

Tschau SEO-Texte: Das Google Helpful Content Update

Das Google Helpful Content Update erklärt

Googles neues Update für Helpful Content (hilfreiche Inhalte) zielt auf [Websites](#) ab, die Inhalte gezielt für Suchmaschinen erstellen. Das könnte die Art, wie Online-Inhalte für Suchmaschinen optimiert werden nachhaltig verändern.

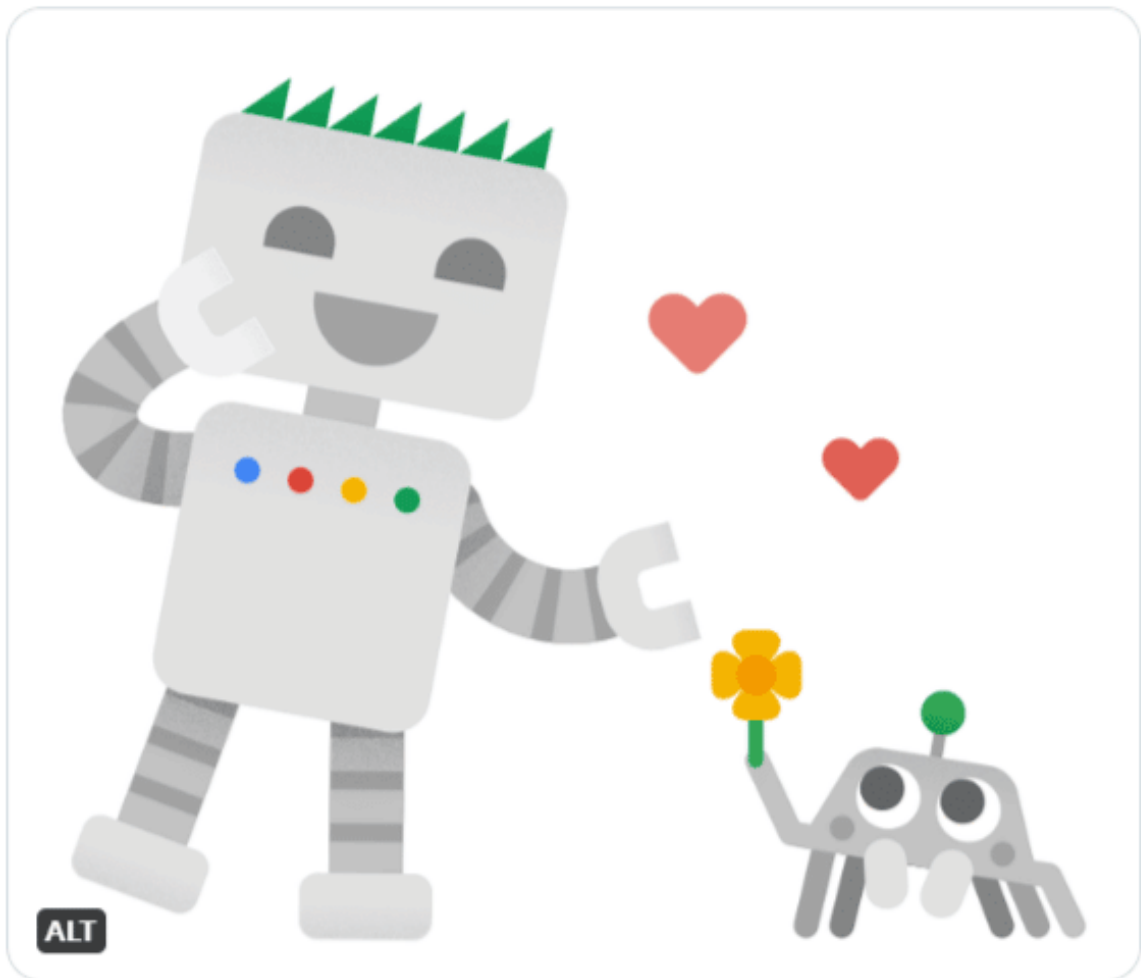
Google wird in Kürze eine Änderung an seinem Suchalgorithmus vornehmen, die sich als eine der bedeutendsten Änderungen seit über einem Jahrzehnt erweisen könnte, das so genannte „helpful content update“.

Das Helpful Content Update zielt auf Websites ab, die einen relativ hohen Anteil an unbefriedigenden oder wenig hilfreichen Inhalten aufweisen, die eher für Suchmaschinen als für Menschen geschrieben wurden. Diese Aktualisierung wird jedoch zunächst weltweit nur für englischsprachige Suchanfragen eingeführt.



Google Search Central  @googlesearchc · 18. Aug. ...

Next week, we will launch the “helpful content update” to better ensure people see more original, helpful content written by people, for people, rather than content made primarily for search engine traffic. Learn more & advice creators should consider: developers.google.com/search/blog/20...



 166

 1.642

 2.334



Google selbst kündigte das neue Update an.

Was ist das Helpful Content Update von Google?

Das neue Google-Update für hilfreiche Inhalte zielt speziell auf „Inhalte, die in erster Linie für ein gutes Ranking in Suchmaschinen erstellt wurden und nicht, um Menschen zu helfen oder zu informieren“.

Der Zweck dieses Algorithmus-Updates ist es, Suchenden zu helfen, „hochwertige Inhalte“ zu finden, so Google. Google möchte bessere und nützlichere Inhalte belohnen, die für Menschen geschrieben wurden und den Nutzern konkret weiterhelfen sollen.

Es geht also um „suchmaschinenorientierte Inhalte“ oder „[SEO-Inhalte](#)“. Der neue Algorithmus von Google zielt darauf ab, diese Art von Websites herabzustufen und gleichzeitig hilfreiche Websites über Suchmaschinen weiter zu fördern.

Google sagte, dies sei ein „fortlaufendes Bestreben, minderwertige Inhalte zu reduzieren und es einfacher zu machen, Inhalte zu finden, die sich in der Suche authentisch und nützlich anfühlen“.

Wann wird das Helpful Content Update eingeführt?

Das Update wird ab nächster Woche in den USA verfügbar sein. Laut Google wird es bis zu zwei Wochen dauern, bis das Update vollständig ausgerollt ist. Sobald es neue Erkenntnisse gibt, werden wir euch natürlich auf dem Laufenden halten.

Update nach einer Woche: Noch keine relevanten Änderungen zu sehen

Das Google Helpful Content Update ist jetzt seit mehr als einer Woche ausgerollt, doch noch sind kaum nennenswerte Änderungen erkennbar. Wo bei ähnlichen [Google Updates](#) schon nach wenigen Tagen große Änderungen sichtbar wurden, fallen bisher laut [Sistrix](#) noch keine Verschiebungen auf. Auch Google selbst äußerte sich bisher in Person von Danny Sullivan nur vage.



Danny Sullivan ✓
@dannysullivan



Antwort an [@glenngabe](#)

Update isn't done. It's also part of a continuing effort, as we've explained. We'll keep refining how it works. Directionally, the guidance we've given is what SEOs and creators should be considering.

[Tweet übersetzen](#)

4:46 nachm. · 31. Aug. 2022 · Twitter for iPhone

10 Retweets 10 Zitierte Tweets 62 „Gefällt mir“-Angaben



Danny Sullivan ✓ @dannysullivan · 31. Aug.



Antwort an [@dannysullivan](#) und [@glenngabe](#)

I also get that when we announce an update, there are the memes and the gifs and the jokes and the OMG the sky is falling reactions that can even make me laugh. But updates don't necessarily mean a big giant shift. If you have good content, you're generally fine...

11

23

47



Danny Sullivan ✓ @dannysullivan · 31. Aug.



Those who have content with issues, there can be reasons why they might not want to be particularly vocal about a change...

Sullivan von Google reagierte bisher gelassen auf Nachfragen nach dem Update.

Auf welche Arten von Inhalten wird sich das Update auswirken?

Während die neuen Algorithmen nicht speziell auf eine bestimmte Nische abzielen, sagte Google, dass diese Arten von Inhalten am meisten betroffen sein könnten:

- Online-Bildungsmaterial
- Kunst und Unterhaltung
- Einkaufen
- Technischer Bereich

Der Grund dafür ist, dass Inhalte in diesen Bereichen in der Vergangenheit vermehrt für Suchmaschinen als für Menschen verfasst wurden. Daher sind diese Bereiche vom Helpful Content Update möglicherweise stärker betroffen als andere Bereiche.

Das Helpful Content Update ist ein seitenübergreifender Algorithmus

Im Gegensatz zu vielen anderen Google-Algorithmen, die seitenweise angewendet werden, gilt das neue Update für hilfreiche Inhalte für die gesamte Website. Das heißt, wenn Google feststellt, dass eine Website eine relativ große Menge an nicht hilfreichen Inhalten produziert, die in erster Linie für das Ranking in der Suche geschrieben wurden, dann wird zukünftig die gesamte Website davon betroffen sein.

Google sagt nicht genau, wie viel Prozent der Seiten auf einer Website hilfreich oder nicht hilfreich sein müssen, um diese Klassifizierung auszulösen, es kann aber passieren, dass das Update trotz vieler weiterer hochwertiger Inhalte negativ wirkt.

Das heißt: Wenn Ihr hilfreiche Seiten habt, aber ein relativ großer Teil des Contents nicht hilfreich ist, werden auch die hochwertigen Inhalte oder Abschnitte der Website von diesem Update betroffen sein.

Außerdem soll gelten: Das Entfernen von nicht hilfreichen Inhalten könnte die Platzierung der anderen Inhalte verbessern.

Wie man hochwertige Inhalte erstellt – Googles Ratschläge

Wie schon bei früheren Updates, wie dem [Panda-Update](#), den Core-Updates und dem Produktbewertungs-Update, hat Google eine Liste von Fragen bereitgestellt, die sich Websitebetreiber zu ihren Inhalten stellen können, um Inhalte zu erstellen, die durch das Helpful Content Update belohnt werden. Generell gilt der People-first-Ansatz.

- Habt Ihr ein bestehendes oder angestrebtes Publikum für Euer Unternehmen oder Eure Website, das den Inhalt nützlich finden würde, wenn es direkt zu ihm käme?
- Zeigen Eure Inhalte eindeutig Fachwissen aus erster Hand und ein umfassendes Wissen (z. B. Fachwissen, das aus der tatsächlichen Nutzung eines Produkts oder einer Dienstleistung oder dem Besuch eines Ortes stammt)?
- Hat Eure Website ein Hauptziel oder ein Schwerpunktthema?
- Wird jemand nach dem Lesen Eurer Inhalte das Gefühl haben, genug über ein Thema gelernt zu haben, um sein Ziel zu erreichen?
- Hat jemand nach der Lektüre Eurer Inhalte das Gefühl, eine zufriedenstellende Erfahrung gemacht zu haben?
- Haltet Ihr euch an die Google-Richtlinien für [Core-Updates](#) und für [Produktbewertungen](#)?

Und wenn es darum geht, Inhalte zu vermeiden, die in erster Linie für die Suchmaschine bestimmt sind, hat Google folgende Fragen formuliert:

- Sind die Inhalte in erster Linie für Suchmaschinen und nicht für Menschen gemacht?
- Produziert Ihr eine Vielzahl von Inhalten zu verschiedenen Themen in der Hoffnung, dass einige davon in den Suchergebnissen gut abschneiden?
- Verwendet Ihr eine umfassende Automatisierung, um Inhalte zu vielen Themen zu produzieren?
- Fasst Ihr hauptsächlich zusammen, was andere zu sagen haben, ohne viel Mehrwert zu bieten?
- Schreibt Ihr über Dinge, weil sie gerade im Trend liegen, und nicht, weil Ihr darüber für Eure [Zielgruppe](#) schreiben wollt?
- Hinterlassen Eure Inhalte bei den Lesern das Gefühl, dass sie erneut suchen müssen, um bessere Informationen aus anderen Quellen zu erhalten?
- Haltet Ihr Euch an eine bestimmte Wortzahl, weil Ihr gehört oder gelesen habt, dass [Google](#) eine bestimmte Wortzahl bevorzugt? (Das tut Google nicht).
- Habt Ihr Euch für ein Nischenthema entschieden, ohne wirkliches Fachwissen zu haben, sondern hauptsächlich, weil Ihr Euch davon Suchanfragen erhofft?
- Verspricht Euer Inhalt, eine Frage zu beantworten, auf die es in Wirklichkeit keine Antwort gibt,

wie z. B. die Behauptung, dass es ein Veröffentlichungsdatum für ein Produkt, einen Film oder eine Fernsehsendung gibt, obwohl es nicht bestätigt ist?

Verluste nach dem Helpful Content Update: Es könnte Monate dauern, sich zu erholen

Beim neuen Update handelt es sich um Änderungen am [Algorithmus](#), das heißt alle Ranking-Veränderungen laufen automatisch ab, ohne dass sich Google Mitarbeiter die Seiten einzeln angucken.

Wenn eine Website jedoch von dieser Neueinstufung betroffen ist, kann es mehrere Monate dauern, bis sie sich erholt hat. Die Website muss anschließend im Laufe der Zeit beweisen, dass sie ihre Inhalte nicht mehr nur aus dem Grund veröffentlicht, um in den Suchmaschinen zu ranken. Google muss die neuen Inhalte bewerten und das braucht Zeit.

Es scheint also eine Art Wartezeit zu geben – vielleicht eine Validierungsphase -, die Websites durchlaufen müssen, um den Google-Algorithmen zu zeigen, dass die Website in erster Linie hilfreiche Inhalte für Menschen bietet.

Diese Validierungsphase ist automatisiert, und während Google die Punktzahlen für seine Rankings auf Ihrer Website laufend aktualisiert, wird sich eine Änderung, die heute vorgenommen wird, wahrscheinlich erst in einigen Monaten in den Google-Rankings niederschlagen.

Die Algorithmen sollten auch bei der Bewertung von Helpful Content mit der Zeit besser werden, da das automatische maschinelle Lernen und die Google-Algorithmen regelmäßig optimiert werden.

Wie bewertet Google die Inhalte?

Google sagt, dass das Helpful Content Update eine Vielzahl von Signalen über die Seite und die Website berücksichtigt, um das Ranking einer Seite zu bestimmen.

Laut Google wurden diese neuen Ergebnisse mit den eigenen Qualitätsbewertern überprüft und bestätigt, dass das Helpful Content Update auch wirklich die Suchqualität von Google verbessert. Dies gilt für die meisten, wenn nicht sogar für alle Verbesserungen, die Google in Bezug auf das Ranking und die Benutzerfreundlichkeit der Suche vornimmt.

Wird das Helpful Content Update so bedeutend sein wie zum Beispiel das Panda-Update?

Für viele SEOs, die das Google [Panda-Update](#) vom Februar 2012 miterlebt haben, hat es für immer die Art und Weise verändert, wie Google Inhalte und Webseiten bewertet. Dieses Update klingt sehr ähnlich wie das vergangene Panda-Update.

Wir vermuten, dass SEOs wie bei Panda auf Googles Helpful Content Update zurückblicken und sagen werden, dass es eine grundlegende Veränderung der SEO-Content-Strategie bewirkt hat. Wahrscheinlich werden wir erst nach einiger Zeit sehen, wie genau sich dieses Update langfristig auswirken wird.



Barry Schwartz ✓
@rustybrick



SEOs will look back at this update and it should be like a Panda, Penguin, Florida update type of update - it may change how content SEO is done going forward. Lots of coverage of this update summarized at [@Techmeme](#)

[Tweet übersetzen](#)

 **Techmeme** ✓ @Techmeme · 18. Aug.

Google plans to prioritize "content made specifically by and for people" in Search in English globally, covering shopping, tech-related content, and more (@zombie_wretch / The Verge)

theverge.com/2022/8/18/2330...
techmeme.com/220818/p21#a22...

SEO Experte Barry Schwartz sieht durch das Update viele Veränderungen kommen.

Unser Fazit:

Das Google Helpful Content Update wird wahrscheinlich ein bedeutendes Update sein, auf das SEOs in Bezug auf die Ratschläge, die sie ihren Kunden bei der Erstellung von Inhalten geben, und ihre eigenen Maßnahmen zurückblicken werden.



Wir denken, dass die Auswirkungen extrem groß sein können. Es könnte eine noch größere Kluft zwischen reinen SEO-Texten und hochwertigen Inhalten entstehen.

Zum jetzigen Zeitpunkt ist es noch zu früh, um genau Aussagen über die Auswirkungen zu machen. Google selbst informiert [hier](#) über Neuerungen beim Ranking in der Google Suche. Wir behalten das Ganze aber im Auge und wenden die Ratschläge von Google schon jetzt auf unsere Maßnahmen an. Wer schon immer hochwertige Inhalte mit Mehrwert und mit Blick auf den tatsächlichen User Intent erstellt hat, wird sich in den neuen Ratschlägen aber sowieso wiederfinden.

Titelbild © Pixelbliss / stock.adobe.com