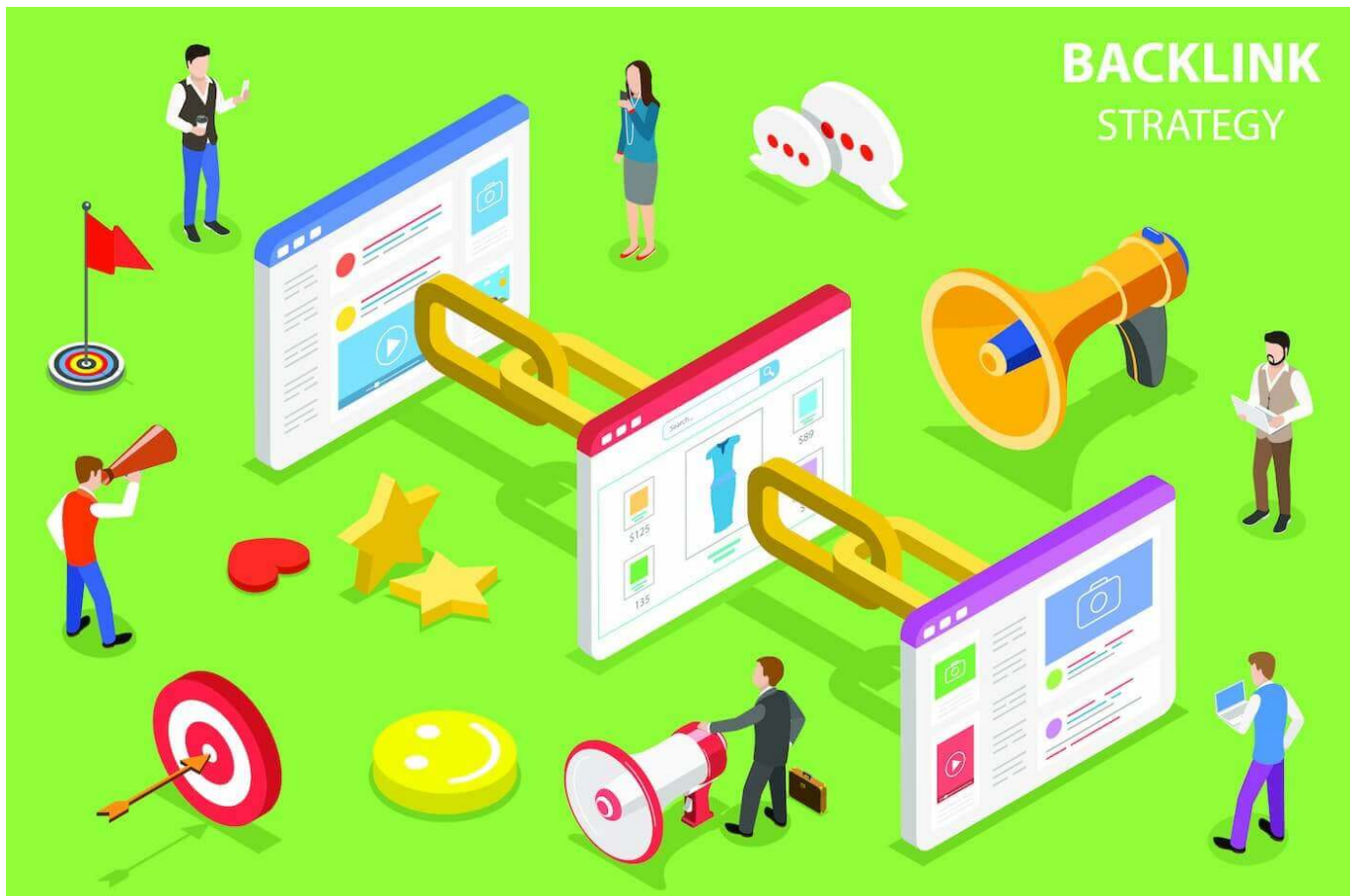


Die Bedeutung von Social Media für den Offpage Bereich

Wie könnt ihr Social Media für hochwertige Links nutzen?

Social Media und Offpage? Da soll eine Verbindung bestehen? Ja, ihr habt richtig gelesen, genau um diese Verbindung zwischen Social Media und Offpage soll es in diesem Artikel gehen. Auf den ersten Blick scheinen beide tatsächlich nicht viel miteinander zu tun zu haben: Offpage ist ein Teilbereich des SEO, bei dem es um Optimierungsmaßnahmen außerhalb der eigenen Webseite geht. Diese Optimierungen bestehen meist aus Verlinkungen auf themenrelevanten Seiten, die auf die eigene Webseite verweisen, um diese bekannter zu machen und im besten Fall das Ranking zu steigern.



Für ein positives Linkprofil kann Social Media einen wichtigen Beitrag liefern.

Social Media dagegen wird von manchem Laien nur als Plattform für jedermanns Selbstdarstellung gesehen, die bisweilen absurde Formen annehmen kann. Doch genau diese Selbstdarstellung kann zu marketingrelevanten Kampagnen mit immensem Erfolg führen und ganz nebenbei auch noch SEO relevante Backlinks nach sich ziehen. Wie das funktionieren soll? Lest selbst...

Googles Meinung zu Social Media

Zunächst einmal bewertet Google Social Media Plattformen wie Facebook und Twitter wie jede andere Webseite auch. So weit so gut. Allerdings werden die sogenannten Social Signals wie Likes, Shares,

Kommentare, etc. nicht für die Ranking Algorithmen berücksichtigt, da sich die Daten hier zu schnell ändern und Google auch nicht zu allen Daten Zugang hat, da manche Seiten blockiert sind. Daher wird auch vermutet, dass die Verlinkung von Webseiten in Social Media das Ranking nur geringfügig beeinflussen. Dennoch ist das Thema an dieser Stelle noch nicht erledigt, denn Google achtet auch auf den PageRank der Webseiten, die gecrawlt werden. Vereinfacht gesagt, bewertet der PageRank Algorithmus Webseiten nach der Menge der Links. Je mehr eingehende Links eine Webseite hat, desto besser ist ihr PageRank. Ein Beispiel: Wenn eine berühmte und/oder einflussreiche Person mit vielen Followern eine Webseite auf seiner Twitter-Seite verlinkt, dann werden viele Leute diesen Link sehen und vermutlich auch anklicken, was der verlinkten Seite wiederum Traffic bringt. Solche Links sind dann also durchaus sehr wertvoll.

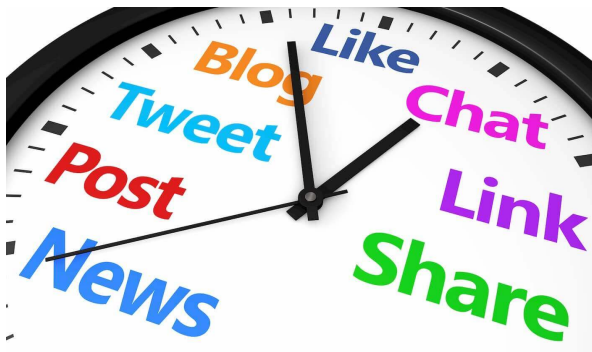
Top Links und Author Authority beeinflussen das Ranking

Google bestätigt, dass diese Signale zumindest im „Top Links“ Bereich eine Rolle spielen, auch wenn Author Authority (damit sind Meinungsgeber und Fachleute von bestimmten Bereichen gemeint) und PageRank eigentlich unabhängig voneinander sind. Auch Tweets, die von einflussreichen Personen an die eigenen Follower weiter geleitet werden (sogenannte Retweets) können eine Form von Linkbuilding sein und bis zu einem gewissen Punkt das Ranking in den Suchmaschinen positiv beeinflussen. Da allerdings auch von Google nicht eindeutig definiert ist, ob und wie Social Media das Ranking beeinflusst, bleibt umstritten, ob Social Signals tatsächlich für die Offpage Optimierung relevant sind.

So funktioniert die Koalition von Social Media und Offpage

Ziel einer jeden Offpage Optimierung sollte immer sein, eine Webseite durch qualitativ hochwertige Verlinkungen bekannter zu machen und den Traffic dort zu erhöhen. Dadurch wird in der Regel auch das Ranking bei Google positiv gestärkt. Auch wenn ihre Relevanz für den Offpage Bereich umstritten ist, können auch Social Signals dabei eine Rolle spielen. Wie? Indem man zunächst einmal mit hervorragenden Beiträgen auf Social Media Plattformen auf sich aufmerksam macht. Im besten Falle erreicht man so Autoritäten bzw. Meinungsgeber, die einen weiter verlinken.

Blogger kontaktieren



Erste Kontakte mit Bloggern und anderen wichtigen Meinungsgebern können durch das @-Zeichen im Beitrag hergestellt werden, sofern die Personen, die man erreichen möchte, auch auf den sozialen Plattformen vertreten sind. So werden diese vielleicht eher auf den Beitrag aufmerksam und teilen ihn im besten Falle auf ihrer eigenen Seite, was hochwertige Backlinks für die eigene Webseite bringen kann. Darüber hinaus sollte jeder gepostete Beitrag mit einem Share-Button versehen werden. Das macht das Teilen für die Follower/Fans leichter und erleichtert damit auch den Linkaufbau.

Wie wird ein Beitrag erfolgreich auf Social Media?

Inhaltlich sollte der Beitrag so aufgebaut sein, dass er Aufmerksamkeit auf sich zieht und gerne gelesen, geliked und geteilt wird. Wie in vielen anderen Marketing-Bereichen bietet sich auch hier Storytelling an. Es sorgt für Aufmerksamkeit und Verlinkungen innerhalb einer guten Geschichte werden auch eher angeklickt als bei einem trockenen Sachtext. So können besonders effektiv Backlinks gewonnen werden, was wiederum dem Ranking der eigenen Webseite zu Gute kommt. Über mehrere Ecken hilft Social Media also durchaus beim Linkaufbau und damit auch beim Ranking.

Allgemein gilt für viele Social-Media-Strategien das Gleiche wie für die meisten SEO-Strategien: Sie müssen auf die Zielgruppe abgestimmt sein und sind oftmals eher für eine langfristige Optimierung ausgelegt, denn oftmals dauert es mehrere Monate, bis die Optimierungsmaßnahmen Wirkung zeigen und sich das Ranking verbessert. Jede Strategie sollte dennoch immer wieder kritisch hinterfragt und gegebenenfalls angepasst werden, denn die Entwicklungen im World Wide Web verlaufen teilweise rasant und verlangen ein Höchstmaß an Flexibilität. Richtig genutzt kann Social Media aber die Reichweite von Beiträgen erhöhen, das Vertrauen in eine Marke stärken und im Idealfall damit sogar den Absatz des Unternehmens steigern. Auch die Kundenbindung kann sich verbessern, sodass gute Beiträge oft und gerne freiwillig geteilt werden. All diese Social Media Maßnahmen können langfristig



auch beim Ranking helfen.

SEO, Offpage und Social Media: Gemeinsam stark

SEO und Social Media sind also nicht immer so strikt zu trennen, sondern haben im Gegenteil viel mehr Schnittpunkte, als man auf den ersten Blick ahnen würde. Oftmals kann auch beides miteinander verknüpft werden, wie im Falle von Offpage und den Social Signals. Sobald auf den entsprechenden Social Media Plattformen hochwertige Beiträge veröffentlicht und von Meinungsgebern auf deren Seiten geteilt werden, entstehen hochwertige Backlinks. Es ist kein Zufall, dass anerkannte Experten und Unternehmen auch im Social Media Bereich oftmals sehr aktiv sind, weil sie wissen, dass sie ihre Marke so weiterhin stärken können und dafür sorgen, dass sie im Gedächtnis bleibt.

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX



Viele Strategien aus dem Bereich Social Media beeinflussen auch Backlinks und damit die ganze Website.

Sollte man Influencer nutzen?

Allgemein kann Influencer Marketing sehr hilfreich sein um mit seinen eigenen Kampagnen Erfolg zu haben. Bekannte Persönlichkeiten bringen wesentlich mehr Reichweite als gänzlich unbekannte. Dabei muss es sich nicht immer um Hollywood-Stars handeln, manchmal reicht es schon aus, kleine bis mittelgroße Influencer für die eigene Sparte zu finden. Bereits tausend Follower mehr können den Unterschied machen. Influencer haben auch eine aktivere Fan-Basis.

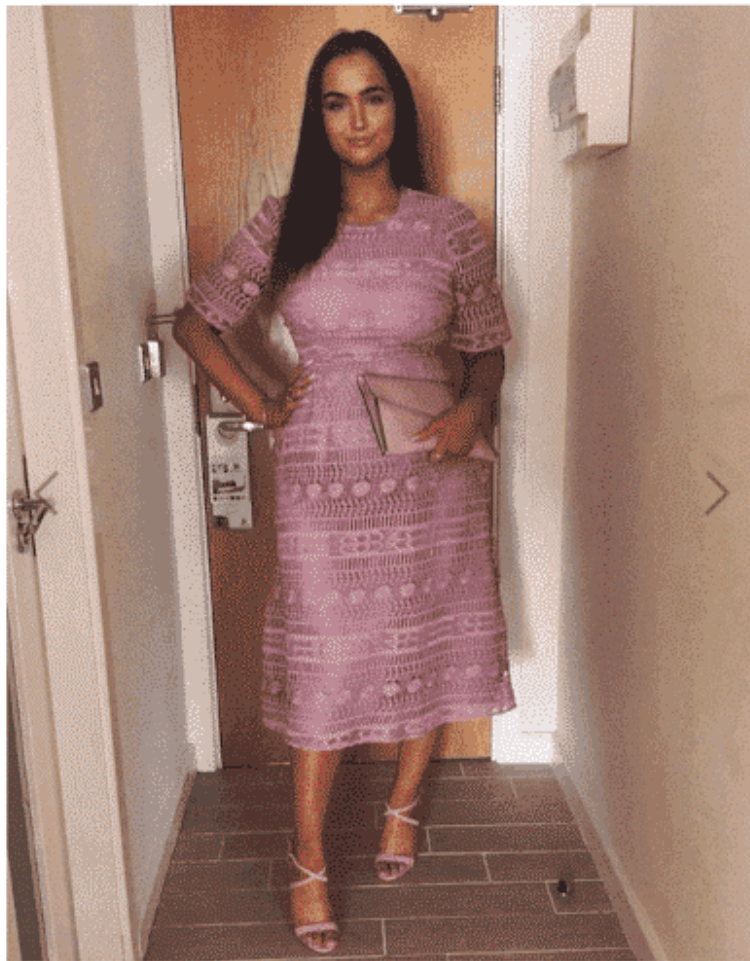
Beispiel für eine erfolgreiche Social Media Kampagne: ASOS

Beispiele für erfolgreiche Social Media Kampagnen gibt es viele. Eine, die besonders für Aufsehen gesorgt hat, war die [Kampagne der britischen Mode Marke ASOS](#) im Jahr 2019. Die Kampagne entstand eher durch Zufall, da eine junge Frau namens Thea in ihrem Tweet von ihren schlechten Erfahrungen auf Tinder erzählte, wo sie von einem Match für ihr Outfit kritisiert wurde. Sie veröffentlichte auf Twitter den Chat-Verlauf mit dem jungen Mann und postete ein Bild von sich in dem Kleid, das von ihrem Date so kritisiert wurde. Eigentlich unspektakulär, bis sie in einem Follow-up-Tweet erwähnte, dass das Kleid, das sie trug, von ASOS ist. ASOS wurde darauf aufmerksam und [antwortete Thea](#).



Die Britin veröffentlichte den Tinder Chat-Verlauf bei Twitter und Asos ragierte.

Die Idee, die ASOS hatte, war so simpel wie genial: Sie nahmen das Originalfoto von Thea in dem Outfit und integrierten es auf ihrer eigenen Webseite, sodass Thea damit zum Model für dieses Kleid wurde. Das Ergebnis: Das Thema wurde innerhalb von wenigen Tagen 20.800 Mal erwähnt und die ASOS Produkt-Seite erzeugte nebenbei 67 SEO-relevante Backlinks. Wenig überraschend wurde das Kleid durch diese große Aufmerksamkeit auch häufiger verkauft. ASOS musste nicht einmal großen Aufwand für diesen Erfolg betreiben.



OUT OF STOCK

ASOS DESIGN premium lace
midi dress

£75.00 **£22.50** (-70%)

PRODUCT CODE 1410621

Von Social Media zur Asos Produktseite und jeder Menge Backlinks. Und das Kleid ist ausverkauft!

Wichtig: Schnell und vor allem richtig reagieren

Wie ASOS überhaupt auf diesen Tweet aufmerksam wurde? Durch Monitoring-Tools, die einen informieren oder warnen, wenn irgendwo im World Wide Web (für die eigene Webseite) themenrelevante Meldungen auftauchen. ASOS war klug und vor allem schnell genug und hat den Trend effektiv für sich genutzt. Schon zwei Wochen später wäre es vermutlich zu spät gewesen.

Natürlich ist ein solcher Erfolg nicht für jedes Unternehmen, jede Produktparte oder jede Dienstleistung eins zu eins umzusetzen. Dennoch können wir aus dieser Geschichte gleich mehrere wichtige Lektionen mitnehmen:

1. Social Media Inhalte können, richtig für sich eingesetzt, enorm viel Aufmerksamkeit generieren.
2. Passende Monitoring-Tools sind unverzichtbar, wenn man Social Media Trends rechtzeitig entdecken und für das eigene Unternehmen nutzen möchte.
3. Man muss gerade im Trend-Bereich sehr schnell sein, um mit einer entsprechenden Kampagne erfolgreich zu sein.

Reagiert man schnell und richtig, erzielt man gleich mehrere tolle Effekte: Die eigene Marke wird deutlich bekannter und bekommt noch mehr Fans, die eigene Webseite bekommt mehr Traffic und in der Konsequenz wird auch mehr Umsatz generiert. Darüber hinaus können viele wertvolle Backlinks gewonnen werden, was auch dem Ranking bei Google zu Gute kommt.

Fazit

Trotz aller Umstrittenheit kann Social Media durchaus für den Linkaufbau von Bedeutung sein und über mehrere Ecken auch das Ranking positiv beeinflussen. Natürlich macht es im Offpage- und erst recht im gesamten SEO-Bereich nur einen kleinen Anteil aus und nur die wenigsten Kampagnen erzeugen bei wenig Aufwand so viel Aufmerksamkeit wie die von ASOS, aber das Potenzial ist da. Es muss nur zur rechten Zeit richtig eingesetzt werden. Kreativität und schnelle Reaktion zählen genauso wie die richtige Strategie.

Titelbild © nanuvision / stock.adobe.com



Beitragsbild © nanuvision / stock.adobe.com

Beitragsbild © niroworld / stock.adobe.com

Beitragsbild © Coloures-Pic / stock.adobe.com

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX