

# Backlinkaufbau - Die 32 besten Tipps für erfolgreiches Linkbuilding

## Teil 1

### Backlinks suchen und finden - warum überhaupt?

Die Anzahl und Qualität der auf einer Website eingehenden Links hat großen Einfluss auf ihr Ranking in den Suchmaschinen und auf die Sichtbarkeit der Domain insgesamt. Warum Google diesem Ranking-Faktor ein solches Gewicht zugesteht ist klar: Anders als On-Page-Faktoren wie etwa die Keyword-Dichte, ist es sehr viel schwieriger, die Anzahl von Backlinks zu manipulieren. Deshalb stellen eingehende Links für Google ein echtes Votum für die Qualität der verlinkten Website dar.

Der Suchmaschinen-Gigant befindet sich seit Jahren auf einem Kreuzzug gegen Praktiken, die dieses Link-Ideal unterlaufen und darauf abzielen, Backlinks nur für den Linkaufbau zu generieren. Dazu gehören etwa der Kauf von Links oder Linktausch-Programme. Zu der letztgenannten Methode sagt Google:

*„Es gibt jedoch Webmaster, die auf Programme zum Linkaustausch zurückgreifen und Partnerseiten erstellen, die alleine dem Zweck der Websitevernetzung dienen, ohne dabei auf die Qualität der Links, ihrer Quellen oder die langfristigen Auswirkungen auf die eigenen Websites zu achten.“*

*(<http://support.google.com/webmasters/bin/answer.py?hl=de&answer=66356>)*

Alle Links also, die keine Empfehlung von Dritten sondern höchstens eine Selbstepfehlung darstellen, sind Google ein Dorn im Auge.

Google meint es ernst, weil letztendlich das Geschäftsmodell der Suchmaschine durch Maßnahmen, welche die Relevanz einer Website nur vortäuschen, untergraben wird. Also wird permanent der Algorithmus angepasst. Die Panda- und Penguin-Updates der letzten Monate haben die gesamte Szene in Aufruhr versetzt. [Hier](#) eine gute Zusammenfassung der Ereignisse rund um das Penguin-Update, welches unter anderem gegen die „Überoptimierung“ des Ankertextes zu Felde zieht.

## Illegale Linkaufbau-Strategien

Die schwarzen Schafe der SEO-Branche, von Google gerne als „Black Hats“ bezeichnet, sind so alt wie die Suchmaschine selbst. In 2006 erwischte es BMW, deren Site temporär von Google aus dem Index genommen wurde, weil das Münchner Unternehmen durch den Einsatz von Doorway Pages gegen die Google-Richtlinien verstoßen hatte.

In 2011 deckte die New York Times in ihrem Bericht "[The Dirty Little Secrets of Search](#)", den erfolgreichen Manipulationsversuch der SEO-Agentur der amerikanischen Kaufhauskette J. C. Penney auf. Die (daraufhin gefeuerte) Agentur hatte durch den massiven Kauf von Links auf über 2.000 Sites die Produkte des Kaufhauses in den Rankings nach oben katapultiert.

In diesem Fall war der Algorithmus nicht clever genug gewesen, um den Täuschungsversuch zu verhindern. Google weiß, dass es den Kampf gegen unerlaubte Praktiken nicht allein seinen Programmierern überlassen kann. Deshalb werden die User explizit aufgefordert, bezahlte Links unter dieser [Adresse](#) dem "Web Spam Team" zu melden.

Google tut also alles, um die Manipulation des Ranking-Faktors „Backlinks“ zu erschweren. Gleichzeitig bemüht sich das Unternehmen, die eigene Abhängigkeit von den Links zu verringern, etwa indem in zunehmendem Maße soziale Signale gewertet werden. Die Untersuchung der Ranking-Faktoren durch SEOmoz in 2011 zeigt, dass die auf Links basierten Signale über 40 Prozent des Algorithmus ausmachen. In 2009 hatten diese Signale hingegen noch einen Anteil von fast 55 Prozent!

## Mögliche Signale für minderwertige Links

Dass es dennoch viele Beispiele von Sites mit hohen Rankings und Sichtbarkeitswerten gibt, die einen Teil ihres Erfolgs nicht- oder halblegalen Linkbuilding-Techniken verdanken, sollte keine Einladung dazu sein, einen ähnlichen Weg einzuschlagen. Gerade auch durch den steigenden Einsatz von Google Analytics verfügt der Suchmaschinenbetreiber aus Mountain View über eine wachsende Menge an Daten, die es ihm erlauben, hochwertige von minderwertigen Links zu unterscheiden.

Man kann nur darüber spekulieren, wie genau Google hier vorgeht. Mögliche Signale, die von Google ausgewertet werden können, liegen aber auf der Hand:

- ◆ Websites, die rein der Linkzucht dienen, beherbergen eine große Anzahl an ausgehenden Links zu allen möglichen Themengebieten.
- ◆ Im HTML-Code lassen sich Muster erkennen, die auf bekannte Verlinkungs-Methoden hinweisen, etwa auf Kommentare in Foren, Blogs und Gästebüchern.
- ◆ In Blogs, die rein für das Linkbuilding eingerichtet wurden, taucht oft ein mögliches Keyword in der Subdomain-Bezeichnung auf. Solche Blogs beherbergen zudem eventuell nur eine geringe Menge von Beiträgen.
- ◆ Die Übernahme von abgelaufenen Domänen, um die darauf verweisenden Links zu „erben“, hinterlässt Spuren durch die Änderung von Hoster und Inhaber.
- ◆ Google's Algorithmus reagiert nicht nur auf Keywords und ihre Dichte, sondern auch auf semantische Faktoren wie den Wortschatz der Texte, von Google als „Reading Level“ bezeichnet. Aus unterdurchschnittlichen semantischen Werten könnte Google darauf schließen, dass die betreffende Site für „Black-Hat“-Techniken benutzt wird. Dieser [Artikel](#) untersucht, ob der Reading-Level sich nach dem Panda-Update direkt auf die Rankings auswirkt.
- ◆ Lange Zeit war es ein probates Mittel für die Erstellung hochwertiger Links das jeweilige Keyword im Ankertext unterzubringen. Google hat im Rahmen des Penguin-Updates reagiert und „überoptimierte“ Ankertexte abgewertet. Google könnte anhand des Verhältnisses keywordhaltiger Ankertexte zu „natürlichen“ Ankertexten wie „hier“ oder „mehr“ eine Website als manipulativ identifizieren.
- ◆ Geschlossene Linknetzwerke sind oft durch die Verlinkungsmuster und Betreiberangaben identifizierbar.

Der Rat für nachhaltiges Linkbuilding kann also nur lauten, Abstand zu nehmen von Link-Kauf und Link-Miete. Auch Einträge in viele der gängigen Verzeichnisse scheinen vom Gesichtspunkt des Linkaufbaus her verlorene Liebesmüh. Gleichzeitig ist das Potenzial echter Links gerade im B-2-B-Umfeld natürlicherweise beschränkt. Deshalb gilt es, alle Möglichkeiten legalen Linkbuildings auszuschöpfen, auch wenn der nachhaltige Aufbau von Links langwierig und aufwändig ist. Bedenken Sie allerdings stets, dass es sich bei diesen Bemühungen um eine Investition in die eigenen digitalen Assets handelt, die sich mittel- und langfristig auszahlen wird.

Die folgende Auflistung von Maßnahmen zum Linkaufbaue hat zum Ziel, diejenigen Vorgehensweisen zu identifizieren, die hochwertige, organische Links bringen können, ohne gegen die Google-Richtlinien zu verstoßen.

## Publizieren Sie zu bestimmten Themen

Der beste und nachhaltigste aber auch anspruchsvollste Weg, um Links anzuziehen ist das Publizieren von relevanten und nutzenstiftenden Informationen. Das ist leichter gesagt als getan. Immerhin sind die meisten Unternehmen in speziellen Geschäftsbereichen tätig, denen außerhalb des Business relativ wenig Bedeutung zugesprochen wird.

Im Gegensatz dazu lassen sich verschiedene Themen identifizieren, die traditionell mit hoher Awareness rechnen können. Hierzu zählen Bereiche wie Bildung, Umwelt oder Gesundheit. Die Personen und Institutionen, die sich privat oder beruflich diesen Themen widmen, zeichnet gewöhnlich ein Höchstmaß an Commitment aus. Die Bereitschaft auf Content zu verlinken, der der eigenen Zielgruppe Nutzen stiftet, ist dementsprechend höher.

Grundsätzlich hat jede Form von Information, die zur nicht-kommerziellen Sphäre gehört, wesentlich bessere Chancen verlinkt zu werden, als Inhalte, deren kommerzielles Interesse offensichtlich ist. Was bedeutet dies für Ihre Linkbuilding-Bemühungen? Reservieren Sie einen eigenen Blog oder zumindest einen eigenen Bereich auf der Website nicht-kommerziellen Themen, die idealerweise in einem Zusammenhang zum eigenen Geschäft stehen. So können Sie am leichtesten glaubhaft machen, für ein bestimmtes Thema jenseits unmittelbarer kommerzieller Interessen Autorität beanspruchen zu können.

Beispiele für einen gelungenen Bezug zwischen kommerziellen und nicht-kommerziellen Inhalten sind:

- ◆ Eine Firma der Nahrungsmittelindustrie veröffentlicht auf ihrem Blog eine Tabelle für Eltern und Pädagogen, in der Kalorien und Vitamingehalte verschiedener Pausen-Snacks aufbereitet werden.
- ◆ Eine Internet-Apotheke postet eine Liste mit zehn Medikamenten, die im Afrika-Urlaub nicht fehlen dürfen.
- ◆ Auf dem Blog einer Mietwagen-Firma werden Tipps zur Autopflege gegeben.

Am erfolgreichsten sind Themen, die einen hohen Nutzerwert versprechen. Dies ist immer dann gegeben, wenn der Nutzer etwas lernt, was ihn befähigt, durch Anwendung des neuen Wissens in Zukunft erfolgreicher zu handeln.

## Veröffentlichen Sie zu wiederkehrenden Ereignissen

Ebenso wichtig wie die Wahl des richtigen Content kann die Wahl des richtigen Zeitpunkts sein. Alle Jahre wieder werden bestimmte Ereignisse erneut aktuell und erregen das allgemeine Interesse. Das kann der Beginn der Bundesliga ebenso sein wie der Anfang der Pilz-Saison, Valentinstag oder Weihnachten. Achten Sie auf vielversprechende Termine. Veröffentlichen Sie Material, welches zum Thema passt und gleichzeitig mit Ihrem Kerngeschäft in Verbindung steht.

[Hier](#) beispielsweise eine Infographik zum Spielplan der Fußball-Europameisterschaft 2012, die bereits über 3.000 Links angezogen hat.

## Freie Graphiken und Diagramme

Jeder, der schon einmal in Ausbildung oder Beruf auf die Schnelle aufgearbeitetes Zahlenmaterial benötigt, weiß um den Wert gut gemachter Graphiken und Diagramme. Wenn Ihnen interessante Zahlen aus dem eigenen Geschäftsfeld vorliegen, zögern Sie nicht, sie in Diagramme umzuwandeln und zu posten.

## Live Blogging

Als Teilnehmer an einer Konferenz oder einer Messe haben Sie die Möglichkeit als einer von wenigen (oder als einziger) in Real-Time über die Ereignisse dort zu berichten. Diese Nähe zu den Ereignissen, die Schnelligkeit und Exklusivität der Berichterstattung führt zu viel Aufmerksamkeit und mit Sicherheit einigen Links.

[Hier](#) finden Sie eine umfangreiche Einführung zum Thema Live-Blogging.

## Leitfäden und Manuals

Echtes Expertenwissen erlangt man nur nach langjähriger Beschäftigung mit einem Thema. Das Internet macht es möglich, schnell an Spezial-Know-how zu gelangen, das echte Experten kostenlos mit den anderen Usern teilen. Wenn Sie über spezielles Wissen in einem bestimmten Themengebiet verfügen, zögern Sie nicht, es anderen zugänglich zu machen.

Seien Sie großzügig! Sie erhöhen zum einen Ihre Autorität was bestimmte Fragestellungen anbelangt. Zum anderen können Sie mit Backlinks rechnen. Wenn Sie sich die Mühe machen wollen (und es ihr Themengebiet erlaubt), so verfassen Sie eine komplette Darstellung zu einem bestimmten Thema. Wir alle lieben es, uns auf eine einzige Quelle als Referenz beziehen zu können, statt Einzelinformationen zusammen suchen zu müssen. [Hier](#) beispielsweise ein umfassendes Tutorial zu RSS-Feeds mit einem PageRank von 7 und über 2.000 eingehenden Links.

## Glossare

Jede Branche pflegt ihren eigenen Jargon. Geraden den Neulingen fällt es schwer, bei den Fachbegriffen durchzusteigen. Umfängliche Listen von Terminologien mit Erläuterungen können viel Traffic und relevante Links bringen. Ein Tipp: Jeder Leitfaden lässt sich durch ein gut gemachtes Glossar ergänzen und nutzerfreundlicher machen.

[Dies](#) ist ein Glossar für Internet-Begriffe, der mit über 1.800 Backlinks glänzt.

## Fallstudien

Gut gemachte Case Studies haben stets einen hohen Nutzenwert, denn nichts ist im Online-Universum gut gemeinter Ratschläge erhellender, als eine mit harten Fakten untermauerte und nach strengen Richtlinien durchgeführte Studie. Fallstudien der interessierten Öffentlichkeit zur Verfügung zu stellen ist natürlich gerade für Unternehmen des produzierenden Sektors ein echtes Muss. Aber auch Dienstleister werden einige Backlinks ernten, wenn sie erfolgreiche Projekte aus Kundensicht schildern.

Gehen Sie einen Schritt weiter und publizieren Sie Ihre Studien auch als Videos. Skype etwa tut dies [hier](#) erfolgreich und hat bereits mehrere Hundert Backlinks angezogen:

## Nützliche Web Tools

Freie Online-Apps zu posten, die das Leben erleichtern, ist nach wie vor eine der erfolgreichsten Möglichkeiten, für externe Links zu sorgen. Auch in diesem Fall gilt: Je enger das jeweilige Tool mit der Kernkompetenz des veröffentlichenden Unternehmens in Beziehung steht, desto besser.

Im Folgenden einige Beispiele für gelungene Online-Apps:

- ◆ Ein SEO-Blog veröffentlicht einen [Backlink-Checker](#), der bereits fast 1.800 eingehende Links erzeugt hat.
- ◆ Eine Rechtsanwaltskanzlei installiert auf der eigenen Site einen [Online-Rechner](#) zur Kalkulation von Scheidungskosten. Die Seite hat bereits 300 Backlinks angezogen.
- ◆ Ein Unternehmen der Energiewirtschaft stellt online einen [Erdgas-Verbrauchsrechner](#) zur Verfügung, mit dem sich kalkulieren lässt, wie viel Kraftstoffkosten ein Kunde durch Umrüstung des Fahrzeugs auf Erdgasbetrieb sparen kann. Auch hier sind bereits über 300 Backlinks zu verzeichnen.

## Web-Seminare

Die Durchführung von Web-Seminaren ist eine weitere Erfolg versprechende Maßnahme für den Aufbau echter und wertvoller Links. Je bekannter das Angebot wird, desto mehr Links wird es natürlicherweise anziehen.

Schauen Sie einmal auf der Site der Firma [HubSpot](#) vorbei, die Dutzende von Web-Seminaren anbietet und bereits über 3.000 eingehende Links auf der Webinar-Landing Page vereint.

## Microsites

Microsites, also einem bestimmten Thema gewidmete Unterbereiche einer Website, oder separate, schlanke Auftritte mit engem Fokus, lassen sich sehr gut einsetzen, um Backlinks zu generieren. Der spezielle thematische Rahmen und das oft besondere Design erleichtern es Usern, ein Votum per Link abzugeben.

Sorgen Sie dafür, dass ein Teil der Link Power durch einen Link auch Ihrer Haupt-Domain zu Gute kommt. Hier (zugegebenermaßen ziemlich aufwändige) Beispiele von [Motorola](#), [Mercedes](#) und [Adobe](#).

## Infographiken

Die einfache Verfügbarkeit von Daten ist eine der Grundpfeiler des Erfolgs des World-Wide-Web. Allerdings sind komplexe Datenstrukturen nicht leicht verständlich. Gut gemachte Infographiken zu interessanten Themen können deshalb geradezu zum Traffic-Magneten werden und qualitative Links anziehen. [Hier](#) eine gute Anleitung zur Erstellung von Infographiken.

Ein schönes Beispiel für eine gelungen Linkbait-Aktion auf Basis einer Infografik ist die [Darstellung](#) der Verteilung der Spieler der WM 2010 hinsichtlich ihrer Vereine und ihrer Spielposition, die bis dato über 450 Links von 120 Domains angezogen hat. Das Beispiel macht deutlich, wie eine gut gemachte Infografik ein Thema sinnfällig werden lässt. Obwohl in Portugiesisch verfasst, sind die Zusammenhänge leicht nachzuvollziehen.

Für den Linkaufbau mittels Infographiken sind folgende zwei Vorgehensweisen denkbar:

- ◆ Andere Sites verlinken auf die Seite, wo die Graphik liegt.
- ◆ Sie stellen die Graphik zum Einbau in externe Websites zur Verfügung, indem Sie den entsprechenden HTML-Code angeben. Dieser enthält dann ebenfalls die URL zur eigenen Domain.

Um nicht durch eine plötzliche ansteigende Verlinkungsrate das Misstrauen der Suchmaschinen zu erwecken, empfiehlt es sich die Maßnahmen zur Bekanntmachung der Graphik („Seeding“) zeitversetzt durchzuführen, also die Erwähnung in Facebook, das Verfassen eines Tweets oder einer Pressemitteilung über einen längeren Zeitraum zu initiieren.

***Lesen Sie auch in dem in Kürze erscheinenden zweiten Teils des Leitfadens „Backlinkaufbau - Die 32 besten Tipps für erfolgreiches Linkbuilding“.***