

Mareike Doll

SEO-Texte mit der WDF*IDF Formel erstellen

Über die Nützlichkeit von WDF*IDF ist in den vergangenen Monaten in der SEO-Szene heiß diskutiert worden. Ob sich damit die gewünschten Ergebnisse erreichen lassen, sei dahingestellt. Aber wie geht man bei der Erstellung von Texten nun eigentlich konkret vor? Welche Hilfen bieten Tools, wie zuverlässig sind die Werte, die diese liefern, und wo liegen ihre Grenzen?

Theoretisch lässt sich mit der WDF*IDF-Formel ziemlich genau berechnen, wie häufig ein Keyword im Text einer Webseite vorkommen und wie häufig andere Begriffe, die sogenannten Proofkeywords, enthalten sein müssen, um der Suchmaschine das Signal zu senden, dass die Seite thematisch relevant ist. Aber wie genau kommt man jetzt eigentlich an diese Werte? Dank diverser Tools ist der Arbeitsaufwand inzwischen durchaus vertretbar. Einen konkreten Text aus den vorgegebenen Werten zu erstellen, fällt Textern aber häufig schwer. Besonders einen Text zu verfassen, der die Keywords in der vorgegebenen Gewichtung beinhaltet und sich trotzdem gut lesen lässt, ist nicht immer einfach. Mit ein bisschen Geschick und kritischer Hinterfragung der gelieferten Werte sollte einem geübten Texter der Spagat zwischen gutem und suchmaschinenoptimiertem Text aber gelingen.

Analyse

Bevor mit der Recherche und dem Schreiben begonnen wird, ist es ratsam, eine WDF*IDF-Analyse zum jeweiligen Keyword durchzuführen. Um den Arbeitsaufwand gering zu halten, empfiehlt es sich, dabei auf ein WDF*IDF-Tool zurückzugreifen, zum Beispiel das von OnPage.org. Aber auch von anderen Anbietern gibts es Tools, die WDF*IDF ähnlich abbilden. Nach dem Prinzip, was auf den ersten zehn Plätzen der Google-Suchergebnisse gelistet wird, muss auch gut sein, orientiert sich das Tool von OnPage.org an den Top-10-Suchergebnissen zum gewählten Keyword. Gibt man das gewünschte Keyword in das dafür vorgesehene Feld ein, erstellt das Tool eine Liste mit den 75 stärksten Termen, die im Umfeld dieses Keywords auf den untersuch-

ten Webseiten auftauchen. Dies sind die sogenannten Proofkeywords. Sortiert sind sie nach ihrer Relevanz, dem WDF*IDF-Wert. Theoretisch sollte es nun genügen, einen Text zu schreiben, der die aufgelisteten Begriffe beinhaltet, und zwar genau in dem vorgegebenen Verhältnis. Der maximale WDF-Wert (WDFMax), der ebenfalls vom Tool angegeben wird, sollte dabei nicht überschritten werden, da Google sonst die Seite des [Keyword-Stuffings*](#) bzw. Spams verdächtigen könnte.

Für die Texterstellung kann man den Textassistenten von OnPage.org nutzen. Nach der Analyse ist dieser über den Button „Als Vorlage benutzen“ erreichbar. Im Assistenten-Modus gibt er Auskunft darüber, welcher Begriff im Text noch fehlt, welche Begriffe häufiger auftauchen sollten und welche zu häufig vorkommen. Der Detail-Modus zeigt die genauen WDF- und WDF*P*IDF-Werte an. Während des Schreibens berechnet das Programm die Werte immer wieder neu und registriert jede Änderung im Text. Allerdings führt diese Methode zu wildem Herumexperimentieren mit Keywords und Proofkeywords. Eine strategische Vorgehensweise ist so kaum möglich. Auch sollte man vor der Erstellung des Textes das verwendete Tool genauer unter die Lupe nehmen und die Aussagekraft der vorgegebenen Werte überprüfen. Führt die ausschließliche Orientierung an diesen Werten überhaupt zum Ziel?

WDF*IDF-Tools – wie hilfreich sind sie?

Leider weisen WDF*IDF-Tools, die sich an Google-Suchergebnissen orientieren, ganz klare Mängel auf. Bekanntlich ist der Text einer Web-

DIE AUTORIN



Mareike Doll ist Online-Redakteurin bei SEOPT e. K. und beschäftigt sich hauptsächlich mit der Konzeption und Erstellung von Themenwelten, schreibt suchmaschinenoptimierte Texte und betreut unterschiedliche Blogs.

*siehe Online-Glossar unter www.websiteboosting.com

Term	N _{Total}	TF _{Total}	Kumuliert	
			WDF _{Max}	WDF*IDF _{Max}
staubsaugerbeutel	8	229	0.59	10.87
staubfilterbeutel	4	26	0.40	9.07
staubbeutel	6	46	0.46	8.80
airspace	3	52	0.53	8.55
micropor	2	25	0.41	8.38
sebo	5	51	0.52	8.21
swirl	9	115	0.58	8.15
hyclean	3	20	0.36	7.66
progress	6	42	0.51	6.45
zzgl	4	37	0.43	6.42
staubsauger	9	42	0.42	6.30
filterset	2	12	0.36	6.16
miele	7	61	0.45	6.15
prüfen	2	21	0.44	6.12
eur	4	65	0.47	5.73
kärcher	7	20	0.36	5.67
warenkorb	5	33	0.46	5.62
geeignet	2	30	0.43	5.48
saturn	5	23	0.42	5.28
lieferbar	2	27	0.39	5.26
mwst	5	46	0.42	5.25
kobold	3	13	0.31	5.24

Abb. 1: Liste mit relevanten Termen zum Keyword „Staubsaugerbeutel“ von OnPage.org (Stand: 21.05.2013)

seite ein wichtiger Rankingfaktor, aber eben nicht der einzige. Ob die ausgewerteten Webseiten nun aufgrund ihrer textlichen Inhalte oder dank anderer Faktoren ranken, berücksichtigt ein Tool nicht. Außerdem liest es den kompletten Text der Webseite aus, ohne zu differenzieren, ob es sich dabei um den tatsächlichen Inhaltstext handelt oder um Header, Footer oder Navigation. In den letzten drei Bereichen erscheinen Begriffe, die mit der Thematik des Keywords überhaupt nichts zu tun haben müssen, aber trotzdem die Auswertung beeinflussen.

Darüber hinaus unterscheidet ein Tool nicht, wie viel Text sich auf der Seite befindet und ob es sich dabei um einen zusammenhängenden Text oder Aufzählungen handelt. Die Kategorie-seite eines Onlineshops weist für gewöhnlich weniger Fließtext auf als Ratgeberbereiche oder andere Themen-seiten. Ihr Inhalt besteht hauptsächlich aus Artikellisten. Handelt es sich

bei dem Keyword um eine Artikelbezeichnung, zum Beispiel „Schlaufenschal“, taucht es auf der Kategorie-seite zu Schlaufenschal viel häufiger auf als in einem zusammenhängenden Text zu diesem Thema. Trotzdem befinden sich häufig auch Kategorie-seiten unter den Top-10-Suchergebnissen. Dies verfälscht die Werte.

Ein Beispiel soll dies verdeutlichen. Gibt man im WDF*IDF-Tool von OnPage.org den Begriff „Staubsaugerbeutel“ ein, erhält man eine Liste mit relevanten Begriffen zu diesem Keyword. Ganz oben steht wie erwartet das Keyword selbst mit einem WDF*IDF-Wert von 10,87. (Allerdings kommt es auch vor, dass das Keyword erst an zweiter oder dritter Stelle auftaucht, zum Beispiel bei „Kindermodet“. Hier befindet sich „Vertbaudet“ an der Spitze. Es handelt sich dabei um einen Markennamen.) Weitere Begriffe, die objektiv betrachtet ins semantische Umfeld des Keywords passen, sind „Staubfilterbeutel“ (9,07), „Staubsauger“ (6,30) und „Filterset“ (6,16). Allerdings erscheinen auch Terme wie „zzgl.“ (6,42), „Warenkorb“ (5,62) und „lieferbar“ (5,26), die nicht in direktem Bezug zu dem Keyword stehen, relativ weit oben. Wie gelangen sie hierhin? Um dies zu überprüfen, wirft man einen Blick auf die ausgewerteten Seiten.

Sucht man über Google nach dem Begriff „Staubsaugerbeutel“, erscheinen unter den ersten zehn Suchergebnissen fast ausschließlich Onlineshops. Neben bekannten Verkaufsplattformen wie Amazon, Ebay und Saturn, die mit Kategorie-seiten oder Einkaufstipps vertreten sind, zählen hierzu auch Startseiten kleinerer Onlineshops, die sich speziell auf den Verkauf von Staubsauger-beuteln und Staubsaugenzubehör spezialisiert haben. Außerdem wird noch eine Preisvergleichsseite gefunden und zwei Internetpräsenzen von Staubsaugerbeutelherstellern. Einen relativ umfangreichen textlichen Inhalt weisen nur drei der Webseiten auf, zwei der Online-

shops und eine der Herstellerseiten. Die anderen Webseiten verzichten ganz darauf oder begnügen sich mit einem kurzen Text, in dem das Keyword zwar vorkommt, der aber kaum differenzierte Informationen enthält. Über ein „Bei uns finden Sie Staubsaugerbeutel für Staubsauger in unterschiedlichen Größen und für unterschiedliche Staubsaugermodele wie ...“ reichen sie kaum hinaus. Der größte Teil des textlichen Inhalts dieser Seiten besteht aus Artikellisten. Darüber, wie der Begriff „Staubsaugerbeutel“ in anderen Texten gewichtet ist, oder über sein semantisches Umfeld sagen diese Seiten nur wenig aus. Die Wahrscheinlichkeit, dass sie aufgrund dieses Faktors ranken, ist eher gering. Als Vorlage für einen WDF*IDF-Text lassen sie sich daher nur bedingt einsetzen.

Sich blind auf die Werte eines solchen Tools zu verlassen, ist also nicht der Weg zu einem nach WDF*IDF optimierten Text. Sowohl die Liste der relevanten Begriffe als auch die ausgewerteten Webseiten müssen kritisch geprüft und die angegebenen WDF*IDF-Werte dahin gehend relativiert werden. Begriffe, die mit dem Keyword objektiv betrachtet nichts zu tun haben, können bedenkenlos gestrichen werden. Die WDF*IDF-Werte sind nur bedingt aussagekräftig und können daher eher als Orientierung denn als feste Vorgaben dienen.

Proofkeywords

Wirklich nützlich bei der Erstellung eines Textes sind die noch verbliebenen Proofkeywords. Auch wenn man sich nicht sklavisch an die Vorgaben hält, geben sie Aufschluss über das semantische Umfeld des Keywords. Sie helfen dem Texter dabei, die richtige Thematik aufzugreifen und dienen als Schlagworte, an denen er sich bei der Recherche orientieren kann. Begriffe, die mit der Thematik ebenfalls in Verbindung gebracht werden, aber nicht unter den Proofkeywords auftauchen, können eher



Abb. 2: Ranking Beispiel 1, Quelle: KeywordMonitor

vernachlässigt werden als solche mit hohem WDF*IDF-Wert. Es ist dabei gar nicht nötig und meist auch nicht möglich, alle Proofkeywords in den Text aufzunehmen, denn auch in den Top-10-Suchergebnissen kommen die wenigsten Begriffe tatsächlich auf allen Webseiten vor. Auch hierüber gibt das Tool von OnPage.org Auskunft. Der Wert NTotal bezeichnet die Anzahl der Seiten, auf denen der jeweilige Term auftaucht.

Bei der Gewichtung von Termen innerhalb eines HTML-Dokuments spielen auch formale Elemente eine Rolle. So werden Überschriften und andere Hervorhebungen wie fette oder kursive Textstellen als wichtiger erachtet denn normaler Fließtext. Auch der Anfang eines Textes wird höher bewertet als der Mittelteil. Hier bietet es sich an, das Keyword und auch das ein oder andere Proofkeyword unterzubringen. In Bezug auf den Staubsaugerbeutel heißt dies, dass auch Begriffe wie „Staubsauger“ und „Filterset“ im Text aufgegriffen und an taktisch geschickt gewählten Stellen platziert werden sollten, wie in Zwischenüberschriften, am Textanfang oder in fetter oder kursiver Formatierung.

Über den Tellerrand blicken

Die Erstellung eines Textes nach dem WDF*IDF-Prinzip ist also eine Orientierung an den Texten der Konkurrenz. Benutzt man ein Tool, das nur die zehn besten Ergebnisse auswertet, ist es in etwa so, als würde sich ein Texter bei seiner Recherche ausschließlich auf die

ersten zehn Google-Ergebnisse verlassen, ohne zu überprüfen, ob die vorgegebenen Informationen richtig oder falsch sind. Der fertige Text bietet dann keine Informationen, die über die bereits in den Top 10 vorhandenen hinausreichen. Da diese Informationen aber bereits vorhanden sind, stellt sich die Frage, warum Google eine weitere Webseite mit identischem Inhalt weiter oben ranken lassen sollte. Sie bietet schließlich keinen Mehrwert. Eine ausschließliche Konzentration auf die Proofkeywords bei der Recherche kann also auch nicht die Lösung sein.

Aber die Auswertung des Tools zeigt auch an, welche Begriffe noch nicht unter den Top-10-Suchergebnissen vertreten sind. Dies gibt dem Texter die Möglichkeit, eigene Schwerpunkte zu setzen und sich so von den restlichen Inhalten abzusetzen. Wichtig ist in diesem Fall, eine eigene Nische zu finden.

Ist der Text fertig, empfiehlt es sich, ihn anschließend noch einmal zu überprüfen. Hierzu kann man wieder den Textassistenten von OnPage.org verwenden. Wichtig ist jetzt, dass das Keyword den höchsten WDF*P*IDF-Wert aufweist und den WDFMax-Wert nicht überschreitet. Letzteres gilt auch für die verwendeten Proofkeywords. Notfalls müssen zu häufig gebrauchte Begriffe durch Synonyme oder Umschreibungen ausgetauscht oder hier und da noch zu wenig genutzte Begriffe hinzugefügt werden. Und fertig ist der WDF*IDF-Text.

Eine alternative Methode

Die WDF*IDF-Formel bietet also klare Anhaltspunkte für die Erstellung eines Textes. Vor allem die Auswertung des semantischen Umfeldes des Keywords erweist sich als nützlich, solange man die Werte kritisch prüft. Allerdings sollte ein guter Texter, der eine Thematik ausreichend recherchiert hat, in der Lage sein, einen Text zu erstellen, der diesen Anforderungen auch ohne vorherige Analyse gerecht wird. Wer sich mit einem Thema gründlich beschäftigt hat, nutzt die passenden Begrifflichkeiten intuitiv. Und wie hilfreich die WDF*IDF-Formel auch sein mag, eine gründliche Recherche vor der Texterstellung kann sie nicht ersetzen.

Eine alternative Methode zur oben beschriebenen Weise der WDF*IDF-Optimierung besteht darin, zuerst den Text zu schreiben, ihn anschließend mithilfe des Tools zu überprüfen und ihn gegebenenfalls noch anzupassen. Auch diese Vorgehensweise hat durchaus ihre Berechtigung und führt bei richtiger Anwendung zum Ziel. Texte, die sich durch feste Proofkeyword-Vorgaben in ihrer Kreativität eingeschränkt fühlen, sind auf diese Weise etwas freier in der Texterstellung. Allerdings kommt hinterher mehr Arbeitsaufwand auf sie zu, da eventuell noch zusätzliche Textpassagen erstellt oder Textstellen gestrichen werden müssen. Das Ergebnis sollte aber dasselbe sein.

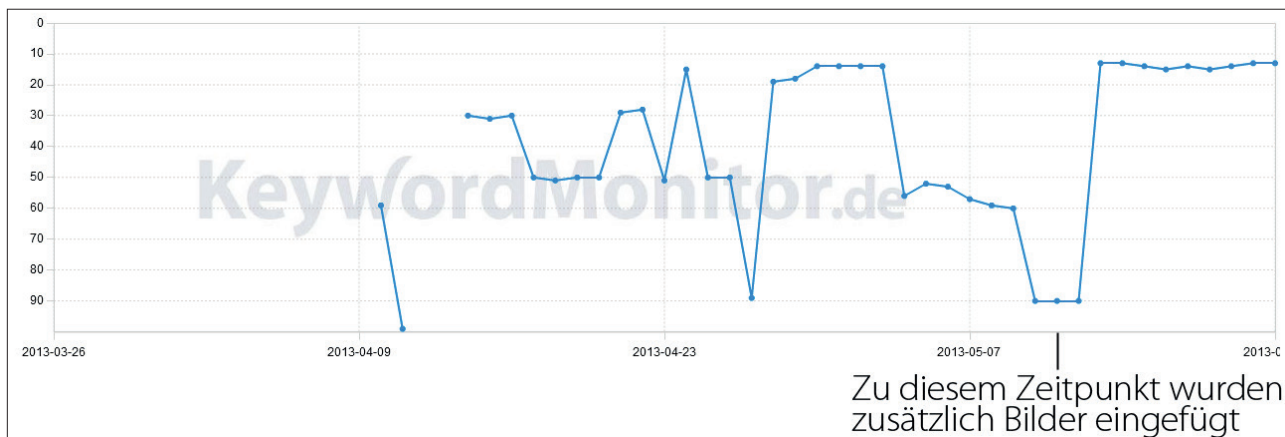


Abb. 3: Ranking Beispiel 2, Quelle: KeywordMonitor

Erfahrungswerte

So viel zur Theorie der Texterstellung. Aber was genau bewirkt WDF*IDF jetzt? Es ist ziemlich schwierig, pauschale Antworten auf diese Frage zu geben. Viele Faktoren spielen beim Ranking einer Webseite eine Rolle. Ob der optimierte Text im jeweiligen Fall ausschlaggebend ist, lässt sich nur schwer nachvollziehen. Trotzdem sollen hier einige Beispiele genannt werden, die mehr oder weniger aufschlussreiche Aussagen über die Wirkung von WDF*IDF machen.

Beispiel 1

Bei dem ersten Beispiel handelt es sich um einen Text über Kinderschuhe, der für eine Unterseite eines Onlineshops für Kindermode erstellt wurde. Das Keyword, auf das der Text optimiert ist, besteht aus vier Gliedern und bezeichnet einen Markennamen. Der Text umfasst knapp 2500 Wörter und enthält sowohl eine Hauptüberschrift und mehrere Zwischenüberschriften als auch Hervorhebungen in Form fett gedruckter Schrift. Bei der Texterstellung wurde zunächst keine Rücksicht auf WDF*IDF-Werte und Proofkeywords genommen. Stattdessen lag der Fokus auf einer umfangreichen Recherche, guten und erschöpfenden Informationen und einer guten Lesbarkeit.

Als Nächstes folgte eine WDF*IDF-Analyse mit dem Tool von OnPage.org. Um eine Annäherung an den WDF*IDF-Wert zu erreichen, wurde das Keyword hier und da noch einmal wie-

derholt. Auch sinnvolle Proofkeywords, die bisher im Text gar nicht oder nur vereinzelt auftauchten, kamen noch hinzu, bis der Text in etwa den vorgegebenen Werten entsprach. Das Ergebnis ist ein langer Text, der sich nicht mehr ganz so gut lesen lässt. Das Keyword kommt subjektiv betrachtet sehr häufig im Text vor, dabei liegt die tatsächliche [Keyworddichte](#)* in diesem Fall bei gerade mal 2%. Da es sich um ein viergliedriges Keyword handelt, ist dies schon sehr auffällig. Der Lesbarkeit des Textes kommt WDF*IDF also nicht unbedingt zugute.

Anschließend wurde der reine Text online gestellt.

Es dauerte nicht lange, bis die Unterseite vom Google-[Crawler](#)* gefunden wurde. Schon nach einer Woche stieg sie in den Ergebnissen auf Seite 3 ein. Wie man dem Grafen in Abb. 2 entnehmen kann, hielt sie sich fast zwei Wochen nahezu konstant zwischen Platz 28 und 30, ohne dass etwas am Inhalt geändert oder die Seite durch Linkaufbau unterstützt wurde. Kurz nachdem zwei Tabellen und sechs Bilder eingefügt wurden, stieg sie um 16 Plätze und landete schon nach zwei Wochen auf Seite 2. Nach zehn weiteren Tagen eroberte sie die erste Seite der Suchergebnisse. Auch wenn der Aufstieg jetzt langsamer vor sich ging und sie hin und wieder auf Seite 2 zurückfiel, war doch eine steigende Tendenz zu beobachten, bis sie schließlich mit Platz vier ihren bis jetzt höchsten Stand erreicht hatte.

Nebenbei sei erwähnt, dass vorher bereits andere Unterseiten für diesen Onlineshop erstellt wurden, die in Bezug auf Textlänge und formale Strukturierung in etwa diesem Text entsprachen. Allerdings waren diese nicht nach WDF*IDF optimiert und auch auf eine bestimmte [Keyworddichte](#)* wurde bei der Erstellung kein Wert gelegt. Keine dieser anderen Seite schaffte es ansatzweise, unter die ersten 100 Suchergebnisse zu gelangen.

Es scheint also tatsächlich so, dass die WDF*IDF-Optimierung einen deutlichen Einfluss auf die Platzierung in den Suchergebnissen hat. Allerdings sollte berücksichtigt werden, dass der Text auch nach anderen Gesichtspunkten optimiert wurde und sich zudem auch andere Inhalte auf der Unterseite befinden. Ob die gute Platzierung allein durch WDF*IDF bewirkt wurde, lässt sich daher nicht hundertprozentig sagen. Auffällig ist, dass sie einen Sprung nach oben machte, nachdem Bilder eingefügt wurden. Aber auch dabei kann es sich natürlich um einen Zufall handeln.

Beispiel 2

Beispiel 2 zeigt ein weniger erfreuliches Ergebnis. Diesmal geht es um einen Text, der etwas später für eine weitere Unterseite desselben Onlineshops erstellt wurde. Das Keyword ist zweigliedrig und der Text, der nach denselben formalen Prinzipien optimiert wurde, umfasst lediglich 1500 Wörter. Wieder geht es um Kinderschuhe, diesmal aller-

*siehe Online-Glossar unter www.websiteboosting.com

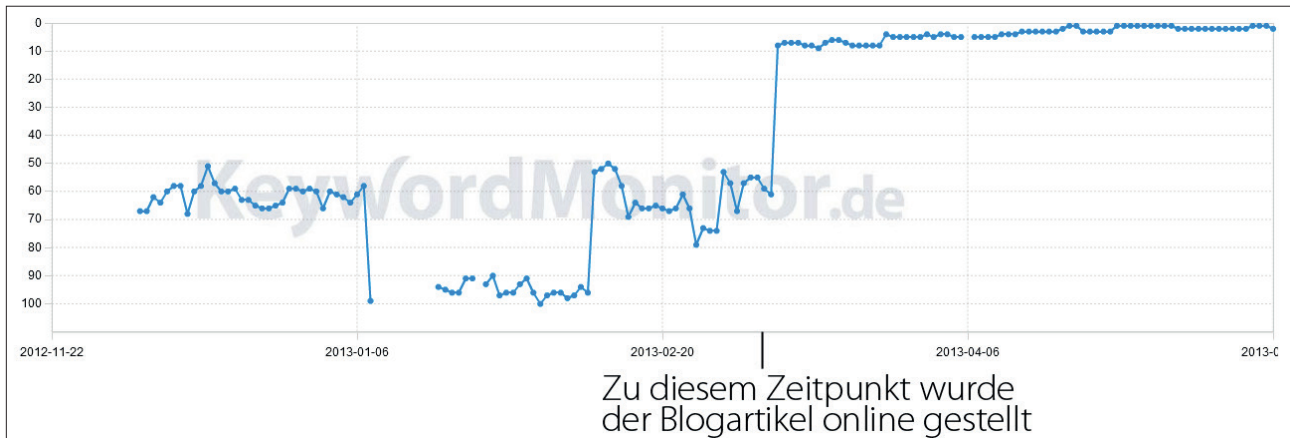


Abb. 3: Ranking Beispiel 2, Quelle: KeywordMonitor

dings um eine andere Marke. Der Text wurde auch auf dieselbe Weise nach der WDF*IDF-Formel optimiert und zunächst als bloßer Text online gestellt.

Das Ergebnis fiel nicht so überzeugend aus wie in Beispiel 1. Die Unterseite stieg auf Seite 11 in die Suchergebnisse ein, wo sie sich einige Wochen lang hielt. Dann gelang ihr ein Sprung bis auf Platz 59, nur um kurz darauf wieder aus den Top-100-Suchergebnissen zu verschwinden. Danach sprang sie auf Seite 3 und fiel danach auf Seite 5. In den folgenden Wochen bewegte sich die Platzierung zwischen Platz 14 und 90 und war alles andere als konstant. Nachdem auch hier Bilder eingefügt wurden, hielt sie sich konstant auf Seite 2. Die Frage ist nur, wie lange.

Dieses Beispiel zeigt, dass allein die Anwendung der Formel nicht immer zu einer konstant guten Platzierung in den Suchergebnissen führt. Rückschlüsse, warum es in diesem Fall nicht so gut funktioniert hat, lassen sich zum Beispiel aus der Textlänge und der Länge des Keywords ziehen. Dies würde bedeuten, dass ein sehr langer Text und ein mehrgliedriges Keyword geeignet für WDF*IDF sind. Außerdem scheinen auch Bilder einen nicht zu unterschätzenden Einfluss auszuüben.

Beispiel 3

Widerlegen lässt sich die obige Annahme mit dem nächsten Beispiel. Diesmal handelt es sich um einen Blogtext zum Thema Inneneinrichtung. Das

Keyword ist in diesem Fall eingliedrig, der Text nur knapp 400 Wörter lang. Eine Hauptüberschrift und zwei Zwischenüberschriften sind die einzigen Hervorhebungen im Text. Die drei Bilder, die zum Artikel gehören, wurden sofort eingebunden. In dem Blog, in dem der Artikel veröffentlicht wurde, erscheint jede Woche ein neuer Artikel, der dann auch relativ schnell von Google gefunden wird.

Bei der Texterstellung wurde zuerst die WDF*IDF-Analyse vorgenommen. Allerdings lag diesmal weniger Wert auf der möglichst genauen Annäherung an die vorgegebenen WDF*IDF-Werte, dafür wurden die Proofkeywords in verstärktem Maße berücksichtigt.

Der Onlineshop, zu dem der Blog gehört, rankte vorher schon mit einer Unterseite zu dem optimierten Keyword, allerdings nicht höher als Platz 50. In Abb. 4 kann man gut erkennen, wann der Google-Crawler den Blogartikel gefunden hat. Tatsächlich stieg er direkt auf der ersten Seite der Suchergebnisse ein und kletterte dann relativ kontinuierlich bis auf Platz 1.

Es ist schwer zu sagen, ob sich aus den angeführten Beispielen tatsächlich Rückschlüsse auf die Brauchbarkeit von WDF*IDF ergeben. In Beispiel 1 und Beispiel 3 sieht es sehr danach aus. Natürlich muss berücksichtigt werden, dass Blogartikel und statische Unterseiten von Google unterschiedlich bewertet werden. Und auch die Tatsache, dass die Domain in Beispiel 3 vorher bereits

mit dem Keyword rankte, muss beachtet werden.

Neben den oben angeführten Beispielen gibt es auch viele Fälle, in denen die Optimierung auf eine der beiden Weisen vorgenommen wurde, aber gar keine wahrnehmbaren Auswirkungen mit sich brachte. Manchen Unterseiten gelingt trotz gut recherchierten Texts, verhältnismäßig hoher Wortzahl, Bildern, richtiger Informationstechnologie und WDF*IDF nicht der Sprung in die oberen Suchergebnisse. Vermutlich sind hier andere Faktoren ausschlaggebend, wie zum Beispiel fehlende Backlinks.

Was lernt man daraus?

Es ist möglich, mit vertretbarem Aufwand Texte nach dem WDF*IDF-Prinzip zu erstellen. Dabei sollten die vorgegebenen Werte allerdings lediglich als grobe Orientierung dienen. Auf ihrem jetzigen Stand bieten die gängigen Tools noch keine verlässlichen Werte und eine eigens durchgeführte Analyse der Konkurrenzseiten ist zu aufwendig. Trotzdem können vor allem die Proofkeywords bei der Recherche eines Textes hilfreiche Anhaltspunkte bieten. Der richtige Umgang mit den Tools erfordert ein hohes Maß an Fingerspitzengefühl. Ob sich dies positiv auf die Platzierung in den Suchergebnissen auswirkt, ist weiterhin fraglich. Zu zahlreich sind die Faktoren, die für das Ranking einer Webseite von Bedeutung sind. Welcher im jeweiligen Fall ausschlaggebend ist, kann nur schwer nachvollzogen werden. ¶