

Penguin Update

Was ist das Penguin Update?

Das **Penguin Update** (Penguin Update) bezieht sich auf eine **Reihe von Algorithmus-Änderungen und Data Refreshes der Suchmaschine 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 SEO Maßnahmen abstrafen, die nicht natürlich wirken.

Penguin Update gegen Webspam

Als **Webspam** bezeichnet **Google** bestimmte SEO Maßnahmen, die Webseitenbetreiber bzw. Webmaster durchführen, um ihre Seite im **Ranking** 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 SEO 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 bei den SEO Maßnahmen 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 dem Penguin Update waren **harte Linktexte mit Money-Keywords** gang und gäbe, weil sie einfach funktionierten und die Seite aufgrund der massiven Keyword-Verlinkungen im **Ranking** 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.

Weitere Informationen zur Klassifizierung von Keywords: [Lexikonbeitrag Keywords](#)

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.

Weiterführende Informationen:

[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 **sieben Penguin Updates**, von denen jedoch nur vier 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 (Algorithmus-Änderung)
- 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 (Algorithmus-Änderung)
- 04. Oktober 2013 – Penguin Update 2.1 (wahrscheinlich ein Data Refresh)
- 18. Oktober 2014 – Penguin Update 3.0 (Algorithmus-Änderung)
- 9. Oktober 2016 – Penguin Update 4.0 (Algorithmus-Änderung)

Das **erste Penguin Update im April 2012** zeigte im Vergleich zu den anderen Updates und Refreshes die deutlichsten Auswirkungen. Etwa **drei Prozent der englischsprachigen und deutschsprachigen Suchanfragen** waren von dieser Algorithmus-Änderung 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 Penguin Update 2.0 erkennbar, das laut Google eine komplett neue "Penguin-Filter-Generation" war.

Weiterführende Informationen zu den Auswirkungen:

[Penguin Update 4.0: Gewinner-Analyse](#)

[Pinguin 3.0 ist online](#)

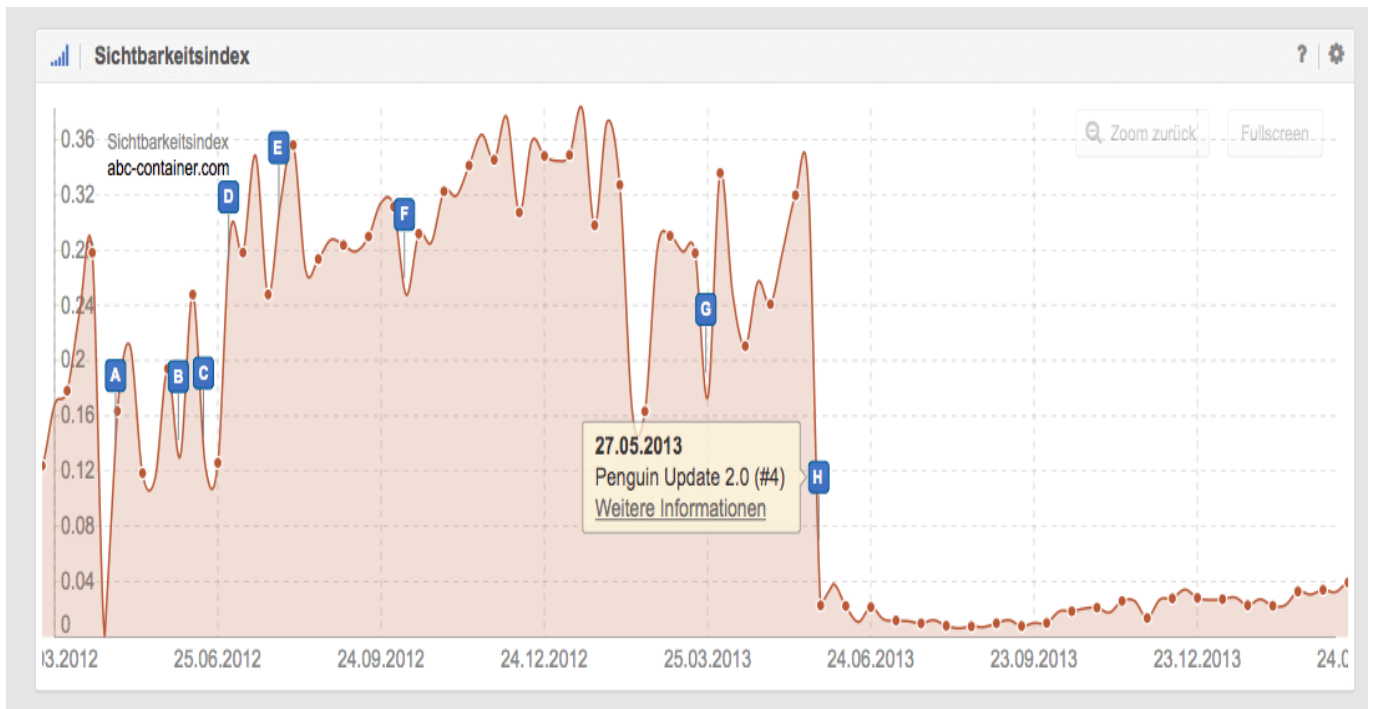
[Google Penguin Update 2.0: Analysen zu den Verlierern](#)

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 in der [SERPs](#) der [Suchmaschine](#) 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 im [Ranking](#) sind dann erst nach dem nächsten Refresh bzw. Update erkennbar, **natürlich nur, sofern Sie entsprechende Maßnahmen wie z.B. [Linkabbau](#) getroffen haben**.

Beispiel für Auswirkungen durch Penguin 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.

Weiterführende Informationen zum Linkabbau: [Linkabbau erklärt: Detox, Nofollow, Disavow und mehr](#)