Die verbreitetsten Suchmaschinen: 20 Google-Alternativen

Stand: 04.03.2025

Suchmaschinen sind aus unserem Leben nicht mehr wegzudenken. Ganz gleich, ob wir umfangreiche Informationen benötigen oder den nächstgelegenen Supermarkt suchen – ohne Suchmaschinen geht nichts. Sie weisen uns den Weg durch den undurchdringlichen Dschungel des Internets. Einige Suchmaschinen gehören dem Darknet an und bieten Informationen und Produkte im Verborgenen.

Täglich werden **allein an Google mehr als 5,5 Milliarden Suchanfragen** gestellt, die auf eine zuverlässige Antwort warten. Sowohl schriftlich als auch mit der Sprachsuche bitten wir die Suchmaschinen um Hilfe. Dahinter stecken ein hoher technischer Aufwand, ein Berg an Algorithmen, künstliche Intelligenz und noch mehr Crawler, damit wir die richtigen Antworten in Sekundenschnelle auf dem Display haben.

20 alternative Suchmaschinen zu Google

Wir werden das Keyword „Suchmaschine“ in jeder Suchmaschine suchen. Because „SuchmaschineCEPTION“ alles klar? So verschaffen wir uns einen Überblick über die Suchergebnisse und können eine kleine Einschätzung der Qualität vornehmen.

Diese Suchmaschinen beleuchten wir im folgenden genauer:

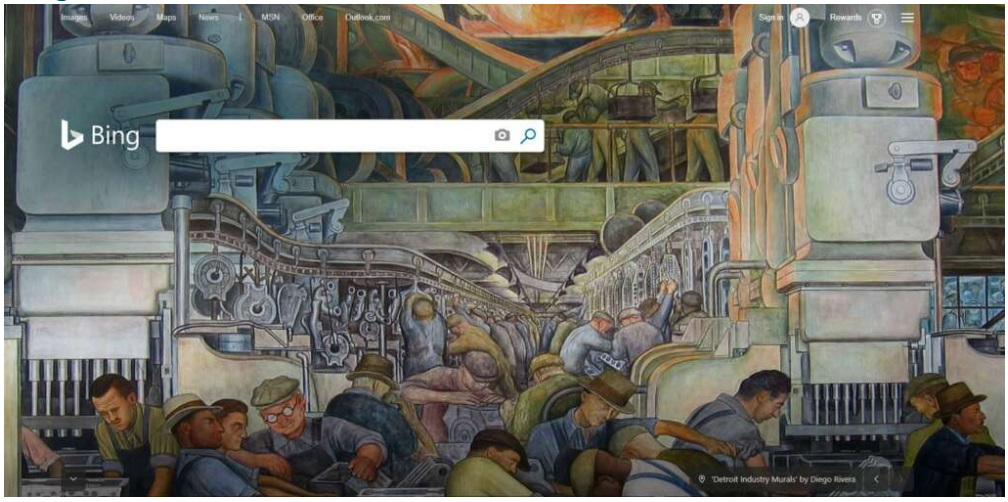
Suchmaschine	Art	Besonderheit	Gründungsjahr	Herkunftsland
Ask	Eigener Index	Nischensuchdienst seit ungefragter Installation der Toolbar	1996	USA
Baidu	Eigener Index	vor allem in China verbreitet, zensiert Suchergebnisse	2000	China
Bing	Eigener Index	weltweit zweitgrößter Marktanteil, von Microsoft entwickelt	2009	USA

Suchmaschine	Art	Besonderheit	Gründungsjahr	Herkunftsland
Fireball	Proxy-Suchmaschine	erste Suchmaschine Deutschlands	1996	Deutschland
Lycos	Proxy-Suchmaschine	seit Dotcom-Blase eher unbedeutend	1995	USA
Naver		südkoreanischer Markführer vor Google	1999	Südkorea
Search.ch	Eigener Index	Schweizer Suchdienst mit entsprechend lokalen SERPs	1995	Schweiz
Yandex	Eigener Index	russischer Markführer	1995	Russland
Qwant	Eigener Index	junge Suchmaschine, DSGVO-konform	2013	Frankreich
Mojeek	Eigener Index	ortsunabhängige SERPs	2004	Großbritannien
Torch	Suchmaschine für versteckte Dienste	Webbrowser mit Darknet-Zugang	2012	USA
Helles Köpfchen	Kindersuchmaschine	Kindersuchmaschine vom Bundesfamilienministerium	2004	Deutschland
DuckDuckGo	Eigener Index	USP: Datenschutz	2008	USA
MetaGer	Metasuchmaschine	erste Metasuchmaschine Europas, anonymisiert	1996	Deutschland
Ecosia	Proxy-Suchmaschine	grüner Metasuchdienst	2009	Deutschland
Startpage	Proxy-Suchmaschine	Fusion aus zwei Suchmaschinen, Metasuche auf Basis von Google	2006	Niederlande

Suchmaschine	Art	Besonderheit	Gründungsjahr	Herkunftsland
Yahoo!	Proxy-Suchmaschine	kooperiert mit Bing, starker Verlust an Marktanteilen	1994	USA
Fastbot	Eigener Index	hauptsächlich deutsche SERPs, mit Sprachausgabe	2004	Deutschland
Gexsi	Proxy-Suchmaschine	finanziert über Anzeigen soziale Projekte, Suchergebnisse von Google und Bing	2018	Deutschland
Swisscows	Proxy-Suchmaschine	familienfreundliche SERPs	2009	Schweiz

Ist Ihre Webseite für Suchmaschinen optimiert?
Anfrage stellen
Wir beraten Sie gerne und bereiten Ihnen eine kostenfreie Analyse vor, wir freuen uns auf Sie!

Bing



bing Suchfeld

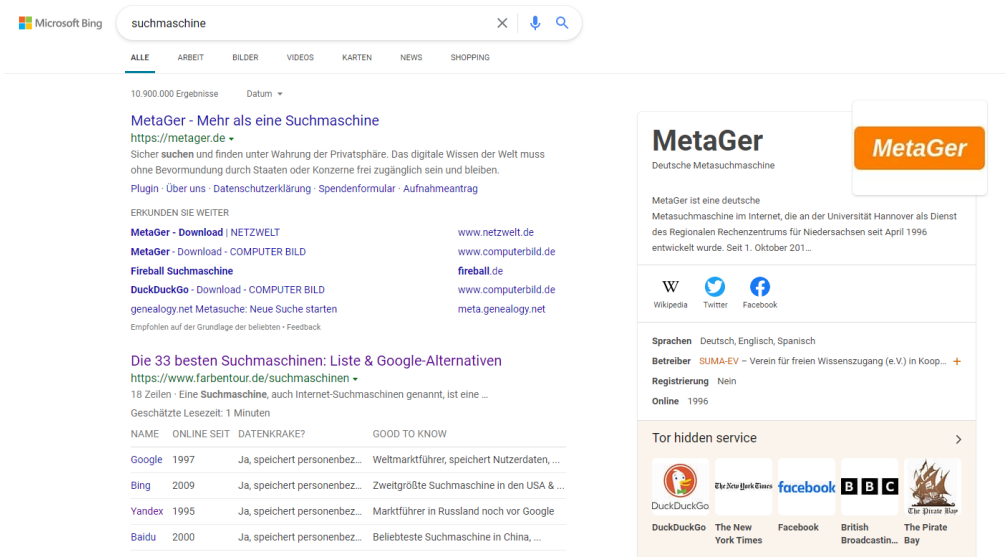
Gründungsjahr	2009
Herkunftsland	USA
Zweck	Suchindex und Webcrawler

Bing ist nach Google einer der größten Suchbrowser weltweit. Der Suchdienst wurde 2009 unter dem Dach von Microsoft gegründet, mit dem Versprechen eine echte Konkurrenz zu Google darzustellen. **Bing haftet das Image an, sich besonders an User der älteren Generation zu richten**, was sich jedoch als übertriebener Mythos herausstellt. Weltweit liegt das Durchschnittsalter der User zwar bei über 35, ist jedoch weit entfernt vom vielbelächelten „Silver Surfer"-Image.

Der weltweite Marktanteil bei Desktop-Suchen von rund 13,8 % ist zwar im Vergleich zu den über 73 % von Google eine Zahl, die noch ein wenig in den Kinderschuhen steckt. Beachtet man jedoch das vergleichsweise junge Alter, mit dem sich der Dienst auf Position 2 hochgehangelt hat, lässt sich Potenzial erkennen, das sich allerdings in Zukunft noch zeigen muss. In Deutschland ist Bing mit einem Marktanteil von 11,27 % im Rennen auf Platz 2 nach, natürlich, Google.

Die Entwickler von Bing legen Wert darauf, **ihre Suchmaschine nicht als klassischen Internetsuchdienst zu sehen. Vielmehr bezeichnen sie Bing als eine Entscheidungsmaschine**. Hiermit soll betont werden, dass nicht nur einfach alle möglichen Ergebnisse angezeigt werden, sondern zusätzlich auch echte Entscheidungshilfen für den Nutzer. Daher auch das Motto „Bing & decide" – also: Suche und entscheide dich. Bing hat vor allem bei der Suche nach Videos und Bildern die Nase weit vorn und eignet sich hervorragend, um parallel zu Google genutzt zu werden.

SERPs:



Bing SERP

Die Suchmaske:

- das Hintergrundbild beim Suchfeld ist ein markanter Unterschied zu vielen Suchfeldern auf Weiß
- unten sind aktuelle Themen aufgelistet
- Suggested Search bildet keine Umlaute ab und scheint beim Testbegriff sehr allgemein zu sein
- Optisch modern, mit Leseempfehlungen

Die Ergebnisse:

- Bing sagt, dass Google Platz 1 der Suchmaschinen gehört
- Ausspielung von Ads
- die Suche beinhaltet ein deutsches Wort, dennoch werden deutsche und englische Meta-Descriptions zu deutschen Seiten ausgespielt
- die Menge an Ergebnissen ist mit Google vergleichbar
- weiterführende Fragen integriert
- Empfehlungen von alternativen Suchmaschinen
- Bildersuche über alternativen Reiter

Mehr zur Suchmaschine Bing

Yahoo!



Yahoo! Suchfeld

Gründungsjahr	1994
Herkunftsland	USA
Zweck	Metasuche
Webseite	https://de.yahoo.com/

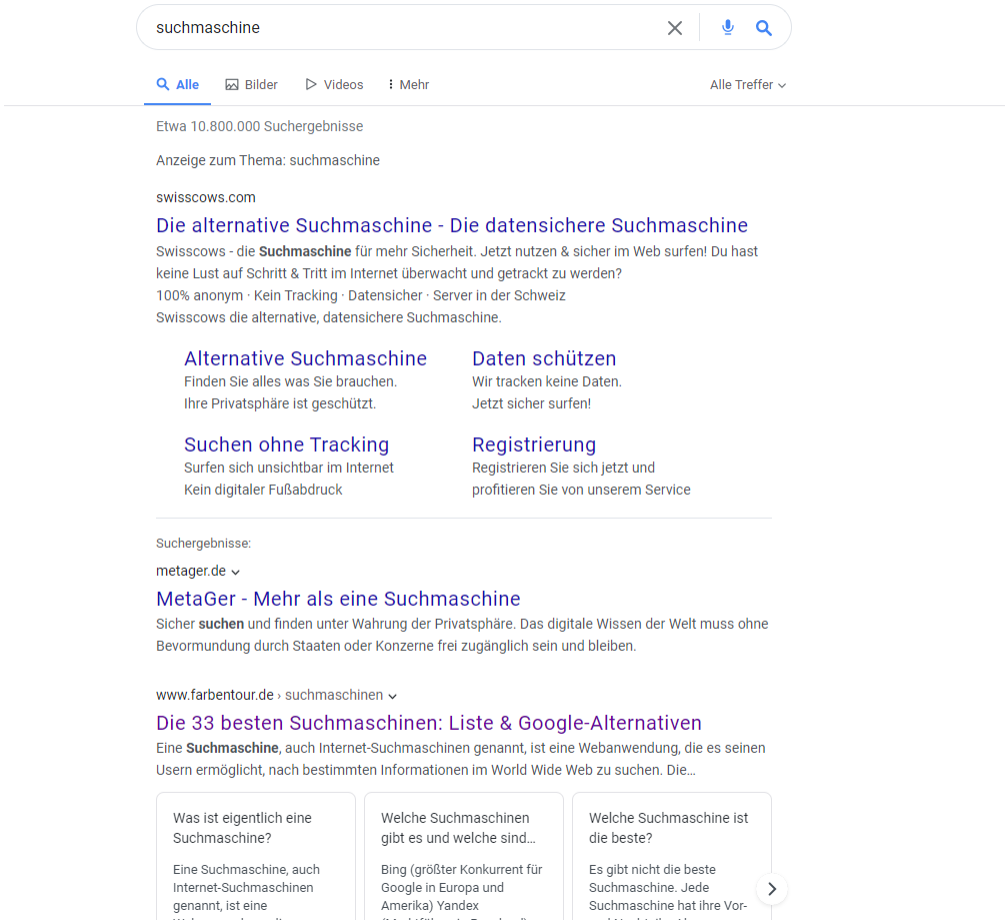
Die amerikanische Beteiligungsgesellschaft Altaba Inc. wurde 2014 im Zuge der Entwicklung des Suchportals Yahoo! von David Filo und Jerry Yang gegründet. Yahoo!, zunächst noch ein reiner Webkatalog, **kooperiert seit 2009 mit dem Suchdienst Bing, auf dessen Suchergebnisse Yahoo! zurückgreift**. Vorher nutzte Yahoo! als Metasuchdienst die Suchindizes von Altavista, Inktomi und auch Google.

Hintergedanke der bis heute bestehenden Kooperation mit Microsofts Bing war, die Marktmacht Googles zu schmälern, bislang mit mäßigem Erfolg. Der Marktanteil lag 2021 weltweit bei 1,49 %. Selbst in den USA, dem Heimatland von Yahoo! und Microsoft, sind es lediglich 4,4 % (Stand 2021). Ausgenommen Asien, wo mehr Wert auf landeseigene Suchmaschinen gelegt wird, **ist Yahoo! in der restlichen Welt jedoch meist unter den Top 3 angesiedelt**.

Ein Bereich, in dem Yahoo! mit Suchergebnissen punkten kann und die Nase weit vorn hat, sind die Finanzen. Das Thema Datenschutz wird ähnlich gehandhabt wie bei Google, da auch hier die amerikanische Gesetzgebung greift, die die Erhebung und Weitergabe von Nutzerinformationen wesentlich weniger einschränkt als es die neue Datenschutzverordnung in Europa tut.

Yahoo! bietet **über eine reine Metasuche hinaus auch weitere Dienste** wie E-Mail und Terminplaner an. Auch eine Jobbörse sowie Flickr und Tumblr gehören zum Yahoo!-Universum, ganz nach der Selbstbeschreibung „Global technology company“. Im Jahr 2017 ging Yahoo! an die Dachmarke Oath (älterer Name: Verizon Media). Passend zu den stetigen Erweiterungen und Änderungen ist Yahoos Brand Identity die kontinuierliche Re-Invention.

SERPs:



Yahoo! SERP

Die Suchmaske:

- Suggested Search wird unterstützt
- die Startseite ist mit Meldungen und Diensten gefüllt
- die Suchleiste bleibt aber immer sichtbar, wenn gescrollt wird

Die Ergebnisse:

- Ads im oberen sichtbaren Bereich
- Suchergebnis und weitere Fragen starten die organischen Suche
- Filteroptionen wie bei Google

Mehr zur Suchmaschine Yahoo

Baidu



Baidu Suchfeld

Gründungsjahr	2000
Herkunftsland	China
Zweck	Suchindex und Webcrawler, neu: Baidu Baike, eine Wikipedia-ähnliche Enzyklopädie

Der Suchdienst Baidu wurde 2000 in Peking, China, gegründet und ging nur fünf Jahre später an die Börse. Mittlerweile gehört die Suchmaschine statistisch gesehen zu den fünf meistverwendeten allgemeinen Internetsuchmaschinen weltweit. **Baidu existiert lediglich mit chinesischer Nutzeroberfläche**, weshalb der Dienst im Augenblick lediglich für alle interessant und nutzbar ist, die die chinesische Sprache beherrschen.

China gilt mit circa 1,4 Milliarden Einwohnern als bevölkerungsreichstes Land der Erde (zum Vergleich Deutschland: circa 83 Millionen). Deshalb ist der globale Marktanteil vergleichsweise hoch, obwohl Baidu lediglich in einem Land genutzt wird. Es ist nicht unbekannt, dass China das Internet zensiert und die Suchergebnisse kontrolliert, insbesondere wenn diese von außerhalb der Landesgrenzen kommen.

Das ist einer der Hauptgründe, warum Google im Land der Mitte nie wirklich Fuß fassen konnte. Baidu ist mit weitem Abstand mit über 47 % Marktanteil der Suchmaschinen-Marktführer in China.

Google dagegen mischt lediglich mit unter 10 % am chinesischen Suchdienstmarkt mit. **Statista vermerkt Baidu mit einem weltweiten Nutzungsanteil von etwa 17,6 %** und damit an zweiter Stelle nach Google, noch vor Bing und Yahoo. Bereits erwähnt wurde die ausschließlich chinesische Nutzeroberfläche, was wohl eines der typischsten Merkmale des Suchdienstes ist.

Baidu bietet neben der reinen Internetsuchmaschine Baidu Browser weitere Dienste wie Baidu Maps, Baidu Tieba (Teilen von Erfahrungen und Wissen), Baidu News und viele andere an. Dadurch ähnelt Baidu im

Prinzip Google, da über diesen Anbieter Informationen aller Art gesucht, zugänglich gemacht und geteilt werden können. Ein Abstrich muss allerdings erwähnt werden: **Baidu zensiert alle Seiten, die Wörter aus der Exclude-List der chinesischen Regierung enthalten**. Man könnte sagen, dass Baidu in China das sein möchte, was Google in beinahe der restlichen Welt ist – eine Plattform, die alle Dienste anbietet, die ein Internetnutzer benötigt: Suchen (Bilder, Videos, Dokumente), Informieren, Teilen, Bewerten und Verbinden.

Nicht nur für Individualnutzer ist Baidu in China unverzichtbar, **auch Unternehmen finden hier eine nützliche Businessplattform**. Nicht umsonst wird Baidu auch als „Google Chinas“ bezeichnet. Baidu richtet sich ausschließlich an Bewohner Chinas und Personen, die die Schriftzeichen lesen können, da die Oberfläche nur auf Chinesisch existiert und es keine Spracheinstellungsmöglichkeiten gibt. Der große Suchdienst ist in China mit Abstand der Platzhirsch, was vor allem daran liegt, dass ausländische Suchmaschinen aufgrund der Zensur kaum Chancen haben, genutzt zu werden.

SERPs:



Baidu SEP

Die Suchmaske:

- ähnlicher Aufbau wie Google
- Ausgabe in chinesischer Sprache

- Möglichkeiten zum Einloggen in die eigenen Dienste

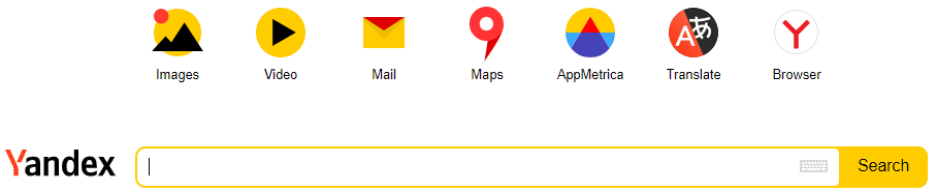
Die Ergebnisse:

Dank Google Übersetzer konnte ich „□□□□“ eingeben und mir die Ergebnisseite übersetzen lassen. Mein Chinesisch ist leider etwas eingerostet. Wahrscheinlich bekommen wir mit der Suche aus Deutschland keine zensierten Ergebnisse.

- klare Ähnlichkeit mit Google erkennbar (Title, Meta-Beschreibung, Link)
- Navigation unter der Suchleiste führt zu Bildern, News, Video (wie bei Google)
- rechts sieht man einen Knowledge-Graph

Mehr zur Suchmaschine Baidu

Yandex



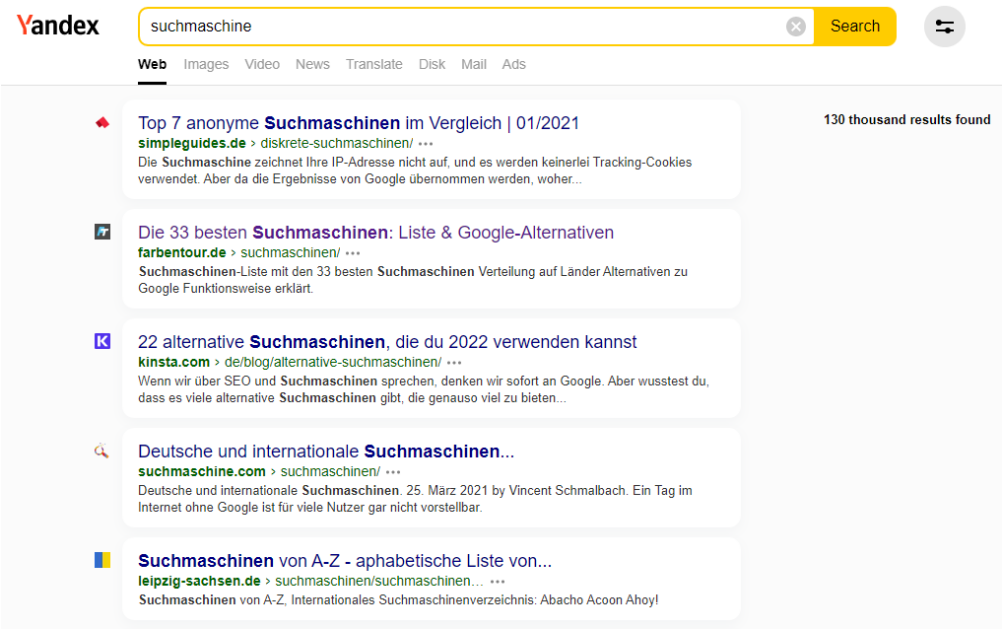
Yandex Suchfeld

Gründungsjahr	1995
Herkunftsland	Amsterdam / Moskau
Zweck	Suchindex und Webcrawler

Der Name Yandex ist nichts anderes als das transliterierte russische Wort für Sprach-Index. Das Unternehmen wurde 1995 gegründet. Sitz ist Amsterdam, während die Hauptzentrale von Moskau aus operiert. Mittlerweile hat sich Yandex **den fünften Platz bei den weltweiten Marktanteilen für Suchmaschinen erarbeitet** (nach Google, Yahoo, Bing und Baidu). Besonders in Russland ist der Suchdienst überaus beliebt und verbannt mit knapp unter 59,3 % sogar Google auf den zweiten Platz, das dort lediglich 40,7 % Marktanteile hält.

2015 ging yandex.com dazu über, Backlinks als Rankingkriterium in die Algorithmen mit aufzunehmen. Yandex hat sich über die Jahre hinweg zu einem **Multi-Portal entwickelt, dessen wichtigster Dienst jedoch die russischsprachige Suchmaschine bleibt**. Über 30 Dienstleistungen von Nachrichten, über Spiele und Kartendienst, bis zu Wörterbuch, Musik-Streaming, Blogservice und mehr umfasst das Unternehmen. Selbst ein eigenes Analyse-Tool, Yandex.Metrica, das Google Analytics ähnelt, ist Teil von Yandex, um Nutzerverhalten aufzuzeichnen und zu sammeln. Damit ist Yandex eine Datenkralle, ähnlich wie Google. Das Yandex-Webmastertool ist ein gutes Tool und bieten teilweise mehr Funktionen als Google: https://webmaster.yandex.com/welcome/

SERPs:



Yandex SERP

Die Suchmaske:

- Suggested Search nach TOP-Themen
- Meldungen aus Russland, Dienste und Werbebanner lenken die Aufmerksamkeit auf sich
- der aktuelle Standort wird ermittelt
- Sprachsuche und virtuelles Keyboard zur Eingabe werden angeboten

Die Ergebnisse:

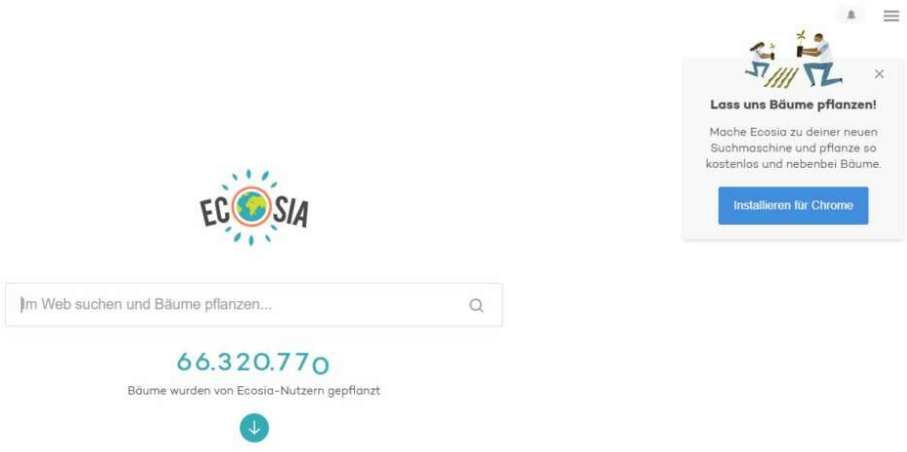
Ich habe das Keyword in deutsch und kyrillisch („поисковик“) eingegeben.

- alle Ergebnisse werden mit Favicon dargestellt, was eine schnelle Zuordnung bekannter Domains

ermöglicht
- Ergebnisse werden in einem neuen Fenster geöffnet
- in Deutsch sind keine Suchmaschinen unter den TOP 5, sondern Wissensbeiträge
- bei den russischen Ergebnissen sind Bilder sehr präsent, es gibt außerdem bessere Treffer mit echten Suchmaschinen (Yahoo! Russland auf Platz 1)
- es kommt ein Cookie-Hinweis

Mehr zur Suchmaschine Yandex

Ecosia



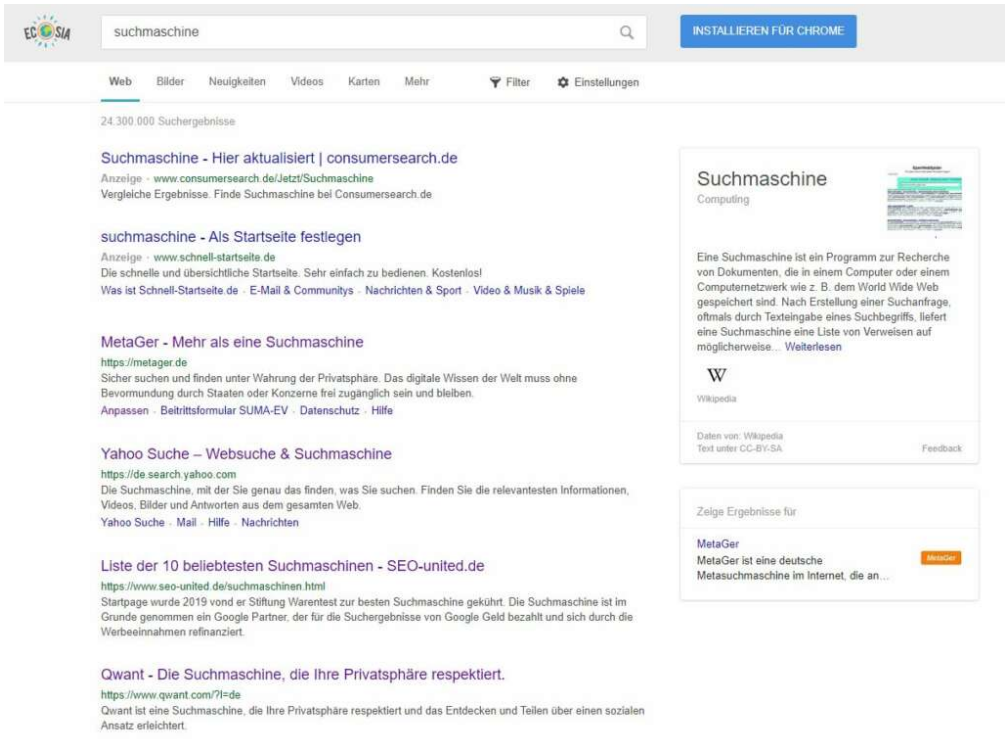
ecosia Suchfeld (Stand 06.09.2019, wie viele Bäume sind es jetzt?)

Gründungsjahr	2009
Herkunftsland	Deutschland
Zweck	Metasuchmaschine / Suchmaskensammlung

Die 2009 in Berlin entwickelte Suchmaschine Ecosia ist wie auch DuckDuckGo keine Suchmaschine im klassischen Sinne, sondern ein **Metasuchdienst**, der die Ergebnisse von anderen Suchdiensten bezieht. Im Fall von Ecosia beruhen die Suchergebnisse auf dem Dienst **Bing**. Ecosia ist bislang eher ein Nischenplayer im globalen Wettkampf um die Suchanfragen, die **meisten User sitzen in Deutschland**. Der Trend zeigt wie auch bei DuckDuckGo allerdings nach oben, da zunehmend mehr Nutzer auf den Schutz ihrer Daten und auf **anonymisierte Suche** Wert legen.

Vorteil dieses Suchdienstes ist der Firmenstandort in Deutschland im Gegensatz zu Google. Dadurch unterliegt das Unternehmen dem deutschen Datenschutzgesetz, welches wesentlich strikter ist als das amerikanische. Das markante **Alleinstellungsmerkmal** unter allen Suchdiensten ist, dass die **Ecosia GmbH 80 % der Einnahmen an ausgewählte Naturschutzprojekte** in Afrika, Südostasien und Südamerika spendet. Ein eigens dafür Beauftragter überprüft regelmäßig vor Ort und bei den Projektpartnern, dass die Spenden auch wirklich ankommen. Noch dazu betreibt das Unternehmen die eigenen **Server** mit **Ökostrom** der Greenpeace Energy eG. Da allerdings die Server von Bing, von denen die Suchergebnisse bezogen werden, nicht mit grüner Energie betrieben werden, zahlt Ecosia dafür entsprechende **Ausgleichszahlungen** an **myclimate.de**, die wiederum die Gelder in Naturschutzprojekte in Madagaskar investiert. Die Biodiversität des Planeten mit Klicks zu schützen, geht also mit Ecosia denkbar einfach.

SERPs:



ecosia SERPs

Die Suchmaske:

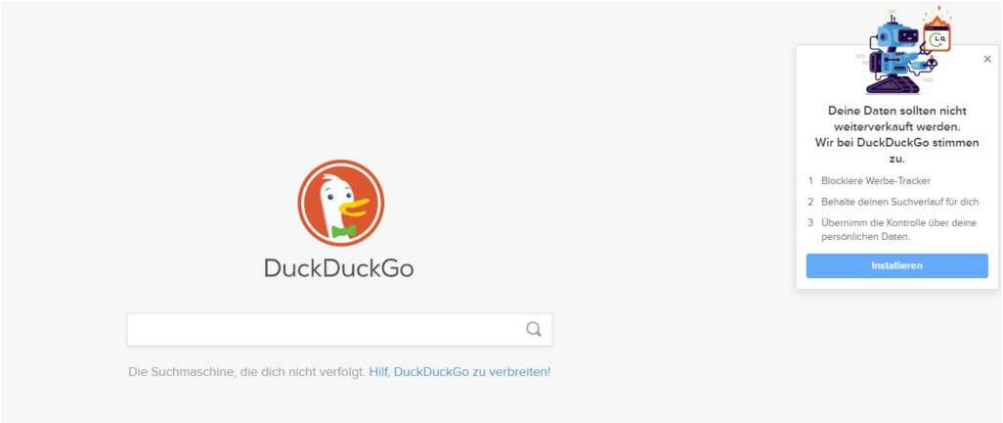
- Suggested Search vorhanden
- wie viele Bäume gepflanzt wurden wird live aktualisiert
- Chrome Plugin wird eingeblendet

Die Ergebnisse:

- Aufbau sehr ähnlich zu Google
- 2 Anzeigen werden dargestellt
- metager Platz 1 und Yahoo! Platz 2
- ein Knowledge-Graph mit Wikipedia-Inhalt wird angezeigt

Mehr zur Suchmaschine Ecosia

DuckDuckGo



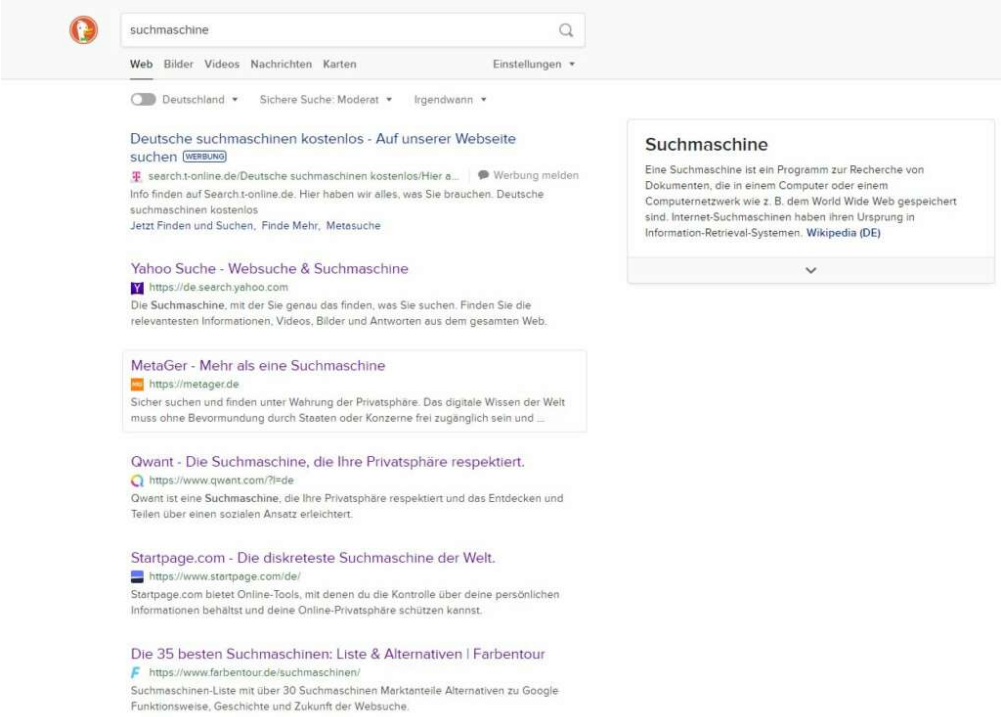
duckduckgo Suchfeld

Gründungsjahr	2008
Herkunftsland	USA
Zweck	Metasuchmaschine / Suchmaskensammlung; Suchindex sowie Webcrawler und Metasuche

DuckDuckGo, 2008 online gegangen, ist keine klassische reine Suchmaschine, sondern **eine Kombination aus Metasuchmaschine und eigenem Webcrawler**, dem DuckDuckBot. Auch wenn DuckDuckGo Google bei weitem und Bing ebenfalls nicht das Wasser reichen kann: Ein klarer Aufwärtstrend des Dienstes ist erkennbar, **Stand 2021 weltweit immerhin 0,6 % Marktanteil**. Profitiert hat die Suchmaschine vor allem von der Bekanntmachung des PRISM-Überwachungsprogramms durch Edward Snowden, welches zur Folge hatte, dass mehr und mehr Nutzer zu alternativen Suchmaschinen wechselten.

DuckDuckGo hat es sich nämlich auf die Fahnen geschrieben, keinerlei personenbezogenen Daten zu erheben und zu speichern. Der Fokus liegt also auf dem tatsächlich besten Suchergebnis im Gegenteil zum meistgesuchten bei Google. Personalisierte Suchergebnisse gibt es bei DuckDuckGo also nicht. Neben diesem Merkmal sprechen außerdem aufgeräumtere SERPs sowie der Verzicht auf aggressive Werbung für diesen Suchdienst. Lediglich über den Suchergebnissen sowie an der rechten Seite werden Werbeanzeigen ausgespielt. Die Suchmaschine rangiert in den Statistiken zwar noch weit unten mit lediglich 0,25 % Marktanteil in Mitteleuropa und 0,62 % in den USA. **Nach der PRISM-Affäre 2013 verzeichnet DuckDuckGo eine kontinuierliche Steigerung bei der Menge der Suchanfragen** –2021 waren es etwa 100 Millionen Anfragen täglich.

SERPs:



duckduckgo
SERPs

Die Suchmaske:

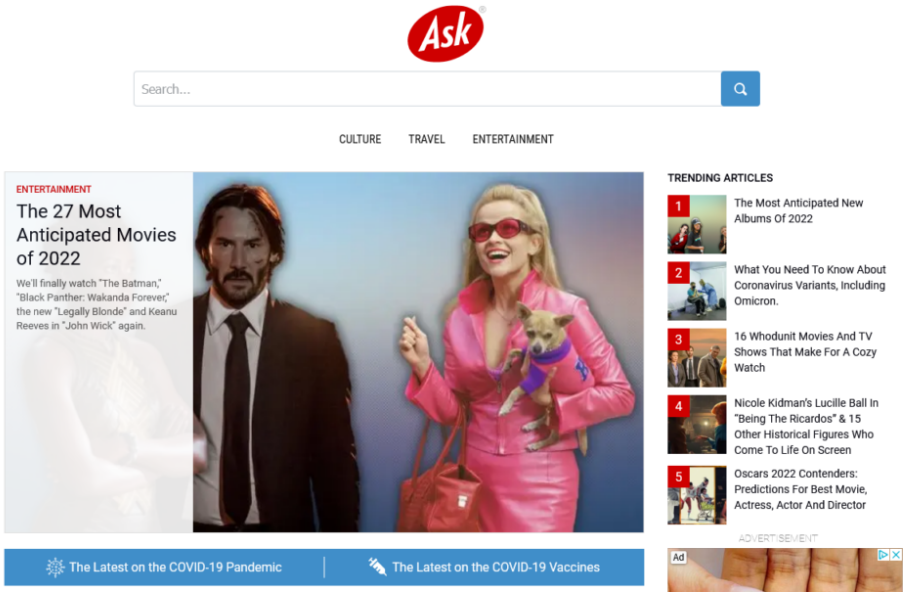
- Fokus auf das Suchfeld
- der USP (Privatsphäre) wird genannt
- Suggested Search vorhanden
- Tracker-Blocker integriert

Die Ergebnisse:

- jedes Ergebnis hat ein Favicon, damit können bekannte Domains schneller erkannt werden
- Platz 1 ist Yahoo!, gefolgt von Metager
- eine Werbeanzeige wird zur T-Online-Suche geschaltet
- es gibt eine direkte Antwort – ähnlich wie Knowledge-Graph – aus Wikipedia
- Bilder, Videos, Nachrichten und Karten sind auch suchbar

Mehr zur Suchmaschine DuckDuckGo

Ask



Ask Suchmaske

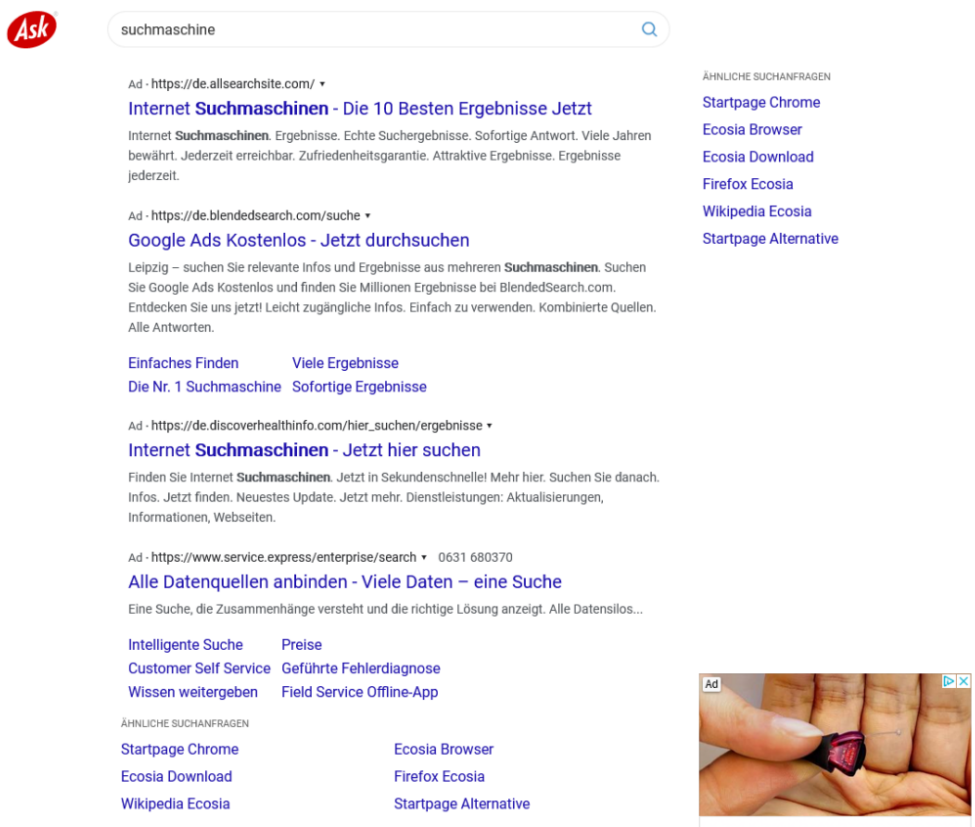
Gründungsjahr	1996
Herkunftsland	USA
Zweck	Suchindex und Webcrawler; Fokus auf Frage-und-Antwort-Service

Dieser Suchdienst wurde bereits 1996 in Berkeley, Kalifornien, gegründet. Mittlerweile fungiert Ask als **Frage-Antwort-Service** mit einer algorithmischen Suchtechnologie.

Besonders in den USA wird Ask.com verwendet, gerät jedoch zunehmend in die Kritik, da sich die Ask-Toolbar im Webbrowser nur mit viel Aufwand entfernen lässt. Der Marktanteil von Ask.com schwindet zunehmend aufgrund der doch recht aggressiven und ungefragten Einnistung der Toolbar in der Toolbarleiste des Browsers. 2021 war die Suchmaschine in den Statistiken nur noch in Kombination mit anderen Anbietern zu finden und verfügte über keine eigene Angabe.

Mittlerweile bedient sich der Suchdienst teilweise am primären Google-Index. Das Alleinstellungsmerkmal, das Ask zunächst so interessant gemacht hatte, hat sich durch die stetige Verbesserung von Google nivelliert. Die Idee war nämlich von Anfang an, dass nicht nur nach einzelnen Stichwörtern gesucht werden kann, sondern Antworten auf ganze Fragen gegeben werden. Derartige Suchanfragen sind jedoch mittlerweile bei vielen Suchdiensten Standard.

SERPs:



Ask SERP

Die Suchmaske:

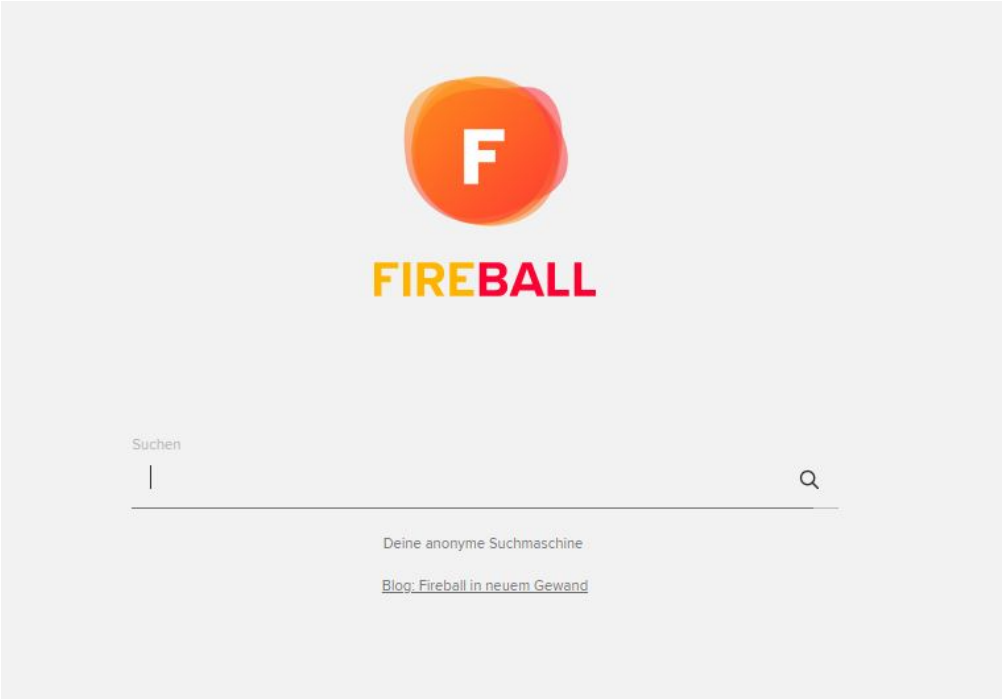
- präsentes Logo der Firma Ask
- analog zu anderen Portalen und Suchmaschinen mit Leseempfehlungen ausgewählter Artikel
- Verlinkung von Big-Playern wie Google, Ebay und Co
- keine Login-Links oder eigene Produkte

Die Ergebnisse:

- zu den organischen Ergebnissen gesellt sich eine Anzeige, die sehr viel Platz einnimmt (mit Sitelinks)
- mit Ad-Einblendungen zum Keyword
- verwandte Suchbegriffe scheinen wichtig zu sein, da die Suchmaschine noch zu allgemein ist, werden diese direkt als Zweites angezeigt (bei Klick auf eine Alternative ist die Box verschwunden)
- keine Anzeige der Anzahl der Suchergebnisse
- optische Aufmachung analog zu Google

Mehr zur Suchmaschine ask.com

Fireball



fireball Suchfeld

Gründungsjahr	1996

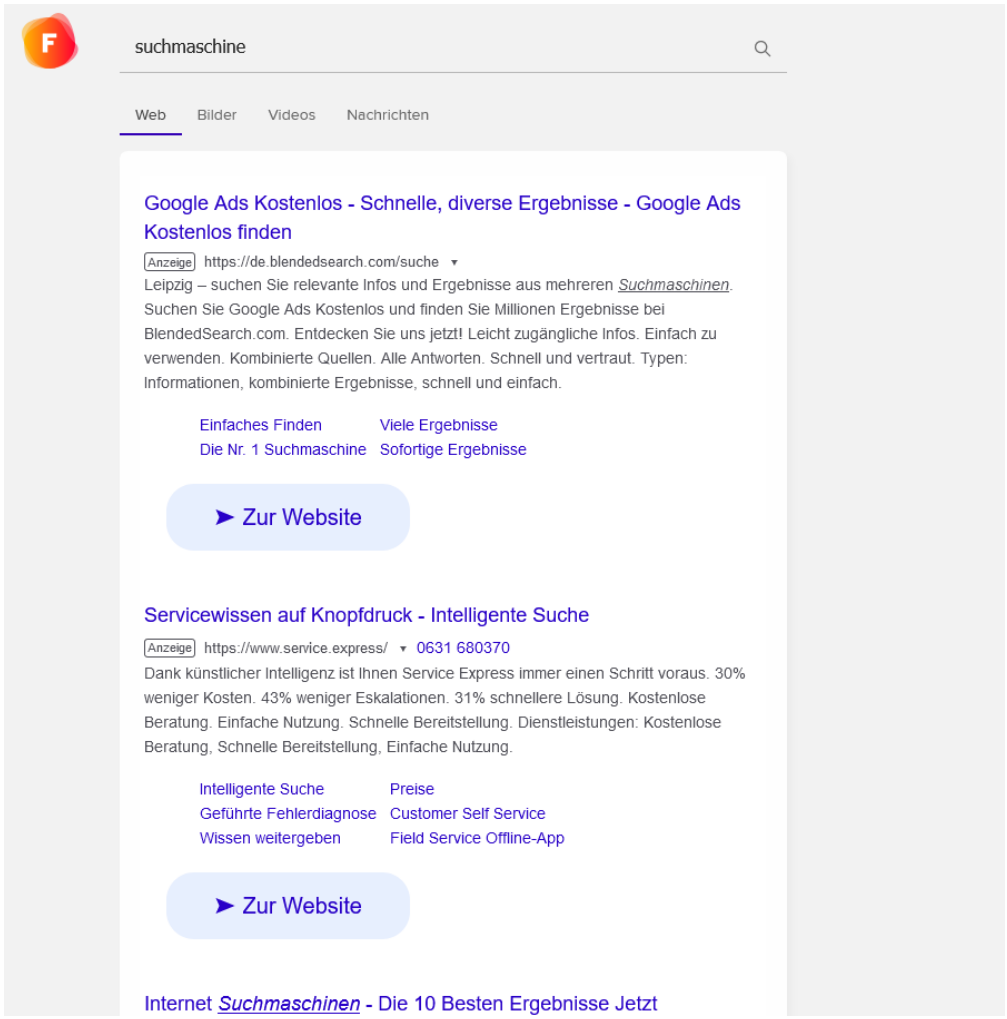
Herkunftsland	Deutschland
Zweck	Suchindex und Webcrawler

Fireball ist die **erste Suchmaschine Deutschlands, wurde bereits 1996 an der TU Berlin entwickelt** und legte einen guten Start hin. Doch der Erfolg hielt nicht lange an – 2021 nutzten nur etwa 150.000 Besucher die anonyme Suchmaschine. 70 % des Traffics kam aus Deutschland. Geschuldet ist der stete Nutzerverlust vor allem dem Überlaufen von zunehmend mehr Nutzern zum Giganten Google. Auch die Übernahme durch Lycos Europe tat der Suchmaschine nicht unbedingt gut, da die Weiterentwicklung des Dienstes nun keine Priorität mehr hatte.

Bis heute rangieren die Zahlen von Fireball im sehr niedrigen Bereich, auch wenn der Suchdienst seit 2016 als Fireball Labs GmbH einem neuen Eigentümer gehört. Nach der PRISM-Affäre 2013 und aufgrund der neuen Datenschutzgrundverordnung in Deutschland sprang Fireball auf den Zug der anonymen Suche auf und wirbt sogar mit dem Firmenmotto „Deine anonyme Suche“, in der Hoffnung, vom wachsenden Datenschutzbewusstsein deutscher User zu profitieren. Es werden keinerlei Daten getrackt und gespeichert. Seit einem Relaunch 2009 legt Fireball zudem Wert auf kompromisslose Übersichtlichkeit. Deshalb wurden die Zeilenabstände, Links und Schriften in der Liste der Suchergebnisse vergrößert.

Auch die Seite ist – abgesehen von den Suchergebnissen – sehr minimalistisch und sauber gehalten. Es wird seit der Kündigung der Kooperation mit Google ein eigener Suchindex verwendet. **Für Long-Tail-Suchbegriffe wird auf Yahoo zurückgegriffen.**

SERPs:



Fireball SERP

Die Suchmaske:

- wirbt mit der anonymen Suche
- minimalistisches Design

Die Ergebnisse:

- Werbeanzeigen werden geschaltet (laut einem Kommentar vom 03.04.2018 kommen diese von Google und einem anderen Anbieter)
- Ads im sichtbaren Bereich verdecken die organischen Suchergebnisse
- Feature: ein Haken zeigt an, welche Seiten schon besucht wurden
- Metager und Yahoo! sind hier vorn, typische Listen sorgen für eine Varianz der Ergebnisse

Mehr zur Suchmaschine Fireball

Lycos



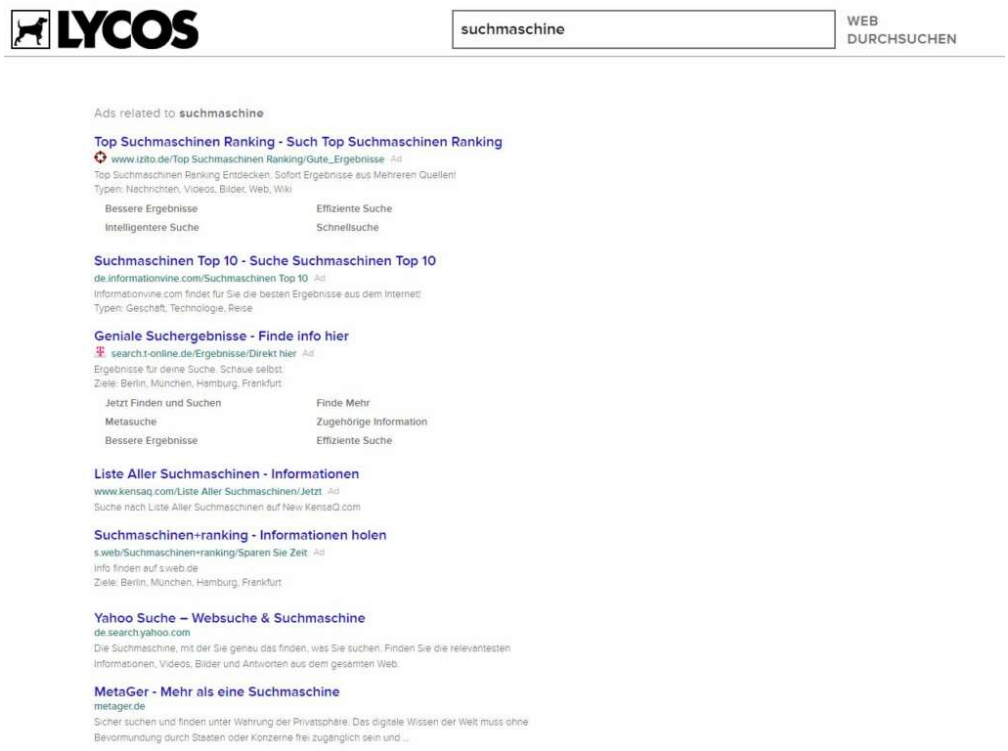
lycos Suchfeld

Gründungsjahr	1995
Herkunftsland	USA
Zweck	Suchindex und Webcrawler

Lycos, die Suchmaschine mit dem Hund als Markenzeichen, ist wohl den meisten ein Begriff, denn dieser Suchdienst **gehört zum alten Eisen der Suchmaschinen**, da er bereits 1995 und damit vor Google online ging. Bis 2004 hielt der Hype von Lycos an, bis die Dotcom-Blase platzte und der Dienst mit viel Verlust an einen südkoreanischen und 2010 dann an einen indischen Konzern in Hyderabad überging.

Die Lycos Inc. mischt mittlerweile bei anderen Webhosting-Seiten sowie Blogging-Diensten wie Angelfire oder Tripod mit. Neben der reinen Websuche bietet die Lycos Inc. außerdem auch einen eigenen **Mail-, Wetter- und Chatdienst** an. Auch wenn die Zeit als Suchmaschine für Lycos eher vorbei ist, legt die Firma als Dachunternehmen für viele Tochterfirmen in den Bereichen Shop und Dienstleister vor allem in den Vereinigten Staaten kräftig zu. In Europa allerdings verschwindet Lycos auf leisen Sohlen

SERPs:



Lycos SERPs

Die Suchmaske:

- das Hintergrundbild ist als Slider umgesetzt
- Dienste werden verlinkt
- der Text „Geben Sie einen Suchbegriff ein…“ ist vorausgefüllt (bei anderen Suchmaschinen meist leer)
- Unterstützung von Suggested Search

Die Ergebnisse:

- die ersten 5 Ergebnisse sind Ads, wobei 2 sogar ein Favicon integriert haben
- Platz 1 ist Yahoo! und Metager dahinter (Ergebnisse ähnlich zu Google)
- Bilder, Videos und andere Suchdienste finden wir bei Lycos nicht
- Links werden in einem neuen Fenster geöffnet
- übersichtliche Anordnung

Mehr zur Suchmaschine Lycos

Naver



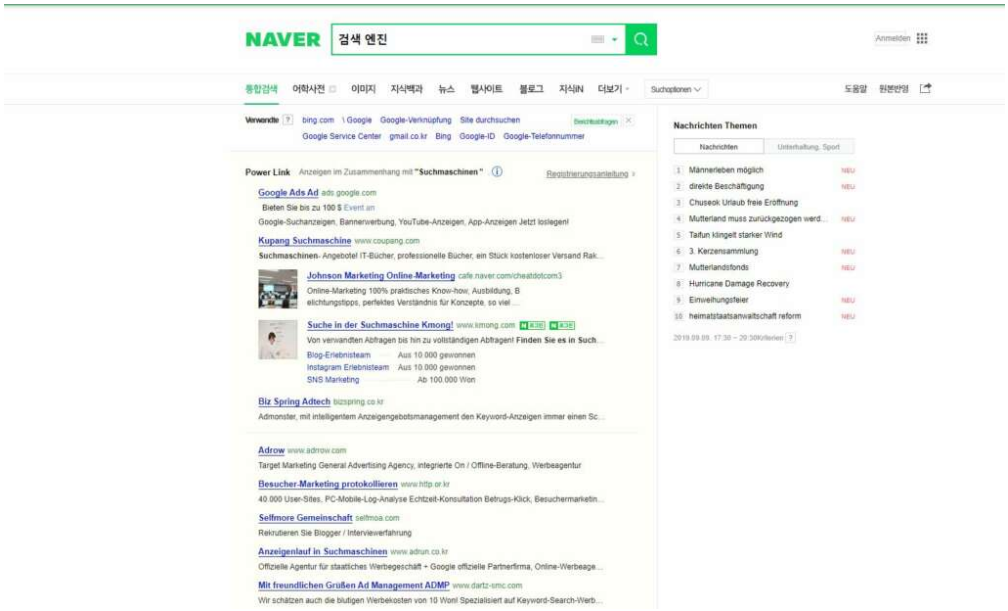
naver Suchfeld

Gründungsjahr	1999
Herkunftsland	Südkorea
Zweck	Suchindex und Webcrawler

Wer noch nie von diesem Suchdienst gehört hat, sollte aufmerken lesen, denn immerhin rangiert Naver, beziehungsweise die NHN Corporation, in die das Webportal integriert ist, im Ranking der meistverwendeten Suchmaschinen recht weit vorn**. In Südkorea, dem Fokusland des Dienstes, hat Naver Google weit überholt.** Mit nur 2,06 % Marktanteil unterliegt Google Naver – 76,69 % der User nutzen den Dienst. Der Konkurrent Daum konnte mit 19,89 % Marktanteil in Südkorea deutlich zulegen. Google spielt also nicht wirklich eine Rolle in dem Land.

Warum Naver es aber weltweit unter die Top 10 geschafft hat, liegt vor allem an der hohen Einwohnerzahl Südkoreas sowie an der Internetaffinität von über 70 % der Bevölkerung. **Der Durchbruch Navers hing vor allem mit der Einführung von Jishik-iN (Knowledge-iN) zusammen**. Die Suchmaschine entspricht einer digitalen koreanischsprachigen Auskunft mit dem Novum des freien Austausches, der Antwort-Bewertung und der zeitnahen Integration der Antworten in die Suchmaschine Naver. Dadurch hatte Google bislang keine Chance, mehr Anteile auf dem südkoreanischen Markt zu gewinnen.

SERPs:



Naver SERPs

Die Suchmaske:

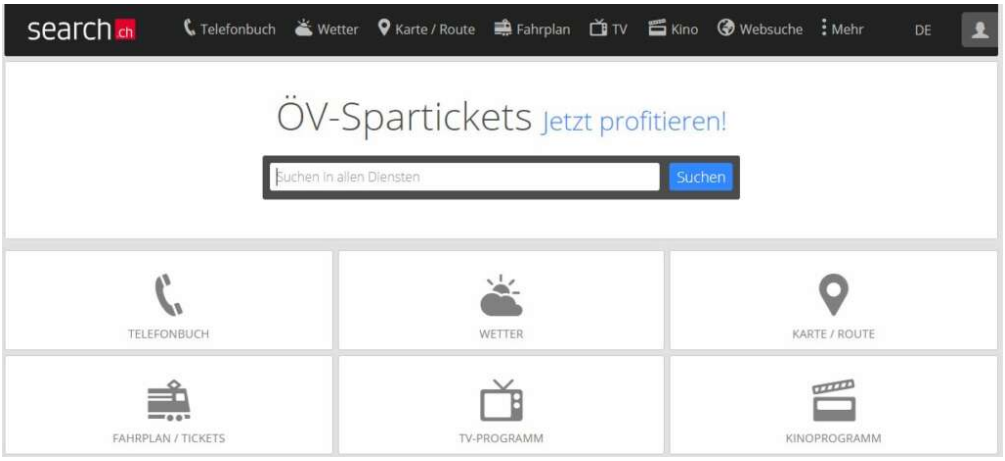
- sieht aus wie eine „normale“ Startseite einer Homepage, Elemente der Suche ganz oben, aber nicht besonders schlicht insgesamt
- die Naver-Startseite ist auf „index, nofollow“ gestellt
- ein virtuelles Keyboard für die Eingabe der koreanischen Zeichen ist vorhanden

Die Ergebnisse: Was heißt Suchmaschine nochmal auf koreanisch? Achso… □□ □□ – klar.

- 10 Anzeigen verdecken im Desktop den gesamten sichtbaren Bereich
- das Gegenstück zu Wikipedia „Namu Wiki“ steht mit dem Beitrag über Suchmaschinen auf Platz 1 – das Nachschlagewerk halt
- Bing und Google Korea folgen
- die weiteren Ergebnisse sind kategorisiert in Wissen, allgemeine Postings, nochmal Anzeigen, Bild, Blog und Video
- es lassen sich sogar deutsche Begriffe eingeben, aber nur eine Handvoll Seiten finden

Mehr zur Suchmaschine Naver

Search.ch



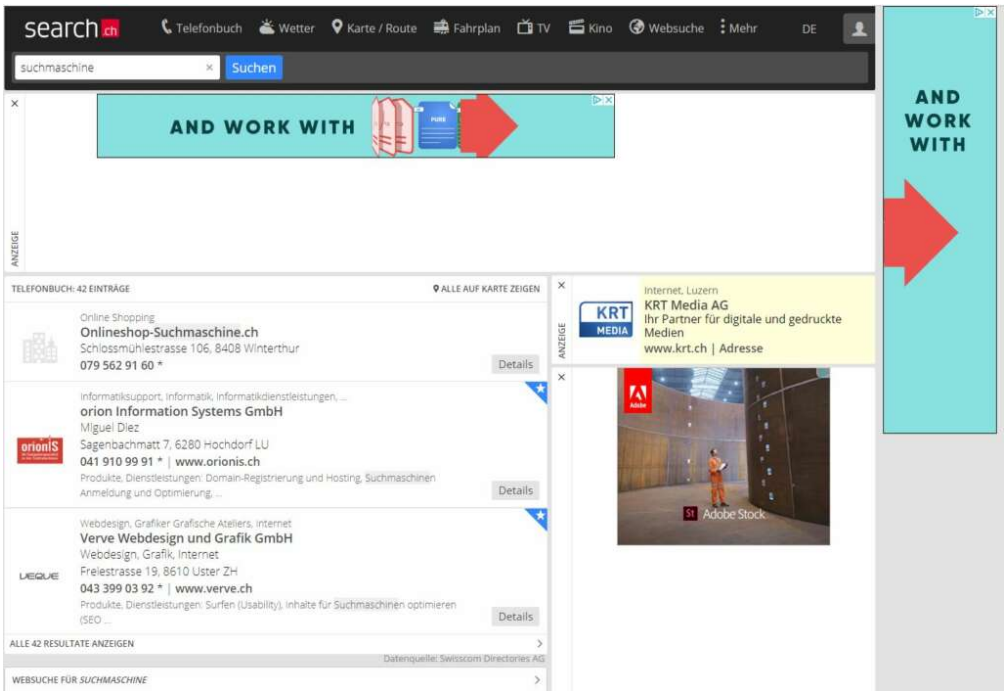
search Suchfeld

Gründungsjahr	1995
Herkunftsland	Schweiz
Zweck	Suchindex und Webcrawler

Außerhalb der Schweiz ist der Suchdienst eher unbekannt. Die 1995 entwickelte Suchmaschine spuckt **vor allem Suchergebnisse und Informationen aus, die die Schweiz betreffen**. Betrieben wird die Seite von localsearch und gehört damit zur Swisscom Directories AG. Die Entwickler haben nicht die Absicht, Global Player zu werden und wollen lieber ihr eigenes Süppchen kochen und in der Schweiz mittel- bis langfristig wettbewerbsfähig mit den großen Suchmaschinen wie Google, Yahoo und Bing werden. Darüber hinaus ist die Idee, auch den sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter und Instagram Konkurrenz zu machen.

Die **Fusion mit dem erfolgreichen Dienst local.ch** im Jahr 2015 sollte dies ermöglichen. Zum Angebot von Search.ch zählen neben der klassischen Suche auch ein Telefonbuch, Wettervorhersagen, Landkarten, Fahrpläne des öffentlichen Personennahverkehrs und eine Programmübersicht für Kino und TV. Der Datenschutz unterliegt den Schweizer Regelungen. 2021 hatte der Suchdienst etwa 4,6 Millionen Besucher täglich.

SERPs:



Serarch SERPs

Die Suchmaske:

- die Dienste wie Telefonbuch und Wetter sind prominenter als die Suchleiste
- kein Suggested Search

Die Ergebnisse:

- die Websuche ist nicht im sichtbaren Bereich; Platz 1 ist ein Beitrag von Wikipedia und dann Google.ch
- das Anzeigefeld ist riesig – 250 px hoch, wird aber teilweise nicht ganz ausgefüllt
- Anzeigen lassen sich wegklicken
- vor der Websuche kommen die Ergebnisse aus dem Telefonbuch

Mehr zur Suchmaschine search.ch

Qwant



Qwant Suchfeld

Gründungsjahr	2013
Herkunftsland	Frankreich / Großbritannien
Zweck	klassische Suchabfragen und Ergebnisse aus den Rubriken News und Social Media

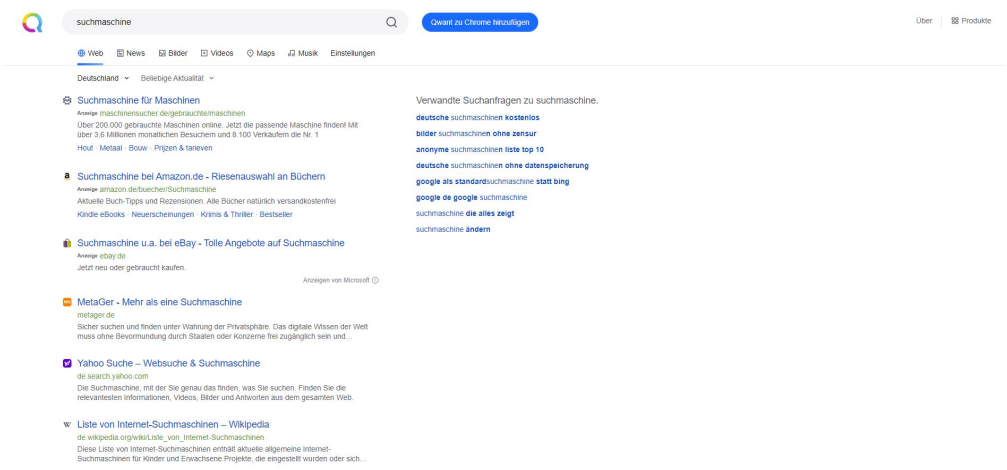
Qwant ist eine **sehr junge Suchmaschine**, die einige wertvolle Vorteile bei der Nutzung bietet. Sie wurde in Frankreich entwickelt, deshalb unterliegt sie der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DVSGO). Das Surfen auf Qwant bietet ein hohes Maß an Sicherheit, der Betreiber sammelt keine persönlichen Daten. Somit ist es auch möglich, anonym Ergebnisse abzufragen. Anschließend werden keine Werbeanzeigen ausgespielt, die persönlichen Präferenzen entsprechen.

Die Optik der kostenlosen Suchmaschine erinnert an die Google-Suche. Unterhalb der Suchleiste werden Empfehlungen angezeigt – meist aus dem News-Sektor. Qwant ist jedoch nicht nur eine Suchmaschine, sondern kann **auch als vollständig agierender Browser fungieren**. Die Suche ist zudem für mobile Endgeräte optimiert und startet in der Lite-Version mit einer geringeren Datennutzung.

Damit auch die Voraussetzungen des Jugendschutzes erfüllt sind, gibt es die Qwant-Suchmaschine auch als Junior-Version für Kinder und Jugendliche. Dabei werden ungeeignete Suchbegriffe für Heranwachsende ignoriert und herausgefiltert. Zusätzlich hat Qwant eine Kooperation mit TripAdvisor – so werden viele Ergebnisse der Suchmaschine gleich in einer Karte von OpenMaps dargestellt. Das erleichtert die Orientierung.

Die technischen Voraussetzungen sind nicht hoch, um die Suchmaschine Qwant zu nutzen. Sie funktioniert auch ohne Einschränkungen bei älteren Betriebssystemen. Die Nutzung ist auf allen Geräten kostenfrei und wird von vielen Usern mit äußerst zufriedenstellend bewertet. Nicht zuletzt liegt das an den Einstellungen für die Privatsphäre. Für einen Mehrwert sorgt die Kooperation mit Bing für solche Suchanfragen, die Qwant nicht im Index hat.

SERPs:



Qwant SERPs

Die Suchmaske:

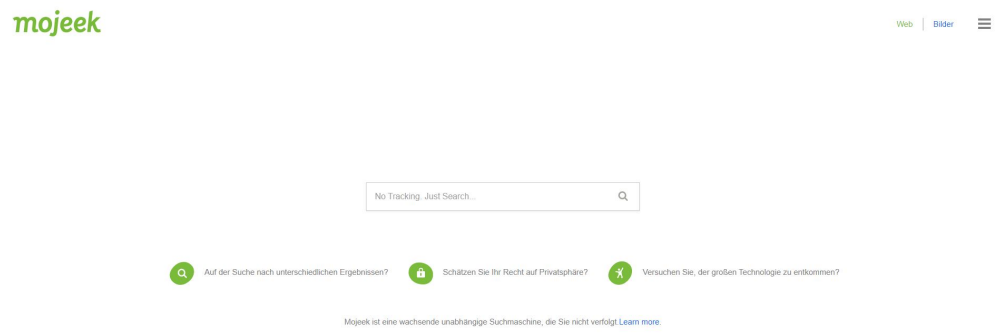
- einfache Darstellung für unterschiedliche Rubriken
- Integration von Social-Media-Portalen
- strenge Datenschutzbestimmungen
- als optimierte Versionen für Smartphone und mit speziellen Suchergebnissen für Kinder

Die Ergebnisse:

- Aufschlüsselung der Ergebnisse nach Kategorien
- Verfeinerungen möglich
- schnelleres Teilen in den Netzwerken
- anonyme Abfrage der Suchergebnisse
- Anzeige der Resultate in einer Straßenkarte

Mehr zur Suchmaschine Qwant

Mojeek



Mojeek Suchfeld

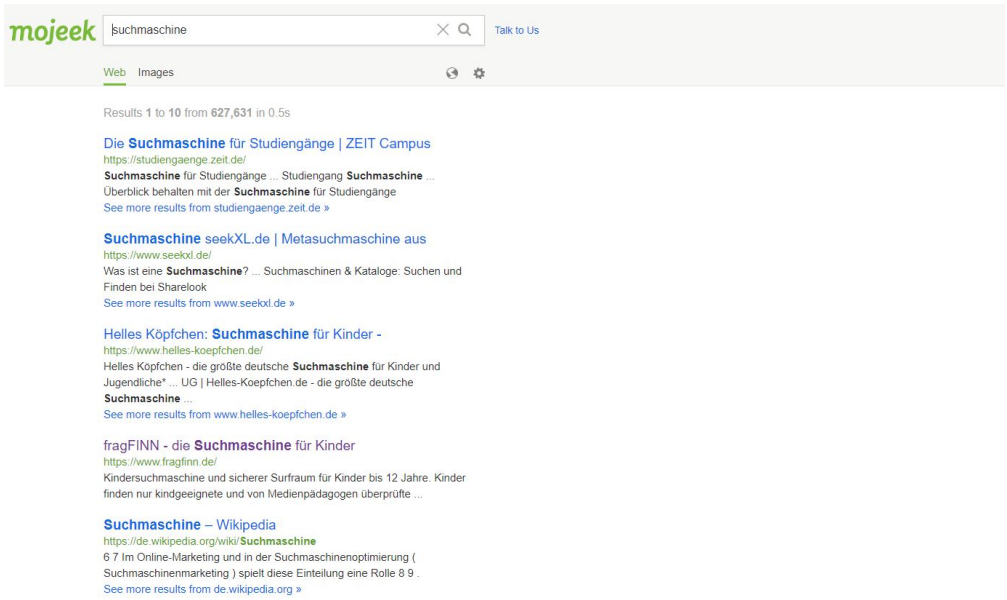
Gründungsjahr	2004
Herkunftsland	Großbritannien
Zweck	Suchmaschine mit eigenem Crawler und Index mit anonymisierter Datenverarbeitung

Bei der Suche über Mojeek wird der eigene Standort im Gegensatz zu Google nicht berücksichtigt. Somit erscheinen **ortsunabhängige Suchergebnisse**. Daher ist es möglich, auch Treffer zu bekommen, die die großen Suchmaschinen nicht so schnell anzeigen. Mojeek kommt nicht ganz ohne Daten aus. Sie werden gesammelt und dabei gleich anonymisiert, sodass sie keiner IP-Adresse zuzuordnen sind. Der Vorteil daran ist, dass so auch Ergebnisse aufgeführt werden, die sonst auf den hinteren Seiten in der Suche landen –wie einschlägige Blogs.

Mit Mojeek wird das Prinzip der Suchmaschine gewahrt, **denn es werden nicht die Ergebnisse angezeigt, die sich am besten finanzieren und optimieren, sondern die inhaltlich zur Anfrage passen**. Dabei ist die Herkunft irrelevant. Einen eigenen Index für Bilder hat Mojeek allerdings nicht, in der Suchmaske kann als Ausgabequelle Google oder Bing gewählt werden.

Die Idee hinter der Suchmaschine ist gut, allerdings ist Mojeek keine wirkliche Alternative zu den großen Playern, da die eigene Filterung viel Zeit in Anspruch nimmt.

SERPs:



Mojeek SERPs

Die Suchmaske:

- keine Nutzerverfolgung
- einfache Optik

Die Ergebnisse:

- in verschiedenen Sprachen aufrufbar
- unvoreingenommene Suchergebnisse
- keine Speicherung der Nutzerdaten

Mehr zur Suchmaschine Mojeek

Torch



Torch Suchfeld

Gründungsjahr	2012
Herkunftsland	USA
Zweck	ursprünglich als Webbrowser entwickelt, können damit auch Dienste im Darknet durchsucht werden

Torch ist keine reine Suchmaschine, sondern ein Webbrowser, der einige zusätzliche Features bereithält. So werden kostenlose Browserspiele bereitgestellt oder aus Musikvideos kann die Audiospur herausgefiltert und heruntergeladen werden. Ebenfalls kann das eigene Facebook-Profil mit einem eigenen Design versehen werden.

Die Funktionen als Suchmaschine werden mit Torch **vor allem bei Hidden Services genutzt**. Dabei werden Webadressen mit der Endung .onion über das Tor-Netzwerk durchsucht und aufgerufen. Herkömmliche Suchmaschinen wie Google können diese Webseiten jedoch nicht crawlen. Wer sich im Dark-Net bewegt, weiß, dass es dabei auch illegale Inhalte gibt. Diese werden von Torch nicht herausgefiltert. Jedoch ist die Suchmaschine an sich keineswegs außerhalb des rechtlichen Rahmens.

Torch **selbst soll weit über eine Million Webseiten indexiert haben**. Die optische Ähnlichkeit mit Google ist nicht zu verleugnen. Die Suchmaschine ist ein hilfreiches Mittel, um das doch recht verzweigte Dark-Net in strukturierte Bahnen zu lenken.

Die Suchmaske:

- optische Darstellung erinnert stark an Google
- crawlt auch illegale Inhalte

Die Ergebnisse:

- keine Struktur in der Anzeige
- schwere Auffindbarkeit der gewünschten Inhalte
- zeigt Ergebnisse aus dem Dark-Net und der traditionellen Suche
- keineswegs für Minderjährige geeignet

Mehr zur Suchmaschine Torch

Helles Köpfchen



Helles Köpfchen Suchfeld

Gründungsjahr	2004
Herkunftsland	Deutschland
Zweck	Die Zielgruppe der Suchmaschine sind Kinder und Jugendliche zwischen 6 und 14 Jahren. Die Inhalte haben einen hohen Bildungswert und eignen sich zur Bearbeitung von Schulaufgaben.

Helles Köpfchen ist mehr als eine einfache Suchmaschine. Sie wird werbebasiert betrieben – auch die Werbung ist zielgruppenorientiert. Neben der reinen Abfrage von Inhalten enthält die Suchmaschine auch einen redaktionellen Bereich. Die **Beiträge sind sehr bildlastig und zielen auch sprachlich auf die Jüngsten ab**. Dabei werden vor allem Fragen beantwortet, mit denen sich Kinder und Jugendliche beschäftigen. Die spannenden Wissensartikel behandeln beispielsweise Themen wie Wetter, Insekten oder Geschichte.

Helles Köpfchen wurde als **Förderprojekt vom Bundesfamilienministerium** gestartet und war zudem Teil einer empirischen Studie über das Suchverhalten von Kindern und Jugendlichen. Angepasst an die Ergebnisse konnten auch die Inhalte bereitgestellt werden. Helles Köpfchen verfolgt die Nutzung auch auf

Drittseiten weiter und erstellt dabei Verhaltensprofile, was die Macher in die Kritik brachte. Monatlich hat die Suchmaschine bis zu einer Million Aufrufe.

SERPs:



Helles Köpfchen SERPs

Die Suchmaske:

- eingebaut in redaktionelle Inhalte
- werbefinanziert
- kindgerechte Onlinespiele werden zusätzlich angeboten
- aktuelle Ereignisse des Tagesgeschehens werden kindgerecht aufbereitet
- dient der Wissensvermittlung für Schule und Allgemeinbildung

Die Ergebnisse:

- optimiert auf Kinder und Jugendliche zwischen 6 und 14 Jahren
- Weiterleitung zu Drittseiten, die für das Alter unbedenklich sind
- Ergebnisse werden hauptsächlich als redaktionelle Eigenbeiträge dargestellt
- Anbieter der Suchmaschine erstellt Verhaltensprofile
- bedenkliche Inhalte werden herausgefiltert

Mehr zur Suchmaschine Helles Köpfchen

Metager



metager Suchfeld

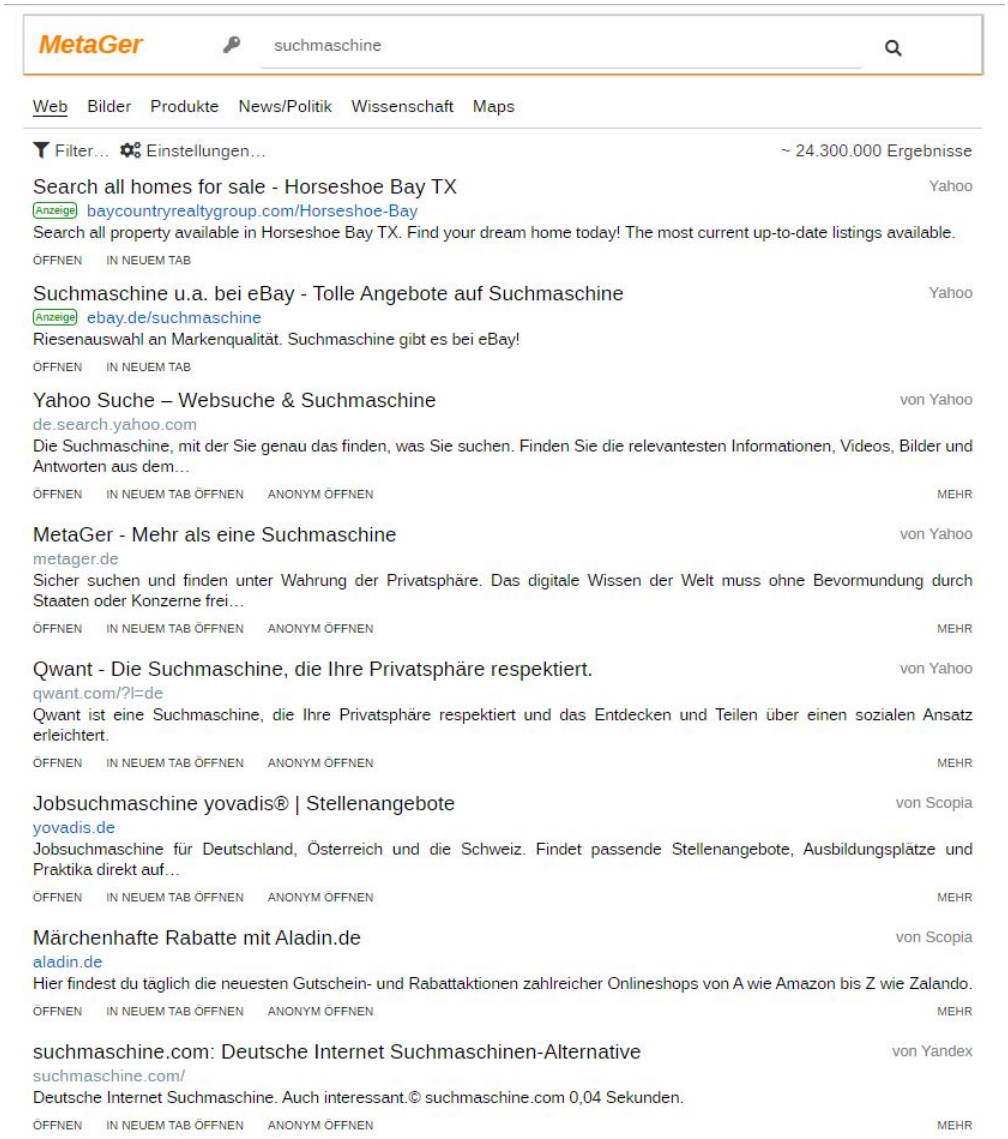
Gründungsjahr	1996
Herkunftsland	Deutschland
Zweck	Metasuche und eigener Index

Metager wurde **1996 in Deutschland als erste Metasuchmaschine Europas und als zweite Metasuchmaschine weltweit gegründet**. Betrieben wird Metager vom Verein für freien Wissenszugang (SUMA-EV) in Kooperation mit der Leibniz Universität Hannover. Diese Suchmaschine speichert keinerlei Daten und anonymisiert die IP-Adressen der User. Damit richtet sich der Metasuchdienst an Personen, die Wert auf ihre Privatsphäre im WWW legen. Ähnlich wie DuckDuckGo auch ist Metager eine Hybrid-Suchmaschine, **die einen eigenen Index erstellt, aber auch auf die Ergebnisse anderer Suchmaschinen wie Yahoo!, Bing, Yandex oder YaCy zurückgreift**.

Finanziert wird Metager über nicht-personalisierte Werbeanzeigen, aber auch über Vereinsbeiträge und Spenden – kommerzielle Zwecke werden nicht verfolgt. Die Suche ist im Vergleich zu Google etwas weniger komfortabel und auch das Design ist eher minimalistisch. Die **vielen Einstellungsmöglichkeiten und Sonderfeatures** wie Quell-Code-Suche machen den Suchdienst allerdings als Alternative zu den Datenkrallen des Internets interessant.

Wer zudem beispielsweise gezielt nach Nachrichten oder wissenschaftlichen Einträgen suchen möchte, kann dies bei Metager tun. In den Einstellungen können dazu bestimmte Such-Indizes zu- oder weggeschaltet werden. Obwohl Metager schon von Beginn an auf Such-Anonymität setzte und damit voll im Trend bezüglich eines strikten Datenschutzes liegt, rangiert der Marktanteil dieser Metasuchmaschine in Deutschland bei weit unter einem Prozent.

SERPs:



metager
SERPs

Die Suchmaske:

- das Plugin wird prominent unter dem Suchfeld verlinkt
- ein Mitglieder-Key kann eingegeben werden, der werbefreies Suchen ermöglicht
- keine Suggested Search

Die Ergebnisse:

- etwas unübersichtlich formatiert durch die Abstände und ähnlichen Farben für Links, Title und Beschreibung
- 2 Anzeigen werden oben gekennzeichnet dargestellt
- die Menge an Ergebnissen ist mit Google vergleichbar
- Platz 1 Yahoo! mit Metager auf Platz 2 (endlich mal Eigenrankings)
- es gibt 3 Links: „Öffnen“, „in neuem Tab öffnen“ und „anonym öffnen“
- die Quelle, aus welcher Suchmaschine das Ergebnis kommt, wird jeweils dargestellt
- teilweise wirken die Ergebnisse nicht relevant
- mit einem Filter lassen sich die Ergebnisse einschränken

Mehr zur Suchmaschine MetaGer

Startpage



startpage Suchfeld

Gründungsjahr	1998 / 2006
Herkunftsland	Niederlande
Zweck	Metasuche, Kooperation mit Google

Startpage ging aus der **Fusion zweier Suchmaschinen** des Unternehmens Surfboard Holding B.V., Ixquick und Startpage hervor.

Ixquick wurde 1998 entwickelt und ist damit die ältere Schwester von Startpage, die 2006 online ging.

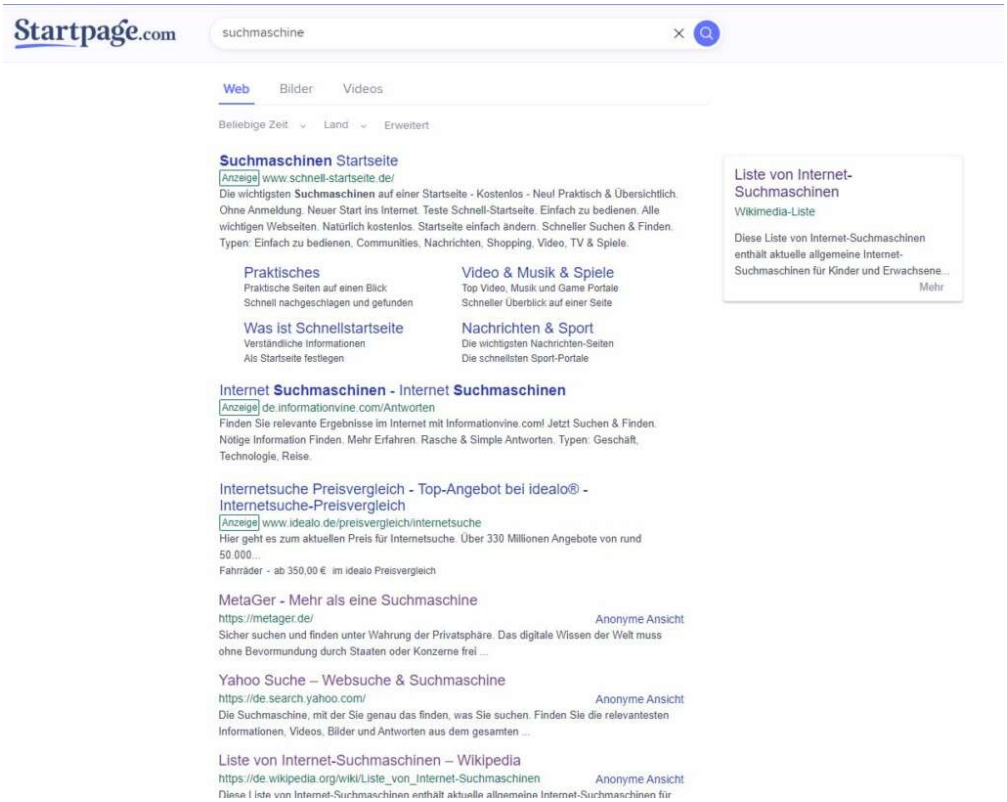
2016 wurden dann beide Suchdienste zusammengelegt unter dem Namen Startpage.com.

Startpage ist ebenfalls wie DuckDuckGo eine **Metasuchmaschine**, die die Suchergebnisse von anderen Suchmaschinen abfragt, sammelt und im eigenen Suchindex anzeigt. Im Fall von Startpage läuft im Hintergrund **Google**.

Was die Verwendung von Startpage so attraktiv macht, ist, dass einerseits die gleiche Menge an Suchergebnissen wie bei Google angezeigt wird, allerdings **vollständig anonymisiert**. So verhindert Startpage, dass Nutzerinformationen an den amerikanischen Giganten gelangen. Die Treffer werden nach eigenen Such- und Rankingalgorithmen sortiert.

Da der Dienst **keinerlei Cookies verwendet, keine IP-abhängige Filterung** vornimmt und die Ergebnisse nicht personalisiert, erhielt Startpage als erster Suchdienst das Gütesiegel zum Europäischen Datenschutz – und das bereits 2008, lange vor der PRISM-Affäre, die erst den Stein des Datenschutzes international so richtig ins Rollen brachte. Besonders beliebt ist der Suchdienst natürlich in den Niederlanden, doch auch deutsche Nutzer vertrauen ihre Suchanfragen zunehmend Startpage an, mit klarem Sprung nach oben seit 2014.

SERPs:



startpage SERPs

Die Suchmaske:

- Plugin für Google wird auf der Seite empfohlen
- Schlicht auf die Suchmaske fokussiert

Die Ergebnisse:

- von Google gezogen, aber nicht personalsisiert
- Wikipedia Rich Card vorhanden
- 3 Anzeigen

Mehr zur Suchmaschine Startpage

Fastbot



fastbot Suchfeld

Gründungsjahr	2004
Herkunftsland	Deutschland
Zweck	Suchergebnisse mit Sprachausgabe, ohne kommerzielle Werbung

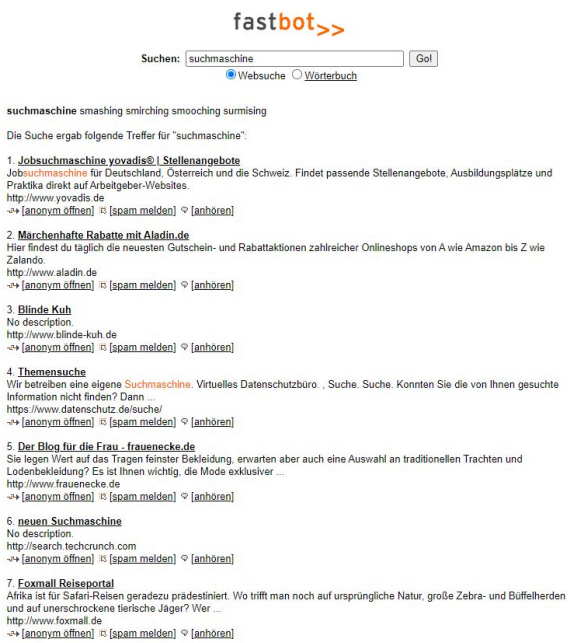
Fastbot ist eine Suchmaschine, die ihren Ursprung in Hamburg hat. Daher ist es nicht verwunderlich, dass die **Suchergebnisse hauptsächlich von deutschen Webseiten** ermittelt werden. Der wohl größte Vorteil der kleinen und übersichtlichen Suchmaschine ist der Verzicht auf Werbeanzeigen und Keyword-Advertising. Das schlanke Design begeistert vor allem diejenigen, die von einer Suchmaschine konkrete Ergebnisse erwarten.

Die strenge europäische Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) erlaubt es Fastbot trotzdem, anonyme Suchprofile zu erstellen. Suchanfragen der User werden gespeichert, um das Suchverhalten des Nutzers –

ohne ihn zu kennen – zu konkretisieren. So können in weiteren Sitzungen bessere Erfolge und eine hohe Qualität erzielt werden. Um das zu erreichen, werden Datenbanken im Hintergrund erstellt und Webseiten in Kategorien eingeteilt. Nach einer erfolgreichen Suchabfrage ist die Weiterleitung zu den jeweiligen Webseiten problemlos möglich.

Der wohl größte Vorteil der Suchmaschine ist, **dass Fastbot eine Sprachausgabe anbietet**. Somit gehen die Hamburger Entwickler einen großen Schritt in Richtung Barrierefreiheit. Anfragen und Ergebnisse können ohne Eintippen ausgeführt werden. Auch ein Wörterbuch Deutsch – Englisch ist bei Fastbot integriert. Trotz des minimalistischen Aussehens ist Fastbot eine gute Alternative zu den großen Playern unter den Suchmaschinen.

SERPs:


fastbot>>

Suchen: suchmaschine Go!

Websuche Wörterbuch

suchmaschine smashing smirching smooching surmising

Die Suche ergab folgende Treffer für "suchmaschine":

1. **Jobsuchmaschine yovadis© | Stellenangebote**
Jobsuchmaschine für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Findet passende Stellenangebote, Ausbildungsplätze und Praktika direkt auf Arbeitgeber-Websites.
http://www.yovadis.de
[anonym öffnen] [spam melden] [anhören]

2. **Märchenhafte Rabatte mit Aladin.de**
Hier findest du täglich die neuesten Gutschein- und Rabattaktionen zahlreicher Onlineshops von A wie Amazon bis Z wie Zalando.
http://www.aladin.de
[anonym öffnen] [spam melden] [anhören]

3. **Blinde Kuh**
No description.
http://www.blinde-kuh.de
[anonym öffnen] [spam melden] [anhören]

4. **Themensuche**
Wir betreiben eine eigene Suchmaschine. Virtuelles Datenschutzbüro. , Suche. Suche. Konnten Sie die von Ihnen gesuchte Information nicht finden? Dann ...
https://www.datenschutz.de/suche/
[anonym öffnen] [spam melden] [anhören]

5. **Der Blog für die Frau - frauenecke.de**
Sie legen Wert auf das Tragen feinster Bekleidung, erwarten aber auch eine Auswahl an traditionellen Trachten und Lodenbekleidung? Es ist Ihnen wichtig, die Mode exklusiver ...
http://www.frauenecke.de
[anonym öffnen] [spam melden] [anhören]

6. **neuen Suchmaschine**
No description.
http://search.techcrunch.com
[anonym öffnen] [spam melden] [anhören]

7. **Foxmall Reiseportal**
Afrika ist für Safari-Reisen geradezu prädestiniert. Wo trifft man noch auf ursprüngliche Natur, große Zebra- und Büffelherden und auf unerschrockene tierische Jäger? Wer ...
http://www.foxmall.de
[anonym öffnen] [spam melden] [anhören]

fastbot SERPs

Die Suchmaske:

- einfaches Design
- keine Werbeanzeigen
- anonymes Profil wird erstellt und Nutzeranfragen werden ohne Rückschlüsse gespeichert
- hohe Trefferquote der Suchabfragen

Die Ergebnisse:

- anonymisiert
- öffnen über einen speziellen Browser
- Ergebnisse als Sprachausgabe
- mehr als 75 Millionen deutschsprachige Webseiten werden abgefragt

Mehr zur Suchmaschine Fastbot

Gexsi



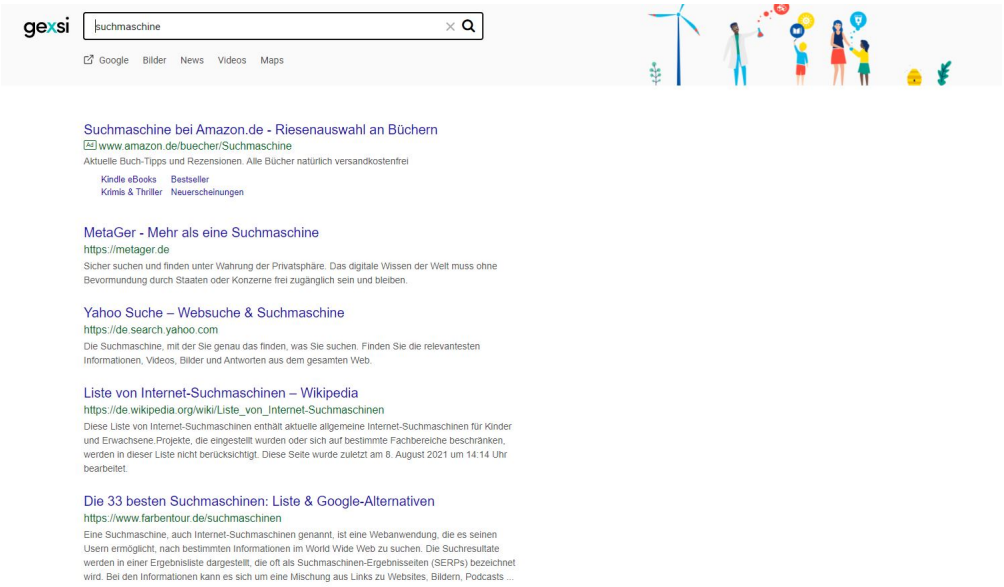
gexsi Suchfeld

Gründungsjahr	2018
Herkunftsland	Deutschland
Zweck	soziales Engagement durch Werbefinanzierung, Weiterleitung zu Google

Soziales Engagement kann jetzt auch mit einer kleinen, aber feinen Suchmaschine gezeigt werden. Das Startup Gexsi hat eine Suchmaschine entwickelt, die auf den ersten Blick an die großen Player erinnert. Übersichtliche Ergebnisse und Werbeanzeigen machen den Anschein, dass es sich hier um eine normale Alternative handelt. Doch weit gefehlt. **Gexsi hat keinen eigenen Katalog für Suchanfragen**, sondern nutzt das große Angebot von Google und Bing. Die Werbeanzeigen haben jedoch einen sinnvollen Grund. **Mit den Einnahmen werden nachhaltige Projekte auf der ganzen Welt finanziert und gefördert**. Zu den Profiteuren gehören die nachhaltige Fischzucht in Afrika, die Hersteller von plastikfreiem Kaugummi oder die Ein-Dollar-Brille. Die Transparenz über die Spendenmöglichkeiten ist ebenfalls gegeben, die Projekte werden öffentlich auf Gexsi bekannt gegeben. Klicken die Nutzer auf die Werbeanzeigen, fließt Geld, welches den Projekten zugutekommt. Einfacher wäre es nur, direkt in diese zu investieren.

Technisch betrachtet ist Gexsi kein Meisterwerk, die Suchmaschine erledigt jedoch ihre Aufgaben zuverlässig. Durch die Kooperation werden mehrwertige Inhalte ausgespielt, der Nutzer findet genau das, was er sucht. Gexsi ist auch für mobile Endgeräte kostenfrei nutzbar.

SERPs:



gexsi SERPs

Die Suchmaske:

- schlankes Design
- Informationen über die sozialen Projekte
- Weiterleitung zum Marktführer Google
- Schutz der Privatsphäre

Die Ergebnisse:

- intelligente Autovervollständigung der Suchergebnisse
- nutzt Index von Bing und Google
- übersichtliche Anzeige
- direkte Weiterleitung zu den gesuchten Webseiten
- optimiert für mobile Endgeräte

Mehr zur Suchmaschine Gexsi

Swisscows



swisscows Suchfeld

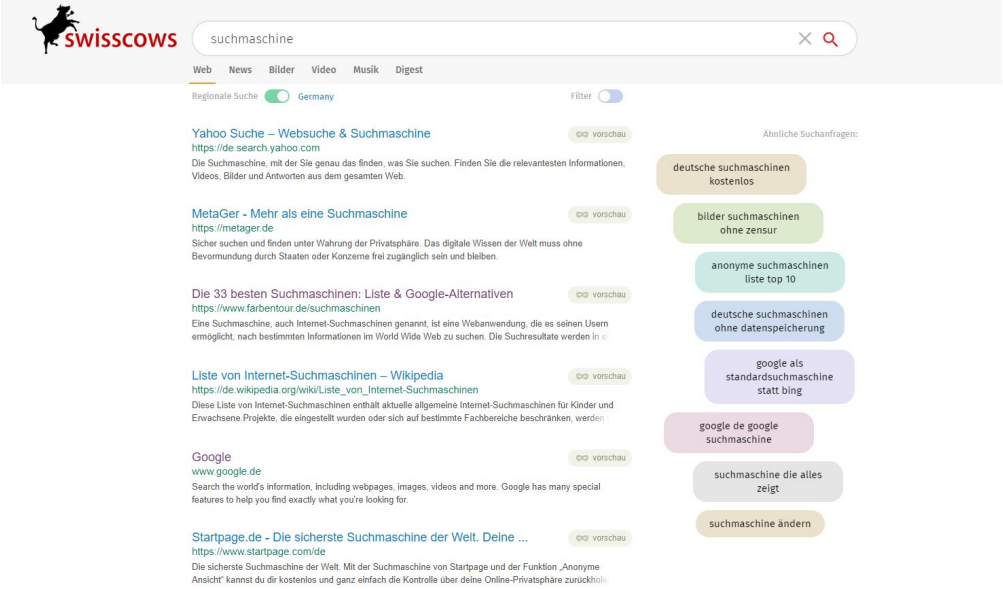
Gründungsjahr	2009
Herkunftsland	Schweiz
Zweck	familienfreundliche Suchergebnisse ohne Datenspeicherung, semantische Suche nach Begriffswolken

Swisscows gehört zum schweizerischen Unternehmen Hulbee und überzeugt auf den ersten Blick mit einem schlanken Design. Die Suchergebnisse können nach individuellen Kriterien und Medienformaten ausgespielt werden. Ergänzend dazu hat die Suchmaschine auch einen eigenen Übersetzungsdienst, der auf die Daten des russischen Anbieters Yandex zurückgreift.

Die Suche an sich funktioniert in einer großen Darstellung, welches sich in einer Kachelansicht nach persönlichen Präferenzen verfeinern lässt. Dafür werden artverwandte Begriffe angezeigt. **Für die Nutzung des Suchalgorithmus ist Hulbee eine Kooperation mit Bing eingegangen**. Dabei kann es vorkommen, dass die Ergebnisse auf weitere Dienste weitergeleitet werden. Swisscows finanziert sich über Werbeanzeigen oder Spenden.

Auch die Suchmaschine Swisscows verzichtet auf das Speichern von Daten. Die Informationen, die für die reine Suche benötigt werden, bleiben ausschließlich für die aktuelle Sitzung erhalten und dienen der Traffic-Ermittlung. Swisscows bietet zudem einen ganz entscheidenden Vorteil. Sie ist als familienfreundliche Suchmaschine ins Leben gerufen. Unangemessene, gewaltverherrlichende oder pornografische Inhalte werden von Beginn an geblockt und lassen sich nicht darstellen. So können auch Kinder und Heranwachsende Swisscows nutzen.

SERPs:



swisscows SERPs

Die Suchmaske:

- regionale Suche optional
- als Add-on installierbar
- kostenfreie Nutzung
- für mobile Endgeräte geeignet
- informiert über Privatsphäre und soziales Engagement

Die Ergebnisse:

- Kooperation mit Bing für schnelle und mehrwertige Inhalte
- blockt unangemessene Inhalte, daher auch für Kinder geeignet
- Nutzerdaten werden nicht gespeichert, sondern nur für die aktuelle Suche verwendet
- direkte Öffnung der Suchergebnisse

Mehr zur Suchmaschine Swisscows

Weitere Suchmaschinen

In unserem Wiki behandeln wir weitere Suchmaschinen ausführlich:

web.de AOL t-online.de gmx.net Austronaut

Ahmia Brave Search Dogpile ekoru Exalead

Gigablast Google Alerts LexiQuo Lilo MetaCrawler

Nona Oscobo Searx Seekstorm Sogou

tiger.ch YaCy Yep you.com

Spezialsuchmaschinen

Neben den allgemeinen (Meta-)Suchmaschinen gibt es auch noch eine Reihe von **Spezialsuchdiensten, die sich an konkrete Interessensgruppen und -gebiete richten**. Hier werden die Ergebnisse ganz konkret gefiltert, um nur die entsprechend relevanten Ergebnisse anzuzeigen.

Kindersuchmaschinen

Wer Kindern einen geschützten Rahmen für die Internetrecherche geben möchte, ist mit speziellen Kinder-Suchmaschinen gut beraten. Zu nennen sind hier FragFINN, Helles Köpfchen und Blinde Kuh. Die Algorithmen **bereiten die Ergebnisse altersgerecht auf, indem alle Inhalte herausgefiltert werden, die nicht für Jüngere geeignet sind**. Bei den genannten Suchportalen für Kinder werden tatsächlich nur Ergebnisse angezeigt, die konkret für diese Altersklassen gedacht sind. Zumindest für jüngere Nutzer bieten sie eine hervorragende Möglichkeit, um sie an das Thema Internet heranzuführen.

Mehr zu den Kindersuchmaschinen:

FragFINN Blinde Kuh Kindex Qwant Junior

Preissuchmaschinen

Preissuchmaschinen zeigen, selbstredend, ausschließlich Ergebnisse von Preisen der gesuchten Produkte an. **Diese Suchmaschinen arbeiten mit Shops zusammen, um so einen Preisvergleich zu ermöglichen**. Von den Portalen wie billiger, guenstiger oder idealo sollten jedoch stets mehrere verglichen werden. Auch ein Blick in die konkreten Shops lohnt sich. Nur so gelangt man zu den wirklich günstigsten Preisen.

Mehr zu den Preissuchmaschinen:

billiger.de guenstiger.de geizhals.de Idealo

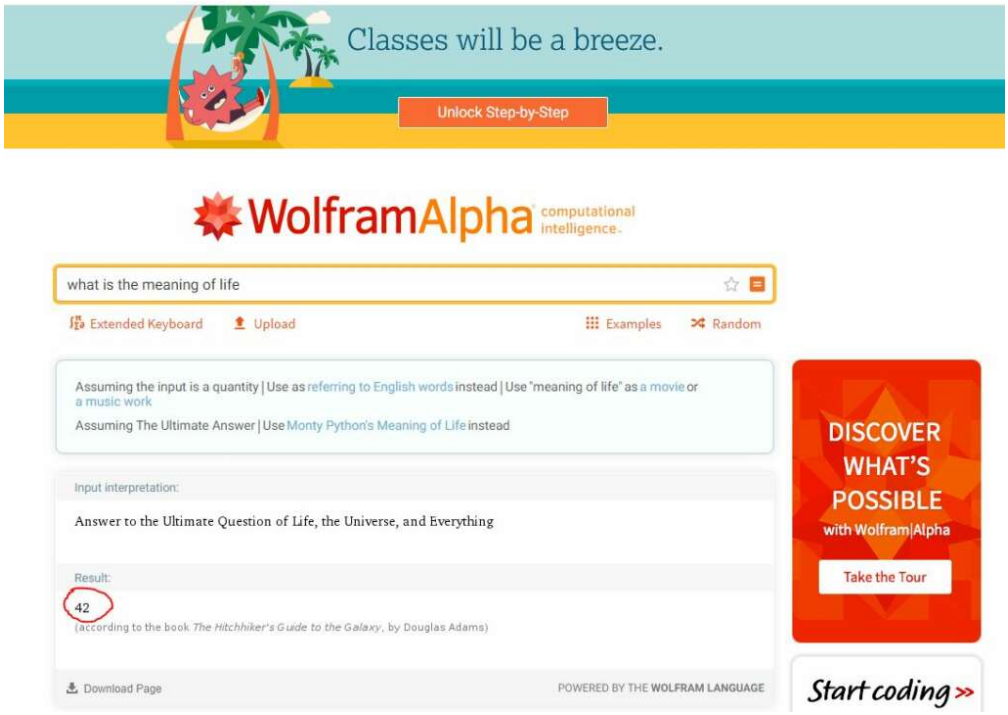
Peer-to-Peer-Suchmaschinen

Einen interessanten Ansatz fahren Peer-to-Peer-Suchmaschinen wie YaCy. Zwar muss man sich **bei**

diesem Suchdienst zunächst eine Open-Source-Software auf dem Rechner installieren, dann aber kann jeder aktive User mitentscheiden und die Suchergebnisse beeinflussen. Die anderen genannten Suchmaschinen sind im Gegensatz zu Peer-to-Peer-Suchportalen klassische Client-Server-Dienste. Bei YaCy ist jeder gleichermaßen Nutzer und Anbieter. Durch diesen **dezentralen Ansatz** gibt es keine undurchschaubaren Suchalgorithmen, die für den User entscheiden, was für ihn wichtig ist und angezeigt wird.

Semantische Suchmaschinen

Neben den drei genannten speziellen Suchmaschinengruppen gibt es außerdem noch semantische Suchmaschinen wie Wolfram Alpha, die direkte Antworten liefern und nicht eine Auflistung relevanter passender Websites. Wenn auf die Frage „Was ist die Antwort des Lebens“ 42 ermittelt wird, kann es sich nur um eine fähige Suchmaschine handeln.



Suchmaske WolframAlpha

Mit **Creative Commons**, **Tineye** oder **Findsounds** lässt sich die Suche ganz konkret auf Mediendateien beschränken. Wissenschaftliche Inhalte werden bei Suchdiensten wie **Worldwidescience** ausgespuckt. Die Liste spezieller Suchmaschinen ist lang.

Im Trend: die grüne Suchmaschine

Rund um die gesamte Diskussion über Klimaneutralität **haben sich in den letzten Jahren auch Suchmaschinen einen Namen gemacht, die als grüne Suchmaschinen bezeichnet werden**. Das Versprechen, mit jedem Klick etwas für die Umwelt zu tun, wird von den unterschiedlichen Anbietern kommuniziert. Das spiegelt sich auch in den Suchergebnissen wider. Treffer mit einem ökologischen Bezug werden bevorzugt behandelt.

Doch was ist eine grüne Suchmaschine? Die gesamte Arbeit und die Prozesse sind darauf ausgelegt, umweltfreundlich zu agieren. Server verbrauchen viel Strom, grüne Suchmaschinen werden daher in der Regel durch CO_2-sparende Energieversorger beliefert. Werbeerlöse fließen zumeist in gemeinnützige Umweltprojekte, auch Baumpflanz-Aktionen sind Usus. Spenden an soziale Projekte sind ebenfalls Bestandteil der grünen Suchmaschinen-Politik. Nachhaltige Themen und Produkte erscheinen häufiger in den oberen Suchergebnissen.

Auch bei der Auswahl des Arbeitsortes und der Mitarbeiter wird auf den Klimaschutz geachtet. Bei neuen Angestellten muss das Bewusstsein dafür vorhanden sein, Büros und Unternehmensstandorte werden ebenfalls umweltschonend betrieben. Grüne Suchmaschinen sind stark im Kommen, auch wenn sie häufig noch auf die großen Player wie Google oder Bing angewiesen sind und deren Algorithmen und Server nutzen.

Marktanteile der Suchdienste

Die Liste an Google-Konkurrenten ist lang, manche sind mehr oder weniger erfolgreich und verbreitet. Die folgende Suchmaschinen-Liste stellt nennenswerte Alternativen vor, die einen Blick wert sind.

Marktanteile weltweit

Die Top 5 (neben Google) weltweit sind in folgender Tabelle dargestellt:

Suchmaschine	Marktanteil (%) weltweit
Google	91,94
Bing	2,86
Yahoo!	1,5

Baidu	1,37
Yandex	1,1
Andere	1,23

Quelle: Stand Dezember 2021 – https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share

Marktanteile Deutschland

Auf Deutschland bezogen teilen sich die Marktanteile etwas anders auf. Hier dominiert auch Google, aber auch Ecosia und DuckDuckGo spielen eine Rolle:

Suchmaschine	Marktanteil (%) Deutschland
Google	91,77
Bing	4,87
Ecosia	0,91
DuckDuckGo	0,88
Yahoo!	0,6
Andere	0,97

Quelle: Stand Dezember 2021 – https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/all/germany

Marktanteile Deutschland nach Endgerät

Besonders interessant ist auch der Blick auf die Aufschlüsselung der Marktanteile nach Endgeräten. Die Diskrepanz ist hier zwischen mobilem Endgerät und Desktop teils erheblich. Vor allem mobil kann Google seine volle Marktmacht ausspielen:

Suchmaschine	Marktanteil (%) Desktop	Marktanteil (%) mobil
Google	83,13	97,1
Bing	11,52	0,76
Ecosia	1,29	0,69
DuckDuckGo	1,36	0,58
Yahoo!	1,1	0,3
Andere	1,6	0,57

Quelle: Stand Dezember 2021 – https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/mobile/germany & https://gs.statcounter.com/search-engine-market-share/desktop/germany

Ein genauerer Blick auf die Alternativen zum Platzhirsch Google

Im Detail unterscheiden sich die Alternativen hinsichtlich der weltweiten beziehungsweise **länderspezifischen Marktanteile**, der Suchtechnologie, der Nutzung der Personendaten und weiterer Faktoren. Die oben genannten Zahlen zeigen deutlich die **Macht von Google** mit einem weltweiten Marktanteil von gut 86 % bei der stationären Suche. Bei Internetsuchanfragen von mobilen Endgeräten liegt der Anteil nochmal höher bei ca. 95 %. Klar ist aber auch: Es gibt sie, die Alternativen. **Je nach Region und Land** unterscheiden sich die prozentualen Marktanteile der alternativen Suchdienste, was teilweise mit politischen und wirtschaftspolitischen Gegebenheiten zusammenhängt.

Die Geschichte der Suchmaschine

Im Jahr 1993 wurde das WWW zur kostenlosen Verwendung freigegeben, damit schlug auch die Geburtsstunde der Internet-Suchmaschine. Das war noch nicht Google, sondern ein Suchbot namens „The

Wanderer“, entwickelt am MIT. **Zwischen 1994 und 1997 begann der Boom unzähliger weiterer Internet-Suchmaschinen, Crawler und Spider**. Zu nennen ist hier unter anderem Yahoo! – ein Suchdienst, der bis heute genutzt wird. Das Jahr 1995 gab den Startschuss für die ersten kommerziellen Suchmaschinen, die erstmals nicht von Universitäten, sondern von Firmen entwickelt wurden, beispielsweise AltaVista, Architext oder Infoseek. Google, mittlerweile weltweit der Platzhirsch unter den Suchmaschinen, ging tatsächlich erst 1997 an den Start.

Mit Google kam dann Geschwindigkeit in die Infosuche im WWW. Dies und die übersichtliche Such- und Ergebnisoberfläche verhalfen dem Unternehmen zu seinem bis heute andauernden Erfolg. Doch tatsächlich gibt es auch aktuell zahlreiche Suchmaschinen neben Google – und einige von ihnen besetzen wichtige Nischenplätze. Erfolgreiche Google-Alternativen mit einer nicht zu unterschätzenden Anzahl an Nutzern finden sich vor allem in Ländern wie Russland oder China. Während Google auf vier Kontinenten ganz klar in Führung liegt, sieht es im asiatischen Raum anders aus, da hier teilweise die landeseigenen Suchdienste bevorzugt werden.

Was ist eine Suchmaschine eigentlich?

Nachdem wir bereits mit harten Zahlen und Fakten glänzen konnten, ist uns aufgefallen, dass wir die Basics nicht vernachlässigen möchten. Der Begriff Suchmaschine hat sich in unser Hirn gebrannt und bedarf eigentlich keiner Erklärung. Doch vor einiger Zeit fragte uns ein Kind, was das denn überhaupt sei.

Eine Suchmaschine ist eine Möglichkeit, **im Internet gezielt nach Produkten, Personen, Dienstleistungen, Orten oder anderen beliebigen Dingen zu recherchieren**. Ob ein neues Rezept für das Familienessen, ein ausgefallenes Geschenk oder die nächsten Urlaubspläne – Google oder eine der zahlreichen Alternativen helfen mit Sicherheit weiter.

Alle diese Suchmaschinen verfügen über eine Eingabemaske und eine Datenbank, in der sich die späteren Suchergebnisse verbergen.

Funktionsweise einer Suchmaschine

Es gibt unterschiedliche Wege, auf welchen die Suchmaschine die Ergebnisse für den Nutzer aufbereitet und präsentiert. Nachdem der Suchbegriff in die Maske getippt oder per Sprachsuche kommuniziert wurde, **findet kein Echtzeit-Crawling statt. Vielmehr wird die Datenbank durchforstet, in der alle Inhalte gespeichert wurden**. Sie sind das Resultat der Webseiten-Indexierung nach bestimmten Keywords und dem dazu passenden Content.

Auch wenn die Suche in wenigen Sekunden abgeschlossen ist, müssen in der Regel drei Stufen

durchlaufen werden.

1. Web-Crawling

Ein Crawler sammelt und speichert alle Informationen, die durch Content oder strukturierte Daten im Internet landen. Durch einen regelmäßigen Abgleich bleiben sie aktuell.

2. Information-Retrieval-System

Umwandlung der Informationen – für die Suchmaschine sind es nur Aneinanderreihungen von Buchstabenkombinationen – in eine lesbare Form und Gewichtung der Inhalte mithilfe von Algorithmen.

3. Query-Prozessor

Beantwortung der Suchanfrage durch den Query-Prozessor. Er durchsucht als Schnittstelle zwischen User und Suchmaschine die Datenbank nach dem gewünschten Keyword.

10 Tipps für die richtige Suche in Suchmaschinen

Die Nadel im Heuhaufen suchen – **vor allem bei allgemeinen Anfragen kann es schwierig werden, die richtigen Treffer zu finden**. Um erfolgreich mit Suchmaschinen zu agieren und möglichst wenig Zeit für die Recherche aufzuwenden, haben wir die wichtigsten Tipps zusammengefasst.

1. Suchbegriffe fehlerfrei verfassen
2. Synonyme nutzen
3. konkrete Suche mit Longtail-Keywords
4. nicht der erste Treffer ist der beste
5. erweiterte Suche nutzen
6. in mehreren Suchmaschinen und Spezialsuchmaschinen suchen
7. auf versteckte Werbeanzeigen achten
8. altersgerechte Suchmaschinen nutzen
9. Filter anwenden
10. Operatoren spezifisch einsetzen

Für Webmaster: Relevanz der Suchmaschinenoptimierung

„Es gibt heute keinen besseren Platz, um eine Leiche zu verstecken, als auf Seite 3 der Suchergebnisse.“ Arne Kirchem, der Media Director von Unilever hat es mit seinem Zitat auf den Punkt gebracht. **Ohne Suchmaschinenoptimierung landen Websites auf den hinteren Rängen und werden für die Suchanfragen erst gar nicht in Betracht gezogen**. Umso wichtiger ist es, technische und inhaltliche

Anpassungen gemäß den Richtlinien der Suchmaschinen vorzunehmen. Um das Thema Suchmaschinenoptimierung kümmern wir uns ausführlich in einem anderen Kapitel – als ganzheitliche SEO-Agentur wollen wir natürlich gern verdeutlichen, welche Relevanz die Arbeit hat.

Die wichtigsten Maßnahmen, um in den Suchmaschinen ein Top-Ranking zu ergattern:

- Ladezeiten und Core Web Vitals verbessern
- einheitliche XML-Sitemap für Indexierung
- saubere URL-Struktur
- Mobile-Optimierung für alle Endgeräte
- SSL-Zertifikat
- Content-Analyse
- Prüfung der Suchintention
- SERPs optimieren
- detaillierte Keyword-Recherche
- Unique Content verfassen, Duplicate Content eliminieren
- Texte nach SEO-Richtlinien verfassen
- Inhalte mit Mehrwert bieten
- strukturierte Daten implementieren
- Bilder-SEO
- interne Verlinkungen setzen
- Backlinks prüfen

Die Onpage– und Offpage-Maßnahmen helfen dabei, eine Webseite zu erstellen, die in den Ergebnissen der Suchmaschinen gut positioniert wird. Anpassungen müssen regelmäßig vorgenommen werden – die Ansprüche der Suchmaschine sind hoch. Damit erreichen Webseiten nicht nur ein gutes Ranking, sondern auch interessierte Leser und neue Kunden.

Kurz und knapp zum Schluss

Warum sind Suchmaschinen nicht mehr wegzudenken aus dem alltäglichen sowie dem beruflichen Leben?

Sie sind verdammt praktisch. Innerhalb von Sekundenbruchteilen ist das Wissen der Welt auf dem Bildschirm. Mithilfe von Crawlern werden selbstständig sämtliche zugängliche Inhalte des gesamten Word Wide Webs zusammengesammelt und in Indizes vermerkt, damit der Suchende überhaupt Zugriff erhalten kann. Der User gibt nun beispielsweise in die Google-Suchleiste einen oder mehrere Suchbegriffe ein und erhält alle Ergebnisse, die diese Wörter beinhalten und bei denen sie sich im Index befinden. Verschiedene Ranking-Algorithmen sortieren die Suchergebnisse, bevor sie auf dem Monitor angezeigt werden – personalisiert geordnet in einer Ergebnisliste wie bei Google durch das Arbeiten mit Nutzerinformationen oder wie bei DuckDuckGo ohne Filter-Blase, wodurch jedem Nutzer die exakt gleichen Ergebnisse ausgespuckt werden.

Die Zukunft der Suchmaschinen

Gerade in der westlichen Welt wird Google wohl auch weiterhin für eine ganze Weile die Suchmaschine Nummer 1 bleiben. Der Dienst ist erfolgreich und gewinnbringend, sowohl für User als auch das Unternehmen selbst. Da gerade jedoch Google als Datenkralle bekannt ist, lohnt sich der Umstieg auf einen anderen Suchdienst wie DuckDuckGo oder Ecosia für alle, **denen die komplette Such-Anonymität wichtig ist**. Die Ergebnisse waren in den Stichproben immer recht ähnlich und ein paar Anzeigen (z. B. mit Favicon) besser lesbar. Im Laufe der letzten Jahre wurde das Thema Datenschutz immer wichtiger, weshalb die Datenschutzregelungen insbesondere in Europa immer weiter verfeinert werden, um den Usern größtmöglichen Schutz vor der unrechtmäßigen Verwendung von Nutzerinformationen zu bieten.

Von Performance- und Brand-Marketing bis Konzeption von Webseiten und Onlineshops – Löwenstark ist Ihre Online-Marketing-Agentur für eine ganzheitliche 360-Grad-Betreuung!