

# GS1 SmartSearch

## Häufig gestellte Fragen

### 1. Was ist GS1 SmartSearch?

GS1 SmartSearch ist ein GS1 Standard der es einfacher macht, Produktinformationen im Internet für Suchmaschinen sichtbar zu halten (und ebenso für Seiten von Herstellern, Detailhändlern sowie in sozialen Medien).

### 2. Was sind die Vorteile von GS1 SmartSearch?

GS1 SmartSearch führt zu höheren Abverkäufen indem:

- Die Suchresultate relevanter sind
- In den Suchresultaten detailliertere und präzisere Produkteinformationen angezeigt werden

### 3. Was ist die Funktionalität von GS1 SmartSearch?

GS1 SmartSearch stellt Webentwicklern eine Möglichkeit zur Verfügung, Produktinformationen standardisiert und strukturiert auf Webseiten einzubauen, so dass diese für Suchmaschinen verwendbar sind.

Indem die Produktdaten strukturiert werden, helfen die Firmen den Suchmaschinen, für Konsumenten relevantere Suchresultate zur Verfügung zu stellen. Die bewirkt ein häufigeres Durchklicken zu den jeweiligen Produktseiten und damit zu höheren Abverkäufen.

### 4. Wie ist GS1 SmartSearch zu GS1 GDSN und GS1 Source kompatibel?

GS1 SmartSearch ergänzt GDSN und GS1 Source. GS1 SmartSearch ist eine Methode, um Produktdaten in einer webfreundlicheren Weise zu formatieren. Nutzer von GS1 GDSN und GS1 Source können das GS1 SmartSearch-Format zu ihren bestehenden Produktdaten-Outputs hinzufügen. GDSN Services sind wertvolle «One stop Shops» für Detailhändler, um Produktinformationen einfach von einem einzigen Ort zu beziehen, speziell, wenn sie Produkte von hunderten oder von tausenden von Lieferanten verkaufen.

In Zukunft können diese Services Daten in einem GS1 SmartSearch-Format zwischen den Markenherstellern und den Wiederverkäufern als Teil ihres Servicepaketes austauschen. Service-Provider wie solche für GDSN, können Daten, die gemäss GS1 SmartSearch formatiert sind, für das direkte Einbauen in die unterliegenden Codes von Webseiten ausgeben oder dieses Format speichern, damit es für eine Reihe von Datennutzern zur Verfügung steht.

## **5. Wenn alle Firmen GS1 SmartSearch nutzen, wird es dann seinen Wert verlieren?**

Nein, der Wert von GS1SmartSearch wird mit zunehmender Verbreitung steigen. Dies, weil Suchmaschinen ein spezielles Augenmerk auf das Vokabular-Muster haben, das GS1 SmartSearch für ihre Indexierungsseiten zur Verfügung stellt. Dies ist vergleichbar mit der aktuellen Datenformatierung von schema.org. In der Folge werden Seiten ohne GS1 SmartSearch weniger Relevanz für Suchmaschinen haben und weniger prominent in Suchresultaten erscheinen.

## **6. Werden Suchmaschinen wie Google GS1 SmartSearch öffentlich befürworten? Besteht ein Problem, wenn sie das nicht machen?**

Google hat JSON-LD (JavaScript Object Notation – Linked Data) bereits als Methode befürwortet, die es ihren Indexierungsmaschinen ermöglicht, eine Internetseite besser zu verstehen. GS1 SmartSearch ist nichts anderes als ein nach JSON strukturierter Datensatz, mit einem definierten und schematisierten Vokabular, das Produkte im Detail beschreibt. Deshalb besteht keine Notwendigkeit für Google, GS1 SmartSearch noch einmal speziell öffentlich zuzulassen. Zudem macht Google sich öffentlich stark dafür, dass der GTIN für alle Produkte verwendet wird, die an Google Shopping übermittelt werden. Google stuft also den GTIN als einen wichtigen Produktidentifikator ein.

## **7. Empfiehlt und unterstützt Google aktuell JSON-LD?**

Ja, Google unterstützt JSON-LD. Zusätzlich hat Google auch ein strukturiertes Daten-Test-Tool aufgeschaltet, das es erlaubt, Seiten mit GS1 SmartSearch zu testen. Sie finden es hier: <https://developers.google.com/structured-data/testing-tool/>. Eventuell erscheint die getestete Datenstruktur im Titel als «unspecified type», aber das Testresultat lautet «all good».

## **8. Wie ist bewiesen, dass GS1 SmartSearch effektiv zu relevanteren Suchresultaten führt?**

Abgeschlossene Tests von GS1 UK haben gezeigt, dass Produkte auf einer Testseite in den relevanten Suchresultaten besser positioniert sind. Dabei ist es wichtig, den Begriff «relevantes Suchresultat» genau zu kennen: Wenn bei der Suche bestimmte Schlüsselbegriffe eingegeben wurden (wie zum Beispiel «lila Ballettschuhe Grösse 6») zeigte die Seite mit den nach GS1 SmartSearch modulierten Daten gute Resultate. Eher vage Suchbegriffe wie «lila Ballettschuh» zeigten wenig unterschiedliche Resultate, da hier die Suchmaschinen im Titel oder Header des nach HTML-Standard gestalteten Textes schon die relevanten Informationen fanden.

## 9. Wie ist die Beweislage, dass bessere Suchresultate zu höheren Abverkaufsrate führen?

Eine Analyse einer Studie von Searchmetrics aus dem Jahr 2014 zeigt:

- Mehr als 80 % der Onlinekäufe beginnen mit einer Suche auf Google
- Die oberste Position in der Google-Suche führt zu einer um > 25 % höheren Klickrate
- Seiten, die mit strukturierten Daten in der Form von "rich snippets" arbeiten, werden besser gefunden

## 10. Wenn zwei Detailhändler (oder ein Markeninhaber und ein Detailhändler) GS1 SmartSearch verwenden, um das gleiche Produkt auf ihrer Webseite darzustellen, wie entscheidet dann die Suchmaschine, welche Webseite relevanter ist?

Wie eine Suchmaschine entscheidet, welche Webseite relevanter ist, ist das "Geheimnis" der entsprechenden Suchmaschinen. Deshalb ist die beste Empfehlung, dass alle Teilnehmer in einer Versorgungskette – vom Markeninhaber bis zum Detailhändler – eine hohe Datenqualität publiziert. GS1 SmartSearch ist eine Methode, um dieses Ziel zu erreichen.

## 11. Wie entscheidet Google bei seinen Suchresultaten, ob die Ergebnisse in Form von "Standard-Resultaten" oder "rich snippets" angezeigt werden?

Auf ihrer Entwicklerseite <https://developers.google.com/structured-data/rich-snippets/products> beschreibt Google, wie Informationen über ein Produkt moduliert werden können, damit diese auch sicher von Suchmaschinen gefunden werden und wie das entsprechende Suchergebnis als "rich snippet" aussieht. Das GS1-Team in UK hat in seinen Tests festgestellt, dass die Daten, die mit GS1 SmartSearch moduliert wurden, sich für "rich snippets" eignen, sofern die Begriffe in JSON-LD den Eigenschaften entsprechen, wie sie im oben angegebenen Link beschrieben werden. Die gute Nachricht ist, dass das genau die gleichen Eigenschaften sind, die dem GS1 SmartSearch Vokabular entsprechen!

## 12. Was ist der Unterschied zwischen dem Vokabular von [schema.org](https://schema.org) und demjenigen von GS1 SmartSearch?

[Schema.org](https://schema.org) definiert aktuell Basiseigenschaften von Produkten und Offerten, um diese für semantische Darstellungen für eine Webseite zu verwenden. GS1 SmartSearch erweitert das schema.org Vokabular so umfassend, dass detailliertere Produkteigenschaften für bestimmte Produktgruppen beschrieben werden können. Das geht über die Basiseigenschaften hinaus, die in schmea.org definiert sind (wie «GTIN13» oder "price").

### **13. Wie wichtig ist der GTIN als Datenattribut? Ist er wichtiger als andere Attributes oder ist er einfach ein Attribut unter vielen?**

Technisch gesprochen ist der GTIN einfach ein Attribut unter vielen, das nach den JSON-LD Formatvorgaben strukturiert wurde. Nur ist es so, dass Suchmaschinen den Wert des GTIN so verstehen, dass er es ihnen ermöglicht, sich mit Applikationen, die Barcodes scannen können, zu verbinden und so nach relevanten Ergebnissen zu suchen. Und so wird der GTIN zu einem wichtige Schlüsselwert für Suchmaschinen (als eineindeutiger oder einzigartiger Identifikator für Produkte), der es ihnen erlaubt, die Suchresultate verschiedener Seiten miteinander zu verbinden.

### **14. Es gibt Webseiten, die Geld mit Datenverkehr verdienen und deshalb bevorzugen, dass die Kunden ihre Webseite besuchen und sich nicht die Informationen auf Google holen. Diese mögen die Verwendung von strukturierten Daten nicht, da dann keine Notwendigkeit mehr gegeben ist, ihre Seiten zu besuchen. Sind für solche Webseiten, deren Ziel ein hoher Datenverkehr ist, strukturierte Daten überhaupt nützlich?**

Es gibt viele verschiedene Modelle für ein Onlinebusiness auf Grund der Art wie das Internet funktioniert. Bei GS1 dürfen wir nie den Fokus verlieren, dass es unser Ziel ist, für den Konsumenten zu arbeiten. Seit 40 Jahren erlauben es unsere Standards allen Organisationen in einer Versorgungskette, dem Konsumenten eine bessere Effizienz und Produktauswahl und bessere Preise und Serviceleistungen zur Verfügung zu stellen. GS1 SmartSearch ist ein weiteres Mittel, das dem Konsumenten erlaubt, vertrauensvoll das richtige Produkt auszuwählen. Die positiven Aspekte einer guten Qualität und richtiger und vollständiger Produktdaten sind Ziel und Mehrwert von GS1 SmartSearch.