

suchradar

Das Magazin für SEO und SEM

SONDERDRUCK

mit freundlicher Empfehlung von



Ausgabe 25

01. September 2010 · www.suchradar.de

Linkaufbau

Nachhaltiges Linkbuilding für Unternehmen

Seite 5

Mitarbeiter als Linkbuilder

Seite 9

Infografiken unter der Lupe

Seite 13

Hilfreiche Ressourcen und
Informationsquellen

Seite 16

Social Media erfolgreich nutzen

Facebook für Online Shops

Seite 37



Kostenfreier Download:
www.suchradar.de

Linkaufbau Quo Vadis?

Nachhaltiges Linkbuilding für erfolgreiche Unternehmen

Wer seine SEO-Performance verbessern möchte, muss zwangsläufig Links aufbauen – doch welche Möglichkeiten gibt es und welche sind die Richtigen? **Von Kai Priestersbach.**

Ein Großteil des SEO-Erfolgs hängt von den sogenannten Off-page-Faktoren ab, also jenen Faktoren, die sich nicht durch die eigenen Seiten unmittelbar beeinflussen lassen. Die Anzahl und Art der externen Verlinkung einer Website hat enormen Einfluss auf deren Rankings und die Sichtbarkeit der Domain insgesamt. Dieser Artikel gibt einen Überblick über die wichtigsten Methoden für den gezielten Aufbau von Verlinkungen und stellt deren Vor- und Nachteile aus Unternehmenssicht dar.

Wieso sind Links überhaupt so wichtig?

Der Suchmaschinengigant Google hat seinerzeit mit dem auf Verlinkungen basierendem „PageRank“-Verfahren die Welt der Suchmaschinen revolutioniert und dominiert seitdem den weltweiten Suchmaschinenmarkt. Das Grundprinzip ist einfach: Jeder Link stellt eine Empfehlung dar.

Je mehr Empfehlungen eine Seite hat, desto größer wird ihr Ansehen bei den Suchmaschinen und desto stärker wird ihre jeweilige Empfehlung gewichtet. Zudem ist es wichtig, Empfehlungen von einer Vielzahl kleinerer Seiten zu erhalten, um so eine möglichst breite Basis an Linkgebern zu erhalten.

In vielen Branchen ist der gezielte Linkaufbau unerlässlich für ein wettbewerbsfähiges Ranking in den organischen Suchergebnissen. Die Frage nach der richtigen Linkaufbau-Strategie richtet sich an der jeweiligen Unternehmensstrategie aus. Oft führt die günstigste Methode zwar zu besseren Platzierungen, ist jedoch meist nicht nachhaltig und langfristig nicht erfolgreich.

Welche Arten von Linkaufbau gibt es?

Linkeintragung:

Selbstempfehlung durch Eintragungen

Im weltweiten Netz gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten, schnell und einfach an Links zu gelangen. So gibt es zahlreiche Firmenverzeichnisse, Webkataloge, Gästebücher, Artikelverzeichnisse und Social-Bookmark-Portale, in denen man seine Webseite eintragen und dadurch verlinken kann. Wer sich darüber hinaus aktiv an Diskussionen beteiligt, kann über Blog-Kommentare, Forenbeiträge oder auch Soziale Netzwerke ebenfalls seine Webseite mehr oder weniger prominent verlinken.

Diese Links stellen jedoch aus Sicht der Suchmaschine keine wirkliche Empfehlung dar, immerhin empfiehlt man sich bestenfalls selbst. Außerdem sind auf derartigen Seiten häufig hunder-

te oder tausende anderer Webseiten präsent, die alle um die Aufmerksamkeit der Besucher buhlen. So verwundert es kaum, dass diese Art der Selbstverlinkung nicht die effektivste Art ist, das Ansehen und somit das Linkprofil der eigenen Webseite zu stärken. Sie sorgt bestenfalls für eine Verbreiterung der Empfehlungsbasis und trägt zu einem ausgewogenen Linkmix bei.

Vorteile:

Es gibt eine große Zahl potentieller Linkquellen und der Aufwand pro Link ist relativ niedrig. Synergien zwischen Social Media Marketing und SEO sind realisierbar.

Nachteile:

Die Wirksamkeit ist fraglich und damit auch die Wirtschaftlichkeit. Negative Auswirkungen auf das Online Reputationsmanagement oder Zielkonflikte mit dem Social Media Marketing sind möglich.

Linktausch:

Ich empfehle dich, wenn du mich empfiehlst

Linktausch basiert auf dem Prinzip der gegenseitigen Empfehlung. So erhält man eine Verlinkung nur dann, wenn man bereit ist im Gegenzug einen Link auf eine andere Seite auszubringen. Dass diese, etwas unfreiwillige Art der Empfehlung nicht im Sinne der Suchmaschinen ist, führt dazu, dass die gegenseitige (reziproke) Verlinkung nicht immer die gewünschte Wirkung hat. Dies gilt besonders dann, wenn es sich um themenfremde Seiten oder handwerklich schlechte Verlinkungen handelt. Eine häufige Form, des nicht-reziproken Linktauschs ist der sogenannte Dreieckstausch. Bei dieser Form des Linktausches verlinkt Seite A auf Seite B und erhält dafür einen Link von Seite C, welche den selben Betreiber wie Seite B hat.

Vorteile:

Es gibt eine große Zahl potenzieller Linkpartner, vor allem themenrelevante Verlinkungen sind so möglich.

Nachteile:

Erfolgreicher Linktausch ist zeitaufwändig und ein kontinuierliches Link-Monitoring ist nötig, um nicht in ein schlechtes Umfeld (Bad Neighborhood) zu gelangen oder durch entfernte Links übervorteilt zu werden.

Linkmiete und Linkkauf: Die bezahlte Empfehlung

Bezahlte Empfehlungen sind für Unternehmen seit Jahrzehnten ein Mittel der Wahl, die eigene Marke oder das eigene Produkt in den Mittelpunkt des Interesses zu rücken. Der Einsatz von Sportlern oder Prominenten in Marketing-Maßnahmen ist ein

gängiges Mittel, um Empfehlungen einflussreicher Personen zu erhalten. Das Netz gibt nun jedem eine Stimme und so kommt so gut wie jeder Website-Betreiber als potenzieller Beeinflusser für das Empfehlungsmarketing in Frage.

Diese „Influencer“ zu identifizieren und Kooperationen individuell auszuhandeln, kann ein sehr arbeits- und zeitintensiver Prozess sein und so greifen Unternehmen beim Linkaufbau lieber auf eigene Linknetzwerke oder die Netzwerke große Linkbroker zurück.

Linkmiete in geschlossenen Netzwerken

Geschlossene Linknetzwerke sind in ihren Möglichkeiten meist stark limitiert. Eine Vielzahl hochwertiger Plattformen aufzubauen, welche ihrerseits ein gutes Linkprofil und eine entsprechende Historie aufweisen ist sehr zeit- und kostenintensiv. Dies führt dazu, dass sich einige Unternehmen auf den Aufkauf nicht mehr gepflegter oder das Reaktivieren ausgelaufener Domains (Expired Domains) spezialisiert haben. Dadurch kann das eigene Linknetzwerk relativ einfach laufend erweitert werden. Diese Seiten dienen allerdings oft nur noch als reine Linkfarmen für Kundenprojekte und bescheren dem Betreiber durch monatliche Linkmieten regelmäßige Einnahmen bei überschaubarem Aufwand.

Vorteile:

Der Kunde bekommt seine Links ohne Wartezeit oder großen Aufwand und somit sind kurzfristig Erfolge zu erzielen.

Nachteile:

Geschlossene Linknetzwerke sind von den Suchmaschinen oft durch Verlinkungsmuster, Betreiberangaben oder andere Spuren identifizierbar und bergen stets das Risiko früher oder später entwertet zu werden.

Linkmiete auf Textlink-Marktplätzen

Linkbroker oder auch Textlink-Marktplätze bieten schnellen Zugriff auf Links von Seiten der jeweiligen Mitglieder. Diese können durch das Vermieten von Textlinks einfach Geld verdienen. Diese Einzelseiten sind von außen nicht als Linknetzwerk identifizierbar, allerdings bei dem jeweiligen Linkbroker bekannt und fallen unter Umständen durch allzu offensichtlich gemietete Links den Suchmaschinen als Linkverkäufer auf. Im besten Fall werden danach die teuer bezahlten Links wertlos, im schlimmsten Falle werden die verlinkten Seiten in ein schlechtes Licht gerückt.

Ein generelles Problem von Linkmieten ist die mangelnde Wirtschaftlichkeit und fehlende Nachhaltigkeit. Denn: Sie bezahlen monatlich für die Erhaltung des Status Quo und die damit erreichten Platzierungen, was durchaus mit einer Buchung von bezahlten Anzeigen im SEA/SEM vergleichbar ist! Dies kann

wirtschaftlich sein, falls die Mehreinnahmen durch bessere Platzierungen die monatlichen Mietkosten überwiegen. Allerdings schaffen monatliche Mieten eine starke Abhängigkeit von den Linkpartnern, dem Linkbroker oder der Agentur. Wird die Zusammenarbeit beendet und die gemieteten Links verschwinden in größerem Umfang, wird dies für die Suchmaschinen ein eindeutiges Signal sein. Denn für den plötzlichen, massenhaften Linkschwund gibt es oft kaum eine plausible Erklärung.

Vorteile:

Links können sehr schnell und mit geringem Zeitaufwand platziert werden, auch themenrelevante Verlinkungen sind so möglich.

Nachteile:

Linkmiete ist langfristig teuer und meist unrentabel, zudem besteht das Risiko der Entwertung oder gar Abstrafung.

Gekaufte Links oder einmalig bezahlte Beiträge

Passende Website-Betreiber direkt zu kontaktieren, um individuell gestaltete, permanente Verlinkungen aus themenrelevanten Artikeln zu erreichen, ist ein probates Mittel, um nachhaltig qualitativ hochwertige Links aufzubauen – ebenso wie die Veröffentlichung von eigenen Inhalten auf fremden Seiten durch Gastartikel oder Inhalts-Sponsoring. Diese Methoden vermeiden außerdem die Risiken offener oder geschlossener Linknetzwerke.

Hier gilt: Sie sollten sich natürlich sehr genau ansehen, bei wem Sie ihre Inhalte oder Links platzieren und was Sie bereit sind dafür zu investieren!

Vorteile:

Langfristige Erfolge sind möglich, ebenso themenrelevante Verlinkungen.

Nachteile:

Hohe Anfangsinvestitionen – Recherche und Verhandlungen sind sehr zeitaufwändig.

Was führt zu nachhaltigem Linkaufbau und ist langfristig erfolgreich?

Googles Algorithmus ist abhängig von Verlinkungen und Google versucht Manipulationen durch bezahlte Links zu verhindern. Erst kürzlich erfolgte ein Aufruf, bezahlte Links dem „Web Spam Team“ zu melden. Angeblich existiert bereits ein Algorithmus zur automatischen Erkennung von gekauften Links, welcher auf Basis der Meldungen laufend verbessert werden soll. Nicht zu vergessen, dass Google ein großes Team an menschlichen „Quality Ratern“ in seinem Web Spam Team hat, die allzu offensichtlich gekaufte Links durchaus entwerten und bekannte Linkverkäufer wie auch Linkkäufer gezielt abstrafen.

Zahlreiche Patentschriften deuten ebenfalls darauf hin, dass längst nicht mehr jeder Link gleichwertig ist und je nach Umfeld und Positionierung einen mehr oder weniger großen Einfluss auf das Ranking hat. Ebenfalls nicht zu vernachlässigen sind Googles Bemühungen, die eigene Abhängigkeit von den Links grundsätzlich zu verringern und in zunehmendem Maße eine Art „Social Graph“ in den Ranking-Algorithmus einfließen zu lassen.

Der Königsweg zu langfristigen Erfolgen führt also nur über tatsächliche Empfehlungen und ein natürliches oder natürlich wirkendes Linkprofil. Im Grunde ist nachhaltiger Linkaufbau nichts anderes als die gezielte und effektive Vermarktung von Inhalten. Im Laufe der Zeit entstehen für gute Inhalte, die einen echten Mehrwert bieten, ganz natürlich Links auf anderen Seiten. Jemand stellt eine Übersicht zu einem Thema zusammen, empfiehlt seiner Zielgruppe Produkte, liefert weitere Informationen oder findet etwas erwähnenswert und setzt ganz ohne Gegenleistung einen Link.

Die gezielte Anregung dieses Mechanismus, beispielsweise durch eine Kombination von Linkbaits, gezieltem Linkmarketing und Content-Sponsoring kann ein echter Boost für die natürliche, organische Verlinkung einer Webseite sein. Hierbei braucht man auch keine plötzlichen Sichtbarkeitsverluste zu fürchten, denn dies stellt eine legitime Form der Vermarktung dar und hat nichts mit Manipulation zu tun.

Die schlechte Nachricht: Nachhaltiger Linkaufbau ist nicht billig

Natürlich gibt es Webseiten, auf denen man seine Seite eintragen und eine Verlinkung erreichen kann. Wer aber gegen etablierte Mitbewerber antritt, die in den vergangenen Jahren von hunderten oder gar tausenden anderer Webseiten verlinkt wurden, für den gibt es keinen schnellen oder gar günstigen Weg diese ein- oder gar zu überholen.

Wer auf Biegen und Brechen versucht in kürzester Zeit sehr viele Links aufzubauen – womöglich noch besonders kostengünstig – wird sehr schnell einen Filter auslösen und die Sichtbarkeit bricht genauso schnell ein, wie das Vertrauen in die Domain generell.

Die gute Nachricht: Nachhaltiger Linkaufbau ist eine Investition in die eigene Domain

Die Anfangsinvestitionen sind bei dieser Art des Linkaufbaus nicht gering, allerdings bleibt potenziell jeder auf diesem Wege aufgebaute Link über Jahre erhalten und zahlt sich somit lang-

fristig aus. Zudem ist diese Art des Linkaufbaus (derzeit noch) relativ unüblich, was bedeutet, dass man einen echten Wettbewerbsvorteil hat, wenn man seine Zeit und das Budget auf diese Weise investiert.

Achten Sie auf Transparenz

Gute Linkbuilding-Dienstleister haben nichts zu verbergen. Sie haben ein Anrecht darauf, jeden aufgebauten Link zu sehen. Lassen Sie sich nicht auf kurzfristige Versprechungen und Linkmodelle ein, bei denen Sie permanent für bereits bestehende Links bezahlen müssen, deren Wirksamkeit niemand garantieren kann. Außerdem gibt es kein Patentrezept. Was für die eine Domain gilt, muss nicht auf der anderen funktionieren. Jedes Linkprofil ist einzigartig, jedes Marktsegment und jedes Wettbewerbsumfeld ist unterschiedlich und bedarf einer individuellen Strategie. Je nach Unternehmensstrategie, Wettbewerbsumfeld, ihrem Budget und nicht zuletzt ihren Zielen sollte ein seriöser Anbieter Ihnen einen individuellen Linkaufbau-Plan erstellen und schlüssig erklären können.

Fazit

Die richtige Linkbuilding-Strategie hängt stark von der jeweiligen Unternehmensausrichtung ab. Wer einen schnellen Exit plant, für den können sich gemietete Links durchaus rentieren. Für langfristigen Erfolg ist es häufig sinnvoll, mit Linkmarketing und gezieltem Linktausch die Sichtbarkeit schnell zu steigern und mittelfristig auf nachhaltigen und organischen Linkaufbau zu setzen.

Zum Autor:

Kai Priestersbach ist als Senior Consultant bei blueSummit im Bereich SEO für die Beratung und Schulung von Kunden, sowie für die Planung, Leitung und Durchführung von SEO-Projekten namhafter nationaler und internationaler Kunden verantwortlich. Seine Kernkompetenzen sind dabei OnSite-Optimierungsmaßnahmen sowie nachhaltiges Linkbuilding und Long-Tail-Optimierung.



Kontakt:

Blue Summit Media GmbH
Erika-Mann-Straße 62 · 80636 München
T: + 49 (0) 089 51717588
florian.weltner@bluesummit.de

www.bluesummit.de