

Die Neuen Quality Guidelines sind da!

REGULATION

© chrisdomey - Fotolia.com

#61715387

Diese Guidelines, werden den externen Google Spam Fightern (sozusagen Söldner für “Googles Anti Spam Task Force” aka GASTF) oder Quality Ratern (QR) regelmäßig zugetragen. Die Quality Raters untersuchen unzählige Webseiten im Netz manuell und bewerten diese nach den Qualitätsrichtlinien Googles. Je nach Bewertung kann das Ranking einer Seite stark fallen oder steigen – Grund genug die wichtigsten Punkte der “General Guidelines Version 5.0 vom 31. März 2014” vorzustellen:

– E. A. T.

Ein neues Bewertungskonzept für die Prüfer: Expertise – Autoritativeness – Trustworthiness

Je höher eine Webseite in diesen drei Bereichen ist, desto besser soll die Seite gewertet werden. Was bedeutet das genau? :

High quality pages and websites need enough expertise to be authoritative and trustworthy on their topic. Keep in mind that there are “expert” websites of all types, even gossip websites, fashion websites, humor websites, forum and Q&A pages, etc. In fact, some types of information are found almost exclusively on forums and discussions, where community of experts can provide valuable perspectives on specific topics.

- High quality medical advice should come from people or organizations with appropriate medical expertise or accreditation. High quality medical advice or information should be written or produced in a professional style and should be edited, reviewed, and updated on a regular basis.

- High quality financial advice, legal advice, tax advice, etc., should come from expert sources and be maintained and updated.
- High quality advice pages on topics such as home remodeling (which can cost thousands of dollars) or advice on parenting issues (which can impact the future happiness of a family) should also come from “expert” sources which users can trust.
- High quality pages on hobbies, such as photography or learning to play a guitar, also require expertise.

Some topics require less formal expertise. Many people write extremely detailed, helpful reviews of products or restaurants. Many people share tips and life experiences on forums, blogs, etc. These ordinary people may be considered experts in topics where they have life experience. If it seems as if the person creating the content has the type and amount of life experience to make him or her an “expert” on the topic, we will value this “everyday expertise” and not penalize the person/page/website for not having “formal” education or training in the field.

It’s even possible to have everyday expertise in YMYL topics. For example, there are forums and support pages for people with specific diseases. Sharing personal experience is a form of everyday expertise. Consider this example. [ein Gesundheitsforum wird verlinkt – Anm. d. Red.]

Here, forum participants are telling how long their loved ones lived with liver cancer. This is an example of sharing personal experiences (in which they are experts), not medical advice. However, specific medical information and advice (rather than descriptions of life experiences) should come from doctors or other health professionals.

Think about the topic of the page. What kind of expertise is required for the page to achieve its purpose well? The standard for expertise depends on the topic of the page.

(Hervorhebung von mir)

Besonders gefallen hat mir die „live experience“ – Menschen mit Expertise, selbst wenn diese nicht „formal“ ist, also ohne Ausbildung erworben, sollen positiv bewertet werden. Das wird alle Blogger

,Texter und Admins von Fach-Foren freuen, die ihr Hobby im Netz mit der Welt teilen: Weiter so!

Für YMYL-Seiten („Your Money Your Life“ – Seiten die beratenden Content bereitstellen – was ist die beste Altersvorsorge, was der beste Handyvertrag, Ernährungstipps, etc...) gelten die E-A-T Kategorien ganz besonders. Die Themen dieser Seiten sind in der Regel kritisch – wenn ich aufgrund einer solchen Seite eine schlechte Altersvorsorge treffe oder meine Ernährung ohne Konsultation eines Arztes auf Rohkost umstelle, kann ein immenser Schaden entstehen (deswegen „Your Money Your Life“). Deshalb sollen die QR hier ganz besonders gut hinschauen.

– Die Reputation einer Webseite

Nur weil ein Unternehmen meint, dass es super nett zu seinen Kunden ist und dies auch auf der eigenen Webseite stehen hat, muss das noch lange nicht der Fall sein. Deswegen sind die QR angehalten, nach externen Infos über die Webseite und das dahinterstehende Unternehmen zu suchen.

A website's reputation is based on the experience of real users, as well as the opinion of people who are experts in the topic of the website.

Many websites are eager to tell users how great they are. But for Page Quality rating, you must also look for outside, independent reputation information about the website. When the website says one thing about itself, but reputable external sources disagree with what the website says, trust the external sources.

Your job is to truly evaluate the Page Quality of the site, not just blindly accept information on one or two pages of the website. Be skeptical of claims that websites make about themselves.

Keep in mind that websites often represent real companies, organizations, and other entities. Therefore, reputation research applies to both the website and the actual company, organization, or entity that the website is representing.

Note: Some webmasters have read these rating guidelines and have included information on their sites to influence your Page Quality rating!

Natürlich gibt es kleine, regionale Unternehmen, deren Reputation im Netz nicht dargestellt wird. Nur weil jemand keine positiven „Social Signals“ hat, bedeutet das nicht, das man keine Reputation hat. In

diesem Fall soll eine fehlende Reputation im Netz kein Grund für ein schlechtes Ranking werden:

Frequently, you will find little or no information about the reputation of a website for a small organization. This is not indicative of positive or negative reputation. Many small, local businesses or community organizations have a small “web presence” and rely on word of mouth, not online reviews. For these smaller businesses and organizations, lack of reputation should not be considered an indication of low page quality.

– Supplementary Content

Inhalte, die den eigentlichen Content einer Seite ergänzen, sollen in der Bewertung einer Seite stärker gewichtet werden.

Helpful SC is content that is specifically targeted to the content and purpose of the page. For example, very helpful SC on a recipe page might be a feature to multiply or divide the recipe to make the right quantity of food for a given number of people. Very helpful SC content on a shopping page might be other popular makers or models of the same kind of product featured on the page.

Large websites with many pages benefit from helpful, specialized SC. SC allows users to find related and interesting content on websites with many pages. Smaller websites such as websites for local businesses and community organizations, or personal websites and blogs, may need less SC for their purpose. A page can still receive a High or even Highest rating with no SC at all.

Also, wer zusätzlich zum eigentlichen Content ergänzende Infos, Features oder ähnliches liefert (es sollte hilfreich sein!), der wird belohnt! Wer keinen liefert, wird aber nicht bestraft.

Es gibt entsprechend aber auch „bad supplementary content“: Wird dem Nutzer vorgegaukelt, dass sich hinter einem Button „ergänzender Inhalt“ findet, dort tatsächlich aber Werbung oder etwas anderes als angezeigt angeboten wird, so soll diese Webseite abgewertet werden.

– Funktionale Webseitenstruktur

Dieser Punkt ist zwar nicht neu, doch es lohnt sich, ihn zu wiederholen:

Die QR sollen nicht die „Schönheit“ oder das „Design“ einer Webseite beurteilen – sondern, ob die Seite sinnvoll aufgebaut ist:

High quality pages are designed to achieve their purpose: they are well organized, use space effectively, and have a functional overall layout.

(...)

Important: Some pages are “prettier” or more professional looking than others, but you should not rate based on how “nice” the page looks. A page can be very functional and achieve its purpose without being “pretty”.

Dieser Punkt bezieht sich aber nur auf die QRs – ein Nutzer schätzt ein gutes Design!