

Over Optimization Penalty

Was ist eine Over Optimization Penalty?

Eine **Over Optimization Penalty** – die **Strafe für Über-Optimierung** – wird dann verhängt, wenn bei einer Website in On- und Offpage-Bereichen unerlaubte [SEO-Maßnahmen](#) erkennbar sind, die sich in eben in Form von Überoptimierung zeigen. Das kann z.B. die Keywordverteilung und unnatürliches Linkwachstum betreffen. Für die Website bedeutet die Over Optimization Penalty einen **massiven Rankingverlust**. Die Seite kann im schlimmsten Fall sogar **aus dem Suchmaschinenindex ausgeschlossen werden**.

Regelmäßige Algorithmus-Anpassungen

Google passt seinen [Algorithmus](#) regelmäßig an, um dem Nutzer die Seiten zu liefern, die für seine Suche relevant sind, die ihm einen Mehrwert liefern. Genau das ist bei überoptimierten Seiten in der Regel nicht der Fall. Hier wurden einfach bestimmte SEO-Techniken übermäßig stark angewandt, die **lediglich Einfluss auf das Ranking haben sollen, das Nutzerinteresse jedoch außer Acht lassen**. Durch Algorithmus-Anpassungen wie z.B. das [Penguin-Update](#) wurden Webseiten dementsprechend mit einer Over Optimization Penalty bestraft.

Die Änderungen am Algorithmus haben jedoch immer nur auf einzelne Optimierungsbereiche Auswirkungen. Es ist also durchaus möglich, dass eine Website für eine SEO-Technik abgestraft wird, während die andere übermäßig betriebene Technik (noch) nicht betroffen ist. Mittlerweile ist der Google-Suchalgorithmus jedoch so “ausgereift”, dass kaum noch Maßnahmen der Überoptimierung einer [Website](#) ein besseres Ranking bringen.

Wie kann Überoptimierung aussehen?

Zu viel des Guten – diese Redensart hatte in den SEO-Anfängen keinerlei Bedeutung, denn es gab einfach kein zu viel. Soll heißen: **Over Optimization hat funktioniert**, also wurde es auch umgesetzt, es wurden gute Rankings damit erzielt und entsprechend wurde weiter überoptimiert.

Einige **Beispiele für übermäßig angewandte SEO-Techniken**:

Keyword-Stuffing: Die Website besitzt eine sehr hohe [Keyworddichte](#), d.h. das [Keyword](#) kommt unnatürlich oft auf der Seite vor und **soll so die Relevanz für das Schlüsselwort erhöhen**. Zu frühen SEO-Zeiten wurden zudem öfter themenfremde Keywords in hoher Zahl in der Website eingebaut, um mehr Besucher zu generieren.

Keyword-Links: Auch eine **übermäßige Verwendung des Keywords im Linktext**, sowohl bei internen als auch externen Links, kann zu einer Over Optimization Penalty führen. Das heißt nicht, dass das Keyword im Link völlig ausgeschlossen ist, nur sollte man hier möglichst viel "Abwechslung" hineinbringen, z.B. auch mal lange Phrasen als Linktext nutzen.

Verborgener Text: Diese Methode gehört in den Bereich [Black Hat SEO](#) und bezieht sich auf die Einbindung von Text auf der Website, der **für den Nutzer nicht sichtbar** und **nur zum Auslesen für die Suchmaschine** vorhanden ist. Dieser Text ist häufig wie beim [Keyword-Stuffing](#) mit vielen Keywords gespickt. Versteckt wird der Text z.B. durch die gleiche Schriftfarbe wie der Hintergrund.

Schnelles Linkwachstum: Erhält eine Seite plötzlich sehr viele Links, während es vorher immer nur ein geringes Linkwachstum gab, dann weist das auf unnatürlichen Linkaufbau hin, z.B. durch den massenhaften Kauf von Links.

Linktausch: Diese Art des Linkaufbaus war lange sehr beliebt, da er sehr einfach war: Webmaster sprachen sich einfach untereinander ab und tauschten beliebig Links, egal, ob sie thematisch zur Tauschseite bzw. der eigenen Seite passten. Dadurch entstanden **umfangreiche Linktauschnetzwerke**, in denen die Verteilung der Links sozusagen professionalisiert wurde.

Weiterführende Informationen:

[How to avoid over-optimizing your website](#)

Webmaster-Richtlinien einhalten und für den Nutzer optimieren

Problematisch bei einer Überoptimierung sind nicht nur die übermäßig angewandten SEO-Techniken, sondern die **starke Fokussierung auf technisches SEO** – der Versuch, allein durch technische



Maßnahmen die Seite in den Suchergebnissen bei Google nach vorn zu bringen. Eine technisch saubere Seite ist zwar wichtig, um der auf Algorithmen basierenden Suchmaschine zu zeigen, worum es geht und ihren [Robots](#) den Weg zu weisen, sie ist aber eben [nur ein Aspekt, der das Ranking beeinflusst](#) und kein Allheilmittel.

Wenn Sie die [Sichtbarkeit](#) Ihrer Seite positiv beeinflussen möchten, dann muss neben der [Technik](#) auch die [Usability](#) stimmen. Ziel der Website-Optimierung ist es ja nicht nur, mehr Besucher zu erhalten, sondern diese auch zu einer Konversion zu bewegen, z.B. ein Anfrageformular abzuschicken, einen Kauf zu tätigen oder eine E-Mail Adresse für den Newsletter zu hinterlassen.

Wer sich bei der Webseiten-Optimierung an die [Webmaster-Richtlinien](#) hält und **SEO-Techniken in einem vernünftigen Maß** (sowohl für die Suchmaschine als auch für den User) betreibt, wird keine Over Optimization Penalty befürchten müssen. Außerdem ist es im Sinne des Nutzererlebnisses sinnvoll, neben Onpage und Offpage-Maßnahmen die Qualität seiner Seite mithilfe weiterer Online-Marketing-Maßnahmen wie [Conversion Optimierung](#) oder [Content Marketing](#) zu verbessern bzw. durch [Social Media Aktivitäten](#) die Bekanntheit zu steigern.