

Google Core Updates: Was tun?

Wie “schützt” man sich vor Google Updates?

Die Anforderungen seitens Google an eine erfolgreiche Website werden immer härter. Wer in den Suchergebnissen weit vorne sein will und viele Besucher erreichen will, muss in den verschiedensten Disziplinen überzeugen. Die Seite muss unter anderem technisch auf einem stabilen Fundament stehen, starke Inhalte bieten und natürlich optisch überzeugen. Und zusätzlich noch eine Vielzahl weiterer Faktoren. Umso schwieriger machen es Core Updates, die nicht einen speziellen Qualitätsfaktor angehen, sondern einfach allgemeine Veränderungen vornehmen.



Damit die Seite auch nach dem nächsten Google Update weiter gut im Ranking dasteht, muss man vorher verstehen, wie Google bei Core Updates vorgeht und auch hinterher richtig reagieren.

Welche Google Updates gibt es?

Google führt permanent Updates durch und jedes Jahr werden viele hundert Änderungen am Algorithmus vorgenommen. Die wenigen größeren Updates werden Core Updates genannt und sorgen meist für sehr starke Veränderungen in den Rankings.

Wie tickt Google?

Was sind eigentlich die Ziele von Google? Klar primär natürlich Geld verdienen, aber um das bestmöglich zu realisieren, will die Suchmaschine seinen Nutzern eben die besten Suchergebnisse anbieten. Nur dann werden die Nutzer auf Dauer wiederkommen und Google wird weiter Geld verdienen. Zufriedene Nutzer sind treue Nutzer. Und genau so sieht es auch bei der eigenen Website aus. Für die besten Suchergebnisse wird der Algorithmus ständig weiterentwickelt und im Zuge dessen wirbeln größere und kleinere Updates die Suchergebnisse öfter mal ordentlich durcheinander.

Wie erkenne ich die Gründe für eine Veränderung?

Ist Eure Website von einem Update betroffen, kann dies natürlich in beide Richtungen ausschlagen. Entweder eure Platzierungen haben sich verbessert, dann habt Ihr definitiv etwas richtiggemacht. Oder Eure Rankings sind abgestürzt und es stellt sich die Frage, warum? Wenn es keine offiziellen Aussagen seitens Google gibt, hilft hier nur:

- Welche Seiten sind noch betroffen?
- Was haben die Verlierer gemeinsam?
- Welche Unterseiten oder Rankings sind genau betroffen?
- Welche Maßnahmen wurden hier durchgeführt?

Andererseits kann man natürlich auch genau gucken, was machen die Gewinner besser? Das ist sowohl für Verlierer als auch für nicht betroffene Seitenbetreiber interessant. Auch größere Seiten, die nicht von einem Update betroffen sind, sollten hier untersucht werden.

Was könnt Ihr tun, um vor zukünftigen Updates sicher zu sein?

Ganz einfach: Haltet euch an die Regeln, die Google vorgibt. In der Praxis ist es natürlich etwas schwieriger. Praktiken, die heute funktionieren, können schon nach dem nächsten Update schädlich sein. Viele Tricks und einfache Mittel von früher funktionieren heute schon nicht mehr und diese Entwicklung wird weitergehen. Erfolg haben kann nur der, der langfristig auf die gleichen Ziele hinarbeitet, die Google auch vorgibt. Nämlich den User Intent zu erkennen und zu erfüllen. Wer das beste Suchergebnis anbietet, sollte auch bei Google ganz oben stehen. Das ist das Ziel der Suchmaschine und sollte daher auch Euer Ziel sein.

Keine Seite kann 100% vor Updates sicher sein. Aber eine Website muss sich weniger Sorgen vor eventuellen Verschiebungen nach einem Google Update machen, wenn Sie ehrlichen und guten Content anbietet und eben genau das bereitstellt, was die Nutzer suchen. Dann habt Ihr auch keine Tricks nötig.

Unser Tipp: Auf Google hören

Im letzten Google [Webmaster-Hangout](#) nannte Johannes Müller drei Punkte, die man für die eigene Website überprüfen sollte:

- Macht die Website einen veralteten Eindruck?
- Gibt es bekannte Autoren?
- Werden Autorenbilder statt Stockfotos genutzt?

Autorenbilder stehen für Qualität und steigern die User-Experience. So wird Vertrauen geschaffen. Besonders der Faktor „EAT“ (Expertise, Authoritativeness, Trustworthiness) scheint immer wichtiger zu werden. Wer sich diesen erarbeitet, wird von Google auch belohnt. Wer eine maßgebliche Informationsquelle ist, wird in den Suchergebnissen öfter geklickt, einfach weil Nutzer die Marke kennen und sich von Ihrer Kompetenz erwarten.

Zusätzlich könnt Ihr euch an der schon 2011 von Google veröffentlichten [Qualitäts-Checkliste](#) orientieren. Hinterfragt Eure eigene Website. Anhand der 23 Fragen könnt Ihr eure Website testen und bekommt einen genaueren Eindruck, worauf es für Google ankommt. Das ist auf jeden Fall auch einfacher, als die vielen Seiten in den Google Quality Rater Guidelines komplett zu lesen.

Was sind Eure Erfahrungen mit Google Updates? Hat es Euch schon mal erwischt oder habt Ihr schon von einem Update profitiert?

Titelbild © chrupka – stock.adobe.com