Google Sandbox

Stand: 04.07.2022

Bereits seit einigen Jahren fällt auf, dass neue Webseiten in der Startphase nur ein schlechtes Ranking bei Google erzielen – auch wenn sorgfältig alle SEO-Maßnahmen ergriffen wurden. In anderen Suchmaschinen hingegen scheint die anfängliche Positionierung um ein Vielfaches besser. Von der Google Sandbox sind vorwiegend junge Webseiten betroffen.

Was ist die Google Sandbox?

Die Google Sandbox ist kein erklärbares Vorgehen seitens der Suchmaschine, sondern eher ein Phänomen. Der Sandkasten-Effekt betrifft vor allem junge Seiten. Diese erzielen trotz SEO-Optimierung nur kurzzeitig Top-Rankings und fallen dann in den SERPs ab, sodass theoretisch von einer Abstrafung durch Google ausgegangen werden kann. Diese liegt in der Regel allerdings nicht vor, wodurch nicht ganz klar ersichtlich ist, aus welchen Grund die Webseite „abgestraft“ wurde. Möglicherweise steht bei der Domain in dieser Phase eine Prüfung hinsichtlich Vertrauenswürdigkeit und Seriosität durch die Algorithmen der Suchmaschine aus. Das geschieht mithilfe von **Filtern, die der Suchmaschinenriese jedoch streng geheim hält**.

Funktionsweise

Eine neue Website wird erstellt, sie enthält auf den ersten Blick hochwertige Inhalte, ein natürliches Linkprofil und auch in allen anderen Bereichen wurden die **Rankingfaktoren berücksichtigt**. Dennoch erscheint sie bei den Google-Ergebnisseiten nur auf einer schlechten Position und hat kaum Möglichkeiten, diese zu verbessern. Tritt dieser Fall auf, wird allgemein von der Google Sandbox gesprochen. Bildlich gesehen, ist sie wie ein Sieb im Sandkasten zu verstehen. Mithilfe von Algorithmen und Filtern wird der Content bewertet und das Linkprofil eingeordnet. Erscheint Google irgendetwas nicht stimmig, erfolgt zwar eine Indexierung, jedoch mit einem schlechten Ranking.

Die **Google Sandbox hat ähnliche Auswirkungen wie eine Strafe seitens der Suchmaschine**. Sie arbeitet im Verborgenen und mit identischen Filtern wie bisherige Google Updates. Damit sollen schlechte oder leere Inhalte ebenso vermieden werden wie ein schädliches Linkprofil.

Auswirkungen der Google Sandbox

Ein erster Anhaltspunkt für das Auftreten der Google Sandbox ist darin zu erkennen, dass eine relativ neue

Website trotz sehr gutem Content, interner und externer Verlinkungen und schnellen technischen Gegebenheiten nur auf den hinteren Seiten der Ergebnisse zu finden ist. In manchen Fällen kann sie sogar komplett aus der Indexierung fallen. Ein weiteres Indiz für das Auftreten der Google Sandbox ist eine **anfänglich gute Platzierung und ein rasches Abfallen im Anschluss**.

Die Vermutung von SEO-Strategen liegt nahe, dass es bestimmte Branchen und Keywords besonders hart trifft und diese von Google verstärkt unter die Lupe genommen werden. Ein wichtiges Merkmal für die Beurteilung ist zudem auch die Vertrauenswürdigkeit der Website, die sich bei Neuerstellungen erst erarbeitet werden muss. **Neue Blogs oder Foren sind von der Google Sandbox besonders betroffen**. Einen eindeutigen Beweis für die Existenz der Google Sandbox gibt es jedoch nicht. Auch die Google Search Console wird dazu keinen Bericht anzeigen.

Vermeidende Strategien

Um herauszufinden, ob Webseiten von der Google Sandbox betroffen sind, kann ein Keyword abseits des eigentlichen Themenbereiches in die Suche eingegeben werden. Möglicherweise erscheint die Website anschließend in den Ergebnissen. Dann ist das Greifen der Prüffunktion wahrscheinlich.

Auch wenn die Suchmaschine die Funktion bisher nicht bestätigt hat, gibt es einige Kriterien, die sich neue Webseiten gegen den Google Sandbox-Effekt zunutze machen können. In allen Bereichen der Suchmaschinenoptimierung ist große Achtsamkeit gefragt.

- **Content mit Mehrwert:** Für den Nutzer ist es wichtig, dass alle seine Fragen zur vollsten Zufriedenheit beantwortet werden. Die Inhalte müssen die richtigen Informationen enthalten und den Leser in den Bann ziehen.
- **Natürliches Linkprofil:** Mit Verlinkungen soll sparsam umgegangen werden. Es ist nicht vertrauenswürdig, wenn eine neue Seite bereits mit vielen externen Empfehlungen aufwarten kann.
- **Optimierung der Linkstruktur:** Ankertexte und interne Verlinkungen müssen sorgfältig ausgewählt werden. Ideal sind Phrasen, die inhaltlich einen Bezug aufweisen, jedoch minimal in der Ausdrucksweise abweichen.
- **Stetige Suchmaschinenoptimierung:** SEO ist kein schneller Job, Geduld führt am ehesten zum Ziel. In manchen Fällen dauert es Monate, bis die Website die gewünschte Position erreicht hat.
- **Regelmäßige Keyword-Recherche:** Nicht in jedem Fall sind stark umkämpfte Keywords zielführend. SEO-Experten sollten daher auch Nischenthemen oder anders gelagerte Schlüsselbegriffe im Auge behalten, mit denen ein besseres Ranking erzielt wird.

Profitieren Sie von unserer Expertise als SEO-Agentur und starten Sie mit uns durch!