

## Hummingbird Update

### Was ist das Google Hummingbird Update?

Das **Hummingbird Update** (Kolibri Update) ist eine **Algorithmus-Änderung** in [Googles Suchmaschine](#) und fand 2013 statt – zum 15. Geburtstag von [Google](#). Die Besonderheit dieses **Updates**: **Der Suchalgorithmus wurde komplett geändert** und zwar hin zu einer **semantischen Indexierung** bzw. **semantischen Suche**. Zum Vergleich: [Panda Update](#) und [Penguin Update](#) bildeten ebenfalls umfangreiche Algorithmus-Anpassungen, waren aber im Gegensatz zum Hummingbird Update nur Teilerneuerungen.

### Wie hat das Hummingbird Update den Google Algorithmus verändert?

Am **25. September 2013** wurde das Hummingbird Update **offiziell von Google bekanntgegeben**. Der Suchmaschinenanbieter teilte mit, dass die Suche bereits seit August 2013 auf Basis dieser grundlegenden Algorithmus-Änderungen funktioniere. Durch die tiefgreifende Algorithmus-Anpassung war das **Update** die umfangreichste Änderung der Google-Suche seit 2001.

**Ziel des Kolibris war es, die Suchanfragen bzw. die Suchintention der Nutzer besser interpretieren und ihnen damit ein besseres Suchergebnis liefern zu können.** Dabei konzentriert sich die [Suchmaschine](#) nicht wie bisher auf einzelne [Keywords](#), sondern darauf, ob der Inhalt “insgesamt” zur Suchanfrage passt, also ob der **Kontext** stimmt. **Google misst also dem semantischen Zusammenhang eine viel größere Bedeutung bei als bisher.**

Insbesondere für komplexe Fragen sollte die Suchmaschine bessere Ergebnisse liefern, damit der [Nutzer](#) direkt von der Suche zur richtigen [Landingpage](#) gelangte und nicht erst weiter auf der [Website](#) navigieren und die Antwort suchen muss.

### Hintergrund zur Bezeichnung Hummingbird

Der Kolibri wurde von [Google](#) gewählt, um das Kernziel des **Updates** zu verdeutlichen: Für Suchanfragen sollte mit dem Hummingbird Update ab sofort ein **schnelles, präzises Ergebnis** geliefert werden. Übrigens **auch für die Sprachsuche**, denn gerade bei der Sprachsuche werden tendenziell eher längere Suchphrasen oder ganze Sätze verwendet und erfordern damit eine semantische

Herangehensweise, um die Zusammenhänge besser verstehen zu können.

## Auswirkungen des Hummingbird Updates

Laut Aussage von [Google](#) waren etwa **90 Prozent aller Suchanfragen vom Hummingbird Update betroffen**. Die größten Auswirkungen hat es bei den mobilen Suchergebnissen und beim Knowledge Graph.

**Für den Knowledge Graph bedeutete das Update einen immensen Fortschritt.** Hierbei werden Suchergebnisse in gebündelter, übersichtlicher Form in den [SERPs](#) dargestellt – über der Position 1. Ziel des Knowledge Graph ist es, mit dieser Übersicht schon die Antwort zu liefern, sodass der Nutzer nicht mehr auf ein Suchergebnis klicken muss.

## Hummingbird Update – Auswirkungen auf SEO

**Nicht auf [Keywords fokussieren](#), sondern auf den semantischen Zusammenhang.** Das ist die wichtigste Schlussfolgerung für die [Suchmaschinenoptimierung](#) nach dem Hummingbird Update von [Google](#). Und das wiederum hat Einfluss auf die Content-Qualität, denn seit dem [Update](#) reicht es bei Weitem nicht mehr, nur einige [Keywords](#) unterzubringen – der gesamte Kontext der Seite muss stimmen, um ein gutes Ranking zu erzielen.

**Die Inhalte müssen bezogen auf den Suchbegriff/die Suchphrase eine hohe Relevanz aufweisen.** Deshalb ist es sinnvoll, einen Themenkomplex ganzheitlich zu behandeln, mit allen “Unterthemen” und Fragestellungen, um insgesamt für ein Thema eine hohe Relevanz zu erzeugen. Im Zuge dessen ist es auch wichtig, Synonyme in die Optimierung einzubeziehen.

Zu bedenken sind auch die Auswirkungen des Hummingbird Updates auf den Google Knowledge Graph, denn das kann dazu führen, dass [Nutzer](#) gar nicht mehr das organische Suchergebnis darunter anklicken, was zu einem Trafficeinbruch führen kann, trotz guter Ranking-Position. Natürlich nur, sofern der Graph wirklich die Nutzerintention erfüllt und der Nutzer keine weiterführenden Infos verlangt.

Eine weitere Option, bei [SEO](#) intensiver auf die semantische Suche einzugehen, ist die **Nutzung strukturierter Daten**. Sie vereinfachen der [Suchmaschine](#) die Einordnung der Inhalte.

### Weiterführende Informationen:



[Lehren aus 20 Jahren Google Updates](#)

[Nicht in Keywords denken!](#)

[Semantische Analyse](#)

[Searchmetrics Analyse: Auswirkungen des neuen Algorithmus auf die SERPs](#)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDEMMXXX