

SEOkomm 2012, Salzburg

25. November 2011

Markus Hövener, Bloofusion

LINKDATENBANKEN IM VERGLEICH

Thema dieses Vortrags

- > Es gibt kommerzielle Linkdatenbanken, vor allem
 - > Majestic SEO
 - > SEOmoz
 - > OpenLinkGraph
- > Es gibt natürlich noch mehr (z. B. SEO-Tools wie Searchmetrics Essentials)
- > Brauche ich die alle? Oder reicht eine?

Der Test: Teil I

LINKDATENBANKEN IM VERGLEICH UNTEREINANDER

Die Test-Domains

- > www.suchradar.de
- > Ein Online-Shop
- > Ein Verband
- > Ein bekanntes Hotel
- > Ein Pharma-Unternehmen
- > (jeweils .de-Websites)

Schritt 1: Daten validieren

	Von wie vielen unterschiedlichen Websites wurden Links gefunden (summiert über die fünf Test-Domains)?		
Dienst	Vor der Überprüfung	Nach der Überprüfung	Verlust in Prozent
SEOMoz	1169	1046	10,52%
Majestic SEO	3165	932	70,55%
OpenLinkGraph	1519	1365	10,14%
Google	120	103	14,17%
Blekkio	60	37	38,33%

Zwischenfazit

- > Majestic SEO hat hohen Verlust (~70%)
 - > Bedingt durch Historic Index
 - > Zeigt, wie oft Verlinkungen wieder entfernt werden
- > Normaler Verlust = 10%-15%
- > Also: Den Daten nicht per se unvalidiert vertrauen

Schritt 2: Überdeckungen

Dienst	Prozentualer Anteil dieses Dienstes an den Gesamtergebnissen	Prozentualer Anteil der Ergebnisse, die ausschließlich durch diese Quelle gefunden wurden
SEOMoz	43,26%	16,75%
Majestic SEO	38,54%	19,35%
OpenLinkGraph	56,45%	29,94%
Google	4,26%	0,37%
Blekko	1,53%	0,17%

Zwischenfazit

- > Keine Linkdatenbanken liefert auch nur annähernd eine perfekte Abdeckung
 - > Am besten: OpenLinkGraph mit ~56%
- > Jede Linkdatenbank liefert Unique URLs
 - > Am besten: OpenLinkGraph mit ~30%

And the winner is...

- > Es gibt keinen Testsieger
- > Nur quantitative Ergebnisse
- > Aber auch Qualität zählt
- > Deswegen...

Der Test: Teil II

LINKDATENBANKEN VS. GOOGLE WEBMASTER TOOLS

Für wen machen wir das eigentlich alles?

- > Für Google
- > Und Google sollte doch am besten wissen, was gute Links sind, oder?

Google Webmaster Tools



Webmaster Tools

www.suchradar.de

Dashboard

Messages

▸ Site configuration

▾ Your site on the web

Search queries

Links to your site

Keywords

Internal links

Subscriber stats

▸ +1 Metrics

▸ Diagnostics

▸ Labs

Overview » All domains

Top 812 domains that have links to pages on your site.

Domains	Links	Linked pages
complex-berlin.de	48,429	14
clickits.de	27,708	2
onlinemarketing-praxis.de	3,126	1
t3n.de	1,656	11
mister-wong.de	1,445	9
webwiki.de	1,417	11
onlinemarketing-blog.de	1,224	2
geld-online-blog.de	1,141	5
internetkapitaene.de	863	16
-	-	-
pipl.com	13	9
identi.ca	13	3

1-100 of 812

Download this table

Download more sample links

Download

pipl.com	13	9
identi.ca	13	3

1-100 of 812

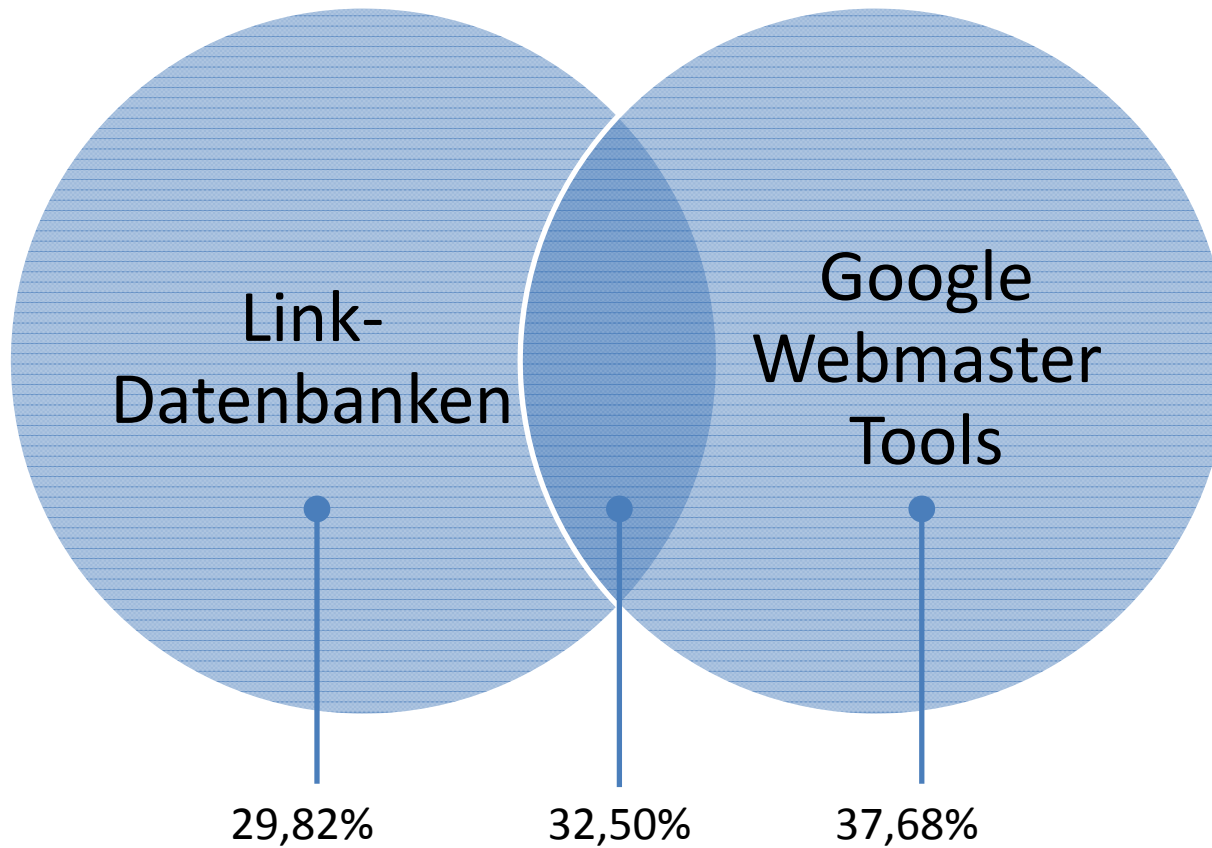
- Download this table
- Download more sample links

- > „Download this table“: Liste aller Domains
- > „Download more sample links“: Liste von konkreten URLs der Domains
- > Sample-Links sind schon recht gut dublettenbereinigt

Der Test

- > Vier .de-Domains (eine davon www.suchradar.de)
- > Domain-Popularität jeweils < 1.000
- > Geholt wurden:
 - > Sample-Links über Google Webmaster Tools
 - > Links über Link-Datenbanken (Majestic SEO, SEOmoz, OpenLinkGraph)

Das Ergebnis



Was liefert Google als Unique URLs?

- > Viel Müll, z. B.
 - > <http://www.sitegrep.com/site/suchradar.de>
 - > <http://www.siteluck.com/en/suchradar.de>
 - > <http://www.sitonomy.com/?url=www.suchradar.de>
 - > <http://www.websvalue.com/www.suchradar.de/>
 - > <http://www.cubestat.com/www.suchradar.de>
 - > ...
- > Aber: Google liefert auch relevante Unique URLs, z. B.
 - > <http://www.rechenkraft.net/phpBB/viewtopic.php?f=14&t=6654&start=168>
 - > <http://www.pharmaflash.de/2006/agenturen-kostenlose-erfahrungen-und-tipps/>

Unique URLs der Linkdatenbanken

- > Interessant: Es gibt viele URLs, die sich
 - a. Im Google-Index befinden
 - b. In denen sich ein Link befindet
 - c. Die Google aber trotzdem nicht als Link aufführt
- > Beispiel: <http://swissonlinemarketing.ch>

Medienpartner

persönlich

presstext
Nachrichtenträger

PUBLISHER

journalist

suchradar

w wer

<http://www.suchradar.de/>

Meine Interpretation

- > Google filtert in den Webmaster Tools viele Links heraus:
 - > Dubletten/Kanonisierung
 - > Qualität (zuviele Links, schlechte Platzierung, ...)
- > Andere Algorithmen greifen (hoffentlich) später

Unique URLs der Linkdatenbanken

- > Auch Linkdatenbanken liefern viel „Müll“, z. B.
 - > <http://blekko.com/ws/ /view /s1seo/deutsche-seo-blogs>
 - > <http://www.seokomm.at.iproxy.saverpigeeks.com>
 - > <http://bellnet.com/suchen/info/web/linklisten.html>
- > Viele dieser Seiten sind nicht indexiert
- > Ein Backlink von einer solchen Seiten kann wertlos sein

Dofollow/Nofollow

- > In beiden Datenbanken sind auch Nofollow-Links enthalten
 - > Link-Datenbanken = ~5%
 - > Google Webmaster Tools = ~19%
- > Sind Nofollow-Links wirklich unwichtig?

Mein ganz persönliches

FAZIT

Mein Fazit

- > Das Kernproblem:
- > *“Although there are many tools that report links, none of the tools can tell you which links are trusted by Google (not even Google’s tools).”*

<http://www.seroundtable.com/google-trust-links-14318.html>

Qualität vs. Quantität

- > Beide Seiten haben Qualitätsprobleme:
 - > Kanonisierung (www.domain.de/seite und domain.com/de/seite)
 - > Thematische Nähe
 - > Platzierung: Footer-Links, ...
 - > ...
- > Manche Daten können Linkdatenbanken nicht haben, z. B.
 - > Alter der Links

Und nun?

- > Google ist hier klar im Vorteil
- > Aber Google sagt's uns nicht + wirft gerne Rauchbomben
- > Also:
 - > Quantität ist nicht primär entscheidend
 - > Qualität ist nicht leicht greifbar
 - > Eigene Richtlinien für Links aufstellen

Alles Linkdatenbank oder was?

MEINE EMPFEHLUNG

Linkdatenbanken

- > Sind eine große Hilfe
- > Liefern aber nur einen (kleinen) Baustein bei der Link-Recherche
- > Wer nur das macht, verpasst einen großen Teil
- > In unserer Praxis effektiver:
 - > Strategisches Denken (aus einem Link lernen)
 - > Andere Maßnahmen, z. B. Erwähnung ohne Link suchen

Linkdatenbanken

- > Wer Linkdatenbanken nutzt, sollte
 - a. wissen, dass er niemals ein komplettes Abbild der Verlinkung bekommt
 - b. dass er viele Datenbanken kombinieren sollte
 - c. dass er Links bekommt, die Google vielleicht gar nicht kennt
 - d. dass er Links bekommt, die Google kennt, aber ignoriert
 - e. dass er Links nicht bekommt, die Google kennt und wertet

Vielen Dank



Markus Hövener
Bloofusion Germany GmbH

E-Mail	markus.hoevener@bloofusion.de
Twitter	@bloonatic
Web	www.bloofusion.de
Blog	www.internetkapitaene.de
Facebook	www.facebook.com/bloofusion.de
YouTube	www.youtube.com/bloofusionTV
Magazin	www.suchradar.de