Domain Authority

Stand: 29.11.2022

Definition

Die Domain Authority (DA) (deutsch: Webseiten Autorität) trifft Aussagen über die Relevanz und das damit verbundene Ranking einer Webseite in der organischen Suche einer Suchmaschine. Diese Bewertung findet auf der Grundlage unterschiedlicher Bewertungsfaktoren wie dem Domain Trust oder der Qualität des Contents statt. In der Praxis stellt die Domain Authority in der Regel keinen eigenständigen Key Performance Indicator (KPI) dar und ist nicht mit der Linkpopularität zu verwechseln. Vielmehr stellt die Bewertung eine zusätzliche Kennzahl für die Performance einer Webseite dar, die sich auf ein wahrscheinliches Rankingergebnis („rankability“) bezieht. Die Kennzahl wird dabei von unterschiedlichen Tools im Rahmen der Webanalyse errechnet und drückt sich in einer Zahl zwischen null und 100 aus. Anders als die Domain Authority bewertet die Page Authority den PageRank nur einzelne Seiten und keine Domains.

Bewertung der Domain Authority

Die Domain Authority wird anhand einer Vielzahl an Bewertungsfaktoren ermittelt. Ähnlich wie bei den Rankingfaktoren, die die Platzierung einer Seite auf einer Search Engine Result Page (SERP) beeinflussen, wurden auch die Bewertungsfaktoren für die Domain Authority nie von Suchmaschinen und Webanalyse-Tools veröffentlicht. Dementsprechend handelt es sich um Spekulationen, die auf Beobachtungen und Selbstversuchen beruhen. Darüber hinaus gibt es noch eine Vielzahl weiterer Faktoren wie Ergebnisse aus Bewertungsportalen und die Einbindung von Medieninhalten, die sich auf die Bewertung der Autorität auswirken. Insgesamt wirken sich ungefähr 40 unterschiedliche Faktoren auf das Ergebnis aus.
Einen ersten Bewertungsfaktor für die Domain Authority stellt das Alter der Domain dar. Demnach steigt die Autorität einer Webseite mit ihrem Alter. Mit der Zeit werden einer Webseite immer mehr und mehr Inhalte hinzugefügt, der immer mehr Traffic generiert. Dementsprechend werden ältere Domains von Suchmaschinen als relevanter und qualitativ hochwertiger bewertet. Auch die Sicherheit einer Seite kann sich auf die Domain Authority auswirken. Einen weiteren Bewertungsfaktor stellt der Transfer von Domain Trust dar. Dieser wird unter anderem durch den umfassenden Aufbau von Backlinks von Webseiten mit einem hohen Domain Trust generiert. Diese Verlinkungen sind besonders hochwertig, da Webseiten von einem Transfer der Domain Glaubwürdigkeit profitieren können.

Auch die Quantität und die Qualität der Backlinks hat einen Einfluss auf die Bewertung der Domain Authority. Hier spielt die Diversität eine entscheidende Rolle: Stammen die Verlinkung von vielen verschiedenen Seiten, wirkt sich dies positiv auf die Linkpopularität und die Bewertung der Domain Authority aus. Geht der generierte Traffic allerdings nur von einer einzigen Seite aus, könnten Suchmaschinen dies als Linkmanipulation bewerten und dementsprechend abstrafen. Neben der Quantität der Backlinks beeinflusst auch die thematische Einbettung der Verlinkungen die Bewertung. Die Verlinkungen sollten immer so platziert werden, dass sie dem Nutzer bei einem Klick auch einen Mehrwert bieten und nicht auf themenirrelevante Seiten verlinken. Darüber hinaus gilt, dass sich eine Linksammlung normalerweise über einen längeren Zeitraum hinweg entwickelt. Werden viele Backlinks innerhalb kurzer Zeit angelegt, könnte auch dies unter dem Aspekt der Black Hat SEO als Täuschungsversuch bewertet

werden.

Einfluss auf das Online Marketing

Die Bewertung der Domain Authority spielt aufgrund ihrer Aussagen über die Bewertung und das damit verbundenen Ranking einer Webseite für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) eine wichtige Rolle. Anhand der Kennzahl lässt sich unter anderem die Effektivität der Optimierungsmaßnahmen ablesen. Darüber hinaus basiert die Bewertung auf unterschiedlichen Rankingfaktoren wie der Linkpopularität und der Qualität der Verlinkungen, die für die Platzierung innerhalb der organischen Suche von Suchmaschinen indexiert werden.

Aufgrund der Vielzahl an unterschiedlichen Bewertungsfaktoren ist eine direkte Beeinflussung der Domain Authority schwierig. Da es sich bei der Kennzahl aber eher um eine Orientierung als um einen absoluten KPI handelt, sollten Webmaster sich von dem erreichten Score nicht zu stark beeinflussen lassen. Vielmehr gilt es, alle SEO-Maßnahmen – vor allem im Rahmen des Linkmanagements – weiter auszubauen und so indirekt auch eine Verbesserung der Domain Authority zu bewirken.