



Link-Autoritätsmerkmale auf Domainebene
 Anzahl der unterschiedlicher verlinkenden Domains zur Domain
 Thematische Relevanz von verlinkenden Domains
 Reine Popularität der Domain gemäß Messung von MozRank, PageRank, usw.
 Vertrauen in die Domain gemäß Messung von TrustRank, MozTrust, usw.
 Verteilung der Autorität / relativen Bedeutung / Popularität der verlinkenden Domains
 Backlinks von Websites des eigenen geografischen Zielbereichs oder der eigenen Sprache
 Prozentualer Anteil von Links mit Markenbegriffen im Ankertext
 Geschwindigkeit des Linkaufbaus (zur Domain)
 Stimmung der auf die Website verweisenden externen Links

Link-Metriken auf Seitenebene
 Reine Anzahl Links von Websites mit hoher Autorität
 Thematische Relevanz von verlinkender Seiten
 Thematische Relevanz von verlinkender Domains
 Diversität des Link-Ankertextes zur Seite
 Reine Anzahl der Links von bekannten Marken/Entitäten zur Seite
 Reine Anzahl unterschiedlicher verlinkender Domains (zur Seite)
 Vertrauen gemessen als Abstand von einem vertrauenswürdigen Schlüsselsatz von Seiten/Homepages
 Position/Kontext des eingehenden Links
 Popularität der Seite gemessen von Algorithmen wie PageRank, usw.
 Link-Geschwindigkeit der Seite
 Reine Anzahl an Links, die das Keyword als Ankertext für teilweise Übereinstimmungen verwenden
 Reine Anzahl an Links, die das Keyword als Ankertext für exakte Übereinstimmungen verwenden
 Stimmung der auf die Seite verweisenden externen Links

Keyword- und inhaltsbasierte Metriken auf Seitenebene
 Im Titlelement/Title-Tag vorhandenes Keyword
 Keyword erscheint im Hauptinhaltsbereich der Seite
 Optimierungsgrad für einen Themen-Modellierungs-Algorithmus (z.B. LSA/LSI/pLSI/LDA/etc) bezogen auf den Gesamtinhalt einer Seite im Verhältnis zur Benutzeranfrage
 Keyword ist das erste Wort/die erste Wortverbindung des Titlelements (title)
 Keyword in den ersten 100 Wörtern des Dokuments enthalten
 Keyword im URL-String der Seite enthalten
 Keyword in den Überschriften-Tags der Seite (H1, H2, H3) enthalten
 Keyword im Ankertext eines Links auf der Seite enthalten
 Keyword im ALT-Attribut eines Bildes auf der Seite enthalten
 Keyword-Dichte (prozentualer Anteil der Wörter auf der Seite, die dem Ziel-Keyword entsprechen)
 Keyword hervorgehoben (, , <i>, Tag)

Suchbegriffsunabhängige Merkmale auf Seitenebene
 Einzigartigkeit der Inhalte auf der Seite
 Seite ist mobilgerätaefreundlich (für Mobil-Rankings)
 Relative Click Through Rate (CTR) von Google-SERPs zur Seite für das Keyword
 Ladegeschwindigkeit der Seite
 Anzahl der Suchen für dieses Keyword + spezifischen Markennamen, URL oder Domainnamen
 Reine Bounce Rate der Seite
 Allgemeines Design und/oder User Experience
 Verweilzeit oder Long-Click Metriken
 Aktualität der Inhalte auf der Seite
 Wiederkehrende Besuche auf der Seite nach der ersten Anfrage/dem ersten Klick
 Länge der Inhalte auf der Seite
 Alter der Seite
 Durchschnittliche Browse-Rate nach einem Klick auf diese Seite in den SERPs
 Qualität der Zusatzinhalte auf der Seite
 Seite enthält Schema.org oder andere strukturierte Daten
 Leseniveau der Inhalte auf der Seite
 Verwendung von Bildern auf der Seite
 Verwendung von Rich Media (Video, Folien, usw.)
 Seite unterstützt HTTPS / SSL
 Autorenautorität der Seite
 Seite ist mobilgerätaefreundlich (für Desktop-Rankings)
 Seite enthält Open Graph-Daten und/oder Twitter Cards

Nutzer-Nutzung und Traffic-/Suchanfragen-Daten
 SERP-Engagement Metriken
 Clickstream-Daten (Abfolge von Seitenaufrufen)
 Besucherverkehrs-/Nutzungssignale
 Menge/Diversität/CTR der Suchanfragen

Soziale Metriken auf Seitenebene
 Engagement mit Inhalt/URL in sozialen Netzwerken
 Reine Anzahl von Google+ Shares und +1 in Verbindung mit dem URL
 Reine Anzahl von Tweets in Verbindung mit dem URL
 Reine Anzahl von Facebook Likes und Shares in Verbindung mit dem URL
 Kommentare zur Seite in sozialen Netzwerken
 Stimmung von Links aus sozialen Netzwerken und Zitaten in Bezug auf die Seite
 Reine Anzahl von Pinterest-Pins in Verbindung mit dem URL
 Upvotes für die Seite in sozialen Netzwerken

Suchbegriffsunabhängige Merkmale auf Domainebene
 Einzigartigkeit der Inhalte auf der gesamten Website
 Verwendung von Responsive Design und/oder Mobilgerätoptimierung
 Aggregierte CTR von Google-SERPs für die Domain
 Aktualität der Inhalte auf der Website
 Aggregierte Seitenladegeschwindigkeit für Seiten der Domain
 Aggregierte Verweilzeit oder Long-Click Metriken für die Domain
 Anzahl der erfassten Fehlerseiten auf der Website
 Alter der Domain
 Domain steht in Verbindung mit Autoren mit hoher Autorität
 Domain enthält Vertrauenssignalseiten
 Domain führt Kontaktinformationen auf
 Qualität anderer auf dem gleichen Block an IP-Adressen gehosteter Websites
 Zeichenlänge des Domainnamens (Prägnanz)
 Existenz von Bindestrichen im Domainnamen (Abwesenheit)
 Zeitdauer bis zum Ablauf der Domain

Suchbegriffs-Nutzung auf Domainebene
 Keyword stimmt genau mit dem Domainnamen (Second-Level) überein
 Keyword ist im Domainnamen (Second-Level) enthalten
 Keyword steht durch einer Entitäts-Assoziation (Unternehmen, Personen, Orte, Produkte, Dinge) in engen Zusammenhang mit dem Domainnamen (Second-Level)
 Keyword entspricht dem Subdomainnamen (Third-Level)
 Keyword entspricht der Domain-Erweiterung (Top-Level)

Marken-Metriken auf Domainebene
 Suchvolumen für die Marke/Domain
 Existenz/Qualität verifizierter realer Geschäftsinformationen
 Menge der Nennungen für den Domainnamen im Netz
 Häufigkeit des Zusammentreffens von Keyword und Marke im Netz
 Anzahl der Erwähnungen der Marke/Domain in sozialen Netzwerken
 Popularität der offiziellen Unternehmensprofile in sozialen Netzwerken

Negative Ranking-Faktoren
 Gesamtzahl der unnatürlichen Links auf die Seite/Subdomain
 Seite ist Duplicate Content
 Inhalt der Seite ist dünn
 Menge des überoptimierten Ankertextes für die Seite
 Nicht mobilgerätaefreundlich (für mobile SERPs)
 Keyword-Überfüllung im Dokument (Keyword stuffing)
 Seite verweist auf SPAM
 Seite hat relativ geringe Sucherzufriedenheit
 Langsame Seitengeschwindigkeit (Page Speed)
 Seite hat relativ schwache Engagement/Benutzer-Metriken
 Gesamtmenge der Werbung auf der Seite
 Seite verweist auf eine hohe Anzahl von 404-Seiten
 Ressourcen der Seite (CSS/JS) werden durch robots.txt blockiert
 Gesamtzahl der entwerteten Links von einer Seite und/oder Subdomain (disavowed)
 Seite enthält einen doppelten Title-Tag
 Nicht mobilgerätaefreundlich (für Desktop-SERPs)
 Seite enthält eine doppelte Metabeschreibung

"SEO Ranking Factors" created by siteway.de
 based on Moz.com's "Search Engine Ranking Factors 2015" (Expert Survey and Correlation Data)