Domain Trust

Stand: 13.10.2022

Ähnlich wie ein umfassendes und engmaschiges Netz aus Backlinks entwickelt sich auch die Glaubwürdigkeit einer Webseite mit dem Domain Alter. Der Domain Trust wirkt sich zusammen mit einer Vielzahl anderer Rankingkriterien auf die Platzierung einer Webseite auf einer Ergebnisseite aus, ist allerdings nicht mit dem eigentlichen PageRank gleichzusetzen.

Definition

Domain Trust (deutsch: Domain Glaubwürdigkeit) beschreibt die Vertrauenswürdigkeit einer Webseite. Der Domain Trust stellt einen direkten Rankingfaktor dar, der sich auf die Platzierung der Webseite innerhalb der organischen Suche einer Suchmaschine auswirkt. Webseiten gelten für Crawler und Suchmaschinen als vertrauenswürdig, wenn sie hochwertigen Content mit einem Mehrwert für den Konsumenten bieten und frei von Spam oder anderen unlauteren Praktiken sind. Wurde eine Webseite beispielsweise in der Vergangenheit gehackt, wirkt sich dies negativ auf den Domain Trust aus. Darüber hinaus lässt sich die Glaubwürdigkeit einer Webseite auch durch Backlinks von Webseiten mit hohem Domain Trust verbessern.

Grundlagen und Hintergrund

Der Domain Trust wirkt sich zusammen mit einer Vielzahl anderer Rankingkriterien auf die Platzierung einer Webseite auf einer Ergebnisseite aus, ist allerdings nicht mit dem eigentlichen PageRank zu verwechseln.

Eingehende und ausgehende Links

Wird ein Backlink oder ein Deep Link für eine Seite auf einer Webseite mit einem hohen Domain Trust gesetzt, erhöht sich dadurch auch der Trust der verlinkten Webseite. Besonders vertrauenswürdige Webseiten sind zum Beispiel nytimes.com, zeit.de, Wikipedia, etablierte große Markenadressen oder auch offizielle Seiten von Berufsverbänden oder politischen Instanzen. Umgekehrt gilt auch, dass Verlinkungen auf Seiten, die aufgrund unterschiedlicher Spam-Praktiken oder Black Hat SEO gegen die Qualitätsrichtlinien von Suchmaschinen wie Google verstoßen, den Domain Trust der verlinkten Webseite mindern.

Entscheidend für die Bewertung des Domain Trust ist auch das Verhältnis von hochwertigen zu weniger hochwertigen Backlinks: Kann eine Domain eine Anzahl hochwertiger Verlinkungen vorweisen und von einem Transfer des Domain Trust profitieren, nimmt die Webseite im Fall einer Spam-Attacke durch eine Verlinkung auf einer gefährliche Seite weniger Schaden als eine Webseite, die keine hochwertigen Verlinkungen vorweisen kann. Darüber hinaus wirken sich auch Social Signals und Erwähnungen der Seite oder der Marke auf die Glaubwürdigkeit einer Webseite aus, denn starke Marken werden beim Ranking oftmals bevorzugt.

Ähnliches gilt auch für von einer Webseite ausgehende Links: Werden Backlinks auf Spam-Seiten gesetzt,

wirkt sich das negativ auf den eigenen Domain Trust aus. Suchmaschinen nehmen bei der Indexierung von Verlinkungen an, dass eine Seite, die auf gefährlichen Content oder Spam verweist, selber Spam produziert.

Einflussfaktoren für den Domain Trust

Neben der Qualität und Quantität der Links, gibt es noch weitere Einflussfaktoren, die ausschlaggebend für die Vertrauenswürdigkeit einer Seite sind. Suchmaschinen wie Google können bei der Indexierung einer Webseite unter anderem auch auf Registrationsinformationen zugreifen. Wenn ein Teil der Domains, die unter einer bestimmten Adresse registriert sind, als nicht vertrauenswürdig bewertet werden, mindert das den Domain Trust aller unter der Adresse registrierten Webseiten. Wenn ein Teil der Webseiten einen hohen Domain Trust genießt, überträgt sich dieser aber auch umgekehrt auf die anderen registrierten Webseiten. Auch eine fehlende Kontaktmöglichkeit und ein fehlendes Impressum mit Angaben zum Seitenbetreiber wirken sich negativ auf den Domain Trust aus. Gleiches gilt für ein Impressum in Bildform, denn Bilddateien können von Bots nicht hinreichend ausgelesen werden. Es gilt, dass gewerbliche Webseiten laut Telemediengesetz immer eine Ausweisung bezüglich des Webseitenbetreibers und eine schnelle Kontaktmöglichkeit aufweisen müssen. Ist dies nicht der Fall, wird eine Webseite als nicht vertrauenswürdig eingestuft.

Analysetools wie Google Analytics werten unter anderem die Nutzeraktivitäten auf einer Webseite aus. Indexiert die Suchmaschine eine Webseite, kann sie auch auf diese Nutzerdaten zugreifen und bezieht diese in die Bewertung der Webseite ein. Das Verhalten der User auf Spam-Seiten unterscheidet sich in Hinblick auf die Verweildauer und die Bounce Rate maßgeblich von dem auf vertrauenswürdigen Seiten. Einer natürlichen Nutzeraktivität wird ein entsprechender Domain Trust zugewiesen und umgekehrt.

Auch der Content und die Elemente einer Webseite wirken sich auf die zugeschriebene Glaubwürdigkeit einer Seite aus. Umformatierte Texte mit vielen Fehlern, Dublicate Content oder Texte mit falschen Tatsachenbehauptungen deuten auf eine schlecht gepflegte oder unechte Seite hin. Dementsprechend niedrig wird der Domain Trust der Seite durch einen Crawler bewertet.

Einfluss auf das Online Marketing

Im Rahmen der Webanalyse ist der Domain Trust eine wichtige Kennzahl, um die eigene Webseite einzustufen und bewerten zu können. Der Domain Trust kann als Ausgangspunkt für die nachhaltige Optimierung der Linkstruktur im Rahmen des Linkmanagements dienen.

Da die Bewertung des Domain Trust ausschlaggebend für die Platzierung einer Webseite auf der SERP ist, sollte ein regelmäßiges Monitoring erfolgen und das Linkbuilding strategisch vorgenommen werden. Ist eine Seite oder ein Online-Shop vertrauenswürdig, kann der Webseitenbetreiber den Webseitenbesuchern dies durch die Einbindung von Trust-Signalen wie Trusted Shops verdeutlichen. Darüber hinaus profitieren Betreiber auch von aufgeräumten und gepflegten Webseiten, seriösen Zahlungsmöglichkeiten und verschlüsselte https-Verbindungen. Das Einbinden unabhängiger Online-Bewertungen hat zwar keinen Einfluss auf den indexierten Domain Trust, wirkt sich aber positiv auf die Wahrnehmung der Seite durch die Kunden aus und steigert zudem die Kaufbereitschaft.