

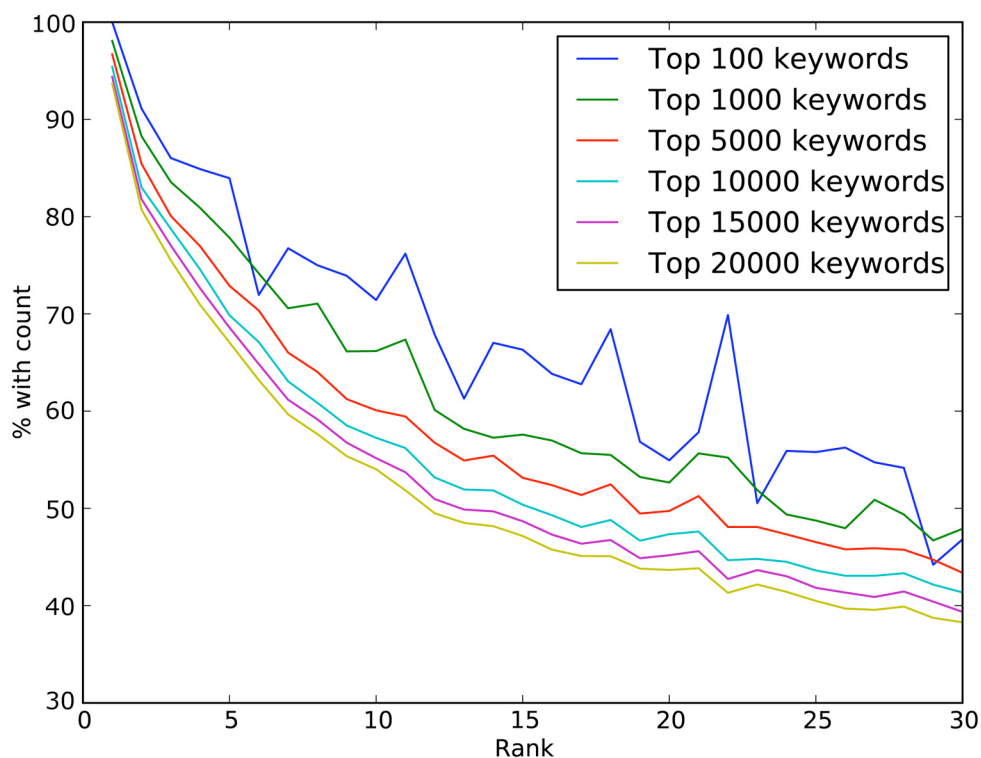
Google liebt Facebook

Searchmetrics analysiert die Auswirkungen von Social-Media-Aktivitäten auf die Suchmaschinenoptimierung

Berlin, 14. Juni 2011 - Welchen Einfluss haben Aktivitäten auf Facebook auf die organische Suchplatzierung bei Google genau? Dieser Frage ging Searchmetrics nach, führenden Anbieter von Search Analytics-Lösungen. Dazu analysierten das Berliner Unternehmen Anfang Mai die besten 20.000 deutschen Keywords, sortiert nach Suchvolumen, und die jeweils 30 besten organischen Ergebnisse inklusive Videoergebnissen aus der Universal Search bei Google und untersuchte anschließend die Korrelationen zwischen Social-Media-Aktivitäten und Ranking.

Das Ergebnis zeigt: Rund 93 Prozent der Top-20.000-Keywords, die bei Google Platz eins im organischen Ranking belegen, haben mindestens einen Like, Share oder Comment bei Facebook. Auf Rang 30 sind dies nur noch 38 Prozent.

Verhältnis zwischen Facebook-Likes, Shares und Comments und Google-Positionierung



„Teilen“ ist wichtiger als „kommentieren“

Nachdem die Analysten von Searchmetrics eine generelle Korrelation zwischen Facebook-Aktivitäten und Suchmaschinenplatzierung konstatiert hatten, eruierten sie genauer, welches Nutzer-Engagement auf Facebook die höchsten Auswirkungen auf das Ranking hat. Hier zeigte sich: Klarer Favorit sind Facebook-Shares. Sie beeinflussen die Positionierung in Google Deutschland augenscheinlich stärker als Likes und Comments.

Unterschiedlicher Einfluss von Like, Share und Comment auf das SEO

SEO-Rang Top 20.000 Keywords	Anteil Keywords mit mindestens einem... (in Prozent)			
	Like	Share	Comment	Like/Share/Comment
1	76,85	93,53	77,20	93,69
2	56,46	80,12	56,37	80,72
3	49,00	74,88	48,76	75,50
4	45,33	70,31	43,37	70,92
5	41,37	66,05	39,05	67,07
6	39,44	62	36,44	63,19
7	35,98	58,34	33,00	59,66
8	34,96	56,38	32,00	57,63
9	33,40	53,98	30,67	55,37
10	33,06	52,62	29,59	54,02

Der Unterschied beim Einfluss der unterschiedlichen Facebook-Aktivitäten auf das SEO ist deutlich zu erkennen. Interessant ist auch, dass bei Likes der Abfall zwischen Position 1 und 2 mit 20 Prozent sehr groß ist. Bei Shares beträgt er nur 13 Prozent.

„Die Analyse zeigt eine eindeutige Korrelation zwischen Facebook Shares, Likes und Comments und der Positionen in Google“, bilanziert Searchmetrics-Geschäftsführer und CTO, Marcus Tober. „Ob nun mehr Facebook-Shares zu besseren Positionen führen oder durch die besseren Positionen mehr Shares erzeugt werden ist nicht eindeutig, allerdings ist nicht von der Hand zu weisen, dass die Korrelation besteht.“

Über Searchmetrics:

Die Searchmetrics GmbH ist der Pionier und international führender Anbieter von Search Analytics Software für Unternehmen und Online-Agenturen. Searchmetrics verfügt über eine einzigartige Server-Infrastruktur und Softwarelösung — die Searchmetrics Suite — mit der für Searchmetrics Kunden und Partner ständig sehr große Datenmengen über das Ranking von Websites, Such-Stichworten und der jeweils relevanten Wettbewerbergruppen aggregiert und auswertbar gemacht werden. Neben diesem

Software Service bietet Searchmetrics auch High-End SEO-Consulting Dienstleistungen, die Kunden gewährleisten, dass ihre Webinhalte auf den ersten Plätzen der führenden Suchmaschinen gefunden werden. Das schnell wachsende Berliner Unternehmen, an dem die Verlagsgruppe Holtzbrinck und die renommierten Risikokapitalgesellschaften Neuhaus Partners und Iris Capital beteiligt sind, beschäftigt heute 75 Mitarbeiter und trägt mit seinen Software-Services bei Kunden wie bild.de, ProSiebenSat.1, ImmoWelt, Siemens, TUI und Hexal zu hervorragenden Suchmaschinenrankings bei. Searchmetrics hat Niederlassungen in London und New York und vertreibt seine SaaS Lösung über ein Netzwerk von über 70 Partnern. Weitere Informationen zu Searchmetrics und zum Searchmetrics-Partnerprogramm unter: www.searchmetrics.com