



# YMYL & Google: So rankst du sensiblen Content (+ Beispiele)

---

Autor: Alexander Rus | Position: Founder, CEO | Zuletzt aktualisiert: 25. April 2023

Quelle: <https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/ymyl/>

Der Begriff YMYL („Your Money or your Life“) kommt aus den [Google Quality Rater Guidelines](#). Mithilfe dieses Konzepts sollen Suchergebnisse mit sensiblen Inhalten von Googles Suchqualitäts-Evaluatoren identifiziert und anschließend strenger bewertet werden als andere Inhalte.

*Sensibler Inhalt* heißt, dass der Content maßgebliche **Auswirkungen auf die Lebenssituation** der User\*innen haben kann. Es geht also um Geld, Gesundheit und persönliches Wohlbefinden – logisch, dass Google keinerlei Risiken eingehen will.

Ursprünglich wurde den Search Quality Raters eine Liste mit solchen sensiblen Themen zur Verfügung gestellt. Im Juli 2022 ist diese Liste allerdings verschwunden: Stattdessen sollen YMYL-Seiten jetzt durch das **Schadenspotenzial ihrer Inhalte** identifiziert werden.

In diesem Ratgeber sehen wir uns an, was genau YMYL-Themen sind, welche Faktoren wichtig sind, damit du auch solche Seiten ranken kannst, und wie gute YMYL-Seiten aussehen.

In Bezug auf YMYL ist das Konzept **E-E-A-T** besonders wichtig. Lies dir also am besten unseren Ratgeber zu dem Thema durch, wenn du dazu noch Fragen hast.

Oder schau dir mein Video zu den neuesten Entwicklungen von Google E-E-A-T an: <https://youtu.be/L7BFfM8Nd74>

## Was sind YMYL-Themen?

Ob eine Seite unter die **strengeren Bewertungskriterien** für YMYL-Themen fällt, hängt davon ab, wieviel **Schaden** ihre Inhalte potenziell anrichten könnten.

Themen, die ein hohes Schadenspotenzial („risk of harm“) haben, können die **Gesundheit, finanzielle Stabilität, oder Sicherheit von Personen oder die Gesundheit** („welfare or well-being“) **der Gesellschaft** signifikant beeinflussen.

Anstatt YMYL-Inhalte nach Themen in verschiedene Kategorien einzuteilen, sollen Googles Qualitäts-Evaluatoren Inhalte danach bewerten, **in welchem Bereich** sie Schaden anrichten können:



- Gesundheit oder (physische) Sicherheit
- Finanzielle Sicherheit
- Gesellschaft
- „Anderes“

So sieht das Ganze in den Quality Rater Guidelines aus:

To determine whether a topic is YMYL, assess the following types of harm that might occur:

- **YMYL Health or Safety:** Topics that could harm mental, physical, and emotional health, or any form of safety such as physical safety or safety online.
- **YMYL Financial Security:** Topics that could damage a person's ability to support themselves and their families.
- **YMYL Society:** Topics that could negatively impact groups of people, issues of public interest, trust in public institutions, etc.
- **YMYL Other:** Topics that could hurt people or negatively impact welfare or well-being of society.

Quelle: [Google Quality Rater Guidelines](#), 04.04.2023

Anschließend definiert Google, **wem durch YMYL-Inhalte geschadet** werden könnte:

- der Person, die den Inhalt **konsumiert**
- anderen Personen, die **unter dem Einfluss** des Konsumenten der Information stehen
- Gruppen von Menschen oder der **Gesellschaft als Ganzes**

Hier geht es sowohl um **direkt gefährliche Inhalte**, wie etwa Inhalte, die zu Gewalt aufrufen, als auch um Inhalte, die durch **Falschinformationen** Schaden anrichten könnten, z. B. falsche Informationen über gesundheitliche Probleme, Investments, Naturkatastrophen...

Dabei können auch Seiten, die auf den ersten Blick **nichts mit Gesundheit oder finanzieller Sicherheit** zu tun haben, in die YMYL-Kategorie fallen.

Wenn auf einer Seite zum Thema „Metalle schweißen“ etwa über das Schweißen von galvanisierten Metallen gesprochen wird, ohne, dass erwähnt wird, wie wichtig Schutzkleidung bei dieser Aktivität ist, dann könnte diese Seite **erheblichen gesundheitlichen Schaden** anrichten.

### **Wichtig:**

Diese Definitionen gibt es in den [Quality Rater Guidelines](#) nachzulesen. Ich würde dir unbedingt raten, das bei Gelegenheit mal zu tun. Aus den Guidelines geht nämlich sehr gut hervor, **worauf Google Wert legt und was bei User\*innen gut ankommt**. Keine Zeit? Dann lies zumindest den Abschnitt über E-E-A-T – es ist eine gut investierte Viertelstunde, versprochen ;).

Du bist dir nicht sicher, ob Google deine Inhalte als YMYL-Themen bewertet? Dann sollte dir der nächste Abschnitt weiterhelfen.



## Ist das YMYL-Content?

Als Erstes solltest du dir überlegen, **welche Konsequenzen** falsche Informationen für die Besucher\*innen deiner Seite haben könnten.

Was kann z. B. passieren, wenn du Rezensionen auf deinem Bücherblog schreibst? Naja, nicht wirklich viel. Das Schlimmste wäre wohl, dass jemand eine **andere Meinung** hat.

Hättest du wiederum einen Blog zur Krebsprävention, würde es direkt anders aussehen. Hier geht es um die **langfristige Gesundheit** von Menschen – da sind Fehlritte einfach keine Option.

Allerdings sehen die Quality Rater Guidelines das Ganze nicht komplett schwarz und weiß: Sie geben eine Reihe von Beispielen für Varianten eines Themas, die in verschiedene Kategorien fallen:

- klares YMYL-Thema
- mögliches YMYL-Thema
- kein oder wahrscheinlich kein YMYL-Thema

Type of Topic	Clear YMYL Topic	May be YMYL Topic	Not or Unlikely YMYL Topic
<b>Information</b> Could significant harm result from inaccurate information?	<b>Evacuation routes for a tsunami</b> <b>Explanation:</b> Inaccurate information on evacuation routes could cause significant harm to people.	<b>Weather forecast</b> <b>Explanation:</b> In most situations, slightly inaccurate information about the weather forecast will not cause harm. People often ask family members "what's the weather today".	<b>Music award winners</b> <b>Explanation:</b> This topic is unlikely to cause harm.
<b>Advice about an activity</b> Could significant harm result from poor advice?	<b>When to go to the emergency room</b> <b>Explanation:</b> Bad advice on when to go to the emergency room could cause significant harm.	<b>How often to replace a toothbrush</b> <b>Explanation:</b> This is a casual health topic people commonly discuss with friends. A slightly imperfect suggestion is unlikely to significantly impact health or safety.	<b>How frequently to wash jeans</b> <b>Explanation:</b> This topic is unlikely to cause harm.

Quelle: [Google Quality Rater Guidelines](#), 04.04.2023

Auf Seite 12 der Guidelines gibt es noch mehr Beispiele.

## Expertise vs. Erfahrung bei YMYL-Themen

Was gerade bei YMYL-Themen außerdem eine Rolle spielt, ist der Unterschied zwischen **Themen, die Expertise benötigen** und **Themen, bei denen persönliche Erfahrung ausreicht**. Diese Unterscheidung wird explizit seit der Einführung des zweiten Es (Experience) im Bewertungskonzept E-E-A-T gemacht.

Google gibt in den Guidelines als Beispiel das Thema „Schlafprobleme während der Schwangerschaft“:



Tipps darüber, in welchen Positionen man im letzten Trimester am besten schläft oder wie man verschiedene Arten von Kissen benutzt, um bequemer zu liegen, müssen nicht von medizinischen Fachkräften geschrieben sein, solange diese Tipps sicher und vertrauenswürdig sind und mit gängigen Expertenmeinungen konform gehen.

Sobald es allerdings darum geht, welche Schlafmittel während der Schwangerschaft sicher sind, muss unbedingt das Fachwissen, also die Expertise, des Autors oder der Autorin erkennbar sein.

In [Googles Blog-Post](#) über das Update, bei dem „Erfahrung“ als Aspekt für Google E-E-A-T eingeführt wurde, wird noch ein Beispiel angeführt. Hier geht es um das Ausfüllen einer Steuererklärung, also um ein finanzielles Thema (YMYL Financial Security):

Wenn ich konkret Informationen zum Ausfüllen meiner Steuererklärung suche, dann brauche ich wahrscheinlich Inhalte, die von einem oder einer Expert\*in auf dem Gebiet geschrieben wurden. Aber wenn ich stattdessen nach der besten Steuerberatungssoftware für meine Zwecke suche, dann könnte das beste Ergebnis eine Forumsdiskussion zwischen Menschen sein, die Erfahrung mit verschiedenen Softwares haben.

## So schreibst du hochwertige YMYL-Seiten

Weil Google seinen Nutzer\*innen die bestmöglichen Ergebnisse zur Verfügung stellen will, wird **hervorragender, hilfreicher Content** immer wichtiger (Stichwort: [Helpful Content Update](#).) Bevor du also darüber nachdenkst, wie du speziell YMYL-Themen ranken kannst, solltest du sichergehen, dass du bereits **hochwertigen Content** veröffentlichst.

Lies dir am besten unseren „[SEO Texte schreiben lernen](#)“-Ratgeber durch, falls du das noch nicht getan hast.

Wenn du die **Grundlagen guter SEO-Texte** beherrschst und über ein Thema schreibst, das laut den neuen Richtlinien **Schadenspotenzial** haben könnte, solltest du auf einige Punkte besonders achten:



## Wer schreibt deine Inhalte?

Um hochwertige YMYL-Inhalte veröffentlichen zu können, brauchst du entweder **selbst Expertise** oder **ein\*e Expert\*in**, die bereit ist, mit dir zusammenzuarbeiten. Dabei müssen solche Expert\*innen nicht auch großartige Content Creators sein.

Es reicht, wenn sie bereit sind:

- ✔ mit deinen Content Creators **zusammenzuarbeiten**,
- ✔ relevante Inhalte auf Herz und Nieren zu **überprüfen**, und
- ✔ **mit ihrem Namen** für einen Inhalt zu stehen.

Fachpersonen wie Ärzte, Rechtsanwälte oder Steuerberater haben wahrscheinlich in den seltensten Fällen die Fähigkeit oder die Zeit, **nutzerorientierte und suchmaschinenoptimierte Texte** zu schreiben.

Es ist nur wichtig, dass das Wissen, das in diesen Texten gezeigt wird, wirklich **von Expert\*innen stammt** und auch von ihnen überprüft wird. Deine Texter\*innen schreiben, deine Expert\*innen stellen ihr Wissen zur Verfügung: So nutzt du die Fähigkeiten von beiden perfekt.

Außerdem solltest du in Bezug auf die Autor\*innen deiner Inhalte auf folgende Punkte achten:

- ✔ Verwende **Autorenboxen**.
- ✔ Erstelle eine eigene **Autorenseite** für jeden/jede Autor\*in.
- ✔ Stelle sicher, dass deine Expert\*innen auch außerhalb deiner Website eine **Online-Präsenz** haben.
- ✔ Am besten sollte **Content deiner Expert\*innen** auch auf anderen Websites zu finden sein, z. B. in der Form von Gastbeiträgen oder Interviews.

## Demonstriere Vertrauenswürdigkeit

„Vertrauen“ ist das zentrale Element von Google E-E-A-T – alle anderen Elemente sind nur dazu da, um das Vertrauen in eine Website zu **untermauern**. Und gerade bei YMYL-Themen ist es besonders wichtig, Google wissen zu lassen, dass deine Website vertrauenswürdig ist.

So schaffst du das:

- ✔ **Überprüfe** deinen Content regelmäßig auf Fehler und veraltete Informationen.
- ✔ **Aktualisiere** Inhalte bei Bedarf, z. B. mit aktuellen wissenschaftlichen Erkenntnissen, neuen Entwicklungen oder aktualisierten Statistiken/Studien.
- ✔ Konzentriere dich mit deiner Website auf einen Bereich, in dem du wirklich **Fachwissen demonstrieren kannst**.
- ✔ Gib deine **Quellen** an einer leicht auffindbaren Stelle an.



Weitere Signale, die das Vertrauen in deine Website und somit in deine Inhalte erhöhen, sind:

- ✓ Rezensionen
- ✓ Qualitäts- und Gütesiegel
- ✓ Kontaktseiten mit konkreten Ansprechpartnern
- ✓ Ausführliche „Über uns“-Seiten
- ✓ Echte Bilder deiner Expert\*innen und Mitarbeiter\*innen
- ✓ Ein positives Marken-Image außerhalb deiner Website

**Autorität** ist natürlich auch ein entscheidender Punkt bei YMYL, allerdings gibt es hier bei der Optimierung keine großartigen Unterschiede zwischen YMYL- und Nicht-YMYL-Themen.

In diesem Video erkläre ich trotzdem noch einmal genau, wie du die **Autorität deiner Website prüfen** kannst, wenn du für YMYL-Themen ranken willst: [https://youtu.be/-8RGT\\_LHKrE](https://youtu.be/-8RGT_LHKrE)

Um zu veranschaulichen, wie eine YMYL-Seite mit hohem E-E-A-T aussehen kann, schlüpfen wir jetzt kurz in die Rolle eines Search Quality Raters. Wir suchen nach dem Keyword „Masern Symptome“ – ein **klares YMYL-Thema**, bei dem wir Inhalte von medizinischen Fachkräften erwarten.

The screenshot shows three search results for 'Masern Symptome':

- Kinderärzte im Netz**: <https://www.kinderaerzte-im-netz.de/krankheiten/s...>  
**Symptome & Krankheitsbild - Masern**  
20.02.2023 — 8 bis 10 Tage nach der Infektion beginnt das Vorstadium mit unspezifischen grippeähnlichen **Symptomen** wie mäßiges Fieber, Schnupfen, ...
- MSD Manuals**: <https://www.msmanuals.com/heim/masern>  
**Masern - Gesundheitsprobleme von Kindern**  
**Masern** werden durch ein Virus ausgelöst. · Zu den **Symptomen** gehören Fieber, eine laufende Nase, trockener Husten, rote Augen und ein roter, juckender Ausschlag.
- Apotheken Umschau**: <https://www.apotheken-umschau.de/masern-erkenne...>  
**Masern - erkennen, behandeln, vorbeugen**  
14.11.2019 — Vorlaufstadium (auch katharralisches Stadium) · laufende Nase · Husten · hohes Fieber · Abgeschlagenheit, Müdigkeit · Kopfschmerzen · Bauchschmerzen ...

Quelle: Screenshot von google.de am 04.04.2023

Sehen wir uns das Beispiel von Apotheken Umschau ein wenig genauer an:

## Masern - erkennen, behandeln, vorbeugen

Masern sind eine hochansteckende Virusinfektion, oft gut zu erkennen durch einen typischen Hautausschlag mit hohem Fieber. Impfungen schützen, weshalb es inzwischen eine Impfpflicht gibt

Unsere Inhalte sind pharmazeutisch und medizinisch geprüft →

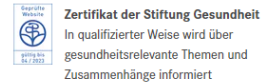
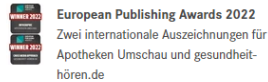
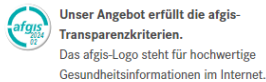
Von [Dr. Laura Weisenburger](#), Aktualisiert am 14.11.2019

Quelle: [Apotheken Umschau](#)



Hier haben wir erst einmal den Hinweis, dass alle Inhalte auf der Seite pharmazeutisch und medizinisch geprüft werden. Das steigert schon einmal das Vertrauen.

Und wenn wir auf den Link klicken, kommen wir auf die „Über Uns“-Seite des Publishers, auf der unter anderem Qualitätssiegel aufscheinen:



Quelle: [Apotheken Umschau](#)

**Super Signale** für hohe Vertrauenswürdigkeit.

Bezüglich Expertise können wir die Autorin googlen, um zu überprüfen, ob sie wirklich das **entsprechende Fachwissen** hat, um diesen Artikel schreiben zu können. Der Großteil der Ergebnisse hier sind soziale Netzwerke und andere Artikel von Zeitungen und News-Outlets, mit nur einem eher mageren Eintrag auf aerzte.de.

Wahrscheinlich ist sich Apotheken Umschau selbst bewusst, dass die Expertise ihrer Autorin für dieses Thema nicht reichen dürfte. Deshalb haben sie am Ende des Artikels noch einen **beratenden Experten** aufgeführt, dessen Qualifikationen um einiges besser **zu dem Thema** passen:



**Beratender Experte:** ↑

Professor Dr. med. Bernd Salzberger ist Internist und Infektiologe. Seit 2001 ist er als Professor für Klinische Infektiologie am Universitätsklinikum Regensburg tätig. Schwerpunkte seiner Forschungsarbeit sind HIV-Infektion, CMV-Infektion und Viruserkrankungen bei immunsupprimierten Patienten.

Quelle: [Apotheken Umschau](#)

Und am Ende kommt dann noch eine Liste von Quellen, die alle von **renommierten Institutionen** stammen:

#### Quellen:

Robert Koch-Institut, Ratgeber Masern:  
[www.rki.de/DE/Content/Infekt/EpidBull/Merkblaetter/Ratgeber\\_Masern.html](http://www.rki.de/DE/Content/Infekt/EpidBull/Merkblaetter/Ratgeber_Masern.html)

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Erregersteckbrief Masern:  
[www.infektionsschutz.de/erregersteckbriefe/masern/](http://www.infektionsschutz.de/erregersteckbriefe/masern/)

Bundeszentrale für gesundheitliche Aufklärung, Impfeempfehlungen Masern:  
<https://www.impfen-info.de/impfeempfehlungen/fuer-erwachsene/masern/>

Robert Koch Institut, Epidemiologisches Bulletin, Nr. 18, 02.Mai 2019:  
[https://www.rki.de/DE/Content/Infekt/EpidBull/Archiv/2019/Ausgaben/18\\_19.pdf?\\_\\_blob=publicationFile](https://www.rki.de/DE/Content/Infekt/EpidBull/Archiv/2019/Ausgaben/18_19.pdf?__blob=publicationFile)

Antworten des Robert Koch-Instituts und des Paul Ehrlich-Instituts zu den 20 häufigsten Einwänden gegen das Impfen:  
[www.rki.de/DE/Content/Infekt/Impfen/Bedeutung/Schutzimpfungen\\_20\\_Einwaende.html#doc2378400bodyText8](http://www.rki.de/DE/Content/Infekt/Impfen/Bedeutung/Schutzimpfungen_20_Einwaende.html#doc2378400bodyText8)

Amboss - Fachwissen für Mediziner, Masern:  
[www.amboss.com/de/wissen/Masern](http://www.amboss.com/de/wissen/Masern)

Quelle: [Apotheken Umschau](#)



So wird **Expertise** sehr gut demonstriert: Die Autor\*innen und Quellen lassen sich einfach nachvollziehen und zumindest eine\*r der Autor\*innen hat spezifisches Fachwissen zu dem Thema der Seite (Infektionskrankheiten).

Der Punkt ist: Gerade bei **Gesundheitsfragen und anderen YMYL-Themen** kommst du heute mit Copy-und-Paste-Texten nicht mehr weit. Solltest du dir selbst ein Bild machen wollen, such nach einem x-beliebigen Gesundheitsthema und schau dir an, wer als Autor\*in gelistet wird.

Platz 1 auf google.de für „vitamin d mangel“ wurde z. B. ebenfalls von Menschen mit Fachwissen verfasst. Auch hier sehen wir einen ähnlichen Hinweis wie oben, diesmal, dass die Inhalte „von medizinischen Fachjournalisten überprüft“ werden:



Quelle: [Netdoktor](#)

Um für ein YMYL-Thema zu ranken, musst du **gewisse Kompetenzen im jeweiligen Bereich** vorweisen können. Google will verhindern, dass unqualifizierte Personen Tipps zu Themen geben, die **gigantische Auswirkungen** haben können. Fair enough.

Würdest du als User\*in wollen, dass ein Zahnarzt dir erklärt, wie du eine Zylinderkopfdichtung reparieren sollst? Oder einer Automechanikerin vertrauen, wenn sie beschreibt, wie du das Loch im Zahn „in X Schritten selber füllen“ kannst?

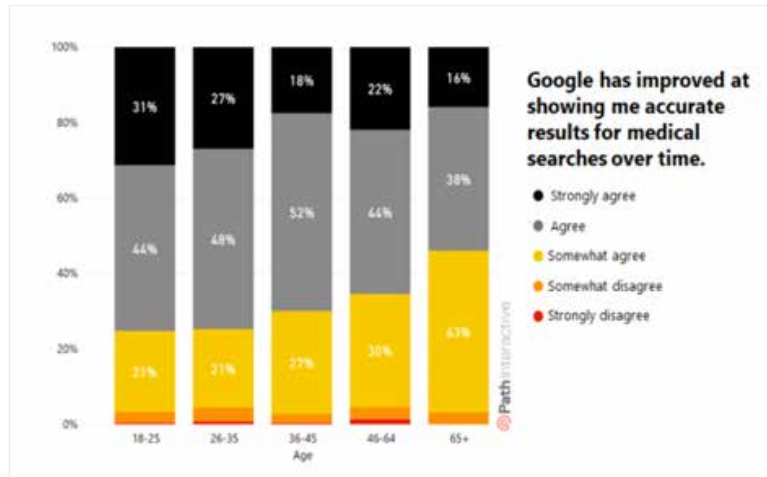
Um es [mit den Worten dieses Twitter-Users](#) zu sagen:







Interessant ist dazu übrigens die [Moz-Studie zum Thema Vertrauen in Google](#). Die Mehrheit der 1.100 Befragten (primär aus dem US-Raum) gab an, Google würde 2020 bessere Ergebnisse für Medizin-bezogene Suchanfragen liefern. Wir sehen außerdem, dass das **Vertrauen in „Doktor Google“** bei jüngeren Altersgruppen am höchsten ist (generell zeigte die Umfrage, dass junge Menschen den Suchergebnissen mehr vertrauen, als es Menschen über 65 tun):



Stelle also wirklich sicher, dass deine Inhalte zu dieser Art von Themen absolut korrekt sind und, gerade bei gesundheitlichen Themen, mit dem **wissenschaftlichen Konsens** konform gehen. Etabliertes Wissen im medizinischen Bereich anzuzweifeln ist die Aufgabe von wissenschaftlichen Journalen, nicht von Unternehmen und Publishern, die Content für Laien veröffentlichen.

Ansonsten wird nicht nur Google deinen Content abstrafen – du könntest auch deine Leser\*innen, und damit potenzielle Kund\*innen, in Gefahr bringen.

## Fazit: Bei YMYL-Content muss alles passen

Egal, ob du über gesundheitliche Themen, finanzielle Themen oder andere Themen mit offensichtlichem oder verstecktem Schadenspotenzial schreibst: Wenn du Seiten mit sensiblen Inhalten bei Google ranken willst, **muss jedes Detail stimmen**.

Google geht immer härter gegen [Falschinformationen](#) vor – nicht erst seit der Pandemie, obwohl die Situation 2020 sehr deutlich gezeigt hat, wie gefährlich die Verbreitung dieser Informationen im Gesundheitsbereich sein kann.

Und mit den neuen Kriterien sind auch nicht mehr nur Seiten mit finanziellen und gesundheitlichen Themen betroffen.



Stell also absolut sicher, dass du das Schadenspotenzial deiner Inhalte erkennst und sie **dementsprechend bulletproof machst**:

- ✔ Lass solche Inhalte **von Expert\*innen** schreiben oder zumindest gründlichst überprüfen.
- ✔ Zeige auf deiner Website generell und speziell auf Seiten mit YMYL-Inhalten, dass deine Website und damit deine Marke **vertrauenswürdig** ist.
- ✔ Stelle sicher, dass deine Website ein **starkes, relevantes Linkprofil** vorweisen kann.

Schließlich sind **hochgradig akkurate und 100 % vertrauenswürdige Inhalte** zu sensiblen Themen nicht nur für deine Google-Rankings gut – deine Leser\*innen werden es dir ebenfalls danken.