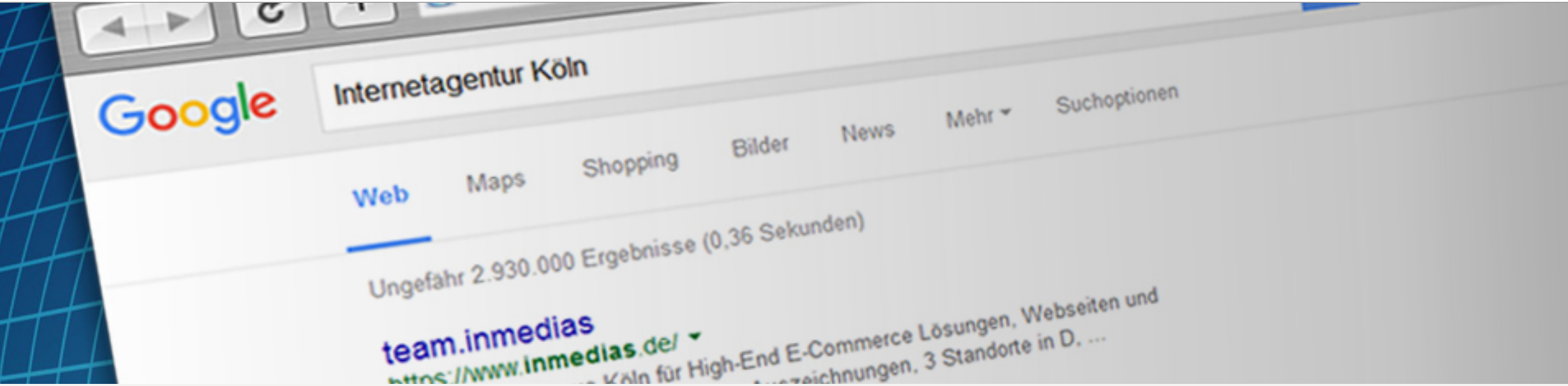
t.im Special No3

team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft



SEO-Offsite-Optimierung, gestern, heute und morgen

Suchmaschinenoptimierung ist einem ständigen Veränderungsprozess unterlegen. Die so genannte Offsite-Optimierung hat jahrelang eine sehr bedeutende Rolle bei der Suchmaschinenoptimierung gespielt. Heute wird Offsite-Optimierung kontrovers diskutiert. Hier finden Sie alles zur veränderten Rolle der Offsite-Optimierung und erhalten wertvolle Hinweise und Tipps für Ihre Suchmaschinenoptimierung.

Köln/Bergisch Gladbach
Friedrich-Ebert-Straße 75
51429 Bergisch Gladbach
Telefon 02204-84266 0

Münster
Königsstraße 32-33
48143 Münster
Telefon 0251-590 495 81

Aachen
Karl-Friedrich-Straße 74
52072 Aachen
Telefon 0241-980 998 70

Kapstadt/Südafrika
Filmproduktion DE - SA
Bergisch Gladbach - Cape Town
Telefon 02204-84266 2

team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft

Inhalt

Entwicklung der letzten Jahre Seite 3

Problemstellung Seite 5

Grundsätzliche Lösungsalternativen Seite 6

Entwicklung der letzten Jahre

Jahrelang waren Backlinks jedweder Art eine enorm wichtige Größe bei der Suchmaschinenoptimierung. Doch seit 2013 wird über die zukünftige Bedeutung von Backlinks [1] extrem kontrovers diskutiert. Das Gerücht, Google werde eines Tages die Links überflüssig machen, macht die Runde.
Schon im März 2014 begann die russische Suchmaschine **Yandex** damit, Backlinks als Rankingsignal im Großraum Moskau strategisch zu entwerten.

Yandex legte für kommerzielle Seiten rund 50 von 150 linkbasierten Gewichtungskriterien still. Weltmarktführer **Google** hatte sich vorher testweise in eine ähnliche Richtung bewegt. Anfang 2014 erklärte Google, SEO-Links aus Fachartikeln, die eigens geschrieben werden, um Backlinks zu erzeugen, massiv abzukanzeln.

Seit dieser Zeit geistert immer wieder die Fragestellung durch die SEO-Blogs, wann die Bedeutung des Backlinks für das Ranking völlig erlischt. Viele SEOs sagen regelmäßig den Tod des Linkaufbaus voraus.
Andererseits ergab eine Befragung von 150 Online-Marketing Experten anlässlich der Analyse „Search Engine Ranking Factors 2015“ der Firma SEOmoz, dass Links nach wie vor als wichtig angesehen werden. Wie passt das zusammen?

Die Auflösung ist einfach. Aktuell sind Backlinks offensichtlich noch von hoher Bedeutung.
Zu diesem Ergebnis kommt auch die Studie „Ranking Faktoren 2015“ der Firma Searchmetrics. Doch zukünftig wird deren Bedeutung stark abnehmen. Searchmetrics schreibt hierzu im Oktober 2015 auf seiner Website:

„Auch wenn Backlinks noch immer ein Faktor sind, der statistisch mit guten Rankings korreliert, sind nicht nur die Zeiten des „unnatürlichen“ Linkbuildings vorbei. Vielmehr könnten Links im Allgemeinen in naher Zukunft – nicht zuletzt seit Disavow [2] – weiter Relevanz verlieren, da andere Faktoren einfach wichtiger sind. Denn stattdessen geht es heute um reales Link-Earning durch Content, der so gut ist, dass User ihn gern verlinken möchten. Dementsprechend ist der Anteil von Backlinks zur Homepage der analysierten URLs zurückgegangen – Backlinks verweisen häufiger auf spezifische Landing Pages. Ebenso rückläufig ist der Anteil von Backlinks, die das Keyword im Anchortext tragen – Backlinks haben die Domain häufiger im Anchor. Auch bedingt durch die Nutzung von Social-Kanälen und Mobilgeräten wird die Relevanz von Backlinks künftig zugunsten anderen Faktoren weiter in den Hintergrund treten.“

Man achte jedoch auf den Konjunktiv bei dieser Aussage. Ob es dazu kommt und wenn ja, wann das sein wird, darüber streiten sich die SEO-Experten. Wenn es dazu käme, würde es einen Fall, wie ihn der US-amerikanische Präsident im Jahr 2004 erlebt hat, nicht mehr geben.

Im Jahre 2004 wurde die Website des Präsidenten bei dem Suchwort „Miserable Failure“ (übersetzt: klägliches Versagen) bei Google auf der ersten Seite angezeigt. Natürlich tauchte der Text nicht auf der Website von Präsident Bush auf. Vielmehr haben Tausende Websites auf die Website von Präsident Bush verlinkt und entweder im Linktext oder auf der Seite, auf welcher der Link zu finden war, die Worte „Miserable Failure“ benutzt.

[1] Backlink bezeichnet einen eingehenden Link auf eine Webseite, der von einer anderen Webseite aus auf diese führt.
[2] Eine Disavow-Datei ist eine Möglichkeit, unerwünschte Verweise auf die eigene Seite für Suchmaschinen zu entwerten, um so eine Abstrafung im Ranking abzuwenden.

team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft

Entwicklung der letzten Jahre

Im Kern kommt sowohl die SEOmoz- als auch die Searchmetics-Analyse zum Ergebnis, dass die Zeiten des „klassischen“ Linkbaus, so wie er noch vor einigen Jahren betrieben wurde, wohl vorbei sind.

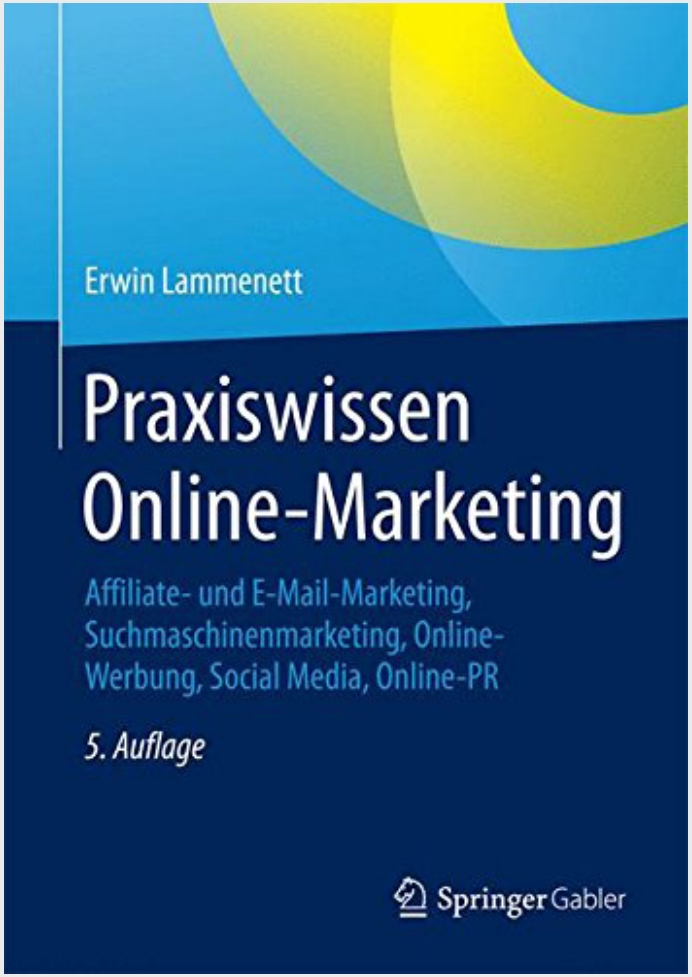
Zukünftig geht es nicht mehr darum, einfach nur möglichst viele Links aufzubauen, sondern vielmehr darum, thematisch passende, hochqualitative Verlinkungen von Autoritäten zu etablieren. Backlinks aus sozialen Medien, also sogenannte „social signals“[3] sind strittig und wohl aktuell eher überschätzt. Strategisch sind sie dennoch interessant.

Fazit:

- Wir werden auch in Zukunft kein völlig linkfreies SEO erleben. Ein relevanter Link ist und bleibt eine Empfehlung, die Rückschlüsse auf die Relevanz der Zielseite zu einem bestimmten Themenbereich zulässt. Warum sollte diese wichtige Information im Ranking-Algorithmus nicht mehr bedacht werden? Stand heute ist daher nach wie vor eine Offsite-Optimierung als wichtiger Baustein im Gesamtkontext einer Suchmaschinenoptimierung zu sehen.

- Qualitativ minderwertige Links werden zukünftig keine Bedeutung mehr für das Ranking haben.

- Die Branche wird sich wohl ein wenig mehr in Richtung Content-Marketing bewegen, denn attraktive Inhalte helfen dabei Links und Erwähnungen aufzubauen.



Wenn Sie sich für Online-Marketing im Allgemeinen interessieren, dann empfehlen wir Ihnen das Buch „Praxiswissen Online-Marketing“ unseres Online Marketing Spezialisten und SEO Experten Dr. Erwin Lammenett.

[3] https://de.onpage.org/wiki/Social_Signals

t.im Special No3

team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft

Problemstellung

Die Offsite-Optimierung hat sich in den vergangenen Jahren stärker verändert. Qualitativ minderwertige Links werden in Zukunft wohl kaum noch von Bedeutung sein. Manche SEO-Experten vertreten gar die Meinung, dass minderwertige Links eher schädlich sind.

Das wirft zwei Fragen auf:

Was sind minderwertige Backlinks? Und was ist zu tun, wenn man aus vergangenen Tagen viele minderwertige Backlinks hat?

Es gibt einen recht weitreichenden Kriterienkatalog, der minderwertige Backlinks qualifiziert. Grob gesagt, sollten Links heute eine „Daseinsberechtigung" haben, die über das Linkbuilding hinausgeht. Minderwertige Webkataloge, Linkfarmen und Artikelverzeichnisse würden demnach nur minderwertige Backlinks liefern.

Noch vor einigen Jahren zählte im Grunde jeder Backlink, wenn er nicht gerade aus einer sogenannten „bad neighbourhood" kam. Darunter versteht man die Nähe zu Seiten, die gegen Richtlinien der Suchmaschinen verstoßen oder sogar eine Penalty [4] erhalten haben. Das ist in der Regel dann der Fall, wenn die Seite manipulative, unerlaubte Techniken wie z.B. Keyword-Stuffing [5], Cloaking [6] oder bezahlten Linkaufbau [7] einsetzt. Die jüngere Entwicklung führt nun dazu, dass heute viele Webseiten über Backlinks verfügen, um die man sich heute nicht mehr bemühen würde. Viele SEO-Agenturen sind daher dazu übergegangen, die Backlinkprofile ihrer Kunden zu bereinigen und minderwertige Backlinks zu entfernen. Wie aber kann man minderwertige Backlinks entfernen?

[4] Penalty: https://de.onpage.org/wiki/Penalty
[5] Keyword Stuffing: https://de.onpage.org/wiki/Keyword_Stuffing
[6] Cloaking: https://de.onpage.org/wiki/Cloaking
[7] Linkbuilding: https://de.onpage.org/wiki/Linkbuilding

Fachbeiträge zum Thema

Backlinks:
https://de.onpage.org/wiki/Backlink

Werden Backlinks zukünftig noch von Bedeutung sein?:
http://www.sem-deutschland.de/seo-tipps/matt-cutts-werden-backlinks-zukuenftig-noch-von-bedeutung-sein/

Ranking-Faktoren:
http://www.searchmetrics.com/de/knowledge-base/ranking-faktoren/

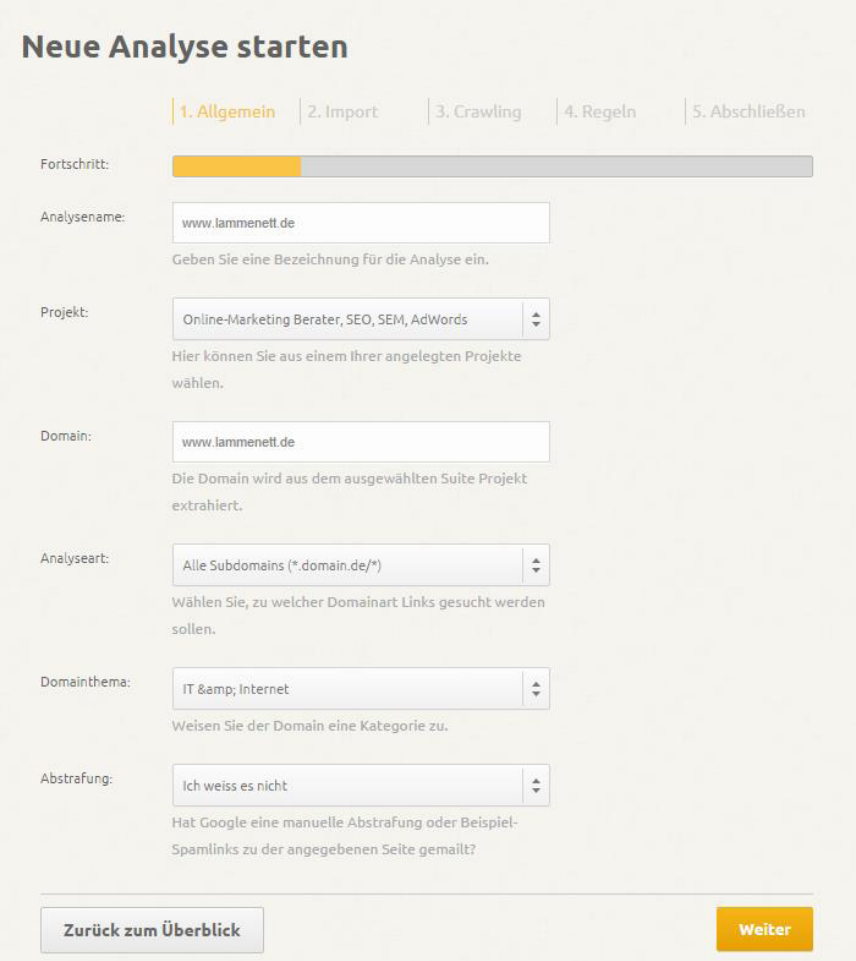
Google Rankingfaktoren: Was könnte und was macht Google?:
http://www.tagseoblog.de/google-rankingfaktoren-was-konnte-und-was-macht-google

Linkaufbau: Diese 7 Fehler solltet ihr vermeiden:
http://t3n.de/news/fehler-beim-linkaufbau-531864/

team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft

Grundsätzliche Lösungsalternativen

Ein Weg zur Entfernung ist sicherlich, den Betreiber der verlinkenden Website zu kontaktieren und um Entfernung zu bitten. Das ist allerdings sehr aufwändig und kann bisweilen etwas frustrierend werden, da man häufig keine Antwort auf eine Bitte erhält. Auf Seiten des Webseitenbetreibers verursacht die Entfernung nur Aufwand. Einen Vorteil hat der Betreiber nicht. Viele Webmaster ignorieren daher solche Bitten. Ein zweiter Weg ist die „Entwertung" von Backlinks mit dem Disavow-Tool von Google. Google hat dieses Tool 2012 eingeführt. Seit 2014 findet es auch in Deutschland verstärkt Beachtung. Im Prinzip teilt man Google in einer einfachen Liste mit, welche Backlinks nicht mehr beachtet werden sollen. Das Disavow -Tool von Google ist unter dieser URL zu finden: **https://www.google.com/webmasters/tools/disavow-links**. Dieses Tool ist allerdings mit Vorsicht einzusetzen und sollte keinesfalls von Anfängern bedient werden. Diese Entwicklung haben die Hersteller von SEO-Tools zum Anlass genommen, ihre Software um Disavow-Module zu erweitern. Denn zum einen wissen viele Webseitenbetreiber gar nicht, welche Backlinks überhaupt auf die eigene Internetpräsenz zeigen und zum anderen wäre die qualitative Bewertung jedes einzelnen Backlinks totale Sisyphusarbeit, würde man sie manuell durchführen. Hier setzen die Disavow-Module von SEO-Tools an. Um Ihnen einen Eindruck über die Arbeitsweise solcher Tools zu geben, stellen wir Ihnen in der Folge das Disavow-Tool der **XOVI-Suite** vor. Das Tool dient dazu, Probleme im Bereich Backlinks zu erkennen, noch bevor die Internetpräsenz von der Suchmaschine abgestraft wurde und die Arbeit der Analyse und Entwertung in zeitlicher Hinsicht zu optimieren. **In einem ersten Schritt** muss die Analyse zunächst angelegt werden. Die wesentlichen Angaben sind hier die Domain die untersucht werden soll und Themenbereiche, in den diese Domain fällt. Die nebenstehende Abbildung zeigt die Anlage der Analyse.



t.im Special No3

team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft

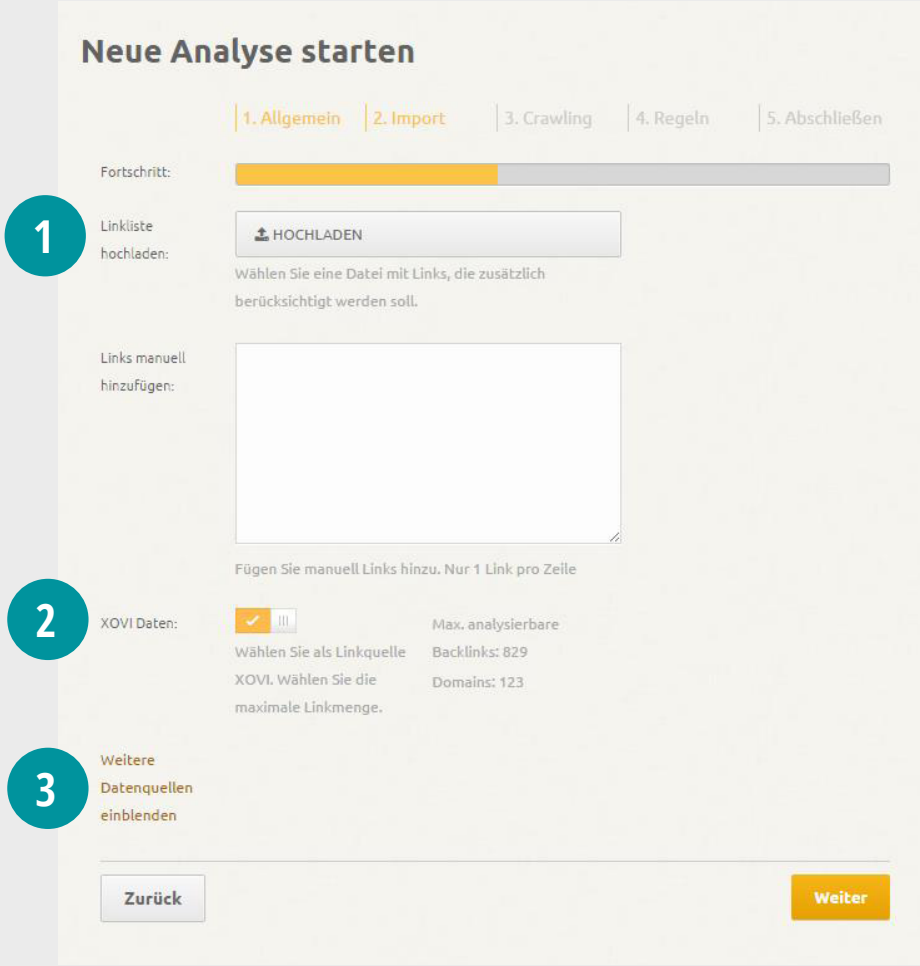
Grundsätzliche Lösungsalternativen

1 Im zweiten Schritt können eigene Linklisten zur Verfügung gestellt werden, die dann in die Bewertung mit einbezogen werden.

2 Standardmäßig greift XOVI auf die Backlinks aus der eigenen Datenbank zurück.

3 Doch bietet die Suite eben auch die Möglichkeit, aus unterschiedlichen Quellen ergänzende Informationen beizusteuern.

Es können sogar über API Key Daten von Ahrefs1 und Majestics2 bezogen werden. Sicherlich reichen jedoch für die meisten Anforderungen die Daten aus der XOVI-Datenbank.



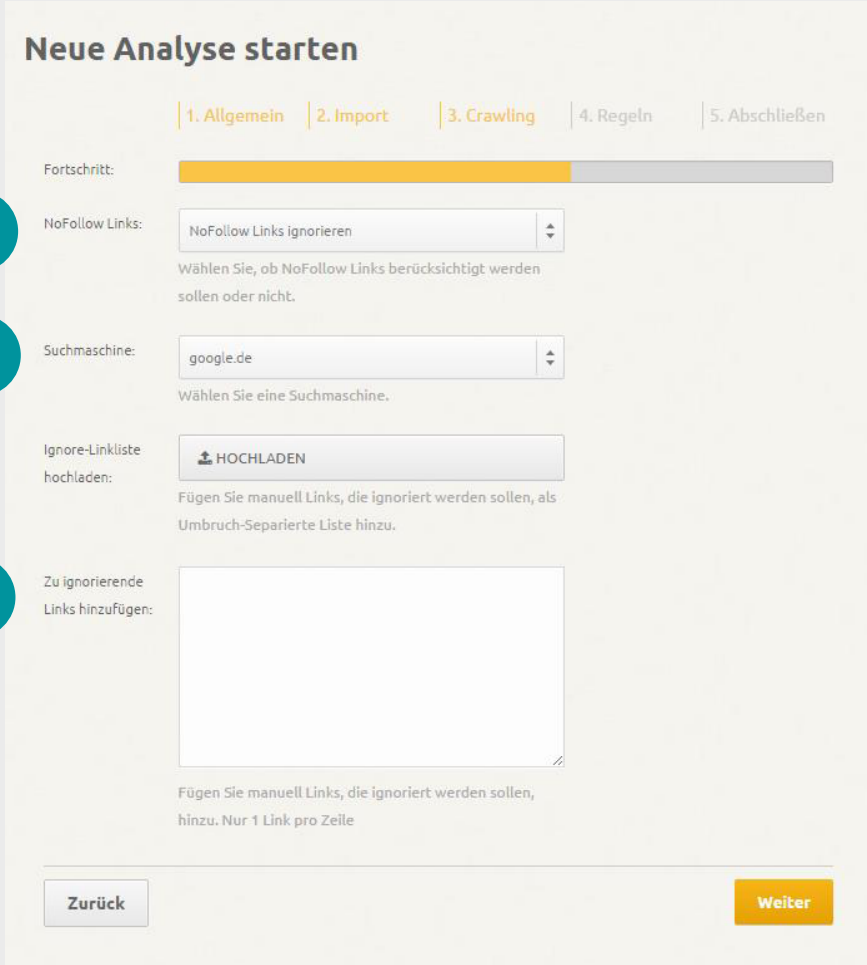
t.im Special No3

team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft

Grundsätzliche Lösungsalternativen

Im dritten Schritt, dem Bereich „Crawling“, kann eingestellt werden:

1. ob nofollow-Links gecrawlt werden sollen,
2. welche Suchmaschine im Fokus stehen soll
3. und welche Links ignoriert werden sollen.



t.im Special No3

team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft

Grundsätzliche Lösungsalternativen

Im vierten Schritt werden die Regeln und Kriterien festgelegt, nach denen XOVI die Links analysiert. Um gegen bestehende Unnatürlichkeiten im Bereich Backlinks anzugehen, hat Google folgende Links im Fokus:

- Links mit einem sehr harten Anchortext (z.B. „Versicherung“)
- Links aus dem Footer (Side-wide und im nicht sichtbaren Bereich)
- Backlinks, die unnatürlich zustande gekommen sind (z.B. gekaufte Backlinks)
- Unnatürlich schnelle Backlinkentwicklung (Zeitraum)
- Links aus Linklisten, Artikelverzeichnissen und Webkatalogen
- Links von thematisch irrelevanten Websites

Insgesamt gibt es in XOVI mit Stand November 2015 46 verschiedene Link-Kriterien, nach denen schädliche Backlinks identifiziert werden. Der Benutzer kann selbst entscheiden, welche der Regeln auf eine Analyse angewandt werden sollen. Die nebenstehende Abbildung zeigt das entsprechende Auswahlmenü.

t.im Special No3

team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft

Grundsätzliche Lösungsalternativen

Nach dem Start der Analyse im Schritt fünf dauert es einige Zeit, bis das Ergebnis bereit steht. Müssen viele Backlinks analysiert werden, so kann dieser Prozess auch eine Stunde oder länger dauern. Die folgende Abbildung zeigt ein Analyseergebnis.

Durch Klick auf die Schaltfläche mit dem

1 + Zeichen

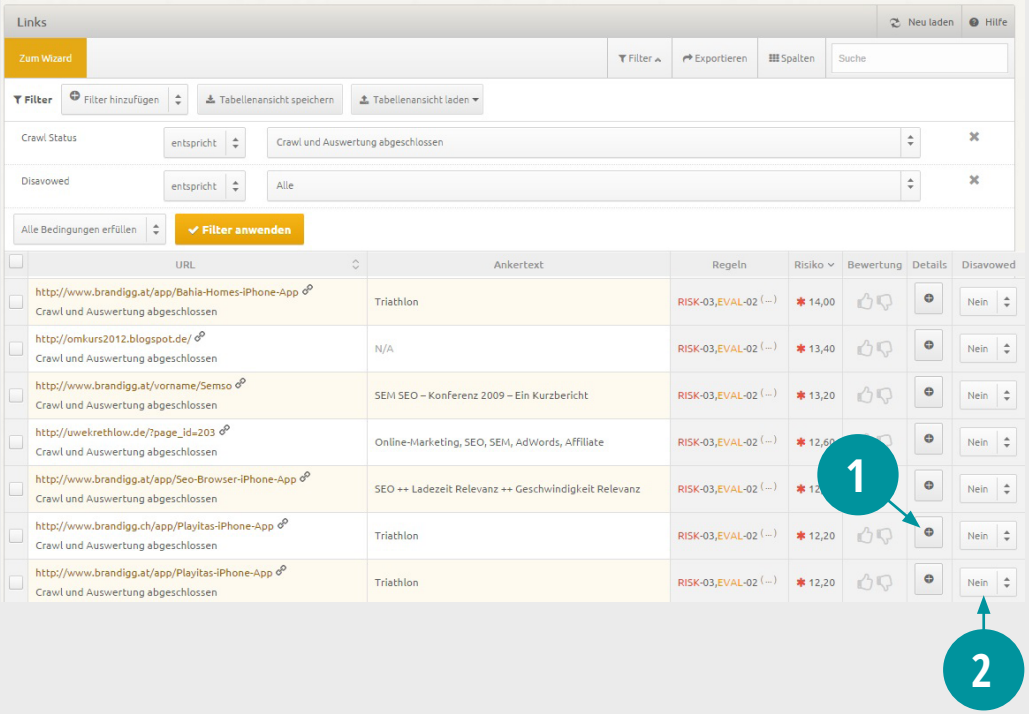
können Details zu dem fraglichen Backlink abgerufen werden. Sehr schön ist auch die Funktion auf der rechten Seite des Ergebnisbildschirms. Hier kann man einen Link markieren und damit auf eine Liste setzen, die über die Option

2 „Google Disavow Datei erstellen“

heruntergeladen werden kann. Diese Datei kann dann bei Google über das Google-Disavow-Tool eingereicht werden (https://www.google.com/webmasters/tools/disavow-links).

An dieser Stelle nochmal der eindringliche Hinweis, dass das Google-Disavow-Tool und alle damit zusammenhängenden Tools von Drittanbietern Expertentools sind. Nicht umsonst warnt Google vor nachhaltigen Schäden bei unsachgemäßer Nutzung.

Google selbst schreibt dazu: *„Es handelt sich hierbei um eine erweiterte Funktion, die nur mit Vorsicht eingesetzt werden sollte. Bei unsachgemäßer Verwendung kann sie sich nachteilig auf das Abschneiden Ihrer Website in den Suchergebnissen von Google auswirken. Sie sollten Backlinks nur für ungültig erklären, wenn Ihrer Ansicht nach eine erhebliche Anzahl von Spam-Links, künstlichen Links oder minderwertigen Links auf Ihre Website verweisen und Sie sich sicher sind, dass diese Ihnen Probleme verursachen.“*



team.inmedias
wir sind [+] pluswerk
Digitale Leidenschaft

Internetagentur aus Leidenschaft

team.inmedias: die Internet- und Webdesign-Agentur
mit Standorten in Köln, Münster, Aachen und Kapstadt.

Bei uns sind Sie richtig!

Sie möchten kein tim.Special mehr verpassen?

Dann liken Sie doch unsere Facebook-Seite!

Ihr Ansprechpartner

Dr. Erwin Lammenett

E-Commerce Experte und Unternehmensgründer

erwin.lammenett@inmedias.de

Friedrich-Ebert-Straße 75
51429 Bergisch Gladbach

Telefon +49 163 4131991