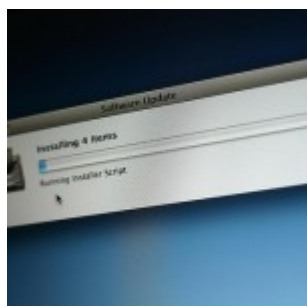
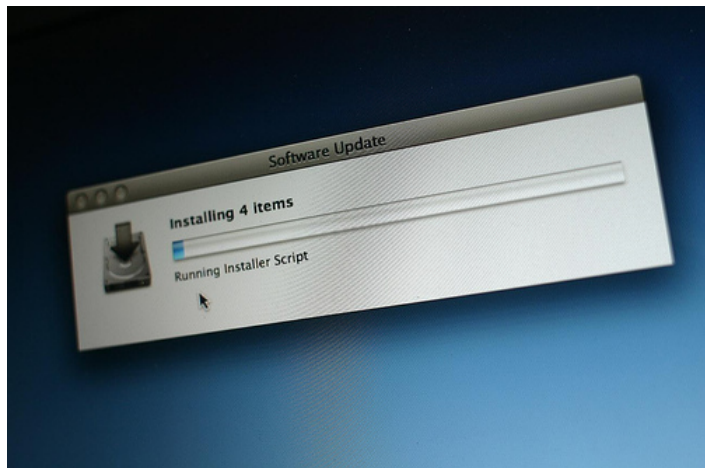


FRESHNESS-UPDATE: GOOGLE SETZT AUF AKTUALITÄT

Veröffentlicht am 2. Februar 2012 von Theresa

In der „Entwicklung von SEO“ haben wir einige Google-Updates bereits kurz angerissen. Vor allem das Panda-Update wurde 2011 heiß diskutiert [...]



In der „[Entwicklung von SEO](#)“ haben wir einige **Google-Updates** bereits kurz angerissen. Vor allem das **Panda-Update** wurde 2011 heiß diskutiert. In seinem Artikel „[Google Freshness Update – neu wird besser!](#)“ hatte Martin Mißfeldt Ende letzten Jahres bereits einen sehr guten Überblick über vorherige Google-Updates gegeben. Mit „**Caffeine**“ brachte der Suchmaschinen-Gigant 2010 beispielsweise ein Update hervor, mit dem die schnellere Indexierung von Seiten und ihren Verknüpfungen ermöglicht werden sollte. Das „Panda-Update“ Mitte letzten Jahres sollte Webseiten mit

minderem Inhalt in den Suchergebnissen herabstufen und mehr Wert auf Webseiten mit gutem Content legen. Bei einem der jüngsten Updates aus dem Hause Google, dem „**Freshness-Update**“ spielt vor allem die Aktualität der Seiten-Inhalte eine entscheidende Rolle. Nach welchen Kriterien Google „frischen“ Inhalt bewertet, dazu gibt [Search Engine Journal](#) ein paar interessante Anhaltspunkte.

Alter des Dokuments

Das Alter eines Dokumentes errechnet sich nicht nach den Tagen seit seiner Veröffentlichung, sondern hängt davon ab, **wann Google die Seite zum ersten Mal entdeckt und durchsucht bzw. wann die Seite das erste Mal in den Suchergebnissen auftaucht**. Dies wird als „Inception Date“ („Anfangs-Datum“) bezeichnet. Je näher eine Seite nun an diesem „Inception Date“ dran ist, desto stärker wird sie gewichtet. Das heißt aber auch, dass sie mit der Zeit immer mehr an Gewicht und Bedeutung verliert.

Dokument-Änderungen beeinflussen frischen Inhalt

Hier ist das „**Wie viel**“ entscheidend. Wie viel wird an einem bestehenden Dokument geändert? Wird auf einer Seite lediglich ein Link hinzugefügt oder wird der Text um eine längere Passage

ergänzt? Eine umfangreichere Veränderung könnte anders gewichtet werden als eine kleinere. Betrifft die Änderung nun lediglich einen kleinen Teil des Seiten-Inhaltes, dann müsste dieser häufiger geändert werden, um denselben Effekt zu haben wie die Veränderung eines größeren Teils der Webseite.

Häufigkeit der Änderungen

Bei der Bewertung einer Webseite fließt durch das „Freshness-Update“ außerdem mit ein, wie oft Änderungen an einer Webseite vorgenommen werden. Auf einer Webseite mit einem eigenen **Blog** finden beispielsweise täglich Veränderungen statt.

Hinzufügen neuer Seiten erzeugt „Freshness“

Eine Webseite, die um mehrere Unterseiten erweitert wird bewertet Google anders als eine Seite, der weniger Seiten hinzugefügt werden.

Änderungen an Hauptseiten wiegen mehr

Werden Änderungen an Hauptseiten, wie etwa der Startseite vorgenommen, dann hat dies einen größeren Einfluss auf die „Freshness“-Bewertung als Änderungen an weniger wichtigen (Unter-)Seiten.

Alter der linkenden Seiten

Wie alt sind die Seiten, von denen Sie Links bekommen? Auch dieser Faktor spielt bei der „Freshness“-Bewertung eine entscheidende Rolle. Seiten, die Links von jungen, frischen Webseiten bekommen werden anders bewertet als Seiten, die von älteren Seiten Links erhalten.

Verweildauer der User

Ein weiterer Faktor, der Einfluss auf die Bewertung der Aktualität Ihrer Webseite hat, ist die Verweildauer der Besucher. Denn eine Webseite auf der sich die Besucher längere Zeit aufhalten scheint aktueller zu sein als eine Seite, auf der sich die User nur kurz aufhalten.

Fazit: Die Aktualität der Webseite ist nur einer von vielen Faktoren bei der **Suchmaschinenoptimierung**. Regelmäßige Aktualisierungen können jedoch dabei behilflich sein, eine gute Position in den Suchergebnissen zu erzielen.

Thumbnail Image: [System Update](#) von [bovinity](#) via [CC BY-SA 2.0](#)