

Social Bookmarks

Sascha Frank *
SLS No. 08035[†]

18. März 2009

In der vorliegenden Arbeit werden wir den Aufbau und die Funktionsweise von Social Bookmarks untersuchen und hinsichtlich einer möglichen Umsetzung innerhalb eines Webprojektes betrachten.

1 Social Bookmark Dienste

Social Bookmark Dienste stellen Nutzern Linklisten zur Verfügung, dabei kann es sich um die Linkliste einer einzelnen Person oder Liste einer Gruppe handeln. Um selbst Links hinzufügen zu können ist in der Regel eine Registrierung nötig. Dabei handelt es sich bei Social Bookmarks um Bookmarks die mit anderen Nutzern geteilt werden können. Manche Anbieter unterscheiden zwischen privaten und öffentlichen Links, nur letztere sind für alle Nutzer zugänglich.

Die jeweiligen Möglichkeiten die Nutzer hat hängen dabei in großem Maß von dem verwendeten Dienst ab. Im Allgemeinen können Nutzer eigene Lesezeichen hinzufügen (bzw. löschen) und mit einem Kommentar versehen. Oft gibt es zudem die Möglichkeit, dass der Nutzer sogenannte Tags (Schlagwörter) dem Eintrag hinzufügt. Diese zusätzlichen Elemente dienen meist der Verbesserung der Suchfunktionen innerhalb der Dienste.

1.1 Netzwerkeffekt

Der Nutzen eines solchen Dienstes hängt in aller Regel von der Anzahl der Teilnehmer beziehungsweise Nutzer ab. Wobei hierbei zu beachten ist, dass die Anzahl der registrierten Nutzer meist wesentlich höher ist, als die Anzahl aktiver Nutzer. Wie bei so vielen anderen Web2.0 Kreationen auch, ist es zumeist einer kleiner Prozentsatz an "Heavy User" die für einen großen Teil der Einträge verantwortlich sind. Ein Beispiel hierfür ist ein Nutzer des Dienstes <http://social-bookmarking.seekxl.de/> mit 6496 Bookmarks und damit etwa 5% der Gesamtzahl aller dort gelisteten Bookmarks. Während es sich bei einer Vielzahl der registrierten Nutzer um "One Time User"

handelt, die nach ihrer Anmeldung, nicht oder nur kaum aktiv geworden sind.

Einen ähnlichen Effekt kann auch zwischen den Diensten selbst beobachtet werden, es gibt wenige große und viele kleine Anbieter, so dass die Anzahl der Bookmarks zwischen 1.000 und 7.500.000 liegt je nach Dienst. Es ist zu vermuten, dass die Anzahl der Nutzer und die der Bookmarks positiv zusammenhängen.

2 Bereiche von Social Bookmarks

Der Anwendungsbereich von Social Bookmark Diensten umfasst nahe zu jeder Form von Inhalt die innerhalb des Internets existiert. Von reinen Websites, über Audiofiles bis hin zu Videos. So dass, eine Einteilung anhand des verlinkten Inhaltes meist nicht sinnvoll erscheint. Wir teilen die Diensten anhand Informationshalbwertszeit¹ wie folgt ein, generelle Informationen, Nachrichten und Produkte.

2.1 generelle Informationen

Hierbei handelt es sich um Inhalte, deren Informationsgehalt keiner oder nur einer geringen Alterung unterworfen ist, d.h. der Informationsgehalt wird im zeitlichen Verlauf, aus Sicht der Nutzer, nicht oder nur kaum weniger.

2.2 Nachrichten

Nachrichten sind Informationen die sehr rasch altern und es dauert nur kurze Zeit bis eine Nachricht veraltet ist.

2.3 Produkte

Ein noch junger und kleiner Zweig der Social Bookmark Dienste ermöglicht das Setzen von Links auf Angebote innerhalb von Online Shops. Diese Informationen altern dabei zwar nicht so schnell wie Nachrichten, aber auch nicht so langsam wie generelle Informationen. Sie stellen in der zeitlichen Betrachtung das mittlere Element dar.

*Sascha Frank: E-mail:frank@tf.uni-freiburg.de

[†]Da die Texte der SL-Serie nicht in Stein gemeißelt sind, sind Änderungen möglich bzw. ggf. nötig. Alle Rechte vorbehalten. Comments are welcome.

¹Informationshalbwertszeit, wie lange die Information relevant für Suchende ist.

3 Social Bookmark Dienste

Insgesamt betrachtet ist die Datenlagen zu Social Bookmark Dienste recht dürftig. So dass, wir im weiteren Verlauf unser Augenmerk auf deutschsprachige Dienste mit Schwerpunkt auf generellen Informationen legen werden, da hier mehr Daten vorhanden sind.

3.1 Anzahl von Nutzern

Wie bereits in Abschnitt 1.1 beschreiben basiert der Erfolg eines Social Bookmark Dienstes vor allem von der Anzahl der Nutzer ab die dieser hat. Das dürfte auch einer der Gründe dafür sein, dass die meisten Diensten diese Zahl nicht bekannt geben.

3.2 Anzahl der Links

Hinsichtlich der Anzahl der gespeicherten Links, gibt es mehr Daten als zur Zahl der jeweiligen Nutzer. Hierbei reicht die Spanne von knapp 1000 Links bis hin zu 7.2 Mio. Einträgen. Wobei hier anzumerken bleibt, dass eine Domain mit mehreren Einträgen innerhalb eines solchen Verzeichnisses gelistet sein kann.

3.3 Übersicht

Die Tabelle (im Anhang A) liefert eine Zusammenfassung von 18 dtSpr. Social Bookmark Diensten. Die Werte bezüglich der Links wurden von den jeweiligen Seiten selbst übernommen bzw. soweit möglich gezählt. Angaben zur Anzahl machten nur knapp ein Viertel. Diese Angaben ermöglichten eine Schätzung für die anderen Dienste bzw. die Ermittlung einer Spanne. Wobei für die untere Grenze angenommen wurde, dass der durchschnittliche Nutzer 15 Einträge hat und bei der oberen 5. (Erhebung: 16.02.2009). Wie man leicht anhand der Tabelle erkennt, gibt es deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Diensten.

4 Suchmaschinenoptimierung mittels Social Bookmark Dienste

Social Bookmark Dienste werden oft im Zusammenhang mit Suchmaschinenoptimierung genannt. Dabei wird zu meist damit argumentiert, dass eine Eintragung dort zu mehr Besucher führen würde beziehungsweise das die Verlinkung der jeweilige Seite verbessert wird und damit dann indirekt auch die Platzierung innerhalb der Suchergebnisse der Suchmaschinen verbessert wird. eine weitere Quelle für potentielle Besucher sind auch die Suchergebnisse die zu Social Bookmark Dienste und damit dann zu dem Eintrag.

4.1 Besucher

Die Mehrzahl der potentiellen Besucher wird von der Anzahl der Nutzer des jeweiligen Dienstes abhängen,

während ein geringerer Anteil über den indirekten Weg von der Suchmaschine über den Dienst hin zur Website gehen dürfte. So dass sich aus dieser Überlegung heraus vor allem Einträge in nutzerstarken Diensten lohnen könnten. Dies ist aber im Vergleich zur Gesamtheit der Dienste nur ein kleiner Teil.

Dabei stellt sich die Frage wie viele Internet Nutzer sind auch Nutzer der Social Bookmark Dienste? Einen möglichen Hinweis darauf findet sich in einem Auszug einer Onlinestudie (Studie nicht repräsentativ) von RUF Jugendreisen vgl. [1] wonach nur 4 % der Befragten den Dienst Mister Wong kannten.

Bereits 2006 lag der Anteil privater Haushalte mit Internetanschluß bei 61.4 % vgl. [2] und der Anteil derjenigen die das Internet zur Suche nach Informationen nutzen bei 82.9 % (ebenda), so dass nach dieser Studie 4 von 10 Deutschen das Internet zu suchen von Informationen benützt. Wobei die aktivste Altersgruppe diejenigen zwischen 16 und 24 Jahren mit 94 % (ebenda) sind.

Auch wenn die Onlinestudie nicht repräsentativ war gibt sie zusammen mit der zweiten Studie zumindest einen deutlichen Hinweis darauf, dass Social Bookmark Dienste weitaus weniger verbreitet sind als man annehmen könnte.

Anmerkung des Autors:
Bei der Untersuchung einer eigenen Website hat sich gezeigt, dass der Anteil von Besucher die über den Dienst Mister Wong zu dieser Seite gelangten in den Jahren 2007 und 2008 bei 0.7 Promille lag, für das laufende Jahr ebenso.

4.2 Links

Interessant ist das Argument der Verlinkung insbesondere da die Mehrzahl der Social Bookmark Dienste ihre Links mit dem nofollow Tag versehen, was diese in der Art kennzeichnet, dass sie von Suchmaschinen nicht weiterverfolgt werden sollen. Da stellt sich nun die Frage wie können diese Links das Ranking einer Seite verbessern wenn sie wie allgemein in der Seo Branche vermutet wird, keine Wirkung besitzen?

Auch sollte die Qualität dieser Links bei der Betrachtung berücksichtigt werden. Da diese Dienste de facto "links for free" ermöglichen, dürfte die Bewertung dieser durch Suchmaschinen, unabhängig von der Verwendung eines nofollow Tags, nicht sonderlich hoch sein. Denn quasi jeder Nutzer kann beliebig viele Links setzen und es existiert nur eine eingeschränkte Qualitätssicherung in Form der jeweiligen Nutzungsrichtlinien.

4.3 SPAM

Aufgrund ihrer vermeintlichen Popularität und der teilweisen recht hohen Bewertung der Websites der Dienst

Anbieter durch Suchmaschinen, werden diese immer wieder Opfer von SPAM. Wobei die Arten des SPAMs in diesem Bereich recht vielfältig sind.

Relativ leicht erkennbar ist die Variante bei der versucht wird jede bzw. einen Großteil der Unterseite der Website mit einen eigenen Eintrag zu verlinken. Insbesondere wenn dies auch noch mittels ein und desselben Nutzeraccounts geschieht.

Eine etwas komplexere Form ist die Nutzung eines Domainpools, bei dem mehrere verschiedene zumeist Keyword lastige Domains verlinkt werden, deren Ziel die Optimierung einer Dritten Seite ist. Hierbei gilt es den zeitlichen Bezug zwischen den einzelnen Einträgen zu beachten, da die Anmeldung meist innerhalb eines kurzen Zeitraums erfolgt.

Die indirekte Optimierung, hierbei sind die Einträge in den Social Bookmark Dienst nicht nur auf die Website selbst gesetzt, sondern werden auch Seiten eingetragen von denen aus wieder die Zielseite aus verlinkt wird. In aller Regel werden für dieses Link Management Zweiter Ordnung Seiten innerhalb von Artikelverzeichnissen genutzt. Um dies zu unterbinden besteht die Möglichkeit den Eintrag von weiteren "links for free" Diensten wie Artikelverzeichnisse und Webkatalog zu sperren beziehungsweise zumindest Deeplinks auf die Unterseiten zu blockieren.

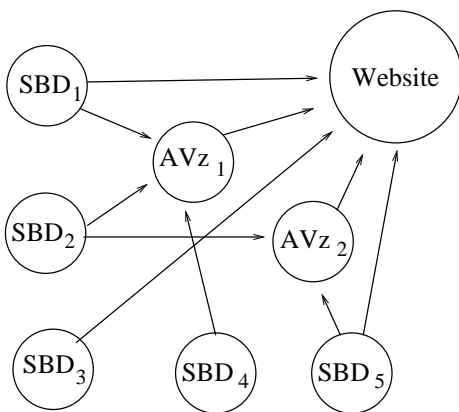


Abbildung 1: Bsp. für Link Management Zweiter Ordnung

5 Fazit

Insgesamt dürfte die Verwendung von Social Bookmark Diensten weniger verbreitet sein als bisher angenommen wurde. Auch dürfte ihr Einsatz im Bereich der Suchmaschinenoptimierung, mit dem Ziel mehr Nutzer zu generieren, weit aus weniger effektiv zu sein wie vermutet wird. Auch dürfte die Zahl der Dienste bei denen sich eine Eintragung unter diesem Gesichtspunkt rentieren könnte deutlich geringer sein als vielfach kommuniziert wird.

Literatur

- [1] *Social Bookmarks bei Jugendlichen unbekannt*. <http://www.jugendmarketing.de/2009/03/social-bookmarks-bei-jugendlichen-unbekannt/>. Version: 2009. – [Online; Stand 18. März 2009]
- [2] OLIVER BAUER, Tenz B.: *Entwicklung der Informationsgesellschaft IKT in Deutschland*. 2007. – Statistisches Bundesamt

A Anhang

Tabelle 1: Social Bookmark Dienste

Name	# Einträge	# Nutzer	
		untere Grenze	obere Grenze
http://www.mister-wong.de/	7245039	483003	1449008
http://www.oneview.de/	5000000	333334	1.000.000
http://www.folkd.com/	1426687		130040
http://linkarena.com/	1094261		72663
http://www.bonitrust.de/	272939	18196	54588
http://social-bookmarking.seekxl.de/	126725		13041
http://www.favoriten.de/	104523		21411
http://www.klickts.de/	68809		9879
http://bookmarks.cc/	21415	4283	1427
http://www.myliveweb.de/	15952	1063	3190
http://www.bookmark-clever.de/	9981	665	1996
http://www.publishr.de/	9763	651	1953
http://www.bookmrk.de/	7783	519	1557
http://www.familieundberuf.de/	6998	467	1400
http://www.bookmark-favoriten.com/	4600	307	920
http://www.webbui.de/	1500	100	300
http://www.your-tags.de/	1200	80	240
http://area-53.de/	1067	71	213