GOOGLE UPDATES UND DER GOOGLE ALGORITHMUS – WIE FUNKTIONIERT EIGENTLICH GOOGLE?

Veröffentlicht am 2. März 2017 von Sandra

Da wir häufiger von **Google Updates** berichten, dachten wir, es ist Zeit das Thema genauer zu beleuchten. Wir haben für Dich alles, was Du schon immer über die Suchmaschine Nummer 1 wissen wolltest: Wie funktioniert der **Google Algorithmus** und wie sehr beeinflussen Updates die Auswertung? Wie findet Google das passende Ergebnis zu Deiner Suchanfrage und was sind die entscheidenden Faktoren für das **erfolgreiche Google-Ranking** Deiner Webseite.

ÜBERSICHT

- Was ist ein Algorithmus?
- Der Pagerank Algorithmus von Google
- Sieh Dir Google Entwicklungen im eigenen Video an
- Wie funktioniert der Google Pagerank Algorithmus?
- Welche Faktoren werden neben den Verlinkungen für die Suchergebnisse einbezogen?
- Wie oft erfolgt ein Google Update?
- Wie erfahre ich von einem Google Update?
- Google Panda, Penguin & Co. - das sind die bekanntesten Updates
- Google Updates – was ist wichtig für Deine Website?

UNSERE INFOS FÜR EILIGE: WAS IST DER GOOGLE ALGORITHMUS?

Der **Google Algorithmus** basiert auf dem **PageRank-Algorithmus**, der von den Google Gründern Larry Page und Sergei Brin konstruiert wurde. Das Verfahren ist ein auf das Internet zugeschnittenes Programm, das systematisch und regelhaft wie ein Nutzer durch das Internet surft und die Webseiten nach verschiedenen Kriterien auswertet. Der ursprüngliche Algorithmus von Google nahm ausschließlich die Anzahl der Verlinkungen, die einen Nutzer auf eine einzelne Webseite führten, als Qualitätskriterium. Der PageRank wurde bis heute durch Updates immer **weiterausgebaut** und angepasst, um noch **gezieltere Ergebnisse** liefern zu können.

WAS IST EIN ALGORITHMUS?

Ein Algorithmus ist ein Verfahren zur Lösung eines Problems, das häufig in der Mathematik und der Informatik angewandt wird. Ein alternatives Vorgehen wäre, die wahrscheinlichsten Wege zur Lösung anzugehen. Um Dir das Thema näher zu bringen, nehmen wir Rechenvorschriften oder auch Rezepte als Beispiel für Algorithmen: wenn Du Dich an die genauen Vorgaben hältst, kommst Du immer wieder zum gleichen Ergebnis. Aber was genau hat das alles jetzt mit Google zu tun?

DER PAGERANK ALGORITHMUS VON GOOGLE

Der **Google Algorithmus** wurde von den Google Gründern Larry Page und Sergei Brin noch während ihrer Studienzeit an der Stanfort University entwickelt. Die Idee für den Algorithmus

entstammt dem Fachgebiet der Soziometrie. Grundsätzlich lässt sich sagen, dass auch die Entwicklung anderer Algorithmen daraus abgeleitet werden könnten, die nicht mit dem Internet in Verbindung stehen müssen. Die Idee der beiden Online Pioniere war es jedoch, **Websites** mithilfe des Algorithmus auszuwerten. Und so kam es 1998 zur Gründung von **Google Inc**. Das Ziel von Google ist es seitdem,gezieltere Analysen von Webseiten durchzuführen und Dir so schnell und unkompliziert die Seite mit den passenden Antworten auf Deine Suchanfrage zu liefern. Daher arbeitet das US-amerikanische Unternehmen fortlaufend an Updates, um den Algorithmus immer weiter zu optimieren.

SIEH DIR GOOGLE ENTWICKLUNGEN IM EIGENEN VIDEO AN

QUELLE: "THE EVOLUTION OF SEARCH." URL: HTTPS://WWW.YOUTUBE.COM/WATCH?V=MTBSHTWCND4 [STAND: 02.03.2017].

WIE FUNKTIONIERT DER GOOGLE PAGERANK ALGORITHMUS?

Der **PageRank Algorithmus** nahm als wichtigstes Kriterium zur Analyse und Bewertung einer Seite die **Verlinkungen**, die von anderen Websites auf diese verweisen. Grundlage ist die Idee,dass eine Seite eine hohe Relevanz besitzen muss, wenn viele Webseiten zu dieser hinleiten. Mit dem Algorithmus wurde der Besuch von Webseiten durch einen zufälligen Surfer (**Random Surfer Modell**) nachgeahmt. Dieser klickt sich durch die ausgehenden Links immer weiter von Webseite zu Webseite. Im Jahr 2010 wurde dieses Modell durch das **Rational Surfer Modell** abgelöst, das Google ebenfalls zum Patent anmeldete.

Der Grund für die Erweiterung war, dass viele Betreiber von Webseiten mithilfe von unlauteren Methoden versucht hatten, ihre Seiten in der Ergebnisliste bei Google (SERP –Search Engine Result Pages) weiter nach vorne zu pushen. Diese Form der **SEO** (Suchmaschinenoptimierung– Search Engine Optimization) wird auch **BlackHat SEO** genannt,die den Unterschied zur legitimen White Hat SEO bildet. Mit dem Rational Surfer Modell - welches also einen rationalen Nutzer imitiert - sollten schlechte und unnütze Links ausgefiltert werden. So sollten Websites mit schwachem Content und solche, die nur dazu genutzt wurden um die Verlinkungen zu anderen Seiten zu hosten (Linkfarmen), **abgestraft** werden. Mehr zu den Versuchen Google mit Black Hat SEO zu überlisten und den Folgen für die Betreiber der Webseite gibt es noch ein Mal an späterer Stelle. Zunächst werfen wir einen

Blick auf die weiteren Kriterien, die Google einbezieht, um Dir beste Ergebnisse zu liefern.

WELCHE FAKTOREN WERDEN NEBEN DEN VERLINKUNGEN FÜR DIE SUCHERGEBNISSE EINBEZOGEN?

Heutzutage wird nicht mehr nur der PageRank für die Bewertung einer Seite berücksichtigt. Die Qualität der Inhalte (**Content**) einer Seite können durch die verschiedenen Updates des Google Algorithmus ebenfalls mit einbezogen werden. Dazu zählen neben den Texten außerdem **visuelle Medien** wie Bilder, Videos und weitere Features. Auch interne Verlinkungen spielen für das Ranking Deiner Seite eine Rolle wie auch Metadaten und der ausgewogene Einsatz relevanter Keywords. Weitere Faktoren beziehen sich auf technische Details, wie beispielsweise die Ladezeit (**Pagespeed**) Deiner Webseiten, der **Code** aber auch die **Verweildauer** der Besucher auf Deiner Internetpräsenz.

Viele Updates haben außerdem das Ziel, **Betrugsversuche** aufzudecken und die entsprechende Webseite abzustrafen. So berichtete die Welt beispielsweise im Jahr 2014 darüber, dass das Internetportal Expedia von Google abgestraft wurde. Von Seite 1 der Suchanfragen zu Hotels und Reisen rutschte die Webseite im Ranking teilweise auf Platz 29. Für eine Seite wie Expedia ist dies gleichzusetzen mit der Bedeutungslosigkeit und sogar die Aktienwerte des Unternehmens fielen an der Börse. Aber was war passiert? Auf anderen Seiten positionierte Expedia Links zur eigenen Webseite. Der Haken daran war, dass es sich um unzählig viele Links handelte, die in weißer Schrift auf weißem Untergrund getarnt waren, was früher kein Problem darstellte und von vielen Seiten betrieben wurde. Mittlerweile wird dies von Google als Betrugsversuch deklariert und abgestraft. Nachdem Google einen Tipp bekam, erfolgte die **Abstufung** der Webseite. Neue Google Updates sind bereits in der Lage, solche SEO Tricks selbstständig zu entdecken.

WIE OFT ERFOLGT EIN GOOGLE UPDATE?

Matt Cutts, ehemaliger Chef des Google Webspam Team, gab an, dass es im Jahr 2012 665 Änderungen am Ranking Algorithmus von Google gab. Diese hohe Zahl gilt es jedoch zu relativieren. Häufig handelt es sich dabei um kleinere Anpassungen, die keine großen Auswirkungen nach sich ziehen. Modifikationen die nachträglich an einem Update vorgenommen werden, sind hier ebenfalls mit eingerechnet. Denn es gilt zu unterscheiden zwischen einem wirklichen Google Update und einem **Data Refresh**. Google Updates haben einen direkten Einfluss auf den Algorithmus. Entweder funktionieren sie als Erweiterung für bestimmte Aspekte oder können sogar in diesen aufgenommen werden. Nun funktioniert eine Erweiterung nur durch eine gewisse **Datenbasis**, die dieser zugrunde

liegt. Eine Anpassung dieser Datenbasis bezeichnet man dann als Data Refresh.

Um dies zu veranschaulichen: angenommen die Datenbasis für ein Update ermöglicht es, Webseiten ausfindig zu machen, die ihren Content mit Keywords (Schlüsselwörter) übermäßig künstlich füllen. Dieses sogenannte **Keyword Stuffing** wäre zum Beispiel der Fall, wenn ein Keyword vielfach in weißer Farbe auf weißem Hintergrund platziert würde, um das Ranking zu verbessern. Wenn die Datenbasis -aufgrund derer das Update operiert - nun erweitert wird, spricht man von einem Data Refresh. Werden dem Update dagegen neue Funktionen hinzugefügt, die sich ebenfalls auf den eigentlichen Google Algorithmus auswirken, dann handelt es sich wieder um um ein Google Update.

WIE ERFAHRE ICH VON EINEM GOOGLE UPDATE?

Einige Google Updates werden im Voraus von hochrangigen Google Mitarbeitern **angekündigt**. Über ein Data Refresh und meist kleinere Anpassungen am Algorithmus erfährt die Öffentlichkeit meistens wenig. Es ist aber auch schon häufig vorgekommen, dass Google den Einsatz eines neuen Updates erst im Nachhinein bekannt gibt. Man spricht dabei auch vom Ausrollen eines neuen Updates, was sich vom englischen Begriff **Rollout** ableitet. Zuletzt gibt es auch die unbestätigten **Phantom Updates** bei Google. Ob angekündigt oder nicht: ein neues Update, das den Algorithmus beeinflusst, sorgt immer für großen Wirbel in der Welt des OnlineMarketings und der SEO. Änderungen im Algorithmus können nämlich direkten Einfluss auf das Google-Ranking Deiner Webseite haben. Schauen wir uns aber zunächst die bekanntesten Google Updates an.

Matt Cutts verkündet hier ein neues Update:

QUELLE: TWITTER ACCOUNT VON MATT CUTTS (21.04.2014). URL: HTTPS://TWITTER.COM/MATTCUTTS/STATUS/468891756982185985?LANG=DE [STAND: 02.03.1017].

GOOGLE PANDA, PENGUIN & CO. – DAS SIND DIE BEKANNTESTEN UPDATES

DAS GOOGLE HUMMINGBIRD UPDATE

Im Jahr 2013 wurde das **Google Hummingbird Update** als fester Bestandteil des eigentlichen Algorithmus (Core Algorithmus) ausgerollt. Die Bedeutung des Updates zeigt sich schon darin, dass es auf der Pressekonferenz anlässlich des 15. Geburtstags von Google bekannt gegeben wurde. Allerdings war es zu diesem Zeitpunkt bereits einen Monat weitestgehend unbemerkt aktiv. Der

Hummingbird gilt als **das wichtigste Update** und wurde von Google selbst als Revolution der Suchmaschine angepriesen. Auswirkungen hat er dabei auf die Suchanfragen. Bisher wurden die Ergebnisse passend zum Keyword geliefert.

Mit dem Google Hummingbird Update ist es der Suchmaschine aber möglich, auch den **Sinnzusammenhang** zwischen den eingegebenen Wörtern zu erkennen. Man spricht deshalb auch von der semantischen Suche. Nehmen wir an, ein Benutzer fragt Google„Wie wird das Wetter". So wird ihm nicht ein Wikipedia Artikel zum Thema Wetter angezeigt. Der Code erkennt, dass es sich um eine Frage handelt, und bezieht gleichzeitig den lokalen Standpunkt des Benutzers ein. So wird es möglich, dass Dir direkt in den Ergebnissen der Wetterbericht für Deine Region gezeigt wird. Über **Voice Search** – also die Sprachsuche meist über Mobile Devices - kann der User Sprachassistenten wie Siri und Alexa seine Suchanfrage stellen und erhält direkt als Antwort in diesem Falle das aktuelle Wetter.

DAS GOOGLE PANDA UPDATE

Das sogenannte **Google Panda Update** wurde erstmals 2011 aktiviert. Das Ziel des Updates ist es, Webseiten mit gutem und informativem Content im Ranking weiter nach vorn zu bringen. Das heißt im Umkehrschluss, Webseiten, die wenig Qualität bieten und versuchen durch unsaubere SEO-Tricks eine gute Indexierung zu erzielen, werden abgestraft. Beim Panda Update waren davon auch durchaus namhafte und große Seiten und Portale betroffen. Das Panda Update wird außerdem stetig weiterentwickelt. Die letzte (bekannte) Aktualisierung gab es im Jahr 2015.

Für Google Panda entscheidende Faktoren sind beispielsweise die Menge an informativen und hochwertigen Inhalten (**Unique Content**). Der Google Algorithmus ist durchaus in der Lage mithilfe seiner Crawler kopierte (**Duplicate Content**) und schlecht formulierte Texte, Bilder und Grafiken zu erkennen. Das gilt genauso für eine Seite, deren Unterseiten sich sehr ähnlich sind, also keinen wirklichen Mehrwert für Nutzer bieten. Ein **hoher Anteil an Werbung**, die nicht zum Thema passt, eine **kurze Verweildauer** der Besucher auf der Website und **nicht stimmige Metadaten** und Inhalte können auch zur **Abstufung** in den Google Ergebnisanzeigen führen. Auch wenn es nahe liegend scheint, geht der Name für das Update nicht auf das Tier zurück, sondern auf den Google Mitarbeiter **Navneet Panda**.

DAS GOOGLE PENGUIN UPDATE

Das auch als Webspam bekannte **Google Penguin Update** soll genau verhindern, dass Webseiten durch **Spam** ein besseres Ranking erzielen können. Besonders solche Seiten, die **Black Hat**

SEO betreiben, wurden hier in der Indexierung abgestraft. Betroffen werden kann aber auch, wer eigentlich saubere Hilfsmittel einfach zu sehr auf die Spitze treibt. Das Penguin Update wurde im Jahr 2012 in allen Sprachen bei Google ausgerollt. Die letzte Aktualisierung erfolgte im Herbst 2016 mit dem Penguin 4.0. Seitdem ist Penguin außerdem Teil des Haupt- also **Core Algorithmus**.

In den Webmaster Guidelines hat Google für alle, die SEO für ihre Seite betreiben wollen, Regeln aufgestellt. Wer diese Regeln missachtet,muss damit rechnen, dass der Google Algorithmus mithilfe des Penguin Updates diese Tricks früher oder später erfassen wird. Wer einmal auf einen der hinteren Ränge verwiesen wurde und von Google nur abgeschlagen oder gar nicht mehr angezeigt wird, für den droht eine wirtschaftliche Misere. Um mit einer abgestraften Seite wieder in den SERPs zulanden, brauchen selbst professionelle SEOs sehr viel Arbeit, Zeit und vor allem Geduld. Zu solchen SEO-Verstößen gehören das bereits erwähnte **Keyword Stuffing**, das **Cloaking**, mit dem Texte für Besucher nicht sichtbar sind, sondern nur für den Crawler (weiße Schrift auf weißem Grund) und das **manipulierte Setzen von Backlinks**.

GOOGLE RANKBRAIN

Mit dem Update von **Google RankBrain** wird die Suchmaschine um **künstliche Intelligenz** und maschinelles Lernen (**machine learning**) erweitert. Ziel des RankBrain Update ist es, dass der Google Algorithmus auch unbekannte Suchanfragen verarbeiten kann. Diese sollen aufgrund der **semantischen Beziehungen** (Sinnzusammenhang) zwischen Wörtern und Phrasen von bereits bekannten Anfragen den entsprechenden Ergebnissen zugeordnet werden können. Das System merkt sich selbstständig diese neuen Anfragen,um daraus zu lernen und sich weiterentwickeln zu können. Das Google RankBrain Update ist seit 2015 online. Das genaue Datum ist allerdings nicht bekannt. In der SEO-Welt vermutet man, dass RankBrain wieder einmal viel früher ausgerollt wurde, als von Google bekannt gegeben. Möglich wurde Google RankBrain durch das bereits erwähnte Hummingbird Update.

MOBILE FIRST-INDEX

Es ist nicht möglich, alle Updates von Google hier vorzustellen. Zu erwähnen ist aber sicherlich das **Google Mobile friendly Update**, das 2016 bereits zum zweiten Mal aktualisiert wurde. Die Nutzung von Smartphones und Tablets nimmt stetig zu. Daher werden auch in den Google Ergebnissen Webseiten bevorzugt, die eine nutzerfreundliche mobile Seite (**Responsivierung**) anbieten. Der neue **Mobile First-Index**, welcher im Mai 2018 ausgerollt wurde, bestätigt die Relevanz der mobilen Version und den Anstieg an mobilen Suchen und Sprachsuchen (**Voice Search**). Für Google steht der Nutzer stets im Fokus, daher ist das Ziel dieses Updates, Usern besonders benutzerfreundliche Webseiten anzuzeigen. Mobil optimierte Webseiten steigern die **User Experience** (Nutzererlebnis)

und garantieren die **optimale Darstellung** von Content und Design auf mobilen Endgeräten (**Responsive Design**). Das Mobile First Update zählt nun zu dem wichtigsten Ranking-Faktor und nimmt daher eine besonders relevante Rolle im Bereich SEO ein.

WEITERE WICHTIGE UPDATES VON GOOGLE

Auch für Deine Anzeigen bei **Google Ads** aktualisiert Google beständig seinen Algorithmus und führt regelmäßig Updates ein. Google Updates, die gezielt darauf ausgerichtet sind, Seiten abzustrafen, nennt man auch **Google Penaltys**.

Zuletzt gab es ein solches Penalty, um Seiten im Ranking herabzusetzen, die durch viel Werbung und Pop-Ups den schnellen Zugriff auf Informationen für die Nutzer verhindert. Große Aufregung in der Welt von SEO besteht außerdem dann, wenn es zu einem **Google Phantom Update** kommt. Diese Updates werden von Google nicht nur nicht angekündigt, manchmal bleiben sie auch unbestätigt. SEOs bleiben also im Unklaren darüber, welche Faktoren überhaupt mit einem Update am Algorithmus geändert wurden. Die Auswirkungen eines Phantom Updates machen sich dann bemerkbar, wenn viele Seiten plötzlich im Ranking steigen oder fallen.

GOOGLE UPDATES – WAS IST WICHTIG FÜR DEINE WEBSITE?

Generell gilt es zu sagen, wer nach den Regeln von Google spielt und seine Seite immer auf dem neuesten Stand hält, der muss Google Updates nicht fürchten. Dazu haben wir **ein paar Tipps** für Dich, die Du immer berücksichtigen solltest. Biete Deinen Besuchern **guten Content mit Qualität**. Nur wenn die Suchenden auf Deiner Webseite Informationen finden, die sie wirklich interessieren, werden sie und Google Deine Seite als wichtig ansehen. Bilder und Videos machen Deine Seite zusätzlich interessant. Nutze das **Google Webmaster Tool** und das Analyse-Tool **Google Analytics**, um die technischen Funktionen Deiner Seite zu optimieren. Dazu gehören auch der **Code** Deiner Seite und die **Metadaten**, die für jede Unterseite einzigartig sein sollten. Nutze sowohl interne Verlinkungen zwischen Deinen Unterseiten als auch externe Verlinkungen (**Linkbuilding**).

Backlinks auf anderen Seiten sind ebenfalls gut für Deine Seite, halte Dich aber dazu an die **Google Webmaster Guidelines**. Die Nutzung für **Keywords** innerhalb Deiner Texte ist ebenfalls wichtig, damit der **Google Crawler** Deine Inhalte erkennen kann. Halte das Verhältnis zwischen Keywords und Text aber ausgewogen, um Keyword Stuffing zu vermeiden. Und grundsätzlich gilt, Tricks um im Ranking zu steigen, zahlen sich auf lange Sicht nicht aus. Der Google Algorithmus wird **ständig verbessert** und mit künstlicher Intelligenz und selbstständigem Lernen sind die Chancen sehr hoch,

dass Du bei der sogenannten Black Hat SEO von Google entdeckt wirst. Wenn Deine Seite einmal abgestraft wurde, hilft Dir nicht einmal der Wechsel der Domain (Adresse). Denn Google ist in der Lage zu erkennen, dass es sich dabei um Deine abgestrafte Seite handelt. Dazu kommt, Google hat das Hausrecht und ist nicht verpflichtet, Dich bei Besserung wieder in die Indexierung aufzunehmen.

Hast Du Fragen zum Thema oder brauchst Du weitere Tipps? Melde Dich einfach bei uns. Und wenn Du auf Nummer sicher gehen willst,dann übernehmen die Profis Deiner Media Company gerne die Gestaltung und die SEO für Deine Webseite. Wir halten uns für Dich immer auf dem Laufenden über Google und seine Updates.