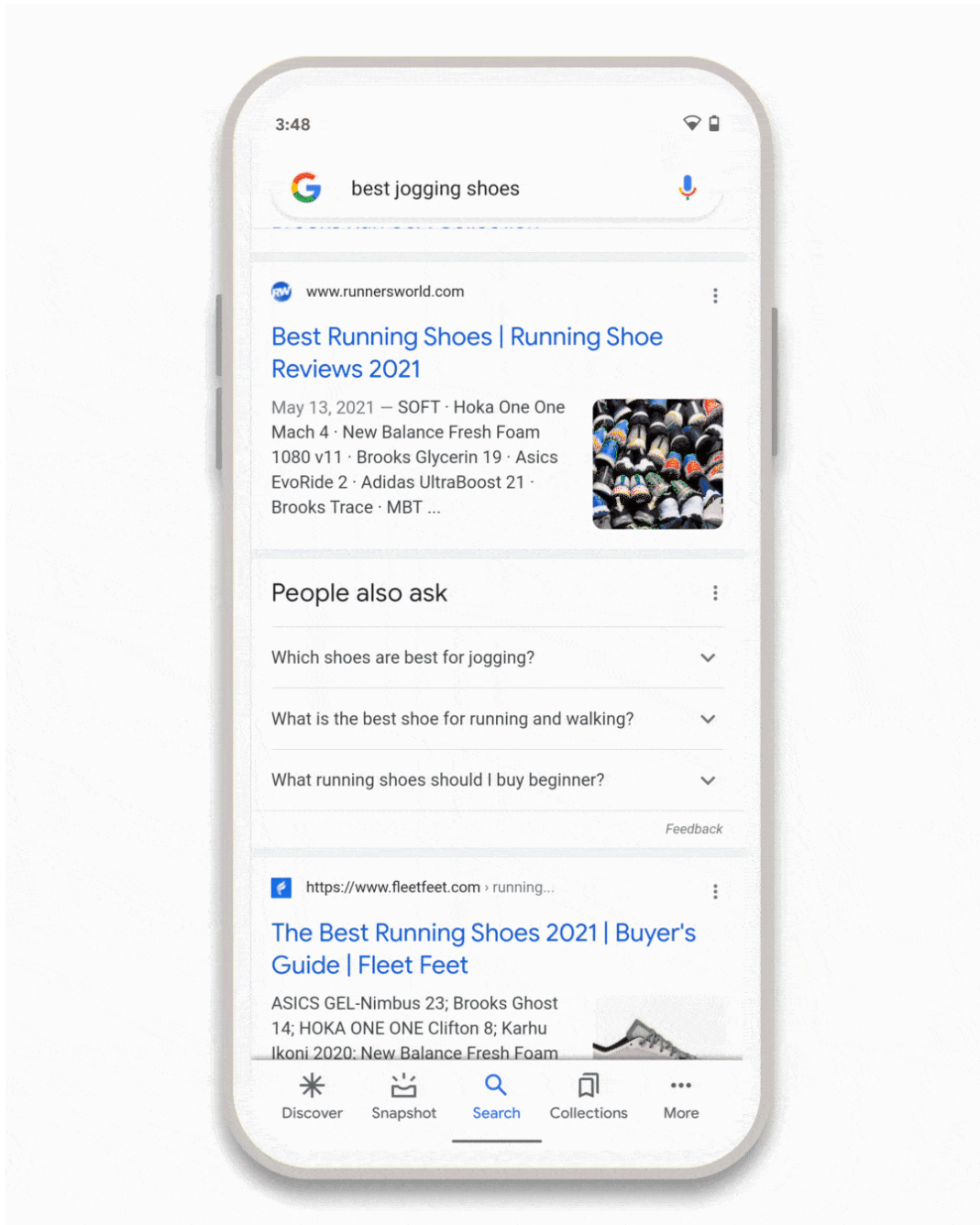


About this result – Neuerungen in den SERPs

Mehr Transparenz bei Google dank erweiterter Suchergebnisse?

Die [Google](#) Suchergebnisse ([SERPs](#)) ändern sich ständig. Mal werden mehr Informationen, mal weniger Elemente angezeigt. [Anfang 2021 stellte Google die Funktion "about this result" vor](#), bei der man schon in den Suchergebnissen Informationen über die jeweilige Website abrufen konnte. Laut Google soll so die Vertrauenswürdigkeit einer [Website](#) und damit auch der Suchergebnisse gesteigert werden. Bisher stammen die Infos anscheinend hauptsächlich aus Wikipedia und die neue Funktion steht nur für englische Suchanfragen in den USA zur Verfügung.





So sieht die neue

“about this result“-Funktion aus. (Quelle: Google)

Vor Kurzem hat Google nun die [“about this result“-Funktion noch erweitert](#) und listet hier jetzt Gründe für die Platzierung in den Suchergebnissen auf. So sollen [Nutzer*innen](#) erfahren, warum welches Suchergebnis für sie zu sehen ist. Diese Erweiterung ist besonders interessant für alle Website-Betreiber und jeden im [Online-Marketing](#), lassen sie doch Rückschlüsse über [Rankingfaktoren](#) zu. Natürlich werden hier nicht alle Faktoren aufgeführt, aber dennoch könnte Google hier wertvolle Informationen geben.

🔍 how to cook fish in the oven



Source

 Taste of Home is an American media brand centered on food. It is an example of user-generated content in magazines, publishing recipes submitted by home cooks. Taste of Home is owned by Trusted Media Brands, which also owns Reader's Digest, Birds and Blooms and The Family Handyman.


[Wikipedia](#)


- Your connection to this site is **secure**
- <https://www.tasteofhome.com/recipes/fast-baked-fish/>

Your search & this result

- These search terms appear in the result: **how, cook, fish and oven**
- Terms related to your search appear in the result: **ingredients, recipe, and baked**
- The result is in English
- This result is relevant for searches in many regions, including the United States

[Learn more search tips](#) >

 [Privacy settings](#)

 [How Search works](#)

Mit der about this result-Funktion will Google noch transparenter werden. (Quelle: Google)

Diese Kriterien werden gezeigt:

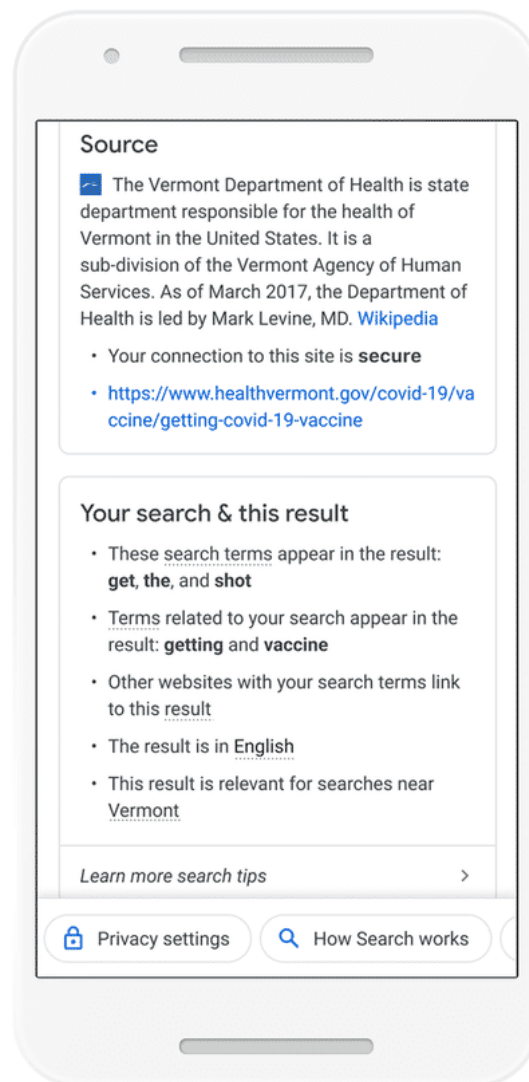
Matching Keywords: [Google](#) prüft, ob die jeweilige Website die gleichen [Keywords](#), wie die Suchanfrage enthält.

Verwandte Terme: Hier bezieht Google auch Begriffe in die Bewertung mit ein, die in einer Beziehung zu den relevanten Keywords stehen. Das können Synonyme sein oder eben Begriffe, die oft im Umfeld der Keywords auftauchen. Wenn jemand zum Beispiel “Wie backt man einen Pflaumenkuchen?” eingibt, sind auch Begriffe wie “Rezept”, “Zutaten” oder “Backzeit” relevant.

Der Faktor Links: Wenn andere themenrelevante Seiten zu dieser Seite verlinken, so muss diese für dieses Thema relevant sein. Außerdem scheint diese Seite dann für Websitebetreiber relevant zu sein, wenn diese darauf [Links](#) setzen.

Lokale Relevanz: Neben der Sprache der Suchanfrage wird auch der aktuelle Standort und das Land mit einbezogen damit der jeweilige Treffer relevant für die Suchanfrage ist. Wenn man zum Beispiel eingibt “Wann kommt der Bus”, dann bezieht sich die Suchanfrage höchstwahrscheinlich auf den aktuellen Standort.

get the shot



Hier erklärt Google, warum ein Suchergebnis auftaucht. (Quelle: Google)

Google geht in den “about the result” Erklärungen sogar so weit, dass sie Tipps geben, wie die eigenen Suchergebnisse noch besser werden können. Dazu gehört zum Beispiel die richtige Sprache und Zielregion der Suche oder einfach die Suchanfrage etwas anders zu formulieren.

Können SEOs daraus etwas lernen?

Was meint ihr? Werden die Erklärungen aufschlussreich und können SEOs daraus etwas für ihre Arbeit ableiten? Wir sind schon gespannt, wann die neue Funktion in Deutschland ausgespielt wird.

Titelbild © fonstra / stock.adobe.com

Beitragsbilder: <https://blog.google/products/search/learn-more-and-get-more-from-search>