

Spam - was ist das eigentlich?

Stand: 28.02.2025

Der Begriff fasst unerwünscht erhaltene Nachrichten in elektronischer Form zusammen. Typischerweise handelt es sich dabei um Werbung, die vornehmlich per E-Mail versandt wird. Doch auch in der Suchmaschinenoptimierung (SEO) spielt der Begriff eine Rolle. Dort bezeichnet er einige klar definierte Vorgehensweisen.

Spam im E-Mail-Postfach

Normalerweise ist Spam anhand von zwei Hinweisen frühzeitig erkennbar: Betreff und Absender. So enthält die Betreffzeile meist keine direkte Anrede. Beim Absender handelt es sich entweder um kryptische Zeichen oder einen Mitarbeiter oder Kollegen – mit Freemail-Adresse. Spätestens der Inhalt entlarvt den Betrug dann meistens zweifelsfrei: Hier fehlt zum einen ebenfalls die korrekte Ansprache. Zum anderen besteht der Inhalt entweder aus einem englischsprachigen, schlecht auf Deutsch übersetzten oder mit Links überladenen Text.

Solche Verlinkungen anzuklicken ist fatal. Dadurch erfährt der Absender nicht nur, dass die Adresse aktiv ist und genutzt wird, was die Anzahl an eingehenden Spam-Nachrichten erhöht. Phishing-Seiten verbergen sich zudem häufig hinter solchen Links. Sie sehen auf den ersten Blick seriös aus und erscheinen wie Ebay, PayPal oder anderen mit Zahlvorgängen verknüpfte Webseiten. In der Regel enthalten solche Mails eine Aufforderung, ein Konto zu verifizieren. Stattdessen greift die Seite jedoch persönliche Daten ab und kann damit finanziellen Schaden verursachen.

Zudem kann es sein, dass darüber Schadsoftware auf den Rechner gelangt. Um solche handelt es sich meistens bei in der Spam-Mail enthaltenen Dateien. Wenn der Absender nicht zu 100 % identifiziert werden kann, sollte der Anhang ignoriert werden. Das Öffnen erlaubt den Spammern, schadhafte Software auf dem Rechner zu installieren. Dort beginnt sie dann, Daten zu sammeln oder in einigen Fällen auch zu löschen.

Wie Spam-Versender an E-Mail-Adressen kommen

Wer schonmal eine Spam-E-Mail erhalten hat, fragt sich oft, wie die Absender an die eigene Adresse kommen. Hierfür gibt es spezielle Skripte oder Programme, die das Internet danach durchsuchen – die sogenannten Spambots. Findet ein Bot eine E-Mail-Adresse, speichert er sie in Verteilern. Doch Spambots sind nicht nur schlecht: Die Spamfiltern, die fragwürdige Mails automatisch aus dem Postfach entfernen, sind ebenfalls welche.

Spam in Facebook, Instagram, WhatsApp und Co.

Wer generell viel im Internet unterwegs ist, hat vermutlich schon Spam-Nachrichten über soziale Netzwerke erhalten. Sie enthalten in der Regel ebenfalls Links, die zu Werbeangeboten oder Phishing-Seiten führen. Eine interne Netzwerksuche versorgt die Absender hier mit den Kontaktdaten. Das Ziel sind einzelne Gruppen oder Fanseiten.

Bei Instant-Messengern hat sich inzwischen der Begriff „Spim“ etabliert. Er steht für Spam Instant Messaging. Um die Kontaktdaten zu erhalten, nutzen die Absender von den Applikationen selbst angelegte Benutzer-Verzeichnisse. Eine zweite Quelle sind die Nutzer selbst, denn viele Menschen stellen ihre Nutzernamen unbedacht ins Netz. Dadurch sind sie für jeden nicht nur sicht- sondern auch nutzbar. Das erleichtert Spammern die Arbeit ungemein.

Spam als fragwürdige Strategie in der Suchmaschinenoptimierung

In der SEO geht es vor allem darum, eine Seite möglichst gut zu platzieren. Spam kann in Form von Spamdexing – Spam Indexing – seinen Teil dazu beitragen, die Position der Suchergebnisse (SERP) zu beeinflussen. Das Vorgehen wird auch als Suchmaschinen-Spamming, Google-Spammung oder Googleting bezeichnet. Bei letzterem handelt es sich allerdings um eine sehr spezielle Taktik. Dabei werden Webseiten erstellt, deren einzige Aufgabe es ist, die Linkstruktur und somit die Platzierung der Website zu verbessern.

Die beim Spamdexing verwendeten Maßnahmen verstoßen gegen die Richtlinien vieler Suchmaschinen. Sie machen sich deren Bewertungsstrategien zunutze. Dabei handelt es sich um Algorithmen, die eine Webseite bewerten und ranken. Sie messen Faktoren wie die Relevanz hinsichtlich Themen oder Keywords. Die wichtigsten Komponenten hierbei sind der Text und die URL. Entsprechend gibt es bei dieser Form des Spam zwei primäre Typen: Content-Spam und Link-Spam. Doch sie sind nicht die einzigen Methoden.

Content-Spam

Content beschreibt den Inhalt einer bestimmten URL, also alles, was Nutzer dort zu sehen oder hören bekommen. Das schließt neben dem Text und grafischen Elementen auch Sound mit ein. Unter Content-Spam sind daher alle Maßnahmen zusammengefasst, die auf der Webseite selbst Anwendung finden:

- **Keyword-Stuffing bei Bildern:** Dabei handelt es sich um in den ALT-Attributen abgeladene Keywords als Auflistung. Statt das Bild zu beschreiben, soll hierdurch das Themengebiet erweitert werden.
- **Keyword-Spamming:** Häufige Wiederholung wichtiger Begriffe soll die Relevanz der Seite betonen. Das geschieht nicht nur im Text selbst, sondern auch in für den Nutzer unsichtbaren Bereichen.
- **Versteckte Keywords:** Schrift in derselben Farbe wie der Hintergrund verschwinden für das Auge – aber nicht für den Algorithmus. Oft kommen hier Wortgruppen und Wörter zum Einsatz, die nichts mit dem eigentlichen Thema zu tun haben, um Besucher zu generieren.

Link-Spam

Um die Relevanz einer Webseite zu ermitteln, betrachtet der Algorithmus auch die sogenannten Backlinks. Also alle Links, die von anderen Websites auf die zu optimierende führen. Wichtige Aspekte dabei sind deren Art, Herkunft und Anzahl. Um sich diese Bewertung zunutze zu machen, zielen einige Spamdexing-Methoden darauf ab, sogenannte Satellitenseiten zu kreieren. Deren einziger Zweck ist es, als Backlinks zu fungieren. Eine weitere Möglichkeit ist das Posten von Links zu relevanten Seiten in Kommentarfeldern, Gästebüchern, Blogs oder Foren. Hierbei handelt es sich um einen schmalen Grat, denn wirklich Spam ist das erst, wenn die Links völlig am Thema der Seite vorbeigehen, auf der Sie eingestellt wurden.

Brückenseiten

Bei den Brückenseiten oder auch Doorway-Pages handelt es sich um eine Form von Spamdexing, die ebenfalls mit Satellitenseiten arbeitet. Sie dienen dabei ebenfalls dazu, eine andere Website zu optimieren und deren Platzierung zu verbessern. Ihre Funktionsweise unterscheidet sich allerdings vom Link-Spam: Die Brückenseite ist so optimiert, dass sie gut rankt, indem Keywords und Wortgruppen häufig darauf platziert werden. Optisch sind sie allerdings nicht wirklich gestaltet. Das müssen sie auch nicht sein, denn sie leiten sofort auf eine andere Seite weiter. Der Algorithmus wird dadurch ausgetrickst, weil die von ihm bewertete Seite nie ein Nutzer zu Gesicht bekommt. Stattdessen sieht er die eigentliche Website, die durch Manipulation der Suchmaschine gefunden wurde und selbst nicht wirklich optimiert ist.

Referrer-Spam

Diese Methode bezieht sich auf die sogenannten Referrer-Informationen einer Website. In dieser Statistik sind alle Ursprünge von Klicks als URLs gespeichert. Viele Seiten machen diese Daten öffentlich zugänglich, sodass auch Suchmaschinen sie auslesen können. Da es sich bei dem Ursprung um Links handelt, kann sich der Referrer- oder Logfile-Spam dieses Prinzip zunutze machen: Durch das Aufrufen anderer Websites wird die Seite, deren Ranking in den Suchergebnissen verbessert werden soll, in deren Referrer untergebracht. Das kriert gefälschte Backlinks, was den Suchmaschinen eine erhöhte Relevanz der eigenen Seite vortäuscht.

Google-Bombing

Diese Methode des Spamdexing zielt darauf ab, eine Website und deren Content schlechter dastehen zu lassen. Dabei werden zahlreiche Verlinkungen auf diese Seite kriert, bei denen der Ankertext nichts mit dem Thema des Links zu tun hat. 2003 gab es hierzu ein einschlägiges Beispiel: Unzählige Seiten verlinkten damals auf eine biographische Übersicht zu George W. Bush. Als Linktext diente die Formulierung „miserable failure“, die auf Deutsch so viel wie „jämmerlicher Versager“ bedeutet. Innerhalb kürzester Zeit sprang die verlinkte Seite unter den Ergebnissen dieses Suchworts auf Platz 1.

Wie sich Suchmaschinen gegen diesen Spam wehren

Nicht jeder Suchmaschinen-Betreiber versteht unter dem Begriff „Spam“ dasselbe. Entsprechend unterschiedlich ist die Härte, mit denen sie dagegen vorgehen. Normalerweise stellen sie allerdings Informationen zur Verfügung, mit deren Hilfe sich Verstöße vermeiden lassen. So gibt es zum Beispiel die [Google-Richtlinien](#), [Bing-Guidelines](#) und [Yahoo-Richtlinien](#).

Zunächst muss, um überhaupt Maßnahmen ergreifen zu können, der Spam identifiziert werden. Das geschieht heutzutage vor allem automatisiert, die Suchmaschinen erkennen solche Fälle selbst. Ein wichtiger Hinweis stellen dabei die Meldungen von Internetnutzern dar, indem sie beispielsweise die [Spam-Reportseite von Google](#) nutzen. Manchmal übernehmen auch Mitarbeiter der Betreiber die Kontrolle.

Wie auch immer die Vorgehensweise – wird Spam identifiziert, folgt im nächsten Schritt eine Strafe. Diese kann unterschiedlich ausfallen: Die betreffende Seite kann schlechter gerankt oder sogar aus dem Index gelöscht werden. Teilweise sperren die Betreiber auch die IP-Adresse. In einigen Fällen sind diese Strafen lediglich temporär – dauerhafte sind allerdings nicht mehr rückgängig zu machen.

SEO oder Spam

Beim Optimieren einer Seite spielt das Platzieren im Ranking unweigerlich eine große Rolle. Wo liegt also die Grenze zwischen der Suchmaschinenoptimierung und Spamdexing? Hierbei gilt es zu berücksichtigen, dass eine Seite immer einen Nutzen für den Besucher haben und ihre Versprechen halten muss. Fehlt ihr der Mehrwert oder führt sie in die Irre, gilt sie als Spam. Das kommt vor, wenn:

- mehrere Webseiten denselben Content haben
- Links die Erwartung nicht erfüllen, die der Linktext weckt

Diese Strategien zielen darauf ab, die Webseite besser zu ranken, damit sie unter den ersten Suchergebnissen angezeigt wird. Darin stimmt der Spam mit der SEO überein. Sie unterscheiden sich allerdings in der Herangehensweise. Statt sie auszutricksen, orientiert ein Suchmaschinenoptimierer sich an den Algorithmen der Suchmaschinen und nutzt sein Wissen über deren Funktionsweise.

Anders als beim Spamdexing werden bei einer vernünftigen SEO informative Seiten erstellt, von denen der Nutzer profitiert. Sie erhält durch das geschickte Platzieren von Keywords in Text und Meta-Angaben Informationen, die Google und andere Suchmaschinen auswerten können. Darauf basierend bewerten sie die Seite und ordnen die Inhalte ein. Eine gut optimierte Seite, die gleichzeitig nutzerfreundlich und informativ ist, hat keinen Bedarf an unlauteren Methoden wie Spam.