

SEO News der Woche – 18.5.2015

Googles „PageSpeed Insights“ wird eingestellt – und von Edgecast weitergeführt



Google stellt seinen „[PageSpeed Service](#)“ zum 3. August 2015 ein. Ein Nachfolger steht schon fest: Der US-amerikanische Online-Dienstleister „Edgecast“, wird mit dem Tool „Edge Optimizier“ die Technologie Googles mit seinen eigenen CDNs verknüpfen.

Wie man vor dem 3. August seine bei Google eingestellten DNS-Einträge migrieren kann, erläutert das Unternehmen auf seinem Developers-Blog: [Turndown information for PageSpeed Service](#)

Erst global, dann länderspezifisch – Googles Umgang mit Updates in verschiedenen Weltregionen

Wie thesempost.com [berichtet](#), hat Google grundsätzlich erst einmal keine länderspezifischen Einstellungen des Kern-Algorithmus. Wenn also ein neues Update aktiv wird, gilt dies für alle Länder.

Allerdings gibt es länderspezifische Besonderheiten, die aber nachgelagert aktiv werden: Bestimmte Feineinstellungen an den Updates, die speziell auf sprachliche und regionale Faktoren ausgerichtet sind. Diese Einstellungen gehen nicht auf die Domain- sondern auf die Seiten-Ebene einer Webseite – was bedeutet, dass eine internationale Webseite besser beraten ist, mit Unterordnern als mit unterschiedlichen Domains zu arbeiten.

Das Phantom Update



Angefangen hat es mit diesem Blogbeitrag von Glenn Gabe auf hmtweb.com.: [Phantom 2 – Analyzing The Google Update That Started On April 29, 2015.](#)

Der Beitrag ist recht umfassend und detailliert. Im Kern geht es um heftige Schwankungen in den Rankings, ohne dass Google eine Ankündigung über ein bevorstehendes Update gemacht hätte. Dieses „Update“, „Phantom“ getauft, ist mit hoher Wahrscheinlichkeit gegen Seiten mit „thin content“ gerichtet und lässt „Brands“, nach oben steigen. Besonders der Vergleich mit dem ersten „Phantom“ Update vor knapp 2 Jahren lässt aufhorchen: Damals wurde kurze Zeit später das zweite Pinguin-Update ausgerollt. Interessant ist auch folgende Aussage von der SMX Sydney (Danke an [Jonas Weber](#)):

“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.”

Wie auch Eren Kozik von SEOpt sehr gut herausarbeitet, gibt es einige Hinweise auf ein (noch) nicht offizielles Brand-Update ala Phantom 2:

“Internationale Marken sind um fast dieselben Prozentwerte in vielen Ländern gestiegen!”

Dass das Phantom Marken einen kräftigen Schub gegeben hat, können auch meine Kollegen bestätigen. Vor allem wenn es um Webseiten im DACH Bereich geht, lassen sich fast die gleichen Werte nach oben in den Rankings bestätigen.