

Studie zeigt: Blogs oft schlecht sichtbar für Google

Eine zu große Linktiefe kann schlecht für den eigenen Blog sein

Viele Blogs machen den gleichen Fehler: Eine Mehrzahl der Beiträge ist für Google nur schwer erreichbar, da einfach zu viele Klicks notwendig sind, um auf die jeweilige Unterseite zu gelangen.



Laut einer [Studie von Perficient Digital](#) haben mehr als zwei Drittel der untersuchten Blogs eine Linktiefe größer als fünf. Genau wie von menschlichen Nutzern, werden diese Inhalte dadurch auch durch die Suchmaschine schwerer gefunden. Für die Studie wurden 100 zufällig ausgewählte Blogs untersucht, es kann also nicht von Repräsentativität ausgegangen werden. Interessant sind die Ergebnisse dennoch.

Die klassische Blogstruktur bedingt das Problem oft automatisch

Viele Inhalte sind sogar noch weiter von der Hauptseite entfernt: 31,5 Prozent weisen eine Linktiefe von höher als 21 auf, fast zehn Prozent sogar 50 und mehr.

Oft sind Inhalte, die nur über viele Klicks bzw. Ebenen erreichbar sind, auch für Suchmaschinen kaum sichtbar. So büßt der Blog Rankingpotenzial ein, denn viele Inhalte werden einfach nicht durch Google erfasst.

Ein klassischer Blog zeigt Beiträge in chronologischer Reihenfolge an. Wer ältere Beiträge sehen will, muss dafür weiterblättern oder die Suchfunktion nutzen. Das macht es allgemein schwierig, an ältere Beiträge zu gelangen. Abhilfe können hier das Menü oder die Einteilung in Kategorien.

Die Lösung: Sinnvolle interne Verlinkung



Die effektivste Lösung ist aber eine gute [interne Verlinkung](#). Thematisch zueinander passende Beiträge sollten Querverlinkungen enthalten und so ein Geflecht von Links innerhalb des Blogs bilden. Auch die Kategorienseiten dienen als Linkverteiler, können dies ab einer bestimmten Anzahl von Beiträgen aber auch nur noch begrenzt leisten. Sinnvoll gesetzte Links helfen dem Nutzer, auch ältere aber für ihn relevante Beiträge zu finden und erleichtern gleichzeitig auch der Suchmaschine ihre Arbeit.

Wie ein Blog auch langfristig Traffic bringen kann

Ein Blog berichtet über aktuelle Ereignisse und Entwicklungen, kann aber gleichzeitig auch Inhalte enthalten, die langfristig relevant bleiben. So lässt sich mit einem Blog auch konstant organischer Traffic generieren, der nicht ausschließlich auf News bezogen ist. In der vorliegenden Studie wurden 92 Prozent aller Inhalte als Evergreen-Content eingestuft, also Inhalte, die langfristig relevant sind.

Durch die allgemein übliche Blog-Mechanik, die dafür sorgt, dass Inhalte mit der Zeit durch neue verdrängt werden und somit weiter nach hinten rücken, werden so auch „zeitlose“ Inhalte verdrängt. Bedenkt man dies, würde es mehr Sinn machen, derartige Inhalte außerhalb eines Blogs zu veröffentlichen. Ein eigener Content-Bereich wird daher auch durch die Urheber der Studie empfohlen. In diesem könnte Content, der besonders beliebt ist, auch besonders prominent platziert werden.

Wie führt Ihr Euren Blog? Mehr aktuelle Inhalte oder Fokus auf Evergreen-Inhalte? Was passiert mit älteren Beiträgen?

Titelbild © relif – stock.adobe.com

Beitragsbild © JoylImage – stock.adobe.com