



## Auflockerung der Keyword-Option „genau passend“

Wie Google kürzlich bekannt gab, wird die Keyword-Option „genau passend“ (exact match) erweitert. Dadurch soll die Keyword-Erstellung für Adwords-Nutzer erleichtert und die Reichweite verbessert werden.

Bisher wurden Anzeigen bei exakten Keywords nur dann ausgespielt, wenn sich Suchbegriff und Keyword entsprachen. Berücksichtigt wurden dabei nur unterschiedliche Singular/Plural-Formen und Rechtschreibfehler.

Suchbegriff	Matchtype	Keyword
zahnärzte münchen	Genau passend	[zahnarzt münchen]
zahnarzte münchen	Genau passend	[zahnarzt münchen]

Diese Regelung gilt nach wie vor, wird jedoch um folgende Optionen erweitert:

## 1. Funktionswörter

Google kann ab sofort Funktionswörter, wie

- Präpositionen (in, auf, an)
- Konjunktionen (und, je, wie)
- Artikel (der, die, das) und
- ähnliche Füllwörter

bei genau passenden Keywords ignorieren, hinzufügen oder austauschen.

Keyword	Suchbegriff	Vorgang
restaurant augsburg	restaurant in augsburg	Funktionswort hinzugefügt
reise nach italien	reise italien	Funktionswort entfernt
uhren aus der schweiz	uhren von der schweiz	Funktionswort geändert

Es wird darauf geachtet, dass der Sinn des ursprünglichen Keywords beibehalten wird. So ist zum Beispiel ein Match zwischen „flüge nach berlin“ und „flüge aus berlin“ nicht möglich.

## 2. Wortstellung

Des Weiteren muss die Reihenfolge der Wörter nicht mehr zwingend gleich sein:

Keyword	Suchbegriff
xpose360 augsburg	augsburg xpose360

Spannend bleibt, ob Google es schafft diese Keyword-Änderungen wirklich immer so durchzuführen, dass die exact Keywords ihre ursprüngliche Intention nicht verlieren.