

Venice Update

Stand: 04.07.2022

Definition

Das Venice Update erschien am 27. Februar 2012 und kündigte eine Änderung des [Algorithmus](#) der Suchmaschine Google an. Das Update steigert die Integration lokaler hybrider Suchergebnisse enorm. Suchergebnisseiten mit lokalen hybriden Ergebnissen wie Google Places-Einträgen unterschieden sich sowohl in ihrem Aufbau als auch in ihrer Gestaltung von herkömmlichen Suchergebnisseiten: Einträge in das Branchenbuch Google Places, die mit der Suchanfrage korrelieren, erscheinen innerhalb der organischen Suche. Die Einträge sind dabei in einem Block bestehend aus sieben Einträgen innerhalb der restlichen Ergebnisse zusammengefasst und mit einer Adresse für das jeweilige Unternehmen versehen. Darüber hinaus können lokale Treffer auch in den Universal Search eingebettet werden. Je nach Art der Integration unterscheidet sich der verwendetet Ranking-Algorithmus. Das Update hat folglich einen sehr starken Einfluss auf die Suchmaschinenoptimierung.

Suchergebnisseiten mit lokalen hybriden Ergebnissen

Suchergebnisseiten mit lokalen hybriden Ergebnissen wie Google Places-Einträgen unterschieden sich sowohl in ihrem Aufbau als auch in ihrer Gestaltung von herkömmlichen Suchergebnisseiten: Einträge in das Branchenbuch Google Places, die mit der Suchanfrage korrelieren, erscheinen innerhalb der **organischen Suche**. Die Einträge sind dabei in einem Block bestehend aus sieben Einträgen innerhalb der restlichen Ergebnisse zusammengefasst und mit einer Adresse für das jeweilige Unternehmen versehen. Durch die Platzierung der lokalen hybriden Ergebnisse vermindert sich die Anzahl der organischen Suchergebnisse auf der Search Engine Result Page ([SERP](#)).

Im Vergleich dazu können Google Places-Einträge auch über die Universal Search-Integration auf herkömmlichen Suchergebnisseiten eingebettet werden. In diesem Fall werden die gebündelten Branchenbucheinträge durch das Title-Tag „Orte für“ kenntlich gemacht. Zudem werden nur drei Einträge platziert. Außerdem werden die Suchergebnis-Titel, anders als bei der Integration in hybride Suchergebnisseiten, nicht an die in der Suchanfrage verwendeten Keywords angepasst.

Auch der von Google verwendete Ranking-Algorithmus unterscheidet sich je nach Art der Integration: Anders als bei der Universal Search-Integration stellen die Places-Einträge innerhalb von lokalen hybriden Suchergebnisseiten tatsächliche organische Treffer dar, die lediglich als Places-Einträge maskiert werden. Diese Maskierung der Suchergebnisse kommt vor allem bei besonders generischen Suchanfragen (z.B. „Café Braunschweig“) zum Einsatz. Bei Suchanfragen, die Markennamen enthalten (z.B. „Starbucks Braunschweig“), werden die Branchenbucheinträge in der Regel in den Universal Search integriert.

Einfluss auf SEO

Durch die stärkere Integration lokaler Suchergebnisse steigert Google das Nutzererlebnis bei der Verwendung der Suchmaschine maßgeblich, da lokale Suchergebnisse oftmals relevanter für die Suchmaschinennutzer sind. Dementsprechend spielen bei Suchanfragen die [IP-Adresse](#) des Nutzers oder etwaige Standorteinstellungen innerhalb der Suchmaschine eine maßgebende Rolle. Dieser Fokus wird mit

der steigenden Anzahl an **mobilen Suchanfragen** noch entscheidender.

Das Venice Update beeinflusst die [Suchmaschinenoptimierung](#) (SEO) weitreichend, denn die lokale Ausrichtung von Webseiten und ihren Inhalten gewinnt maßgeblich an Bedeutung. Dies ist besonders für lokal verankerte Unternehmen mit regionalen Kunden entscheidend, denn sie haben nun die Möglichkeit ihren [PageRank](#) in der organischen Suche nachhaltig und merklich zu verbessern. Durch eine stärkere Verankerung des jeweiligen Ortes in den Metadaten der Domainseiten und durch einen regional verankerten Linkaufbau können Webseitenbetreiber erste Maßnahmen für die Verbesserung ihres Rankings einleiten. Auch eine Keywordanalyse in Hinblick auf lokal relevante Keywords ist empfehlenswert.

Im Gegensatz dazu können Unternehmen, die nicht lokal verankert sind und ihre Produkte ausschließlich online verkaufen, durch die Fokussierung auf lokale Treffer schlechter ranken. Webseiten mit einem sehr guten PageRank müssen allerdings nicht mit einer Abstufung rechnen.

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