Seo interne Links

Stand: 15.08.2022

Was sind interne Links?

Als interne Links werden die Links bezeichnet, die auf eine andere Unterseite innerhalb Ihrer Domain leiten, sofern sie angeklickt werden. Interne Links sind wie die Formatierungen des Textes eine Möglichkeit, Ihrer Internetpräsenz **Struktur** zu geben. Für den User ist die Navigation durch Ihre Seite wesentlich einfacher und interessanter, wenn Sie innerhalb eines Textes interne Verlinkungen setzen. Die Usability verbessert sich also stark.

Durch spannenden SEO Content mit internen Links verweilt der Nutzer länger auf der Website, wodurch sich die **Besucherverhalten** auf der Seite verbessert. Aber auch die Suchmaschine nutzt *interne Links im SEO Content* zur Orientierung auf Ihrer Seite. Und das ist ausschlaggebend für ein gutes Ranking Ihrer Website in den Suchergebnissen.

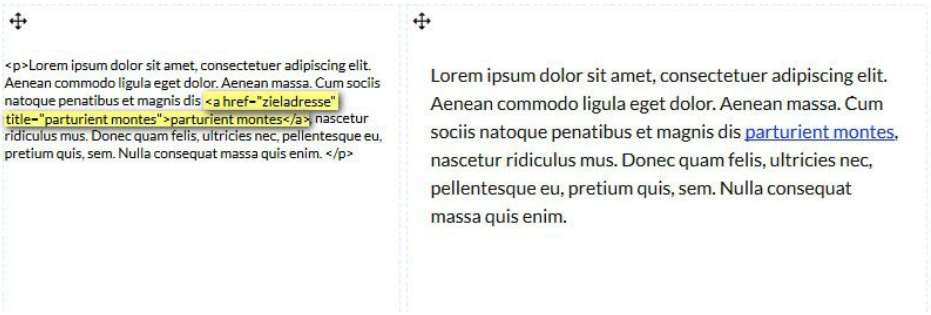


Kriterien für effiziente interne Links in SEO Content:

- **Schriftgröße des Ankertextes**, der mit dem Link verbunden ist: Generell ist es ratsam, entweder die Schriftgröße des restlichen Textes beizubehalten, oder sie etwas größer als den restlichen Text darzustellen.
- **Position des internen Links**: Zum Beispiel im Footer, der Sidebar, oder mitten im Dokument. Dabei sollte aber beachtet werden, dass Google die internen Links, die sich im Content der Seite befinden, höher wertet, als zum Beispiel die aus dem Footer oder dem Seitenbereich.
- Falls es sich um eine **Liste** handelt, in der der Link platziert ist, ist auch hier die Position in der Liste relevant. Je höher desto besser.
- **Schriftfarbe und Formatierung** des internen Links: Links sollten auch als Links erkennbar sein. Wählen Sie deshalb eine andere Farbe für die Verlinkung oder eine Formatierung, die den Link als solchen kennzeichnet. Auch eine Hervorhebung der internen Links durch Hover-Effekte erhöht die Usability sowie die Klickrate. Des Weiteren gestalten Sie so Ihre Website für den Nutzer zugleich spannender.
- **Anzahl der Wörter des Ankertextes vom Link**: Rein theoretisch ist die Anzahl der Wörter, die den internen Link beschreiben nicht wichtig. Mehr als acht Wörter sollten Sie jedoch nicht verwenden. Auch sollten Sie auf natürliche Ankertexte und nicht auf konstruierte, mit allen möglichen Keywords zugestopfte Texte setzen. Stoppwörter-Phrasen wie „hier klicken“ oder „weiter

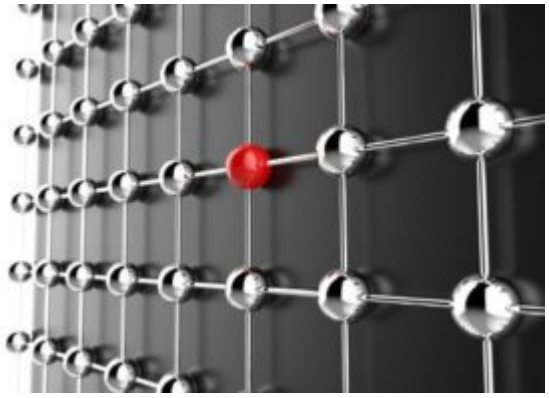
lesen“ sollten vermieden werden. Denken Sie stets an Ihre User und Kunden, die klicken sicher viel lieber auf einen aussagekräftigen Ankertext, als auf belanglose und nichtssagende Wörter.

- **Art des Links**: Neben reinen Textlinks können auch Bilder als Links fungieren. Wenn Bilder auf Ihrer Website als Links eingesetzt werden, sollten Sie auch hier darauf achten, dass ein alt-Tag benutzt wird, der in ein paar Wörtern erklärt, was auf dem Bild zu sehen ist.
- **Kontext der Wörter**, die in unmittelbarer Nähe zum Link stehen: Gerade bei internen Links, die im SEO Content platziert sind, sollte der Kontext des Inhalts mit einbezogen werden. Setzen Sie deshalb am besten die Phrase als Link, die sich nahtlos in den Text einfügt und nicht einfach nur das Keyword ohne jeglichen Bezug.



Interne Links haben einen entscheidenden Vorteil: Sie sind frei wählbar in Anzahl, Form und Platzierung innerhalb des **SEO Contents**. Auch können Sie den Titel der Verlinkung („title-Atrribut“) frei bestimmen und so Ihren Text durch Keywords aufwerten.

Orte für interne Links



Interne Links können auf der gesamten Seite verteilt eingesetzt werden. Die beliebtesten Orte sind unter anderem: Die Haupt-Navigation im oberen Bereich der Website, Footer Links, Sidebar Links, in der Navigation durch Breadcrumbs und natürlich im SEO Text die eingebetteten Content Links. Side-wide und automatisch

erzeugte Links in Sidebar oder Footer werden für SEO von Google weniger stark gewichtet, als die **manuellen Links im SEO Content**. Über diese fließt mehr des sogenannten „Linkjuice“, also dem Merkmal, das Google für das Ranking heranzieht.

Linkjuice durch interne Links

Durch Verlinkungen kann eine Website in ihrem „Trust“ gestärkt werden. Verantwortlich dafür ist unter anderem der Linkjuice oder auch Link-Saft, der bei Verlinkungen von Seite zu Seite fließt.

Definition Linkjuice:

Linkjuice ist eine Metapher, oder auch bildliche Umschreibung für die **positiven Auswirkungen** von allen Links auf einer Website. Der Linkjuice wird nach verschiedenen Kriterien bewertet. Darunter befinden sich *die Qualität, die Anzahl und die Verteilung der Links* auf einer Website. Dabei ist es wichtig, dass die linkgebende Website stark ist, um möglichst viel Linkjuice an andere Seiten weiter geben zu können.

Anzahl der internen Links

Nicht nur der Ort der internen Links ist wichtig, sondern auch die Anzahl. Um Linkjuice weiter zu vererben, sollte schon eine **gewisse Anzahl an internen Links** vorhanden sein. Doch wie viele darf eine Website aufweisen? Leider kann pauschal keine für alle gültige Antwort gegeben werden.

Die Anzahl der internen Links ist auch von der Größe der Seite abhängig. Dennoch können Sie als Richtwert etwa die Anzahl der internen Links bei 100 ansetzen. Als Richtwert gilt dennoch in etwa: **100 interne Links sollten es schon sein**. Bei großen Seiten und Onlineshops sind es meist sogar weit mehr als 500 interne Links. Finden Sie hier ein Gleichgewicht zwischen der Anzahl der internen Links und der *Usability für den Nutzer*.

Irrelevante interne Links

Nicht alle internen Links sollten auch von den Suchmaschinenrobotern ausgelesen und zur Indexierung verwendet werden. Interne Links, wie zum Beispiel Datenschutz oder die Allgemeinen Geschäftsbedingungen *müssen deshalb vom Crawlen ausgenommen werden*, da ansonsten Linkjuice verloren geht. Das kann am einfachsten mit der robots.txt-

Datei
geschehen. So können Sie effektiv steuern, welche Seiten Google besucht und welche für Ihr Ranking wirklich relevant sind.

Fazit

Interne Links – im SEO Content eingebettet – haben demnach die meiste Kraft und den größten **Einfluss für das Ranking** Ihrer Website durch Google. Diese natürlichen Links sollten den Lesefluss des Users nicht stören, sondern Lust machen, ihn anzuklicken. Es macht wenig Sinn, den SEO Content Ihrer Seite mit internen Links übermäßig auszustatten, auch wenn durch Google keine negativen Auswirkungen zu befürchten sind.

Auch im Thema SEO Content interne Links ist es ausschlaggebend, dass Inhalte nur auf den zweiten Blick für den Crawler des Suchmaschinenbots geschrieben und formatiert sein sollten. In erster Linie sollten Sie immer **an den Leser vor dem Bildschirm denken**. Dann klappt es auch mit einer guten Platzierung in den Suchmaschinenergebnissen!

Als SEO-Agentur stehen wir Ihnen mit unserer Expertise zur Seite. Kontaktieren Sie uns gerne!