Google Rich Snippets für Produkte jetzt auch in Deutschland

Wie Google gestern bekannt gab, wird das Rich Snippet Format für Produkte nun weltweit unterstützt. Vor allem Online Shops können sich dadurch in den Suchergebnissen hervortun und so mehr Besucher gewinnen. Neben den Produktbewertungen können Händler nun auch den Preis (oder die Preisspanne) und die Verfügbarkeit des Produktes direkt in den SERPS anzeigen. **Mehr zu Rich Snippets für Produkte**

Im offiziellen Webmaster Central Blog wurde gestern angekündigt, dass Rich Snippets für Produkte nun weltweit ausgewertet werden. Wenn ein Shopbetreiber seine Produktseite nun mit dem passenden Markup ausstattet, dann könnten die Suchergebnisse des Shops bei Google bald so aussehen:

Vor kurzem berichteten wir hier im Blog über die Möglichkeit seine Klickrate zu erhöhen, durch den Einsatz von Shopbewertungen als Rich Snippet. Hier haben wir auch einen passenden Code für Trusted Shops Kundenbewertungen zur Verfügung gestellt. Das neue Format der **Product Rich Snippets** erlaubt es dem Shopbetreiber nun konkrete Informationen über ein bestimmtes Produkt an Google weiterzugeben. Neben einer Durchschnittsbewertung und dem Preis kann auch die URL eines Produktbildes ausgezeichnet werden, genau wie der Name des Produktes, die Marke, eine Produktbeschreibung und -Kategorie. Eine ausführliche Anleitung mit Codebeispielen finden Sie hier:

In Deutschland nutzen vor allem die Preisvergleichsseiten die Auszeichnung schon in Ihrem Code, die Ergebnisse sehen dann folgendermaßen aus:

Für Shops ist dies wie so oft Chance und Bedrohung zugleich. Wenn ein Shop in direkter Konkurrenz zu einem Preisvergleich in den Suchergebnissen erscheint, dann mag es sein, dass der Preisvergleich durch die neuen Rich Snippets mehr Klicks generiert. Dies könnte insbesondere der Fall sein, wenn der Shop selber einen Preis anzeigt, der deutlich im oberen Bereich der ersichtlichen Preisspanne des Preisvergleiches anzuordnen ist. Viele potentielle Kunden könnten nun den Weg über den Preisvergleich gehen, weil eine mögliche Ersparnis direkt in den Suchergebnissen ersichtlich wird.

Dass viele Shops, vor allem im Elektronik-Bereich, mit Preisvergleichen konkurrieren, zeigt beispielhaft folgende Grafik:
Quelle: sistrix.de

Die Keywords von amazon.de und idealo.de überschneiden sich zu 45%. Bei den Keywords von redcoon.de taucht in 70% der Fälle auch idealo.de auf.

Der beschriebene Effekt sollte aber keine zu großen Ausmaße annehmen, denn im Umkehrschluss bringt die Auszeichnung mit Rich Snippets für Produkte auch Vorteile für Online Shops mit sich. Bei vielen Suchanfragen kann der Shop durch mehr Informationen in den Suchergebnissen womöglich wiederum die Klickrate erhöhen und somit die oben beschriebenen Fälle mindestens ausgleichen. Außerdem wird die Bounce Rate höchstwahrscheinlich sinken, da potentielle Kunden schon so viele Informationen in den SERPS finden können, dass Sie, falls das Produkt nicht Ihren Erwartungen entspricht, gar nicht erst klicken. Diese niedrigere Bounce Rate geht dann wiederum mit einem kleinen Besucherverlust einher, allerdings sollte es sich hierbei um Besucher handeln, die schlussendlich auch selten konvertiert hätten.

Als Fazit bleibt festzuhalten, dass ein jeder Shopbetreiber sich mit dieser neuen Option auseinandersetzen sollte. Die Vorteile überwiegen hier sicherlich und die Anreicherung seiner Search Snippets durch die Rich Snippets für Produkte stellt eine attraktive Möglichkeit dar, die Besucherzahl des Shops zu erhöhen und zugleich die Qualität der Besucher mit Blick auf die

Konversionsrate zu verbessern.

Ihre Meinung interessiert uns:

Werden Sie die Snippets in Ihrem Shop nutzen?
Sehen Sie in der Neuerung eher Vorteile oder Nachteile für Shopbetreiber?