

PRESSEMITTEILUNG

Neue Searchmetrics-Studie enthüllt die Erfolgsgeheimnisse für Baidu, Chinas wichtigster Suchmaschine

- **Verlinkungen zu in China offiziell gesperrten Websites wie Facebook und YouTube verschlechtern das Baidu-Ranking nicht.**
- **75 Prozent der Websites, die auf den ersten zehn Plätzen bei Baidu ranken, sind .com-Domains.**
- **Verweis auf einen chinesischen Social-Media-Kanal wie WeChat oder Weibo erhöht gute Website-Platzierung bei Baidu.**

Berlin, 28. Oktober 2020 - Searchmetrics, Anbieter einer Search- und Content-Marketing-Plattform, veröffentlicht die „[Baidu Ranking Factors Correlation Study](#)“. Die Studie räumt mit einer Vielzahl von Mythen, was für ein hohes Ranking in der chinesischen Suchmaschine Baidu unerlässlich ist, auf. Und bietet zudem einen umfassenden Leitfaden mit vergleichenden Benchmarks und Ratschlägen, die SEOs und Marketern helfen, ihre Rankings auf Baidu zu verbessern. Searchmetrics hat hierfür die Top10-Suchergebnisse für 50.000 mandarin-chinesische Keywords analysiert.

„Je nachdem, welche Studie Sie lesen, hat China die USA entweder bereits als weltgrößten E-Commerce-Markt überholt oder wird dies in den nächsten ein bis zwei Jahren tun. Dies bedeutet, dass die Ausrichtung auf China eine große Geschäftsmöglichkeit für westliche Marken darstellt“, so Matt Colebourne, CEO von Searchmetrics. „Hierbei ist wichtig zu wissen, dass 70 Prozent aller chinesischer Suchanfragen über Baidu gestellt werden. Deshalb ist es enorm wichtig, Ihre Website in den organischen Baidu-Suchergebnissen sichtbar zu machen. Unsere neue Searchmetrics-Studie enthält daher detaillierte und zuverlässige Informationen, die Ihnen dabei helfen, genau das zu erreichen.“

Bei der Analyse der Baidu-Ranking-Faktoren, die sich positiv auf das Ranking von Websites auswirken, wurden Baidu-eigene Websites ausgeschlossen. Grund hierfür ist, dass sich bereits zu Beginn der Studie gezeigt hat, dass Baidu dazu neigt, viele seiner eigenen Online-Angebote in den Suchergebnissen zu bevorzugen. Hierzu zählen unter anderem die eigene Q&A-Plattform Baidu Zhidao sowie die Blogging-Plattform Baidu Baijiahao. Tatsächlich erscheinen Baidu-eigene Websites bei den meisten

Suchanfragen im Durchschnitt mit etwa zwei Ergebnissen auf Seite eins und in fast 40 Prozent aller Rankings auf Platz eins.

Die fünf wesentlichen Ergebnisse der Baidu Ranking Correlation Study:

1) Links zu Facebook, YouTube und Google haben keine negativen Auswirkungen auf das Baidu-Ranking

Da China den Zugang zu zahlreichen ausländischen Websites wie Facebook, YouTube, Twitter und Google blockiert, wird häufig angenommen, dass ein Verweis auf diese Websites das Ranking verschlechtert. Grund hierfür ist, dass eine Verlinkung zu blockierten Seiten eine schlechte Nutzererfahrung schafft. Jedoch ist das Gegenteil der Fall: Die Daten suggerieren, dass sich solche Links sogar leicht positiv auf das Ranking auswirken können (der Korrelationswert liegt hier bei 0,66¹).

Die häufigsten Verweise auf blockierte Websites waren zu Facebook und YouTube. Searchmetrics geht nicht davon aus, dass diese Verlinkungen sich wirklich positiv auf das Ranking auswirken, sondern meist noch vorhanden sind, da viele nicht-chinesische Marken nicht darauf achten, sie aus ihren Web-Design-Templates zu entfernen.

2) .com-Domains ranken am höchsten

Mehr als 75 Prozent der Websites, die auf Baidu.com auf der ersten Seite ranken, sind .com-Domains. Chinesische Top-Level-Domains (TLDs), einschließlich .cn, .com.cn, .org.cn oder .net.cn, erreichen zusammen nur 9,36 Prozent aller Top-10-Platzierungen. Diese Ergebnisse widerlegen den weit verbreiteten Mythos, dass für ein gutes Ranking auf Baidu eine chinesische TLD notwendig ist.

3) Verweise auf chinesische Social-Media-Kanäle sind essentiell

Auf 99 Prozent der Websites, die auf der ersten Seite bei Baidu ranken, gibt es mindestens einen Hinweis oder eine Erwähnung zu einem beliebten chinesischen Social-Media-Netzwerk wie QQ, WeChat oder Weibo. Das bedeutet nicht, dass Brands auf ihrer Website immer eine Verlinkung zu einem chinesischen Social-Media-Netzwerk haben müssen, denn auch die Angabe einer QQ-Nummer, mit der sich die Nutzer verbinden können oder ein WeChat-QR-Code zum Scannen und Verbinden, wird in der Studie als Verweis gezählt.

„Diese sozialen Kanäle sind beliebte Kommunikationsmittel in China, sodass es nicht überraschend ist, dass sie auf höher gerankten Seiten so oft verlinkt werden“, sagt Marcus Pentzek, Chief SEO Consultant bei Searchmetrics und Autor der Studie.

4) Exact Match Keywords können vernachlässigt werden

Marketing- und SEO-Profis, die Websites für Google optimieren, würden erwarten, dass Keywords, die in Suchanfragen verwendet werden, auch im Textkörper der Website erscheinen müssen. Für

chinesischsprachige Suchergebnisse auf Baidu ist dies nicht zwingend der Fall. Denn nur 34 Prozent aller Websites in den Baidu Top10-Rankings enthalten das exakt passende Keyword auch im Textkörper. Demnach besteht keine positive Korrelation, die nahelegt, dass die Verwendung von Exact Match Keywords wichtig ist, um das Ranking auf Baidu zu verbessern.

„Chinesische Keywords bestehen oft aus einer Reihe verschiedener Zeichen. Dabei kann ein und dasselbe Zeichen mehrere Bedeutungen haben, je nach Position des Zeichens“, erklärt Marcus Pentzek. „Baidu erfasst dies und kann eine Seite als relevant einstufen, selbst wenn in der Suchanfrage andere relevante Schriftzeichen oder Schriftzeichen-Kombinationen verwendet wurden.“

5) Je mehr Backlinks eine Website aufweist, desto höher rankt sie

Das Ranking auf Baidu wird mit einem Korrelationswert von 0,9 stark von der Anzahl der Backlinks auf einer Website beeinflusst. Der Median für die Anzahl der Backlinks auf den Top10-Baidu-Ranking-Seiten beträgt 76.250. Jedoch gibt es auch Websites, die mit einer weitaus geringeren Anzahl an Backlinks ein gutes Ranking erzielen. Darüber hinaus ist es auch wichtig, dass die Links von vielen verschiedenen Websites stammen und von Websites, die selbst gut sichtbar in den Suchergebnissen sind.

„In der Vergangenheit war Baidu dafür bekannt, dass die Suchergebnisse durch den Kauf oder Austausch von Backlinks manipuliert und die Rankings auf diese Weise verbessert werden können“, sagt Marcus Pentzek. „Dies ist nach unserer Erfahrung nicht mehr der Fall. Die Suchmaschine ist nun in der Lage, ‚Spammy‘-Backlinks deutlich besser zu erkennen. Die Daten deuten darauf hin, dass es wichtig ist, eine große Anzahl von Links von einer Vielzahl qualitativ hochwertiger Websites zu integrieren.“

Weitere interessante Ergebnisse der Studie sind:

- Die Verwendung von Keywords in der Meta Description weist keine Korrelation zu Rankings auf. Tatsächlich zeigt die Analyse, dass Keywords in der Meta Description der Top10-Ranking-Positionen nicht verwendet wurden.
- Längere Inhalte ranken besser. Die in den Baidu Top10 platzierten Seiten weisen im Durchschnitt eine Länge von 3.194 Zeichen auf, was in etwa 680 englischen Wörtern entspricht.
- Um eine gute Platzierung zu erreichen, scheinen ungeordnete Listen ein Muss. 90 Prozent der auf Position 1 und 2 gelisteten Websites enthalten ungeordnete Listen.

Die komplette Studie „Baidu Ranking Factors Correlation Study“ steht [hier](#) kostenlos zum Download zur Verfügung.

Über die Daten

Die „Baidu Ranking Factors Correlation Study“ von Searchmetrics basiert auf einer Analyse der Top10 Rankings von Baidu für über 50.000 mandarin-chinesische Wörter unter Verwendung vereinfachter chinesischer Schriftzeichen. Ziel der Untersuchung war es, diejenigen Faktoren zu identifizieren, die mit einem hohen Ranking in den Suchergebnissen von Baidu korrelieren. Darüber hinaus wurden Elemente auf den Websites identifiziert, die in den Top10-Suchergebnissen zu finden sind. Die Korrelationswerte werden angegeben, um anzuzeigen, ob ein Faktor mit den Top-Rankings von Baidu korreliert oder nicht. Alle Korrelationen basieren stets auf dem vollständigen Datensatz, unter Ausschluss Baidu-eigener Websites.

Darüber hinaus werden im Rahmen der Analyse Medianwerte angegeben, da diese einen genaueren Eindruck von den wahren Trends vermitteln. Reine Durchschnittswerte können durch Ausreißer unverhältnismäßig stark verzerrt werden. Ausnahmen hiervon sind deutlich gekennzeichnet.

*¹Die Korrelationen wurden mit **Spearman's Rangkorrelationskoeffizienten** berechnet. Ein Koeffizientenwert von +1 impliziert eine perfekte positive Korrelation und ein Wert von -1 eine perfekte negative Korrelation. In der Analyse von Searchmetrics tritt ein hoher positiver Korrelationskoeffizient für einen Faktor auf, wenn höher gerankte Seiten ein Feature bzw. mehr von einem Feature aufweisen, während niedriger gerankte Seiten dieses Feature nicht bzw. weniger von diesem Feature aufweisen. Es bleibt anzumerken, dass ein korrelierender Wert nicht zwingend mit einem Ranking-Faktor gleichzusetzen ist.*

Über Searchmetrics

Searchmetrics macht Erfolg planbar. So können datenbasiert arbeitende Marketer ihre Search- und Content-Ziele nachhaltig erreichen. Das Unternehmen, seine Partner und Kunden sind davon überzeugt, dass Entscheidungen, die aufgrund von Daten getroffen werden, zu besseren Ergebnissen führen.

Searchmetrics wurde 2005 als digitale Agentur gegründet und hat sich zum globalen Anbieter einer Software-Plattform entwickelt, der zudem Daten und die Expertise anbietet, um Unternehmen zu mehr Online-Umsatz und einer höheren Brand Awareness zu verhelfen.

Die Ausrichtung auf Innovation hat Searchmetrics dabei geholfen, das Wachstum bekannter Marken wie eBay, Siemens und Zalando im wettbewerbsintensiven Online-Markt zu unterstützen. Weltweit haben bereits Tausende von Unternehmen von

der Zusammenarbeit mit Searchmetrics und dem umfassenden Unternehmens-Portfolio an Daten, Software und Dienstleistungen profitiert.

Searchmetrics entwickelt innovative Lösungen, die den Herausforderungen der Online-Welt gerecht werden. Das Unternehmen liefert kundenorientierte Produkte und ergebnisfokussierte Beratung, die einen spürbaren Mehrwert für seine Kunden schaffen, sowie individuelle und skalierbare Daten anhand von On-Demand-Marktanalysen.

Weitere Informationen unter www.searchmetrics.com/de.

Pressekontakte:

Nadja Schiller
Searchmetrics GmbH
Director Global Marketing Communications
+49 30 322 95 35 - 52
n.schiller@searchmetrics.com

Shari Lüning
ELEMENT C
Consultant PR
+49 89 720 137 25
s.luning@elementc.de