

Was sind die Penguin Updates?

Die **Penguin Updates** (Penguin Updates) beziehen sich auf eine Reihe von **Algorithmus-Änderungen und Data Refreshs von Google**. Ziel der Anpassungen ist es, Webspam in den [Suchergebnissen](#) zu identifizieren und zu entfernen. So will Google die Manipulation der Suchergebnisse verringern und gezielt Seitenoptimierung abstrafen, die nicht natürlich wirkt.

Penguin Update gegen Webspam

Als Webspam bezeichnet Google Maßnahmen, die Webseitenbetreiber durchführen, um ihre Seite in den Suchergebnissen nach oben zu bringen. Laut Google soll lediglich der Inhalt und damit der Mehrwert für den Nutzer für die Platzierung in den [SERPs](#) ausschlaggebend sein.

Da der Nutzer von Techniken wie unnatürlichem Linkbuilding, [Cloaking](#) oder [Keywordstuffing](#) nicht profitiert, ranken die betroffenen Webseiten aus Google-Sicht zu hoch. In den [Google Search Console](#) Richtlinien ist genau definiert, was bei der Website-Optimierung nicht erlaubt ist. Verstöße dagegen können eine Abstrafung durch das Penguin Update nach sich ziehen. Die exakten Variablen, die zur Abstrafung führen, gibt Google natürlich nicht preis. An den typischen "Penguin-Verlierer-Websites" lässt sich jedoch ablesen, welche Verstöße dazu geführt haben.

Hauptsächlich Backlinks vom Penguin Update betroffen

Die Algorithmen des Penguin Updates scheinen sich in erster Linie auf das [Backlink-Profil](#) einer Seite zu beziehen. Dabei werden unter anderem die folgenden Faktoren betrachtet:

Themenrelevanz der verlinkenden Seite zur verlinkten Seite

Die verlinkende Seite sollte thematisch zur verlinkten Seite passen, da es einfach wahrscheinlicher und natürlicher ist, wenn Empfehlungen aus ähnlichen Themenfeldern stammen.

Link-Texte mit hohem Anteil harter Keywords

Vor Penguin waren harte [Linktexte](#) mit Money-Keywords gang und gäbe, weil sie einfach funktionierten und die Seite aufgrund der massiven Keyword-Verlinkungen nach oben brachten. Ein Linkprofil, in dem mehr als 50 Prozent der Verlinkungen aus Money-Keywords bestehen, ist jedoch sehr unnatürlich, da der "normale Durchschnittsnutzer" nicht derart verlinkt. Stattdessen sollte das Linkprofil aus einem Mix aus allgemeinen Begriffen wie "hier", "so", "mehr Informationen", Brands und Money-Keywords als Linktext bestehen.

Gekaufte Links

Betrachtet man den [Link](#) im Sinne einer “Empfehlung”, ist der gekaufte Link wohl der größte Verstoß gegen die [Google Richtlinien](#). Immerhin verlinkt der Webseiten-Betreiber nur, weil er Geld dafür erhält und nicht weil er vom verlinkten Inhalt überzeugt ist und ihn gut findet. In diesem Zusammenhang wurden mit dem Penguin Update ganze **Linknetzwerke** abgestraft, bei denen über Plattformen Links verkauft wurden. Google nutzt mittlerweile aber nicht nur den Algorithmus, um gekaufte Links aufzuspüren, sondern verhängt auch manuelle Maßnahmen. Außerdem betreffen die Abstrafungen nicht nur die Seiten mit unnatürlichen Backlinks, sondern auch die linkgebenden Seiten.

Siehe auch:

[Ausgehende Links: Google hat massenhaft Abstrafungen ausgesprochen](#)

[Google verhängt Penalties für ausgehende Links](#)

[Was wir von gekauften und verkauften Links halten](#) (Webmaster-Zentrale Blog)

Unnatürliches Link-Wachstum

Steigt die Anzahl der Links plötzlich sprunghaft an, während vorher immer nur ab und zu ein neuer Link hinzukam, dann sieht das ebenfalls verdächtig aus und spricht für einen unnatürlichen Linkaufbau. Zwar können Aktionen auch zu einem plötzlichen hohen Anstieg an Links führen, das kann dann aber genau auf die jeweilige Aktion zurückgeführt werden.

Backlinks mit schlechter Qualität

Als schlechte Backlinkquelle gelten Links von minderwertigen Seiten ohne Mehrwert für den Nutzer bzw. Seiten, die allein dem Zweck des Verlinkens dienen und denen es daher ebenfalls an Mehrwert mangelt. Das trifft z.B. auf sogenannte Linkfarmen, Webkataloge und Artikelverzeichnisse zu. Es ist zwar für das Linkprofil grundsätzlich nicht schädlich, wenn mal ein Link aus einem Webkatalog oder ähnlichen [Verzeichnissen](#) stammt, nur darf das Profil nicht zum überwiegenden Teil daraus bestehen. Immerhin sind das keine Empfehlungen, sondern nur selbst vorgenommene Eintragungen.

Die Entwicklung der Penguin Updates

Es gab bisher sechs Penguin Updates, von denen jedoch nur drei vollwertige [Updates](#) waren und drei nur Data Refreshes. Bei einem Data Refresh wird mit unverändertem [Algorithmus](#) eine Analyse durchgeführt. Das erste Update wurde zu Beginn als Webspam Algorithm Update bezeichnet und von Google wenige Tage nach der Veröffentlichung offiziell “Penguin Update” genannt.

Folgende Updates bzw. Data Refreshes gab es bisher:

24. April 2012 – Penguin Update 1.0

25. Mai 2012 – Penguin Update 1.1 (Data Refresh)

05. Oktober 2012 – Penguin Update 1.2 (Data Refresh)

22. Mai 2013 – Penguin Update 2.0

04. Oktober 2013 – Penguin Update 2.1 (wahrscheinlich ein Data Refresh)

18. Oktober 2014 – Penguin Update 3.0

Das erste Penguin Update im April 2012 zeigte im Vergleich zu den anderen Updates und Refreshes die deutlichsten Auswirkungen. Etwa **drei Prozent der englischsprachigen Seiten** waren davon betroffen. In Deutschland gehörten t3n.de und lonelyplanet.de zu den größten Gewinnern, gutscheinrabatt.eu und prepaid-vergleich-online.de zu den größten Verlierern. Größere Auswirkungen waren erst wieder beim Update 2.0 erkennbar, das laut Google eine komplett neue "Penguin-Filter-Generation" war.

Weiterführende Informationen zu den Auswirkungen:

[Penguin 3.0 ist online](#)

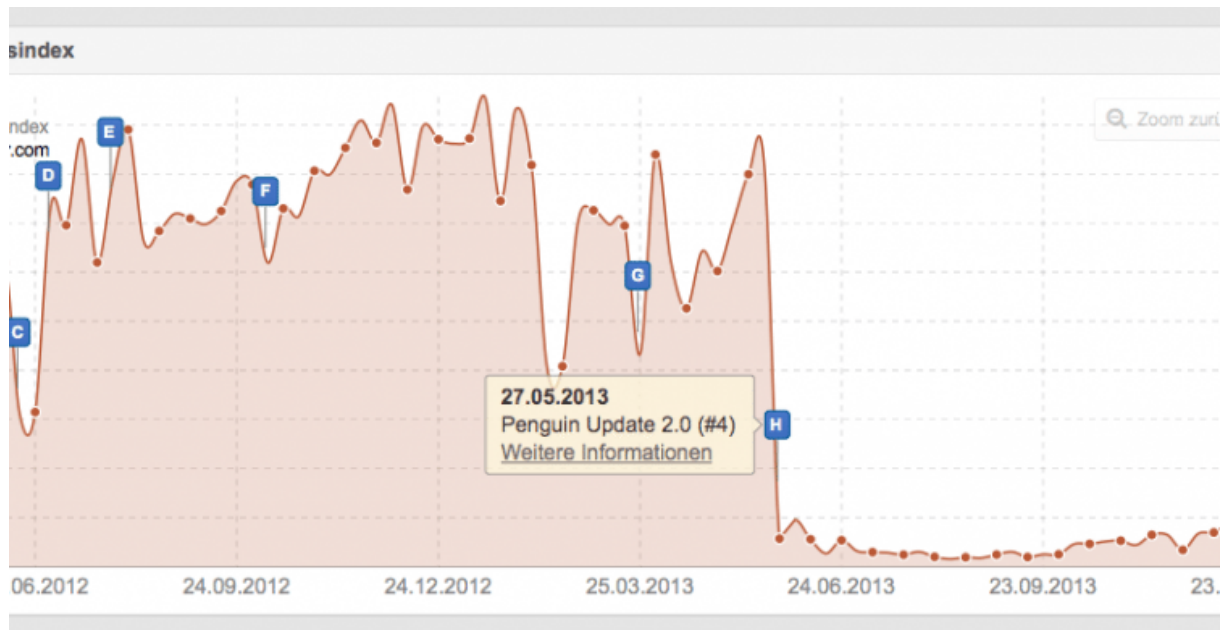
[Google Penguin Update 2.0: Analysen zu den Verlierern](#)

Abstrafung durch Penguin Update erkennen

Dass eine Webseite durch das Penguin Update abgestraft wurde, erkennt man an einem Abfall der [Sichtbarkeit](#) in den Suchergebnissen oder einer Sichtbarkeit, die gegen Null tendiert. Nach welchen genauen Algorithmen dabei vorgegangen wird, ist unbekannt.

Ob die starken Änderungen im Sichtbarkeitsindex wirklich auf das Penguin Update zurückzuführen sind und nicht andere Ursachen haben, z.B. durch technische Arbeiten, die zeitgleich an der Website durchgeführt wurden, ist am Verlauf in den Wochen/Monaten nach dem Update erkennbar. Bleibt der Wert nach dem Absinken konstant auf einem niedrigen Level, spricht das eindeutig für Auswirkungen durch das Penguin-Update. Verbesserungen sind dann erst nach dem nächsten Refresh bzw. Update erkennbar, natürlich nur, sofern Sie entsprechende Maßnahmen wie z.B. [Linkabbau](#) getroffen haben.

Beispiel für Penguin-Auswirkungen durch Update 2.0:



Quelle: www.sistrix.de

Was kann man nach einer Abstrafung tun?

Vom Penguin Update Betroffene sollten primär das eigene [Backlink-Profil analysieren](#) und verbessern. Verbessern heißt in diesem Fall überwiegend löschen, also Linkabbau. Hier gilt jedoch, genau zu überprüfen, ob der Link wirklich in Hinblick auf Google-Richtlinien schlecht ist, ansonsten löschen Sie vielleicht gute Links und behalten schädliche Links, was eine Erholung des Rankings natürlich verhindert. Ein erfolgreicher Linkabbau erfordert genauso wie der [Linkaufbau](#) viel Erfahrung.

Links, die Sie nicht selbst löschen können, können Sie mithilfe des [Disavow Tools](#) von Google entwerten lassen. Die Links sind danach immer noch existent, sie werden jedoch nicht für die Beurteilung des Linkprofils herangezogen.