

Neue Regel für Verkäuferbewertungen bei Google

✘ Seit ungefähr 2 Jahren nutzt Google nun schon Verkäuferbewertungen in Adwords Anzeigen und bei Google Shopping. Die Bewertungen sammelt Google von diversen vertrauensvollen Quellen und aggregiert ein eigenes Verkäuferprofil. Ziel ist es schon bei der Suchanfrage einen Hinweis über die Vertrauenswürdigkeit eines Shops zu liefern.

Lesen Sie hier mehr zu der Änderung In einem aktuellen Blogartikel im englischen Inside Adwords Blog berichtet Google von einer Neuerung innerhalb der so genannten **Seller Rating Extension**. Damit ist die Einbindung von Bewertungssternen in Adwords Anzeigen und in Google Shopping gemeint. Nachdem ein Shop bislang 30 Bewertungen mit einer Durchschnittsnote von mindestens 4 von 5 Sternen vorweisen musste, legt Google nun Wert auf eine höhere Aktualität der Bewertungen. So werden zukünftig die Bewertungen der **letzten 12 Monate** als Grundlage genutzt, nicht mehr die gesamte Anzahl der Bewertungen. Der ein oder andere Shop wird durch diese Änderung vorübergehend die Bewertungssterne verlieren, wenn er in den vergangenen 12 Monaten keine 30 Bewertungen aufweisen kann. Für alle Shopbetreiber heißt das spätestens von nun an, dass Sie sich regelmäßig um Kundenbewertungen bemühen sollten.

Der Schritt von Google ist eine logische Konsequenz und sehr einleuchtend. So könnte sich die Servicequalität eines Shops über die Jahre deutlich verschlechtern und Google möchte dann keine falsche Einschätzung an seine Nutzer weitergeben.

Weitere Informationen im [Google Adwords Blog](#).

Weitere interessante Artikel zu dem Thema hier im Blog:

[Google Shopping Optimierung](#)

[Trusted Shops Bewertungen für Rich Snippets nutzen](#)

[Umfrage: Google Shopping wird kostenpflichtig, bleiben Sie dabei?](#)