Löwenstark Digital Group GmbH
Petzvalstr. 38
38104 Braunschweig
Tel.: 0531 21360 5500
Fax: 0531 21360 5795
kontakt@loewenstark.com

Link und Verlinkung: wichtige SEO-Strategien

Stand: 28.02.2025

Strategisch gesetzte Links sind eine effiziente Maßnahme der Suchmaschinenoptimierung von Websites. Ein Link, auch Backlink oder Hyperlink, **verbindet** in der Regel **zwei Websites miteinander**. Auch PDFs oder Videos können hinter einem Link verknüpft werden. Nur ein Klick auf den Link reicht dann aus, um die Nutzerinnen und Nutzer automatisch auf andere Dokumente im Internet weiterzuleiten.

Was ist ein Link?

Allgemein werden alle Verlinkungen als **Link oder Hyperlink** bezeichnet. Auch Spezialistinnen und Spezialisten des Onlinemarketings nutzen das Wort Link synonym für unterschiedliche Typen:

- **Backlinks** leiten die Besucherinnen und Besucher von einer anderen Website zur bereits optimierten Seite oder zu optimierenden Seite weiter. Sie werden manchmal auch als **externer Link oder Inbound-Link** Alle Backlinks auf einer Seite stellen ein Linkprofil dar.
- Ein **interner Link** führt innerhalb einer Domain von einem Dokument zu einem anderen. Wird zu einer Unterseite verlinkt, ist von **Deeplinks** die Rede.
- Mit dem einfachen Wort Link bezeichnen SEO-Spezialistinnen und Spezialisten auch **ausgehende Links**, also eine Weiterleitung von einer optimierten Website zu einer anderen innerhalb oder außerhalb einer Domain. Diese Links sind relevant für die Suchmaschinen.

Welche Funktion hat ein Link im Internet?

Ein Link verkürzt den Arbeitsaufwand ungemein: Das **Eintippen der URL** in das Browserfenster **wird hinfällig**. Mit einem Klick auf einen Link gelangen wir ganz einfach auf die gewünschte Website. Außerdem erstellen **Suchmaschinen** wie zum Beispiel Google mit Links **ihr Ranking der Suchergebnisse**. Hierzu messen sie die Anzahl der Links unter den Websites und berechnen daraus, wie sie in Verbindung stehen.

Vor den automatischen Suchmaschinen war es die Strategie von Webmastern, Links interessanter Websites auf ihren Seiten einzubauen. Sie erstellten also strukturierte Verzeichnisse, die Vorläufer von Webkatalogen. Heute sind diese Webkataloge für die Suchmaschinenrankings allerdings eher irrelevant.

Linkstruktur

Links werden mithilfe von **HTML** angezeigt. Hierbei handelt es sich um einen **Code**, der **Inhalte auf Website strukturiert, darstellt und ihnen eine Funktion verleiht**. Er besteht aus sogenannten Tags, also Elementen, die die Inhalte einschließen und ihnen somit eine bestimmte Aufgabe erteilen.

Die Tags stehen immer **in spitzen Klammern**. Die Ziel-URL steht in Anführungszeichen. Der Text innerhalb der spitzen Klammern ist auf der Website zu sehen. Neben **Link-Text** wird er auch als **Anchor-Text** bezeichnet. Statt des Link-Textes können Bilder, Videos, Grafiken oder Animationen verwendet

Löwenstark Digital Group GmbH
Petzvalstr. 38
38104 Braunschweig
Tel.: 0531 21360 5500
Fax: 0531 21360 5795
kontakt@loewenstark.com

werden. Außerdem kann der Link-Text auch die URL wiedergeben.

Ein Link kann demnach in mehreren Formen auf einer Website erscheinen. Außerdem gibt es die Optionen, die verlinkte Website entweder in einem neuen Tab oder im aktuellen Browserfenster zu öffnen oder ein nofollow-Attribut hinzuzufügen, mit dem der Link für die Erfassung durch die Suchmaschinen ausgeschlossen wird.

Links und Google

Der bisher wichtigste Algorithmus von Google ist der **PageRank**, der die Verlinkungen zwischen den Websites misst. Diese Funktion verwenden alle Suchmaschinen, mit Ausnahme der russischen Yandex.

Google konzentriert sich mittlerweile auf die semantische Suche, das heißt, die Suchmaschine analysiert für das Ergebnisranking ausschließlich den Website-Text und die Sprache. Bis diese Funktion ausgereift ist, sind **ausgehende Links weiterhin ein wichtiges Ranking-Kriterium**.

Führen also viele Links auf eine Seite, steigt deren Chance, weit oben im Ranking zu erscheinen. Google analysiert die ausgehenden Links auf einer Website: Wird bei der Weiterleitung hochwertiger Content oder werden **weniger seriöse Seiten** verlinkt, wirkt sich das **negativ auf das Ranking** aus. Vorteilhaft ist ein gewisses Verhältnis von Website-Content und Links, wenige nofollow-Attribute und die Verlinkung von Unterseiten, also der Einsatz von Deeplinks.

Verlinkungen: Diese Regeln gibt es

Verlinkungen können nach Belieben gesetzt werden. In bestimmten Kontexten sind sie besonders sinnvoll:

- zu Quelle von Zitaten oder Informationen verlinken: Das sorgt für mehr Transparenz und Seriosität
- Link mit nofollow-Attribut nur dann einsetzen, wenn die Suchmaschinen ihn ignorieren sollen: Die Kommentarfunktion in Blogs ist zum Beispiel sehr häufig von Spamattacken betroffen.
- Link und Content im richtigen Verhältnis: Zu viele Links bei zu wenig Content werden von Google als Nachteil bewertet.

Backlinks erstellen und entfernen

Soll eine **Website optimiert** werden, sodass sie im Ranking der Suchmaschinen wie Google möglichst auf den ersten Plätzen der Ergebnisse erscheint, greifen „Linkbuilder“ gern auf Backlinks zurück. Ursprünglich bezeichnete das Wort Backlink einen Rückverweis, also das gegenseitige Verlinken von zwei Websites. Heute führen sie die Nutzerinnen und Nutzer meist auf eine zu optimierende oder bereits optimierte Seite.

Das Setzen von Links **erfordert Know-how**. Es gibt schnelle und einfache Möglichkeiten, Besucherinnen und Besucher auf die gewünschte Seite zu leiten: Artikelverzeichnisse, Webkataloge, Gästebücher, Kommentare oder Bookmark-Dienste sorgen in der Regel allerdings nicht für das nötige „Trust“, also das Vermitteln von Qualität. Die Verlinkung sollte der Nutzerin oder dem Nutzer einen **echten Mehrwert** verschaffen.

Löwenstark Digital Group GmbH
Petzvalstr. 38
38104 Braunschweig
Tel.: 0531 21360 5500
Fax: 0531 21360 5795
kontakt@loewenstark.com

Bei der Wahl von Webkatalogen sollten deswegen nur seriöse Seiten oder spezielle Branchenportale beachtet werden. Unseriöse Kataloge zeichnen sich durch viel Werbung oder ein unvollständiges Impressum aus. **Google bewertet solche Verlinkungen negativ** und straft sie mit einem niedrigen Ranking ab.

Ist ein Link nicht mehr gewünscht, kann der Webmaster ihn von der Website löschen. Außerdem kann Google direkt über das „Google Disavow Tool“ kontaktiert und angewiesen werden, den Link zu ignorieren. Besonders gewinnbringend sind **freiwillige Verlinkungen** individueller Userinnen und User, zum Beispiel **auf Social Media**.