

Optimierung des Page-Rank mit Hilfe von Nofollow?

☒ Beim Thema Page-Rank-Optimierung gibt es im SEO-Bereich sehr unterschiedliche Meinungen. Auf der einen Seite scheint die Angst zu stehen, als Spammer oder "Black-Hat" abgestraft zu werden und auf der anderen Seite die, eine gute Möglichkeit der Suchmaschinenoptimierung auszulassen.

Wie eine Page-Rank-Optimierung genau umgesetzt wird und was es sonst zu bedenken gibt, erfahren Sie im folgenden Artikel.

☒ Rand Fishkin, CEO und Mitbegründer der Firma SEOMoz und Autor des gleichnamigen SEOMoz Blog, einem der interessantesten und innovativsten US SEO-Blogs hat einen Artikel zu diesem Thema verfasst, den wir mit seiner freundlichen Genehmigung für Sie ins Deutsche übersetzt haben. Bitte beachten Sie, dass dies ein fortgeschrittenes Thema ist, für das Sie ein Grundwissen zur Funktionsweise von Suchmaschinen und SEO haben sollten.

Funktioniert Page-Rank-Optimierung?

Die Antwort ist ja. Es funktioniert definitiv – jedoch steckt der Teufel hier im Detail, denn es muss analysiert werden, wie gut es funktioniert und welche positiven Effekte sich tatsächlich damit erzielen lassen. Jeder kann mit einfachen Mitteln einen Test durchführen, der demonstriert, wie Page-Rank-Beeinflussung mit Nofollows funktioniert. Hier sind 6 einfache Schritte:

Erschaffen Sie eine Seite in einer Testumgebung (entweder auf einer neuen Domain oder einer neuen Sektion einer vorhandenen Seite).

Versehen Sie die Seite mit genügend Links um sie bei den 3 wichtigsten Suchmaschinen in den Index zu bekommen. Es gibt eine Vielzahl von Möglichkeiten, um in den Index zu kommen, aber für Testseiten bevorzuge ich die clevere Methode von Jane Copland (SEOMoz) – Social Media Links einzusetzen, um regelmäßig von Suchmaschinen gecrawlt zu werden – um so im Index zu bleiben. Bauen Sie in die Seite 10 bis 20 Links ein, die auf einzigartige Seiten gerichtet sind und die nach Fantasie-Suchbegriffen – wie z.B. yooterminitank – suchen, für die sonst auf Suchmaschinen keine Ergebnisse angezeigt werden.

Warten Sie jetzt darauf, dass die Suchmaschinen Ihre Seite besuchen. Wahrscheinlich werden nicht alle Ihrer Fantasiewort-Seiten in den Index kommen – besonders wenn diese mit weniger Links von Ihrer Testseite versehen wurden. Sollten es alle in den Index schaffen, fahren Sie einfach fort, die neuen Seiten zu verlinken bis nicht mehr alle Links bekommen.

Fangen Sie dann an, diese Links nach und nach mit Nofollows zu versehen, bis alle Seiten, die noch verlinkt sind, auch im Index der Suchmaschinen sind. Bemerkenswert ist, dass die Grenze, ab der Seiten aus dem Index fliegen, bei allen Suchmaschinen ähnlich ist, wobei Yahoo noch am nachsichtigsten zu sein scheint, wenn es darum geht, Seiten aus dem Index zu nehmen.

So kann man Nofollow einsetzen, um zu beeinflussen, welche Seiten von den Links profitieren und welche nicht und demnach auch, welche Seiten im Index bleiben und welche nicht. Man kann dabei auch direkt beobachten, wie sich der Pagerank einer Seite im Verhältnis zu der Anzahl von anderen Seiten verhält, auf die die Seite verlinkt. Je weniger Links desto größer sind die positiven Effekte pro Seite, was auch wieder zu einer höheren Wahrscheinlichkeit führt, "gecrawlt" und in den Index aufgenommen zu werden.

Die folgende Abbildung zeigt das Grundkonzept dieser Methode



Das vereinfachte Diagramm oben zeigt, dass wenn zum Beispiel Google eine Grenze von 1.4 "Link-Juice Einheiten" in einem bestimmten Zeitraum hätte, bevor die Seite aus dem Index fliegt und nicht mehr gecrawlt werden würde, dieses Wissen einen hohen Wert hätte, wenn es darum geht, genau die Schwelle zu kennen, ab welchem Level von "Link-Juice" eine Seite nicht mehr im Index erscheint und dieses dann durch Nofollows zu beeinflussen. Damit kann man die positiven Effekte von Links auf die gewünschten Seiten zu lenken.

Auf unterster Ebene benutzen Suchmaschinen den Page Rank (oder andere Algorithmen) als Gewichtung um aufgrund der Verlinkungsstruktur einer Seite die Schwelle festzulegen, ab der

Seiten nicht mehr im Index erscheinen.

M. Martines hat im letzten Jahr in weiser Voraussicht in einem Post im Blog von Eric Enge folgenden interessanten Kommentar zum Page-Rank gegeben:

“Bei Google sagt man weiterhin, dass der Page-Rank auch dazu benutzt wird, festzulegen, wann und wie oft eine Seite gecrawlt wird. In einem natürlichen System wäre der Page-Rank nur ein Indikator für die Warscheinlichkeit eines Crawls. Es scheint aber jedoch so zu sein, dass Google Seiten beim crawlen bevorzugt, die irgendwelche Google-internen Page-Rank-Kriterien erfüllen.”

“...der Page-Rank war nie sehr wichtig für das Ranking, kann aber heute über Aufnahme oder Nichtaufnahme entscheiden.”

Besonders der letzte Satz findet nicht 100 % meiner Zustimmung, denn ich glaube, das der Page-Rank eine wichtige Rolle beim Ranking spielen kann. Trotzdem scheint die Logik, die hinter der Annahme steht, plausibel. “Link Juice” – wie auch immer er genau berechnet wird- scheint eine wichtige Rolle zu spielen, wenn es um die Indexierung oder “Crawl-Frequenz” geht. Wir bei Linkscape benutzen den Page-Rank um festzulegen, welche Seiten wichtig sind und es damit verdienen, gecrawlt zu werden – so wie es übrigens auch bei den großen Suchmaschinen funktioniert. Dies wird sich wohl in nächster Zukunft nicht ändern.

Spielt der Page-Rank eine Rolle für meine Seite?

Es kommt darauf an, was für eine Seite Sie haben. Wir haben bei großen Domains mit 10.000 bis auch zu hunderttausenden Seiten positive Effekte bei der PageRank Beeinflussung beobachten können. In einer solchen Umgebung hat das Durchlaufen von 5 bis 10 Links pro Seite (alles wie Impressum, Datenschutz usw.) große Auswirkungen darauf, wie viel Juice bei den erwünschten Links ankommt, die den “Juice” brauchen – so z.B. wie neuer Content und lang verschollene Archive. Wenn man die Methode auf kleineren Seiten anwendet, die mit einer kontrollierteren Linkstruktur arbeiten, erreicht man nicht die selben Resultate.

Abgesehen davon hängt es auch davon ab, welche Ziele man mit einer solchen Optimierung verfolgt. Bei der Optimierung des Page-Rank geht es letztendlich fast immer um “Crawl-Frequenz” und die Indexierung. Es wird Ihnen fast keine wirklichen Verbesserungen beim Ranking für die wichtigen Suchbegriffe auf Ihrer Homepage bringen, noch mehr Umsätze oder mehr Besucher. Zu versuchen, diese Probleme mit einer Page-Rank Optimierung zu lösen wäre, wie Viagra zu schlucken wenn man Halsschmerzen hat.

Wann sollte man eine Page-Rank Optimierung in Betracht ziehen?

Oft wird von SEO-Experten empfohlen, die PR-Optimierung erst anzuwenden, wenn alle anderen SEO-Methoden bereits ausgereizt sind. Dem stimme ich nicht zu! Ich denke, dass das Lenken von “Link-Juice”-Strömen zum selben Zeitpunkt erfolgen sollte, an dem man sich Gedanken über die Link-Struktur seiner Seite macht. Nofollow von Anfang an – bzw. vor einem Redesign – auf intelligente Weise in eine Seite zu integrieren, wird in jedem Fall bessere Resultate erzielen als es erst im nachhinein einzusetzen.

Ist Page-Rank-Optimierung eine “Black-Hat”

Technik?

Wenn man bedenkt, dass **Linkscape** zufolge bereits ein Prozent der gecrawlten Seiten Nofollow einsetzen um interne Linkströme zu lenken, würde ich sagen: Nein. Es geht hier um Millionen von Seiten, weshalb man sagen kann, dass die Benutzung der Page-Rank-Optimierung bereits weit verbreitet ist – mehr als die Verwendung von 301 und 302 Redirects zusammen. Die großen amerikanischen Seiten wie Technocrati, Reddit, About.com und Facebook annd Millionen anderer Seiten benutzen diese Methode. Und auch die Suchmaschinen bestätigen öffentlich, dass die Benutzung von Page-Rank-Optimierung nicht als Zeichen für Spam oder Manipulation angesehen wird.

Wenn Sie Bedenken haben, Nofollows auf Ihrer Seite einzusetzen, machen Sie es wie die cleveren SEOs – von denen viele “Grey Hat” oder “Black Hat” sind – in den Zeiten vor Nofollow und benutzen Sie externe javascript Redirects oder eine andere Methode um Menschen Links folgen zu lassen, denen Suchmaschinen nicht folgen können. Page-Rank-Optimierung gibt es schon viel länger als Nofollow und wurde schon 2000 mit viel Erfolg angewandt. Es erreicht den selben Effekt: Man hat Links denen die Suchmaschinen folgen können und andere, die nur für menschliche Besucher gedacht sind. (Anm. der Red.: Dieser Ansatz ist sehr umstritten, wir würden uns dieser Empfehlung nicht anschließen)

Ist Page-Rank-Optimierung nicht Zeitverschwendung?

Hierüber gibt es viele verschiedene Meinungen in der SEO-Welt. Ich würde aber trotzdem empfehlen, ein paar Versuche bzw. Tests vorzunehmen, um festzustellen, dass man hier keine gute Möglichkeit auslässt. Am Ende geht es bei der Suchmaschinenoptimierung immer darum, zu testen, zu verfeinern, zu optimieren und die Erkenntnisse zu implementieren. Wir konnten bei der Arbeit an unseren Projekten sehr positive Ergebnisse erzielen – besonders wenn es darum ging, mehr Seiten oder auch neue Seiten in den Index zu bekommen aber auch von Zeit zu Zeit Long-Tail-Content zu eine besseren Ranking zu verhelfen.

Hier finden Sie den englischen Original-Post im Blog von SEOmoz.com.