



# Helpful Content Update: Das Hilfreiche-Inhalte-System

---

Autor: Alexander Rus | Position: Founder, CEO | Zuletzt aktualisiert: 1. August 2023

Quelle: <https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/helpful-content-update/>

Was ist das **Helpful Content Update**? Was kannst du tun, wenn du abgestuft worden bist? Und wie kannst du solchen Abstufungen vorbeugen? All das erfährst du in diesem Ratgeber.

Außerdem zeige ich dir, worauf es bei **hilfreichen, vertrauenswürdigen und nutzerorientierten Inhalten** ankommt und wie Google zu KI-generierten Texten steht.

## Was ist das Helpful Content Update?

Das Helpful Content Update wurde im Dezember 2022 bei uns eingeführt, nachdem es bereits im August 2022 bei Google.com ausgerollt wurde. Das neue Hilfreiche-Inhalte-System ist [ein weiteres Signal](#) unter vielen im Google-Ranking-System.

Ziel dieses Updates ist es, **nützliche Inhalte** besser auffindbar zu machen, während Inhalte, die den Erwartungen der Nutzer\*innen **nicht gerecht werden**, schlechter bewertet werden sollen.

Der entscheidende Punkt hierbei ist, dass es sich um ein **Website-weites Signal** handelt. Das bedeutet, dass nicht hilfreiche Inhalte auf deiner Website **deinen nützlichen URLs im Ranking schaden** können und umgekehrt.

## Nicht hilfreichen Content identifizieren

Aber was genau sieht Google als „nicht hilfreiche Inhalte“ an?

1. Inhalte, die für **Suchmaschinen** statt für Nutzer\*innen geschrieben wurden.
2. Inhalte, die lediglich **Zusammenfassungen von Informationen** anderer Websites sind, ohne zusätzliche Erkenntnisse oder einzigartige Perspektiven.
3. Inhalte, die **zu breite Themenbereiche** abdecken, mit dem einzigen Ziel, für möglichst viele Suchbegriffe zu ranken.
4. Inhalte, die **Fragen offenlassen**.
5. Inhalte, die von Autoren verfasst wurden, die offensichtlich **nicht das nötige Fachwissen** haben.
6. Inhalte, die **Versprechungen** machen, die nicht erfüllt werden.
7. Inhalte, die nur **oberflächlich** über Trends berichten, ohne den Lesern einzigartige Informationen oder Meinungen zu bieten.

In diesem [Video](#) erkläre ich noch einmal ganz genau, wie du nicht hilfreiche Inhalte erkennen kannst.



# Was tun, wenn ich vom Helpful Content Update negativ betroffen bin?

Wenn du negativ vom Helpful Content Update betroffen bist, ist der Lösungsansatz **eigentlich ganz einfach**, dafür musst du dich nicht einmal besonders tief mit SEO beschäftigen.

## Schritt 1: Überprüfe deine Website

Zuerst solltest du deine Website **objektiv** analysieren, basierend auf den oben genannten Punkten. Nutze den Fragenkatalog aus dem folgenden Video, um zu überprüfen, ob deine Inhalte wirklich **hilfreich, nutzerzentriert und vertrauenswürdig** sind.

Schau dir dazu am besten dieses Video an: <https://youtu.be/2Hi-0aUQ6NE>

## Schritt 2: Bewerte und handle

Bewerte, was hilfreich ist und was nicht. Entscheide dann, ob du nicht hilfreiche Seiten **aufwerten oder löschen** möchtest.

Wenn deine Seiten bereits **gut auf Keywords optimiert** sind und du einen klaren **Redaktionsplan** hast, könnte es sinnvoll sein, bestehende Seiten aufzuwerten. Wenn du jedoch ohne eine klare **Content-Strategie** Inhalte veröffentlichst, ist die Lösung klar:

Lösche die nicht hilfreichen Seiten.

## Schritt 3: Abwarten und dranbleiben

Nachdem du nicht hilfreiche Seiten entfernt oder verbessert hast, musst du warten, bis Google deine Website **neu bewertet**. Dies kann eine Weile dauern, da Google sicherstellen muss, dass du die minderwertigen Inhalte nicht einfach wieder neu veröffentlichst.

Weiteren Abstrafungen beugst du vor, indem du regelmäßig ein **Content-Audit** durchführst, um **deinen URL-Korpus zu bereinigen** und Inhalte auszusortieren.

Beim Helpful Content Update ist die Vorgehensweise im Endeffekt recht einfach: Entweder du **verbesserst** die Seiten oder du **löscht** sie, wenn sie ohne Strategie und in schlechter Qualität veröffentlicht wurden.

Hier brauchst du übrigens keine Angst zu haben, aus Versehen zu viele Seiten zu löschen. Wenn deine Inhalte ohnehin nicht ranken, hat das **Löschen dieser Inhalte kaum Auswirkungen** auf deine Website oder Marke.



# Die 7 wichtigsten Prinzipien für hilfreiche, vertrauenswürdige und nutzerorientierte Inhalte

Google will Suchenden **hilfreiche, vertrauenswürdige und nutzerorientierte Inhalte** ausspielen – also musst du Google auch **genau das liefern**, um mit SEO und [Content-Marketing](#) erfolgreich zu sein. In diesem Abschnitt stelle ich sieben wichtige Punkte vor, die dir helfen, solche Inhalte zu erstellen.

## 1. Verstehe die Suchintention

Bevor du Inhalte erstellst, solltest du sicherstellen, dass du die **Suchintention** hinter einem Keyword wirklich verstehst.

Hierfür kann der **SERP-Overlap-Score** sehr hilfreich sein. Damit findest du heraus, welche Keywords du mit einer URL ranken kannst.

Ein hilfreiches Tool, das wir neuerdings nutzen, ist das [SERP-Overlap-Tool von SH Digital](#). Es ermöglicht dir, **mehrere Keywords parallel zu vergleichen**, um so die richtige Strategie für deine Inhalte zu finden.

Wie findest du heraus, was die Suchintention von Suchmaschinennutzer\*innen ist? Das erfährst du in unserem Ratgeber [„Keyword-Suchintention“](#).

## 2. Nutzerzentrierung

Wenn du bereits einen **nutzerzentrierten Ansatz** verfolgst, bist du auf dem richtigen Weg. Ansonsten solltest du deinen Ansatz so schnell wie möglich ändern.

Die **Perspektive von Suchmaschinennutzer\*innen** ist heute der Dreh- und Angelpunkt von [Suchmaschinenoptimierung](#).

Fragen wie ...

- „Welche Inhalte wollen User\*innen sehen?“
- „Was wollen Kund\*innen für Produkte?“
- „Welche Produktfeatures wollen Kund\*innen?“

... sollten im Zentrum **deines Marketings und deiner Produktentwicklung** stehen.

## 3. Google E-E-A-T und YMYL

Es ist wichtig, sich mit Konzepten wie [Google E-E-A-T \(Experience, Expertise, Authority, Trust\)](#) und [Your-Money-Or-Your-Life \(YMYL\)](#) zu beschäftigen.

Als Einstiegspunkt in das Thema kannst du dir dieses Video ansehen: <https://youtu.be/L7BFfM8Nd74>



## 4. Fachwissen

Vor allem bei komplexen Themen wie Wissenschaft, Medizin, Wirtschaft oder Finanzen ist es wichtig, entweder **selbst über Fachwissen** zu verfügen oder **Inhalte von Fachautoren** schreiben zu lassen.

Alternativ können auch **In-Depth-Interviews** dabei helfen, Fachwissen in die Inhalte zu integrieren.

## 5. Qualität über Quantität

Vermeide Strategien, die sich nur auf Themenabdeckung konzentrieren. Es ist wichtig, nicht nur auf die Informationsbreite, sondern auch auf die **Informationstiefe** zu achten.

Das Erstellen von **vielen URLs mit nicht hilfreichen Inhalten** kann dein SEO-Ranking negativ beeinflussen.

## 6. Liebe zum Content

Investiere lieber viel Arbeit in **wenige, liebevoll aufbereitete Inhalte** als in viele, halbherzig erstellte Seiten. Es ist besser, sich auf wenige, wichtige Themen zu konzentrieren und diese ständig zu verbessern und aktuell zu halten.

## 7. Verwendung von KI-Textgeneratoren

KI-Textgeneratoren können als **unterstützendes Tool** bei der Content-Erstellung verwendet werden. Allerdings sollten sie mit Vorsicht genutzt werden. Stelle sicher, dass der von der KI erstellte Content **tatsächlich hilfreich** ist.

In unserem Ratgeber [„KI-Texte schreiben“](#) lernst du, worauf du bei der Nutzung von generativer KI in der Content-Erstellung achten musst.

Vergiss niemals, dass die **Perspektive von Nutzer\*innen** im Zentrum stehen muss. Wenn du zusätzlich **Qualität über Quantität** stellst und **bewusst mit Tools wie KI-Textgeneratoren umgehst**, wirst du keine Schwierigkeiten haben, hilfreiche, vertrauenswürdige und nutzerorientierte Inhalte zu erstellen.

## Google vs. KI-Content

Künstlich generierte Inhalte (KI-Content) sind **kein Tabu mehr** im Google-Universum. [Laut einem Post von Google](#) am 8. Februar sind solche Inhalte, solange sie **hilfreich, vertrauenswürdig und nutzerorientiert** sind, vollkommen akzeptabel.

Google verfolgt mit dieser Entwicklung eine sehr pragmatische Herangehensweise. Anstatt KI-Content komplett zu verbieten, gibt der Suchmaschinen-gigant klare und hilfreiche Anweisungen für Website-Betreiber\*innen zur **Verwendung und Implementierung** von KI-generiertem Content.



### Expertentipp

Lies dir unbedingt die FAQs des Google-Leitfadens, den ich am Anfang dieses Abschnitts verlinkt habe, durch – die Ratschläge, die Google hier gibt, sind erstaunlich **praxisorientiert** und definitiv **umsetzbar**. Selbst Fragen wie „Sollte ich die KI als Autor nennen?“ werden beantwortet.

Allerdings ist es generell keine gute Idee, KI-generierte Inhalte **ohne gründliche menschliche Überprüfung** und Überarbeitung zu veröffentlichen.

Deshalb sollte, meiner Meinung nach, die Person, die die finale Überprüfung vornimmt, auch **als Autor des Inhalts genannt werden** und die Verantwortung für das Geschriebene übernehmen.

Auf meinem [YouTube-Kanal](#) beschäftige ich mich übrigens intensiv mit dem Thema [KI für SEO](#) und Content-Marketing. Wenn du wissen willst, **wie KI deinem Content-Marketing helfen kann** und was sich bereits als reiner Hype herausgestellt hat, dann sieh dir dieses Video an: <https://youtu.be/yrPYiMvmg00>

## Ein hilfreiches Internet ist die Zukunft – arbeite also heute schon darauf hin

Ich hoffe, dieser Ratgeber hat dir gezeigt, worauf es bei einzigartig hilfreichen Inhalten ankommt. Lass mich dir am Schluss noch ein **gesundes Mindset für digitalen Markenaufbau** mitgeben:

Es geht nicht darum, dass du hilfreiche Inhalte ab jetzt ausschließlich deshalb produzierst, um bessere Rankings zu erzielen und [mehr Google-Traffic zu bekommen](#).

Vielmehr solltest du hilfreiche Inhalte erstellen, um **Besucher\*innen auf deine Website zu ziehen** und eine **Win-win-Situation** zu schaffen.

**Lediglich aus Traffic-Gründen** zu ranken, sollte niemals das ultimative Ziel sein. Andernfalls riskierst du, in die Falle des „SEO-Egos“ zu geraten, was deinen Umsätzen letztendlich nicht besonders helfen wird.

Stattdessen sollte das Ziel darin bestehen, Nutzer\*innen durch deine Inhalte zu **überzeugen** und sie für deine Produkte oder deine Marke zu **begeistern**. Inhalte sollen einen **Mehrwert für Nutzer\*innen** darstellen und gleichzeitig auch für dich als Unternehmen vorteilhaft sein.

Mit diesen Gedanken im Hinterkopf wünsche ich dir viel Erfolg!