

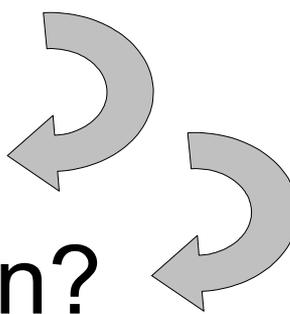


Wer sucht, der findet

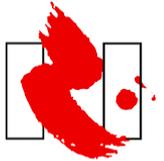
- Über die Kunst des Suchens -

Suchstrategien

Was möchte ich wissen?
Womit soll ich suchen?
Wie soll ich suchen?



Suchstrategien



DGB BILDUNGSWERK

Was genau möchte ich wissen?

x Offen

x Geschlossen

Welche Gefahren drohen
beim Surfen im Netz?

Wie hießen die Bundeskanzler
der Bundesrepublik?

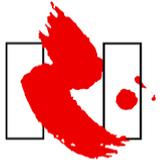
x Allgemein

x Speziell

Vegetarische Küche

Tofubrätlinge

Suchstrategien



DGB BILDUNGSWERK

Wo / Womit soll ich suchen?

Wo soll ich suchen?

x direkt

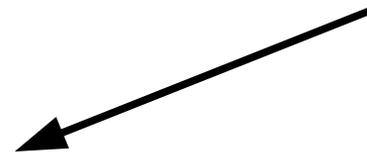
Eigene Erfahrung

Interne Suchmaschine

z.B. wikipedia

x indirekt

„Suchmaschine“

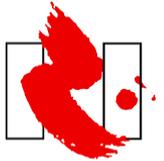


Womit soll ich suchen?

x Katalog

x Suchmaschine

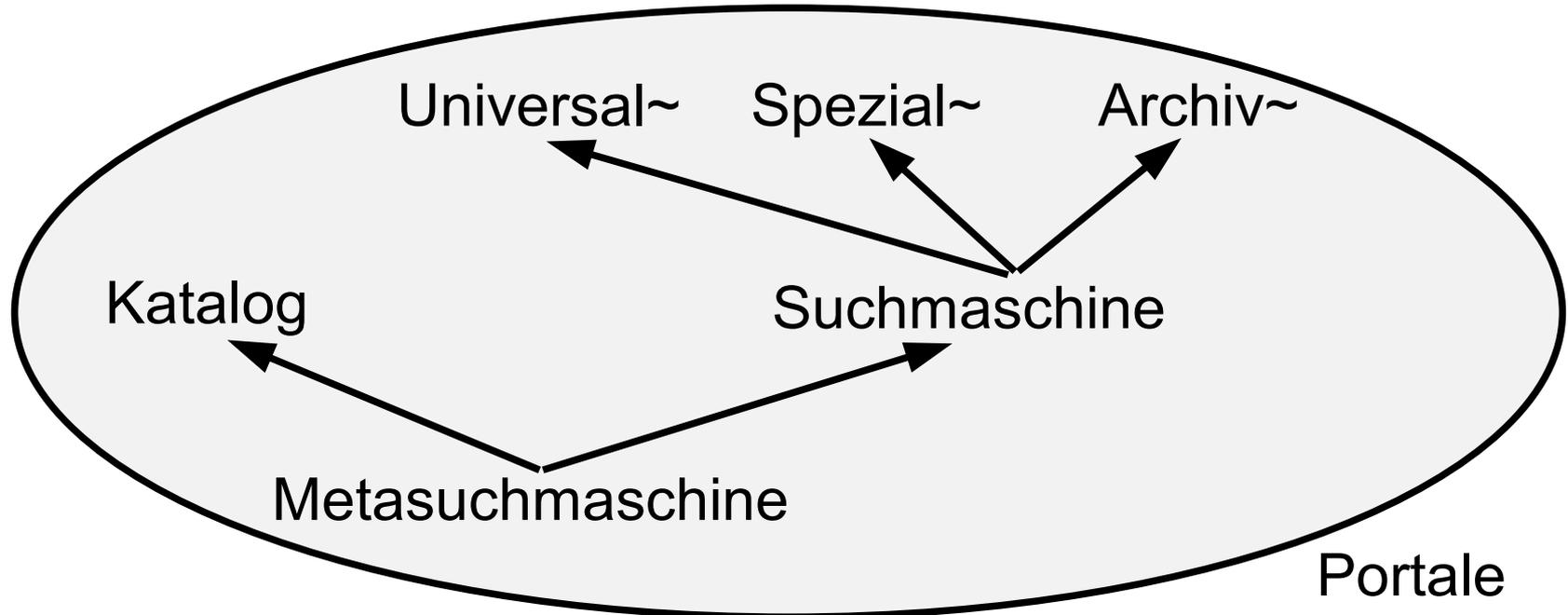
Suchstrategien



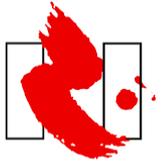
DGB BILDUNGSWERK

Wo / Womit soll ich suchen?

Womit soll ich suchen?



Suchstrategien

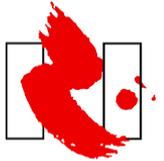


DGB BILDUNGSWERK

Kataloge / Verzeichnisse

- x manuell (vom Menschen) erstellt
- x redaktionelle Sortierung / Verschlagwortung
- x Erfassung von Stichworten (Keywords) und Themen – nicht der komplette Inhalt
vgl. Kochbuch: Klappentext / Titel vs. Rezept
- x Inhaltlicher Schwerpunkt einer Seite maßgeblich
- 😊 leichter Einstieg in ein Thema
- 😊 Suche nach Themen oder Sachgebieten
- 😞 konkreter / spezieller Sachverhalt

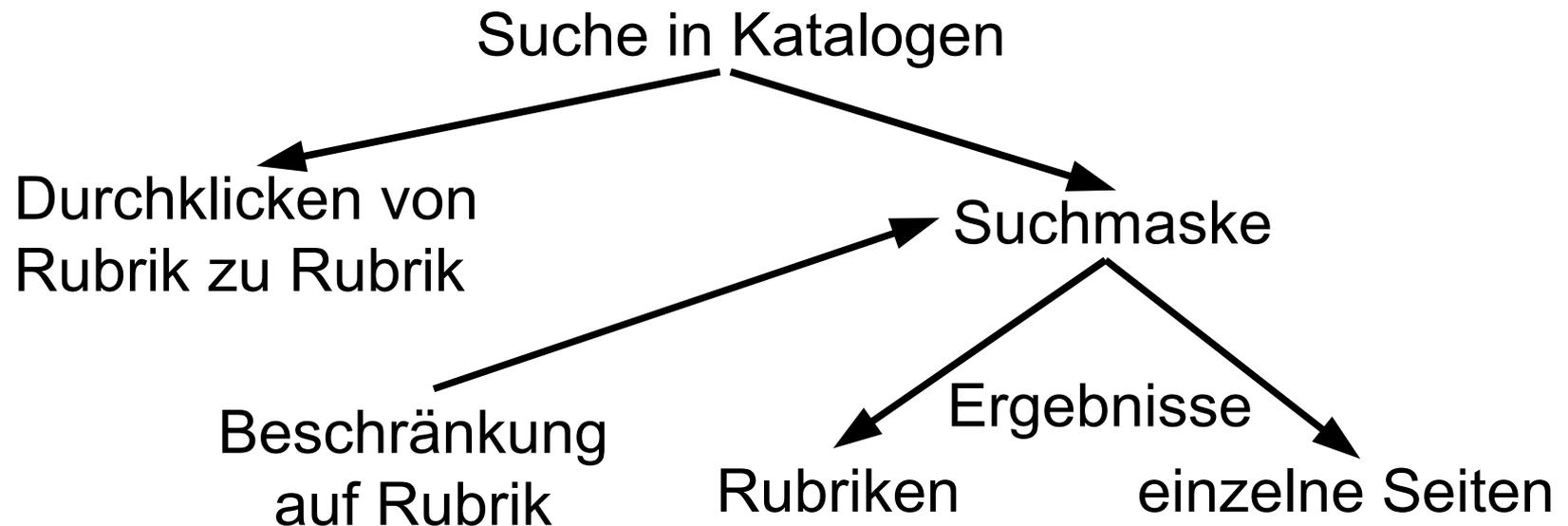
Suchstrategien



DGB BILDUNGSWERK

Kataloge / Verzeichnisse

- x hierarchisch geordnet
 - Rubriken und Unterrubriken
 - Verzeichnisse und Unterverzeichnisse



Suchstrategien

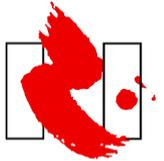


DGB BILDUNGSWERK

Suchmaschinen / Roboter

- x Algorithmus / computerbasiert
- x Versuch das „ganze“ Internet abzudecken
 - google ca. 8 Mrd. Seiten
 - yahoo oder msn ca. 5 Mrd. Seiten
- 😊 konkrete Suchanfragen
- 😞 Überblick über ein Thema verschaffen
- 😞 Sponsored Links
- 😊 ohne Vorfilterung / Zensur (i.d.R.), d.h. es können auch Seiten / Ergebnisse / Meinungen abseits des „Mainstreams“ der Kataloge gefunden werden

Suchstrategien



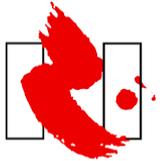
DGB BILDUNGSWERK

Suchmaschinen / Roboter

☹ Sponsored Links

The screenshot shows a Google search for 'werbung'. The search bar contains 'werbung' and the search button is labeled 'Suche'. Below the search bar, there are navigation links for 'Web', 'Bilder', 'Groups', 'News', 'Froogle', and 'Mehr'. The search results are displayed under the heading 'Web'. The first two results are sponsored links, indicated by a callout box labeled 'Sponsored Links'. The first sponsored link is 'Werbung mit Google' from AdWords.Google.de, and the second is 'Neukundengewinnung' from www.wecon-unternehmensberatung.de. The third result is 'Werbung - Wikipedia', and the fourth is 'SLOGANS.DE // Die Datenbank der Werbung!'. To the right of the search results, there are two more callout boxes: 'Google AdWords' pointing to the search bar area, and 'eigentliche Suchergebnisse' pointing to the organic search results.

Suchstrategien



DGB BILDUNGSWERK

Suchmaschinen / Roboter

☹️ Sponsored Links

altavista Web Bilder MP3/Audio Video Nachrichten Familienfilter: Aus H

werbung **FINDEN** Erweiterte Suche Einstellungen

SUCHE: Weltweit Deutschland ERGEBNISSE IN: Alle Sprachen Deutsch, Englisch

Gesponsorte Treffer [So werden Sie Sponsor](#)

[Werbung zu Discountpreisen bei diedruckerei.de](#)
Ihr Internetanbieter für Drucksachen mit eigener Produktion. Geheftete Broschüren, gebundene Kataloge, Plakate, Flyer, Postkarten, Briefumschläge, Versandtaschen, Visitenkarten und vieles mehr zu unglaublichen Preisen. Einfach online bestellen.
www.diedruckerei.de

[AV Mediatech - Exclusive Werbetechnik - Auffallend aNdeRs](#)
Entscheidend ist der Unterschied - mit **Werbung** die auffällt. Displaytechnik - Touchscreens - Projektionen, kognitive audiovisuelle Systeme.
www.avmediatech.de

[Für dauerhafte Verbindungen bei Ihrer B2B-Kommunikation](#)
SanderWerbung: Der Kunde im Zentrum.
www.sanderwerbung.de

AltaVista fand 125.000.000 Ergebnisse

[Werbung - Wikipedia](#)
Massive Konsum**werbung** (Times Square, New York City) ... 9 Unterschiede in Konsumgüter- und

Gesponsorte Treffer

[USB Sticks](#)
Frühjahrsaktion mit Sonderpreisen.
new-emotions.de

[Werbung mit XaiPro - Werbemittel für Ihren Erfolg](#)
Unser Werbemittel-Shop bietet Ihnen eine große Auswahl ...
www.xaipro.com

[E-woff - Ihr zuverlässiger Partner für AdWord-Marketing](#)
Mit e-woff bei

Suchmaschinen / Roboter

- x Universalsuchmaschinen
ohne thematische Grenzen
- x Spezialsuchmaschinen
Spezialisierung auf bestimmte Regionen, Sprachen oder
Themen(gebiete)
z.B. blinde-kuh.de: Suchmaschine speziell für Kinder
- x Archivsuchmaschinen
speichern gefundene Webseiten auf eigenen Rechnern ab,
um sie dauerhaft verfügbar zu machen
Versuch dem Verschwinden von Dokumenten aufgrund
Veränderung oder Löschung entgegenzutreten

Meta-Suchdienste

- x gleichzeitige Abfrage mehrerer Suchmaschinen und Webverzeichnisse → mehr Ergebnisse
- x Abfrage zusätzlicher Quellen, die (i.d.R.) nicht in normalen Suchmaschinen enthalten sind (Telefonbuch, Lexika, ...)
- x Konzentration auf Elimination von Doubletten und dead-links
- x Aufgrund der Leistungsfähigkeit heutiger Volltextsuchmaschinen an Relevanz verloren

Suchstrategien



DGB BILDUNGSWERK

Womit soll ich suchen?

Neuere Entwicklungen

Portale

- x Integration von Katalog und Volltextsuche unter einem Dach
- x Unterscheidung, um was für einen Suchdienst es sich handelt, wird zunehmend schwieriger
- x z.B.: yahoo.com oder google.de

Womit soll ich suchen?

Neuere Entwicklungen

Push-Dienste

- x Agenten mit regelmäßigen Suchanfragen beauftragen
- x neue Suchergebnisse werden angezeigt, bereits bekannte ausgeblendet
- 😊 Häufige Suche zum selben Thema
- 😊 auf dem aktuellen Stand bleiben
- x vergleichbar mit RSS-Feeds
- x z.B. [google.de/alerts](https://www.google.de/alerts)



Wie soll ich suchen?

x Das „Was“ und „Womit“ gesucht werden soll, läuft meist intuitiv ab. Jetzt geht es daran, die Suchergebnisse auszuwerten und zu verfeinern.

1. Allgemeine Tipps:

- Wähle den richtigen Suchdienst
- Sprache beachten, v.a. bei „mehrsprachigen“ Anfragen, wie bspw. „Internet Homepage“, wichtig
- Frage nach dem, was du weißt, nicht, was du suchst

Suchstrategien



DGB BILDUNGSWERK

Wie soll ich suchen?

2. Suche mit Strategie und Erfahrung
3. Nutze die Syntax der Suchmaschinen
4. Interpretiere / verfeinere / korrigiere deine Suchergebnisse

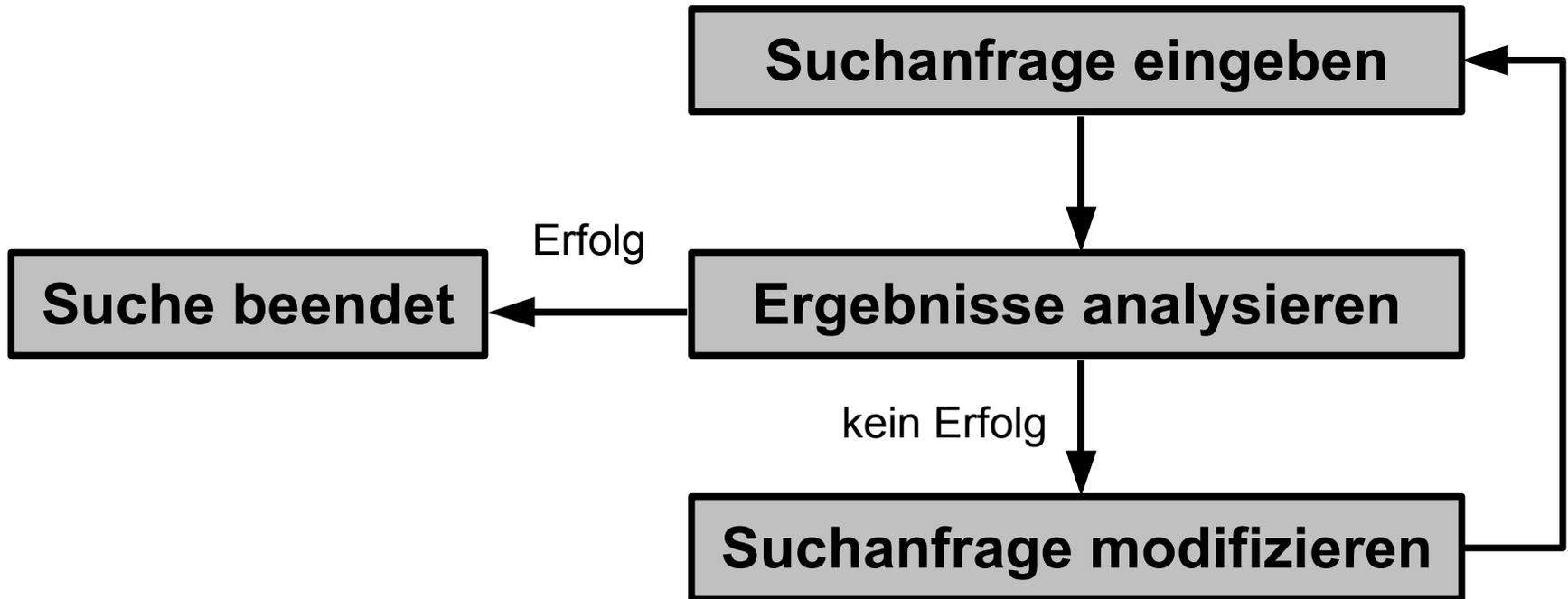
Iterative Suche

Suchstrategien



DGB BILDUNGSWERK

Iterative Suche



Iterative Suche

Ergebnisse analysieren

- x Titel analysieren
 - x Beschreibungstext analysieren
- } interessante
Seiten aufrufen
- x neue / mehr Suchbegriffe
 - x Verlinkungen
- x keine interessante Seiten gefunden: schlechte Seiten analysieren und „schlechte“ (Such-)Begriffe finden

Iterative Suche

Suchanfrage modifizieren

- x anderer Suchdienst
- x Tippfehler?
- x Syntax der Suchmaschine nutzen
- x weniger / mehr Suchbegriffe
- x andere Suchbegriffe
- x allgemeinere / spezifischere Suchbegriffe

Iterative Suche

Suchanfrage modifizieren

- x weniger / mehr Suchbegriffe
- x allgemeinere / spezifischere Suchbegriffe
 - zu viele Ergebnisse
 - zu wenige Ergebnisse
 - zu allgemeine Ergebnisse
- x andere Suchbegriffe
 - keine Verbesserung der Suchergebnisse durch obige Anpassungen

Iterative Suche

Suchanfrage modifizieren

- x Syntax der Suchmaschinen nutzen
 - Bool'sche Operatoren
 - ✓ UND ✓ ODER ✓ NICHT
 - Platzhalter und Wildcards (? und *)
 - Phrasensuche ("...")
 - Stemming: Wortstamm(-zerlegung)
 - nur in bestimmte Domains suchen (site: oder url:)

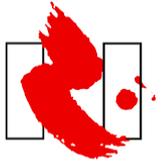
Iterative Suche

Suchanfrage modifizieren

- x weniger / mehr Suchbegriffe
- x allgemeinere / spezifischere Suchbegriffe
- x Syntax der Suchmaschinen nutzen

Notwendigkeit der Verknüpfung von Suchbegriffen in Abhängigkeit ihrer Häufigkeit des Vorkommens:

Suchstrategien

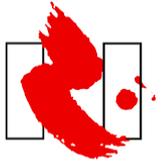


DGB BILDUNGSWERK

Häufigkeit des Vorkommens von Suchbegriffen:

1. Einzelner, komplizierter, seltener Begriff.
2. Spezieller Begriff zu einem speziellen Thema.
3. Spezieller (Ober-)Begriff, der in mehreren unterschiedlichen Zusammenhängen auftauchen kann.
4. Gebräuchlicher Begriff, der in mehreren unterschiedlichen Zusammenhängen auftauchen kann.
5. Oberbegriff.
6. Allgemeiner Oberbegriff, Kategorie.
7. Häufig gebrauchter allgemeiner Begriff.
8. Füllwort, Artikel, Pronomen (meist Stoppwörter).

Fazit



DGB BILDUNGSWERK

- x Es gibt keinen Königsweg
- x Es gibt nicht DIE beste Suchmaschine
- x Erfahrung ist alles
- x Vorgehen mit System
- x „Wer sucht, der findet“



Fragen?

Vielen Dank für die
Aufmerksamkeit!