

Google Rückblick Mai 2016

Der Monat Mai ist schon wieder zu Ende und es hat sich in diesem Monat wieder einiges getan. Zeit für einen Rückblick! Wir haben für euch die wichtigsten News rund um die Themen SEO und SEA zusammengefasst. Auf geht's!

Intelligente Sprachsuche via Google Assistent

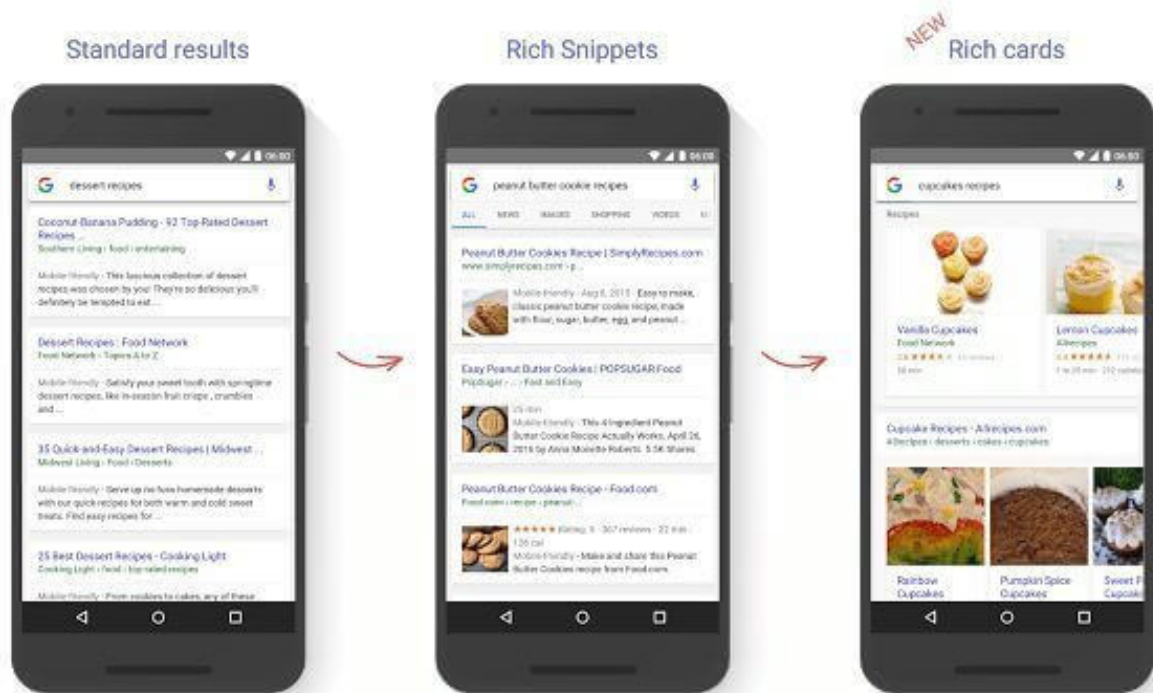
Google spricht ab jetzt mit den Anwendern! Man stelle eine Frage und Google antwortet. Aufgrund von Machine Learning und [künstlicher Intelligenz](#) ist es nun möglich, dass Google mehr als 1 Million Objekte und deren Beziehungen untereinander kennt und verknüpft. Und es kommen täglich mehr dazu.

Die neue Software „Google Assistent“ wurde so „trainiert“, das z.B. bei der Frage „Was läuft morgen im Kino?“ die Filme nach entsprechenden Vorlieben in der Nähe angezeigt werden. Sogar der Kartenbestellprozess kann über den Assistenten abgehandelt werden. Ähnliches funktioniert z.B. bei Essensbestellungen oder Standortabfragen via Google Maps. Der Google Assistent soll für alle Android Geräte verfügbar gemacht werden.

Google führt Rich Cards ein

Das Format der [Rich Snippets](#) hat sich weiterentwickelt und stellt ein neues Suchergebnisformat mit den sogenannten „Rich-Cards“ dar. Die Suchergebnisinhalte in der mobilen Ansicht werden damit noch visueller und ansprechender aufbereitet, welche auf der Grundlage von strukturierten markups basieren. Diese visuellen Formate helfen Anwendern genau das zu finden, was sie suchen.

Mit der neuen Karusseldarstellung wird das Durchsuchen von Informationen vereinfacht und das Benutzererlebnis gesteigert. Angezeigt werden außerdem noch Produktbewertungen. Mit den Rich Cards versuchen Werbetreibende die Anwender auf sich aufmerksam zu machen und für die entsprechende Seite zu gewinnen. Bis jetzt ist dies nur für die Kategorien Rezepte und Filme möglich. Dazu werden z.B. aussagekräftige Bilder zu Rezeptideen angezeigt.



© Google

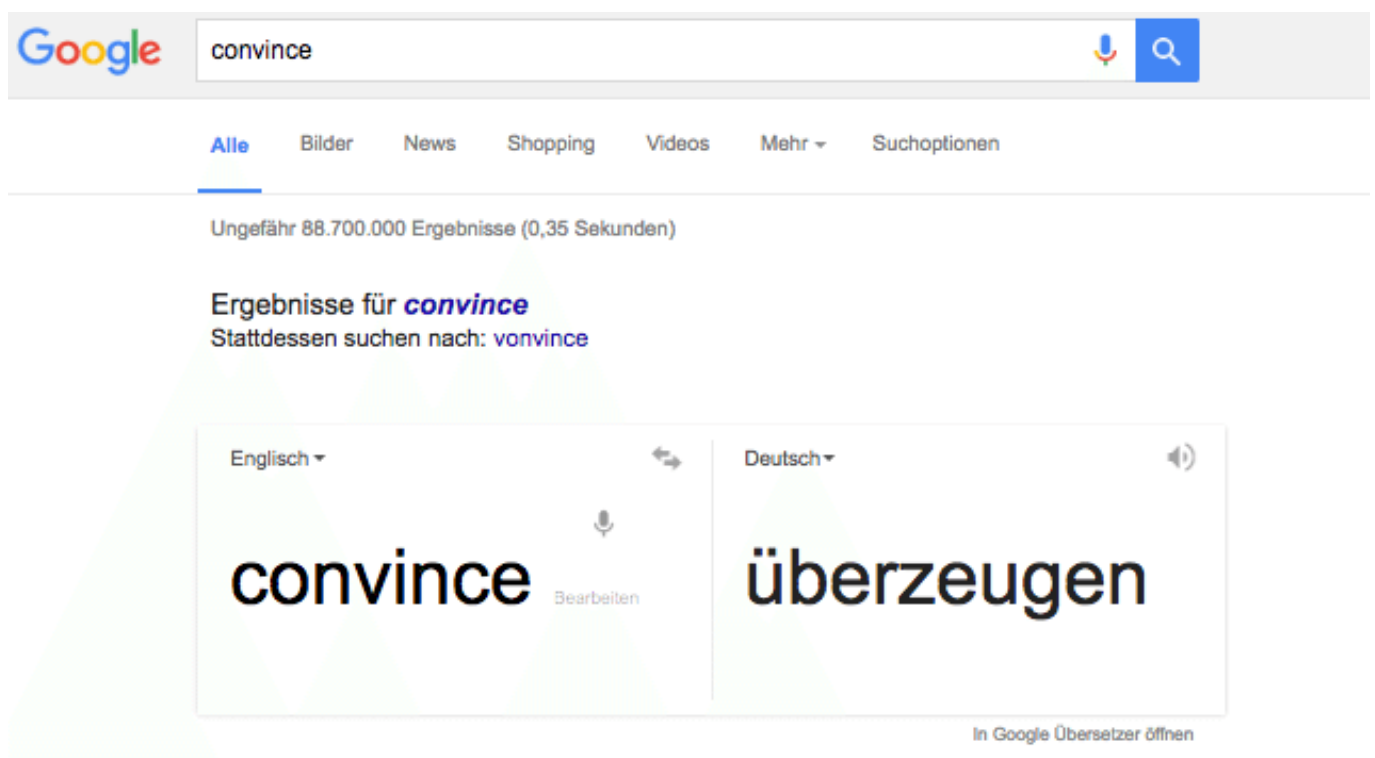
Breitere Ergebnisspalte bei Google

Google experimentiert mit der Vergrößerung der Ergebnisspalten und stellt für SEO's neue Optimierungsmöglichkeiten dar. Die Ergebnisspalte hat sich in der Desktop-Version von 500 auf 600 Pixel vergrößert. Auch bei der Description können nun 175 Zeichen für Textinhalte verwendet werden und beim Title werden bis bis zu 70 Zeichen angezeigt. Die mobilen Titles wurden auf ganze 78 Zeichen verlängert. Damit hat sich der Abstand zwischen der organischen Suche und der rechten Spalte etwas [verkleinert](#).

Automatische Übersetzung in den SERPs

Ein neues Feature ist in der Suchzeile bei Google integriert worden. Es ist nicht mehr notwendig für die

Übersetzung von Wörtern bestimmte Übersetzungsmaschinen wie z.B. leo.org, Google Übersetzer oder ähnliche zu verwenden. Google übersetzt nun automatisch ohne vorherige Eingabe des Wortes “übersetzen” ein nicht deutschsprachigen Wort in deutsch. Allerdings funktioniert die Übersetzung noch nicht bei allen Sprachen.



Autocomplete Funktion beim Google Übersetzer

Google führt beim Google Übersetzer die Autocomplete Funktion ein. Bei Eingabe eines Buchstabens liefert Google meist benutzte Wörter oder bestimmte Phrasen. Auch Sprichwörter werden nicht mehr Wort wörtlich übersetzt sondern erhalten die tatsächliche Übersetzung in der jeweiligen Sprache. Angeboten wird dieses Feature für die Sprachen Deutsch, Englisch, Spanisch, Italienisch und Französisch.

Werbung in der Bildersuche

In der Bildersuche können nun Google Ads-Anzeigen geschaltet werden. Vorerst allerdings nur Shoppinganzeigen und auch nur für mobile Endgeräte. Eine weitere Möglichkeit für Händler ihre Produkte näher an ihre zukünftigen Kunden zu bringen.

Mobile First – Veränderungen bei Google Ads und Analytics

Ende des Monats wurden auf der [Performance Summit](#) die neusten [Entwicklungen](#) von Google Ads vorgestellt. Diese Entwicklungen werden allerdings erst Ende des Jahres ausgerollt.

- Platzvergrößerung für Headlines: 2 Headlines mit je 30 Zeichen
- Platzvergrößerung für Anzeigenbeschreibung: Hochsetzen des Beschreibungstextes von 35 auf 80 Zeichen
- Display URL: Automatische Korrektur bei Tippfehlern
- Display Ad: Google kreiert selbst Anzeige nach vorheriger Angabe von Headline, Description, Bild und URL
- Bidding: individuelle Gebotsanpassung für jedes Gerät
- Local Search Ads: Mehr Sichtbarkeit bei Google Maps für lokale Unternehmen durch Promoted Pins
- Neue Google Ads Benutzeroberfläche: Integration neuer Features in der Benutzeroberfläche
- Analytics Suit: Vereinfachte Report-Erstellung