

Backlinks aufbauen

Stand: 20.09.2022

Backlinks stellen eine bedeutende Säule bei den Rankingfaktoren dar. Sie sollen als virtuelle Fürsprache wirken und ihr Effekt hängt von mehreren weiteren Umständen ab. Nur wenn Quellen und Machart stimmen, führen sie zum gewünscht besseren Ranking. Es ist sehr wichtig wertvolle von schlecht gemachten Backlinks zu unterscheiden und eigene Backlinks zu optimieren.

Was wird unter Backlink verstanden?

Jede Webseite verfügt über ein sogenanntes Linkprofil, das von Google und anderen Suchmaschinen ausgelesen wird. Hier werden alle Links von externen Seiten zusammengefasst, die auf die betreffende Seite führen. Wenn ein Link von einer Seite zu einer anderen führt, ist dies prinzipiell eine positiv zu wertende Empfehlung, sofern beide Seiten gewisse Qualitätsstandards genügen. Bei der Qualität eines Links wird auch von dessen Stärke gesprochen. Wenn Backlinks von angesehenen Seiten ausgehen, bewertet Google das positiv und wertet auch die eigene (gebacklinkte) Seite auf. Wert, Stärke und Linktext spielen in die Bewertung durch den Google-PageRank-Algorithmus hinein.

Der Aufbau einer solchen Linkstruktur kann sehr aufwendig sein, aber das lohnt sich. Denn das Linknetzwerk dient zwei wichtigen Bereichen: Webseitenstruktur und Navigation im Netz. Dank dieses Umstandes wird geschicktes Linkmarketing zum wichtigen Faktor für moderne Suchmaschinenoptimierung. Der Aufbau guter Backlinks trägt entscheidend zum Erfolg bei und ist integraler Bestandteil einer Offpage-Optimierung. Während Verlinkungen OnPage selbst optimiert werden können, ist für die Backlinks eine gute Kommunikation und Kooperation notwendig. Anderen Seitenbetreibern geht es ähnlich und je nach Umstand ist ein Linktausch sinnvoll. Eine Nutzung von Backlinks kann angeregt werden oder ist aufgrund der guten Inhalte für fremde Seitenbetreiber sinnvoll und wird von diesen betrieben

Link-Typen:

- OnPage: interne Links, externe Links
- OffPage: Backlinks

Wenn von der eigenen Seite fremde Seiten verlinkt werden, die etwa zu den eigenen Inhalten passen, wird von externen Links gesprochen. Diese bieten dem Nutzer idealerweise einen hohen Mehrwert und ergänzen die Inhalte der Seite, die diese verlinkt hat.

Was macht den Backlink für Google wertvoll und relevant?

Ein Zauberwort bei der Bewertung durch Google lautet: Expertise-Authority-Trust (E-A-T). Dieses Vertrauen sollte unbedingt durch die verwendeten Links ge- und unterstützt werden. Qualität, Relevant und sinnvolle Bezüge müssen stimmen. Hinzu kommt eine formal und durch Linktext ansprechend gestaltete Umsetzung. Zusammengefasst bewertet Google folgende Dinge:

- Relevanz (Keywords, thematische Bezüge)
- Linkposition (Header, Footer oder Haupttext)
- Ankertext
- Attributnutzung (UGC, follow und sponsored)
- Anzahl der Links/Linktexte
- Anzahl externer Links (zu viele deuten auf Linkverkauf hin)
- Domain Authority (TrustRank).
- Content
- Linkjuice

Gängige Begrifflichkeiten

Die Domain Authority meint nichts anderes als die (über Zeit gewachsene) Autorität und damit Stärke einer Seite. Gemeint ist damit auch die Kompetenz bezüglich des Seitenthemas. Ganz ähnlich sieht es mit Link- und Page-Authority aus, die ähnlich bewertet wird. Interessante Gradmesser sind zudem die Gestaltung der SERPs sowie eingebaute HTML-Programmierung der Seiten. Link Juice ist ein weniger verbreiteter Begriff, der sich auf die explizite Stärke der Backlinks bezieht. Hier werden ebenfalls die Qualität sowie deren Anzahl gemessen. Ein letztes Detail ist die Geschwindigkeit, in der Links aufgebaut werden. Sie wird als Link Velocity bezeichnet und Google wird bei einem zu schnellen Anhäufen von Links misstrauisch, während es über längere Zeit gewachsene Volumina belohnt.

Linkprofil dank Backlink-Analyse kennenlernen

Analysen sind gute Werkzeuge, um den eigenen Stand besser einschätzen zu können. Voraussetzung für eine Backlink-Analyse ist, dass alle diese Links zusammengetragen werden. Mit Sistrix oder einem Suchtool für Links ist das einfach zu bewerkstelligen. Alternativ wird eine Excel-Tabelle eingerichtet, die selbstverständlich gepflegt werden muss.

Mit dieser Übersicht kann ein Vergleich mit der Konkurrenz erfolgen. Außerdem sind Abstrafungen besser nachzuvollziehen. Unsaubere oder schlechte Backlinks sollten dann entfernt werden.

Wie erkennt man schlechte Backlinks?

Minderwertige Backlinks sind häufig das Ergebnis von einem undurchdachten Linkkauf. Sie können das Ranking der Seite nachhaltig schädigen. Google bewertet Linkkauf als Manipulationsversuch und maßregelt hart. Besonders auffällig ist das bei Links, die von Inhalten kommen, die nichts mit dem Thema der eigenen Seite zu tun haben. Unpassende Keywords sind für Google eine red flag. Darüber hinaus sind handwerklich schlechte Seiten nicht förderlich, die mangelnden Content aufweisen und den Usern keinen Mehrwert bieten.

Den Kauf von Backlinks vermeiden!

Der Aufbau von sinnvollen und guten Backlinks ist langwierig und abhängig vom Thema schwer und etwas kostenintensiv. Der Erfolg allerdings ist nachhaltig und führt auf lange Sicht zu einem soliden Ranking. Backlink-Kauf ist eine schnelle Möglichkeit, viele Backlinks zu erwerben und geht meistens schief. Der Markt ist voll von dubiosen Anbietern, diese zu einfache Option offerieren. Oftmals sind im Nachgang die

Rettungsarbeiten wesentlich teurer als ein solider und ordentlicher Backlink-Aufbau.

Sie schädigen zudem die vielleicht gute Arbeit in anderen SEO-Bereichen. Private Blognetzwerke, privates Blogging und diverse Netzwerke sollten unbedingt vermieden werden. Wer sich locken lässt, richtet einen großen Schaden an und bisherige Suchmaschinenoptimierung wird wieder auf Null gesetzt.

Spamseiten und Linkverkäufer erkennen:

- mangelhaftes Webseiten-Layout
- Seite ist unprofessionell gestaltet
- keinerlei vorhandene Verlinkungen oder zahlreiche Wikipedia-Links
- externe Links sind themenfremd oder behandeln dubiose Themen (Glücksspiel, Wetten)
- viele sehr kurze, einheitliche Texte
- Content ist inhaltslos
- harte Ankertexte
- keine Aktivitäten auf sozialen Netzwerken (keine Likes, Kommentare)
- Beiträge weisen zahlreiche Backlinks auf
- „Über uns“ fehlt auf der Seite
- Bildqualität und Formate sind schlecht

Backlink-Aufbau – So geht’s:

Erst wird geschaut, welche Strategie gewählt wird. OnPage zählen hochwertige Inhalte, die zu organischem Backlinkaufbau führen sollten. Je wertvoller die Themen und Inhalte, umso einfacher ist es, sich zu platzieren und von anderen Seiten als wertvoller Partner wahrgenommen zu werden. Eine regelmäßige Überprüfung inklusive Analysen sichert die hohe Qualität. Gleichzeitig werden Konkurrenzseiten geprüft und somit verglichen.

Backlink-Checker-Tools zur Konkurrenz-Analyse:

- Ahrefs
- Majestic SEO
- Moz Link Explorer
- Open Link Profiler
- SEMRush
- SEObility
- seobility-check

Um auf die Konkurrenz zu reagieren und dort eigene Backlinks zu platzieren, wo sie TOP-Links besitzt, werden diese Tools benötigt. Dadurch entstehen sogenannte „Cliques“, die thematisch ähnlich sind und als Konstrukte von Google positiv bewertet werden, da sie für User einen Mehrwert darstellen.

Gastartikel nutzen

Simple, aber effektiv ist das Verfassen von Gastartikeln, die thematisch sehr flexibel aber nicht themenfern sind. Dabei können sehr hochwertige Backlinks entstehen. Google erkennt in diesem Zusammenhang die Begriffe „Gastautor“ oder „Gastbeitrag“ in den Artikeln.

Als Autoren können zudem Influencer dienen. Die Zusammenarbeit mit Ihnen gestaltet sich jedoch weit flexibler. Sie können neben Gastartikeln auch an Blogs, Produkttests und vielem mehr mitwirken. Von gemeinsamen Projekten profitieren in der Regel alle: Webseitenbetreiber, Produkthersteller und Influencer. Um einen guten Eindruck bei anderen Webseitenbetreibern, Influencern oder anderen Geschäftspartnern zu machen, sind der erste Eindruck und eine persönliche Ansprache wichtig.

Kleiner Tipp: E-Mails sollte am Nachmittag verfasst werden, da morgens und vormittags Postfächer geflutet werden und eine wichtige Mail untergehen könnte. Der Kontakt wird vereinfacht, wenn es vorab schon Interaktionen, etwa auf den Social-Media-Kanälen gab. Die individuelle Ansprache in Kombination mit klarer Sprache und einen klaren Anliegen machen den Erfolg aus. Das beginnt schon mit der aussagekräftigen Betreffzeile.

Web- und Firmenverzeichnisse für Linkbuilding nutzen

Eine offizielle Verortung in Firmenverzeichnissen für genau die betreffende Branche ist immer ratsam. Diese Verzeichnisse sollten eher allgemein gehalten und lokal sein. Online sind Verzeichnisse wie Yelp oder bei Google MyBusiness in der Vergangenheit immer gute Anlaufstellen gewesen. Hier können Backlinks kostenfrei und simpel erhalten werden. Das alles zusammen wirkt sich relativ schnell positiv auf die eigene Sichtbarkeit aus.

Ein Erfolgsschlüssel sind – man kann es nicht oft genug betonen – wertvolle Inhalte. Wenn von „linkable Assets“ gesprochen wird, meinen Experten damit virtuelle Vermögenswerte, die so gut zu einem Thema passen, dass Influencer und andere sich ohne Aufforderung verlinken. Diese natürlichen Backlinks referieren unter anderem auf: Ratgeber, Leitfäden, Infografiken und Statistiken oder ein gutes Zitat. Hinzu kommen Videos und Bilder mit Mehrheit und einer angenehmen Außenwirkung.

Muster Listen und Bilder sollten zudem in einem angemessenen Format präsentiert werden. Nach wie vor sind es PDF-Dateien, die praktisch sind und viel Vertrauen vermitteln.

Welcher Content kommt noch für Backlinks infrage?

Neben den eher herkömmlichen Inhalten in modernem Gewand dürfen auch neue Wege bestritten werden. So sind etwa Gewinnspiele und andere interaktive Ideen für User ein spannendes Element, das von Externen gern verlinkt wird. Hierbei gilt umso mehr: Seriosität ist alles! Ein Quiz, Rätsel oder anderes Gewinnspiel muss transparent und fair gestaltet werden. Es sollte thematisch passen und ohne Hintertür einen Mehrwert für die Nutzerinnen und Nutzer darstellen.

Features mit Mehrwert:

- Statistiken und Tabellen
- Spiele (Spaß, Rätsel, Quiz, Gewinne)
- Rechner, zum Beispiel Einkommenssteuerrechner
- Selbsttests

- Umfragen

Die obigen Inhalte sollten aufgrund der Reichweite zuerst auf sozialen Netzwerken wie Facebook und Instagram geteilt werden.

Verweise auf den eigenen Content einfordern

Es kann vorkommen, dass eigene gute Inhalte schon auf anderen Seiten vertreten sind und erwähnt werden. Wenn diese dann nicht durch einen Backlink markiert sind, ist das ärgerlich. Eine regelmäßige Suche nach Stichworten oder über die Google Bilder- und Videosuche lohnt sich! Wenn Inhalte auf Fremdseiten entdeckt werden, wird der jeweilige Seitenbetreiber kontaktiert und darum gebeten, diese zu verlinken. Eine besonders nützliche Nutzungsvariante von Videos ist über Youtube, indem etwa Influencer einen Produkttest durchführen und das Produkt dann dort verlinken.

Achtung: kein „nofollow“

Weiter oben wurden einige positive Attribute erwähnt, die eine Suche und damit auch das Ranking begünstigen. Das Attribut „nofollow“ sollte dringend vermieden werden, da Suchmaschinen-Bots einen Link mit diesem Attribut nicht berücksichtigen. Die Platzierung der Backlinks ist somit entscheidend für den Erfolg. Nach einer guten Platzierung dauert es jedoch einige Wochen, bis der Backlink greift. Google braucht rund 10 Wochen, bis die Daten ins Ranking eingehen.