

Hummingbird Update

Stand: 04.07.2022

Definition

Mit dem Hummingbird Update für die Suchmaschine Google ging im August 2013 eine umfassende Änderung des Suchalgorithmus einher. Das Update wirkt sich vor allem auf die mobile Suche sowie auf den Knowledge Graph aus. Neben der Verbesserung des Knowledge Graph gehen mit dem Update auch Neuerungen in Hinblick auf die Sprachsuche einher. War die Suchfunktion bislang nicht lernfähig und konnte keine Zusammenhänge zwischen einzelnen Suchanfragen herstellen, so ändert sich dies mit dem Hummingbird Update. Durch das Hummingbird Update wird auch der semantischen Analyse innerhalb der Suche eine größere Relevanz eingeräumt. Bei dieser Analyseform spielt der Bedeutungsgehalt eines Wortes eine übergeordnete Rolle, sodass die Ergebnisse auf der SERP noch exakter auf die Suchanfrage und die gewünschten Informationen abgestimmt werden kann. Durch das Darstellen relevanter Informationen direkt auf der SERP sinkt die Klickrate auf Webseiten, die in der organischen Suche platziert sind. Im schlimmsten Fall gehen damit enorme Traffic-Verluste einher.

Hintergrund

Durch das Update wird die Beantwortungen komplexer Suchanfragen erleichtert. Dies wird vor allem durch eine Verbesserung der Funktionalitäten des Knowledge Graph erreicht. Der Knowledge Graph verarbeitet unterschiedliche Informationen zu Personen, Orten und Sachverhalten und führt diese Inhalte grafisch in einem eigenen Bereich auf der Search Engine Result Page (SERP) zusammen. Durch das Hummingbird Update konnte die Erweiterung auch für Vergleiche genutzt werden. Für die Darstellung des Knowledge Graph greift ein spezieller Algorithmus auf die im Index verfügbaren strukturierten Daten zurück und generiert daraus unterschiedliche Anzeigenformate, wie beispielsweise Karussell-Anzeigen oder eine Google Answer Box. So erhält der Suchmaschinennutzer direkt auf der Ergebnisseite eine Antwort auf seine Suchanfrage, ohne dafür einen weiterführenden Link zu klicken. Dies beeinflusst das Nutzererlebnis in großem Maße.

Neuerungen und Auswirkungen

Neben der Verbesserung des Knowledge Graph gehen mit dem Update auch Neuerungen in Hinblick auf den Conversational Search einher. War die Suchfunktion bislang nicht lernfähig und konnte keine Zusammenhänge zwischen einzelnen Suchanfragen herstellen, so ändert sich dies mit dem Hummingbird Update. Innerhalb der Sprachsuche über mobile Endgeräte stellt die Suchmaschine nun Bezüge zwischen verschiedenen Fragen her und kann so noch effizientere Antworten liefern.

Durch das Hummingbird Update wird der semantischen Analyse innerhalb der Suche eine größere Relevanz eingeräumt. Bei dieser Analyseform spielt der Bedeutungsgehalt eines Wortes eine übergeordnete Rolle, sodass die Ergebnisse auf der SERP noch exakter auf die Suchanfrage und die gewünschten Informationen abgestimmt werden kann.

Einfluss auf SEO

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088

• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-NR.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:

GENODEF1WOB

Mit dem Update, dass vor allem zahlreiche Verbesserungen für Suchmaschinennutzer bereithält, gehen auch Änderungen im Rahmen der [Suchmaschinenoptimierung](#) (SEO) einher. Denn durch die Erweiterung der Funktionen des Knowledge Graph und der Darstellung kompakter Informationen direkt auf der [SERP](#) kann die Klickrate auch für Webseiten, die aufgrund ihres relevanten Inhalts in Bezug auf die Suchanfrage unter den ersten Ergebnissen in der organischen Suche ranken, sinken. Im schlimmsten Fall können damit enorme Traffic-Verluste einhergehen. Zudem wird der Knowledge Graph durch das stetige Sammeln strukturierter Daten durch den Suchalgorithmus stetig verbessert und Googles Möglichkeiten zu Generierung unterschiedliche Anzeigenformate mit einer enormen Informationsdichte gesteigert. Dementsprechend vermindert sich die Relevanz und der Platz auf der Ergebnisseite, der organischen Suchtreffern eingeräumt wird.

Darüber hinaus bleibt auf der Ergebnisseite durch die Platzierung der durch den Knowledge Graph generierten Anzeigenformate weniger Platz für organische Suchergebnisse. Dementsprechend werden Webseiten, die nicht unter den Top 3 ranken, zunehmend auf hintere Seiten verdrängt. Dies hat vor allem im Rahmen der mobilen Suche aufgrund des kleineren Viewports enorme Auswirkungen auf die organischen Treffer.

Auch durch die Einführung einer Funktion zum Vergleichen von Informationen beunruhigt Webseitenbetreiber zunehmend. Wenn auch bislang nur Vergleiche zwischen Nahrungsmitteln, Gebäuden und Planeten möglich sind, könnte eine Erweiterung dieser Funktion auf Produkte und Dienstleistungen schwerwiegende Folgen für Betreiber kommerzieller Seiten haben.

[Eine Übersicht über alle bisherigen Google-Updates finden Sie hier](#)

Als [SEO-Agentur](#) stehen wir Ihnen mit unserer Expertise zur Seite. Kontaktieren Sie uns gerne!