

Google testet Featured Snippets ohne Umrandung

Google testet immer wieder neue Optionen in seinem Design für die Suche, die während der Testphase allerdings nur von einigen Usern wahrgenommen werden. Zum Beispiel tauchen manchmal riesige Bilder in den Suchergebnisseiten (Search Engine Result Pages = SERPs) auf oder es werden andersfarbige Kopfbereiche (Header) getestet. Da die meisten Menschen die Google-Suchmaschine mehrmals am Tag nutzen, werden die Veränderung kritisch betrachtet. Beispielsweise erschienen in letzter Zeit bei einigen Usern SERPs ohne jegliche Umrandung. Das wirkt besonders ungewöhnlich bei den Featured Snippets.

Was ist ein Featured Snippet?

Ein Featured Snippet ist ein hervorgehobenes Suchergebnis, das dem User der Google-Suchmaschine bereits eine Antwort auf seine Frage liefert. Dafür wird ein Ausschnitt der Inhalte der betreffenden Website angezeigt, der die Frage beantwortet.

Arten von Featured Snippets

- Liste
- Textabschnitt
- Tabelle
- Video

Featured Snippets in Form eines Textabschnitts werden häufig durch ein oder mehrere Bilder ergänzt, die aber nicht unbedingt von derselben Website stammen wie der jeweilige Textabschnitt.

Featured Snippets stets auf Position 1

Featured Snippets werden grundsätzlich ganz oben in den Suchergebnissen angezeigt und stehen damit auf Position 1. Dadurch ziehen sie vor allem auf mobilen Endgeräten die Blicke auf sich und erhalten sehr viel Aufmerksamkeit. Nur die bezahlten Suchanzeigen stehen über den Featured Snippets, sozusagen auf Platz 0, sofern es für die Suche Anzeigen gibt, die eingeblendet werden.

Hauptsächlich bei informationellen Suchanfragen

Ob Featured Snippets angezeigt werden oder nicht, das hängt stark von dem eingegebenen Keyword ab

und der damit in Verbindung gebrachten Suchintention. Featured Snippets tauchen hauptsächlich bei Anfragen auf, die nach einer bestimmten Information suchen. Sie werden bei lokalen, navigationalen und transaktionalen Suchanfragen kaum oder gar nicht angezeigt. Auch wenn es möglich ist, die Suchmaschineninhalte so zu optimieren, dass eine Anzeige begünstigt wird, eine Garantie, dass sie erscheinen, gibt es nicht.

Sind die Featured Snippets ohne Umrandung schwieriger erkennbar?

Featured Snippets werden in den SERPs normalerweise durch eine Umrandung von den anderen Suchergebnissen abgegrenzt. Wenn sie jedoch keine Umrandung mehr besitzen, fallen sie gegenüber den anderen Snippets kaum auf. Nur die Informationsanzeige und die Position über den anderen Snippets deuten an, worum es sich handelt.

Glenn Gabe (Kolumnist beim SEO-Publisher Search Engine Land) gibt zum Beispiel bei <https://twitter.com/glenngabe/status/1296833528311799808> zu, dass er die Featured Snippets Listen ohne Umrandung merkwürdig findet.

Cleaneres Design, aber Orientierungslosigkeit

Auf der einen Seite ergibt der Test ein cleaneres Design, das dem der mobilen Suche ähnlich ist, aber auf der anderen Seite sorgen die Featured Snippets ohne Umrandung auch für Orientierungslosigkeit in den SERPs. Und gerade die Orientierung auf einer Website unterstützt das Nutzererlebnis (User Experience), das Google eigentlich stets optimieren möchte. Es bleibt daher fraglich, ob sich das neue Layout der Featured Snippets für die Desktop-Suche durchsetzen kann.

Da die Featured Snippets ohne Umrandung von Usern eher als organisches Suchergebnis wahrgenommen wird, bezweckt Google vielleicht damit, dass sich das Verhältnis von Klicks auf eine Anzeige zur Gesamtzahl der angezeigten Ad-Impressions (Click Through Rate) steigert? Wir werden sehen, wo die Reise hingeht.

Titelbild: © Adobe Stock / Thaspol