

## Linkbuilding & Linkaudit

### Optimieren Sie Ihr Backlinkprofil und die Google Auffindbarkeit

Links von externen Websites auf die eigene Homepage galten lange Zeit als Ranking Faktor Nummer 1. Auch jetzt ist das Backlinkprofil einer Website ein wichtiges Kriterium für die Auffindbarkeit in der Google Suche, allerdings haben sich die Vorzeichen komplett verändert. Während früher mit der reinen Masse an Backlinks noch ein positiver SEO Effekt zu erzielen war, steht heute ganz klar die Qualität der Backlinks im Vordergrund. Linkbuilding Maßnahmen, die vor nicht allzu langer Zeit gang und gäbe waren, führen seit dem Panda bzw. Penguin Update von Google nicht selten sogar zu Strafen (Penaltys) seitens der Suchmaschine.

Als Google Partner Agentur haben unsere erfahrenen SEO Experten alle aktuellen Entwicklungen sowie Google Updates auf dem Schirm und setzen eine qualitativ hochwertige [OffPage Optimierung](#) und damit ein zeitgemäßes Linkbuilding für Ihre Website um. Damit die wirksamsten Maßnahmen für Ihre Homepage ergriffen werden können, empfiehlt sich vor dem Linkbuilding ein ganzheitliches Linkaudit und damit ein vollständiger Check des bestehenden Backlinkprofils. Denn oft ist der Linkabbau von negativen Referrals genauso wichtig wie der Linkaufbau und nur durch die Kenntnis des Gesamtbildes kann die passende Strategie für eine erfolgreiche OffPage Optimierung erstellt werden.

<https://isemo.de/#kontakt>

### Linkbuilding Tipps & Best Practices

Als Einstieg in die Welt der OffPage Optimierung haben wir ein paar wichtige Fakten, Tipps und Best Practices aus unserer täglichen Arbeit als SEO Agentur für Sie zusammengestellt. Die Inhalte werden wir immer wieder aktualisieren, um den ständig wachsenden Innovationen, Erfahrungen und Richtlinienanpassungen gerecht zu werden. Für weiterführende Informationen oder Fragen kontaktieren Sie einfach unseren [Linkbuilding Support](#).

### Natürlichkeit & Themenrelevanz sind der Schlüssel

Ist Ihr Backlinkprofil organisch gewachsen und auf natürlichem Weg entstanden oder sieht es eher künstlich generiert aus? Das ist mit die erste Frage, welche sich Google bei der Bewertung Ihrer Backlinks stellt. Dabei geben viele verschiedene Kriterien einen entsprechenden Hinweis und umso natürlicher sich Ihr Backlinkprofil gestaltet, umso positiver wird die Suchmaschine es einstufen.

Ein Beispiel: Sie sind Dienstleister im Bereich Online Marketing und einer Ihrer News Artikel wird bei einem prominenten [SEO](#) Magazin verlinkt, gleichzeitig tragen Sie selbst 10 Links zu Ihrer Website bei thematisch völlig irrelevanten Webportalen ein. Der erste Link ist durch starke Inhalte natürlich entstanden, themenrelevant und deshalb qualitativ wesentlich höher einzuschätzen, als die 10 künstlich generierten und nicht themenrelevanten Backlinks.

Ein weiteres Beispiel: Sie sind mit Ihrer neuen Website erst seit kurzem online und der Traffic ist noch sehr begrenzt. Als eine der ersten Aktionen haben Sie ein quantitatives Linkbuilding angestoßen. Sie ernten also keine Verlinkungen durch ein gutes [Content Marketing](#), sondern setzen selbst, innerhalb kürzester Zeit, viele Links zu Ihrer Website auf allgemeinen Webportalen oder Verzeichnissen. Wenn Google nun bei der Betrachtung Ihrer Website feststellt, dass Sie nur 10 Besucher am Tag haben, aber bereits 100 Backlinks zu Ihrer Website existieren, wird das sicherlich zu keiner natürlichen und damit zu einer eher negativen Einstufung führen.

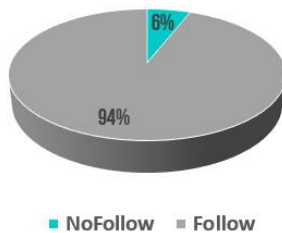
## Die Search Console nennt nicht alle Fakten

Die [Google Search Console](#) ist ein starkes und wichtiges SEO Tool, mit dem Sie sich einen guten Überblick über Ihr Backlinkprofil verschaffen können. Allerdings machen viele Website-Betreiber den Fehler, sich ganz und gar auf die Backlink Daten der GSC zu verlassen. Denn Google bildet nicht unbedingt alle existierenden Backlinks ab. Gerade bei Websites mit einer hohen Anzahl an Referrals kommt es nicht selten vor, dass in der GSC nur etwa 5.000 Backlinks ausgewiesen sind, obwohl das gesamte Backlinkprofil über fast 20.000 Linkgeber verfügt. Deshalb empfiehlt es sich immer, mehrere professionelle Tools zur Analyse des Backlinkprofils heranzuziehen.



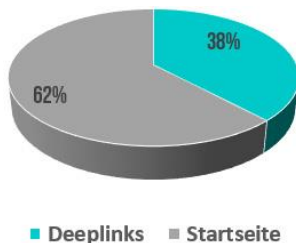
## NoFollow Ratio

Die NoFollow Ratio, also das Verhältnis zwischen Links mit dem Verweis "follow" und "noFollow", ist ein wichtiges Kriterium für die Bewertung eines Backlinkprofils. Denn im Grunde gibt es kein natürlich gewachsenes Profil, welches nicht mindestens auch ein paar "noFollow" Links aufweist. Ist der Anteil an "noFollow" Links extrem gering, dürfte Google das als unnatürlich einstufen. Deshalb sollte die NoFollow Ratio des Backlinkprofils analysiert und bei Bedarf optimiert werden.



## Deeplink Ratio

Auch die Deeplink Ratio, also das Verhältnis zwischen Backlinks zur Startseite und Backlinks auf Unterseiten, ist ein sehr wichtiger Faktor für die Bewertung Ihrer Linkgeber. Natürlich entstandene Links verweisen oft auf Unterseiten, zum Beispiel auf bestimmte News Artikel, Dienstleistungen oder Produktseiten. Ist der Anteil von Links auf die Startseite extrem hoch, wird Google das entsprechend als unnatürliches Backlinkprofil werten. Wobei die Einstufung auch abhängig von der Art bzw. Branche der jeweiligen Website ist.



Beispielsweise ein Online Shop hat in der Regel sehr viele Links auf Unterseiten und damit häufig einen Deeplink Anteil von weit über 50 %. Bei Unternehmensseiten liegt dieser Anteil oft bei etwa 20 % und ist trotzdem absolut positiv zu werten. Bei Websites im OnePager-Look, die über sehr wenige Unterseiten verfügen, kann auch eine sehr geringe Deeplink Ratio in Ordnung sein. Ist diese bei "normalen" Websites allerdings kleiner als 10 % oder geht gar gegen 0, ist das für Google ein deutliches Zeichen für ein unnatürliches Backlinkprofil.

## Harte oder weiche Ankertexte

Ein natürliches Backlinkprofil hat in der Regel mehrheitlich den eigenen Namen oder die eigene URL im Ankertext stehen. In unserem Fall wäre das "isemo" oder "www.isemo.de". Der Anteil dieser "weichen" Ankertexte liegt bei natürlich gewachsenen Linkprofilen in der Regel bei etwa 50 %. Ist der Anteil von harten Ankertexten sehr groß, also von themenrelevanten Begriffen, auf die Sie auch werben würden (in unserem Fall zum Beispiel "Linkbuilding"), wertet Google das als Hinweis auf ein unnatürliches Profil.

## Disavow Liste

Eines vorweg: Die Nutzung des Disavow Tools sollte erst als letzte Option in einer langen Reihe an Maßnahmen in Betracht gezogen werden, um Ihr Backlinkprofil zu optimieren. Wenn Sie nach einer ganzheitlichen Analyse bestimmte Links als eindeutig negativ für Ihr Backlinkprofil identifiziert haben, heißt das noch lange nicht, dass diese Linkgeber auch prinzipiell negativ sind. Deshalb sollten Sie beim Linkabbau sehr gewissenhaft vorgehen und sich am besten an die folgenden Best Practices halten:

### Links für ungültig erklären

Wenn Sie glauben, dass das Ranking Ihrer Website durch Links von geringer Qualität beeinträchtigt wird, auf die Sie keinen Einfluss haben, können Sie Google bitten, diese bei der Bewertung Ihrer Website nicht zu berücksichtigen. Sie sollten dennoch Ihr Möglichstes tun, um unnatürliche Links zu bereinigen, die auf Ihre Website verweisen. Es ist nicht ausreichend, sie einfach für ungültig zu erklären. [Weitere Informationen](#).

- Analysieren Sie Ihr Backlinkprofil
- Kategorisieren Sie alle Backlinks
- Kontaktieren Sie die Linkgeber, von denen Sie die Links abbauen möchten und bitten Sie freundlich um eine Entfernung
- Setzen Sie Fristen
- Erhalten Sie keine Antwort, fassen Sie nach einem bestimmten Zeitraum nach, zum Beispiel immer nach 7 Werktagen
- Bleibt weiterhin eine Reaktion aus oder ist eine Kontaktaufnahme nicht möglich, merken Sie den entsprechenden Link für das Disavow Tool vor
- Dokumentieren Sie alle Maßnahmen genau, inklusive Datum der Kontaktaufnahme
- Reichen Sie die erstellte Disavow-Liste in der [Google Search Console](#) ein

Der Eintrag eines zu entfernenden Links in Ihrer Disavow-Liste sollte so ähnlich aussehen:

**# www.beispiel-url.de Die meisten Links wurden entfernt. Diese hier wurden vergessen:**

**http://www.beispiel-url.de/xyz/**

**# Inhaber von: www.beispiel-url.com kontaktiert am: 01.01.2017**

**# zur Entfernung des/der Links. Keine Rückmeldung erhalten.**

## Link Earnings

Bei einem zeitgemäßen Linkbuilding steht vor allem die Qualität der Backlinks im Fokus. Einfach nur wahllose Verlinkungen anzustreben, liefert heute kaum noch einen Mehrwert. Wichtig ist, dass der Link auch zu Ihrer Website passt und themenrelevant ist. Auch die User Signals Ihrer Linkgeber spielen deshalb eine nicht unwesentliche Rolle. Denn über Verlinkungen auf themenirrelevanten Websites entsteht in der Regel kein Traffic. Das analysiert natürlich auch die Suchmaschine und stuft den Link als wenig wertvoll für den Nutzer und damit als wenig wertvoll für Ihr Backlinkprofil ein. Dabei sind in der Regel die Links am wertvollsten, die Sie nicht selbst gesetzt, sondern die Sie sich durch starke Inhalte quasi verdient haben – sogenannte Link Earnings. Ein qualitativ hochwertiges Linkbuilding ist deshalb an eine optimale [Content Marketing](#) Strategie geknüpft.

## Die Benchmark beobachten

Bei dem Aufbau oder der Optimierung eines Backlinkprofils sollten Sie immer auch einen genauen Blick auf die Wettbewerber werfen, denn aus diesem Wissen können wertvolle Erkenntnisse für das eigene Linkbuilding abgeleitet werden. Kennen Sie beispielsweise die stärksten Linkgeber Ihrer Konkurrenz, können Sie diese unter Umständen auch für die eigene Website gewinnen. Alles Wichtige über Ihren Wettbewerb erfahren Sie mit einer ganzheitlichen [Benchmark Analyse](#).

## Weitere Themen aus dem Bereich der Suchmaschinenoptimierung:

- [SEO Website Analyse](#)
- [OnPage Optimierung](#)
- [Google Search Console](#)
- [Content Marketing](#)
- [Amazon SEO](#)
- [SEO Workshops](#)