

Google Possum Update

Was ist das Google Possum Update?

Das **Google Possum Update** wurde im September 2016 veröffentlicht. Im Rahmen dieses [Updates](#) konzentrierte sich Google darauf, dass geografische Informationen vom [Crawler](#) genauer verarbeitet werden.

Google Updates allgemein

Seit Jahren bringt Google regelmäßig große Updates heraus und passt dadurch seine [Algorithmen](#) zur Bewertung von [Websites](#) im Rahmen des Suchrankings an. Diese Updates können enormen Einfluss auf das Ranking bei Google haben. Online Marketing Experten haben deshalb die neusten Updates stets im Blick. Die Veränderungen, die mit einem Update einhergehen, fallen unterschiedlich aus und lassen sich durch Analysen aufzeigen. Das letzte große Google Update mit dem Schwerpunkt "lokale Suche" vor dem Possum Update war das Pigeon Update im Jahr 2014.

Warum Possum?

Schon in der Vergangenheit erhielten einige Google Updates Tiernamen, wie zum Beispiel das [Panda Update](#), das Kolibri Update oder das [Penguin Update](#). Die SEO-Community gab dem Possum Update seinen Namen, da viele Unternehmen sich nach dem Update nicht mehr in den lokalen Suchergebnissen wiederfanden und für bestimmte Keywords nicht mehr rankten, obwohl die Einträge eigentlich nicht verschwunden sind. Sie haben sich mehr oder weniger "totgestellt", im Englischen sagt man auch "playing possum" dazu.

Was ist nach dem Google Possum Update neu?

Experten haben einige Veränderungen wahrgenommen, die dem Google Possum Update zugeordnet werden können. Diese Veränderungen betreffen vor allem lokale Suchergebnisse.

Nutzer-Standort

Nach dem Google Possum Update werden die Suchergebnisse stark davon beeinflusst, wo sich der

Nutzer befindet, der den Suchbegriff eingegeben hat. Ein Suchender bekommt dementsprechend mit demselben mobilen Endgerät in Berlin andere Ergebnisse als in München zu einem lokalen Suchbegriff. Sucht der Nutzer beispielsweise "Zahnarzt Berlin" und befindet sich auch in Berlin, fallen die Suchergebnisse deutlich präziser aus, als würde sich der [User](#) bei der Suche in München befinden.

Stadtgrenzen

Vor allem kleine lokale Unternehmen profitieren davon, dass Google die Berücksichtigung von Stadtgrenzen gelockert hat und stattdessen mehr die tatsächliche örtliche Nähe zum Nutzer berücksichtigt. Zuvor betrafen Googles starre Stadtgrenzen vor allem Unternehmen, die knapp hinter einer Stadtgrenze liegen und deshalb aufgrund ihrer Postleitzahl oder Telefonvorwahl nicht berücksichtigt wurden.

Postanschrift

Bis zum Possum Update lieferte Google immer nur genau ein Ergebnis zu einer Adresse. Das Problem: Wenn sich mehrere Anbieter gleicher Leistungen eine Adresse teilen, wie es zum Beispiel in einem Ärztehaus der Fall ist, tauchte nur ein Anbieter in den Google Ergebnissen auf. Nach dem Update erscheinen Konkurrenten oder Partner mit der gleichen Adresse gleichberechtigt in den Suchergebnissen. Entscheidend sind hier die Google My Business Einträge.

Keyword Variationen

Während vor dem Update ähnliche [Keywords](#) sehr wahrscheinlich die gleichen Suchergebnisse geliefert haben, können nun schon kleine Änderungen am Keyword andere Suchergebnisse zur Folge haben. Genaue Keywords und das damit verbundene [Suchvolumen](#) gewinnen so deutlich an Bedeutung.

Lokaler und organischer Filter

Google hat die lokale Suche unabhängiger von der [organischen Suche](#) gemacht. Bei einer lokalen, ortsabhängigen Suche misst Google lokalen Ergebnissen mehr Bedeutung bei, als globalen Ergebnissen. Der Standort und die Adresse werden vom Google Bot mit höherer Priorität behandelt.

Das Google Possum Update und Local SEO



Die Relevanz gut gepflegter Google My Business Einträge wurde durch das Google Possum Update noch einmal verdeutlicht. Einfluss hat das Google Possum Update vor allem auf die Position in den Local Packs und bei Google Maps. Eine Position in den Local Packs sorgt für mehr [Traffic](#) auf der Seite. Vor allem lokale Unternehmen sollten sich auf die erneuerten Anforderungen einstellen und in Local SEO investieren. Generell hat Google mit dem Update die Nutzerfreundlichkeit erhöht und den Fokus mehr auf die [User Intention](#) gelegt. In Bezug auf die [Suchmaschinenoptimierung](#) spielen vor allem die Auswirkungen auf die Keyword Variationen eine Rolle.