

Spam

Was ist Spam?

Mit dem Begriff **Spam** werden alle unerwünschten elektronischen Nachrichten zusammengefasst, in der Regel handelt es sich hier um Werbenachrichten. Während sich Spam im “klassischen” Sinn vorrangig auf E-Mails bezieht, wird der Begriff auch für bestimmte Vorgehensweisen bei der [Suchmaschinenoptimierung](#) verwendet.

E-Mail-Spam

Die meisten Spam-Nachrichten sind aufgrund bestimmter Merkmale sehr gut zu erkennen. So werden Sie bspw. in der Betreffzeile oft nicht mit Ihrem direkten Namen angesprochen. Im Absender sind meist kryptische Zeichen enthalten oder der Absender gibt sich als Firmenmitarbeiter aus, während in der E-Mail-Endung aber nur ein Freemail-Anbieter ersichtlich ist.

Wenn Sie trotz dieser Hinweise die Mail öffnen, sollten Sie spätestens bei den Inhalten erkennen, dass es sich um Spam handelt, denn hier fehlt in der Regel ebenfalls die korrekte Ansprache. Meist entpuppt sich der Inhalt auch als **schlechte Übersetzung** oder ist mit **zahlreichen Links** gespickt. Durch das Anklicken der [Links](#) erkennt der Absender, dass die E-Mail-Adresse noch aktiv ist, was zu einer Erhöhung der Spam-Nachrichten-Frequenz führen kann. Möglich ist auch, dass Sie durch den Link zu einer Schadsoftware geführt werden. Auch **Phishing** wird über die Links betrieben, d.h. Sie werden auf eine scheinbar seriöse Anmeldeseite geleitet, z.B. von Ebay oder PayPal, und sollen sich dort anmelden, um Ihr Konto zu verifizieren. In Wirklichkeit handelt es sich jedoch um eine Phishing-Seite, die Ihre Daten abfängt und großen finanziellen Schaden anrichten kann.

Schadsoftware ist auch das Stichwort für die **Dateianhänge**, die viele Spam-Mails beinhalten. Durch das Öffnen kann unerkannt Malware installiert werden, die Daten sammelt oder sogar Daten auf dem PC löschen kann. Öffnen Sie daher niemals einen Anhang, wenn Sie nicht absolut sicher sind, wer der Absender ist.

Sammeln von E-Mail-Adressen durch Spambots

Spambots spahen E-Mail-Adressen aus, die anschließend von Spam-Versendern genutzt werden.

Sicherlich haben auch Sie schon Spam-E-Mails von unbekanntem Absendern erhalten und sich gefragt, woher diese Ihre E-Mail-Adresse haben. Das "Aufspüren" der Adressen erfolgt über Spambots. Dabei handelt es sich um Skripte oder Programme, die das Internet systematisch nach E-Mail-Adressen durchsuchen. Die gefundenen Adressen werden zu Verteilern zusammengefasst und zum Versenden von Spam-E-Mails verwendet. Auch die Programme, die diese Spam-E-Mails in Ihrem Postfach identifizieren und ausfiltern, sind eine Art Spambots. Sie werden als Spamfilter bezeichnet.

Spam in sozialen Netzwerken und Instant Messaging

In sozialen Netzwerken gelangen Spammer meist über die **interne Netzwerksuche** an die gewünschten Kontakte. Sie erreichen damit z.B. bestimmte Gruppen oder Fanseiten. Wie bei den Mails verschicken die Spammer anschließend Nachrichten mit einem Link. Der führt entweder zu unerwünschten Werbeangeboten oder leitet zu einer **Phishing-Seite** weiter.

Im Zusammenhang mit Instant Messaging Service wird oft der Begriff **Spim** benutzt (Spam Instant Messaging). Die Sammlung von Kontaktdaten geschieht u.a. über Benutzer-Verzeichnisse, die vom Instant Messenger Programm selbst angelegt werden. Außerdem stellen viele Nutzer dieser Dienste ihre Accountbezeichnungen ins Netz, sodass sie für jeden User sichtbar und nutzbar sind.

Suchmaschinen Spam

Spam zur Beeinflussung der Suchmaschinenergebnisse wird auch als **Spamdexing** bezeichnet. Darunter fallen alle Maßnahmen, die Suchmaschinen-Richtlinien verletzen und dazu dienen, eine bessere Position in den Suchergebnissen ([SERP](#)) zu erreichen. Die Bezeichnung Spamdexing ist eine Kombination der Wörter "Spam" und "Indexing". Alternative Begriffe sind Suchmaschinen-Spamming, Google-Spamming oder Googleting, wobei sich letztgenannter Begriff auf eine spezielle Spam-Variante bezieht, nämlich die Erstellung von Webseiten, die lediglich dazu dienen, die Linkstruktur zu beeinflussen, um Webseiten in den Suchmaschinenergebnissen nach vorn zu bringen.

Spam-Techniken beim Spamdexing

Den Spam-Techniken liegen immer bestimmte Bewertungsstrategien der Suchmaschinen zugrunde. Die Suchmaschinen nutzen komplexe [Algorithmen](#), die wiederum bestimmen, an welcher Position im Suchergebnis eine Seite auftaucht. Sie können damit z.B. erkennen, ob eine Seite für eine Kategorie oder ein [Keyword](#) relevant ist. Dabei spielen u.a. die Textinhalte bzw. die [URL](#) eine Rolle.

Spamdexing lässt sich grob in die Kategorien “Content-Spam” und “Link-Spam” unterteilen:

Content Spam

Zum Content Spam gehören all die Spam-Maßnahmen, die auf der Website selbst umgesetzt werden. Möglich ist das u.a. folgendermaßen:

- **Keywords werden in hoher Zahl auf der Seite wiederholt**, um eine höhere Relevanz für diesen Begriff vorzutäuschen. Oftmals befinden sich derartige Keyword-Anhäufungen im unteren Seitenbereich bzw. in Bereichen, die für den Nutzer nicht sichtbar sind.
- **Keywords werden versteckt**, indem sie die gleiche Schriftfarbe wie der Hintergrund besitzen. Die gleiche Methode wird für das Verstecken von Wörtern/Wortgruppen genutzt, die thematisch für die Seite nicht relevant sind, sondern nur mehr Besucher anziehen sollen.
- Unterbringung von **Keywords in den ALT-Attributen von Bildern**.

Link Spam

Google wertet für die Beurteilung einer Seite auch deren Backlinks, u.a. die Art, Herkunft und Anzahl der Links. Diese Bewertung nutzen Spammer z.B., indem sie für eine Website zusätzliche Seiten (Satellitenseiten) anlegen, deren Zweck aber nur darin liegt, auf die zu stärkende Website zu verlinken. Weitere Spam-Maßnahmen, um künstlich das Linkprofil zu beeinflussen, ist das massenhafte Setzen von Links in Gästebüchern, Kommentarfeldern oder Foren, wobei hier unter Spam vor allem die Links fallen, die thematisch absolut nichts mit dem Thema des Forums, des Blogs usw. gemein haben.

Darüber hinaus gibt es weitere Spam-Methoden wie:

Doorway Pages

[Doorway Pages](#), auch Brückenseiten genannt, werden wie Satellitenseiten ebenfalls allein deshalb angelegt, um das Ranking einer anderen Seite zu beeinflussen. Allerdings funktionieren sie anders: **Sie werden vor die eigentliche Website geschaltet**, wobei sie selbst für den Nutzer nur selten sichtbar sind und stattdessen meist direkt auf die gewünschte Seite weiterleiten. Das wird auch als Cloaking bezeichnet. Die Doorway Page selbst ist daher optisch wenig ansprechend und nur inhaltlich stark optimiert d.h. durch eine Häufung von Keywords oder Keyword-Listen. Das Problem besteht darin, dass

die [Suchmaschine](#) einen anderen Inhalt erhält als der Nutzer, denn er wird nicht auf die Brückenseite, sondern auf die eigentliche Website geleitet, die jedoch nur durch manipulative Techniken an die Suchposition gelangt ist.

Logfile-Spam

Logfile-Spam, auch als **Referral-Spam** bezeichnet, bezieht sich auf die Technik, Webseiten aufzurufen, um die eigene Seite, die in den Suchergebnissen nach vorn gebracht werden soll, in den Referrer-Informationen der angeklickten Website unterzubringen. Bei diesen Informationen handelt es sich um eine Statistik, die bei vielen Seiten öffentlich zugänglich und auch von Suchmaschinen lesbar ist. Darin ist genau erkennbar, woher die Klicks stammen, da deren Ursprung als ein echter Link angezeigt wird. Das führt wiederum zu einem Backlink für die Seite, die gefördert werden soll – also eine künstliche Erhöhung der Backlinks, um der Suchmaschine eine hohe Relevanz vorzutäuschen.

Weitere Informationen zum Referral-Spam: [Vitaly rules](#)

Google Bombing

Bei dieser Spam-Technik werden zahlreiche Links auf eine Website erzeugt, deren Linktext nichts mit den Inhalten der verlinkten Seite zu tun hat. Meistens zielt das darauf ab, die Seite bzw. deren Inhalte abzuwerten. Ein populäres Beispiel stammt aus dem Jahr 2003. Damals wurde von zahlreichen Seiten aus eine biographische Übersicht zu George W. Bush verlinkt und zwar mit dem Linktext “miserable failure” (jämmerlicher Versager). Schon nach kurzer Zeit stand die Seite bei diesem Suchwort auf Platz 1.

Weiter Google Bombing-Beispiele: [Google Bombs](#)

Folgen von Spam – Maßnahmen der Suchmaschinen

In der Regel unterscheidet sich die Definition von Spam von Suchmaschinen-Betreiber zu Suchmaschinen-Betreiber. Auch wird die Verwendung von Spam-Maßnahmen unterschiedlich bestraft. Die Erkennung von Spam erfolgt heute überwiegend automatisch durch die Suchmaschinen selbst. Eine weitere Rolle spielen die Meldungen von anderen Internetnutzern (z.B. über die [Spam-Reportseite von Google](#)) oder die manuelle Erkennung durch Mitarbeiter des Suchmaschinen-Betreibers.

Wird nun Spam bei Ihrer Webseite identifiziert, kann der Suchmaschinen-Betreiber eine Strafe

verhängen. Dabei reicht die Bestrafung von Abwertung des Rankings über Löschung aus dem Index bis zur Sperrung der IP-Adresse. Wenn Sie Glück haben, ist die Strafe befristet – ansonsten aber irreversibel.

Spam vs. Webseiten-Optimierung

Als Spam gelten alle Seiten, die den Nutzer in die Irre führen oder keinen Nutzen für ihn darstellen, z.B. indem er die gleichen Informationen auf mehreren Seiten bekommt oder indem Links zu völlig anderen Angeboten führen, als es der Linktext oder die Ankündigung vor dem Link versprechen. Ziel dieser Aktionen ist jeweils, die Position in den Suchergebnissen zu verbessern. Das ist allerdings auch das Ziel der Suchmaschinenoptimierung: Eine Website soll für Begriffe, die für deren Angebot relevant sind, so weit vorn wie möglich ranken. Um das zu erreichen nutzt der Suchmaschinenoptimierer natürlich das Wissen um die Sortieralgorithmen der Suchmaschine als Orientierung.

Der Unterschied zu oben beschriebenen Spam-Maßnahmen besteht bei einer [seriösen Suchmaschinenoptimierung](#) aber darin, dass informative Seiten erstellt werden bzw. dass in der Seite Informationen “verbaut” werden (z.B. über Keywords im Text oder in den Meta-Angaben), die Google dabei helfen, die Inhalte einzuordnen und dadurch dem Nutzer ein besseres Ergebnis liefern zu können. Wenn eine Seite nutzerfreundlich gestaltet ist und gleichzeitig die gewünschten Informationen liefert, sind manipulative Spam-Techniken nicht notwendig.

Jeder Suchmaschinenbetreiber gibt genaue Hinweise dazu, welche Maßnahmen unzulässig sind und zu einem Ausschluss aus dem Index führen.

Die Richtlinien der größten Suchmaschinen:

Google Richtlinien: <https://support.google.com/webmasters/answer/35769?hl=de>

Bing Richtlinien: <https://www.bing.com/webmaster/help/webmaster-guidelines-30fba23a>

Yahoo Richtlinien: <https://de.hilfe.yahoo.com/kb/search-app-for-ios/Richtlinien-f%C3%BCr-Inhaltsqualit%C3%A4t-sln2245.html>