

Linkbuilding

Stand: 29.11.2022

Damit der Algorithmus der Suchmaschinen eine Website weit oben in den Suchergebnissen anzeigt, gibt es verschiedene Optimierungsmöglichkeiten im Rahmen der SEO. Neben der Verwendung relevanter Keywords oder dem Anpassen der Ladegeschwindigkeit haben Verlinkungen einen hohen Stellenwert. Dabei geht es darum, dass andere Internetpräsenzen auf die eigene Seite verlinken, sodass Nutzer von dort weitergeleitet werden.

Definition

Der Begriff **Linkbuilding** (deutsch: Linkaufbau) beschreibt alle Maßnahmen, die Webmaster im Rahmen der **Gewinnung von eingehenden Verlinkungen** ergreifen. Verlinken externe Seiten auf eine Internetpräsenz, kreieren sie **Backlinks**. Durch die Erhöhung von qualitativ hochwertigen Backlinks verbessert sich das Ranking der Webseite innerhalb der organischen Suche oder wird gestärkt.

Da die SEO-Manager keine Änderungen am Content vornehmen, geschieht Linkbuilding in der **Offpage-Optimierung**. Die Maßnahmen, die zur Sammlung der Linkanzahl eingeleitet werden können, sind vielfältig.

Relevanz des Linkbuildings

Verweisen Websites auf eine andere, bewerten Suchmaschinen solche Verlinkungen als **Qualitätsfaktor**. Sie gleichen einer Empfehlung und dementsprechend stufen die Algorithmen der Suchmaschinen die Seite, auf die verlinkt wird, als relevant ein. Viele KPIs wie die Linkpopularität oder die Domain Popularity errechnen sich anhand der Backlinks und bewerten unter anderem die Qualität der Verlinkungen. Das korrespondierende **Backlinkprofil** und die **Struktur der eingehenden Verlinkungen** lassen sich dabei mithilfe unterschiedlicher **Webanalyse-Tools** auswerten und beobachten.

Eine Verbesserung der Rankingergebnisse kann dabei nur durch ein **natürliches und nachhaltiges Linkbuilding** gewährleistet werden. Das passiert vor allem durch guten Service und relevante Inhalte auf der verlinkten Website. Effektive Backlinks entstehen langfristig und durch die freiwillige Verlinkung der Seite durch Webseitenbesucher und Kunden.

Maßnahmen zum nachhaltigen Linkaufbau

Die beste Methode zur nachhaltigen Generierung von Backlinks auf unterschiedlichen Kanälen ist das Bereitstellen von wertvollem **unique Content**. Je höher dabei der Mehrwert der Inhalte, desto eher

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088

• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

empfehlen Webseitenbesucher die Webseite weiter. Das hilft beiden Beteiligten: Die Zielseite bekommt einen zusätzlichen Backlink, während die verlinkende Seite seinen Usern weitere Informationen zur Verfügung stellt, was das Vertrauen stärkt.

Content Marketing

Das **Content Marketing** ist ganz im Sinne von Google, da es zur Verbesserung des publizierten Contents beiträgt. Der Inhalt muss hierbei von anderen Webmastern als **verlinkenswert** betrachtet werden, was beispielsweise auf umfassende Ratgeber oder Studien zutreffen kann. Bestenfalls erhält die eigene Seite über die virale Verbreitung des Inhalts Backlinks. In der Realität ist die Methode des Linkbuildings jedoch nur bedingt von Erfolg gekrönt, da nur wenige Unternehmen einzigartigen Content zu bieten haben und dessen Erstellung mit **hohem Aufwand** verbunden ist.

Linkkauf und -tausch

Sowohl der **Linkkauf** als auch der **Linktausch** bringen ein **gewisses Risiko** mit sich, da sie nicht mit den Google-Richtlinien konform sind. Entscheidend ist bei diesen beiden Methoden die **Natürlichkeit** der Maßnahmen. Links von themenrelevanten, hochwertigen Webseiten können für die Rankings der Seite von Vorteil sein. Dabei heißt es **Qualität vor Quantität**.

Der Tausch von Links mit **Geschäftspartnern** ist beispielsweise durchaus sinnvoll und eine gute Methode zur Gewinnung von Backlinks. Hier haben beide Webseitenbetreiber zudem die Möglichkeit, Einfluss auf die Platzierung und Einbettung des Links zu nehmen. Massenhafter Linktausch, beispielsweise im Rahmen von Linknetzwerken, ist hingegen schädlich.

Branchenportale und Verzeichnisse

Branchenportale sind nach wie vor eine beliebte Quelle im Linkbuilding. Sie gelten gewissermaßen als **Basis für einen sinnvollen Backlink**. Hierbei sollte allerdings die Qualität des Portals betrachtet werden. Webmaster sollten nur relevante Varianten mit gewissen Standards zum Linkaufbau nutzen. Das massenhafte Eintragen in Linkverzeichnisse mit schlechter Reputation kann der Webseite hingegen schaden.

Viele Webseitenbetreiber greifen im Rahmen des Linkaufbaus auf **Webkataloge** und **Artikelverzeichnisse** zurück. Die Backlinks werden von Crawlern heutzutage allerdings **kaum mehr berücksichtigt**, da sie nicht als natürliches Linkbuilding bewertet werden. Auch anderen Spam-Methoden wie das Setzen von Links in einschlägigen Foren oder durch Kommentare auf Blogs schenken Suchmaschinen keine Beachtung mehr.

Schädliche Maßnahmen im Linkbuilding

Während es viele gute Methoden im Linkbuilding gibt, die sich positiv auf die Platzierung in den SERPs auswirken und verlässlich auf hilfreiche Seiten verweisen, nutzen manche Websitebetreiber **unerlaubte Methoden**, um sich einen Vorteil zu verschaffen.

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088

• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:

GENODEF1WOB

Dabei greifen sie auf unlautere Herangehensweisen aus dem **Black Hat SEO** zurück, um durch ein unnatürliches und exponentielles Linkbuilding die Platzierung einer Webseite in den organischen Suchtreffern zu verbessern.

Mithilfe von **illegalen Linkfarmen**, automatischem Setzen von Backlinks oder **Cloaking** können Webseiten kurzzeitig bessere Rankingergebnisse erzielen. Diese illegalen Optimierungsmaßnahmen sind laut den [Google-Webmaster-Richtlinien](#) allerdings mit Abstrafungen belegt, die in harten Fällen sogar zur Entfernung der Seite vom Index der Suchmaschine führen können.

Durch die stetige Weiterentwicklung und Verbesserung der Algorithmen ist es heute möglich, **Linkspam** und andere Manipulationen **schnell zu erkennen** und geeignete Maßnahmen zu ergreifen, wie die entsprechenden Webseiten abzuwerten. Laut der Richtlinien gilt jegliches aktives Linkbuilding als Manipulationsversuch. Für die Überprüfung der Linkstruktur bietet Google deshalb ein eigenes Tool, das [Google Disavow-Tool](#), an.

Weitere wichtige Aspekte im Linkbuilding

Beim Linkbuilding gibt es folglich einiges zu beachten, damit sich der erhaltene Backlink positiv auf das eigene Ranking auswirkt. Neben der **Vertrauenswürdigkeit** und dem Ruf der Website, die den Link setzt, kommt es außerdem auf weitere Faktoren an:

- **Linktext:** Der Link sollte nie losgelöst auf einer Website stehen, sondern in den Kontext eingebunden werden. Nur so nimmt der Crawler ihn als Empfehlung wahr. Dazu gehört ebenfalls der Text, der auf die verlinkte Internetpräsenz verweist. Er sollte dem User genau aufzeigen, was sie bietet und folglich über ein Keyword hinausgehen. Das übermäßige Verwenden von Keywords als Ankertexte kann negative Auswirkungen haben.
- **Anzahl der Links in einem Beitrag:** Bei der Beurteilung eines Backlinks ist der Suchmaschine wichtig, dass er einen Mehrwert bietet. Ist er nur einer von vielen in einem Beitrag, sticht er nicht mehr heraus und der Algorithmus stellt den Nutzen infrage. Hier ist darauf zu achten, dass die Seite eine natürliche Anzahl an externen Verlinkungen aufweist und nicht als Linkschleuder dient.
- **Platzierung:** Bei der Einbindung der Links gibt es mehrere mögliche Ansatzpunkte. Das betrifft nicht nur die Position innerhalb des Textes, ob in den ersten Absätzen oder gegen Ende. Websitebetreiber können den Link beispielsweise in die Fußzeile oder den [Header](#) einfügen. Grundsätzlich sollte die Verlinkung aus dem Content, also nicht aus Header oder Footer erfolgen, da hier in der Regel keine externen Links untergebracht sind.

Linkmanagement als Teil des Linkbuildings

Im Linkbuilding sollte nicht nur der Aufbau von Backlinks eine Rolle spielen, sondern auch das **Verwalten**. Das Linkmanagement umfasst im Wesentlichen das **Monitoring des eigenen Linkprofils**. Dabei behalten die Webmaster im Auge, welche Websites auf die eigene verweisen und in welchem Kontext. Dadurch können sie unter anderem Links umleiten, deren Seite nicht mehr existiert, um **keinen Linkjuice** zu verlieren.

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 263668

• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:

GENODEF1WOB

zu verschwenden.

Die **regelmäßige Überprüfung auf schädliche Links** sollte zum Standardrepertoire gehören, da Backlinks zudem automatisch durch Spam-Seiten gesetzt werden können. So fällt es Webmastern leichter, nachteilige Backlinks von Websites herauszufiltern, die widrige Methoden anwenden und daher als **Bad Neighbourhood** gelten. Darüber hinaus haben Mitbewerber die Möglichkeit, gezielt Backlinks zur Webseite eines Konkurrenten zu setzen, mit dem Ziel, sein Ranking zu senken.

3 Methoden zum Linkbuilding

Damit Websitebetreiber gewinnbringende Backlinks generieren, können sie **verschiedene Strategien** verfolgen. Unter anderem stehen ihnen diese drei Möglichkeiten zur Verfügung:

1. **Gastartikel verfassen:** Gastartikel auf einer externen Website helfen Unternehmen dabei, mit ihrer Expertise in einem Themengebiet zu glänzen und weiteren Usern vorgestellt zu werden. Durch den Fokus der Website, für die sie schreiben, wird der Artikel in einen stimmigen Kontext eingegliedert. Neben der zu verlinkenden Seite hat **auch der Linkgeber einen Vorteil**, da er so hochwertigen Content für seine Leser bekommt.
2. **Mit anderen Spezialisten zusammenarbeiten:** Um den eigenen Beiträgen genug Tiefe und Mehrwert zu geben, ist ein genauer Einblick in Sachverhalte wichtig. Dabei bietet es sich an, andere Personen der gleichen Branche ins Boot zu holen und sie zu dem Inhalt zu befragen – selbstredend mit der entsprechenden Erwähnung. Nach der Veröffentlichung können die Webmaster den Artikel an die Beteiligten weiterleiten, die ihn wahrscheinlich auf ihrer eigenen Seite erwähnen.
1. **Aufmerksamkeit durch Interaktion:** Einen eher **indirekten Weg** stellt das Interagieren über Social Media oder den Blog des Profils da, auf deren Website ein Unternehmen gern einen Backlink hätte. So lenkt es durch qualifizierte Kommentare das Interesse der Person oder Firma auf sich und die Chance besteht, dass sie den Content entdeckt und teilt.

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:
GENODEF1WOB