

# Wie suche ich optimal mit Google?

Stand: Juli 2021

Am Anfang jeder Suche steht Google – das ist häufig bei wissenschaftlichen Themen nicht anders. Google kann aber viel mehr, als Ergebnisse zu ein paar Begriffen aufzulisten. Die Suchfunktionen von Google sind sehr vielfältig. In der Folge stellen wir Ihnen einige Tipps und Tricks vor.

Art der Suche	Website
<a href="#">Allgemeine Suche</a>	Google - <a href="http://www.google.com">www.google.com</a> oder <a href="http://www.google.ch">www.google.ch</a>
<a href="#">Wissenschaftliche Suche</a>	Google Scholar - <a href="https://scholar.google.com/">https://scholar.google.com/</a>
<a href="#">Bildersuche</a>	Google Images - <a href="https://images.google.com/">https://images.google.com/</a>

## 1. Allgemeine Suche



[www.google.com](http://www.google.com) oder [www.google.ch](http://www.google.ch)

Die Textsuche ist die am häufigsten genutzte Suchart bei Google. Meistens werden wenige Begriffe eingegeben. Die Anzahl Suchergebnisse sind in der Regel nicht überschaubar und gerade bei wissenschaftlichen Fragestellungen erscheinen viele irrelevante Treffer.

Suchoperatoren und Filtermöglichkeiten helfen dabei, relevantere Ergebnisse zu erhalten. Google verfügt über sehr detaillierte Suchmöglichkeiten. Wir stellen hier die wichtigsten Funktionen vor.

### 1.1 Suchoperatoren

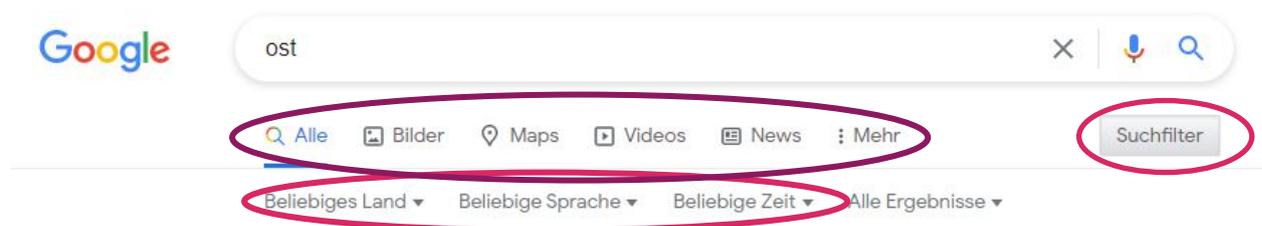
Sogenannte Suchoperatoren dienen einer exakten Suchanfrage:

Suchoperator:	Funktion:
-	= NOT; schliesst Begriff aus. Beispiel: fachhochschule -ost Wichtig: das Minuszeichen muss ohne Leerschlag direkt vor dem Begriff stehen.
"..."	= Phrasensuche; mehrere Begriffe werden in exakt dieser Reihenfolge gesucht. Beispiel: "java development kit"

*	= Platzhalter; ersetzt einen unbekanntem Begriff Beispiel: <i>"java * kit"</i>
definition:	Zeigt die Definition eines Begriffes an. Beispiel: <i>definition:elektrotechnik</i> Wichtig: kein Leerschlag vor und nach dem Doppelpunkt.
site:	Sucht nur innerhalb der angegebenen Website/Domain. Beispiel: <i>landschaftsarchitektur site:ost.ch</i>
intitle: allintitle:	Der eingegebene Begriff muss im Titel der Webseite vorkommen («intitle» für einen Begriff, «allintitle» für mehrere Begriffe). Beispiel: <i>ost intitle:raumplanung</i>
inurl: allinurl:	Der eingegebene Begriff muss in der URL vorkommen («inurl» für einen Begriff, «allinurl» für mehrere Begriffe). Beispiel: <i>acrobat reader inurl:download</i>
related:	Sucht nach ähnlichen Websites. Beispiel: <i>related:nzz.ch</i>
filetype:	Sucht nach dem gewünschten Dateiformat, z.B. pdf, doc, ppt, etc. Beispiel: <i>landschaftsarchitektur filetype:pdf</i>
<b>Die Suchoperatoren sind beliebig kombinierbar.</b>	
Beispiel: <i>landschaftsarchitektur -ost filetype:pdf</i>	

## 1.2 Filtermöglichkeiten

Mit den Filtermöglichkeiten können die bereits dargestellten Ergebnisse weiter eingeschränkt werden.



### Primäre Filter

- Alle – ungefilterte, uneingeschränkte Anzeige der Suchergebnisse
- Bilder – Weiterleitung auf die Google Bildersuche, wo Bilder angezeigt werden, auf welche die eingegeben Suchbegriffe zutreffen
- Maps – Weiterleitung auf die Landkartensuche Google Maps, wo automatisch nach Lokalisationen gesucht wird, die mit den eingegebenen Suchbegriffen übereinstimmen
- News – Die bestehende Ergebnisliste wird eingeschränkt, indem nur noch Meldungen von Newsseiten (Zeitungen, Online-Portale, etc.) angezeigt werden

- Videos – Auf der bestehenden Seite erscheinen Videos (z.B. aus Youtube und Websites), auf die die eingegebenen Suchbegriffe zutreffen

### Sekundäre Filter

Je nachdem, welcher primäre Filter ausgewählt wird, erscheint mittels Klick auf „Suchfilter“ eine Auswahl an sekundären Filtermöglichkeiten.

- Alle – Herkunftsland, Sprache, Publikationsdatum
- Bilder – Filtern nach Grösse, Farbe, Typ, Publikationsdatum, Nutzungsrechten
- Maps – keine Filtermöglichkeiten, dafür diverse Landkarten-Funktionen
- Videos – Quelle, Dauer, Publikationsdatum, Qualität, mit/ohne Untertitelung, Domain
- News – Quelle, Publikationsdatum, Sortierung

## 1.3 Bewertung von Internetquellen

Google nimmt keine inhaltliche Qualitätsprüfung vor, sondern listet lediglich auf, was zu den gesuchten Begriffen zu finden ist. Wir geben Hinweise, wie Ergebnisse bzw. Websites bewertet werden können.

Mögliche Bewertungskriterien bei Internetquellen:

- Wer ist der Autor? (bekannt/unbekannt, akademischer Titel, ausgewiesener Experte)
- Wer betreibt die Website? (Privatperson, Hochschule, Forschungsanstalt)
- An wen richtet sich die Website? (Fachpersonen, breites Publikum)
- Sind Quellenangaben vorhanden?
- Ist der Text fehlerfrei geschrieben und Verlinkungen aktuell?
- Wann wurde der Text geschrieben/aktualisiert?

## 2. Google Scholar



<https://scholar.google.com>

Google Scholar funktioniert genau gleich wie die normale Google-Suche mit der Einschränkung, dass nur in wissenschaftlichen Quellen gesucht wird.

Zu diesen Quellen gehören Websites von Hochschulen und Forschungseinrichtungen, aber auch wissenschaftliche Arbeiten und Studien sowie Artikel und Bücher aus wissenschaftlichen Verlagen. Durch diese Einschränkung fallen bereits viele irrelevante Treffer weg, zudem kann von einer höheren inhaltlichen Qualität der Suchergebnisse ausgegangen werden.

Google Scholar eignet sich hervorragend für eine erste Recherche zu einem wissenschaftlichen Thema. Befindet sich der/die Suchende im Netz der OST (Campus oder via VPN/VDI), so werden auch Artikel im Volltext angezeigt, die in lizenzpflichtigen Datenbanken verzeichnet sind.



Über das Menu-Symbol (rot markiert) gelangt man zur Erweiterten Suche, mit der eine detaillierte Suchanfrage gestartet werden kann.

Bei der Trefferliste ist jeweils auf den ersten Blick ersichtlich, ob der gefundene Treffer mit einem Volltext PDF verknüpft ist (1):



Von einem relevanten Artikel aus werden mittels Klick auf „Ähnliche Artikel“ (2) weitere Treffer angezeigt, die gemäss Google Ranking dem ausgewählten Artikel ähneln.

Mit Klick auf „Zitiert von“ (3) werden Treffer angezeigt, die den ausgewählten Artikel zitieren.

### 3. Google Images



<https://images.google.com>

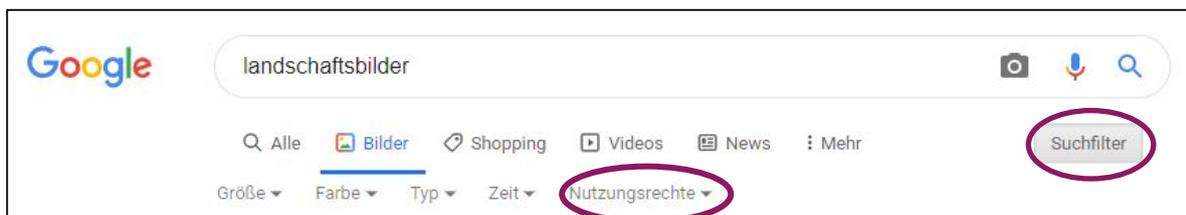
#### 3.1 Arten der Suche

Google bietet hier zwei Formen der Bildersuche an: Entweder durch eine textliche Eingabe der Suchanfrage oder mittels Hochladen eines Bildes. Die erste Form funktioniert genau wie bei der normalen Googlesuche. Die zweite Form kann wie folgt genutzt werden:



Mittels Klick auf das Kamera-Icon wird ein Bild hochgeladen. Google sucht nun nach ähnlichen Bildern und nach Websites, auf denen dieses Bild vorkommt.

#### 3.2 Verfeinerung der Ergebnisse



Die Ergebnisse der Bilder werden mittels Klick auf „Suchfilter“ weiter eingegrenzt. Besonders nützlich ist das Filtern nach Nutzungsrechten. Hier können beispielsweise nur Bilder angezeigt werden, die weiterverwendet werden dürfen.

Google unterscheidet gemäss der weit verbreiteten Creative Commons Community (<http://creativecommons.org/>) zwischen vier verschiedenen Lizenzen:

- Zur Wiederverwendung und Veränderung gekennzeichnet
- Zur Wiederverwendung gekennzeichnet

Bild darf nicht verändert werden

- *Zur nicht kommerziellen Wiederverwendung und Veränderung gekennzeichnet*  
Bild darf verändert, aber nur für nicht kommerzielle Zwecke (z.B. wissenschaftliche Arbeit, Unterrichtsskript) verwendet werden
- *Zur nicht kommerziellen Wiederverwendung gekennzeichnet*  
Bild darf nicht verändert und nur für nicht kommerzielle Zwecke verwendet werden.

**Noch mehr Tipps stellt Google in der Websuche-Hilfe zur Verfügung:**

<https://support.google.com/websearch>