

## NoFollow

### Was bedeutet NoFollow?

Wird ein [Link](#) oder ein Dokument mit dem Attribut rel="nofollow", bzw. content="nofollow" (für ganze Dokumente) versehen, **wird Google dem Link bzw. den Links auf dem Dokument nicht folgen**. Das hat Auswirkungen auf den Linkjuice. Die Attribute "follow" und "nofollow" wurden 2005 von Google eingeführt, um Webmaster die Möglichkeit zu geben, den Linkjuice besser kontrollieren zu können. Die gesamte Definition zu NoFollow liefert der folgende Artikel.

### Entwicklung der Link-Auszeichnung

Das NoFollow-Attribut wurde 2005 von Google eingeführt. Die Idee stammt von den beiden Google-Mitarbeitern Matt Cutts und Jason Shellan. Im Prinzip sollen damit alle Links gekennzeichnet werden, die nicht redaktioneller Natur sind. **Redaktionell ist ein Link immer dann, wenn er innerhalb eines informationellen Beitrags steht oder auf einen informationellen Beitrag verweist.**

Mit dem NoFollow Tag wollte Google verhindern, dass weiterhin Massen an Links in Blogkommentaren oder Gästebüchern gesetzt werden, bzw. dass diese, oftmals sogar automatisch erzeugten Links Einfluss auf das Suchmaschinenranking haben. Denn bis dato war es ohne Weiteres möglich, allein durch eine hohe Anzahl an Links von Seiten mit hohem PageRank, also hoher [Linkkraft](#), schnell Vorteile im [Ranking](#) zu erzielen.

# Auf einen Blick: NOFOLLOW



## Was es bedeutet:

Google folgt dem Link nicht.  
NoFollow Links gehören zu einem natürlichen Link-Profil dazu!

## Wie es funktioniert:

Für einzelne Links: NoFollow-Kennzeichnung im HTML-Code:

```
<a href="http://www.website.de/" rel="nofollow">Weiterführende Informationen</a>
```

Für alle Links einer Website: Innerhalb des Headers mit NoFollow kennzeichnen:

```
<meta name="robots" content="nofollow" />
```

*Kennzeichnung in folgenden Fällen:*

➔ Pressemeldungen

➔ Gastbeiträge

➔ Paid Advertising

➔ Affiliate Link

*Mehr Infos in unserem Lexikon!*

[www.seo-kueche.de/lexikon/](http://www.seo-kueche.de/lexikon/)

Bei Links muss man sich zwischen Follow und NoFollow entscheiden.

## Funktionsweise von NoFollow Links

Im HTML-Code sieht die NoFollow-Kennzeichnung folgendermaßen aus:

```
<a href="http://www.website.de/" rel="nofollow">Weiterführende Informationen</a>
```

Statt nur einen Link mit dem Attribut auszustatten, ist es auch möglich, alle Links übergreifend innerhalb des Headers mit NoFollow zu kennzeichnen, z.B. um in Foren generell Follow-Links auszuschließen.

```
<meta name="robots" content="nofollow" />
```

Der NoFollow Tag sorgt nicht nur dafür, dass die Robots dem Link nicht folgen, sondern liefert der verlinkten Website auch keine Vorteile in puncto Ranking, da eben kein Linkjuice weitergegeben wird. Dieser Funktion entsprechend empfiehlt Google die Verwendung des Tags in folgenden Situationen:

**Gekaufte Links:** Diese Links sollen das Suchergebnis nicht beeinflussen, da sie nicht der "natürlichen Absicht" eines Links entsprechen – eben einer Empfehlung. Im Grunde genommen wird ein Nutzer also durch einen gekauften Link getäuscht, weil er kein natürlicher Link ist.

Dementsprechend ist die Kennzeichnung u.a. in folgenden Fällen erforderlich:

- Pressemeldungen
- Gastbeiträge
- Paid Advertising
- Affiliate Link

**Verlinkung auf nicht vertrauenswürdige Inhalte:** Hier ist der NoFollow-Tag angebracht, wenn Sie keine Verantwortung für die Inhalte übernehmen möchten, auf die von Ihrer Seite aus verwiesen wird. Das bietet sich z.B. an, wenn Sie Nutzern erlauben möchten, einen Kommentar zu hinterlassen.

Eine weitere Methode, das NoFollow-Attribut zu nutzen, ist die **Steuerung des Linkjuice auf der eigenen Seite**. Dadurch sollen für die [Suchmaschine](#) unwichtige Seiten wie das Impressum oder Registrierungsseiten ausgeschlossen werden, um die Kraft auf andere wichtige Seiten zu lenken. In der Praxis zeigt sich aber, dass diese Maßnahme keine Vorteile bringt. Im Gegenteil: Google weist in der Search Console Hilfe „rel=“nofollow“ für bestimmte Links verwenden“ darauf hin, dass es zielführender wäre, die Ressourcen für eine nutzerfreundliche Navigation und URL-Struktur einzusetzen und den [Crawling-Prozess](#) mit dem NoFollow-Attribut zu beeinflussen.

**Weiterführende Hinweise in den Google-Richtlinien:**

[rel=“nofollow“ für bestimmte Links verwenden](#)

## NoFollow – Einfluss auf die Suchmaschinenoptimierung

Wirken sich NoFollow-Links auf SEO aus und wenn ja, in welchem Umfang? Wann bedeuten sie ein Risiko? Oder spielen Links mit der Kennzeichnung gar keine Rolle und können daher bei der Begutachtung eines Linkprofils vernachlässigt werden?

Diese Fragen werden in der SEO-Szene recht unterschiedlich beantwortet. Während die einen der Meinung sind, dass ein [Backlinkprofil](#) mit einem sehr hohen Anteil an NoFollow-Links keinerlei Nachteile hätte, eben weil kein [PageRank](#) vererbt wird und der Link somit keine Auswirkungen auf das Ranking hätte, sind andere davon überzeugt, dass NoFollow Links durchaus Anteil an einer Abstrafung durch Google haben können.

Übrigens gibt es nicht einmal in dem Punkt Einigkeit, dass ein NoFollow Link keinerlei “Signale” überträgt. Prominentestes Beispiel: **Links von Wikipedia**. Viele SEOs sind der Meinung, dass die durchweg mit NoFollow gekennzeichneten Verweise aus dem Lexikon durchaus einen Einfluss auf das Ranking haben, auch wenn das von Google weiterhin bestritten wird.

Klar ist eigentlich nur, dass **NoFollow Links zu einem natürlichen Link-Profil dazugehören**. Gute Hinweise zum Anteil dieser Links im Linkprofil liefert ein Vergleich mit der Konkurrenz.

Eine interessante Fallstudie zu diesem Problem liefern die Link Research Tools: [NoFollow Links – riskant oder unwichtig?](#)

Auch die SEO-Trainees befassen sich ausführlich mit diesem Thema: [Warum Nofollow-Links besser](#)



[sind als ihr Image](#)

Ebenfalls sehr lesenswert, vor allem aufgrund der Sichtweise als “Linknutzer”: [The Hidden Power of Nofollow Links](#)

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