



Offpage-Optimierung

Die „Offpage-Optimierung“ findet fernab der zu optimierenden Seite statt und bezeichnet alle Maßnahmen außerhalb der zu optimierenden Webseite.

Es genügt nicht alleine, die Relevanz durch OnPage-Maßnahmen zu erhöhen. Ein gutes Listing in Suchmaschinen und ein hoher PageRank wird von der Quantität und Qualität der eingehenden Links auf eine Website (Rückverweis oder auch Backlink genannt) beeinflusst. Bei der Offpage-Optimierung geht es um die Herausbildung einer Linkstruktur mit anderen Webseiten, um sich besser in bestimmten thematischen Bereichen zu positionieren. Dafür sucht man nach thematisch passenden Internetseiten, um sie für eine Linkpartnerschaft zu gewinnen. Eine weitere Maßnahme um mögliche Linkpartner zu finden, ist die Linkanalyse von Wettbewerbern. Auch der Einsatz sogenannter Link Research Tools kann sich lohnen, um die besten Unterseiten einer Domain zu durchforsten. Zudem ist die Ausgestaltung des Linktextes der Rückverweise essentiell für die Platzierung bestimmter Suchwörter. Um Websites auf ihr Potenzial hin zu untersuchen, können kostenlose Webanwendungen genutzt werden. Oftmals genügen kleine Veränderungen, um die Platzierung in Suchmaschinen stark zu erhöhen.

Es wird vermutet, daß neben Backlinks zunehmend die simultane Erzeugung von sogenannten „Social Signals“ ebenfalls für das Ranking berücksichtigt werden. Dabei handelt es sich um Erwähnungen der Webseite in Form von „Likes“, „Shares“, „Comments“ (Facebook) oder „Plus1“ (Google+) sowie "Tweets" und "Retweets" (Twitter). Hintergrund dieser Entwicklung ist, daß Suchmaschinen nicht nur die Backlinks analysieren, sondern zugleich algorithmisch prüfen, wie intensiv sich Nutzer über eine Webseite innerhalb ausgewählter sozialer Netzwerke wie Facebook oder Google+ austauschen.

Ebenfalls werden von Suchmaschinen gesammelte Nutzersignale bei der Rankingberechnung berücksichtigt. Wie häufig ein Nutzer ein Ergebnis anklickt, auf einer Trefferwebseite verweilt oder wieder zur Ergebnisliste zurückkommt, beeinflusst das Ranking. So werden positive Signale für zum Beispiel Google erzeugt, wenn der Nutzer längere Zeit auf einer Webseite verweilt, anstatt diese direkt wieder zu verlassen.