

SEO Backlink Verteilung

Stand: 04.07.2022

Verteilung von Backlinks: Deeplink Ratio

Bei der Backlink Verteilung muss darauf geachtet werden dass ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Backlinks, die auf die Startseite und Backlinks, die auf Unterseiten verweisen, besteht. So kann der begehrte Linkjuice von populären Domains nicht nur auf die Startseite, sondern auch auf die Unterseite weiter geleitet werden. Damit kann eine **Stärkung von Unterseiten** stattfinden. Außerdem kommt bei den Deep Links eine zusätzliche Eigenschaft zutrage: Die **Longtail Optimierung!** Bei Keywords unterscheidet man zwischen Shorttail- und Longtail Terms. [Longtail Keywords](#) sind generell sehr gut zu optimieren, da sie aus mehreren Wörtern bestehen und so Suchbegriffe genauer definieren. *Mit Longtail Keywords kann eher eine hohe Position in den Ergebnislisten erreicht werden, als mit Shorttail Keywords.*

Allerdings ist der Einsatz von Deep Links auch mit Vorsicht zu genießen: Bei einem unausgewogenem Verhältnis kann es auch passieren, dass Sie im Ranking abfallen. Die Ratio zwischen Qualität und Quantität der Backlinks zur Startseite und derer zu Unterseiten muss ausgeglichen sein. *Bei zu vielen Deep Links wird das Backlink-Profil von Google als unnatürlich bewertet und Sie müssen womöglich mit einer [Penalty](#) rechnen.*

Ankertexte von Backlinks



Neben der Anzahl der Deep Links muss auch der Ankertext der

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

Links aussagekräftig sein. Gerade in Bezug auf die zu verlinkenden Keywords sollte der Text mit Bedacht ausgesucht und gewählt werden. Wenn **Money-Keywords** (diejenigen Keywords, die ein besonders hohes [Suchvolumen](#) aufweisen und daher gut „ranken“) im Ankertext auftauchen und die verlinkende Website auf eine eher schwächere Unterseite verweist, kann das für Google so aussehen, als ob es sich um Spam handelt.

Orte von Backlinks auf Websites



Die Backlink Verteilung muss auch so

gestaltet sein, dass

Backlinks nur an Orten auftauchen, die für ein Ranking relevant sind. Backlinks, die aus **schlechter „Nachbarschaft“** (engl. Bad Neighbourhood) stammen, sollten natürlich nicht eingesetzt werden. Wie auch sonst gilt hier: Achten Sie auf die **Qualität der Seite**, dann erst betreiben Sie effizienten und natürlichen Backlink Aufbau, bei dem die Verteilung ausgewogen ist. Es gibt einige Orte auf Websites, bei denen *ein Backlink eventuell nicht durch die Algorithmen von Google indiziert werden*. Darunter fällt zum Beispiel der „Footer“. Dabei handelt es sich um die sogenannte Fußzeile eines Dokuments. Oft sind Links darin aus dem Index explizit ausgeschlossen. Dabei sollte aber zwischen internen und externen Footerlinks unterschieden werden.

Interne Footerlinks sind meist so etwas wie das Impressum oder auch archivierte Beiträge. Externe Footerlinks können zum Beispiel auf das verwendete Shopsystem der Website oder auf das CMS (Content Management Systeme wie beispielsweise WordPress) verweisen.

Bei der **Platzierung von Backlinks** sollte beachtet werden, dass der Link, der am Anfang einer Webseite steht, die stärkste Gewichtung

besitzt. Alle Links weiter unten auf der Seite verlieren in Relation zum Ort an Gewichtung.

Backlink Verteilung überprüfen mit den richtigen Tools

In jedem Fall ist es immer sinnvoll, mit entsprechenden Tools zu arbeiten, damit der Backlink Aufbau nicht zur SEO-Falle wird. Ein besonders *hilfreiches Programm zum Verwalten, Untersuchen und Analysieren* von allen möglichen Links ist das **LinkResearch Tool**. Hier handelt es sich um eine Sammlung von unterschiedlichen kleinen Tools, die Ihnen bei der Analyse Ihrer bestehenden Backlinks hilft. Von schnell und allgemein zu ausdauernd und ausführlich arbeiten die Tools Ihnen in die Hand. Sie können schlechte Links identifizieren, existierende Links überprüfen, Kontaktinformationen zu Webmastern von Seiten und Domaininhabern erhalten, Links der Konkurrenz herausfinden und vieles mehr.

Fazit

Backlinks sind ein mächtiges Mittel, um sein **Ranking in den Suchmaschinen** zu verbessern. Aber wie auch bei den meisten anderen [Offpage-Maßnahmen](#) müssen einige Faktoren beachtet werden, um auch positiv bei Google aufzufallen. Die Backlink Verteilung ist dabei ein entscheidender Punkt. Neben einem ausgewogenen Verhältnis von Deep Links und Backlinks auf die Startseite einer Website, müssen auch die Orte, die Qualität und die Herkunft der Backlinks bedacht werden. Mit entsprechenden Tools kann das Backlink-Profil dauerhaft überwacht, analysiert und verändert werden. Backlinks sind immer als Empfehlung von anderen Seiten zu verstehen. Und da ist es – wie im richtigen Leben – oft wichtig, dass diese Empfehlungen von relevanten Seiten kommen. Wenn Sie diese Punkte beachten, können Sie sicher sein, dass Ihre Backlinks Ihnen zu einem guten Google Ranking verhelfen!

Als [SEO-Agentur](#) stehen wir Ihnen mit unserer Expertise zur Seite. Kontaktieren Sie uns gerne!