 24 Stunden und aktualisiert sich im Stundentakt, während sich die Alternative fortlaufend updatet. Bei beiden Listen bindet der Algorithmus passende **Newsartikel** ein und gibt an, wie häufig Nutzer den Begriff im jeweiligen Zeitintervall eingegeben haben.

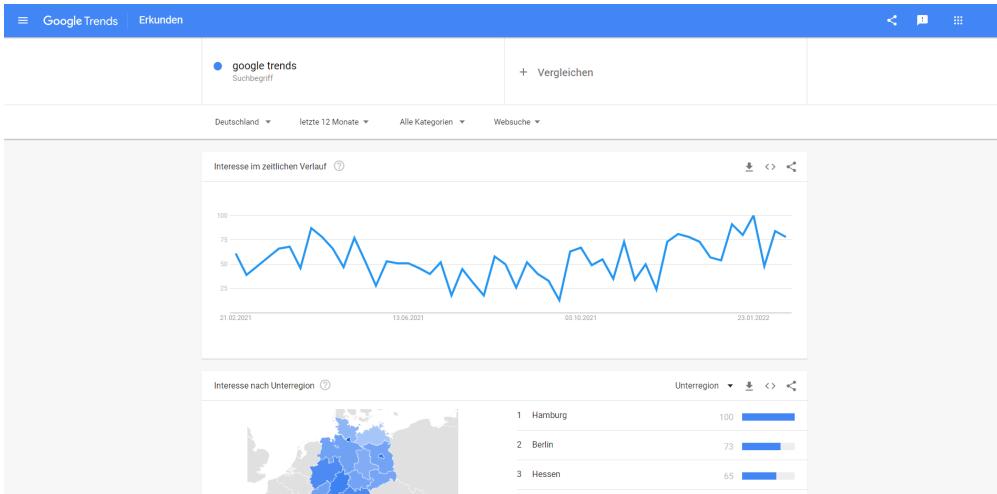
Funktionen der Plattform

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088

• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-NR.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:
GENODEF1WOB



Google Trends Benutzeroberfläche

Das Google-Tool gibt die Interessensgebiete der Anwender kompakt wieder. Neben den Ranglisten bietet es weitere Funktionen:

- Das **Suchvolumen eines einzelnen Begriffes** stellt es als zeitliche Entwicklung dar. Dabei hat der Graph ein gewisses Zeitintervall. Sofern es sich dabei nicht um ein neu aufgetretenes Phänomen handelt, verwendet das Tool alle **Daten ab April 2004** dafür.
- Neben einem einzelnen Begriff lassen sich auf die gleiche Weise **zwei Schlagworte** miteinander **vergleichen**. Dadurch zeigen die Graphen, wie sich das Interesse über die Jahre verändert hat.
- Gerade zum Jahresende ist es aufschlussreich, sich die **jährliche Entwicklung**. Der Jahresrückblick der Google Trends gibt Aufschluss darüber, was die Menschen in einem bestimmten Jahr neugierig gemacht hat.
- Der Algorithmus berücksichtigt nicht nur zeitliche Entwicklungen. Er bildet ebenso die **regionalen Unterschiede** innerhalb eines Landes ab. Dadurch wird deutlich, in welchem Bundesland User einen Begriff öfter recherchiert haben.

Nachdem Anwender einen Suchbegriff bei Google Trends eingegeben haben, über dessen Entwicklung sie mehr erfahren möchten, fertigt der Algorithmus eine **Überblicksseite** an, auf der sie die verschiedenen Funktionen sehen. Zudem ist es möglich, den **Trendverlauf** durch Filter weiter einzuzgrenzen.

Daten verstehen, deuten und nutzen

Beim Nutzen der Suchmaschine sammelt der Dienst die Daten **automatisch**. Google Trends zieht jedoch nur eine **Stichprobe** zur Darstellung heran, da eine Abbildung, gerade in Echtzeit, ansonsten eine extrem hohe Rechenleistung in Anspruch nehmen würde. Schließlich stellen Benutzer täglich mehrere Milliarden Anfragen weltweit. Durch die Beschränkung ist der Algorithmus in der Lage, auch neueste Entwicklungen aufgrund von aktuellen Ereignissen abzubilden. Die Teilmenge ist trotzdem **repräsentativ**.

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • **Gerichtsstand:** AG Braunschweig • **Registernummer:** HRB 205088

• **Ust-IdNr.:** DE 250 332 694 • **St.-NR.:** 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • **IBAN:** DE61 2699 1066 185 2167 000 • **BIC:**

GENODEF1WOB

Außerdem sind die Daten zum großen Teil **ungefiltert**. Das heißt, sie schließen neben echten Suchanfragen theoretisch ebenfalls solche ein, die Personen künstlich vermehrt stellen, um das Suchvolumen für den Begriff anzuheben. Der Suchmaschinendienst übergibt die Daten insgesamt **anonymisiert** an Google Trends, um die Privatsphäre der Nutzer zu respektieren.

Da User die Möglichkeit haben, Suchbegriffe miteinander zu vergleichen, **normalisiert** der Dienst die Daten. Dafür teilt der Algorithmus die Datenpunkte durch die Anzahl der Suchvorgänge in einer Region zu einem bestimmten Zeitpunkt. So erhält er die **relative Nachfrage** und zeigt sie auf einer Skala von 0 bis 100 an. Dabei steht sie immer **in Relation zu allen** gesuchten Themen. Zusätzlich gibt das Google-Tool eine gewisse **Prognose** für die betrachteten Begriffe.

Ein Blick auf die Diagramme zeigt, zu welchem Zeitpunkt Nutzer einen Begriff verstärkt gesucht haben. Um die **Häufigkeit** etwas greifbarer zu machen, können sich Interessierte einen weiteren Begriff anzeigen lassen, beispielsweise einen, der sowieso sehr präsent ist, wie aktuell „Corona“. Wenn User beide **Kurven** dann **miteinander vergleichen**, wird das [Suchvolumen](#) möglicherweise etwas anschaulicher.

Darüber hinaus ist es nicht nur spannend, zu welchem Zeitpunkt Personen einen Suchbegriff eingegeben haben, sondern auch in welchem **Kontext**. Für solche Analysen listet Google Trends verwandte Suchanfragen auf.

Bei der Nutzung müssen Anwender beachten, dass die Ergebnisse aus der Analyse **nicht** mit **Umfrageergebnissen** gleichzusetzen sind. Dafür müssen sie weitere, wissenschaftlich fundierte, Daten für ein Fazit heranziehen.

Relevanz für Online-Marketing und SEO

Der Google-Algorithmus schafft es, Trendentwicklungen in Bezug auf einen Suchbegriff in Echtzeit abzubilden. Daher ist es möglich, aus den Ergebnissen **Keywords** für eine Website zu extrahieren, sofern sie dafür geeignet sind. Für die [SEO](#) ergeben sich durch Google Trends deswegen neue Möglichkeiten der **Keywordrecherche**. Umgekehrt können SEO-Manager bereits eingesetzte Keywords auf ihre **Relevanz** prüfen und gegebenenfalls auf der jeweiligen Website abbauen, wenn User nicht mehr so häufig danach suchen.

Durch die Analyse von Suchbegriffen bei Google Trends lassen sich ebenfalls **Zeitspannen** ermitteln, in denen ein Suchbegriff vermehrt im Interesse der Nutzer steht. Sind diese Zeitpunkte wiederkehrend, können Webmaster den [Content](#) auf einer Website entsprechend anpassen und **Beiträge** zu einem Thema **in dem Zeitraum veröffentlichen**, in dem die Nachfrage besonders hoch ist. Da der Algorithmus den Faktor **Aktualität honoriert**, optimieren sich dadurch die Chancen, weiter oben in den SERPs aufzutauchen.