WAS IST DUPLICATE CONTENT?

Veröffentlicht am 9. September 2015 von Catharina

Duplicate Content ist der identische Inhalt auf verschiedenen Webseiten oder innerhalb einer Domain und für Suchmaschinen wie Google & Co ein Dorn im Auge. Wie Du Duplicate Content vermeidest, erfährst Du hier.

Wie Du Duplicate Content vermeidest

Duplicate Content ist der identische Inhalt auf verschiedenen Webseiten oder innerhalb einer Domain und für Suchmaschinen wie Google & Co ein Dorn im Auge. Dieser doppelte Inhalt wird von ihnen gefunden und negativ bewertet. Darunter leidet oftmals das Ranking in den organischen Suchergebnissen. Wir erklären Dir, was genau Duplicate Content ist und wie Du ihn vermeidest

ÜBERSICHT

- WAS GENAU IST DUPLICATE CONTENT?
- DUPLICATE CONTENT – DIE FOLGEN
- DOPPELTE INHALTE FINDEN
- WIE DU DUPLICATE CONTENT VERMEIDEST
- FAZIT

WAS GENAU IST DUPLICATE CONTENT?

Duplicate Content, zu deutsch „doppelter Inhalt", bezeichnet identischen Content auf unterschiedlichen Domains (Webseiten) oder aber auch innerhalb der eigenen Webseite. Daher wird zwischen **internem und externem Duplicate Content** unterschieden. Nahezu identische und ähnliche Inhalte werden als **Near Duplicate Content** bezeichnet. Doppelter Content entsteht beispielsweise, wenn eine Webseite unter **verschiedenen Subdomains** - z.B. mit und ohne „www" - aufrufbar ist. Durch **Content-Diebstahl** kann es vorkommen, dass Deine Inhalte auf fremden Webseiten verwendet werden.

Werden auf demselben Suchmarkt verschiedene **Sprachversionen** einer Webseite angezeigt, - d.h. dass beispielsweise sowohl die deutsche als auch die englische Version Deiner Webseite in den Suchergebnissen auftaucht – wird auch das als Duplicate Content gewertet.

Eine wortwörtliche Übersetzung der Inhalte für unterschiedliche Zielmärkte sieht Google nicht als Duplicate Content an.

DUPLICATE CONTENT – DIE FOLGEN

Das Thema Duplicate

Content ist für Suchmaschinen
und
damit auch für Dich
unheimlich wichtig, denn Suchmaschinen haben den Anspruch jedem User
nur die bestmöglichen und **einzigartigen**
Ergebnisse
zu seiner Suchanfrage anzuzeigen. Damit Google diesem Anspruch
gerecht wird, analysiert, **indexiert**
und bewertet der
Suchmaschinengigant
tagtäglich Millionen Webseiten, auch Deine
Webseite wird gecrawlt,
wenn sie im Index zu finden ist.

Stößt
Google auf Duplicate Content, wählt die Suchmaschine nach eigenen
Kriterien ein Ergebnis aus
und zeigt dieses dem User an.
Duplicate Content kann also
Dein
SEO-Ranking beeinträchtigen.
Denn, wenn es mehrere Webseiten mit sehr ähnlichen (Near Duplicate
Content) oder sogar gleichen Inhalten gibt, kann Google nicht mehr
unterscheiden, welche Webseite die höchste Relevanz für den User
hat – die gefundenen Webseiten müssen sich somit die Relevanz
teilen und verlieren im Ranking an Bedeutung.

Neben dem Rankingverlust kann Duplicate Content jedoch auch zu einer **Strafe** oder sogar zur **Entfernung aus dem Index** führen, vor allem, wenn ein Verdacht auf Content-Manipulation zu SEO-Zwecken - also um sein eigenes Ranking zu verbessern - besteht.

DOPPELTE INHALTE FINDEN

Es gibt mehrere Möglichkeiten Duplicate Content festzustellen. Eine Variante ist das **direkte Suchen** in der Suchmaschine selbst. Gib dazu komplette Sätze oder Textabschnitte von Deiner Webseite mit Anführungszeichen in das Suchfeld ein – also beispielsweise: „*duplicate content ist der identische Inhalt auf verschiedenen Webseiten*“. So erkennst Du, ob identischer Inhalt auf Deiner Seite beziehungsweise ob Dein Content auf fremden Domains vorhanden ist. Des Weiteren werden Dir zahlreiche kostenlose Tools angeboten, sogenannte **Duplicate Content Checker**, um doppelte

Inhalte auf Deiner Webseite zu finden. Diese zeigen Dir an, welche Unterseiten und vor allem welche Passagen denselben Content aufweisen. Die Tools markieren auch kleine Textabschnitte, wie beispielsweise Teaser, diese sind allerdings nicht als problematischen Duplicate Content zu werten.

WIE DU DUPLICATE CONTENT VERMEIDEST

UNIQUE CONTENT

Duplicate Content vermeidest Du am besten, indem Du **Unique Content**, also einzigartigen Inhalt schaffst. Das ist natürlich leider gesagt als getan, vor allem bei Online Shops mit ähnlichen Produkten. Verwende daher wenig große Textabschnitte, die sich sehr ähneln beziehungsweise identisch sind. Falls es sich wirklich nicht vermeiden lässt, einzelne Textbausteine zu „kopieren", kann Google im **HTML-Code** mit dem **Canonical-Tag** darüber informiert werden, dass es bereits eine Seite mit gleichem Content gibt. Für Suchmaschinen wie Google ist der Faktor Einzigartigkeit besonders relevant, da diese dem User einen Mehrwert bieten. Die Suchergebnisse sollen daher so vielseitig und heterogen wie möglich sein.

BACKLINKS

Du hast Deinen Content haargenau auf einer anderen Webseite entdeckt? Bei **Content-Diebstahl** solltest Du bei dem Webseitenbetreiber einen **Backlink** und somit einen Quellenverweis zu Deiner Webseite einfordern. Dadurch erkennt Google, welcher Inhalt original ist und welcher Content indexiert werden soll. Fehlt diese Angabe, ist es für Google nicht möglich die Originalquelle festzulegen. Dies kann dazu führen, dass beide Webseitenbetreiber bestraft oder sogar aus dem Index entfernt werden.

Mit dem **noindex-Tag** gehst Du auf Nummer sicher: markiert der Content-Dieb seine Seite mit diesem Tag, wird diese erst gar nicht indexiert.

301-WEITERLEITUNG

Ist Deine Webseite unter verschiedenen Subdomains aufrufbar - also z.B. unter

„www.duplicatecontent.de“ und „duplicatecontent.de“ - und zeigt bei beiden dieselben Inhalte, empfiehlt sich die Einrichtung einer **301-Weiterleitung**. Dadurch wird eine Seite vollständig durch eine andere ersetzt – wie beispielsweise bei einem Relaunch. Der User wird, auch bei Eingabe der URL der einen Seite, direkt auf die zweite und richtige Seite geführt.

HREFLANG-TAG

Hast Du mehrere Sprachversionen Deiner Webseite? Dann kannst Du mit dem **Hreflang-Tag** Google signalisieren, dass eine Version lediglich die Übersetzung Deiner Haupt-Domain ist. Dadurch wird der Inhalt nicht als Duplicate Content gewertet. Zudem schließt Du mit diesem Tag aus, dass die unterschiedlichen Sprachversionen Deiner Webseite zusammen auf demselben Zielmarkt – also in den Suchergebnissen im gleichen Land – auftauchen.

FAZIT

Duplicate Content kann **schwerwiegende Folgen** nach sich ziehen, denn Suchmaschinen wie Google & Co. sind keine Freunde von identischen Inhalten. Um ihren Usern einzigartige Informationen zu bieten, filtern sie gleichen Content heraus und bewerten diesen negativ oder deindexieren die Webseite sogar bei Verdacht auf Manipulation. Daher solltest Du mithilfe von **Duplicate Content Checkern** regelmäßig prüfen, ob innerhalb Deiner Webseite doppelte Inhalte zu finden sind oder ob Dein Content auf fremden Seiten vorhanden ist. Mit **Unique Content**, **Tags** im Quellcode und **Weiterleitungen** kannst Du Duplicate Content und somit die negative Bewertung durch die Suchmaschinen verhindern.

Wir verfolgen das Thema weiter und informieren Dich, sobald sich SEO-Kriterien ändern.

Du hast noch Fragen? Dann melde Dich gerne bei uns.

Kontakt aufnehmen