

# BAD LINKS:

## Eine echte Gefahr für kleinere Unternehmen?

Ralf Seybold

Sichtbarkeit in den Suchergebnissen ist. In der Regel übernimmt der Geschäftsführer in solchen Unternehmen die Verantwortung für die Website, nicht selten wird diese aber extern betreut (zudem in sehr vielen Fällen nicht einmal semiprofessionell).

Investitionen in AdWords, in der Regel Zielort + 15 km Radius, werden mit kleinstem Budget realisiert. Facebook als Social-Media-Applikation wird entweder über einen persönlichen Account oder sogar schon über eine Fanpage betrieben. Linkaufbau gibt es nicht oder er wird durch gekaufte Links betrieben. Das bringt alles nicht viel – kann aber auch nicht viel schaden oder? Ralf Seybold zeigt in einer Fallstudie, dass durchaus das Gegenteil passieren kann!

Kleine Unternehmen mit „einer Handvoll Mitarbeiter“ sind schwer von der Wichtigkeit von SEO oder Link-Risk-Management zu überzeugen.

Gleichwohl ist ihnen bewusst, wie wichtig eine

### Die Crux des kleinen Gewerbes

Von den Webseiten kleiner Unternehmen will ich gar nicht reden. Diese sind bestenfalls semiprofessionell aufbereitet, Design und Realisierung meist günstig gekauft. Oftmals werden Baukastensysteme verwendet, wenn CMS eingesetzt werden, dann sind diese in der Regel veraltet.

Kurz: Kleine Unternehmen bieten bei hohem Wettbewerb eine enorme Angriffsfläche sowohl für Negative-SEO als auch für Hackerangriffe auf mangelhaft gewarteten Webseiten. Gleichzeitig sind dort die Budgets sehr gering und die Notwendigkeit für sauberes SEO erst dann erkennbar, wenn die Sichtbarkeit nicht (oder kaum) mehr vorhanden ist. Wenn bei einem solchen Unternehmen der Supergau eintritt, dann wird es richtig schwierig.

hend ohne AdWords-Ausgaben aus und profitiert von den guten Ergebnissen und einer ordentlichen Lage in der Stuttgarter Kernstadt.

Jetzt stellt die Inhaberin fest, dass die Suchergebnisse von Google direkt aus den Ergebnisseiten ein Gewinnspiel öffnen und auf eine Webseite in der Ukraine verweisen. Die Besucher aus Google kommen nicht mehr auf die Webseiten des Copyshops. Zudem gibt es Hinweise auf Trojaner.

Die Auswirkungen auf das kleine Unternehmen sind dramatisch: Kein Telefon klingelt und im besten Fall findet noch ein Stammkunde in den Laden.

Erfahrung mit Webhosting, CMS oder Ähnlichem sind in diesen kleinen Unternehmen (fast) nicht vorhanden. In den seltensten Fällen gibt es detaillierte Listen oder Informationen über die Zugriffsmöglichkeiten auf Website, Hosting mittels FTP, Datenbank und anderes.

Die „Administration“ hat früher ein Student oder „befeundeter Sohn“ übernommen. Dieser ist jetzt aber nicht mehr verfügbar. Eine Dokumentation der wichtigsten Zugriffsdaten und Passwörter oder der Systemumgebungen? Fehlanzeige.

Wie kämpft man sich in einer solchen Situation zur Lösung?

### Die Ausgangssituation – alles andere als optimal

Die Ausgangssituation im März 2017: Die Website [www.businesscenter-werneburg.de](http://www.businesscenter-werneburg.de) hält Top-Platzierungen für „Copyshop Stuttgart“, „Fotokopien“ und verschiedene sehr lokale Anfragen in [Google.de](http://Google.de) und auch in Google lokal in Stuttgart. Das Unternehmen kommt weitestge-

#### DER AUTOR



Sichtbar statt SEO ist die Devise von **Ralf Seybold**, Chef bei SEYBOLD – Agentur für Sichtbarkeit. Sein Sichtbarkeitsmanagement ist ausgezeichnet mit dem Innovationspreis IT 2014 – Best of Web 2.0 & Social. Er ist außerdem LRT Certified Xpert mit Passion zum Link-Risk-Management.

<a href="#">/cmdgv0ov9/perche-facebook-non-e/%27-aggiornato-su-microsoft.php</a> ▾
<a href="#">cmdgv0ov9/perche-facebook-non-e/%27-aggiornato-su-microsoft.php</a> ▾
<a href="#">/ua2jtnymg/immagini-auguri-per-l/%27otto-marzo-festa-della-donna.php</a> ▾
<a href="#">ua2jtnymg/immagini-auguri-per-l/%27otto-marzo-festa-della-donna.php</a> ▾
<a href="#">/ua2jtnymg/immagini-bellw-d/%27amore-per-augurarw-buona-notte.php</a> ▾
<a href="#">ua2jtnymg/immagini-bellw-d/%27amore-per-augurarw-buona-notte.php</a> ▾
<a href="#">/y00okiby3/perche/%27-piace-essere-cornuto.php</a> ▾

Abb.1: Für diese „Seiten“ existierten Backlinks, die auf die Präsenz des Kunden verwiesen (*LinkResearchTools*).

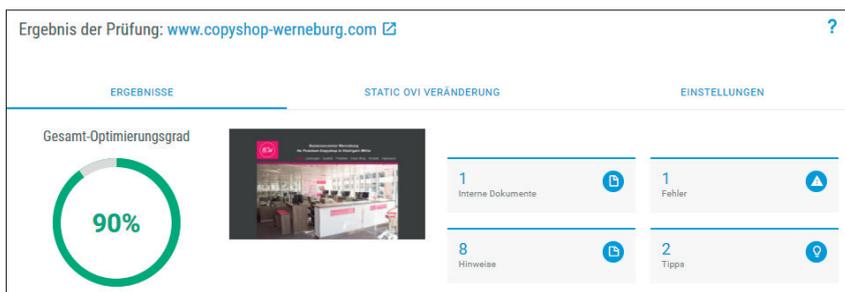


Abb.2: Analyse-Überblick des OnPage-Moduls von Xovi

## Schritt 1: Überprüfung auf Zugriffe und daraus resultierende Handlungsmöglichkeiten Website gehackt

Mit den *LinkResearchTools* untersuchen wir die Seitenstruktur (SSPT). Verschiedene Verzeichnisse deuten bei dieser ersten Analyse schon darauf hin, dass die Website nicht nur umgeleitet, sondern auch gehackt wurde.

### Plan A: Back-up: Gibt es ein Back-up aus einem Zeitraum vor dem Angriff?

Bei *Archive.org* prüfen wir die letzten Einträge, um zu sehen, ob eine ältere Version verwendet werden könnte, um schnell Abhilfe zu schaffen. Die letzten Einträge für die Website waren 4. November 2016 und 7. Februar 2017. Während die Einträge für den 4. November 2016 noch Inhalte nachladen, ist beim Snapshot vom 7. Februar 2017 davon auszugehen, dass hier bereits die Umleitung aktiv war. Vermutlich bestand das Hijacking der Website also nicht erst seit März, sondern schon wesentlich früher.

Im Idealfall sollte das Backup von Anfang November als Plattform für die Wiederherstellung der nicht umgeleiteten Inhalte dienen. Leider ergibt sich auf Nachfrage bei der Inhaberin, dass sie keinerlei Zugriff auf die alten Inhalte hat und auch noch nie Backups erstellt wurden.

### Plan B: Prüfung Zugriff auf WordPress

Was die Kundin jedoch habe, wäre ein Zugang zur Pflege der Webseiten mit WordPress. Dieser Zugang entspricht keinem Administrator-Zugang. Somit ist ausgeschlossen, Plug-ins zur Sicherung der Inhalte zu installieren, wie z. B. *Duplicator* oder *All-in-one-Migration*. Mit diesen Tools wäre es möglich gewesen, eine Kopie des Gesamtsystems zu erstellen, um darin nach dem schadhafte Code zu suchen. In früheren Fällen konnten wir so zumindest die Inhalte, wenn nicht sogar das gesamte Design retten.

### Plan C: Prüfung Zugriff auf Webhosting

Wenn es schon keinen Administratorzugang gibt, könnte man zumindest in

## TECHNISCHE HILFSMITTEL BEI DER LÖSUNG DIESES PROBLEMS

Für die Lösung und Wiederherstellung der wichtigsten Daten im Falle eines Website-Hijacks, benötigen wir in der Regel folgende Informationen:

- » Zugang FTP zur Website
- » Admin-Zugang zum Content-Management-System
- » Zugang zum Hosting-Interface (*Plesk* oder eigene Server-Oberflächen) des Webhosters
- » Administrativer Zugang zu den DNS-Einträgen
- » Zugang zu Datensicherungen und Backups

Für die Prüfung der Sichtbarkeit und der Backlinks verwenden wir:

- » *Search Console*
- » *XOVI*, *MajesticSEO*, *Ahrefs*
- » *LinkResearchTools*

die Datenbank einen entsprechenden Zugang in die Tabelle der Benutzer von WordPress einspielen. Das hilft oftmals (wie das geht, steht in diesem Video: <https://youtu.be/hgMvqZXciZ4>).

Ein Zugang zu *Hosteurope* bestand, stellte sich aber als reiner Verwaltungszugang heraus. Die Kundin hatte dort lediglich die Domains und Mails gehostet. Der eigentliche Inhalt der Website wurde beim Ersteller der Website platziert. Dabei handelt es sich um einen ehemaligen Studenten, der auf keine Kontaktanfrage reagierte.

Somit bestand keine Möglichkeit, via *FTP* oder *phpMyAdmin* an die Daten bzw. Datenbank zu kommen.

Vorübergehendes Lösungsangebot konnte nur die Erstellung einer Kopie der Website oder aber die komplette Neugestaltung sein.

## Schritt 2: Kontrolle zurückgewinnen Maßnahme 1: Neugestaltung temporärer Webpräsenz

Die Inhaberin entschied sich dafür, über das Baukastensystem von *WIX.COM* eine neue Seite intern zu gestalten, um

kurzfristig im Web erreichbar zu sein. Für die neue Seite wurde die Domain [www.copyshop-werneburg.com](http://www.copyshop-werneburg.com) akquiriert. Im Zuge der Umstellung erhielt die neue Seite auch ein SSL-Zertifikat (was die bisherige Website nicht vorweisen konnte).

**Maßnahme 2: OnPage-Optimierung**

Die neuen Seiten wurden für SEO grundoptimiert. Die Analyse wurde mit dem OnPage-Modul von Xovi erstellt. Nach der Optimierung ergab sich ein Gesamtoptimierungsgrad von 90 %.

**Maßnahme 3: Konnektierung der alten Domain**

Der alte Webspace der Domain [www.businesscenter-werneburg.de](http://www.businesscenter-werneburg.de) wurde bei Hosteurope getrennt, die Domain für E-Mails weiterverwendet. Für die Domain wurde eine Weiterleitung auf [copyshop-werneburg.com](http://copyshop-werneburg.com) eingerichtet und gleich auch Google Analytics und Google Search Console angelegt.

Die Weiterleitung wurde eingerichtet, damit eine vom Gewinnspiel gesäuberte Weiterleitung für die Website vorhanden ist.

Damit wäre das ursprüngliche Problem behoben gewesen. Unklar war aber, welcher Schaden für die Domain, Backlinks etc. entstanden war und wie dieser zu beseitigen wäre.

**Schritt 3: Ausmaß des Schadens überprüfen Sichtbarkeit in Xovi**

Zur Prüfung der Sichtbarkeit wurde der Static OVI von Xovi herangezogen. Die Sichtbarkeit in Xovi verdeutlichte die leichten Einbrüche bei der Sichtbarkeit und den Totalverlust der Sichtbarkeit im März 2017.

**Sichtbarkeit in der Google Search Console**

Da weder Google-Analytics- noch Search-Console-Verbindungen zur bis-



Abb.3: Statische OVI-Veränderung in Xovi



Abb.4: Search Console zeigte für die alte Domain einen Absturz auf die durchschn. Position 39,8

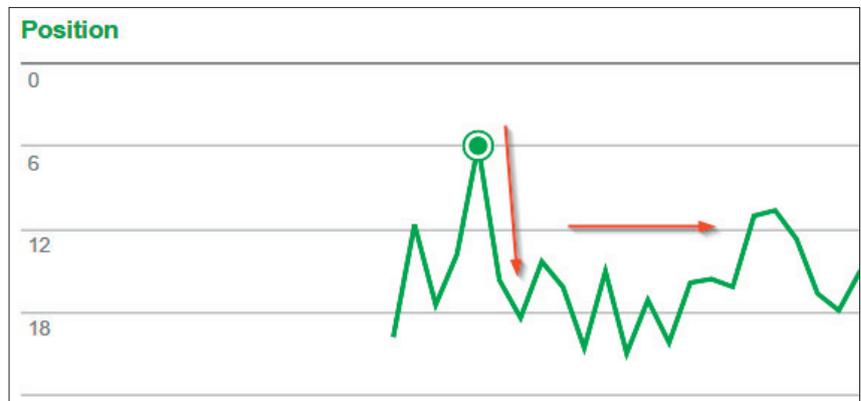


Abb.5: Search Console zeigte eine Seitwärtsbewegung für die neue Domain

herigen Website [www.businesscenter-werneburg.de](http://www.businesscenter-werneburg.de) bestanden, mussten diese zunächst erstellt werden.

Allerdings gestaltete sich das als schwierig. Durch die Umschaltung auf die neue Seite akzeptierte Google in der Search Console keine Domaineinträge bei Hosteurope für das Property, weil die endgültige Seite bei [WIX.COM](http://WIX.COM) lag und nicht bei Hosteurope. Da das Endziel eine Seite bei [WIX.COM](http://WIX.COM) darstellte, erlaubt Google Search Console lediglich die Eingabe des Codes in den DNS bei [WIX.COM](http://WIX.COM). Aber dies wiederum verwirrte das Set-up der Google Search Console. Zuletzt wurde das Property-Tag auf der Baukastenseite ausgetauscht, um die Domain [www.businesscenter-werneburg.de](http://www.businesscenter-werneburg.de) gegenüber Google zu identifizieren. Erst dieser Umweg, sowohl in den DNS bei Hosteurope als auch in den DNS bei [WIX.COM](http://WIX.COM) die entsprechenden Codes zu

hinterlegen, brachte den Erfolg, auf die Suchanfragen via Search Console zugreifen zu können.

Anhand der durchschnittlichen Position wurde ersichtlich, dass ab dem 6. April 2017 ein dramatischer Einbruch bei den ausgespielten Positionen in den Suchergebnissen von Google zu verzeichnen war.

Am 25. März war die durchschnittliche Position noch bei 2,4 über alle Suchanfragen. Zum 6. April war der Absturz auf eine durchschnittliche Position 39,8 verzeichnet.

Wie verhielt sich die neue Domain [www.copyshop-werneburg.com](http://www.copyshop-werneburg.com)?

Die neue Domain konnte sich schnell in den Top 10 etablieren, stürzte aber aufgrund schlechter Links aus den Weiterleitungen der alten Domain sofort ab. Ab dann zeigte sich eine Seitwärtsbewegung für die neue Domain.



Abb.6: Domain DTOXRISK® für [www.copysshop-werneburg.com](http://www.copysshop-werneburg.com) mit dem DTOX-Modul der LinkResearchTools

Idx	Quell-URL	Linktext	Kateg	DTOXRISK	Link bewerten	Regeln
	<a href="http://www.businesscenter-werneburg.de/3c9pjob2/cupones-p...">http://www.businesscenter-werneburg.de/3c9pjob2/cupones-p...</a>	n/a	n/a	Niedrig		SUSP10 (2)
	<a href="https://www.businesscenter-werneburg.de/2016/03/">https://www.businesscenter-werneburg.de/2016/03/</a>	n/a	n/a	Niedrig		SUSP10 (2)
	<a href="http://www.businesscenter-werneburg.de/2016/03/">http://www.businesscenter-werneburg.de/2016/03/</a>	n/a	n/a	Niedrig		SUSP10 (2)
	<a href="https://www.businesscenter-werneburg.de/">https://www.businesscenter-werneburg.de/</a>	n/a	n/a	Niedrig		SUSP10 (2)
	<a href="http://businesscenter-werneburg.de/">http://businesscenter-werneburg.de/</a>	n/a	n/a	Niedrig		SUSP10 (2)
	<a href="http://copyhaus-schwaben.de/">http://copyhaus-schwaben.de/</a>	n/a	n/a	Niedrig		SUSP1 (2)
	<a href="http://www.businesscenter-werneburg.de/">http://www.businesscenter-werneburg.de/</a>	n/a	n/a	Niedrig		SUSP10

Abb.7: DTOX-Modul der LinkResearchTools – Detailsicht



Abb.8: Domain DTOXRISK® für [www.copysshop-schwaben.de](http://www.copysshop-schwaben.de)



Abb.9: Domain DTOXRISK® für [www.businesscenter-werneburg.de](http://www.businesscenter-werneburg.de)

Diese Ergebnisse machten eine Prüfung der toxischen Risiken für **alle (!) verwendeten Domains** notwendig.

### Prüfung des toxischen Risikos von Domain 1 mit LRT

Die Analyse in den LinkResearchTools mit dem DTOX-Modul zeigte ein mittleres Link-Detox-Risiko (Abb. 6).

Und die Links von der alten Seite sollten nicht negativ ins Gewicht fallen (Abb. 7).

Die bisherigen Links sprachen von einem niedrigen DTOXRISK, erschienen dem Algorithmus von LRT aber suspekt.

„SUSP10 – Verlinkende Domain hat einen sehr negativen Linkwachstumstrend (LVT) – möglicherweise Teil eines Expired-Domain-Linknetzwerks oder einer Domain, die lange nicht gewartet oder beworben wurde und an der die Öffentlichkeit das Interesse verloren hat.“

SUSP1 – Link von einer schwachen Domain ohne externe Links.“

### Prüfung des toxischen Risikos von Domain 2 und 3 mit LRT

Für die beiden anderen alten Domains wurde ebenfalls ein Domain DTOXRISK® ermittelt.

Digital-Marketing-Seminare seit 2008

6 Standorte

München, Berlin, Hamburg, Düsseldorf, Frankfurt am Main & Stuttgart

15+ Dozenten

geben mit viel Leidenschaft ihr Wissen an Sie weiter

25+ Themen

zu Online-Marketing, SEO, AdWords, Social Media, Analyse & Optimierung

Bereits Termine für 2018 online verfügbar

200+ Termine pro Jahr

Welches Seminar passt zu Ihnen?

[www.121watt.de/seminare](http://www.121watt.de/seminare)

121WATT

Bis vor einigen Jahren fand die Domain *www.copysshop-schwaben.de* Verwendung. Diese verzeichnet noch heute primär Links aus Branchenbüchern und einige private Links. Das Risiko ist eher als unterdurchschnittlich zu klassifizieren.

Die Analyse der gehijackten Domain *www.businesscenter-werneburg.de* zeigte ein deutlich höheres Risiko (Abb. 9).

**CDETOX – Prüfung des Verhältnisses des toxischen Risikos zwischen Kunde und Mitbewerber**

Im Mitbewerbervergleich (CDETOX) zeigte sich die Domain unterlegen im Vergleich zu den Top-3- bzw. Top-5-Domains.

Daraufhin wurden die potenziell toxischen Links einer Überprüfung unterzogen.

**Erste Sichtung der potenziell toxischen Links**

Bei der Auswertung der potenziell toxischen Links zeigte sich sehr schnell, welche Art von Backlinks auf die Domain verwiesen.

Die über das Gewinnspiel (und möglicherweise auch Negative-SEO) angereicherten Backlinks waren durchgängig Viagra-, Tld-CC- oder sonstiger Spam.

**Alle Backlinks prüfen, nicht nur einen kleinen Teil**

Bei Link-Audits ist es generell wichtig, alle verfügbaren Backlinks zu überprüfen und nicht nur einen Teil. Wird nur ein Bruchteil geprüft, besteht die Gefahr, trotz einer Abwertung toxischer Links noch immer in der Abwärtsspirale gefangen zu sein.

Die LinkResearchTools fanden 255.504 Links und 771 Domains.

10 % der Links verzeichneten definitiv ein hohes oder überdurchschnittliches DTOXRISK®. Diese Links mussten alle manuell geprüft werden.



Abb.10: Mitbewerbervergleich für *www.businesscenter-werneburg.de*

<a href="http://www.laccademiadimusica.com/2qyg04jkm/comment-sup...">http://www.laccademiadimusica.com/2qyg04jkm/comment-sup...</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://www.laccademiadimusica.com/author/">http://www.laccademiadimusica.com/author/</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://www.laccademiadimusica.com/">http://www.laccademiadimusica.com/</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://yukseartmimarlik.com/page-21403/">http://yukseartmimarlik.com/page-21403/</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://yukseartmimarlik.com/">http://yukseartmimarlik.com/</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://www.sntong.me/gallery/%E6%89%8B%E7%BB%98%E5%A...">http://www.sntong.me/gallery/%E6%89%8B%E7%BB%98%E5%A...</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://www.sntong.me/">http://www.sntong.me/</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://izm.cc/">http://izm.cc/</a>	unverifiziert	n/a	Hoch
<a href="http://www.libertyclaimsadjusters.com/buy-detrol-through-pay...">http://www.libertyclaimsadjusters.com/buy-detrol-through-pay...</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://www.libertyclaimsadjusters.com/where-to-buy-microzide...">http://www.libertyclaimsadjusters.com/where-to-buy-microzide...</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://www.libertyclaimsadjusters.com/best-online-store-for-tof...">http://www.libertyclaimsadjusters.com/best-online-store-for-tof...</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://www.libertyclaimsadjusters.com/where-to-buy-detrol-ove...">http://www.libertyclaimsadjusters.com/where-to-buy-detrol-ove...</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://www.bu26.com/event-coordination/">http://www.bu26.com/event-coordination/</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich
<a href="http://www.bu26.com/gallery/">http://www.bu26.com/gallery/</a>	unverifiziert	n/a	Überdurchschnittlich

Abb.11: Manuelle Überprüfung der potenziell toxischen Backlinks mit LinkResearchTools

<b>Gefunden</b>	255.504 Links
<b>Credits</b>	1
<b>DTOX Modus</b>	Linkprofil Audit (Klassischer Modus)
<b>NOFOLLOW Modus</b>	Bewerten

Abb.12: Anzahl aller gefundenen Backlinks mit LinkResearchTools

Im Vergleich hierzu fand das von uns ebenfalls eingesetzte Tool Xovi lediglich 23 URLs (das sind ca. 0,03 % der Backlinks, die LRT fand). Das Risiko für die Website wurde dort als neutral bezeichnet.

MajesticSEO zeigte 37 Backlinks. Diese sind aber alle von minderer Qualität, wie das Schaubild auf der rechten Seite deutlich darstellt.

Ahrefs erkannte lediglich 114 Backlinks, dafür aber in den Linktexten zahl-

reiche kryptische Zahlenwerte.

Die Analyse des Link-Profiles in LRT bestätigt, dass es für die Domain nur „Sonstige“ und „Brand“-Links gab. Das war sehr ungewöhnlich.

Bei einer manuellen Prüfung aller Links zeigten sich zahlreiche Seiten mit Malware, die auf die Copysshop-Seiten verlinkten.

Diese Domains mussten dringend abgewertet werden, weil sie eine schädliche Auswirkung auf das Ranking in Google besitzen. Ohne die LinkResearchTools hätte vermutlich kein Disavow zu diesem Zeitpunkt in Betracht gezogen werden müssen.

Dank LRT konnten die Links erkannt und qualifiziert werden.

Verteilung der Link Detox Risk® (DTOXRISK®) Bewertungen im Linkprofil	
Beschreibung	
<p><b>10%</b> (71) Ihrer Backlinks haben ein hohes oder überdurchschnittliches <b>DTOXRISK®</b></p> <p>Sie sollten diese Links als Erstes prüfen. Wenn Sie unsere Meinung der Linkrisikoeinschätzung nach dem <b>DTOXRISK®</b> Wert bestätigen, empfehlen wir diese Links dann schnell zu disavowen und dann zu entfernen. Je höher der <b>DTOXRISK®</b> Wert ist, umso genauer sollten Sie den Link prüfen. <a href="#">Mehr lesen</a></p>	
<p><b>46%</b> (333) Ihrer Backlinks haben ein durchschnittliches oder unterdurchschnittliches <b>DTOXRISK®</b></p> <p>Sie sollten diese Links als Nächstes prüfen. In dieser Kategorie gibt es verschieden hohe Linkrisikoeinschätzung nach dem <b>DTOXRISK®</b> Wert die Ihnen dabei helfen unsere Einschätzung zu verstehen und selbst zu entscheiden ob Sie den Link disavowen und entfernen wollen (dann bitte auch als schlechten Link mit Daumen runter markieren) oder den Link behalten wollen (dann bitte auch mit "Daumen hoch" als guten Link markieren). <a href="#">Mehr lesen</a></p>	
<p><b>44%</b> (313) Ihrer Backlinks haben ein niedriges oder sehr niedriges <b>DTOXRISK®</b></p> <p>Sie sollten diese Links dennoch genau prüfen. Backlinks mit niedrigem <b>DTOXRISK®</b> sollten Sie auch immer genau prüfen, vor allem wenn es sehr starke Links mit "Money-Keywords" sind, oder Sie einen Verdacht auf gekaufte Links haben. <a href="#">Mehr lesen</a></p>	

Abb.13: Aufteilung aller gefundenen Backlinks nach DTOXRISK® mit LinkResearchTools

## SEO & SEA

### SEO-Seminar

Dozent: Patrick Klingberg  
19. - 20.10.2017, Stuttgart

### Technical-SEO-Seminar

Dozent: Bastian Grimm  
18. - 19.10.2017, Frankfurt am Main

### SEO-Aufbau-Seminar

Dozent: Patrick Klingberg  
06. - 07.11.2017, Frankfurt am Main

### Google-AdWords-Seminar

Dozent: Oliver Zenglein  
08. - 09.11.2017, Hamburg

### Google-AdWords-Aufbau-Seminar

Dozent: Michel Ramanarivo  
27. - 28.11.2017, München

## Online-Marketing

### Online-Marketing-Seminar

Dozent: Dr. Christoph Röck  
24. - 25.10.2017, Frankfurt am Main

### E-Mail-Marketing-Seminar

Dozent: Nico Zorn  
23. - 24.10.2017, Hamburg

### Digital-Storytelling-Seminar

Dozent: Julius van de Laar  
14. - 15.11.2017, München

### Online-Texten-Seminar

Dozent: Eric Kubitz  
11. - 12.10.2017, München

## Analyse & Optimierung

### Google-Analytics-Seminar

Dozent: Alexander Holl  
02. - 03.11.2017, Berlin

### Google-Analytics-Aufbau-Seminar

Dozent: Alexander Holl  
16. - 17.11.2017, München

### Google-Tag-Manager-Seminar

Dozent: Cem Alkan  
15. - 16.11.2017, Frankfurt am Main

### **NEU** Google-Data-Studio-Seminar

Dozent: Maik Bruns  
06.12.2017, München

### Conversion-Optimierung-Seminar

Dozent: Kai Radanitsch  
27. - 28.11.2017, München

Mehr Themen und Termine unter:  
[www.121watt.de/seminare](http://www.121watt.de/seminare)

Abb. 14: Anzahl aller gefundenen Backlinks mit Xovi

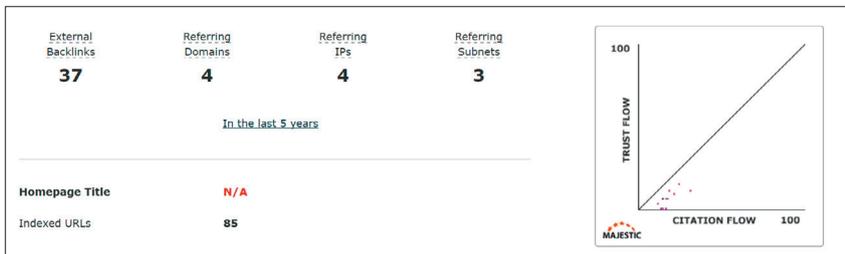


Abb. 15: Anzahl aller gefundenen Backlinks mit MajesticSEO

Abb. 16: Anzahl aller gefundenen Backlinks mit Ahrefs

Anchor phrases	Referring domains
internetseite	2 13%
<a>no text</a>	1 6%
0oah4czn	1 6%
3c h1nm1h	1 6%
6ok9k2try	1 6%
7cz3riett	1 6%

Abb. 17: Analyse der Ankertexte mit Ahrefs

### Schritt 4: Schaden beseitigen – schädliche Backlinks ausschalten Jeder Backlink wurde manuell geprüft und bewertet.

Da das Property in der Search Console bereits angelegt war, stand dem Upload des Disavow-Files nichts mehr im Wege.

In den Nachrichten der Search Console tauchte nun die Information über manuelle Maßnahmen gegen die ursprüngliche Domain auf. Diese Nachricht hatte den Kunden nie erreicht, weil keine Anbindung an die Search Console vorhanden war.

Wir platzierten einen Antrag auf erneute Überprüfung. Dieser Reconsideration-Request wurde gestellt am 14. Mai 2017.

Das erstellte Disavow-File wurde in die Search Console geladen ...

... und 100 verlinkende URLs für ungültig erklärt.

Der Link Detox Boost darf erst 48 Stunden nach dem Hochladen des Disavow-Files gestartet werden. Am 17. Mai starteten wir den Link Detox Boost für 100 Pages.

Am 19. Mai wurde der Antrag auf erneute Überprüfung genehmigt.

### DISAVOW

1. Prinzipiell sollte ein Disavow-File den Backlink als HTTP- und als HTTPS-Adresse beinhalten, weil sonst bei einer Umstellung der verlinkenden Domain von HTTP auf HTTPS der Backlink wieder im Profil auftaucht.
2. Das Disavow-File muss in alle Properties geladen (<http://www.domain.tld>, <https://www.domain.tld>; <http://domain.tld>; <https://domain.tld>) und angewandt werden.
3. Das Disavow-File sollte sowohl für die alte als auch für die neue Domain verwendet werden, wenn von der alten Domain via Redirect auf die neue verwiesen wird.
4. Disavow-Files sind hier zu platzieren: <https://www.google.com/webmasters/tools/disavow-links-main>.

### Ergebnisse Wiederherstellung des Sichtbarkeitsindex

Xovi zeigt nach dem Disavow ein Ansteigen der Sichtbarkeit (Abb. 24). Die Sichtbarkeit verbesserte sich innerhalb von vier Wochen um über 100 %.

### Anzahl der Klicks

Die Anzahl der Klicks verbesserte sich sofort in den ersten Tagen nach dem Disavow.

### Durchschnittliche Positionierung in den SERPs

Die durchschnittliche Positionierung verbesserte sich innerhalb einer Woche um mehr als zehn Positionen.

### Suchanfragen

Nach dem Detox Boost ist die Domain für 172 Suchanfragen unter den Top 10 gelistet, für zahlreiche Suchphrasen auch wieder mit einer Position zwischen 1 und 3 in den lokalen SERPs.

### CDTOX – DTOX-Prüfung der Mitbewerber im Vergleich

Nach der Beseitigung der schadhafte Backlinks wurde ein erneuter Vergleich mit den wichtigsten Mitbewerbern vorgenommen. Die Vergleichs-



Abb. 18: Analyse der Ankertexte mit LinkResearchTools



Abb. 19: Manuelle Sichtung der Backlinks zeigte zahlreiche Seiten mit Malware



Abb. 20: Reconsideration-Request via Search Console

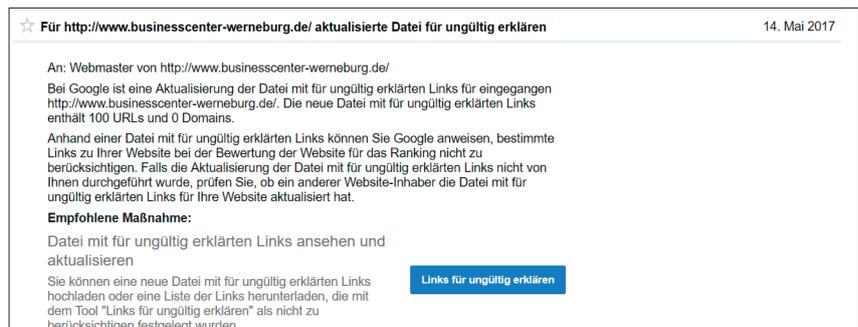


Abb. 21: Upload des Disavow-Files via Search Console

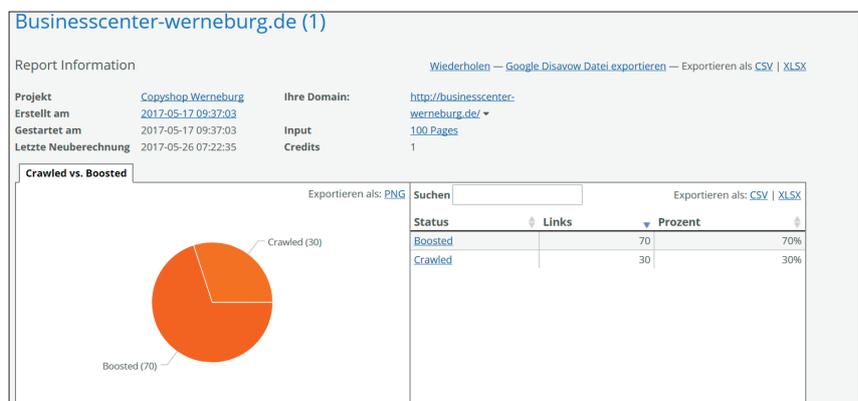


Abb. 22: Link Detox Boost mit LinkResearchTools

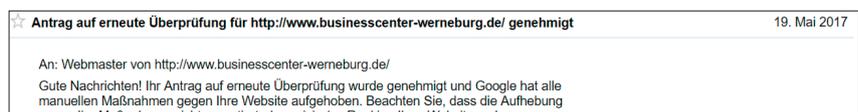


Abb. 23: Genehmigung des Reconsideration-Requests in der Search Console

werte nach dem Disavow sind nun ideal.

Die neue Internetpräsenz hat ein deutlich geringeres toxisches Potenzial als die Mitbewerber.

### Was hat der Kunde daraus gelernt?

#### Änderungen

Für das Unternehmen und die Inhaberin ändern sich mit diesen Maßnahmen und dem Bewusstsein der Gefahr von Negative-SEO, Hackerangriffen, Trojanern und dem Rückgang der Besucher im Haus, einhergehend mit einem finanziellen Einschnitt, viele Punkte.

#### Maßnahme 1: Link-Risk-Management

Zukünftig sollen die bestehenden Backlinks regelmäßig analysiert werden, sodass schon frühzeitig auf Veränderungen reagiert werden kann. Dabei müssen ALLE verwendeten (aktiven) Domains geprüft werden, auch die in früheren Zeiten genutzten, via 301-Weiterleitung verweisenden Domains. Zudem findet eine Abschaltung aller unnötigen Domains statt.

#### Maßnahme 2: Link Alerts

Um zukünftig eingehende Links direkt und frühzeitig erkennen zu können, wurden in LRT Link Alerts definiert.

Link Alerts werden generiert über die 25 verschiedenen Backlink-Quellen der LinkResearchTools und der verweisenden Webseiten aus Google Analytics.

#### Maßnahme 3: Linkaufbau (MLT)

Über das Missing-Link-Tool von LRT werden die Domains und Seiten identifiziert, die auf die Mitbewerber verlinken. Ziel ist es, die wertvollen Verlinkungen (lokale, wichtige Domains; hoher Power\*Trust; guter LVT – Link Velocity Trend, also Link-Zuwachs) zu identifizieren und sich dann um eine Verlinkung zu bewerben. Mit der Erkenntnis, in welchem Ausmaß sich

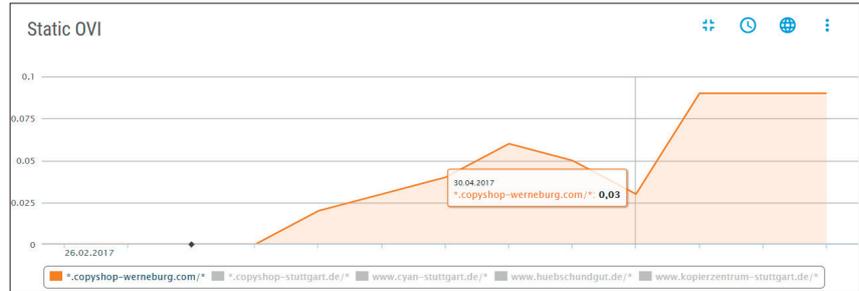


Abb. 24: Statische OVI-Veränderung in Xovi

Trend	Veränderung
Vor 4 Wochen	107,25% ↑

Abb. 25: Gesamte statische OVI-Veränderung in Xovi

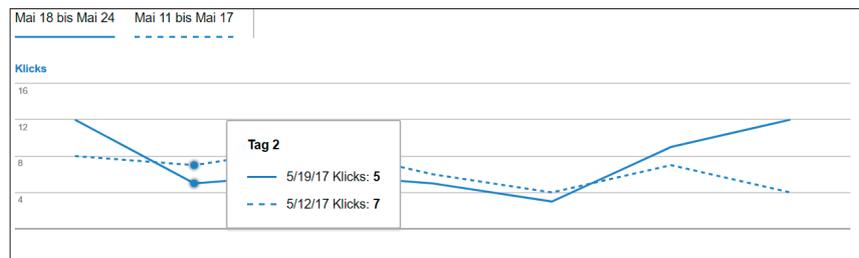


Abb. 26: Anzahl der Klicks in der Search Console

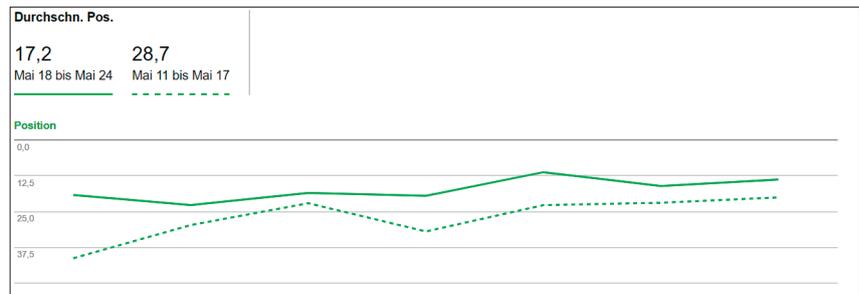


Abb. 27: Durchschnittliche Position in den SERPs in der Search Console

Suchanfragen	Position ▲
1 copyshop stuttgart süd	1,0
2 kopier center	1,0
3 copyshop stuttgart hbf	1,0
4 copyshop weilimdorf	1,0
5 kopiershop sillenbuch	1,0

Abb. 28: Suchanfragen in der Search Console

nicht nur schlechte Links, sondern auch wertvolle Links auf die Positionierung auswirken, wächst der Wunsch nach Absicherung der Positionen. Das ist nur möglich, wenn neben aktuellem Content vor allem die Backlinks überwacht und neue Verlinkungen aufgebaut werden. Aus diesem Grund wird künftig Linkaufbau betrieben, der sehr lokal und zentral erfolgen soll.

#### Maßnahme 4: Linkaufbau (LJT)

Durch die Funktion LJT – Link Juice Thief – der LinkResearchTools lassen sich Verlinkungen identifizieren, die auf den Seiten der Mitbewerber vorhanden sind. Ziel ist es, einen indirekten Link der Mitbewerber zu erhalten, indem von deren Zielseiten eine Verlinkung auf die Unternehmenswebseite des Copyshops erfolgen soll.

# 4+2 Standorte



Abb.29: Mitbewerbervergleich nach dem Disavow

**Backlink-Quellen**

- Google Analytics Referrer**  
Wir laden die neuesten Referrer URLs jeden Tag herunter. Dies erfordert Zugang zu Ihrem Google Analytics-Account über die Google Analytics API.
- Statcounter Referrer**  
Wir laden die neuesten Referrer URLs jeden Tag herunter. Dies erfordert Zugang zu Ihrem Statcounter-Account über Ihre Statcounter Zugangsdaten, die Sie auf der nächsten Seite eingeben können.
- Sistrix Backlinks**  
Um Sistrix Backlinks in Ihren Link Alerts nutzen zu können, stellen Sie uns bitte einen API-Key auf Ihrer [Account](#)-Seite zur Verfügung.

Abb.30: Link Alerts in den LinkResearchTools

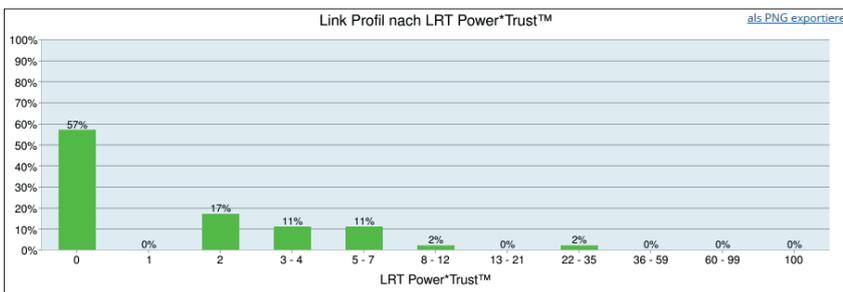


Abb. 31: Linkaufbau mit dem Missing-Link-Tool der LinkResearchTools

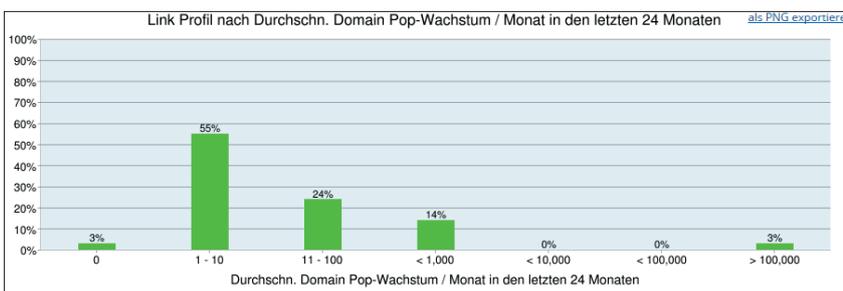


Abb. 31: Linkaufbau mit dem Missing-Link-Tool der LinkResearchTools

Auch hier soll primär auf Seiten geachtet werden, die über die letzten 24 Monate ein durchschnittliches Backlink-Wachstum aufweisen konnten.

### Maßnahme 5: LocalSEO und lokale Verzeichnisse

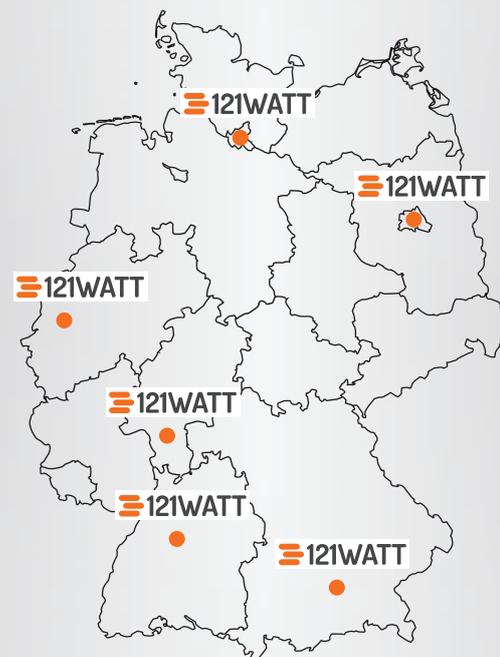
Über die Einträge in Google Maps konnten zumindest einige Interessenten im Zeitraum Ende März – Mitte Mai erreicht werden. Dies sensibilisierte die Inhaberin dafür, dass Einträge in lokale Verzeichnisse notwendig sind. Daher

werden die bestehenden Einträge aktualisiert, weitere (neue) Einträge erstellt und auch um Einträge auf Navigationssystemen erweitert.

### Maßnahme 6: Regelmäßige Pflege

Die Seiten bei *WIX.COM* werden durch den Anbieter auf dem Laufenden gehalten. Trotzdem manifestierte sich für die Inhaberin die Notwendigkeit einer regelmäßigen Pflege und von Back-ups. ¶

Besuchen Sie unsere Seminare in München, Hamburg, Berlin & Düsseldorf.



Ab Oktober 2017 begrüßen wir Sie auch in Stuttgart & Frankfurt am Main.

Alle Themen und Termine an allen unserer Standorten finden Sie unter: [www.121watt.de/seminare](http://www.121watt.de/seminare)

