

„Google Instant Search“ – so sieht das Googeln von morgen aus!

Seit wenigen Tagen live, ist “Google Instant Search” das neueste Tool des Webgiganten. Das starke Feature macht es dem Suchenden sehr leicht und einfach, Suchanfragen einzugeben: Er muss sehr wenig eintippen, um sehr viele Suchbegriffe/Suchphrasen vorgeschlagen zu bekommen. Ferner verraten die vielen von Google suggerierten Vorschläge dem Surfer, welche Suchphrasen ihm Google zum Hauptbegriff bietet. Viele Nutzer werden es sicher als höchst komfortabel empfinden und begeistert in Anspruch nehmen. Wer sich manipuliert fühlt, kann den Dienst deaktivieren.



Es funktioniert als automatische Vervollständigung der Suchanfrage: in Deutschland derzeit nur für Besitzer von Google Nutzerkontos und nur wenn sie eingeloggt sind, möglich. Das geht so weit, dass Google Instant sogar für einen Buchstaben als Suchbegriff Vorschläge parat hat. Schon während der Nutzer in das Suchfeld tippt, sieht er eine sich dauernd an seine Eingabe anpassende Liste Vorschläge. Die aktuelle Ergebnisliste erscheint sofort mit jedem neu eingetippten Zeichen, ohne die Entertaste betätigen oder auf „Suchen“ klicken zu müssen.

Zudem verspricht Google eine blitzschnelle Eingabe: In 2 bis 5 Sekunden (sonst bis 15!). Bei anzüglichen, beleidigenden oder nicht jugendfreien Suchbegriffen ist die Instant Search allerdings gar nicht so hilfsbereit und liefert keine Vorschläge, Suchbegriffe müssen vollständig getippt werden. Zweifellos wird sich das Suchverhalten dank Instant Search ändern. Zugleich wird Google daraus neue Erkenntnisse gewinnen (z. B. nach wie vielen Zeichen die Nutzer einen Suchbegriff Vorschlag annehmen), um das Suchverhalten dementsprechend beeinflussen zu können.

So weit so gut, die Instant Search vereinfacht und beschleunigt die Suche. Doch das neue Features beunruhigt die Fachkreise (SEO & SEM Agenturen): Sie beschäftigt die Überlegung: Was wird mit einem unprominenten Suchbegriff, der aus drei oder mehreren einzelnen Wörtern besteht (im Fachjargon als Long-Tail bezeichnet). Werden Webseiten, die darauf optimiert sind, gefunden, falls die Suchenden sie durch die Liste der Keyword Vorschläge nicht finden? Viele hoffen: Google wird Sorge dafür tragen, dass die Instant Search dem Long-Tail nicht „kilt!“

Fazit:

Die große Begeisterung der Suchenden kann von den SEO Spezialisten noch nicht richtig mitgetragen werden. Es gibt keinen Zweifel, dass es Auswirkungen auf die SEO Maßnahmen geben wird. Doch welche, muss noch geklärt werden. Besonders interessant ist es, ob Long-Tail Keywords an Relevanz gewinnen oder eher verlieren werden. Demgegenüber werden die Suggestion-Keywords und die Keyword Ergänzungen immer wichtiger.

Da bei der Instant Search die SERPs bereits während des Tippens aktualisiert werden, wird die Anzeige der Suchergebnisseite anders aufgebaut. Weil: angezeigt werden zwar nur 5 Vorschläge (sonst 10), aber sie verschieben sowohl die natürlichen Suchergebnisse als auch die Google Ads-Anzeigen nach unten. In dem organischen Index sind dadurch nur 2 bis 6 Suchergebnisse (je nach Auflösung und Bildschirmgröße) ohne Scrollen sichtbar.

Somit sind gerade mal die ersten drei Ergebnisse der SERPs relevant. Werden nun durch Instant Search aus den Top-10 einfach Top-3?