



bullshit
media | powered by **steda**

GOOGLE LIEFERT CHECKLISTE FÜR HILFREICHE INHALTE

NOVEMBER 2022

GOOGLE - INHALTE MIT MEHRWERT



WIE SCHAFFE ICH INHALTE MIT MEHRWERT, DIE AUF GOOGLE GUT RANKEN?

Es ist das endlose Thema: Wie stelle ich meine Website auf, was die Ausrichtung meines Contents angeht? Habe ich überhaupt eine zufriedenstellende Strategie, nach welcher ich die Inhalte auf meiner Seite strukturiere?

Auf diese extrem wichtigen Fragen gibt es jetzt ein paar mehr Antworten als noch vor ein paar Monaten. Mit dem „Helpful Content Update“ hat Google ein Update ausgerollt, welches ein bisschen hinter die Fassade der wichtigen Rankingfaktoren blicken lässt, was inhaltliche Konzepte von Websites anbelangt.

Das besagte Helpful Content Update ist Googles Algorithmus-Update, das sich gegen qualitativ minderwertige, für Suchmaschinen erstellte Inhalte richtet (also Content, der ausschließlich zu dem Zweck erstellt wurde, bei Google ein hohes Ranking zu erreichen). Laut Google ist das Ziel, „Inhalte stärker zu belohnen, bei denen Besucher zufrieden sind, und weniger Inhalte anzuzeigen, die die Erwartungen der Besucher nicht erfüllen.“

Personen, die demnach Inhalte vor allem für Menschen erstellen, kümmern sich laut Google zuerst darum, Inhalte für die Bedürfnisse der Menschen zu schaffen. Dabei beachten sie die Best Practices der SEO, um den Nutzern

einen zusätzlichen Mehrwert zu bringen. Um zu prüfen, ob man sich auf dem richtigen Weg befindet, sollte man die folgenden Fragen mit „Ja“ beantworten:

- Habt Ihr ein bestehendes oder angestrebtes Zielpublikum für Euer Geschäft oder Eure Website, das die Inhalte hilfreich findet, wenn es direkt auf Euch zukäme?
- Beweisen Eure Inhalte eindeutig Erfahrungswerte aus erster Hand und ein tiefes Wissen (zum Beispiel Erfahrungen, die daraus resultieren, ein Produkt oder eine Dienstleistung selbst genutzt zu haben oder einen bestimmten Ort besucht zu haben)?
- Hat die Website einen vorzugsweisen Zweck?
- Wird jemand nach dem Lesen Eurer Inhalte das Gefühl haben, etwas über das Thema gelernt zu haben, um die eigenen Ziele zu erreichen?
- Wird jemand nach dem Lesen Eurer Inhalte das Gefühl einer erfüllenden Erfahrung haben?

GOOGLE - INHALTE MIT MEHRWERT



- Beachtet Ihr die Richtlinien für Core Updates und Product Reviews?

Der letzte Punkt zeigt besonders deutlich die Nähe des anstehenden Helpful Content Updates zu den Core Updates und den Product Reviews Updates. Auch diese zielen darauf ab, Inhalte zu belohnen, die relevant sind und einen Mehrwert bieten. Auch im Zusammenhang mit den Product Reviews Updates hat Google empfohlen, Originalinhalte zu erstellen, die auf eigenen Erfahrungen basieren.

INHALTE NICHT PRIMÄR FÜR SUCHMASCHINEN ERSTELLEN

Was man unbedingt vermeiden sollte, ist das Erstellen von Inhalten ausschließlich für Suchmaschinen. SEO ist laut Google nur dann sinnvoll, wenn sie auf Inhalte angewandt wird, die sich in erster Linie an Menschen richten. Inhalte, die nur für Suchmaschinen erstellt werden, sind dagegen häufig Inhalte, die von den Nutzern der Suche als nicht zufriedenstellend bewertet werden.

Um zu vermeiden, Inhalte vor allem für Suchmaschinen zu erstellen, sollte möglichst keine der folgenden Fragen mit „Ja“ beantwortet werden:

- Sind die Inhalte vor allem dazu gedacht, die Nutzer von Suchmaschinen anzusprechen, anstatt einfach nur für Menschen erstellt zu sein?
- Produziert Ihr viele Inhalte mit vielen verschiedenen Themen in der Hoffnung, dass manche davon in der Suche gute Ergebnisse erzielen?
- Verwendet Ihr ausgiebig Automatisierung, um Inhalte für viele Themen zu erstellen?
- Fasst Ihr in erster Linie zusammen, was andere schon gesagt haben, ohne selbst viel hinzuzufügen?
- Schreibt Ihr nur über bestimmte Dinge, weil sie gerade im Trend liegen und nicht, weil ihr darüber für Euer Zielpublikum schreiben möchtet?
- Hinterlassen Eure Inhalte bei den Leserinnen und Lesern das Gefühl, sie müssen nach der Lektüre erneut suchen, um bessere Inhalte zum Thema zu finden?
- Schreibt Ihr mit dem Ziel, eine bestimmte Wortanzahl zu erreichen, weil Ihr gehört oder gelesen habt, Google bevorzuge Inhalte mit einer bestimmten Mindestwortanzahl?
- Entscheidet Ihr Euch, über bestimmte Nischenthemen zu berichten, ohne über

GOOGLE - INHALTE MIT MEHRWERT



tatsächliche Erfahrungen darüber zu verfügen, und nur zu dem Zweck, Suche-Traffic zu erhalten?

- Versprechen Eure Inhalte Antworten auf Fragen, auf die es keine Antworten gibt, wie zum Beispiel, es gäbe ein Veröffentlichungsdatum für ein Produkt, einen Film oder eine Fernsehsendung, obwohl noch kein bestätigtes Veröffentlichungsdatum vorliegt?

WANN ZÄHLT EINE WEBSITE ALS HOCHWERTIG?

Der Auszug aus den Quality Rater Guidelines von Google, also den Notizen, welche Google als ungefähre Anhaltspunkte für Suchmaschinenoptimierung veröffentlicht, lässt dabei ganz klar erahnen, was immer wichtiger für die Suchmaschine wird und woran man sich beim Aufbau der eigenen Website orientieren sollte:

Unsere Algorithmen für die Websitequalität sollen Nutzer dabei unterstützen, „hochwertige“ Websites zu finden. Zu diesem Zweck stufen sie Inhalte mit geringerer Qualität im Ranking herab. Bei der kürzlich eingeführten Änderung an Panda (älteres Google-Update, welches den Content einer Website behandelt, Anm. d. Red.) dreht sich alles um die schwierige Aufgabe, die Qualität von Web-

sites algorithmisch zu bewerten. Wir möchten euch einige unserer Ideen und Forschungsergebnisse erläutern, die der Entwicklung unserer Algorithmen zugrunde liegen. Dazu gehen wir am besten einen Schritt zurück. Weiter unten findet ihr einige Fragen, die bei der Bewertung der Qualität einer Seite oder eines Artikels hilfreich sein können. Es sind dieselben Fragen, wie wir sie uns stellen, wenn wir Algorithmen zur Bewertung der Qualität von Websites entwickeln. Auf diese Weise „codieren“ wir sozusagen die Wünsche unserer Nutzer.

Natürlich veröffentlichen wir nicht die tatsächlichen Ranking-Signale, die in unseren Algorithmen verwendet werden. Schließlich möchten wir nicht, dass unsere Suchergebnisse manipuliert werden. Aber wenn ihr einen Einblick in die Herangehensweise von Google bekommen möchtet, geben euch die Fragen unten ein paar Hinweise auf unsere Sicht auf das Problem.

- Würdet ihr den Informationen in diesem Artikel vertrauen?
- Wurde der Artikel von einem Experten oder einem sachkundigen Laien verfasst oder ist er eher oberflächlich?
- Gibt es auf der Website doppelte, sich überschneidende oder redundante Artikel

GOOGLE - INHALTE MIT MEHRWERT



zu denselben oder ähnlichen Themen, deren Keywords nur leicht variieren?

- Würdet ihr dieser Website eure Kreditkarteninformationen anvertrauen?
 - Enthält dieser Artikel orthografische, stilistische oder sachliche Fehler?
 - Entsprechen die Themen den echten Interessen der Leser der Website oder werden auf der Website vor allem Inhalte generiert, mit denen ein gutes Ranking in Suchmaschinen erzielt werden soll?
 - Enthält der Artikel Originalinhalte oder -informationen, eigene Berichte, eigene Forschungsergebnisse oder eigene Analysen?
 - Bietet die Seite einen Mehrwert verglichen mit anderen Seiten in den Suchergebnissen?
 - In welchem Maß werden die Inhalte einer Qualitätskontrolle unterzogen?
 - Werden in dem Artikel unterschiedliche Standpunkte berücksichtigt?
 - Ist die Website eine anerkannte Quelle für das entsprechende Thema?
- Stammen die Inhalte aus einer Massenproduktion oder von einer größeren Zahl externer Autoren bzw. werden sie über ein großes Netzwerk von Websites verbreitet, sodass einzelnen Seiten oder Websites eher weniger Aufmerksamkeit oder Sorgfalt gewidmet wird?
 - Wurde der Artikel sorgfältig redigiert oder scheint er eher sorglos oder hastig erstellt worden zu sein?
 - Hättet ihr bei gesundheitsbezogenen Suchanfragen Vertrauen in die Informationen dieser Website?
 - Würdet ihr diese Website als kompetente Quelle erkennen, wenn sie namentlich erwähnt würde?
 - Bietet dieser Artikel eine vollständige oder umfassende Beschreibung des Themas?
 - Enthält dieser Artikel aufschlussreiche Analysen oder interessante Informationen, die nicht allgemein bekannt sind?
 - Würdet ihr diese Seite zu euren Lesezeichen hinzufügen, an Freunde weitergeben oder empfehlen?
 - Enthält dieser Artikel unverhältnismäßig viele Anzeigen, die vom eigentlichen Inhalt

GOOGLE - INHALTE MIT MEHRWERT



- ablenken oder diesen beeinträchtigen?
- Könntet ihr euch diesen Artikel in einem Printmagazin, einer Enzyklopädie oder einem Buch vorstellen?
- Sind die Artikel kurz oder fehlt es ihnen an Substanz bzw. nützlichen Informationen?
- Wurden die Seiten mit großer Sorgfalt und Detailgenauigkeit oder eher sorglos erstellt?
- Würden sich Nutzer beschweren, wenn sie Seiten dieser Website sehen?

Die verschiedenen Checklisten zu den einzelnen Google Updates und ihre Aufteilung lassen eindeutig erkennen, worauf es Google bei den Inhalten von Websites ankommt:

- Sachverstand und Expertise sowie tiefe Kenntnisse zum Thema
- Originalität und das Schaffen von Inhalten, die es so bisher noch nicht gab
- Das Ziel, mit den Inhalten Nutzen zu stiften, anstatt Inhalte nur als Trafficquelle zu erstellen.

Wer diese Dinge beachtet, muss sich nicht durch alle Fragen der verschiedenen Check-

listen durcharbeiten, denn sie beschreiben letztendlich nur verschiedene Blickwinkel und Kriterien derselben Anforderungen.

DAS HELPFUL CONTENT UPDATE KANN TATSÄCHLICH HILFREICH SEIN

Und genau diese Kriterien sind es, die zukünftig noch stärkeren Einfluss auf die Suchergebnisse von Google nehmen werden. Was mit den jetzt ausgerollten Updates hoffentlich nicht mehr so häufig in den Suchergebnissen auftaucht:

- Endlos lange Beiträge, die ein Thema aufbauschen und bei denen die eigentlich interessierende Information erst nach langem Scrollen zu finden ist.
- Beiträge, die lediglich das wiedergeben, was auf vielen anderen Seiten zu sehen ist - nur in anderer Formulierung
- Suchergebnisse, die nur deshalb gut ranken, weil sie von einer starken Domain ranken, ohne dass die zugehörige Website eine besondere Expertise für das Thema demonstriert.
- Suchergebnisse von Gemischtwarenläden, also von Websites, die eine riesige Menge an Content für viele verschiedene Themen abdecken, um für möglichst viele Themen ranken.

GOOGLE - INHALTE MIT MEHRWERT



- Beiträge ohne Tiefgang, die ohne Recherche und ohne die nötige Sachkenntnis verfasst wurden.

Stattdessen bleibt zu hoffen, dass Google Inhalte auf die vorderen Plätze bringt,

- die von wirklichen Expertinnen und Experten verfasst wurden,

- die unabhängig von der Stärke der Domain nur aufgrund der Qualität ranken,
- die einen wirklichen Mehrwert bieten,
- die Abwechslung und verschiedene Perspektiven auf die Suchergebnisseiten bringen,
- die relevant sind.

FAZIT

Es wird also immer entscheidender, als Experte auf seinem jeweiligen Gebiet aufzutreten und das mit fundiertem Wissen, welches auch auf der eigenen

Website verständlich wiedergegeben wird. Nur so wird der Nutzer/Kunde auch ausreichend in den Mittelpunkt gestellt.



bullshit
media | powered by **steda**

bullshit media GmbH
info@bullshitmedia.de

05931 - 496 576 50
www.bullshitmedia.de