

Aufbau von Backlinks: Wie bewerte ich die Qualität der Backlinks?

Unsere Anleitung für ein hochwertiges Linkprofil

Viele glauben, dass das Ranking der Webseite von der Anzahl der Backlinks bestimmt wird. Sagen wir es mal so. Manchmal ist weniger mehr!

Natürlich ist es bequem, mal schnell einen Link in einem Bookmark, einem Artikelverzeichnis, einem Webkatalog oder in Gästebüchern unterzubringen.

Doch nachdem Google in den vergangenen Jahren immer wieder seinen Algorithmus angepasst hat, um Linkspam zu erkennen, ist es umso wichtiger geworden, auf die Qualität der Backlinks zu achten. Linkbuilding-Strategien, die früher Erfolg versprochen, sind teilweise inzwischen verboten und können schlimmstenfalls zu Abstrafungen oder Rankingverlusten führen.



Wie bewertet Google Links?

Google bewertet dabei nicht nur den Link selbst und analysiert Eigenschaften wie den Linktext oder die Linkposition, sondern auch, wie die Seite beschaffen ist, von der ein Backlink kommt. Je mehr Vertrauen Google der Backlinkquelle (Webseite) schenkt, desto hochwertiger ist der Backlink.

Der Aufbau von qualitativ hochwertigen Backlinks von einflussreichen und themenrelevanten Websites nimmt sehr viel Zeit in Anspruch. Grundsätzlich gilt: Je wertvoller ein Link ist, desto komplizierter und aufwendiger ist es, ihn zu bekommen. Als Beispiel eignet sich Wikipedia sehr gut. Hier ist eine Verlinkung nur mit viel Arbeit und wirklich hochwertigem Content, der dem User einen Mehrwert bietet, möglich.

[Tweet "Man braucht viel Geduld, harte Arbeit und sehr guten Content, um an hochwertige Backlinks zu gelangen."]

Wie man die Qualität hochwertiger Backlinks bewertet, erfahrt ihr jetzt von mir.

Einige Anhaltspunkte

Anhaltspunkte für einen guten Backlink:

- Links, die thematisch zu meiner Webseite passen
- Links aus hochwertigem Content
- Links aus richtig starken, alten und vor allem bekannten Quellen wie Tageszeitungen, Wikipedia
- Links von Webseiten, die aktuell gehalten werden und Mehrwert für den User bieten
- Links mit geringer Absprungrate
- Links, die Stärke an meine eigene Webseite weitergeben (DoFollow)

Anhaltspunkte für einen schlechten Backlink:

- kein thematischer Bezug zu meiner Webseite vorhanden
- Links, die im Footer eingebaut sind und somit seitenweite Verlinkungen erzielen
- Webseiten, die keine aktuellen Inhalte aufweisen
- Links von Webseiten mit fragwürdigem Inhalt
- NoFollow Verlinkungen (nicht grundsätzlich schlecht)

Themenrelevanz

Einer der wichtigsten Qualitätskriterien für eine Backlinkquelle ist die Themenrelevanz. Besitzt deine Webseite ausschließlich Backlinks aus Quellen, die nicht themenrelevant sind, dann ist das ein Anzeichen für ein unnatürliches Backlinkprofil.

Aktuell gehaltene Webseiten mit gutem Content

Anhand des Userverhaltens erkennt Google die Relevanz einer Seite in Bezug auf ein bestimmtes Thema und bewertet die Webseite dementsprechend als hochwertig oder schlecht.

Eine Webseite, die hochwertigen Content bereitstellt, der den Usern Mehrwert bietet, wird durch die Aktivität der User belohnt und von Google als hochwertig und vertrauenswürdig eingestuft.

Somit vertraut Google auch auf die ausgehenden Links der Webseite, was für uns einen guten Backlink bedeutet.



Verlinkungen aus dem Footer

Footer-Links sind meist Partnerlinks oder wurden gekauft. Des Weiteren erzeugen solche Links seitenweite Verlinkungen, da der Footer auf jeder Unterseite widergespiegelt wird. Während früher Footer-Links eingesetzt wurden, um mit einem Schlag eine hohe Anzahl an Backlinks zu generieren, wird heutzutage von Backlinks aus der Fußzeile einer Website abgeraten. Eine große Anzahl an Footer-Links kann als Linkspam betrachtet werden und stellt laut den Google Webmaster Guidelines eine Manipulation der SERPs dar. Dementsprechend sollten besser Links aus dem Bereich des Contents aufgebaut werden und auf Footer-Links verzichtet werden.

Absprungrate

Die Absprungrate ist nicht nur im Bereich der OnPage Optimierung sehr wichtig, sondern auch für den Aufbau guter Backlinks.

Jeder kennt die Situation:

Man sucht zu einem Thema eine gute Antwort und klickt sich durch die Suchergebnisse. Liefert mir das angezeigte Suchergebnis nicht die gewünschten Informationen, verlasse ich die Webseite und suche weiter. Finde ich hingegen aber genau das, was ich suche, bleibe ich so lange aktiv auf der Webseite, bis ich die gewünschten Informationen habe. Somit wird Google ein Signal gesendet, dass diese Webseite interessante Inhalte bietet. Die Absprungrate ist also geringer, wenn ich den Usern genau die Inhalte liefere, die sie suchen.

Webseiten mit fragwürdigem Inhalt

Jeder, der sich schon etwas länger mit SEO beschäftigt, kennt diese Portale. Wenn du also einen Backlink für deine Webseite generieren möchtest, dann achte vorher immer genau auf die Inhalte, das Erscheinungsbild, die Themenrelevanz und gegebenenfalls auch auf die Sichtbarkeit einer Webseite.

DoFollow / NoFollow

Ein Link, der den Suchmaschinen erlaubt, ihm bis zur verlinkten Webseite zu folgen, wird als Dofollow bezeichnet. Durch eine Dofollow Verlinkung wird der Link Juice von einer Webseite zur anderen weitergegeben. Durch solch eine Verlinkung verhelfen wir unserer Webseite zu einem besseren Ranking.

Wird hingegen ein Link mit dem Attribut rel="nofollow" ausgezeichnet, folgen Suchmaschinen diesem nicht. Das bedeutet, eine NoFollow Verlinkung gibt keinen Link Juice an unserer Webseite weiter und unterstützt uns daher nicht sonderlich beim Ranking.

Hier gibt es aber etwas zu beachten!

Damit ein Backlinkprofil für Google „natürlich“ und nicht „gekauft“ wirkt, muss darauf geachtet werden, ein gutes Verhältnis zwischen Dofollow-, und Nofollow-Links zu erzielen. Je nach Branchenfeld



schwankt der Wert an Nofollow-Links zwischen 12 und 20% und sollte nicht signifikant darüber oder darunter liegen.

Titelbild © MohamadFaizal / Fotolia

Beitragsbild 1 © andyller / Fotolia

Beitragsbild 2 © fotomek / Fotolia

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX