

Marcell Sarközy

»Von Google abgestraft! Was nun?

Die eigene Webseite erscheint plötzlich nicht mehr in den Ergebnissen der Suchmaschinen, es kommen keine Besucher mehr? Der Grund dafür könnte ein sogenannter Penalty, also eine gezielte Abstrafung von Google sein. Der Suchmaschinenoptimierer Marcell Sarközy beleuchtet die Google-Abstrafungen und gibt Tipps, was man dagegen tun kann.

Der Alptraum eines jeden Webmasters oder Onlineshop-Betreibers: Der Besucherstrom reißt abrupt ab, die Besucher und der meist damit verbundene Umsatz bleiben aus. Was ist passiert? Hat ein Mitbewerber die eigene Webseite durch Suchmaschinenoptimierung verdrängt? Ändert Google vielleicht temporär etwas im System und bringt damit kurzzeitig die Ergebnisse durcheinander? Gerade bei Änderungen oder Updates der Suchmaschinen wird gerne und oft gleich von einer „Abstrafung“ gesprochen. Aber ist die Seite tatsächlich abgestraft worden? Dies gilt es nun so schnell wie möglich zu belegen, und natürlich auch entsprechend zu handeln. Es ist mitunter sehr schwierig, eine Abstrafung eindeutig festzustellen. Auch die genaue Art und vor allem die Dauer der Abstrafung kann manchmal ein Geheimnis bleiben. Generell gilt: Die Suchmaschinen, allen voran Google, sind nicht verpflichtet, Webseiten in ihren Index aufzunehmen. Theoretisch könnte also jede Webseite zu jedem Zeitpunkt aus dem Index einer Suchmaschine (auch grundlos) entfernt werden. Zudem geben die Betreiber der Suchmaschinen in der Regel keine Auskunft über eventuelle Abstrafungen, hier ist also jeder Webseiten-Betreiber selbst gefordert, es nicht zu einem solchen [Penalty](#)* kommen zu lassen. Werfen wir aber zunächst einen Blick auf den eigentlichen Sinn einer Abstrafung.

Der Sinn einer Abstrafung

Googles Hauptziel ist es, einen qualitativen Index aus hochwertigen Informationen aufzubauen und auszuliefern. Natürlich ist das Internet aber auch von anderen dubiosen Webseiten randvoll, diese können nun mittels einer Abstrafung

daran gehindert werden, gut zu ranken (also Top-Positionen zu bekommen). Die jeweilige Webseite wird dann schlichtweg auf den hinteren Ergebnisseiten der Suchmaschine platziert, wo sie keine oder kaum noch Klicks erhält. Aber auch in dieser Maßnahme steckt noch etwas Gutes: Die Webseite ist nach einer Abstrafung immer noch im Index der Suchmaschine vorhanden, während eine komplette Entfernung (Site Ban oder auch Delisting genannt) den dauerhaften digitalen Tod für die Webseite bedeutet. Dies passiert aus meiner Erfahrung aber eher selten.

Viel häufiger kommt es vor, dass bei der Suchmaschinenoptimierung etwas übertrieben wurde. Zu viel Backlinkaufbau in kurzer Zeit, zu viele doppelte Inhalte oder automatische Weiterleitungen (sogenannte Sneaky Redirects) lassen Google schnell hellhörig werden und die Webseite dann eventuell mit einer Abstrafung belegen. Die Aussage ist dann: „Wir haben Dich auf dem Radar. Du verstößt gegen unsere Richtlinien, wir haben Dich dafür abgestraft. Entferne alles, was gegen unsere Richtlinien verstößt, von Deiner Webseite, und vielleicht heben wir die Abstrafung dann irgendwann wieder auf!“. Google versendet in sehr wenigen Fällen sogar proaktiv eine E-Mail an Betreiber von Webseiten, die klar gegen die Richtlinien verstoßen, zum Beispiel mit versteckten Texten oder Linkspam. Hier wird dann zur Entfernung dieser Maßnahmen aufgefordert und eine Abstrafung angedroht. Entspricht die Webseite anschließend wieder den Richtlinien von Google, taucht sie meistens sogar automatisch an der alten Position wieder auf. Viele der Abstrafungen sind nämlich nicht manuell gesetzt, sondern automatische Filter-Mechanismen.

DER AUTOR



Marcell Sarközy ist Inhaber der Agentur Seodeluxe aus München und bietet SEO-Dienstleistungen für Unternehmen an. Zuvor war er als Head of SEO für die größte deutsche Autovermietung tätig.

* siehe Glossar Seite 112-114

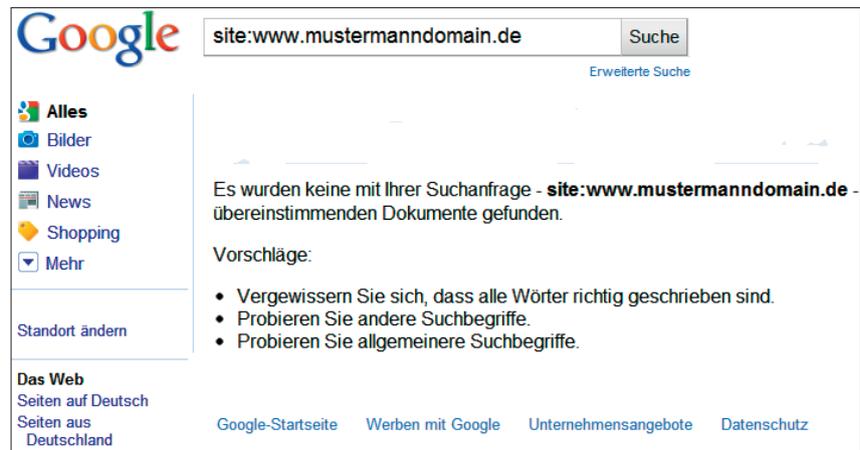


Abb. 1: Ein ernstes Warnzeichen – mit „site:“ erscheint kein einziges Suchergebnis

Aber wie erkennt man nun, ob die eigene Webseite von einer Abstrafung betroffen ist?

Eine Abstrafung feststellen

Zunächst einmal sollte man eine sogenannte Site-Abfrage bei Google durchführen. Damit lässt sich feststellen, ob und wie viel von der eigenen Webseite noch im Index vorhanden ist. Um beispielsweise die Domain *mustermann.de* abzufragen, gibt man in den Google-Suchschlitz Folgendes ein: **site:mustermann.de**. Erscheint anschließend gar kein Ergebnis, sieht es leider schlecht aus. Die Domain ist offensichtlich gar nicht mehr im Index vorhanden, also vermutlich gebannt worden. Hier hilft nur noch eines, nämlich über die Google-Webmaster-Tools einen **Antrag zur Wiederaufnahme** zu stellen. Die Chancen dafür sind aber nicht besonders hoch und zum Teil mit sehr langen Wartezeiten verbunden. Erscheint die Webseite aber noch in den Ergebnissen, muss weiter analysiert werden.

Rankt die Domain noch zum Domainnamen oder zu anderen einzigartigen Suchbegriffen, die auf der Webseite vorkommen? Falls die Antwort Nein lautet, deutet dies auf eine Abstrafung durch Google hin. Wurde in letzter Zeit etwas an der Webseite geändert, dann müssen diese Änderungen kritisch im Hinblick auf Googles Richtlinien überprüft werden. Vielleicht war der Auslöser auch

nur ein neuer Link, der auf der eigenen Webseite platziert wurde. Linkt dieser eventuell in schlechte Nachbarschaft, also auf minderwertige oder gar illegale Webseiten? Dieser Link sollte schnellstmöglich wieder entfernt werden. Auch sollten bezahlte Kampagnen zum Kauf oder zur Miete von Backlinks eingestellt werden. Nach der gründlichen Bereinigung der Webseite kann dann anschließend wieder der Antrag zur Wiederaufnahme gestellt werden. Wenn die Domain jedoch noch zum eigenen Domainnamen rankt, kann abschließend noch ein zusätzlicher Check gestartet werden.

Als Letztes sollten Longtail-Begriffe überprüft werden, also Kombinationen aus 4–6 Suchbegriffen. Hier können zum Beispiel verschiedene Title-Tags der eigenen Webseite und deren Unterseiten abgefragt werden. Dies funktioniert aber nur dann gut, wenn diese auch möglichst einzigartig sind. Lautet der Inhalt des Title-Tags nämlich „Untitled document“, ist dies zur Überprüfung nicht zielführend. Alternativ können auch Begriffskombinationen aus dem Inhalt der Seite gewählt werden, die möglichst exklusiv nur dort vorkommen. Als Ergebnis sollte die Webseite nun in den ersten Ergebnissen bei Google auftauchen. Tut sie das nicht, spricht das für eine Abstrafung in Form von entwerteten Backlinks. Google macht das, um Spam zu bekämpfen. In diesem Fall sollte also das eigene Link-Profil kritisch betrachtet und mit

neuen, hochwertigen und thematisch passenden Backlinks ergänzt werden. Die anschließende Stellung des Antrages zur Wiederaufnahme ist an dieser Stelle keine Pflicht, da sich mit Änderung des Link-Profiles auch zu 99 % die Rankings wieder positiv ändern werden. Taucht die Webseite nach Abfrage von Longtail-Begriffen übrigens an gewünschter Stelle auf, spricht das klar gegen eine Abstrafung von Google. Eventuell wurde man also schlichtweg von einer (aus Googles Sicht) thematisch besseren Webseite überholt. Hier ist man also gefordert, wieder alle Hebel der Suchmaschinenoptimierung geschickt in Bewegung zu setzen, um sein Ranking wieder zu verbessern.

Arten von Abstrafungen PageRank-Verlust

Der teilweise oder gar komplette Verlust des Google **PageRanks*** (PR) kann durch mehrere Ursachen hervorgerufen werden. Im Zuge der Spam-Bekämpfung durch Google können Webseiten ihren PageRank verlieren, wenn sie zum Beispiel Links verkaufen. Seiten ohne PageRank sind für potenzielle Käufer in der Regel weniger attraktiv. Aber nicht immer muss ein verringerter PageRank auch Indikator für eine Abstrafung sein. Vielleicht sind auch wichtige Backlinks verloren gegangen, hier entdeckt man eventuell im Backlink-Profil der eigenen Webseite Änderungen oder

* siehe Glossar Seite 112-114



Abb. 2: Fehlende Rankings auf den ersten drei Seiten sind ebenfalls ein Alarmsignal, hier via Sistris visualisiert

Schwachstellen. Auch kann die Wertigkeit der link-gebenden Webseiten herunter gestuft worden sein. In Folge bleibt die Anzahl der eigenen Backlinks zwar gleich, der PageRank kann aber durchaus sinken. Die PageRank-Abstrafung betrifft jedoch nicht das Ranking oder die Sichtbarkeit der Webseite, es kommen also nicht weniger Besucher als vorher.

Zurückstufungen

Rankt eine Webseite (oder auch nur eine einzelne Unterseite) plötzlich nicht mehr zu einem bestimmten Suchbegriff, könnte dies auf eine selektive Abstrafung hindeuten. Der Grund dafür ist vermutlich eine „Überoptimierung“, zum Beispiel durch zu häufige Nennung eines Suchbegriffes (sogenanntes [Keyword-Stuffing*](#)). In grauer Vorzeit der Suchmaschinen reichte es oft aus, einen Suchbegriff nur oft genug auf der eigenen Seite zu wiederholen, um damit ein gutes Ranking zu erzielen. Diese Tage sind aber schon lange vorbei, man sollte Suchbegriffe also nicht übertrieben häufig verwenden. Bei dieser Art der Abstrafung sollte man zuerst einen Blick auf die Häufigkeit der wichtigsten Suchbegriffe (Keyword Density) werfen und den Content gegebenenfalls modifizieren. Natürlich kann auch das Backlink-Profil eine Rolle spielen. Tauchen „über Nacht“ plötzlich Unmengen von Backlinks auf, dann kann bei Google schon mal ein kleines rotes Lämpchen aufleuchten. Zurückstufungen gibt es in verschiedenen Variationen, so kann die Webseite schon

mal um 30 oder gar um 950 Plätze in den Ergebnissen von Google nach hinten geschoben werden. Dort bekommt man nur sehr wenige bis überhaupt keine Klicks mehr ab.

Entfernung aus dem Index

Wie bereits erwähnt, kann bei besonders schweren Verstößen gegen die Richtlinien von Google die eigene Webseite auch komplett aus dem Suchergebnissen entfernt werden. Der Grund hierfür sind meistens Black-Hat-Techniken, also alles, was gegen ethische Suchmaschinenoptimierung verstößt. Eine komplette Entfernung aus dem Index wird von Google in der Regel begründet und dem Webseiten-Betreiber per E-Mail mitgeteilt. Diese Maßnahme ist meist endgültig und ein Antrag auf Wiederaufnahme damit auch nutzlos.

Ursachen für Abstrafungen

Es gibt viele Ursachen für einen Google-Penalty. Manchmal sind es einzelne, manchmal eine Kombination aus mehreren Ursachen, die dann zusammen die Abstrafung auslösen. Damit die eigene Webseite davon nicht betroffen wird, sollten die folgenden Punkte unbedingt vermieden werden:

Backlink-Spam

Wer ausschließlich auf Backlinks aus nicht-vertrauenswürdigen Quellen setzt, braucht sich nicht über eine Google-Abstrafung wundern. So gibt es eine Vielzahl an Programmen zu kaufen, die Web-

seiten innerhalb kürzester Zeit bei Hunderten von Social-Bookmarking-Diensten eintragen, Tausende von Foren-Signaturen erstellen oder gar ganze Blog-Netzwerke über Nacht aus dem Boden wachsen lassen. Dass diese Backlinks dann weder großes Vertrauen (Trust) genießen noch irgendwie organisch gewachsen aussehen, sollte klar sein. Wenn Webseiten-Rankings ausschließlich durch Backlink-Spam erzeugt werden, ist eine Abstrafung nicht nur möglich, sondern sogar eher wahrscheinlich. Diese Arten von Backlinks sollte man also vermeiden.

Homogene Anchor-Texte

Der Anchor-Text ist der lesbare Teil eines Links. Es ist kein SEO-Geheimnis mehr, dass die häufige Verwendung von Suchbegriffen als Anchor-Text früher auch maßgeblich das Ranking für diesen Suchbegriff bestimmte. So kam man dann auf die Idee, nur noch Backlinks mit seinen gewünschten Suchbegriffen aufzubauen, also z. B. als Anchor-Text immer nur „Kredit günstig“ zu verwenden. Für Google (und so manches SEO-Tool) ist es natürlich ein Leichtes, die Anchor-Texte in Relation zur Anzahl auszulesen. Ein homogenes Link-Profil mit immer den gleichen Anchor-Texten wirkt extrem unnatürlich, da „normale User“ meist Begriffe verlinken, die sie gerade für passend halten. Das könnte also „Tolle Kredite“, „Hier geht es zu meiner Hausbank“ oder ein schlichtes „Hier“ sein. Eine offensichtliche Manipulation der Rankings durch zu homogene Anchor-Texte kann zu einer Abstrafung führen.

Doppelte Inhalte

Besteht die eigene Webseite nur aus Inhalten, die es schon anderswo im Internet gibt, spricht man von doppelten Inhalten (Duplicate Content). Google mag das gar nicht und kann solche Webseiten auch dafür abstrafen. Aber hier ist die zweifelsfreie Erkennung des Penalty

* siehe Glossar Seite 112-114

nicht immer sofort ersichtlich. Webseiten mit doppelten Inhalten ranken in der Regel nicht besonders gut, was von unerfahrenen Betreibern von Webseiten dann gerne als Abstrafung ausgelegt wird. Auch sogenannte News-Aggregatoren, die nur aus einer Vielzahl fremder Inhalte bestehen, bieten dem Nutzer keinen echten Mehrwert. Die Gegenmaßnahme ist hier recht einfach: Weg mit dem doppelten Inhalt, her mit frischem neuem Inhalt!

Cloaking

Beim sogenannten Cloaking wird versucht, dem suchenden Nutzer eine andere Webseite anzuzeigen als dem [Crawler*](#) der Suchmaschinen.

Dies geschieht, indem der User-Agent (Browserkennung oder Googlebot) ausgelesen wird und dann eine entsprechende Weiche greift. Die ausgelieferte Seite für den menschlichen Nutzer sieht dann in der Regel ganz unauffällig aus und besteht aus Texten, Bildern, Designelementen usw. Die Seite, die hingegen der Suchmaschine angezeigt wird, ist meist nur eine Anhäufung aus Suchbegriffen in einer ansonsten unformatierten HTML-Seite. Auch die Erstellung von sogenannten Brückenseiten (Doorway Pages) fällt unter den Begriff Cloaking. Hierzu wird eine Vielzahl an (Unter-)Seiten generiert, die meistens nur auf einen bestimmten Suchbegriff ausgerichtet wurden. So sollen möglichst viele Besucher aus den Suchmaschinen diese Seiten finden. Landet man auf einer solchen Seite, wird man meistens in Sekundenbruchteilen auf die eigentlich Haupt-Webseite weitergeleitet. Somit bieten diese Brückenseiten weder relevanten Inhalt noch echten Mehrwert. Wenn Google Cloaking bei einer Webseite bemerkt, ist eine Abstrafung oder sogar eine Entfernung aus dem Index wahr-

scheinlich. Diese Technik sollte man also tunlichst vermeiden.

Schlechte Nachbarschaft

Jeder ausgehende Link von der eigenen Webseite stellt eine Empfehlung dar. Und genau wie im richtigen Leben möchte man natürlich keine dubiosen Empfehlungen abgeben, also zum Beispiel auf illegale, pornographische oder Glücksspiel-Webseiten linken. Diese Seiten werden allgemein als schlechte

Empfehlung mehr und helfen Google dabei, den Unterschied zwischen manipulativen Links und normaler Werbung besser zu erkennen.

Die Google Sandbox

Oftmals hört man von der sogenannten Google Sandbox. Diese wird zwar gerne mit einer Abstrafung verwechselt, ist aber gar keine, deswegen möchte ich sie an dieser Stelle kurz erwähnen. Vom Sandbox-Effekt sind junge Webseiten

betroffen, die sich aus Sicht von Google erst einmal eine Zeitlang im Internet beweisen müssen. Damit soll verhindert werden, dass neue Webseiten quasi aus dem Nichts auftauchen und sofort die vorderen Plätze

bei Google belegen können. Der Sandbox-Effekt kann zwischen einer Woche und mehreren Monaten andauern, in dieser Zeit sollte man durch das Hinzufügen qualitativer Inhalte Google seine guten Absichten zeigen. Auch der Aufbau von guten und thematisch passenden Backlinks beschleunigt die Entlassung aus der Sandbox in den „normalen“ Index von Google.

Ehrlich währt am längsten

Diesen Ratschlag haben Sie mit Sicherheit schon einmal gehört, aber es ist der beste, um nicht von Google abgestraft zu werden: Erstellen Sie Webseiten für die User, nicht für die Suchmaschinen. Bieten Sie frischen und hochwertigen Content an, lassen Sie sich thematisch relevant verlinken und probieren Sie keine sogenannten Black-Hat-Techniken aus. Ethische Suchmaschinenoptimierung ist und bleibt solides Handwerk und braucht ihre Zeit. Man tut also gut daran, sich an die Google-Richtlinien zu halten und braucht sich dann auch keine Sorgen wegen einer Abstrafung zu machen. ¶

„Reputable sites that sell links won't have their search engine rankings or PageRank penalized. However, link-selling sites can lose their ability to give reputation (e.g. PageRank and anchor text).“ **Matt Cutts**

Nachbarschaft bezeichnet und können bei einer proaktiven Verlinkung auch zu einer Abstrafung führen. Augenmerk sollte man vor allem auf die Kommentare im eigenen Blog haben, da hier sehr oft Spammer versuchen, Backlinks für ihre Webseiten zu generieren. Auch kann es bisweilen vorkommen, dass Webseiten das Ziel von Hacker-Angriffen werden. Auf der gehackten Webseite werden dann mehr oder weniger offensichtliche Links platziert. Dies kommt aber zum Glück eher selten vor. Als Faustregel sollte gelten, nur Links auf andere Webseiten zeigen zu lassen, die man im wirklichen Leben auch empfehlen würde.

Linkkauf und -verkauf

Das Kaufen und Verkaufen von Links zum Zwecke der PageRank-Manipulation von Webseiten wird von Google als Verstoß gegen die Richtlinien eingestuft. Matt Cutts, Leiter von Googles Anti-Spam-Team, empfiehlt die Verwendung des rel="nofollow"-Attributes, um gekaufte Links gezielt zu entwerten. Diese entwerteten Links sind dann keine echte

* siehe Glossar Seite 112-114