

Bessere Sichtbarkeit mit Rich Snippets und Featured Snippets

Rich Snippets und Featured Snippets erhöhen die Chance auf eine bessere Sichtbarkeit in den Google Suchergebnissen. Sie gestalten die Präsenz einer Website in den SERPS auffälliger und generieren auch bei einem Ranking in weniger guten Positionen zusätzliche Klicks. Doch wie unterschieden sich diese beiden Snippet-Varianten?

Rich Snippets liefern zusätzliche Informationen

Bei einem Rich-Snippet handelt es sich um ein mit zusätzlichen Informationen angereichertes Suchergebnis. Auf einen Blick erhält der Nutzer zusätzlich zu den in der Metadescription enthaltenen Informationen weitere für ihn interessante Details. Diese motivieren ihn dazu, sich mit dem Suchergebnis intensiver auseinanderzusetzen. In vielen Fällen ist ein Klick die Reaktion darauf. Damit hat das Rich Snippet seinen Zweck erfüllt und ab diesem Zeitpunkt liegt es in der Verantwortlichkeit des auf der Website hinterlegten Contents, ob diese für den Nutzer wirklich so interessant ist, wie sie sich in den Suchergebnissen präsentiert.

Voraussetzung für ein bei Google erfolgreiches Rich Snippet sind strukturierte Daten in Formaten wie JSON-LD, RDFa oder Microformat. Diese fördern die effiziente Erfassung der Snippets durch die Crawler. Mit etwas Glück generiert Google ein Rich Snippet aus den im Quellcode enthaltenen Informationen.

Featured Snippets – führend auf Position 0

Das Featured Snippet stellt die Königsklasse unter den Snippets dar. Es findet sich grundsätzlich auf der Position 0 oberhalb der organischen Suchergebnisse und fordert die Aufmerksamkeit des Nutzers sehr gezielt ein. Typisch für dieses Snippet-Format ist der hohe Informationsgehalt. Google versucht damit, gestellte Fragen so ausführlich wie möglich zu beantworten. Für diesen Zweck nutzt es ausgewählte Websites als Quellen und stellt deren Seiteninhalte auszugsweise dar.

Bei der Auswahl seiner Snippet-Quellen konzentriert sich die Suchmaschine auf gut gerankte Websites mit hochwertigem Content. Diese bilden die Quelle für ausführliche Antworten auf Suchanfragen in den SERPs, wobei ein bereits generiertes Snippet nie von Dauer ist, da die genutzten Quellen häufig wechseln. Vorausgesetzt, die eigene Website rankt hervorragend und enthält hochwertigen Content, kann die zusätzliche Verwendung von HTML-Elementen wie `<div>`, oder die Chance, als Quelle genutzt zu



werden, erhöhen. Dies gilt ebenfalls für H1- und H2-Überschriften, die als W-Fragen formuliert sind.

Das Featured Snippet wurde von Google 2015 eingeführt und wird in Deutschland im Umfang von zwei bis drei Prozent aller Suchanfragen ausgespielt. Nachweislich wirkt sich die Generierung dieses hervorragend positionierten Snippets auf die Click through Rate (CTR) und damit auf das Ranking sowie auf den Traffic aus.

Bild: 92087115 – Vector business investment and finance banner concept © apinan

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX