

Backlinks: Eine umfassende Erklärung

Ein **Backlink**, auch als Rückverweis oder Inbound-Link bekannt, ist ein Hyperlink von einer externen Website zu einer anderen Website [1]. Im Wesentlichen fungiert ein Backlink als eine Empfehlung oder ein „Vertrauensvotum“ einer Website für eine andere. Suchmaschinen wie Google nutzen Backlinks als einen wichtigen Indikator, um die Autorität, Relevanz und Glaubwürdigkeit einer Website zu bewerten und sie entsprechend im Ranking zu positionieren [1] [2]. Je mehr hochwertige Backlinks eine Seite erhält, desto populärer und vertrauenswürdiger erscheint sie im Internet.

Bedeutung für SEO

Die Bedeutung von Backlinks für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) liegt in ihrer Funktion als Ranking-Faktor. Ursprünglich war die Anzahl der Backlinks der primäre Indikator für die Wichtigkeit einer Website. Dies führte jedoch zu Manipulationen durch Link-Spam und künstlichen Linkaufbau. Google hat daraufhin seinen Algorithmus angepasst, um die Qualität und Relevanz von Backlinks stärker zu gewichten [1]. Trotz dieser Anpassungen bleiben Backlinks ein elementarer Bestandteil des Google-Algorithmus und ein entscheidender Faktor für gute Rankings. Ein natürlicher Linkaufbau, der auf hochwertigen Inhalten basiert, ist dabei entscheidend [1].

Arten von Backlinks und ihre Funktionsweise

Backlinks können verschiedene Attribute aufweisen, die Suchmaschinen signalisieren, wie sie mit dem Link umgehen sollen. Die wichtigsten Attribute sind `dofollow`, `nofollow`, `sponsored` und `ugc`.

1. DoFollow-Backlinks

DoFollow-Links sind der Standardtyp von Links, wenn kein spezifisches `rel`-Attribut angegeben wird. Sie weisen Suchmaschinen an, dem Link zu folgen und die Autorität (den sogenannten „Link Juice“) von der verlinkenden Seite an die Zielseite

weiterzugeben [2] [3]. Diese Art von Backlinks ist am wertvollsten für SEO, da sie direkt zur Verbesserung des Rankings und der Domain-Autorität beitragen. Google betrachtet DoFollow-Links als echte Empfehlungen, die den Wert der verlinkten Inhalte unterstreichen.

2. NoFollow-Backlinks

NoFollow-Links sind mit dem Attribut `rel="nofollow"` gekennzeichnet. Sie weisen Suchmaschinen an, dem Link nicht zu folgen und keinen „Link Juice“ an die Zielseite weiterzugeben [3]. Ursprünglich wurden NoFollow-Links eingeführt, um Link-Spam in Kommentaren und Foren zu bekämpfen. Obwohl sie keinen direkten Einfluss auf das Ranking haben, können NoFollow-Links dennoch indirekt nützlich sein, indem sie Traffic auf die Website leiten und die Markenbekanntheit erhöhen [3]. Google behandelt NoFollow-Links seit 2019 als „Hinweis“ und kann sie unter bestimmten Umständen doch für Ranking-Zwecke berücksichtigen [3].

3. Sponsored-Backlinks

Sponsored-Links sind mit dem Attribut `rel="sponsored"` gekennzeichnet. Dieses Attribut sollte für Links verwendet werden, die im Rahmen von Werbung, bezahlten Platzierungen oder anderen Vergütungsmodellen entstanden sind [3]. Durch die Kennzeichnung als `sponsored` wird Google darüber informiert, dass es sich um einen bezahlten Link handelt, was wichtig ist, um Googles Richtlinien gegen Link-Schemata einzuhalten. Nicht gekennzeichnete bezahlte Links können zu einer Google Penalty führen.

4. UGC-Backlinks (User-Generated Content)

UGC-Links sind mit dem Attribut `rel="ugc"` gekennzeichnet. Dieses Attribut wird für Links verwendet, die in nutzergenerierten Inhalten wie Kommentaren, Forenbeiträgen oder Rezensionen erscheinen [3]. Ähnlich wie bei NoFollow-Links signalisiert `ugc` Google, dass der Link von einem Nutzer stammt und nicht unbedingt eine redaktionelle Empfehlung darstellt. Auch hier behandelt Google das Attribut als Hinweis und kann es bei der Bewertung berücksichtigen [3].

Der Ankertext

Der **Ankertext** ist der sichtbare, anklickbare Text eines Hyperlinks. Er spielt eine wichtige Rolle bei der Bewertung eines Backlinks durch Suchmaschinen [1]. Ein relevanter und beschreibender Ankertext hilft Google zu verstehen, worum es auf der verlinkten Seite geht. Eine übermäßige Verwendung von Keyword-reichen Ankertexten kann jedoch als Manipulation angesehen werden und negative Auswirkungen haben.

Fazit

Backlinks sind nach wie vor ein fundamentaler Bestandteil der Suchmaschinenoptimierung. Ihre Qualität, Relevanz und die Art ihrer Kennzeichnung sind entscheidend für ihren Wert. Ein natürlicher und vielfältiger Backlink-Mix, der sowohl DoFollow-Links von vertrauenswürdigen Quellen als auch korrekt gekennzeichnete NoFollow-, Sponsored- und UGC-Links umfasst, ist der beste Ansatz für eine nachhaltige SEO-Strategie.

Referenzen

[1] SEO-Küche. (2025, 2. Dezember). *Was ist ein Backlink? Einfach erklärt für bessere Rankings*. Verfügbar unter: <https://www.seo-kueche.de/lexikon/backlink/> [2] Moz. (2025, 3. April). *What Are Backlinks In SEO and Why Are They Important?*. Verfügbar unter: <https://moz.com/learn/seo/backlinks> [3] Google Search Central. (n.d.). *Ausgehende Links für SEO eingrenzen*. Verfügbar unter: <https://developers.google.com/search/docs/crawling-indexing/qualify-outbound-links?hl=de>