

Google Fred Update

Was ist das Google Fred Update?

Das **Google Fred Update** beschreibt ein Google Qualitäts-Update, das im Jahr 2017 von Google veröffentlicht wurde. Betroffen von diesem Update waren vor allem Seiten, die qualitativ minderwertige Inhalte ohne Mehrwert enthalten und Seiten, die viele Werbebanner und andere Werbung aufweisen.

Hintergrund zum Google Fred Update

Im März 2017 wurde das Google Ranking mal wieder ordentlich durcheinandergewürfelt. Es lag deshalb schnell die Vermutung nahe, dass Google zu diesem Zeitpunkt ein Update am [Ranking-Algorithmus](#) durchgeführt hat. Google hat dieses Update zwar nicht offiziell bestätigt, doch die Analysen der SEO-Experten zeigten deutliche Muster im Auf- und Abstieg bestimmter [Websites](#). Aufgrund der Ausrichtung des Fred-Updates auf Qualität gingen Experten zunächst "nur" von einer Erweiterung des [Panda Updates](#) aus und sahen das Fred Update nicht als eigenständiges Update an.

Warum Fred?

Der Name "Fred" war eigentlich nur ein Scherz von Google Mitarbeiter Gary Illyes. Als der Betreiber von searchengineeroundtable.com, Barry Schwartz, Gary Illyes auf Twitter nach einem Namen für das Update fragte, antwortete dieser mit "Sure! From now on every update, unless otherwise stated, shall be called Fred". Seitdem wird das Update in Fachkreisen als Google Fred Update bezeichnet.

Merkmale des Google Fred Updates

Welche Websites waren von den Änderungen am Algorithmus betroffen? SEO-Experten konnten schnell einige Merkmale herausarbeiten, die nach dem Fred Update von Google abgestraft wurden. Zusammenfassend lässt sich sagen, dass viel Werbung und schlechter [Content](#) nach den Anpassungen keine guten Chancen mehr haben.

Übermäßig viel Werbung, die den Content immer wieder unterbricht, und vor allem aggressives [Affiliate Marketing](#) konnten Websites nach dem Fred Update einige Plätze kosten. Sogenannter "thin content", also Inhalt, der dem [Nutzer](#) keinen Mehrwert bietet, konnte danach nicht mehr mithalten. Das Gleiche gilt

für Content, der nur aus Rankinggründen produziert wurde und weder eine gute Lesbarkeit noch einen Mehrwert aufweisen kann.

Seiten, die Monetisierung über [Nutzerfreundlichkeit](#) priorisieren, wurden nach den Anpassungen am Algorithmus abgestraft. Dazu gehört unter anderem eine fehlende mobile Optimierung. Auch ein qualitativ minderwertiges Linkprofil kann seit dem Fred Update zu einer Abstrafung seitens Google führen.

Das Google Fred Update und SEO

Was können Webmaster tun, wenn Ihre Seiten durch das Fred Update an Rankingplätzen verloren haben? Relevant ist die technische und inhaltliche Qualität der Seite. Um die technische Qualität der Website zu verbessern, sollte beispielsweise eine [mobile Optimierung](#) vorgenommen werden. Auch eine Verbesserung der Ladezeiten kann helfen, die technische Qualität der Website zu verbessern. Sollte die Website noch keine SSL-Verschlüsselung haben, wäre es sinnvoll, diese einzurichten.

Die Optimierung der inhaltlichen Qualität setzt vor allem guten Content mit Mehrwert für den Leser voraus. Texte sollten professionell aufbereitet und orthografisch korrekt sein. Inhaltlich wichtige Informationen gehören "[above the fold](#)", sollten also sofort sichtbar sein, ohne dass der Leser scrollen muss.

Google hat sich zwar nicht zu den Änderungen am Algorithmus im Rahmen des Updates geäußert, doch Gary Illyes hat darauf hingewiesen, dass Webmaster sich auf die [Google Richtlinien für Webmaster](#) konzentrieren sollen und Seiten vor allem für Nutzer erstellt werden sollen und nicht primär für [Suchmaschinen](#).

Tipps zur Optimierung im Überblick

- Mobile Optimierung
- Page Speed Verbesserungen
- SSL-Verschlüsselung einrichten
- Content mit Mehrwert für den Leser
- Wichtige Informationen "above the fold"
- Google Richtlinien für Webmaster beachten
- Seiten für Nutzer und nicht für Suchmaschinen erstellen