

Nofollow

Stand: 29.11.2022

Definition

Links stellen für den User die „Transportwege“ von einer Webseite zu anderen dar. Auch der **Webcrawler** von Google nutzt diese Verbindungen, um Linkstrukturen zu analysieren. Im Quellcode markiert das Attribut rel="nofollow" einen Link, dem der Crawler nicht folgen soll. Die Attribute "follow" und "nofollow" führte Google im Jahr 2005 ein.

Google will mit dem nofollow-Tag verhindern, dass sogenannte „wertlose“ Links in das Ranking mit einbezogen werden. Zu dieser Sorte gehören beispielsweise gekaufte Verbindungen oder Links in Gästebüchern und [Blogs](#), die oft zu nicht-redaktionellen Inhalten führen und somit das Ergebnis im Suchmaschinenranking verfälschen.

Bedeutung und Funktion

Bekanntermaßen sind Links die Verbindungen, über die sich der User von einer Webseite zu anderen bewegt. Ebenso nutzt der Webcrawler von Google diese Verbindungen, um Linkstrukturen zu analysieren. Im Quellcode markiert das Attribut rel="nofollow" einen Link, dem der Crawler nicht folgen soll. Die Attribute "follow" und "nofollow" führte Google im Jahr 2005 ein. Die Differenzierung zwischen den beiden Links hat Auswirkungen auf den **Linkjuice**, der Verknüpfungskraft eines Links. Webmaster können durch die unterschiedliche Kennzeichnung den Linkjuice eindeutiger strukturieren und ihre Webpräsenz im Hinblick auf die [Suchmaschinenoptimierung](#) verbessern.

Google will mit dem nofollow-Tag verhindern, dass Links, die nicht auf einen redaktionellen Inhalt verweisen, im Ranking mit eingerechnet werden. Als nicht redaktionell „wertvoll“ gilt beispielsweise ein Link, der auf ein Dokument verweist, dessen Inhalt bereits auf einer Ladingpage veröffentlicht wurde. Wenn der Webseitenbetreiber als Extraservice den gleichen Content zusätzlich als PDF zum Download zur Verfügung stellt, handelt es sich dabei um double Content. Letzterer wird von Google abgestraft, weshalb der Link zum PDF als nofollow gekennzeichnet werden sollte. Ebenso führen Links in Gästebüchern oder Blogs oft zu nicht redaktionellen Seiten und verfälschen somit das Ergebnis im Suchmaschinenranking.

SEO-Relevanz

Die nofollow-Markierung bietet zwei Vorteile. Einerseits folgt der Crawler dem Link nicht, andererseits profitiert die verlinkte Website nicht im Hinblick auf das Ranking, weil kein Linkjuice weitergegeben wird. Denn da Google den nofollow-Links nicht crawlt, wird der PageRank nicht beeinflusst und der Ankertext ignoriert. Somit werden Ziellinks nicht in die komplette Webpräsentation miteinbezogen, bestätigt [Google auf seiner Search Console](#). Jedoch sei es möglich, dass die Zielseiten im Index sind, wenn andere Webseiten auf diese Seiten verlinken ohne den nofollow-Tag zu verwenden. Google empfiehlt für nicht vertrauenswürdige Inhalte wie Kommentare auf Blogs, für die der Webseitenbetreiber keine Garantie übernehmen kann oder möchte, die Nutzung von nofollow-Tags. Dies könne unter Umständen Spammer von der Website abschrecken und verhindern, dass der [PageRank](#) von der Website unbeabsichtigt an „schlechte Nachbarn“ im Web weitergegeben werde.

Außerdem weist Google darauf hin, dass die Rankingplatzierung einer Webseite in den Suchergebnissen teilweise auf der Analyse von Websites basiert, die Links zu ihr enthalten. Damit die Suchergebnisse nicht durch bezahlte Links beeinflusst und der Nutzer nicht getäuscht werde, fordert Google Webmaster nachdrücklich auf, für solche Links das Attribut nofollow zu verwenden.

Da sich Suchmaschinenrobots nicht bei einem Forum anmelden oder registrieren lassen können, sollten auch Links wie „Hier registrieren“ oder „Anmelden“ als nofollow gekennzeichnet werden.[2] Unterm Strich gehören nofollow-Links zu einem natürlichen Link-Profil, sind aber nur ein Teil der Suchmaschinenoptimierung. Im Vordergrund steht immer noch eine ausgearbeitete Informationsstruktur mit user- und suchmaschinenfreundlichen [URLs](#), die die Suchanfrage des Nutzers befriedigt und einen echten Mehrwert enthält.