

Google Rückblick Juli 2016

Der Monat Juli ist vorbei und es gibt wieder viele Veränderungen in der Google Welt. Wie wir bereits schon im [Google Rückblick Mai](#) angekündigt hatten, wurden Ende April auf der [Performance Summit](#) die neusten Entwicklungen von Google Ads vorgestellt. Nun ist es soweit: Die neuen Anzeigenformate sind endgültig ausgerollt.

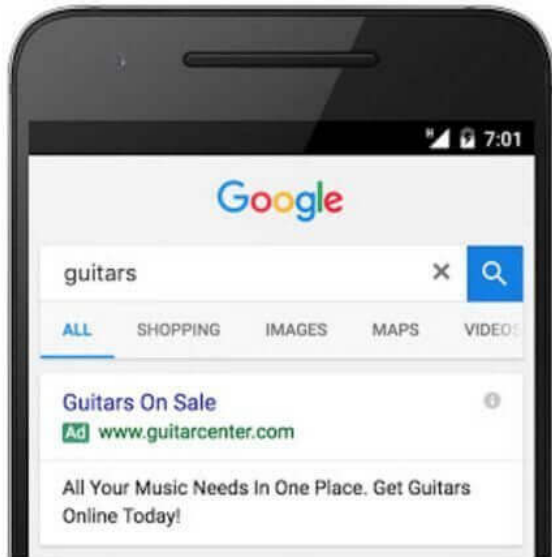
Neue Anzeigenformate bei Google Ads

Expanded Text Ads

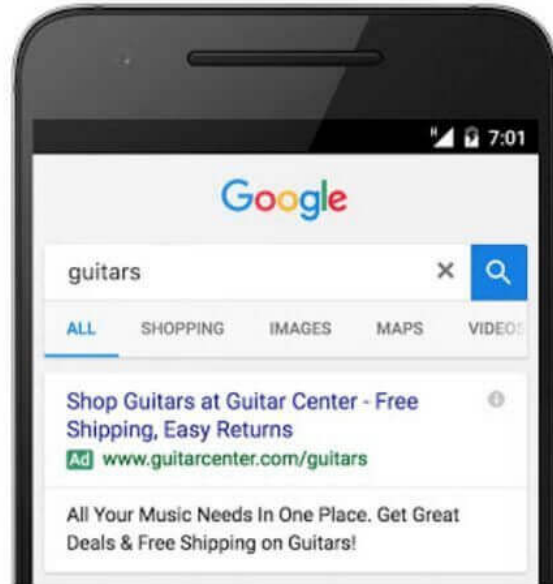
Die mobil optimierten Werbeformate bei [Google Ads](#) bestehen jetzt aus zwei Headlines. Jede Headline hat eine Zeichenanzahl von bis zu 30 Zeichen. Zudem steht den Werbenden ab sofort doppelt soviel Text zur Verfügung wie bisher. Zum 26. Oktober diesen Jahres werden die bisher ausgespielten Formate endgültig eingestellt.

Responsive Display Ads

Anzeigen werden für jedes Display optimiert angezeigt. Hier können die Headlines zwischen 25 und 90 Zeichen und der Beschreibungstext auf 90 Zeichen ausgebaut werden. Bild und URL können ebenso mit integriert werden.



Standard text ad



Expanded text ad

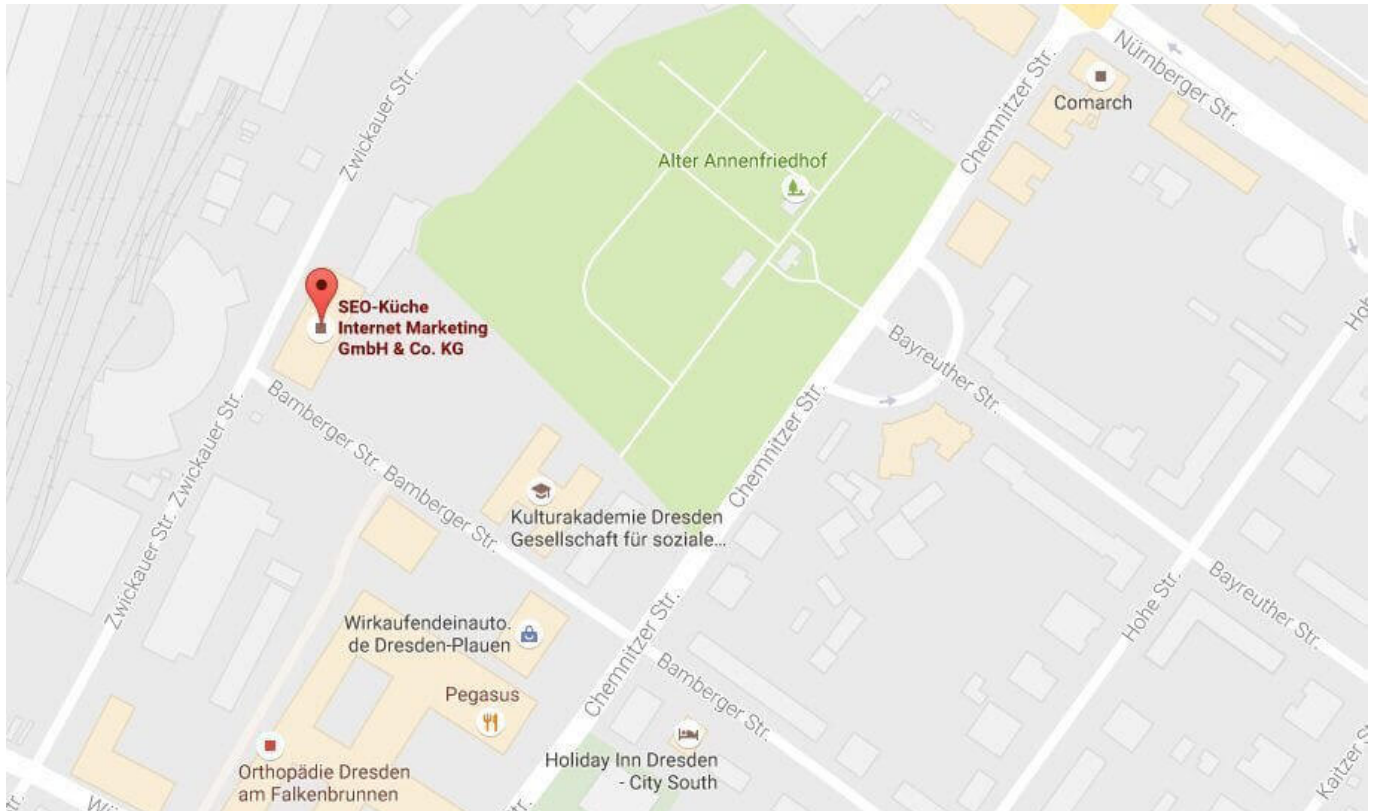
© Google

Bidding

Ab sofort können individuelle Gebotsanpassungen in den Grundeinstellungen für jedes Gerät, egal ob Smartphone, Tablet oder PC, von den Werbenden vorgenommen werden. Bis der komplette Roll-Out vollzogen ist, kann es aber noch ein paar Monate dauern.

Neues Design für Google Maps

Für eine bessere Übersicht wurde das Kartenmaterial von Google Maps aufgewertet. Aufgrund der Aufhellung des Farbschemas fallen die wichtigen Details jetzt direkt ins Auge. Ebenso wurden überflüssige Details wie Straßenumrandungen entfernt, die vorher für Verwirrungen sorgten. Auch die Schriftart für Gebäude und Straßennamen wurde so angepasst, dass nun eine eindeutige Abgrenzung stattfinden kann.



Überschriften bei Google Ads Anzeigen gekappt

Von den organischen Suchergebnissen ist bereits bekannt, dass bei Überschreitung der Zeichenanzahl in den Überschriften, der Text mit drei Punkten „...“ ausläuft. Dies ist jetzt auch bei den Google Ads Anzeigen der Fall. Werbende sollten daher auf die Zeichenanzahl sowie die Größe achten und vorher testen, wie die Anzeige tatsächlich angezeigt wird!

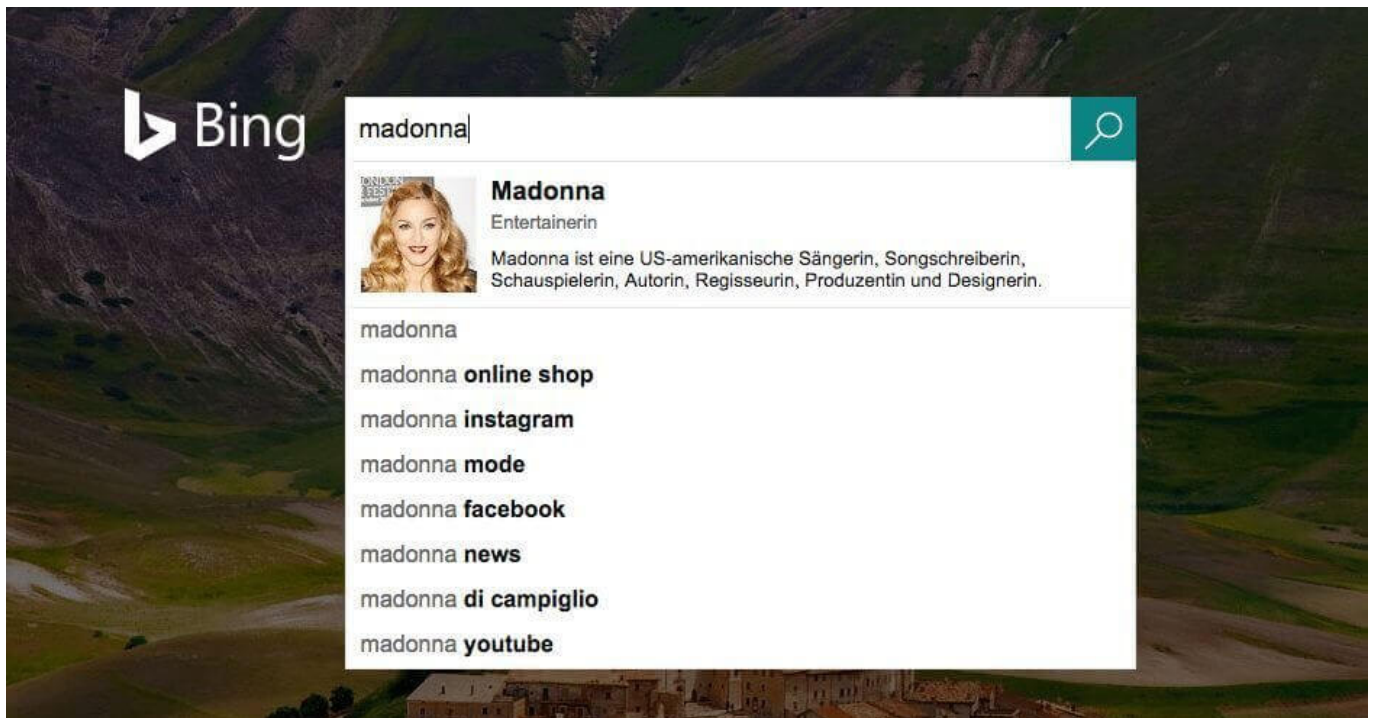
Preis Darstellung bei Text Anzeigen

Bei mobilen Endgeräten werden neben den Text-Anzeigen von Unternehmen jetzt Preise für das entsprechende Produkt oder die Dienstleistung angegeben. Dadurch kann noch mehr Aufmerksamkeit generiert werden und der Nutzer erhält sofort die Information, die er benötigt. Ein besserer und

tiefgründiger Überblick über das Angebot wird gegeben.

Neues Feature bei der Bing-Suche

Die Suchmaschine Bing glänzt ab sofort mit einem neuem Feature. Zum einen werden bei Eingabe weniger Buchstaben des entsprechenden Suchbegriffes mehrere Möglichkeiten per Autosuggest vorgegeben und zum anderen wird der Suchbegriff mit einem Vorschaubild präsentiert. Das Vorschaubild wird bisher nur bei Persönlichkeiten, Filmen und Musik ausgespielt.



Neue Funktionen bei Google

Die neuen Funktionen bei Google bringen mehr Komfort für die Nutzer.

Hilfe bei Erdbeben

Ein neues Feature zeigt bei Eingabe „Erdbeben“ in der Such-Leiste, wo in der Nähe Erdbeben stattfinden. Alle nützlichen Informationen wie z.B. Stärke des Bebens, Verhaltensweisen bei einem Erdbeben, betroffene Gebiete etc. werden dem Nutzer angezeigt.

Aufklärung über medizinische Symptome

In den USA gibt es jetzt die Möglichkeit, von Google medizinische Informationen zu erfragen. Bei Eingabe von Symptomen im Google Suchfeld wird eine Liste möglicher Krankheiten in Karusselldarstellung angezeigt. Dies dient lediglich der Informationsbeschaffung und soll keinesfalls den Arzt ersetzen. Wann dies allerdings in Deutschland ausgerollt werden soll, bleibt abzuwarten.