

## dofollow Link

### Was ist ein dofollow Link?

Mithilfe von [Links](#) erkennen die Bots der Suchmaschinen die Beziehungen zwischen den Websites. Bots reisen von einer Webseite zur anderen über einen dofollow Link. In HTML gibt es außerdem nofollow Links, der Suchmaschinen wissen lässt, dass sie einem Link nicht folgen sollen.

Genaugenommen ist ein dofollow Link keine besondere Sache. Dofollow ist der Standardstatus für einen Link. Oder anderes ausgedrückt: Jeder Link ohne das Attribut "nofollow" ist ein dofollow Link. Wenn eine fremde Website mit einem Standardlink (dofollow Link) auf die eigene Site verweist, kann das Auswirkungen auf die Platzierungen in den Suchmaschinen haben.

Hier ist ein Beispiel für die Syntax eines normalen dofollow Links:

[href="https://www.seo-kueche.de/lexikon/"> SEO-Küche](https://www.seo-kueche.de/lexikon/)

Warum ist das interessant? Je mehr hochwertige Links auf die eigene Website verweisen, desto mehr [Traffic](#) wird generiert. Und zwar nicht nur von Besuchern, die auf die Links klicken, sondern auch über die Suchmaschinen. Von den besten 100 Websites im Ranking von Google, haben weit über 90 Prozent sehr viele Backlinks. Einige dieser Websites haben mehr als 2000 Backlinks.

### Der Wert von Backlinks

Alle Suchmaschinen und ganz besonders Google, betrachten eine hohe Anzahl von [Backlinks](#) als Qualitätsmerkmal für eine Website. Google verwendet seit 2005 ein Gewichtungssystem, das Page Rank genannt wird, um festzustellen, wie wertvoll eine Website ist. Dieses System berücksichtigt den Wert von Links, die auf eine Seite oder [Website](#) verweisen. Hochwertige Links können dazu führen, dass diese Website im Ranking der Suchergebnisse weiter nach oben wandert.

### Wie wirken sich dofollow Links auf das Site Ranking aus?

Die Bots der Suchmaschinen durchforsten das Web über die dofollow Links und registrieren dabei, wer auf wen verlinkt. Diese Beziehungen geben eine Art Maßstab ab, der von SEO-Profis auch als "link

juice” bezeichnet wird. Verlinkt eine seriöse Website auf die eigene Site, wird das das Page Ranking bei einer Suchmaschine verbessern. Weitere Hinweise zum Thema Page Rank befinden sich [hier](#).

## Wie wird ein Link zu einem dofollow Link?

Neben dem dofollow Link gibt es in HTML auch einen [nofollow Link](#). Technisch besteht der einzige Unterschied zwischen einem dofollow- und einem nofollow Tag darin, dass ein nofollow Link einen nofollow Tag hat. Hier ein Beispiel:

Dieser Tag weist Suchmaschinen an, den Link zu ignorieren. Weil nofollow Links im Page Rank nicht erfasst werden, wirken sich diese bei Suchmaschinen nicht auf die Platzierung aus.

Für den durchschnittlichen Benutzer einer Webseite sehen dofollow- und nofollow Links genau gleich aus. Der nofollow Link enthält nur den Code rel="nofollow", der als Attribut bezeichnet wird.

Laut Google geben nofollow Links keinen Page Rank an die verlinkte Website weiter. Das bedeutet, dass sie die Position der eigenen Website in den Suchergebnissen nicht direkt beeinflussen.

## Einen dofollow Link erkennen

Dofollow- und nofollow Links sind für normale Benutzer nicht zu erkennen. Es gibt jedoch ein paar Möglichkeiten, um sich die unterschiedlichen Links anzeigen zu lassen. Mit dem Chrome Browser ist das recht einfach. Dazu wird mit der rechten Maustaste auf ein Element der Seite geklickt und im aufklappenden Kontext-Menü die Option "Untersuchen" gewählt.

Der HTML Code erscheint in einem besonderen Fenster in dem leicht zu erkennen ist, ob ein Link mit nofollow gekennzeichnet ist. Andernfalls ist es ein dofollow Link. Mit der Tastenkombination Strg + F lässt sich auf der Seite gezielt nach nofollow Links suchen. Für die bekannten Browser gibt es außerdem zahlreiche Plug-Ins, die den Quelltexte einer Seite nach nofollow Tags automatisch durchsuchen können.

## Wann sollten dofollow Links verwendet werden?

Dofollow Links sind Standard und sollten bis auf wenige Ausnahmen verwendet werden. Beim Verlinken der eigenen Seiten mit denen anderer Anbieter kann auch das Attribut nofollow verwendet werden. Das könnte für die folgenden Inhalte geschehen:

- Blog-Kommentare
- Foren
- Affiliate Link
- Soziale Medien
- Gesponserte Inhalte oder Anzeigen
- Pressemitteilungen
- Nicht vertrauenswürdige Webseiten
- Widgets

Google wertet die Links auf jeder Website aus, um festzustellen, ob die Links natürlich erscheinen. Dies bedeutet, ein normales Linkprofil mit Links von relevanten Websites kann Follow- und Nofollow-Links enthalten. Die meisten erfolgreichen Websites haben eine größere Anzahl von dofollow Links. Für alle unnatürlichen Links sollte ein nofollow Tag verwendet werden.

Eigentümer von Webseiten sollten etwas Zeit darauf verwenden, zu überprüfen, ob das Backlink Profil ihrer Website optimiert und fehlerfrei ist. Nach Durchlaufen der obigen Analyse ergeben sich Chancen. Dofollow Links können beim Erstellen des PageRank helfen. Nofollow Links bringen jedoch wertvollen Traffic und Engagement.

## Zwei neue Link-Attribute

Das Web entwickelt sich laufend weiter. Im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung (<https://www.seo-kueche.de/lexikon/suchmaschinenoptimierung-seo/>) wurden 2019 aus diesem Grunde von Google zwei neue Link Attribute eingeführt:

rel="sponsored"

Dieses Attribut wird verwendet, um Links zu markieren, die als Teil von Sponsoring oder bezahlten Placements beworben oder erstellt werden. Bisher wurde für diese Verknüpfungstypen das Attribut nofollow verwendet, und es ist immer noch eine akzeptable Methode, sie zu kennzeichnen.

Rel="ugc"

Das Verhalten von Benutzern ([Usern](#)) im Web spielt heute eine sehr wichtige Rolle. UGC steht für User



Generated Content. Dieses Attribut kann verwendet werden, um benutzergenerierte Links zu markieren, nämlich Kommentare, Forenbeiträge und mehr.

Diese neuen Attribute helfen, Links detaillierter zu analysieren und von Google besser zu interpretieren. Links mit diesem Attribut sind wahrscheinlich am wertvollsten, wenn sie zu Inhalten führen, die von echten Benutzern stammen, die vorzugsweise stark an einer bestimmten Diskussion beteiligt sind. Dies kann zur Erstellung eines natürlichen Verknüpfungsprofils beitragen.

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](mailto: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