

Voice-Search-Systeme im Check: Searchmetrics testet Google Home, Siri und Cortana

- *Google Home als klarer Testsieger konnte innerhalb von sieben Monaten seine Antwortquote um 17% steigern*
- *„W“-Fragen können insgesamt deutlich häufiger beantwortet werden*
- *Alle drei Sprachassistenten scheitern nur noch an 39 von 100 Fragen*

Berlin, 3. April 2018_ Einfach mit „Ok, Google“ die Antwort auf alle Fragen erhalten – oder doch nicht? Die Entwicklung von Voice Search, der sprachbasierten Suchfunktion mit Assistenten auf digitalen Geräten, macht insbesondere im Fall von Google Home weiter Fortschritte, doch generell ist weiterhin Luft nach oben. Interessanterweise verlernten die Smart Speaker auch einige Antworten im Vergleich zum ersten Test. Zu diesem Ergebnis kommt [Searchmetrics](#), weltweit führender Anbieter einer Enterprise Search- und Content-Marketing-Plattform, in seinem zweiten Praxistest der digitalen Sprachassistenten Google Home, Siri und Microsoft Cortina: [„Ok Google, lache laut über Siri“ – Sprachassistenten im Praxistest – Teil 2](#).

Ziel des Smart-Speaker-Praxistests von Searchmetrics war unter anderem, ob sogenannte Featured Snippets, der Knowledge Graph oder direkte Antworten auf eine Frage an oberster Stelle in den Suchergebnissen, bevorzugt werden und auf welche Fragen es noch keine (relevanten) Antworten gibt.

Ein erster Test fand bereits im August 2017 statt. Im Zeitraum bis zum jetzigen Test im März 2018 konnte Google Home seine Antwortquote um 17% steigern. Somit beantwortet Google Home mittlerweile fast doppelt so viele Fragen, wie das zweitplatzierte System Siri – Cortana liegt weiterhin auf dem dritten Platz. Zwar konnten nur 13 Fragen (vorher 12) von allen drei Sprachassistenten richtig beantwortet werden, allerdings scheiterten die Smart Speaker zusammen nur noch an 39, statt vorher an 47 Fragen. Bei den restlichen 41 Fragen hatte Google Home mit Abstand die höchste Antwortquote.

Ergebnisse im Detail – wie beeinflussen Suchintegrationen und Fragewörter die Antworten?

Knowledge Graph

Der Google Knowledge Graph ist ein Teil der Universal & Extended Search und damit eine Anreicherung der organischen Google-Suchergebnisse. Google Home kann mittlerweile alle Fragen (100%) korrekt beantworten, für die es eine Knowledge-Graph-Integration gibt. Im ersten Test waren es lediglich 80%.

Im Gegensatz dazu verschlechterten sich Siri (von 60% auf 50%) und Cortana (von 60% auf 57%).

Direct Answer / Featured Snippet

Bei der Beantwortung von Fragen, für die bei den Suchergebnissen Direct Answers oder Featured Snippets eingebunden sind, liegt die Antwortquote von Google Home vorn – hier hat sich der Sprachassistent von 66% auf 72% gesteigert. Dies betrifft beispielsweise Suchanfragen wie „Sind Spinnen Insekten?“, „Wo leben Pinguine?“ oder „Warum wurde die Berliner Mauer gebaut?“. Hier profitiert Google Home deutlich davon, dass eine riesige Websuchmaschine im Hintergrund liegt.

W-Fragen

W-Fragen können von allen drei Systemen öfter als alle anderen Fragen beantwortet werden. „Was“-Fragen wurden dabei am häufigsten beantwortet – so liegt der Mittelwert aller beantworteten Fragen bei 51% – die Beantwortung aller Nicht-„Was“-Fragen hingegen bei nur 34%.

Die Geräte im Überblick

Google Home

Auch Google-Home kann noch nicht zu jeder Suchanfrage Auskunft geben.

Dahingegen haben sich die Antwortquoten für Keywords, Phrasen und Fragen, die über ein hohes Suchvolumen verfügen deutlich verbessert. Zudem kann Google Home inzwischen Actions, Skills und Apps starten, wie bspw. TV Spielfilm für TV oder eine Mondphasen-App. Zudem entwickelte sich Google Home auch hinsichtlich des Antwortstils: So wurden bspw. viermal häufiger menschliche bzw. lustige Antworten gegeben und achtmal öfter Wikipedia explizit als Quelle genannt.

Siri – Apple

Siri hat sich im Prinzip seit dem letzten Test nicht geändert. Im Gegenteil – das System hat teilweise sogar Fragen verlernt. Die Antworten gehen oft sogar komplett am Thema vorbei, zum Beispiel bei Fragen wie *"Was essen Igel"* oder *"Was sind Verben"*.

Cortana – Microsoft

Cortana verfügt jetzt generell über eine deutlich bessere Spracherkennung als noch vor sieben Monaten und versteht mittlerweile die meisten Fragen.

Was die Antworten selbst angeht, gibt es bei Cortana jedoch keine sichtbare Verbesserung. Zwar werden nur noch in etwas über 60% (statt vorher 70%) aller Fälle Bing-Suchen ausgeführt, doch das liefert leider auch nicht mehr verwertbare Antworten.

Fazit:

- Es gibt mittlerweile deutlich weniger Fragen, auf die keiner der Sprachassistenten antworten konnte.
- Demgegenüber gibt es jetzt mehr Fragen, auf die alle Sprachassistenten antworten konnten.
- Insgesamt gibt es deutlich mehr Fragen, die nur Google Home beantworten kann – und entsprechend weniger Fragen, die nur die Siri oder Cortana beantworten können.

Daniel Furch, Director Marketing EMEA bei Searchmetrics, sieht in der Voice Search noch viel Optimierungspotenzial: „Betrachtet man das Gesamtergebnis des Praxistests, ist die Entwicklung von Voice Search zwar weiterhin ausbaufähig. Google Home allerdings hat sich allein in den letzten sechs Monaten ziemlich überzeugend weiterentwickelt. Dieser Trend wird weiter voranschreiten, da immer mehr Nutzer per Spracheingabe in ganzen Sätzen suchen: Optimierter Content wird dadurch in Zukunft einerseits für sogenannte Longtail-Suchanfragen und andererseits für die Anzeige in zusätzlichen Suchintegrationen immer wichtiger. Daher sollten die eigenen Inhalte – wenn sinnvoll – für die Anzeige in Featured Snippets und Direct Answers aufbereitet werden, um nicht nur in der Suche prominent zu erscheinen, sondern auch potenziell von Sprachassistenten als relevantestes Ergebnis ausgewählt und damit vorgelesen zu werden.“

Die vollständige Auswertung zu den Sprachassistenten im Praxistest ist verfügbar unter: https://blog.searchmetrics.com/de/2018/04/03/google-home-siri-cortana-sprach-assistenten-praxistest-2/?utm_source=PR&utm_medium=external+media&utm_campaign=2018%2F04-DE-Blog-Sprach-Assistenten-2

Für ein Webinar, welches zum Thema Voice Search und Sprachassistenten im Fokus: „Ok Google, nenn mir Optimierungspotenziale!“ am 25.04.2018 um 15:30 Uhr mit Bastian Grimm, PeakAce und Malte Landwehr von Searchmetrics, stattfindet, kann man sich hier anmelden: https://www.searchmetrics.com/de/news-und-events/webinar-voice-search/?utm_source=PR&utm_medium=external+media&utm_campaign=2018%2F02-DE-Webinar-Voice-Search.

Über den Versuchsaufbau und die Fragen:

Für den Praxistest wurden (dieselben, wie im ersten Test im August 2017) 100 Fragen mit monatlichem Suchvolumen zwischen 2.000 und 180.000 verwendet und an allen digitalen Assistenten getestet. Untersucht wurden Google Home, Microsoft Cortana auf einem Windows-Computer und Siri auf einem iPhone.

Über Searchmetrics

Searchmetrics ist Ihr Wegweiser für die Entwicklung von Content, der den Such-Intentionen von Nutzern entspricht – auf Basis der Deep-Learning Insights der Searchmetrics Suite™ und Searchmetrics Content Experience.

Search hat sich zu einem datengetriebenen Bereich entwickelt, der leistungsstarke Lösungen benötigt, um Unternehmen durch Recherche, Entwicklung und Optimierung relevanter Online-Inhalte zu führen. Searchmetrics bietet eine weltweit führende SEO- und Content-Performance-Plattform an und verlässt sich nicht auf die Daten von Dritten. Unsere historische Datenbank umfasst fünf Jahre und hält über 250 Milliarden

ständig aktualisierte Marktinformationen bereit. Damit verschafft Searchmetrics seinen Kunden einen enormen Wissensvorsprung und hilft ihnen, neue Geschäftspotenziale zu identifizieren.

Searchmetrics bietet Unternehmen, Agenturen, SEO-Teams oder Content Marketern Vorschläge für die Konzeptionierung, Identifikation und Optimierung relevanter Inhalte. Die Analysen machen deutlich, welche Inhalte in verschiedenen Ebenen wie organischen oder bezahlten Suchergebnissen sowie sozialen Netzwerken am besten funktionieren, wie der eigene Webauftritt aufgestellt ist und wie die Inhalte eines Unternehmens im Vergleich zum Wettbewerb performen.

Darüber hinaus ist die von Searchmetrics definierte SEO Visibility ein verlässlicher Indikator für die Sichtbarkeit von Websites in organischen Rankings von Suchmaschinen. Mehr als 100.000 Nutzer weltweit arbeiten mit Searchmetrics, darunter namhafte Marken wie etwa T-Mobile, eBay, Siemens und Zalando. Sie alle vertrauen auf Searchmetrics und 13 Jahre Produktinnovationen, um das Beste aus ihrer Online-Performance herauszuholen.

Searchmetrics hat Standorte in Berlin, San Mateo, New York und London und wird von der Verlagsgruppe Holtzbrinck und den renommierten Risikokapitalgesellschaften Iris Capital und Verdane Capital unterstützt. Weitere Informationen unter www.searchmetrics.com/de/.

Pressekontakte:

Nadja Schiller
Searchmetrics GmbH
Senior Marketing Manager Brand & PR
+49 30 322 95 35 - 52
n.schiller@searchmetrics.com

Shari Lüning
ELEMENT C GmbH
Consultant PR
+49 89 720 137 - 25
s.luening@elementc.de