

Google Panda Update - Können Online Shops profitieren?

☒ Ende letzter Woche wurde das lang erwartete Google Panda Update auch in Deutschland ausgerollt. Verschiedene Auswertungen zeigen wenige Überraschungen. Wie zu erwarten war sind genau wie in den USA vor allem Artikelverzeichnisse, Frage-Antwort Portale und Preisvergleichsdienste betroffen.

Mehr zum Google Panda Update Prinzipiell sind also in erster Linie Webseiten mit wenig bis gar keinem eigenem Content oder aber qualitativ minderwertigen Inhalten betroffen. Das Verhältnis von Content und Werbung ist ein weiterer Faktor, der mancher Seite einen starken Rückschlag im Hinblick auf das Suchmaschinenranking beschert hat.

Die Bouncerate, durchschnittliche Page Impressions und die durchschnittliche Besuchsdauer werden als weitere Faktoren genannt, genau wie die Suchhäufigkeit nach der eigenen Brand bei Google und die Präsenz der Marke im Social Web.

Als Kennzahl wird gerne der sogenannte Sichtbarkeitsindex des SEO Tool Anbieters Sistrix zu Rate gezogen.

Zur Berechnung des Sichtbarkeitsindex werden die ersten 100 Treffer bei Google.de von rund einer viertel Million deutschsprachiger Keywords überwacht. Der Index berechnet sich aus der Platzierung einer Domain bei den überwachten Keywords und der zu erwartende Klickrate aufgrund der Positionierung. Es wird ein Wert für jedes Keyword anhand der Höhe des Suchvolumens und des zu erwartenden Traffics berechnet.

Anhand des Indizes wurde im Sistrix SEO Blog eine Auswertung veröffentlicht, die die Verlierer des Panda Updates zusammenfasst.

Vor allem Preisvergleichsdienste sind seit jeher eine starke Konkurrenz für Online Shops in der Google Suche. Die suchmaschinenoptimierten Dienste zielen auf Shopping Oberbegriffe und direkte Produktsuchen ab und drängen die Shops in den SERPS oft einige Plätze nach hinten. Die Vermutung liegt also Nahe, dass Online Shops von dem Verlust der Preisvergleichsdienste durch das Google Panda Update profitieren können und somit mehr Suchmaschinentrffic generieren können. Dass sich der starke Verlust einiger Seiten auf viele Hunderte anderer Seiten verteilen muss, führt im Durchschnitt zu deutlich geringeren Schwankungen bei einzelnen Shops.

Auf Basis des Sistrix Sichtbarkeitsindex zeigt folgende Auswertung die Veränderung von 100 größeren deutschen Online Shops (alle mindestens eine Sichtbarkeit > 1) vor und nach dem Google Panda Update. Bei der Zusammenstellung der Schnittmenge wurde primär auf die Größe geachtet und es wurde versucht möglichst viele Bereiche abzudecken.

Es sind einige Überraschungen dabei, vor allem unter den Verlierern. Insgesamt ergab sich eine durchschnittliche relative **Verbesserung um 1%** und eine durchschnittliche absolute Verbesserung der Sichtbarkeit um **0,43 Punkte**. Im Median ergibt sich eine relative Verbesserung um **3,66%**.

Insgesamt konnten sich **67% der Shops verbessern, 33% der Shops mussten Verluste in der Sichtbarkeit hinnehmen**. Wobei sich 12 der untersuchten Shops um mehr als 10% verschlechtert haben, 15 Shops konnten ihre Sichtbarkeit um mehr als 10% erhöhen.

Shop	Vor Panda	Nach Panda	relative Veränderung	absolute Veränderung
belvini.de	2,28	2,77	21%	0,49
akku.net	6,17	7,34	19%	1,17

apodiscounter.de	1,47	1,72	17%	0,25
elektronik-star.de	3,31	3,87	17%	0,56
conrad.de	53,51	62,46	17%	8,95
moebel-sensation.de	4	4,65	16%	0,65
brille24.de	3,51	4,08	16%	0,57
shop-apotheke.com	4,47	5,16	15%	0,69
mindfactory.de	4,45	5,04	13%	0,59
livingathome.de	21,54	24,38	13%	2,84

höchste Verluste

jakob-computer.de	1,74	1,48	-15%	-0,26
arktis.de	1,36	1,14	-16%	-0,22
schwab.de	7,56	6,21	-18%	-1,35
comtech.de	1,59	1,28	-19%	-0,31
ullapopken.de	4,57	3,54	-23%	-1,03
baby-walz.de	14,49	10,36	-29%	-4,13
viking.de	2,27	1,58	-30%	-0,69
klingsel.de	7,01	4,61	-34%	-2,4
bonprix.de	13,63	8,96	-34%	-4,67
betten.de	4,82	2,74	-43%	-2,08

Bei den Verlierern finden sich einige prominente Namen, bei denen eine Erklärung der Verluste auf Anhieb schwierig erscheint. Als Shopbetreiber, egal ob betroffen oder nicht, sollte man seinen Shop nun auf Vordermann bringen und sich auf die möglicherweise noch folgenden Algorithmusanpassungen vorbereiten. In Verbindung mit dem Panda Update hört man oft den altbewährten Satz: "Content Is King", wie kann man sich also vor dem Panda schützen?

Statten Sie Ihren Shop mit passenden Kategorie- und einzigartigen Produktbeschreibungen aus. Erhöhen Sie die durchschnittliche Besuchszeit und verringern Sie die Bouncerate in Ihrem Shop. Halten Sie Ihren Kunden mit einem freundlichen Design und hilfreichen Tips zu Ihren Produkten länger auf Ihrer Seite. Auch ein Blog kann die durchschnittliche Besuchszeit erhöhen. Machen Sie mit schönen Aktionen auf sich aufmerksam und erhöhen Sie Ihre Präsenz im Social Web. Analysieren Sie die Verlierer und Gewinner des Google Panda Updates. Gibt es Gemeinsamkeiten oder möglicherweise Auffälligkeiten bei der Backlinkstruktur?
Die gesamte Liste finden Sie hier im PDF Format

Update: Zahlen der zweiten Woche

Wie zu erwarten war hat Google schon im Laufe der ersten Woche etwas nachgebessert und einige Verlierer konnten sich erholen. Aus der obigen Top Ten Liste erholten sich schwab.de, ullapopken.de, baby-walz.de und klingel.de komplett und konnten sich im Vergleich zu den Werten vor dem Panda Update sogar steigern. Auch bonprix.de konnte sich etwas erholen den Verlust aus der Vorwoche fast wieder egalalisieren. Im Vergleich zu 34% sind es nun nur noch 12% Verlust gegenüber den Werten vor dem Panda Update. Aus der Stichprobe von 100 Shops ergibt sich nun auch ein anderes Bild. In der ersten Woche konnten sich 67% der Shops im Sichtbarkeitsindex verbessern, nun sind es sogar **81%**. Dabei ergibt sich eine durchschnittliche relative Verbesserung um **3,8%** (vorher 1%) und eine durchschnittliche absolute Verbesserung der Sichtbarkeit um 0,72 Punkte (vorher 0,43). Im Median ergibt sich eine relative Verbesserung um 4,81%. Ohne den Verlust von betten.de mit einzubeziehen ergibt sich sogar eine durchschnittliche Verbesserung der Sichtbarkeit um 4,31%.

Hier finden Sie die neue Liste im PDF Format.

Weitere Meinungen lesen Sie bei den Internetkapitänen im Blog