

## Google Updates

### Was sind Google Updates?

Laut Aussage verschiedener Google-Mitarbeiter werden jedes Jahr an die 600 kleinerer Google Updates im [Algorithmus](#) des Suchmaschinen-Giganten vorgenommen. Dabei verändert die Suchmaschine Bewertungskriterien für das Ranking. Da die einzelnen [Rankingfaktoren](#) auch nicht öffentlich bekannt sind, schließen SEO-Manager aufgrund der Pressemitteilungen oder Veröffentlichungen von Google auf die einzelnen Veränderungen. Nach jedem Update kann man manchmal je nach eigener Seitenstruktur eine Veränderung im Ranking in den Suchergebnissen beobachten. Ist diese Veränderungen negativ, muss man die Inhalte und Struktur der Webseite prüfen und anpassen um sich dem Update anpassen.

### Welche Arten Updates gibt es bei Google?

- Regelmäßige und wiederkehrende Updates, welche der Verbesserung der Ergebnisse dienen (tägliche Updates)
- Technische Updates bestimmte Anforderungen aus dem technischen Bereich ansprechen. Das war zum Beispiel bereits die Sicherheit (SSL), Mobilfähigkeit und Ladegeschwindigkeit
- Updates welche veränderte rechtliche Bedingungen in Ländern aufgreifen und deren Einhaltung abprüfen (z.B. DSGVO)
- Updates welche auf Unterschiede in den Eingaben eingehen. (User z.B. die Suche nach einem konkreten ORT oder im Gegensatz dazu einer WEBSEITE mit Informationen sind)
- Updates zur Verbesserung der Suchanfragen und zur Bekämpfung gegen Manipulationen, etwa durch unnatürliches Backlink-Profil oder [Black-Hat-SEO](#)

Noch dazu gibt es Updates welche eine umfassende Anpassung der Rankingfaktoren darstellen. Diese nennt man dann Google Core Update.

### Welche Google Updates gab es?

Unter diesen gibt es jedoch einige, die stärkeren Einfluss auf das Ranking von Webseiten ausüben. Hier nun eine Liste der wichtigsten Google Updates:

## Google Updates 2020

### Core-Update (Mai)

Nach BERT hatte das Core-Update im Mai 2020 es auch in s  
Insbesondere Domains mit schwachen Backlinkprofil wurden  
bewertet. Auch die Suchintentionen bestimmter Keywords wu  
betrachtet.

### Core-Update (Januar)

Auch das erste Core-Update im Januar wurde global ausgero  
betraf alle Sprachen und Themen. Neben den Auswirkungen  
Seiten waren auch Rankingbewegungen vor allem in den TO  
Themen News, Finanzen, Online-Shopping, Ernährung oder  
beobachten.

## Google Updates 2019

### BERT (Oktober)

Das Update BERT (kurz für *Bidirectional Encoder Representa  
Transformers* ) ist eines der größten Einspielungen von Goog  
10te Suchanfrage soll von BERT betroffen sein.Dank diesem  
die Suchmaschine auch bei Long-Tail-Suchanfragen oder kor  
Themen in der Lage sein, die Zusammenhänge und Suchinte  
erkennen. Auf diese Weise sollen treffendere bessere Ergeb  
präsentiert werden.

### Core-Update (September)

Auch das dritte Core-Update beschäftigte sich mit Videoinhalte  
noch stärker in den SERPS angezeigt wurden. Zudem agiert  
Update global und betraff nun auch News- und YMYL-Webse  
Portale anderer Themengebiete.

### Core Update (Juni)

Ein weiteres Core Update im Jahr 2018, dieses wurde sogar  
angekündigt.

Folgen des Updates waren mehr Videokaruselle in den SERP  
Verluste in den Rankings bei schwächeren News-Websites. S  
starker Autorität konnten gewinnen.

### Core Update (März)

Ein Core Update als Folge des EAT-Update aus 2018. Vor all  
Anfragen aus dem medizinischen Bereich gewannen hier,  
wenn Expertise und gute Nutzersignale vorhanden waren.

## Google Updates 2018

### E-A-T-Update (August)

Dieses Update trägt auch den Beinamen “medic”, da besonders Webseiten aus diesem Bereich von ihm betroffen waren. Die steht für “Expertise – Authority– Trust” und soll als Bewertung für die Qualität des Inhaltes stehen.

### Google Speed Update (Juli)

In diesem Update drehte es sich vor allem um die Ladezeiten mobilen Webseiten.

### Video Carousels Update (Juni)

Im Sommer 2018 wurden mit diesem Update Video-Karussell Suchergebnissen eingeführt. Bei den SERPS fielen diese Tre weg.

### Mobile First Index Rollout (März)

Mit diesem Update wird Google der Entwicklung gerecht, dass mehr User Webseiten auf mobilen Endgeräten besuchen. Die Version einer Website wird seit diesem Update höher bewertet Desktop-Variante.

### Core-Update (März)

Ein Update das auf Userintent und Qualität von Webseiten zi die beim letzten Core-update gewinnen konnten, profitieren a

## Google Updates 2017

### Snippet-Länge-Update (November)

Seit November 2017 dürfen Metabeschreibungen 300 Zeichen Jedoch nur bis Mai 2008, dann wurde die erweiterte Länge w zurückgesetzt.

### Chrome Security Update (Oktober)

Seit diesem Update wird vor allen Seiten gewarnt, welche nicht verschlüsselt sind.

### Fred (März)

Seiten mit einer überdurchschnittlich hohen Anzahl von Werb wurden abgestraft. Hat die Webseite sich also weniger auf de und mehr auf die Umsatzgenerierung konzentriert, erfolgte die Abstrafung. Der Name stammt von einem Scherz eines Goog Mitarbeiters.

### Phantom V (Februar)

Wurde nicht offiziell bestätigt, zeigte sich jedoch durch deutliche Rankingverluste verschiedener Vergleichsportale.

### Interstitial Penalty (Januar)

Webseiten die das Nutzererlebnis mit zu vielen Pop-ups störten eine Abstrafung.

## Google Updates 2016

### Penguin 4.0 (September)

Mit diesem Update war die Suchmaschine in der Lage in Ech

### **Phantom IV Update (Mai)**

Webseiten auf SPAM hin zu prüfen. Dadurch wurde der Algorithmus wesentlich flexibler. Penguin wurde in den Ke  
Algorithmus aufgenommen.

Die Existenz dieses Updates wurde bestätigt, mehr jedoch nicht. Es konnte jedoch deutliche Rankingverluste z.B. bei Portalen wie  
beobachten.

### **Core-Update (Januar)**

Dieses Update zielte auf Verbesserungen im Ranking aufgrund  
Qualitätsmerkmalen ab. Wichtig war dabei nicht der Umfang v  
sondern die Qualität des Contents.

## **Google Updates 2015**

### **RankBrain (Oktober)**

Bei diesem Update führte die Suchmaschine das erste Mal selbstlernende Systeme ein. (KI) Dabei werden Anpassungen  
diesem System nicht mehr manuell von Hand vorgenommen. Dank RankBrain konnten 15% Suchanfragen beantwortet werden, welche nun erkannt wurden. Das Update bewertet anhand von Nutzersignalen die Relevanz ein (Aufenthaltsdauer, Klicks usw.)

### **Panda 4.2. (Juli)**

Ein Update das bestätigt wurde, jedoch nur ca.3% aller Suchanfragen betreffen sollte. Genauere Angaben wurden auch hier nicht gemacht.

### **The Quality Update (Mai)**

Dieses Update richtete sich vor allem auf die Qualität von Seiten aus. Google selbst äußerte sich nicht zu Details dazu, bestätigte das Update.

### **Mobilegeddon (April)**

Ein Update das vor allem auf Mobilfreundlichkeit ausgerichtet war. "Mobile Friendliness" wird als Rankingfaktor eingeführt. Das Update wurde sogar angekündigt von Google um den Seitenbetreibern Anpassungen zu ermöglichen.

## **Google Updates 2014**

### **Pirate Update (November)**

Erweitertes Update zur Bekämpfung von Piraterie im Internet.

### **Penguin 3.0 (Oktober)**

Mehr als ein Jahr nach dem letzten Penguin Update hat Google den Algorithmus aktualisiert. Das "roll-out" des Updates zog sich über mehrere Wochen hin. Google gab bekannt, dass ab sofort das Update regelmäßig aktualisiert wird, ohne das dies gesondert



Urheberrecht im Internet leichter strafrechtlich zu verfolgen bezieht sich auf den „Digital Millennium Copyright Act“, der nur in den USA gilt. In der Europäischen Union gibt es seit 2001 ein ähnliches Gesetz.

### Knowledge Graph (Mai)

Google implementiert den „Knowledge Graph“, der einfache Informationen auf Suchanfragen zur Verfügung stellt.

### Penguin (April)

Ein weiteres „großes“ Update wie Panda. Betroffen sind Keyword Stuffing, Link-Spam und andere „[Black-Hat](#)“ Techniken.

### Venice (Februar)

Suchergebnisse werden stärker an den Standort des Suchenden (soweit bekannt) angepasst.

### Page Layout Algorithm Update

Seiten bei denen Werbung (Ads above the fold) unverhältnismäßig stark zu Lasten des Main Contents gehen, werden abgestraft.

### Search Your + World (Januar)

Google unterstützt sein Soziales Netzwerk Google + massiv. Persönliche Google + Profile und Daten werden in den SERPs angezeigt.

## Google Updates 2011

### Freshness Update (November)

Google belohnt Webseiten, deren Inhaber sich darum kümmern, den Inhalt auf ihrer Seite aktuell zu halten. Siehe auch „[Freshness](#)“.

### Schema.org (Juni)

Google, Yahoo und Microsoft empfehlen gemeinsam die Verwendung von schema.org für eine bessere Lesbarkeit von Webseiten für Webcrawler.

### Panda (Februar)

Das Update mit dem wohl größten Einfluss. Panda zielt auf Seiten mit dünnem / spärlichem Inhalt, Linkfarmen und massivem Einsatz von Werbung auf Webseiten ab. Weitere Panda-Updates folgten bis 2013/2014. Laut Google wird das Panda-Update mittlerweile weiter verbessert.

## Google Updates 2010

### Social Signals (Dezember)

Google und Bing bestätigen, dass sie Social Signals in das Ranking mit einbeziehen. Von nun an werden SEOs immer stärker in sozialen Netzwerken aktiv.

### Caffeine (Juni)

Google wird allgemein schneller, der Index wurde erweitert und gecrawlter Inhalt wird schneller im Index aktualisiert.

### May Day (Mai)

Das Update ermöglichte Google einen besseren Umgang mit Keywords und straft Seite mit massiv wenig oder spärlichem Content. Vorläufer des Panda-Updates.

### Googles Places (April)

Ursprünglich nur ein Feature in Google Maps, wird Google Places eine eigenständige Plattform.

## Google Updates 2009

### Real Time Search (Dezember)

In den SERPs werden Twitter-Feeds, Google News und frisch indexierte Seiten implementiert. Weitere Social-Media-Quellen nach und nach in die SERPs integriert.

### Vince (Februar)

Große Marken werden in der Google Suche bevorzugt behandelt.

## Google Updates 2008

### Google Suggest (August)

Die Dropdown-Vorschläge („Suggest“) werden in der Google Sucheingabe implementiert.

### Dewey (April)

Spezifikationen des Updates sind unklar, vermutlich werden Produkte (Google Books, Google Scholar, etc.) in den Suchergebnissen bevorzugt behandelt.

## Google Updates 2007

- Buffy (Juni)** Kein spezielles Update, nur mehrere kleinere Updates in einem gebündelt.
- Universal Search (Mai)** Die Google Suche wurde erweitert: News, Bilder, Videos, Placards etc...

## Google Updates 2006

- Supplemental Update (November)** Allgemeine Verbesserungen am Index und am Filter.

## Google Updates 2005

- Big Daddy (Dezember)** Internes Update, bessere Behandlung von 301 / 302 Weiterleitungen und Canonical URLs.
- Jagger (Oktober)** Zielt gegen Linkfarmen, reziproke Links und bezahlte Links an.
- Google Local (Oktober)** Google Maps implementiert Google Local.
- Personalized Search (Juni)** Suchergebnisse werden nun mit dem eigenen Suchverhalten personalisiert gekoppelt.
- XML Sitemaps (Juni)** Über Google Webmaster Tools kann man erstmals XML-Sitemaps einreichen, womit SEOs eine geringe Kontrolle über die Indexierung und das Crawling bekamen.
- Bourbon (Mai)** Bessere Behandlung von Duplicate Content und non-canonical URLs (<http://www.beispiel.de> vs. <http://beispiel.de>).
- Allegra (Februar)** Auswirkungen unklar, vermutlich wird das „Latent Semantic Indexing (LSI)“ aktualisiert und auf dubiose / schlechte Backlinks bestanden wird.
- Nofollow-Attribut (Januar)** wird gleichzeitig von Google, Yahoo und Microsoft (Bing) eingeführt.

## Google Updates 2004



**Brandy** (Februar)

Der Google-Index wird erweitert, verstärkt die Beachtung des Anchor Textes sowie LSI, eine Synonymerkennung.

**Austin** (Januar)

Ergänzung zu „Florida“; zielte vor allem gegen versteckten T versteckte Links ab. Vermutlich wurde der „Hilltop“ Algorithm eingesetzt.

## Google Updates 2003

**Florida** (November)

Eines der weitreichendsten Updates, welches einen ersten ö Scheinwerfer auf die SEO Szene warf. Viele Webseitenbetre verloren an Rankings, vor allem technische SEO-Spam Takt wurden bestraft (Keyword Stuffing, versteckte Texte/Links).

**Esmeralda & Fritz** (Juni/Juli)

Interne Änderungen im Google Index. Unter anderem wird d nun täglich aktualisiert.

**Dominic** (Mai)

Unklar, was das Update genau bewirkte, vermutlich gab es e Neuberechnung von Backlinkstrukturen.

**Cassandra** (April)

Zielt auf versteckte Links und Links von Co-Domains ab.

**Boston** (Februar)

Zielt auf Backlinks mit geringer Qualität ab.

---

## Quellen

**Wikipedia:** *Google Hummingbird*. In: [https://de.wikipedia.org/wiki/Google\\_Hummingbird](https://de.wikipedia.org/wiki/Google_Hummingbird).

**Wikipedia:** *Google Penguin*. In: [https://de.wikipedia.org/wiki/Google\\_Penguin](https://de.wikipedia.org/wiki/Google_Penguin).

**Wikipedia:** *Google Panda*. In: [https://de.wikipedia.org/wiki/Google\\_Panda](https://de.wikipedia.org/wiki/Google_Panda).

**Wikipedia:** *Digital Millenium Copyright Act*. In:

[https://de.wikipedia.org/wiki/Digital\\_Millennium\\_Copyright\\_Act](https://de.wikipedia.org/wiki/Digital_Millennium_Copyright_Act).

**MOZ:** *Google Algorithm Change History*. In: <http://moz.com/google-algorithm-change>.

**Hubspot:** *Visual History of Google Algorithm Changes*. In:

[http://cdn2.hubspot.net/hub/53/file-518515210-png/Visual\\_History\\_of\\_Google\\_Algorithm\\_Changes.png](http://cdn2.hubspot.net/hub/53/file-518515210-png/Visual_History_of_Google_Algorithm_Changes.png).

**Sistrix:** *Page Layout Algorithm Update (Ads Above The Fold)*. In:

<http://www.sistrix.de/frag-sistrix/google-algorithmus-aenderungen/google-page-layout-algorithm-update->



[ads-above-the-fold/](#).

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](mailto: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