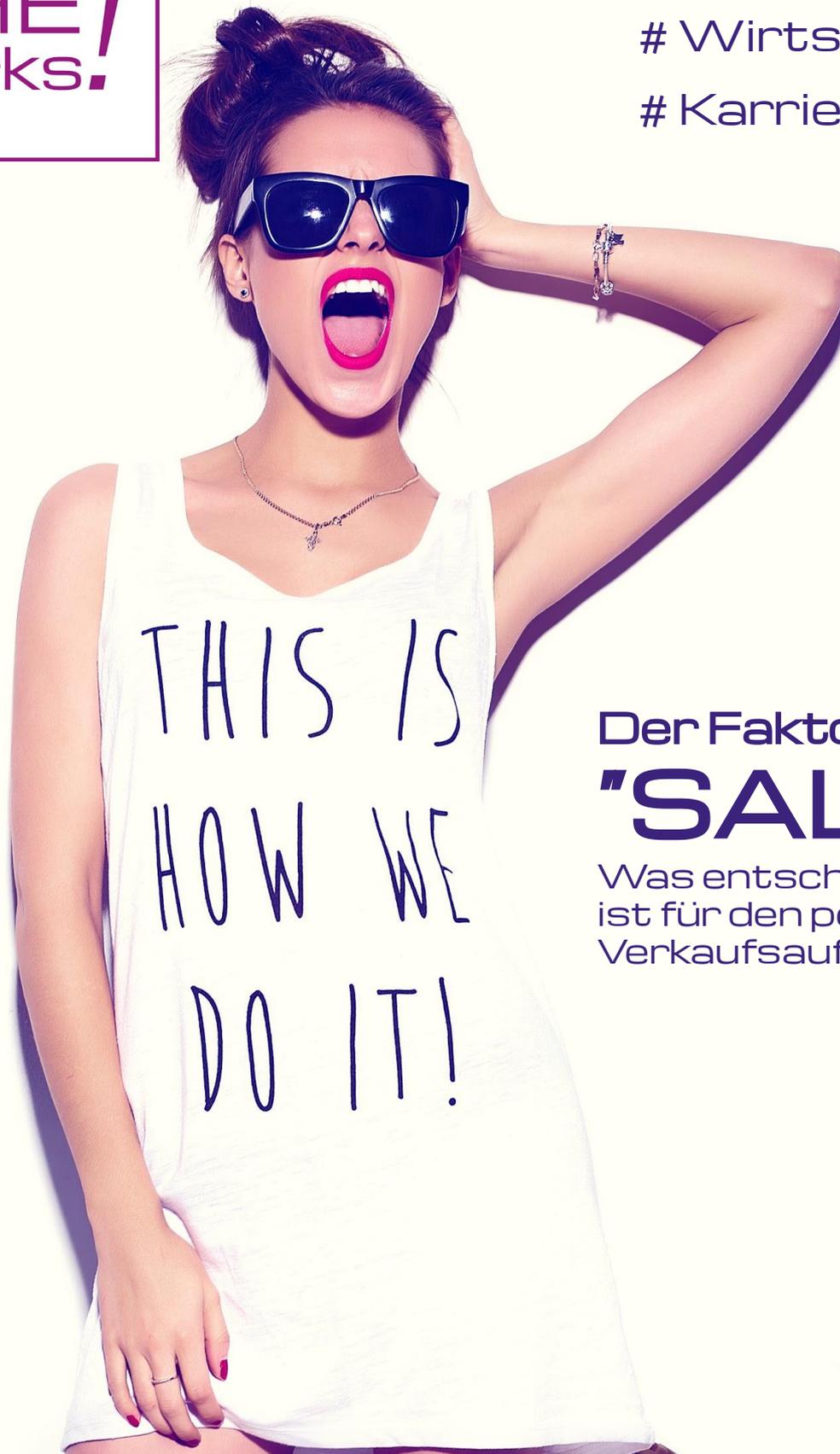


SHE!
works!

Frauen
Wirtschaft
Karriere



Der Faktor "SALE"

Was entscheidend
ist für den perfekten
Verkaufsauftritt

Unser Titelthema:
Wir verkaufen!
Online & offline
ehrlich und mit
Begeisterung

Wir lösen Konflikte,
planen unsere Zeit
sinnvoll und
netzwerken uns zum
Chefsessel

Wir haben Hilfen in
Zeiten von Corona
gesammelt, haben uns
informiert zu Homeoffice
und Cyberangriffen

Digitalisierung

Viele Wege führen zu Ihnen: Linksetzung leicht gemacht

Von Anna Pianka

Es hat sich herumgesprochen: Verlinkungen sind wichtig für die eigene Website. Dabei wird zwischen internen und externen Verlinkungen unterschieden. In diesem Beitrag zeigt unsere Gastautorin Anna Pianka (Abteilungsleiterin SEO OffPage bei der SEO Agentur ABAKUS Internet Marketing) auf, welche Rolle Verlinkungen in der Suchmaschinenoptimierung spielen.

Interne Verlinkungen und SEO

Mit internen Verlinkungen sind Links von der eigenen Website zur eigenen Website gemeint. Diese dienen dazu, Inhalte auf der Website besser auffindbar zu machen, die sich auf anderen Unterseiten der Website befinden. Interne Links sind hilfreich für Leser, die sich mehr zu einem bestimmten Thema informieren möchten, welches sich ebenfalls auf der gleichen Website befindet. Vor allem Websites mit vielen Inhalten profitieren von internen Verlinkungen. In der Suchmaschinenoptimierung haben sie den Vorteil, dass Nutzer länger auf der Website verweilen, was ein positives Signal für Google bedeuten kann.

Ein anderer, sehr wichtiger Punkt ist das bessere Verständnis der Artikel auf den Unterseiten, zu welchen interne Links gesetzt wurden. Dabei ist folgendes gemeint: Die Wörter, die als Linktexte genommen werden, geben Google Anhaltspunkte zu dem Thema der verlinkten Unterseiten und zeigen zudem, dass die verlinkten Unterseiten

lesenswert sein könnten, weil auf sie verwiesen wird. Generell sollte es so sein, dass die wichtigeren Seiten einer Website öfter intern verlinkt sind als unwichtigere. Man braucht es aber auch nicht zu übertreiben. Daher ist es sinnvoll, dass Redakteure interne Links setzen, wenn es passende Inhalte auf der Website gibt. So wird Google der Hinweis auf eine mögliche höhere Relevanz zu bestimmten Unterseiten gegeben.

Seiten, die zu einem Thema als relevant eingestuft werden, tauchen in den Suchmaschinen in der Regel auf. Je relevanter für Google, desto höher ist die Position des Artikels in den Suchergebnisseiten der Suchmaschine.

Externe Verlinkungen und SEO

Den zweiten und wichtigeren Part zum Thema Verlinkungen bilden die externen Verweise. Das sind Links, die von anderen Websites zur eigenen Website führen. Solche Links kommen zum Beispiel durch [Pressemitteilungen](#) über die PresseBox zustande. Meistens geschieht das über die Kontaktangaben zum Unternehmen. Oft kommt es auch vor, dass Verweise aus dem Inhalt der Pressemitteilung gesetzt werden. Das kann geschehen, wenn es inhaltlich Sinn ergibt.

Die meisten Links, die eine Website bekommt, bilden sich jedoch über die Jahre hinweg darüber, dass andere Websites über die eigene Website oder ein Thema der Website berichten, diese



HI SPY VIEWING MACHINES
www.hispview.com

25¢



3

empfehlen oder für weitere Informationen auf sie verlinken.

„Verweise nimmt Google als Empfehlungen wahr. Wie im echten Leben kommt es darauf an, woher die Empfehlungen kommen, um ihnen eine Wertigkeit beizumessen.“, so Anna Pianka.

Wie wertvoll eine Empfehlung von einer Seite ist, hängt von verschiedenen Faktoren ab. Einen wichtigen Faktor bildet die Relevanz der Website, die auf die eigene Website verweist. Ein anderer Faktor kann ihre Bekanntheit sein. Es gibt noch weitere Anhaltspunkte, wie zum Beispiel die Vertrauenswürdigkeit einer Seite. Auch dieser Punkt ist wichtig für Google, um die Wertigkeit einer Verlinkung einzuordnen.

Pressemitteilungen für SEO OffPage

Es gibt verschiedene Möglichkeiten, Links zu einer Website anzustoßen. Eine White-Hat SEO Methode stellt die Verteilung von Pressemitteilungen über Presseportale dar.

Eine Pressemitteilung bietet auf der einen Seite klassische Öffentlichkeitsarbeit, die wichtig für Unternehmen ist und auf der anderen Seite entstehen Verweise, die nützlich für die Unternehmens-Website sein können.

Diese Backlinks – ob follow oder nofollow – sind für Google ein Anhaltspunkt dafür, dass es eine Neuigkeit zum Unternehmen gibt. Die

veröffentlichte Meldung sollte daher möglichst bei Google News auftauchen. Um zu testen, ob die eigene Pressemitteilung bei Google News gelistet wird, öffnet man die Google Suche, gibt beispielsweise die Überschrift der letzten Pressemitteilung ein und switcht die Google Suche auf „News“, sodass sich nur Neuigkeiten anzeigen lassen. Ist die eigene Pressemitteilung in einem Suchergebnis vertreten, ist dies ein Beleg dafür, dass diese Neuigkeit zum Unternehmen passend ausgegeben wird. Google behält sich jedoch vor, Ergebnisse auszublenden. So kann es sein, dass ein Artikel an einem Tag in den Google News Suchergebnissen auftaucht, an einem anderen Tag nicht und später dann doch wieder. Dieses Phänomen betrifft eher ältere Pressemitteilungen.

Es gibt auch Presseportale, die eingetragene Pressemitteilungen nicht in den Google News Ergebnissen anzeigen. Wenn dies der Fall sein sollte, ist es empfehlenswert, nach anderen Vorteilen von diesen Presseportalen zu recherchieren, um zu prüfen, welchen Wert eine Veröffentlichung in solch einem Portal sonst haben kann.

Für Suchmaschinenoptimierende ist es unter anderem die Auffindbarkeit des Contents im Netz, die als Qualitätsmerkmal zählt. Auf der PresseBox veröffentlichte Meldungen tauchen zudem in den Google Bilder-Suchergebnissen auf. Das ist vorteilhaft, wenn ein Unternehmen über unterschiedliche Suchen gefunden werden möchte.

Foto Anna Pianka



Linkaufbau Tipp: Es gibt Unternehmen, die Fachartikel zu einem Thema als Pressemeldung herausgeben und damit erreichen, dass andere redaktionell durchaus gut arbeitende Websites den Artikel übernehmen, weil der Inhalt interessant und der Zielgruppe entsprechend aufbereitet ist. So entstehen neue Links zu den Unternehmens-Websites. Pressemitteilungen bilden eine vergleichsweise einfache Möglichkeit von vielen, die [bei ABAKUS empfohlen](#) werden, um die eigene Unternehmensseite ins Gespräch zu bringen und im Internet zu stärken.

Anna Pianka ist Abteilungsleiterin SEO OffPage bei der ABAKUS Internet Marketing GmbH. Mit ihrer Spezialisierung auf den Bereich Content Marketing im Zusammenhang mit der Suchmaschinenoptimierung verhilft sie Unternehmen zu einer höheren Sichtbarkeit im Internet. Die SEO-Expertin und Fachautorin vermittelt ihr Wissen unter anderem auf Online-Marketing-Veranstaltungen der IHK Hannover, der SEO Roadshow und der SEO Campixx.

SAVE THE DATE
WE'LL BE BACK!
APRIL 16, 2021

