

Google Possum-Update: Local SEO in den Startlöchern

Stand: 04.07.2022

Im September 2016 baute der Suchmaschinenriese Google ein neues Update in seine Algorithmen ein. Das Google Possum Update hatte maßgebliche Auswirkungen auf die Suchergebnisse. Es wurde ohne Vorankündigung ausgerollt und überraschte viele Webseitenbetreiber. Gewinner waren diejenigen, die bei der Suchmaschinenoptimierung von Beginn an viel Wert auf die Korrektheit eigener lokaler Unternehmensdaten legten.

Inhalte des Google Possum Updates

Tiernamen für Google-Updates zu verwenden, ist keine Seltenheit.

Das Opossum, das Tier, das sich tot stellt, war der Namensvetter für die Änderungen in den lokalen Suchergebnissen. Viele Unternehmen waren rund um den Standort eines Nutzers schlichtweg nicht zu finden. Für die Suchmaschine waren sie nicht existent. Damit sich das ändert und der **User auch in seiner direkten Umgebung relevante Treffer erhält**, mussten Anpassungen vorgenommen werden. Das Update rückte das Thema [Local SEO](#) in ein neues Licht und verhalf diesem zu mehr Relevanz.

In die meisten Smartphones sind GPS-Chips eingebaut, die Auskunft über den aktuellen Standort geben. Webseiten, welche bereits mit ihrem Aufenthaltsort arbeiteten, hatten mit den Folgen des Google Possum Updates nur gering zu kämpfen. Anbieter, die dies bisher vernachlässigten, mussten nachsitzen.

Google hat fünf wichtige Faktoren in das Possum-Update integriert:

- Relevanz des Nutzerstandortes
- Postanschrift erhält hohe Bedeutung
- Stadtgrenzen wurden unwichtig
- Suchergebnisse sind nicht mehr manifestiert
- Integration eines lokalen Filters

Ziel des Google Possum Updates

Die Anzahl der mobilen Suchanfragen hat sich um ein Vielfaches erhöht. Aus diesem Grund musste Google die gesamte Suche darauf anpassen. **In der organischen Trefferliste sollten verstärkt lokale Ergebnisse auftauchen**, die dem Nutzer Informationen über sein direktes geografisches Umfeld liefern. SEO-Experten waren sich schnell einig, dass dies eines der größten Updates seit Pigeon war. Damit wurde

die Vielfalt der Ergebnisse enorm vergrößert, sofern die Webseitenbetreiber die lokalen Daten zuverlässig pflegen. Dazu gehören vor allem:

- korrekte Unternehmensbezeichnung
- Adresse und Telefonnummer
- Website

Der Suchmaschinenriese wollte mit dem Google Possum Update zudem als Spam deklarierte Branchenbucheinträge eliminieren. Unternehmen sollten sich Domains nicht mehr teilen können, doppelt vergebene Telefonnummern galten als unseriös.

Tatsächliche Folgen des Roll-outs

Das Gute zuerst: Google strafte die Webseiten nicht ab, es wurden keine Einträge deindexiert. Indirekt folgte natürlich nach dem Roll-out eine [Abstrafung](#) in Form eines schlechteren Rankings. Unternehmen mit mehreren Standorten mussten ihre Websites so gestalten, dass die Hauptseite keinen Schaden davontrug. Falsche lokale Daten führten zu einem Abfall der Sichtbarkeit.

Das Google Possum Update erfolgte ohne Vorwarnung, sodass kein Webseitenbetreiber Vorkehrungen treffen konnte. Die SEO-Maßnahmen konnten erst im Nachgang erfolgen.

Schlussfolgerungen für die SEO

Betroffene Webseiten mussten nach dem Google Possum Update schnell reagieren. Tatsächlich gab es kaum eine Seite, die nicht in irgendeiner Weise Fehler aufwies, die den Neuerungen zugesprochen wurden.

Im besten Fall musste schnell ein Google My Business-Profil angelegt und **die Unternehmensdaten mussten in konsistenter Form eingepflegt** werden. So gelangten die Informationen auf dem schnellsten Weg zu den Crawlern. Ein weiteres Augenmerk zur sofortigen Abhilfe und für die Zukunft lag auf dem Fokus-Keyword. Es musste noch genauer zur geografischen Lage passen. Ebenfalls von Bedeutung ist die [Suchintention des Nutzers](#). Unternehmen haben durch das Google Possum Update die große Chance, ihre Kunden und potenziellen Kunden besser kennenzulernen und zu klassifizieren.

Was ist also in den Augen von Google ein gutes Ergebnis?

Schauen wir uns die fünf hauptsächlichen Kriterien noch einmal an und adaptieren die Maßnahmen auf das Google Possum Update.

Großer Einfluss des Standortes

Selbst mit einfachen Suchanfragen wie „Kino“ präsentiert die [Suchmaschine](#) nach dem Google Possum Update lokale Ergebnisse. Vorher musste noch der Ort oder die Stadt zusätzlich in die Suchleiste eingetragen werden.

Geringe Relevanz der Postadresse

Das Hauptaugenmerk liegt nun auf dem tatsächlichen Standort, die Postanschrift ist nicht mehr aussagekräftig. Das ist vor allem für die Unternehmen interessant, die nicht zentral angesiedelt sind und vor dem Google Possum Update nur schwer in dem Google-Maps-Block landeten.

Keine doppelten Einträge

Hier liegt ein erster Stolperstein. In Bürokomplexen oder Praxisgemeinschaften ist es nicht zu verhindern, dass mehrere Unternehmen auf eine Adresse zurückgreifen. Damit Google spamige Angaben herausfiltern kann, muss nun zwingend ein Google My Business-Eintrag für jedes Unternehmen erfolgen.

Trennung der Suchanfragen

Mit der lokalen Suche durch das Google Possum Update ist es nun für Unternehmen einfacher, die in der klassischen [organischen Suche](#) ein geringes Ranking haben, doch in dem Kartenausschnitt zu erscheinen. Somit **müssen Unternehmen zusätzlich Local SEO betreiben**, um gefunden zu werden.

Keyword-Relevanz

Schon die kleinste Änderung in der Anfrage kann die Ergebnisse ändern. So können Suchanfragen wie „Kino“, „Kino Leipzig“ oder „Kino in Leipzig“ ganz unterschiedliche Treffer generieren. Für Webseitenbetreiber ist es mit dem Google Possum Update wichtig geworden, sich auf die wichtigsten Keywords zu konzentrieren.

Das Google Possum Update war der Startschuss für eine ausgefeilte Local SEO. Bei täglich 3,5 Milliarden Suchanfragen über mobile Geräte – bei der Gründung von Google 1998 waren es noch 10.000 – ist die Bedeutung für den geografischen Bezug vollkommen logisch und bietet dem Nutzer passgenauere Anfragen.

[Eine Übersicht über alle bisherigen Google-Updates finden Sie hier](#)

Profitieren Sie von unserer Expertise als [SEO-Agentur](#) und starten Sie mit uns durch!