

**Backlinks – weniger ist mehr
– Mit dem Google-Disavow-Tool
zu langfristig besseren
Rankings**

TYPISCHE RECHTSFEHLER » SCREAMING FROG » SMART BIDDING FÜR ADS » SEARCH CONSOLE

WEBSITE BOOSTING

SEO | SEA | E-COMMERCE | USABILITY | SZENE | TIPPS & TOOLS

WEBSITE BOOSTING

#68

inkl.:

Ask Google!

ISSN 2351-6241
DE: 11,80 EUR
AT: 12,50 EUR
LU: 12,50 EUR
CH: 17,- sFr

<title>Wichtig</title>



Der Dr.-Title

Alles, was Sie wissen müssen zu einem der wichtigsten und stark unterschätzten Elemente für die Suchmaschinenoptimierung

GOOD - NEEDS IMPROVEMENT - POOR?

CORE WEB VITALS

Die neuen Kennzahlen werden jetzt zu Rankingfaktoren und spiegeln die Nutzererfahrungen.

SIND DIE GOLDENEN ZEITEN VORBEI?

ES WIRD ANONYMER » FLoC ME!

Die Abschaffung von Third-Party-Cookies wird das Werbebusiness kräftig verwirbeln.

HILFREICH ODER NICHT MEHR?

BACKLINKTIPPS VOM EXPERTEN

Ein ehemaliger Googler erklärt, wie man bei der Optimierung des Linkprofils vorgehen sollte.

Backlinks – weniger ist mehr. Mit dem

Google-Disavow-Tool zu langfristig besseren Rankings – websiteboosting.com

Die Diskussion über die Wertigkeit von und die nötige Anzahl an Backlinks geht bereits seit vielen Jahren mit steigender Intensität durch die Branche. Die einen Experten sagen, Backlinks werden überbewertet und spielen fast keine Rolle mehr, andere, man könne nicht genug davon haben, und wieder...

Die Diskussion über die Wertigkeit von und die nötige Anzahl an Backlinks geht bereits seit vielen Jahren mit steigender Intensität durch die Branche. Die einen Experten sagen, Backlinks werden überbewertet und spielen fast keine Rolle mehr, andere, man könne nicht genug davon haben, und wieder andere erklären, man brauche gute Backlinks, um eine Chance zu bekommen, auf die erste Ergebnisseite zu gelangen – dort werde dann durch Tests von Google entschieden, ob man dortbleibt oder wieder abfällt. Mitarbeiter von Google selbst halten sich wie immer eher bedeckt zu dem Thema, betonen aber zwischen den Zeilen immer wieder, dass Backlinks schon noch einen deutlichen Einfluss hätten. Wenn Kaspar Szymanski über dieses Thema spricht, sollte man gut zuhören. Er war lange Jahre bei Google als Spamfighter in Dublin tätig und gehört daher zu der Personengruppe, die sich sehr gut auskennen dürfte ...

Als Google 2012 das Disavow-Tool offiziell vorgestellt und damit effektiv die Gefahr, die für Webseiten-Rankings von vermeintlich unnatürlichen Backlinks ausgehen kann, eingeräumt hatte, wurde eine Wende vollzogen. Von da an waren Webseiten-Betreiber im Zugzwang, die Qualität ihrer Backlink-Profile aktiv zu überwachen. Backlinks, die potenziell Google-Richtlinien verletzten, mussten künftig mittels des neuen Disavow-Tools für ungültig erklärt werden. Doch dies war kein Neuanfang für alle Wettbewerber unter gleichen Vorbedingungen. Wer Backlink-Leichen im Keller hatte, musste sich deswegen gleich zu Beginn durchaus Sorgen machen. Selbst für jene Webseiten, die in der Vergangenheit ohne bewussten PageRank-Backlink-Aufbau ausgekommen waren, stellte die Einführung des

Disavow-Tools eine nicht unbedeutende Veränderung dar. Schließlich wird jede noch so Google-konform gepflegte populäre Webseite mit der Zeit auch von minderwertigen oder gar von Spam-Backlinks geplagt. Auch diese mussten nun in regelmäßigen Abständen erfasst, evaluiert und für ungültig erklärt werden. Für zahlreiche Webseiten-Betreiber bedeutet diese Herausforderung auch einen erheblichen Ressourcenaufwand. Gleichzeitig stellt das Google-Disavow-Tool jedoch auch eine neue Wachstumschance dar. Vermag es doch, richtig eingesetzt, nicht nur unliebsame Google-Aufmerksamkeit oder gar potenzielle Bestrafungen zu vermeiden. Es hat viel mehr auch das Potenzial, Rankings langfristig steigen zu lassen.

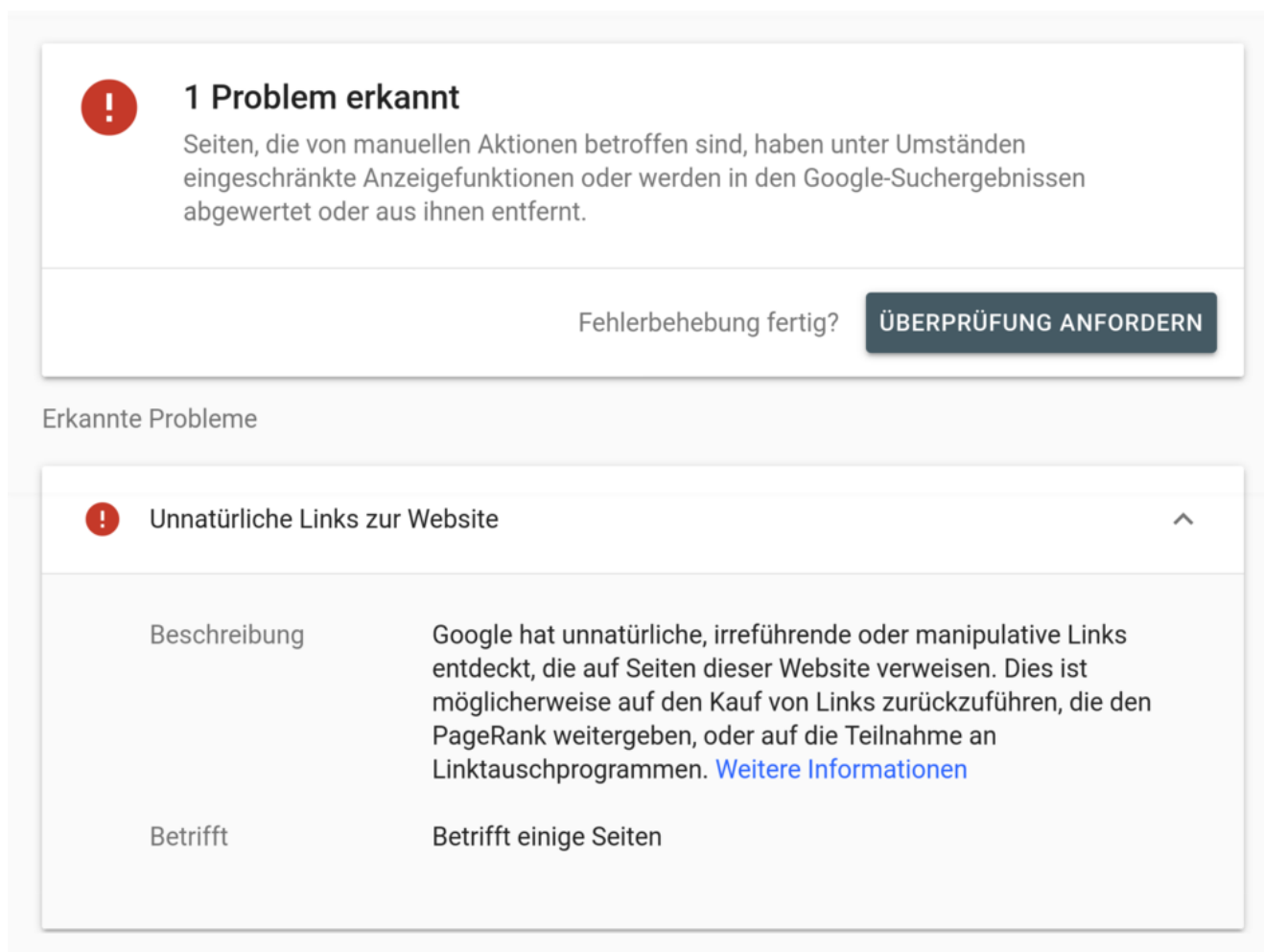
„Der richtige Einsatz des Disavow-Tools kann das Ranking pushen!“

Dieser Beitrag ist von der unmittelbaren Erfahrung des Autors sowohl mit dem Auferlegen wie auch dem Entfernen von Google-Strafen während seiner Tätigkeit bei Google Search geprägt. Es ist der Versuch, frei von Kommunikationsrichtlinien für Klarheit zu sorgen und Webseiten-Betreibern eine Orientierungshilfe anzubieten.

Ranking-Bremse Backlinks

Nicht alle Webseiten-Betreiber müssen Backlinks für ungültig erklären. Tatsächlich können die meisten Webseiten auf diesen Schritt verzichten, weil ihre Backlink-Profile zu unbedeutend sind oder weil es sich um Webseiten handelt, die nicht kommerziell betrieben werden und die niemals große Sichtbarkeit erreichen werden. Dazu gehören vor allem Hobby-Webseiten. Deren Betreiber können auf eine Laissez-faire-Strategie setzen, im absoluten Vertrauen auf die Unfehlbarkeit der Google-Algorithmen und darauf, dass diese Backlinks immer richtig klassifizieren können.

Im Gegensatz zu nicht kommerziell oder behördlich betriebenen Webseiten, wie etwa staatlichen Informationsplattformen, können die meisten Bezahltdienste nicht auf Glück hoffen. Deren Betreiber sind angehalten, relevante SEO-Signale inklusive der Backlinks aktiv zu beeinflussen. Dabei nimmt das Disavow-Tool eine wichtige Stellung ein.



The screenshot displays a notification in Google Search Console. At the top, a red circle with an exclamation mark is followed by the heading "1 Problem erkannt". Below this, a paragraph explains that pages affected by manual actions have limited display functions or are removed from search results. A button labeled "ÜBERPRÜFUNG ANFORDERN" is visible. Below the notification, the section "Erkannte Probleme" lists "Unnatürliche Links zur Website". A detailed description states that Google has found unnatural, misleading, or manipulative links, possibly from link buying or link exchange programs, and provides a link for "Weitere Informationen". The "Betrifft" field indicates that the issue affects some pages.

1 Problem erkannt
Seiten, die von manuellen Aktionen betroffen sind, haben unter Umständen eingeschränkte Anzeigefunktionen oder werden in den Google-Suchergebnissen abgewertet oder aus ihnen entfernt.

Fehlerbehebung fertig? **ÜBERPRÜFUNG ANFORDERN**

Erkannte Probleme

Unnatürliche Links zur Website

Beschreibung Google hat unnatürliche, irreführende oder manipulative Links entdeckt, die auf Seiten dieser Website verweisen. Dies ist möglicherweise auf den Kauf von Links zurückzuführen, die den PageRank weitergeben, oder auf die Teilnahme an Linktauschprogrammen. [Weitere Informationen](#)

Betrifft Betrifft einige Seiten

Abbildung 1: Wenn eine Backlink-bedingte Google-Strafe vorliegt, muss das Disavow-Tool verwendet werden
Es gibt allerdings auch Webseiten, die im Interesse der Google-Sichtbarkeit unbedingt das Disavow-Tool nutzen müssen. Das sind jene Seiten, die eine manuelle Maßnahme, besser bekannt als Google-Strafe, auferlegt bekamen. Solche Webseiten verlieren typischerweise zunächst abrupt und später kontinuierlich weiter an Google-Sichtbarkeit – so lange, bis das Problem gelöst wurde. Bei einer existierenden Google-Strafe, die die Webseite ohne Zweifel in den Google-Ergebnissen zurückhält, ist der Handlungsbedarf in Sachen

Disavow-Tool akut.

Backlink-Analyse

Risiken, die von Backlinks ausgehen, können teilweise auch mithilfe anderer Mittel minimiert werden, etwa durch gezielte Einträge in der Robots.txt-Datei oder mittels des NoFollow-Attributs. Das Disavow-Tool ist allerdings deutlich effektiver, insbesondere bei diversifizierten Backlink-Profilen oder bei Backlinks, über die der Webseiten-Betreiber keine Kontrolle hat.

„Der falsche Einsatz kann desaströse Folgen haben!“

Allein diese Tatsache macht das Disavow-Tool zu einem unverzichtbaren Werkzeug im Online-Marketing. Zwar betrachtet Google die eingereichten Disavow-Dateien und deren Einträge als eine nicht bindende Empfehlung und behält sich das Recht vor, diese zu ignorieren. Doch das bedeutet nicht, dass das Disavow-Tool leichtfertig oder willkürlich eingesetzt werden sollte. Dessen Einsatz ohne eine Datenanalyse oder basierend auf Fehlinformation kann ungewollte, manchmal desaströse Folgen haben – z. B., wenn die Backlinks von Webseiten desselben Betreibers, die legitimerweise miteinander verlinkt sein können, unnötigerweise für ungültig erklärt werden. Eine erste Entscheidungshilfe, ob das Disavow-Tool überhaupt benutzt werden sollte, bietet die Google-Konsole selbst. Als Backlink-Datenquelle ist sie ebenso unverzichtbar wie eingeschränkt. Die 100.000 Beispiel-Backlinks stellen eher eine Stichprobe als das Gesamtbild dar. Gleichzeitig ist sie eine Referenzzahl und ein guter Wegweiser. Webseiten, deren Profil unter 100.000 Backlinks liegt, können auf den Einsatz des Disavow-Tools meistens verzichten. Jene Webseiten, die 100.000 und mehr PageRank-Backlinks angesammelt haben, sollten je nach Qualität der Backlinks das Disavow-Tool gezielt einsetzen.

Über das geschätzte Volumen von Backlinks kann man mit Zuhilfenahme von Online-Diensten wie Majestic häufig schnell und akkurat urteilen. Dabei sollte die Gesamtzahl von historischen und neuen Backlinks zusammen aufaddiert als ein Richtwert, jedoch nicht als ein absoluter Wert betrachtet werden. Kein kommerzieller Dienst ist in der Lage, die exakte Anzahl aller Backlinks, die Google bekannt und damit relevant sind, zu ermitteln. Das ist jedoch auch nicht zwingend erforderlich, solange der Schwellenwert von 100.000 Backlinks berücksichtigt wird und der Backlink-Analyse eine für jede Webseite individuell ausreichend große Datenbasis zugrunde liegt.

Wichtig ist, dass Anbieter kommerzieller Backlink-Analyse-Werkzeuge, die häufig eine ebenfalls exzellente Datenquelle bieten, gleichzeitig fast immer an PBNs, also privaten Link-Netzwerken, scheitern und nicht in der Lage sind, diese eindeutig zu identifizieren. PBNs werden bewusst systematisch von Nicht-Googlebot-Crawlern abgeschirmt und deswegen oft von Drittanbietern nicht erfasst. Sie verdienen in diesem Zusammenhang jedoch nur eine Randnotiz, da die Idee hinter solchen Netzwerken konzeptionell falsch ist. Der PageRank-Backlink-Aufbau wird explizit für Google-Algorithmen betrieben. PBNs müssen folgerichtig für Google erfassbar sein, weswegen sie als eine klare Google-Richtlinien-Verletzung immer ein bedeutendes Risiko für das Ranking der Webseite darstellen. Die Erfahrung zeigt jedoch, dass die überwiegende Mehrheit aller Webseiten die von einer Backlink-Analyse profitieren könnten, nicht von PBNs betroffen sind.

Zu Beginn jeder Analyse werden, je nachdem, wie umfangreich ein Backlink-Profil ist, über einen geraumen Zeitraum möglichst viele Backlink-Daten gesammelt. Die Google-Search-Console stellt dabei nur eine von mehreren Quellen dar. Wie zuvor erwähnt, sind deren Datensätze begrenzt, was ihre Bedeutung für Webseiten mit 100 Millionen Backlinks oder mehr reduziert.

„Für eine Backlinkanalyse ist die Search Console nur eine von mehreren möglichen Quellen“

Es ist zwar möglich, über die GSC einen höheren Output zu generieren, indem neben der Domain-Property verschiedene URL-Kombinationen hinzugefügt werden, z. B. mit „www“, ohne „www“, „https“, „http“ sowie Kombinationen davon wie auch von Subdomains und Verzeichnissen. Der Ansatz ist jedoch bestenfalls eine Behelfslösung. Expertentools wie Ahrefs, Majestic, SEMrush und LinkResearchTools, die zu den populärsten auf dem Markt gehören, eignen sich hervorragend als Backlink-Datenquellen.

Eine möglichst breite Datenbasis ist die beste Ausgangslage für eine Backlink-Analyse. Die von Google kostenfrei bereitgestellten Backlink-Beispiele müssen deshalb um weitere Datensätze ergänzt werden. Die Bing-Webmaster-Konsole kann dabei ebenfalls gute Dienste leisten. Ähnlich wie die Google-Search-Console erlaubt das Bing-Webmaster-Tool einen begrenzten Einblick in das Backlink-Profil. Im Verlauf der Backlink-Analyse und der Untersuchung der Backlink-Qualität ist es unerlässlich, dass ein Crawler die Backlink-Daten, inklusive Anchor-Texte und Ziel bzw. Landingpages, erfasst. Die Backlink-Qualität als entscheidender Faktor ist schwer objektiv zu ermitteln. Sie hängt im Wesentlichen von den verwendeten Anchor-Texten, deren Häufigkeit im Auftreten, der Qualität der Inhalte sowie davon, welche Ziel-Landingpage verlinkt wird, ab. Es gibt zum jetzigen Zeitpunkt kein automatisiertes Verfahren, das diese kontextuelle Analyse verlässlich durchführen kann. Ausschließlich die Analyse eines Experten kann Aufschluss darüber geben, wie problematisch die Qualität eines Backlink-Profiles tatsächlich ist.

„Die tatsächliche Qualität eines Backlinks ist schwer zu ermitteln“

Sobald eine repräsentative Datenmenge angesammelt wurde, kann

die eigentliche Analyse beginnen. Große Datenvolumina können im Vorfeld gefiltert und dadurch reduziert werden. Zunächst müssen die Datensätze von Duplikaten bereinigt werden. Risikofreie Backlinks – etwa solche, die auf Landingpages verweisen, die mittels robots.txt ausgesperrt sind, oder solche, die entweder mit dem Attribut rel="nofollow", "sponsored" oder "ugc" versehen sind – spielen für die Analyse keine Rolle. Sie haben keinen Einfluss auf die Risikoeinschätzung und können folglich ignoriert werden. Es sei denn, es handelt sich um bestätigte Spam-Backlinks, die erst kürzlich entfernt oder mit einem der Attribute versehen wurden. Denn Google hat die Veränderungen möglicherweise noch nicht realisiert. Qualitativ minderwertige Webseiten werden vom Googlebot tendenziell eher sporadisch aufgesucht, weswegen diese Backlinks nach wie vor ein Risiko darstellen können und unbedingt für ungültig erklärt werden müssen.

Dagegen können Backlinks innerhalb desselben Portfolios komplett ignoriert werden, wobei PageRank bzw. die verwendeten Anchor-Texte keine Rolle spielen. Da ein Webseiten-Betreiber berechtigterweise das gesamte Webseite-Portfolio verlinken kann, können alle Domains, die dazu gehören, von den Folgeschritten ausgeschlossen werden. Durch dieses Filtern im Vorlauf kann die anstehende Analyse relevanter Backlinks deutlich beschleunigt werden.

Webseiten mit vermeintlich hoher Domain Authority, einem Wert, der ausschließlich in den Köpfen mancher SEOs eine Rolle spielt, dürfen nicht von vornherein von der Analyse ausgeschlossen werden. Die so häufig zitierte Domain Authority spielt für Google keine Rolle. Erfahrungsgemäß verletzen Webseiten respektabler Organisationen bzw. bekannter Marken genauso häufig Googles Richtlinien wie alle anderen – ein Umstand, der Google im Laufe der Jahre nicht entgangen ist. Hat die Analyse der Backlink-Datensätze begonnen, liegt der Fokus auf deren Intention. Die zentrale Frage ist also, weshalb Backlinks gesetzt wurden, und nicht etwa, wer sie

gesetzt hat oder wie alt sie sind. Für Google sind der Urheber und das Alter von Backlinks nicht vordergründig, weswegen eine detaillierte Dokumentation zu diesem Zeitpunkt nicht zwingend notwendig ist. Es genügt vollkommen, potenziell hochgradig belastende Backlinks zu gruppieren, um diese effizient zu sichten und zu beurteilen. Dabei bestehen bei einigen Gruppen von vornherein kaum Zweifel, so z. B. bei Templates, also Vorlage-basiertem Spam oder Freehost-Spam mit unsinnigen Wortsalat-Inhalten.

„Google kann Backlinks auch heute noch nicht genau klassifizieren!“

Während Filter bei der Vorsortierung durchaus eine Daseinsberechtigung haben, ist die eigentliche Analyse ein manueller Vorgang, der von speziellen Tools bestenfalls unterstützt werden kann. Keine auf dem Markt verfügbare automatisierte Lösung vermag dieses arbeitsintensive, detailorientierte Vorgehen zu ersetzen. Dies wird umso eindeutiger klar, wenn man bedenkt, dass selbst Google trotz zwei Jahrzehnten an Erfahrung und nahezu grenzenloser Mittel immer noch nicht in der Lage ist, Backlinks genau zu klassifizieren. Wäre Google dazu in der Lage, würde das Disavow-Tool überflüssig. Und es gäbe auch keine manuellen Backlink-Strafen mehr.

Backlink-Signale

Im Verlauf der Analyse muss ein anderer gewichtiger Faktor berücksichtigt werden, nämlich die Anchor-Text-Verteilung. Dabei gibt es keine festen Schwellenwerte als Orientierungshilfen. Die Faustregel ist: Je mehr Top-Anchor-Texte für Produkte bzw. Dienstleistungen optimiert sind, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit, dass ein PageRank-Linkaufbau durchgeführt wurde. Gleichzeitig steigt das Risiko, dass alte und neue Backlinks das Ranking der Webseite beeinträchtigen. Mehrere kommerziell verfügbare Dienstleister erlauben hierbei

Einblicke, darunter Ahrefs und Majestic. Die Anchor-Text-Verteilung allein bietet keine ausreichende Entscheidungsgrundlage. In besonders wettbewerbsorientierten Branchen bietet sie aber oft einen ersten Eindruck, wenn unter den Top-10-Anchor-Texten eine klare Tendenz erkennbar ist. Die Anchor-Text-Verteilung kann für die darauffolgende Untersuchung entscheidende Hinweise liefern.

Anchor text ⁱ	First seen ⁱ	Last check ⁱ	
227 euro erstanden werden.	22 Jun '17	11 Feb '21	Details ▼
der rubrik hotels buchen	1 Mar '17	11 Feb '21	Details ▼
den passenden flug buchen	16 Nov '18	18 d	Details ▼
die passenden flüge buchen	9 Dec '14	3 d	Details ▼
in regensburg günstig üb	18 Apr '19	7 Dec '20	Details ▼
ferienwohnung in der nähe	15 Mar '17	13 d	Details ▼
einen erholsamen nordsee urlaub	8 Nov '16	11 Feb '21	Details ▼
einen günstigen städteurlaub verbringen	31 Oct '16	11 Feb '21	Details ▼
ostsee urlaub günstig buchen	9 Apr '17	11 Feb '21	Details ▼
es gelten die agb	17 Mar '20	15 Jan '21	Details ▼

9,394 phrases [Export](#)

1 2 3 4 5 6 7 ... 100 Next Results on the page: 10 ▲

Abbildung 2: Zahlreiche kommerzielle Top 10 der Anchor-Texte deuten oft auf suspekten Backlinks hin

Backlink-Typen

Für Google stellt eine Disavow-Datei eine Empfehlung des Webseiten-Betreibers dar. Ob diese vollständig oder teilweise befolgt wird, erfährt der Webseiten-Betreiber nicht. Allerdings bietet die Disavow-Datei einen zeitlich begrenzten Schutz. Wie lange dieser hält, hängt von künftigen Backlinks und deren Qualität ab. Aus diesem Grund sollte die Disavow-Datei als Teil einer Wartungsroutine mindestens einmal im Jahr

auf der Basis aktueller Backlink-Daten überprüft und aktualisiert werden. Dabei ist es wichtig, alte und neue Einträge zu berücksichtigen. Einfach eine neue Datei mit URLs hochzuladen, führt zwingend dazu, dass alte Einträge unwiderruflich gelöscht werden, was das Risiko für eine Strafe erhöht.

Die eingereichte Disavow-Datei hat keinen Einfluss auf neue Besucher, die durch die Backlinks auf der Webseite landen. Gleichzeitig wird verhindert, dass Backlinks das Ranking negativ beeinflussen können.

„Die Disavow Datei sieht Google nur als Empfehlung an, bindend ist sie nicht“

Es gibt keine Möglichkeit, exakt vorherzusagen, wie sich eine hochgeladene Disavow-Datei kurzfristig auf die Google-Sichtbarkeit auswirken wird. Drei unterschiedliche Szenarien sind dabei denkbar:

Die Rankings können unmittelbar

- stagnieren,
- sie können wachsen, wenn Backlink-Altlasten ihren Einfluss verlieren,
- oder sie fallen.

Eine Backlink-Analyse hat primär das Ziel, problematische Backlinks zu identifizieren. Es geht nicht darum, organische Rankings schnell zu erhöhen. Diesem Zweck dient einzig eine technische On- und Off-Page-Analyse. Langfristig trägt ein weitgehend Google-Richtlinien-konformes Backlink-Profil zum Ranking-Wachstum bei. Gleichzeitig reduziert es massiv die Gefahr einer Google-Strafe. Und: Der Linkaufbau kann und sollte nach wie vor weiter betrieben werden, allerdings mit Fokus auf die richtigen Prioritäten. Anstatt PageRank-Backlinks aufzubauen, was zu einer Abstrafung führt, ist es

ratsam, Backlinks zwecks Konversion und im Hinblick auf das Erkennen neuer Inhalte (engl. „Content Discovery“) von Suchmaschinen-Bots sowie zur Bot-Priorisierung (engl. „Crawl Budget Prioritisation“) gezielt aufzubauen. Dieser Ansatz hat unter anderem auch den Vorteil, dass er nicht gegen Google-Richtlinien verstößt.

Risiko-Backlinks

Einzelne Backlinks stellen keine Bedrohung für eine Webseite dar, selbst wenn sie nicht Google-Richtlinien-konform sind. Es sind Backlinks als Daten betrachtet, die im Kontext einer Webseite und von deren individuellen Backlink-Profilen ein Risiko darstellen. Eine tiefgreifende Backlink-Analyse ist sowohl eine Kunst als auch eine Wissenschaft für sich. Wie komplex das Thema sein kann, wird vor allem dann deutlich, wenn man bedenkt, dass es Google trotz größter Anstrengung nicht geschafft hat, die Backlink-Klassifizierung gänzlich algorithmisch zu betreiben. Aus diesem Grund muss eine gründliche Backlink-Analyse manuell erfolgen. Dabei können allerdings einige Arten von Backlinks vorsortiert und als entweder 100%ig harmlos oder als mit Sicherheit problematisch eingestuft werden.

„Einzelne schlechte Backlinks stellen kein Risiko dar“

Sämtliche Backlinks, die keinen PageRank weitergeben, also mit dem NoFollow-Attribut versehen sind, können ignoriert werden. Das Gleiche trifft auf Backlinks zu, die auf Übergangsseiten verweisen, die mittels eines Robots.txt-Eintrags blockiert werden. Diesen mit Sicherheit harmlosen Backlinks gegenüber stehen PageRank-Backlinks, die über jeden Zweifel hinaus Google-Richtlinien verletzen und unbedingt in eine Disavow-Datei gehören. Zu jenen PageRank-Backlinks-Typen, die mit Sicherheit ein erhöhtes Risiko darstellen, gehören:

- **DoFollow-Affiliate-Backlinks**
- **DoFollow-PressRelease-Backlinks**
- **DoFollow-Themenfremde-Foren-Backlinks**
- **DoFollow-Guest-Post-Backlinks**
- **DoFollow-Directory-, -Startpagina- und -Verzeichnis-Backlinks**
- **DoFollow-Backlinks von gehackten Webseiten**

Alle verlinkenden Webseiten, die in eine der o. g. Kategorien fallen, müssen mit einem domain:-Operator-Eintrag (z. B. domain:example.com) in der Disavow-Datei berücksichtigt und damit für Google für ungültig erklärt werden.

Darüber hinaus gibt es andere Arten von Backlinks, die zwar nicht zu 100 %, jedoch mit hoher Wahrscheinlichkeit ein Risiko darstellen. Dazu gehören die folgenden Kategorien:

Risiko-Top-Level-Domains

Keine Top-Level-Domain besteht zu 100 % aus Spam. Bei einigen TLDs fehlt allerdings nicht mehr viel. Die Top-10-Statistik des Spamhaus Projects bietet dazu aufschlussreiche Einblicke. Backlinks von Webseiten auf Domains wie .tk, .gq, .top, .ml oder .loan können zwar nicht pauschal als Spam abgetan werden. Doch kann man sie bei der Backlink-Analyse vorfiltern und gruppieren. In der Praxis erleichtern sich wiederholende Muster im Domainnamen oder in der URL-Struktur es oft, identische, automatisch erstellte Webseiten zu erkennen.

Gratis-Hosting-Anbieter

Bei näherem Hinsehen beinhalten nahezu alle Gratis-Hosting-Provider auch Spam-Webseiten. Einige Anbieter bestehen fast ausschließlich aus Spam – ein Umstand, der Google in der Vergangenheit dazu veranlasste, in extremen Fällen kollektive Strafen zu verhängen. Es ist nicht zielführend, präventiv alle Webseiten von kostenlosen Hostings in die Disavow-Datei

aufzunehmen. Werden allerdings bei der Backlink-Analyse Spam-Webseiten erkannt, sollte hart durchgegriffen werden. In solchen Fällen ist es ratsam, den Anbieter des kostenlosen Hostings insgesamt zur Disavow-Datei hinzuzufügen, also z. B. domain:blogspot.com.

Backlinks von verfallenen Domains

Bei der Backlinks-Risiko-Analyse können einige Webseiten oder gar Domains leicht als potenziell problematisch eingestuft werden. Aufgegebene Domains, die früher mal legitime Webauftritte darstellten, jedoch im Laufe der Zeit aufgegeben wurden, gehören in diese Kategorie. Wenn zahlreiche solcher verfallenen Domains, die ausschließlich zwecks Linkaufbau Wiederverwendung finden, auf eine Webseite verlinken, ist das Risiko automatisch erhöht. Bei der Analyse und Verifizierung verfallener Domains bietet das Internet-Archive unschätzbare Dienste, da es den historischen Status von Domains bzw. Webseiten abbildet.



Abbildung 3: Das Internet-Archive (Wayback-Machine) erlaubt Einblicke in die Vergangenheit einer Webseite
Im Verlauf einer Backlink-Analyse fallen oft zahlreiche Backlinks an, die nicht eindeutig einer bestimmten Kategorie

zugeordnet werden können. Bei der Risikoanalyse hilft es dann oft, die folgenden Fragen zu erwägen:

- Wird für den Backlink eine Gegenleistung erbracht?
- Kann der Backlink inklusive Anchor-Text kontrolliert und bestimmt werden?
- Wurde der Backlink automatisch generiert?

Wenn die Antwort auf mindestens eine dieser Fragen positiv ausfällt, stellt der Backlink wahrscheinlich ein erhöhtes Risiko dar.

Nicht zuletzt kann man gelegentlich auch die Frage aufwerfen, ob man den Backlink guten Gewissens einem direkten Konkurrenten oder aber einem Google-Mitarbeiter zeigen würde. Eine aufrichtige Antwort auf diese Frage hilft oft, die Spreu vom Weizen zu trennen.

Die Disavow-Datei

Sobald die Backlink-Analyse abgeschlossen ist und eine fast fertige Disavow-Datei vorliegt, gilt es nur noch, die Formatierung zu beachten. Während der Dateiname keine Rolle spielt, muss das Dateiformat des .txt-Dokuments UTF-8 oder 7-bit ASCII entsprechen. Google setzt für die Dateigröße eine Obergrenze von 2 MB und 100.000 URLs, was für die überwiegende Mehrheit von Webseiten vollkommen ausreicht. Es ist allerdings wichtig, alle Einträge mit dem domain:-Operator zu versehen.

Vor dem allerletzten entscheidenden Schritt ist es ratsam, die Disavow-Datei kostenlos und ohne Anmeldung auf ihre Formatierung hin überprüfen zu lassen. Das Online-Tool unter disavow.tools, betrieben vom ehemaligen Google-Ingenieur Fili Wiese, ist in der Lage, in wenigen Minuten eine Disavow-Datei zu analysieren und gegebenenfalls Verbesserungsvorschläge zu machen.

Unmittelbar danach bleibt nur noch das Hochladen beim Google-Disavow-Tool unter: www.google.com/webmasters/tools/disavow-links-main. Während Google offiziell den Standpunkt vertritt, dass das Hochladen einer Disavow-Datei für eine Domain Property ausreichend ist, bleibt es dennoch ratsam, den Vorgang für alle verifizierten Einträge in der Google Search Console zu wiederholen, inklusive aller Kombinationen mit und ohne „www“, für sowohl „https“ als auch „http“ sowie etwaiger Subdomains und Verzeichnis-Einträge.

Und zuallerletzt gilt es noch, den Vorgang im Kalender vorzumerken, denn jede Disavow-Datei verliert mit der Zeit an Relevanz. Backlink-Profile wachsen und verändern sich mit der Zeit, weshalb eine Backlink-Analyse und eine Aktualisierung der Disavow-Datei regelmäßig durchgeführt werden müssen. Für die meisten Webseiten-Betreiber heißt das, dass die Backlink-Analyse ein fester Bestandteil des jährlichen SEO-Audits wird.