

Leitfaden Linkbuilding

Was heute noch geht und wie es geht

Christoph Szepanski & René Schröter



Das gibt's und so geht's

Ein kompletter Leitfaden mit Folge: Saubere Rankings

Der Leitfaden

- Vom Grundrauschen
- Das erzeugt Traffic
- Und Aufmerksamkeit
- Branding vom Feinsten



„Unterschätze niemals die Macht der internen Links.“

– Christoph Szepanski, blurithmics.de

„Linkbuilding lässt sich nicht skalieren.“

– René Schröter, reneschroeter.de

Vorwort

„Lies hier auch zwischen den Zeilen. Viele Taktiken ergänzen sich.
Manche machen sich gegenseitig erst richtig wirksam.
Andere bedingen einander.

Du bekommst hier einen Leitfaden, der Dir die Möglichkeit gibt, bei gewissenhaftem Gebrauch erstklassige Ergebnisse zu erzielen.“

René Schröter & Christoph Szepanski

001 - Interne Links

- Evil-Knível ;)
- Harte Ankertexte
- Moneykeywords

Nutze die internen Links, um alle relevanten Seiten mit den Suchbegriffen zu verlinken, zu denen Du ein Ranking erzielen möchtest. Achte dabei auf Varianten.

Mehr unter:

<https://www.blurithmics.de/news/interne-verlinkung-optimieren.html>

002 - Branchenverzeichnisse

- Fast jede Stadt hat eins
- Die Domains genießen Vertrauen
- Die Kosten sind moderat

Schau Dir z. B. hamburg.de, muenchen.de oder koeln.de an. Die haben alle gute Branchenverzeichnisse (plus gelbeseiten.de & Co.). Neben dem Traffic (potentiell positive User-Signals) bekommt manchmal auf „feine“ Links.

003 - Foren

- Allgemeine Foren
- Themen-Foren
- Reaktivieren mit Wiedervorlage

Mit neuen Accounts am besten umfangreiche Inhalte bereitstellen.
Mit bestehenden Accounts auf Fragen und Feedbacks eingehen.
Den Link nicht immer wieder posten.
<http://www.eisy.eu/foren-linkaufbau-strategien/>

004 - Blogkommentare

- Auf Themen-Seiten, nicht nur auf Themen-Blogs
- Diskussion abonnieren
- Auf eigenen Spam reagieren

Blogs, die tendenziell viel Traffic haben, abonnieren und wenn passend, kommentieren. Auf Reaktionen eingehen.
Wenn in Deinem Blog Link-Spam auf DE ankommt, Spammer anschreiben und Linktausch anbieten.

005 - Trackbacks

- Verlinke Portale, die Trackbacks geben
- Wer verlinkt, wird auch verlinkt

Such Dir Seiten / Blogs raus, die Trackbacks geben. Das kannst Du z. B. mit einer Quellcode-Suchmaschine machen - <https://nerdydata.com/search> - gib diesen URLs einen Link als Trackback

006 - Verzeichnisse

- Du hast PDFs?
- Du hast Bilder?
- Du hast einen RSS Feed?
- Du hast Videos?

RSS-Verzeichnisse
(z.B.: www.rss-verzeichnis.de)
Blog-Verzeichnisse
(z.B.: www.bloggeramt.de)
Daten-Portale (Doc, PDF,
Präsentationen)
Bilder-Webseiten
Video-Webseiten
Audio-Webseiten
Freeblogs
Communitys

007 - PR Meldungen

- ausgewählte, gute Portale verwenden
- verschiedene Genre der Meldung testen, nicht nur das Hauptthema

Du kannst sicherlich Verteiler benutzen und in vielen Fällen ist das auch durchaus Hilfreich. Versuche jedoch auch ganz gezielt nur bestimmte Plattformen mit der Meldung zu beliefern, um Links zu verhindern, die evtl. abgebaut werden müssen.

008 - Analyse-Portale

- Hilft zu Beginn beim Crawl Verhalten
- Ist nicht das Allheilmittel

www.myip.net
www.seitwert.de
urlm.de
USW.

009 - Frage-Antwort Portale

- Fragen immer ausführlich und in einfachen Worten beantworten
- Am Thema dran bleiben

Die meisten Links sind nofollow. Mit alten Accounts geht es am besten. Die Frequenz in der mit einem Account Links gepostet werden können, ohne entfernt zu werden, ist gering. Ausschließlich 100% lösungsorientierte Links posten.

010 - Gewinnspiel-Portale

- Gewinnspiele mit festem Gegenwert
- Mit End-Datum
- Besser mit mehreren Preisen

Viele Portale werden von einem einzigen Anbieter betrieben. Hier Fuß zu fassen hilft mehrfach.
Alle Portale beliefern. Absagen gehören dazu.
Der Traffic bei Aufnahme ist spannend.

011 - Wikis

- Im eigenen Thema (pflengewiki.de | Green-Wiki | etc.)
- Du willst Traffic über den Link generieren, also trage zu Erweiterungen & Neurungen bei

https://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:WikiProjekt_Andere_Wikis/Liste_Andere_Wikis

012 - [wikipedia.org](https://www.wikipedia.org)

- Ist Deine Seite es wert, in der Wikipedia verlinkt zu werden?
- Dabei geht es nicht einfach um Themennähe

<https://www.eisy.eu/wikipediaeintrag-erhalten/>

013 - Blogparaden

- mit eigenem Artikel teilnehmen
- bei den Teilnehmern kommentieren und das Thema am Leben erhalten
- zum Markenaufbau nutzen „Ich habe was zu sagen“
- selbst veranstalten

Such Dir zunächst eine Liste von Blogs zusammen, die Du auffordern möchtest daran teilzunehmen. Schau dabei nicht nach oben, sondern zur Seite. Große Blogs mit bereits vielen Links und viel Traffic haben meist weniger Interesse an einer Aktion (Ausnahme: Trainees - die machen das gern mit)

014 - Partner-Marketing

- Partner, die Teile deiner Bedarfsgruppe bereits besitzen (Du verkaufst Schuhe, z.B. Sockenshop)
- Kann auch als Affiliate eingebunden werden, bei dem dann auch ein Partner-Artikel integriert wird
- nach Händlerverzeichnis auf Hersteller-Seiten schauen
- Testberichte anbieten

Stell dir vor, du schaffst es durch clevere Verhandlung 70% deiner Bedarfsgruppe über Partner zu erreichen, die jeweils einen Teil Deiner Bedarfsgruppe bereits besitzen! Wie wirkt sich das auf deine weiteren Onlinemarketing-Aufgaben aus?

015 - Newsletter

- Biete anderen an, in deren Newsletter genannt und verlinkt zu werden
- Oft werden Newsletter als HTML archiviert

Schau z.B. mit einer Quellcode-Suchmaschine welche Seiten Ihren Newsletter als HTML archivieren. Schau auch, welche Newsletter-Anbieter das „out-of-the-box“ machen.

Oft sind es Redirects, aber gelegentlich auch dofollow Links.

016 - Testberichte

- Schreib einen Testbericht und biete ihn dem Hersteller / Händler an
- Frag einen Hersteller nach Produkten, um zu testen

In Variante A hast Du das Produkt schon und testest es, danach geht's an die Vermarktung des Tests.

Bei Variante B baust Du einen Kontakt zu einem Hersteller auf und der Link von eben diesem Hersteller ist so gut wie sicher.

017 - Evergreens

- Evergreen-Themen erneut aufgreifen
- Was einmal lief, variiert Du und lässt es erneut laufen

Besonders herausragend läuft das mit Themen, die potentiell viral gehen können.

Achte darauf, dass das Thema nicht zum 100. mal bespielt wird.

Gut gehen Fachthemen innerhalb einer kleineren Gemeinde.

018 - Autorität / Guestposts

- Nutze Deinen eigenen Expertenstatus
- Den hast du noch nicht? Dann wird's Zeit.

Wenn der was schreibt, muss das gut sein! Kennst Du dieses Leseverhalten? Innerhalb eines Fachkreises ist es durchaus möglich einen Expertenstatus herzustellen. Ein Experte wird gern als Gastautor willkommen geheißen.
Gib ein Interview.

019 - Pay-With-A-Share

- Erreiche durch höhere Verbreitung Linkgeber

Je mehr Blogger dein Thema in Ihrem Stream lesen und gleichzeitig erkennen, dass Du außerordentlich guten Inhalt geliefert hast, desto höher ist die Wahrscheinlichkeit dass diese Dich nativ verlinken werden.

020 - Probleme lösen

- Probleme aus Foren, Q&A, Blogs, Facebook usw. aufgreifen und Lösung anbieten
- Oder auch: andere Tutorials umsetzen und als Video, Podcast oder dergl. zeigen

Was soll denn eigentlich verlinkt werden?

Genau! Deine Lösung. Schau dir an, was die Leute fragen. In gutefrage.net sieht man unten immer ähnliche Fragen. Schau dir die Antworten genau an. Bereite eine Lösung auf und schreibe die Fragesteller & „Antworter“ an.

021 - Bewertungen & Feedbacks

- Lieferanten anschreiben
- Partner & Kollegen anschreiben

Biete deine ganz persönliche Bewertung an. Du kannst etwas gutes über ein anderes Unternehmen sagen? Schau, ob Unternehmen „Testimonials“ veröffentlichen. Du bist ja nun schon Experte - das nehmen die bestimmt gern ... Fragen lohnt sich.

022 - Linktausch

- Funktioniert viel besser, als viele denken
- Finde ähnliche Themen
- Mach das Gewissenhaft
- Ehrlichkeit und Fairness gewinnen

Meist findet man ein Thema welches gut zu beiden Webseiten passen.
Alternativer Vorschlag: Selbst viele Links in Artikel einbauen und die erwähnten Seiten direkt kontaktieren (im Nachhinein um ein Statement, Infos etc. bitten). Etwas Zeit vergehen lassen und kontaktieren (... damals hatten wir erwähnt und nun würden wir gerne den Artikel aktualisieren)

023 - Content-Marketing

- Vermarkte nicht nur deinen eigenen Inhalt
- Vermarkte doch auch Themen deines Inhalts bei anderen Seiten
- Wer Außergewöhnliches bietet, wird das auch ernten

Such Dir starke Domains aus Deinem Bereich raus. Schau in z.B. SISTRIX deren ungenutzte Suchbegriffe an. Erstelle dazu einen Inhalt besonderer Güte inkl. Medien & Co. Kontaktiere den Betreiber und biete deinen Content kostenlos an. Vergiß nicht Deinen Link einzubauen. Als Autor macht der sich gut.

024 - Picture-Marketing

- Du hast außerordentlich gute Bilder?
- In deinem Thema suchen viele stets nach guten Bildern?
- Was für eine geniale Mischung!

- **Variante A:** Du recherchierst Influencer & Quellen für Infos in deinem Thema. In deine Grafiken integrierst du beide Datenstränge. Anschreiben aller genannten.
- **Variante B:** Biete Deine Bilder kostenlos mit Quellennennung an ;)
- **Variante C:** Wer hat deine Bilder bereits ohne Einverständnis verwendet?

025 - Influencer-Marketing

- Bezahlte Posts in Instagram
- Bezahlte YouTube Videos
- Bezahlte Speaker / Interviews

Dabei geht es auch um Verbreitung. Je mehr Leute Deine Werbung sehen, desto höher steigt Deine Chance Links zu kassieren. Branding ist ein mächtiger Verbündeter.

026 - Sponsored Posts

- Du bist jetzt schon so weit gekommen
- Nimm mal Geld dafür in die Hand
- Darf auch ein Nofollow Link sein

Gekaufte Posts werden heutzutage in den meisten großen Portalen mit viel Traffic als „Sonderveröffentlichung“ oder „Werbung“ gekennzeichnet. Wenn Du aber hervorragenden Inhalt lieferst, ist ein Nofollow-Link akzeptabel und in zweiter Instanz hilfreich. Die positiven User-Signale sind hier Dein Freund.

027 - Links für Deinen Link

- Neuer Inhalt trägt Deinen Link?
- Mach ihn besser

Du hast einen neuen Link in egal welchem Verfahren in einem neuen Content hergestellt (neue URL). Dann mach ihn stärker und schau mal ein paar Seiten zurück und bau ein bisschen Grundrauschen drauf auf ... oder verlinke ihn in einem ähnlichen Beitrag noch mal.

028 - Linkbaits

- Mach doch eine Liste mit X
- Schreib dann einfach mal Blogger an, die das Thema behandeln

Linkbaits müssen gar nichts so kompliziertes sein. Du kannst eine Liste machen mit „irgendwelchen Schwerpunkten“. Danach schreibst Du alle an, die das Thema behandeln. Vergiss nicht den Link zu deinem Köder als Quellcode zum verlinken anzubieten.

029 - Kostenlose Produkte

- Hast Du Aufkleber von deinem Projekt?
- Mach mal ein Bestellformular in Deine Seite

Wenn Du ein solches Formular anbietest und es in Foren postest, in Facebook & Co. teilst, greifen es andere auf und verlinken direkt auf das einfache Formular. Schau noch mal auf 001 ;)

030 - Datenjournalismus

- Daten aus Umfrage auf der Webseite erheben oder recherchieren
- Quiz, Wettbewerbe mit Gewinnspielen koppeln
- Ergebnisse vermarkten
- Statistiken

Viele Seiten sind interessiert an Statistiken. Du kannst sie liefern, wenn Du die Daten bei Dir erhebst. Du kannst aber auch umgekehrt vorgehen und bei [statista.de](https://www.statista.de) Daten besorgen und so Deine Baits anreichern (028). Viele Webseiten (gerade News-Webseiten) kommunizieren nur neue Daten/Zahlen aber keine Vergangenen.

031 – Quizz

- Fragen beantworten und Ergebnisse teilen

- Die generierten Daten auswerten und weiter verwenden
 - Bei personalisierten Ergebnisseiten einen Canonical-Tag auf die Hauptseite setzen

032 - Giveaways

- Digitale Geschenke
- Einem geschenkten Gaul ... nein, nicht hier
- Qualität in jeder Hinsicht

Wenn Du ein Whitepaper erstellst, wie dieses hier, wird es vielleicht verlinkt ;) ... Du kannst auch super fachbezogene eBooks für Teilsegmente Deines Themas erstellen und echt kostenlos anbieten. E-Mail kassieren oder Pay-with-a-Share gehen dabei noch, dann ist aber gut.

033 - Webcam

- Installieren und kassieren

Du hast ein Gebäude, oder kannst gut mit deinem Vermieter? Du sitzt an einem öffentlichen Ort? Dann installiere mit Genehmigungen eine Webcam. Die kannst Du auf zig Portalen kostenlos anmelden und bekommst immer einen Link auf Deine Webcam-Seite (denk noch mal an 001)

034 - Presse Archive

- Berichten und kassieren

Auf den Firmenseiten nach „Medienspiegel“, „Pressestimmen“, „Wir in der Presse“ und ähnlichen Phrasen schauen. Über diese Firma berichten und im Anschluss anschreiben und auf den Artikel aufmerksam machen.

035 - Seeding

- Verbreiten und kassieren

Wer kennt sich aus? Koryphäen suchen -
Wer hat bereits Bücher zum Thema
veröffentlicht?

Tipp: Suche unter <http://books.google.de>, in
Bibliothekskatalogen, auf Buchseiten
(www.books.de) sowie bei Amazon
Gibt es Studenten/Schüler die bereits
Arbeiten (meist als PDF oder als E-Books)
veröffentlicht haben?

Wer wird häufig verlinkt?

Wer wird häufig als Experte genannt?

Wer wird häufig zitiert?

036 - Broken Links

- Korrigieren und kassieren

Wenn Du eh Quellen recherchierst, lass die Domain doch mal durch einen Linkchecker laufen (Check my links oder ScreamingFrog). Wenn Du entdeckst, dass eine 404 Seite verlinkt wird erstelle den Inhalt besser (check in archive.org) und schreib den Betreiber des toten Links an. Neuen Link anbieten und evtl. korrigierte URL der ehemaligen Domain.

037 - Linkerati finden

- Phrasen dreschen und kassieren

Sinnvoll, wenn der Inhalt auf unserer Seite vorhanden ist:

„nützliche Links“

Intitle:sites

Intitle:“links“

Inurl:sites

Intitle:“empfohlene webseiten“

intitle:presse

038 – Tools

- Interaktive Werkzeuge anbieten

Rechner

Excel-Tabellen

Vorlagen

039 – Petition starten

- Setze dich für etwas ein und kämpfe dafür!

Unterstützer werden auf die Petition
verweisen

039 – Event

- Veranstalte eine Veranstaltung und lade andere ein.

Andere werden auf die Event-Seite verlinken um die Informationen nicht selbst geben zu müssen.

040 – Sponsoring

- Unterstütze eine Initiative und ergattere einen Link

- Events
- Veranstaltungen
- Vereine

041 – Profile

- Profile sind eng mit deinem Namen, deiner Marke verknüpft
- Nutze diese daher mit Bedacht

- Bewertungen
- Communities
- Foren
- Social Media Accounts

042 – Listicals, Rankings, Listen

- Erstelle Top X Listen und kontaktiere die genannten Firmen und Personen

- Produkte
- Influencer
- Orte

043 – Erwähnungen

- Deine Marke oder deine Person wird genannt?

Frag nach einem Link!
Oder
Gib ungefragt weitere
Informationen.

044 – Rabatte gewähren

- Gib einer bestimmten Zielgruppe Rabatte!

Bsp.: pressekonditionen.de

- Schüler
- Studenten
- Rentner
- Berufsgruppen

100 – Links setzen

- Verlinke fleißig und sprich darüber

Kontaktiere die verlinkten Webseiten und mache Sie auf deinen Inhalt aufmerksam.

200 – Die Kontaktaufnahme

210 - Was will ich?

220 - Was könnte ich noch wollen?

230 - Was will mein Gegenüber?

231 - Personas

240 - Wie soll der Kontakt erfolgen?

250 - Der Beziehungsaufbau

260 - Was biete ich an?

270 – Das Anliegen

280 – Meine Vorstellung

290 - Verabschiedung

Echte Wertschätzung
geben!

210 - Was will ich?

- In erster Linie wollen wir immer einen Verweis haben, nur sollte man diesen Wunsch nicht in den Mittelpunkt rücken!

Buzzwords vermeiden:

- Link
- Inhalte mit Mehrwert
- hochwertige Texte
- wertvolle Gastbeiträge
- Kostenloses E-Book

... sind häufig negativ behaftet

220- Was könnte ich noch wollen?

- Kopple ich meinen Erfolg an die erfolgreiche Linkgenerierung?
- Oder gibt es Teilziele?

- Bilder von der Webseite
- Informationen zu einem konkreten Sachverhalt
- Seine Experten-Meinung
- Gewinnung eines (Affiliate) Partners

230 - Was will mein Gegenüber?

- Warum befindet sich die Webseite im Internet?
 - Ist eine Frage nach einem Link sinnvoll?
- Warum sollte ein Webmaster auf deine Seite verlinken?
- Oder anders gefragt, warum hängst du ein Bild von einem Künstler auf?

- Mögliche Antworten sind:
- Aus dekorativen Gründen
 - Sie sind stolz, der Künstler ist bekannt
 - Das Bild hat einen hohen (emotionalen) Wert für dich

231 - Personas von Webmastern

Wer ist mein Gegenüber?

- SEOs = schlechte Linkgeber
- Online-Marketing-Mensch
- Professioneller Affiliate
- Teilzeit Affiliate (gehört meist noch zu einer anderen Gruppe)
- Journalist
- Blogger

→ Die Ansprache sollte unterschiedlich ausfallen

240 - Wie soll der Kontakt erfolgen?

- Nicht immer ist eine E-Mail ideal

- E-Mail
- Social Media
- Telefon
- Persönlich
- Alternativen

250 - Der Beziehungsaufbau

- Die meisten Menschen freuen sich über eine ehrliche Kritik. Uneingeschränktes Lob wird lieber angenommen als Kritik. Dennoch kann diese dem Gegenüber mehr helfen!

Floskeln vermeiden:

„Webseite gefällt mir gut“

- Ernsthaft mit der Webpräsenz beschäftigen
- Aspekte finden, die gut/schlecht gelöst wurden

201 – Kontaktaufnahme via E-Mail

Eine E-Mail besteht aus folgenden Bereichen:

- E-Mail Header (Adresse, Name, Betreff)
- Ansprache (möglichst persönlich)
- Das Anliegen
- Meine Vorstellung
- Verabschiedung

Alle Bereiche lassen sich optimieren,
also testen!

E-Mail-Header

- Absender:
 - Was steht hier geschrieben?
 - Wie lautet deine E-Mail-Adresse?
- Betreff

Diese Punkte müssen zur Anfrage
passen

Du zeichst deinen Gegenüber aber
besitzest du eine förmliche Adresse?

Verschiedene Betreffzeilen testen

Ansprache

- So direkt und passend wie möglich
- Passend zur Sprache der Webseite
- Passend zum Anliegen
- **Wie beschreibt sich der Webseitenbetreiber selbst?**

„Hallo Herr Schröter“
(reneschroeter.de)

„Hallo Herr Szepanski / Hallo Christoph“ (blurithmics.de)

„Hallo René / Hey Reen“
(bomschtown.com)

„Hi Chris“ (tideritter.de)

260 – Was biete ich an?

- Was kann ich für mein Gegenüber Gutes tun?
- Wie kann ich ihm helfen?

Beispiele

- Verbessertes Ranking
- Höhere Reichweite
- Mehr Umsatz
- Mehr Anfragen

270 - Das Anliegen

- Konkret schreiben, was du möchtest
- Beziehe dich auf einen konkreten Inhalt
- Stelle Fragen oder
- gib kritische Anmerkungen

Gib deinem Gegenüber eine echte Wertschätzung

Wichtig: Der Empfänger sollte möglichst gern eine Antwort erstellen wollen.

Beispiele

Ziel: Link von Webseite www.bomschtown.com erhalten

Hallo René,

ich habe deinen Artikel über die Pluggit-Lüftungsanlage mit Freude gelesen. Wir hatten auch überlegt uns solch eine Anlage einbauen zu lassen, sind uns diesbezüglich aber nicht sicher. Haben sich die Investitionen deiner Meinung nach gelohnt? Würdest du wieder eine Anlage einbauen? ...

→ Was und wie erhalte ich nun meinen Link?

Mit der zweiten oder dritten E-Mail, wenn das erste Eis gebrochen wurde!

280 - Meine Vorstellung

- Muss gar nicht zwingend erwähnt werden
 - Wenn es dir wichtig ist, dann kurz und bündig
 - Häufig wird sich im zweiten Satz direkt vorgestellt „Ich bin“ Aber möchte das der Betreiber wirklich wissen?
 - Er kennt doch schon den Namen (E-Mail Absender), die Firma/eigene Webseite (E-Mail-Adresse), das Anliegen (Betreff)
- nehmt euch selbst nicht so wichtig

290 - Verabschiedung

- Versucht einen zeitlichen Druck aufzubauen, damit eine Antwort nicht herausgezögert wird

„Unser Bau beginnt bereits im kommenden Monat, daher müssen wir uns sicherlich bis übernächste Woche entscheiden. Ich freue mich sehr, wenn du uns dabei behilflich bist“

Allgemeine Empfehlungen

- Auf Uhrzeit und Datum achten (mitten in der Nacht? Könnte sich um eine automatische E-Mail handeln)
- Am Sonntag/Feiertag (sollte erklärt werden, warum)

Viel Erfolg beim Umsetzen

- Nimm Impulse für deine Arbeit mit!
- blurithmics.de/news/campixx.html
- reneschroeter.de/linkaufbau/

