

Erste Erkenntnisse des “Phantom Updates”

Update 29.5.: Es gibt ein paar neue Erkenntnisse und eine Theorie zum “Phantom-Update”: [War das Google Phantom Update nur ein Bug?](#)

Das Phantom ist ein Quality Update

Am 29. April startete das „Phantom“ Update, das mittlerweile ein „Core-Quality“ Update ist. Es gibt Webmaster die schon vor diesem Datum heftige Schwankungen gemerkt haben. Allerdings ist nicht klar, inwieweit das vermeintliche „[Mobilegeddon](#)“ vom 21. April hier mit reinspielt.

Das Core-Quality Update

Sistrix gehörte zu den ersten, die auf Grundlage einer recht großen Datenbasis [Auswirkungen des Updates untersuchen konnten](#). Zu den Verlierern gehörten Info- und Ratgeberseiten und verschiedene redaktionell geführte Webseiten. Auch Domains die seit längerem eine positive Entwicklung vorzeigen können, können einen Absturz im Sichtbarkeitsindex bei Sistrix verzeichnen. Letzteres ist auch bei ein paar unserer Kunden zu beobachten.

Unter den Gewinnern finden sich vor allem große Marken (Stichwort „Brands“).

[Martin Missfeld](#) hat eine andere Theorie, was das Update bewirkt: Die Methode mit internem Duplicate Content für mehrere Keywords zu ranken funktioniert nicht mehr. Das Update bewirkt also, dass interner Duplicate Content anders gewertet wird.

Glenn Gabe auf hmtweb.com.: [Phantom 2 – Analyzing The Google Update That Started On April 29, 2015](#), bringt das Update mit „thin content“ in Verbindung. Möglicherweise ist es eine Art Panda, welches Seiten neu analysiert, die von Panda übergangen oder falsch bewertet worden sind. Sein Hinweis auf das letzte Phantom Update vom Oktober 2013, nach dem kurze Zeit später ein Pinguin Update startete, könnte ein Zeichen für eine spannende nahe Zukunft in der SEO-Szene sein ?

Searchengineland bestätigte nun, dass das Update ein Quality-Update war und sich auf den Content und andere Qualitätsfaktoren bezieht. Das Update war eine Änderung des Kern-Algorithmus, wie Jonas Weber von der SMX Sydney bestätigt und worüber in der [SEO Küche](#) schon berichtet wurde:

Große Verschiebungen der Rankings letzte Woche: Wir haben einiges am Core Algo verändert, Dinge die geheim sind und die wir nicht kommunizieren. Das hat aber nichts mit dem Mobile Update zu tun.

Wenn eine Änderung am Kernalgorithmus für eine starke, positive Veränderung bei großen, internationalen Marken und eine negative bei kleinen und mittleren sowie Info- und Ratgeberseiten zur Folge hat, sollte das Anlass zum grübeln sein. Und vor allem wie man eine Marke werden kann.

Xovi hat den besten Rat

Verfallen Sie jetzt nicht in Panik und verwerfen Sie nicht bisherigen Strategien, wenn ein starker Rankingverlust vorliegen sollte. Warten Sie erst ein paar Wochen ab und beobachten Sie, wie sich die SERPs entwickeln. – Xovi Blog.

So denn....



KEEP CALM

AND

**GO ON
DOING SEO**

m.emagen.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX