

Einführung *Linkmarketing &* *Linkbuilding*

*Mit erfolgreichem Linkaufbau zu
mehr Sichtbarkeit in Suchmaschinen*

- Was ist ein Backlink eigentlich genau?*
- Linkquellen und erste Schritte*
- Linkbuilding - Tipps & Fallen*
- Linkpflege und Überwachung*

Warum sind starke Backlinks so wichtig?

Ein starkes Linkprofil gehört neben gutem Content auch weiterhin zu den wichtigsten Rankingkriterien der meisten Suchmaschinen. Es ist Dreh- und Angelpunkt jeder erfolgreichen „Offpage“-Optimierungsstrategie.

Suchmaschinen analysieren, welche Domains auf Sie verlinken (auch „eingehende Links“, „externe Links“ oder „Backlinks“) und auf welche Ihrer Inhalte verwiesen wird. Stammt eine Verlinkung aus einer vertrauenswürdigen Quelle, so wird auch die verlinkte Seite als vertrauenswürdiger angesehen. Verweise von dubiosen Seiten oder fragwürdigen Web-Verzeichnissen verringern somit auch die Glaubwürdigkeit Ihrer Domain und bringen Ihre Rankings in Gefahr.

Da sich die Reputation der Linkquelle z.T. auf Sie überträgt und deshalb die Platzierung Ihrer Seite positiv oder negativ beeinflussen kann, müssen Sie Ihr Backlinkprofil stets im Blick behalten.

Ziel jeder erfolgreichen Backlinkstrategie ist es, eine natürlich wachsende Anzahl an hochqualitativen externen Links („Backlinks“) aufzubauen. Aber gerade zu Beginn kann es schwierig sein, einen Grundstock an qualitativen Backlinks zu sammeln. Wie Sie Ihre eigene Backlinkstrategie entwickeln und erfolgreich Ihr Linkprofil ausbauen, erfahren Sie in diesem Whitepaper.

Warum sind hochqualitative Backlinks wichtig?

Am Anfang stand der Hyperlink. Links sind die Grundpfeiler des Webs, denn sie verbinden Milliarden unterschiedlicher Webseiten. Google ist grundsätzlich nichts anderes als eine riesige Linkdatenbank, die nach verschiedensten Kriterien alle ihr bekannten Inhalte filtert und die zur Suchanfrage passenden Inhalte auf der Suchergebnisseite verlinkt. Ohne Links könnten wir also keine Suchergebnisse anklicken, die Inhalte unserer eigenen Seite verbinden oder die neuste YouTube-Videosensation teilen.

Exkurs: So „entdecken“ Suchmaschinen auf neue Inhalte

Grundsätzlich gibt es zwei verschiedene Wege wie Google, Bing und andere Suchmaschinen neue Inhalte entdecken.

Zum einen können Sie Suchmaschinen auf Ihre Website aufmerksam machen. Früher gab es dafür mehr oder weniger seriöse Dienstleister, die Ihre Domain bei zigtausend Suchmaschinen „angemeldet“ bzw. eingetragen haben. Heute funktioniert es viel sicherer und zuverlässiger mit einem [Google Search Console](#) oder [Bing Webmaster Tools Konto](#).

Zum anderen verfolgen Suchmaschinen Links von anderen Seiten auf Ihre Inhalte. Bei der Suchmaschinenoptimierung Ihrer Website nehmen Links deswegen eine besonders wichtige Rolle ein:

- Suchmaschinen verfolgen Links auf allen Seiten, um unbekannte Seiten zu indexieren.
- Neben dem Inhalt sind Links einer der wichtigsten Rankingfaktoren.

Hat die Suchmaschine neue Inhalte entdeckt, analysiert sie das Linkprofil der gesamten Domain inklusive aller Unterseiten, um herauszufinden wie vernetzt ihre Seiten sind.

Hierbei ist es wichtig, dass sich Ihre Website in guter Nachbarschaft befindet. Einfach gesagt sind Verweise auf Ihre Seite nichts anderes als Empfehlungen. Auf wen viel verlinkt wird, der hat relevante Inhalte

Warum sind hochqualitative Backlinks wichtig?

Bei Backlinks gilt der Grundsatz „Qualität vor Quantität“: Je mehr seriöse eingehende Links Ihre Seiten erhalten, desto vertrauenswürdiger ist Ihre Domain („Trustsignal“). Je mehr Gewicht Suchmaschinen auf Ergebnisse von Ihrer Seite legen, desto größer ist die Chance bei relevanten Suchanfragen ganz oben zu stehen. Und damit landen am Ende mehr Besucherinnen auf Ihrer Website. Eine Hand voll Links von Websites mit exzellentem Ruf (z.B. Herstellerseiten, trafficstarke Expertenseiten, relevante Blogs) sind besser als hundert automatisch gesetzte Links aus fragwürdigen Quellen.

Wie sieht der ideale Backlink aus?

So oder so ähnlich würde der perfekte Backlink entstehen: Sie sind Betreiberin einer erfolgreichen Gebäudereinigungsfirma und wurden eingeladen, einen Expertenbeitrag über Küchenhygiene für ein Gastrofachmagazin zu schreiben. Der Artikel wird online veröffentlicht und verlinkt Ihre Website zu weiterführenden Informationen zu dem Thema.

Der Artikel verweist nicht nur auf Ihre Hauptdomain, sondern auf eine konkrete Unterseite, z.B. `Guide zum Thema richtige Küchenreinigung für Gastronomen`

Ihr Artikel wird auch auf Social Media geteilt und ein Redakteur eines Gesundheitsportals wird auf Ihren Beitrag aufmerksam. Da er ihn als hilfreich und informativ empfindet, fügt das Portal einen Link zu dem Beitrag auf Ihrer Seite als Quellenverweis ein.

Die Charakteristiken eines perfekten Backlinks sehen also wie folgt aus:

- Der Link geht von einer Domain mit hoher bzw. positiver Reputation aus (z.B. ein Fachmagazin).
- Der Link verweist nicht nur auf Ihre Domain, sondern auf eine konkrete Unterseite (siehe `href=".../wissen/..."`).
- Der Linktext (auch „Ankertext“ genannt) hat konkreten Bezug zum Linkinhalt `Guide zum Thema...` und ist nicht generisch, wie z.B. „hier“ oder „weiterlesen“.

Aber wie bauen Sie Ihr Backlink-Portfolio gewinnbringend aus und entwickeln Ihre eigene Backlinkstrategie? Im nächsten Kapitel erfahren Sie, warum hochqualitativer Content so wichtig ist und welche seriösen Backlinkquellen für Website-Betreiber wie Sie in Frage kommen.

Backlinkquellen finden und die ersten Linkbuilding-Schritte

Oberstes Ziel Ihrer Backlink-Strategie ist, die Verbreitung Ihrer Inhalte mittel- bis langfristig zu fördern und damit stetig die Chancen auf natürliche Backlinks zu steigern.

Je nach Branche kann es einfacher oder schwieriger sein, an gute Backlinks zu kommen. Während ein Nachrichtenportal als Quelle auf anderen Websites zitiert wird und Reichweite auf Social Media hat, kann es der Handwerker von nebenan deutlich schwerer haben.

Die optimale Seitenbeschreibung

Als ersten Schritt sollten Sie sich einen Kurzüberblick Ihrer bestehenden Website verschaffen. Dieser Quickcheck deckt die so genannten OnPage Basics Ihrer Seite ab:

- Ist Ihre Seite ansprechend gestaltet und problemlos von Smartphone, Tablet und Desktop erreichbar?
- Sind Ihre Inhalte sinnvoll strukturiert und lässt sich Ihre Seite einfach navigieren?
- Haben Ihre Inhalte individuelle, beschreibende URLs (z.B. /dienstleistungen/), individuell angepasste Seitentitel und Metabeschreibungen?
- Sind alle Inhalte und Kontaktinformationen auf dem aktuellen Stand?
- Sind alle Bilder und verlinkte PDFs erreichbar?
- Sind interne und externe Links erreichbar und verweisen nicht auf „tote“ Seiten?

Nachdem Sie sich ein Bild von der Lage verschafft haben, entfernen Sie - falls möglich - die größten Schnitzer. Danach widmen Sie sich Ihren vorhandenen Inhalten.

Qualitätscontent - Der Schlüssel zu guten Backlinks

Sie haben nun einen Überblick aller Inhalte auf Ihrer Seite. Aber welche Inhalte kommen überhaupt für andere Website-Betreiber zur Verlinkung in Frage? Google, als führender Suchmaschinenbetreiber, sagt:

„Die beste Methode, Webmaster anderer Websites dazu zu bewegen, über hochqualitative Links auf Ihre Website zu verweisen, sind individuelle und relevante Inhalte, die sich ohne Manipulation großer Beliebtheit bei der Internet-Community erfreuen. Gute Inhalte zu erstellen zahlt sich aus: Links sind meist redaktionelle Bewertungen, die freiwillig abgegeben werden. Je nützlicher Ihre Inhalte sind, desto höher sind also die Chancen, dass jemand anderes diese Inhalte als wertvoll für seine Leser erachtet und auf Ihre Seite verlinkt.“ [Quelle](#)

Daraus ergeben sich folgende Grundsätze: Ihre Inhalte sollten individuell, relevant und nützlich sein, um andere dazu zu motivieren, auf Sie zu verweisen. Der Verweis sollte freiwillig und ohne Manipulation erfolgen. Qualitativ hochwertige Inhalte ziehen qualitativ hochwertige Backlinks nach sich - und das ist unser Ziel.

Analysieren Sie nun Ihre Inhalte nach den Kriterien Individualität, Relevanz und Nützlichkeit. Oft könnten Sie Inhalte „nützlicher“ machen, indem Sie statt thematisch nur an der Oberfläche zu kratzen, tiefer ins Detail gehen.

- **Beispiel:** Als Autowerkstatt verkaufen Sie Reifen verschiedener Hersteller. Sie nennen diese Hersteller und welche Reifen Sie verkaufen auf einer eigenen Unterseite Ihrer Website. Aber welcher Reifentyp passt zu welchem Auto? Was bedeuten überhaupt Typen-Bezeichnungen wie „195/55 R16“? Und wann sollte man seine Reifen am besten wechseln? Alle diese Fragen können Sie auf dieser Seite beantworten. Ein Bild eines abgenutzten Reifens mit geringer Profiltiefe kann Ihre Seite komplettieren.

Mit Wissen, das Sie bereits besitzen, aber noch nicht mit anderen teilen, können Sie im Handumdrehen alle drei Kriterien erfüllen und Ihre Inhalte individueller, relevanter und nützlicher machen. Das werden auch Suchmaschinen honorieren. Statt nur bloße Fakten zu nennen, beantworten Sie häufige Fragen beim Reifenkauf. Sie beraten nun potenzielle Kunden und helfen ihnen bei der Kaufentscheidung. Sie machen es damit wahrscheinlicher, dass der Link zu Ihren hilfreichen Informationen zum Reifenkauf auf anderen Seiten und in sozialen Netzwerken geteilt wird. Denn Sie wissen nie, wer am Ende auf Ihrer Seite landet - und für Suchmaschinen zählt, dass Ihre Inhalte vor allem wertvoll für den Leser sind.

Falls Sie noch keine ausreichenden Inhalte auf Ihrer Seite haben oder eine Auffrischung benötigen, hilft Ihnen das SEO-Küche Team gerne bei der Entwicklung neuer Website-Inhalte! Egal ob Sie nur Textinhalte benötigen oder auch auf der Suche nach frischen Bildern und Grafiken sind.

Weiter auf der nächsten Seite →

Mögliche Backlinkquellen

Die große Frage ist natürlich: Woher bekomme ich hochwertige Backlinks? Hier finden Sie klassische Backlinkquellen im Überblick. Überlegen Sie sich, welche für Ihr Unternehmen oder Ihre Organisation in Frage kommen. Beachten Sie immer den Grundsatz „Klasse statt Masse“.

Social Media

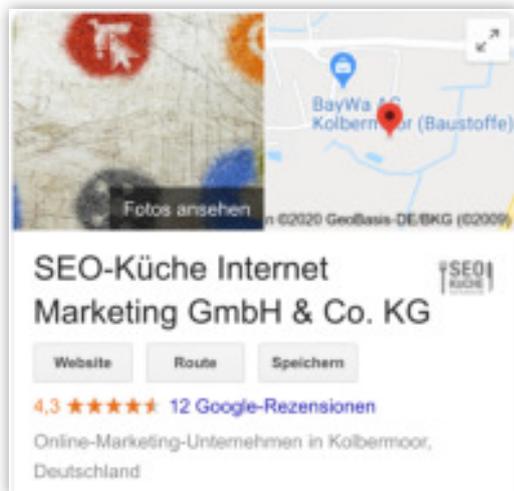
Ganz oben auf Ihrer Liste sollten Links aus Ihren Social Media Profilen stehen. Ob in Ihrem Facebook, Instagram oder Twitter Profil - überall sollten Sie Ihre Website-Adresse hinterlegen. Falls Sie das noch nicht machen, erledigen Sie es sofort. Es trägt dazu bei, das Gesamtbild Ihrer Website abzurunden und zu zeigen, dass Sie auch auf anderen Plattformen aktiv sind.

Social Media Beiträge und Posts sollten nicht ausschließlich auf Ihre Hauptseite, sondern auf konkrete Inhalte auf relevanten Unterseiten verweisen und einen Aufmacher bzw. Teaser-Text enthalten, der zum Weiterklicken verleitet.

Web-Verzeichnisse & Firmenprofile

Viele generische Linkverzeichnisse werden von Suchmaschinen ignoriert. Aber der Firmeneintrag in den Gelben Seiten oder offiziellen Branchenverzeichnissen (z.B. Google My Business, Yelp, SHK-Verzeichnisse) sollten Sie auf jeden Fall um Ihre Website-Adresse ergänzen.

Falls Sie noch kein Google My Business Profil besitzen, finden Sie eine Anleitung zur Einrichtung in unserem [Leitfaden zu Google My Business](#).



Gastbeiträge auf Webseiten & Blogs

Besuchen Sie bereits Branchenwebsites? Stehen relevante Blogs auf Ihrer täglichen Leseliste? Prima, diese Websites sind der perfekte Ausgangspunkt für Ihre Backlinkplatzierung. Fokussieren Sie sich hauptsächlich auf themenverwandte Seiten und Portale und erkundigen Sie sich, ob die Redaktion Gastbeiträge veröffentlicht.

Da hochqualitative Gastbeiträge viel Zeit kosten und leider häufig kein Honorar bezahlt wird, ist ein Backlink im Fließtext und zur Homepage des Autors häufig „Ehrensache“.

Forenlinks & Frage-Antwort-Seiten

Klassische Diskussionsforen zu Nischenthemen, News-Aggregatoren wie Reddit.com und Q&A-Seiten wie Quora.com oder gutefrage.net können zahlreiche Chancen zur Platzierung Ihrer Links bieten.



Aber seien Sie vorsichtig: Nischendiskussionsforen sind von Natur aus eine eingeschlossene Gemeinschaft. Beachten Sie die Forenregeln zu werblichen Beiträgen und verzichten Sie im Zweifel lieber auf einen Link. Etablieren Sie sich stattdessen als hilfreiches Mitglied der Community. Verfolgen Sie eine langfristige Strategie, indem Sie Ihr Expertenwissen zum Wohle der Gemeinschaft einsetzen und teilen.

Zusammenfassungen und Eventberichte

Sie haben gerade ein Event, eine Konferenz oder Fachmesse besucht und möchten Ihre Erfahrungen und Erkenntnisse teilen? Viele Veranstalter empfangen Links zu Besucherberichten mit offenen Armen, denn sie sind werbewirksam und tragen zur Profilierung der eigenen Events bei.

Andere Teilnehmer aus relevanten Kundenzielgruppen werden so vielleicht auf Sie aufmerksam. Teilen Sie Ihre Berichte am besten direkt per Email an die Veranstalter und deren Social Media Präsenzen. Verwenden Sie den offiziellen Veranstaltungshashtag, soweit vorhanden.

Outreach-Kampagnen

Professionelle Outreach-Kampagnen für Ihre Organisation, mit professionell gestalteten Infografiken, PDF-Whitepapers (redaktionelle Inhalte zu verschiedensten Themen), können zeitaufwendig in der Produktion aber zugleich äußerst effektiv sein. Content Outreach bzw. Content Seeding Kampagnen richten sich oft an eine weitaus größere Zielgruppe und werden häufig von traditionellen Medien aufgegriffen. Das kann die Reichweite Ihrer Inhalte auf einen Schlag vergrößern und zu vielen neuen Backlinks führen. Aber auch Social Media Influencer können hierbei behilflich sein.

Haben Sie bereits ein Kontaktnetzwerk? Nachdem Sie passende Inhalte zum Sharing erstellt haben, starten Sie dort am besten zuerst, bevor Sie weitere Kontakte recherchieren.

Agenturen wie die SEO-Küche verfügen bereits über ein breites Kontaktnetzwerk aus allen Branchen und haben ein kreatives Team, das schnell passende Inhalte für Sie entwickeln kann. Warum also nicht Zeit sparen und Ihre Outreach-Kampagne direkt mit einem erfahrenen Expertenteam planen? Das Team der SEO-Küche steht Ihnen jederzeit bei allen Fragen rund um Linkbuilding, Content Seeding und Influencer-Kampagnen mit Rat und Tat zur Seite!

Backlinkpflege & -überwachung

Sie haben erste Backlinks gesammelt und sind mit Ihrem Einsatz zufrieden. Jetzt gilt es Ihre Maßnahmen auszuwerten und erste Erfolge fortzusetzen.

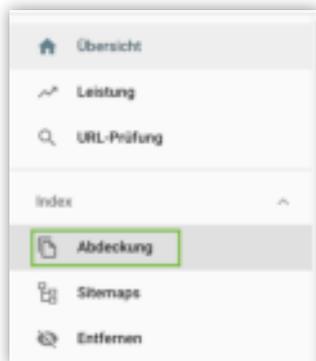
Eine Kernbereich Ihrer Backlinkstrategie ist deshalb die Backlinküberwachung. Für einen ersten Einstieg ins Thema eignen sich kostenlose Tools wie die [Google Search Console](#), [Google Analytics](#) und [Google Alerts](#).

Google Search Console

Mit Hilfe von Google Search Console erhalten Sie detaillierte Einblicke in die Suchmaschinenperformance Ihrer Domain. Sie sehen, unter welchen Suchanfragen Ihre Seiten auf Google auftauchen und bekommen Zugriff auf Platzierungen und Klickstatistiken. Sie können neue Seiten zur Indexierung einreichen oder eine Neuindexierung anstoßen. Für das Backlinkmonitoring sind vorrangig die zwei Berichte „Links“ und „Abdeckung“ relevant.

Abdeckung

Im Bericht zur Indexabdeckung können Sie überwachen, ob Suchmaschinenergebnisse auf nicht mehr existierende Seiten verweisen (tote Links, broken links).



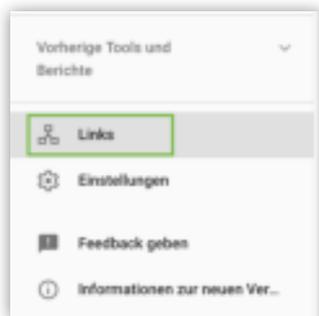
Falls Sie hier URLs mit dem Status Fehler sowie Fehlergrund Gesendete Seite ist ein Soft 404-Fehler oder Gesendete URL nicht gefunden (404) sehen, überprüfen Sie diese Seiten und stellen Sie sicher, dass Sie wieder erreichbar sind oder auf eine neue URL-Adresse weitergeleitet werden (301-Weiterleitungen). Wenn Sie

die URL erst kürzlich aktualisiert haben, kann es sein, dass externe Links immer noch auf die alte URL zeigen. Kontaktieren Sie eventuell den Betreiber der verweisenden Seite und bitten Sie ihn um Aktualisierung des Links.

Links

Im Links-Bericht sehen Sie auf einen Blick, a) welche Ihrer Seiten am meisten Backlinks erhält, b) welche externen Domains am meisten auf Sie verlinken und c) welche Linktexte (Ankertexte) von anderen Websites für Ihre Links verwendet werden.

Mittels Klick auf Externe Links exportieren können Sie sich eine detaillierte Liste aller Ihrer Backlinks direkt herunterladen. Diese Liste ist zumeist der perfekte Einstieg für weitere Optimierungen, da sie Ihnen zeigt, wie Ihr aktuelles Linkprofil zusammengesetzt ist.



Google Analytics - Eingehende Links & Referral-Berichte

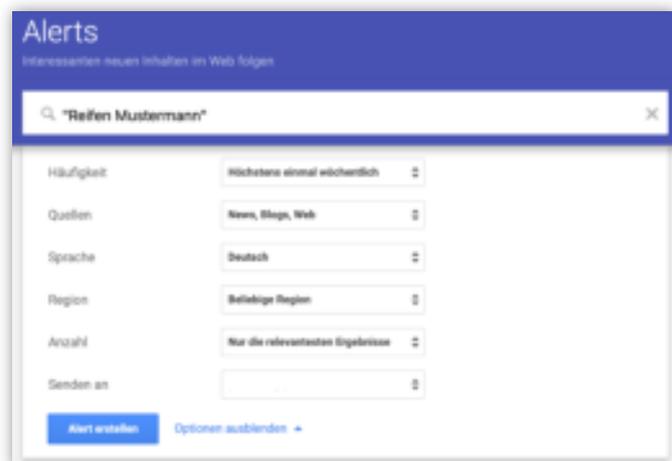
Google Analytics zeichnet das Besucherverhalten auf Ihrer Website auf. Sie können Google Analytics aber auch zur Erfolgskontrolle Ihrer Linkbuilding-Strategie nutzen.

Dazu rufen Sie den Bericht Akquisition → Alle Zugriffe → Verweise (auch Referral-Traffic genannt) auf. Hier sehen Sie nun eine Liste aller Websites, die Besucher auf Ihre Seiten gebracht haben. Aktivieren Sie Sekundäre Dimension → Seite, damit Sie nicht nur die verweisende Domain sehen, sondern auch welche Ihrer Inhalte der Besucher dadurch besucht hat.



Mit Google Alerts stets informiert bleiben

Google Alerts ist ein kostenloser Service, der Sie über Erwähnungen bestimmter Begriffe benachrichtigt. Hinterlegen Sie einfach eine Liste von Begriffen (z.B. Marken, Firmennamen) oder Phrasen und Sie erhalten regelmäßig eine E-Mail Benachrichtigung sobald Ihre Suchwörter auf einer Website erwähnt werden.



So sehen Sie immer direkt, ob irgendwo jemand etwas über Sie veröffentlicht hat. Das ist gerade bei Outreach-Kampagnen hilfreich.

Falls Sie feststellen, dass Sie auf einer Website erwähnt werden aber Ihre Website nicht oder falsch verlinkt wird, empfehlen wir den Website-Betreiber einfach höflich anzuschreiben, um den Link zu berichtigen.

Linkprofil sauber halten

Leider passiert es ambitionierten Website-Betreibern mit den besten Absichten: die eigene Domain wird von merkwürdigen Seiten verlinkt - oft auch, weil billige Backlinks von dubiosen Netzwerken gekauft werden.

Vorab sei gesagt, dass ein geringer Anteil dieser dubiosen Links oft ganz von selbst entsteht. Wie so oft im Leben macht auch in diesem Fall die Dosis das Gift: bleibt der Anteil solcher Links im Rahmen schadet das dem eigenen Linkprofil in der Regel nicht.

Vorsicht bei Billig-Backlinks

Leider handelt es sich bei diesen Backlinkquellen zumeist um dubiose Content-Netzwerke, die mit automatisch generierten Inhalte mit einer Vielzahl an Links versehen und so versuchen, Suchmaschinen zu manipulieren. Statt aber in den Rankings nach oben zu klettern, werten Google & Co Ihre Domain wegen „unnatürlicher Links“ ab. Das kann die Reputation Ihrer Seite auf Dauer schädigen, zu schlechteren Suchmaschinenplatzierungen und weniger organischem Traffic führen.

Digital Marketing > SEO > Off-Page SEO

I will provide over 15,000 high quality live SEO backlinks

Auch eine Vielzahl an Links zu Ihrer Seite in einem individuellen Artikel ist für fast alle Suchmaschinen zu viel des Guten. Erinnern Sie sich stets an den Grundsatz: „Der Verweis sollte freiwillig und ohne Manipulation erfolgen“. Absolute No-Gos sind deshalb gekaufte oder gemietete Links. Ehrlichkeit währt auch hier am längsten.

Disavow Links - schlechte Backlinks manuell entfernen

Der Vollständigkeit halber erwähnen wir hier nochmal Googles Disavow Tool zur Entfernung von schlechten Backlinks. Sie können im Tool eine Liste von Domainnamen hochladen und Backlinks, die von diesen Domains ausgehen, ungültig erklären lassen.

Wir warnen jedoch ausdrücklich vor der Benutzung des Tools, ohne vorher genau zu analysieren, ob es sich wirklich um schädliche Backlinks handelt. Falsche Benutzung kann zur Beeinträchtigung Ihrer Suchmaschinenplatzierungen führen. Unsere SEO-Küche Experten unterstützen Sie gerne bei der Identifizierung schädlicher Links!

Für Profis: Kostenpflichtige Linkmonitoring Tools

Für eine tiefere Überwachung Ihrer Strategie gibt es aber auch kostenpflichtige Profi-Tools, die in den allermeisten Fällen für den „Hausgebrauch“ jedoch zu umfangreich und teuer sind. Hier empfiehlt es sich, mit einem professionellem Agenturpartner zusammen zu arbeiten, der bereits Zugang zu diesen Tools hat und Ihre Linkbuilding-Strategie umfassend betreuen kann.

🔍 Sistrix

Der Name Sistrix ist vielen durch den Sichtbarkeitsindex für Webseiten-Rankings in Google geläufig. Hinter Sistrix verbirgt sich aber eine leistungsstarke SEO-Toolbox, die sich vor allem an professionelle Benutzer richtet. Mit dem kostenpflichtigen SEO- und Linkmodul haben Sie die Platzierung Ihrer Seite immer im Blick und können auf professionelle Backlinkanalysen zugreifen.

www.sistrix.de

🔍 LinkResearchTools

Die Linkresearchtools vereinen 25 verschiedene Quellen und bieten so hochwertige Linkinformationen mit einer umfangreichen Risikoeinschätzung. Jeder gestartete Report innerhalb des Tools zeigt die aktuellsten Daten auf und ermöglicht daher sicheren Linkaufbau, -überwachung und gezielte Entwertungen.

www.linkresearchtools.com



Herausgeber:

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG

Fraunhoferstraße 6 | 83059 Kolbermoor

Telefon: +49 (0) 8031 / 2575-100 Telefax: +49 (0) 8031 / 2575 - 101

E-Mail: info@seo-kueche.de

Wir freuen uns auf Sie!



Bildnachweis:

Luigi Giordano & Alphaspirt (Fotolia.com)

Screenshots von google.de, Logos von Quora.com, Reddit.com



www.seo-kueche.de