

Mit internen Verlinkungen das Website-Ranking verbessern

Interne Links sind ein wichtiger Faktor bei der Webseitenoptimierung, da sie die Benutzerfreundlichkeit, die Navigation und die Relevanz einer Website verbessern können. Hier erfahren Sie, wie Sie interne Verlinkungen erfolgreich einsetzen können.



Die interne Verlinkung (Verweise innerhalb einer Domain) ist eines der wichtigsten Google-Ranking-Faktoren!

Interne Verlinkungen sind Links, die von einer Seite einer Website zu einer anderen Seite derselben Website führen. Interne Links werden bei SEO meistens nur wenig beachtet. Obgleich sie ein wichtiger Faktor für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) sind.

Sinnvoll gesetzt, verbessern interne Verlinkungen die **Benutzerfreundlichkeit**, indem sie Nutzern helfen weitere Informationen zu einem bestimmten Thema zu finden. Zugleich bestimmen interne Links die **Relevanz der Unterseiten**, indem sie den Suchmaschinen signalisieren, welche Seiten für Sie am wichtigsten sind und wie sie miteinander zusammenhängen.

Eine gut durchdachte Verlinkung kann dazu beitragen, das Ranking einer Website für bestimmte Keywords zu erhöhen und steigert somit das gesamte **Website-Ranking!**

Hier einige bewährte Methoden für interne Verlinkungen:

- Verwenden Sie relevante und aussagekräftige Ankertexte für Ihre internen Links, die den Nutzern und Suchmaschinen einen Hinweis auf das Ziel der verlinkten Seite geben. Vermeiden Sie generische Ankertexte wie "hier klicken" oder "mehr erfahren".
- Erstellen Sie eine klare und logische Hierarchie für Ihre Website, die es den Nutzern und Suchmaschinen erleichtert, sich zu orientieren und die wichtigsten Inhalte zu finden.
- Verlinken Sie zu den wichtigsten Seiten Ihrer Website, wie der Startseite, der Über uns-Seite oder der Kontaktseite. Diese Seiten haben in der Regel eine hohe Autorität und können das Ranking anderer Unterseiten verbessern.
- Nutzen Sie die Möglichkeit, interne Links in Ihrem Content zu platzieren, um verwandte Themen zu verknüpfen und den Nutzern mehr Informationen zu bieten.
- Verlinken Sie zu Seiten, die einen Mehrwert für den Leser bieten, wie Blogartikel, FAQs oder News. Diese Seiten können die Absprungrate reduzieren und die Verweildauer erhöhen, indem sie den Lesern nützliche Informationen liefern.
- Vermeiden Sie zu viele Links auf einer Seite, die die Lesbarkeit und das Nutzererlebnis beeinträchtigen könnten. Eine Faustregel ist, nicht mehr als 100 Links pro Seite zu haben, aber dies hängt auch von der Länge und dem Thema Ihrer Seite ab.
- Überprüfen Sie regelmäßig Ihre Links auf Fehler oder tote Links, die das Nutzererlebnis und das Ranking Ihrer Website negativ beeinflussen können. Verwenden Sie Tools wie Google Search Console oder Screaming Frog, um Ihre internen Links zu analysieren und zu optimieren.

**Interne Verlinkung ist ein wichtiges Instrument um Unterseiten zu priorisieren.
Allerdings muss sie immer sinnvoll und gut überlegt gesetzt werden!**

Optimierungsmöglichkeiten für Navigationsaufbau, Klick-Tiefe, Linkhinterlegungen und Textlinks.

Der **Navigationsaufbau** trägt im Wesentlichen dazu bei, welche Seiten einer Domain für Google als bedeutsam eingestuft werden. Die Verlinkungen in der Navigationsleiste beeinflussen die **Klick-Tiefe** und die **Häufigkeit** der verlinkten Seiten. Auch **Linkhinterlegungen** (Title-Attribut) signalisieren die Priorität einer Seite in Bezug auf themenrelevante Keywords. **Interne Verlinkungen im Textbereich** helfen, die Keyword-Relevanz zugehöriger Seiten zu einem speziellen Thema zu steigern.

Navigation:

Ein logischer Navigationsaufbau der sorgfältig strukturiert ist verbessert das Website-Ranking!

- Um die Autorität einzelner Seiten zu steigern sollten diese **direkt** von der Navigationsleiste aus verlinkt sein. Das macht Ihre Unterseiten für Suchmaschinen bedeutend relevanter und verbessert auch das Navigieren für Besucher. Verwenden Sie dazu eine **Menü-Funktion**.
- Man erreicht relevante Seiten mit nur **einem Klick** (Klick-Tiefe). Dies steigert die Seitenpriorität.
- Es führt zu einem besseren [Nutzerverhalten](#). (Wichtiger Bewertungspunkt zur Webseitenqualität.) Besucher werden schnell und einfach fündig und springen nicht wieder ab.
- Auch die **Link-Anordnung** verändert die Seitenpriorität und hat somit Einfluss auf das Google-Ranking. Durch die Anordnung der Verlinkung im Hauptmenü lässt sich der Besuch der Suchmaschinen-Crawler steuern. Deshalb legen Sie am besten die Navigationselemente entsprechend der Relevanz, der Reihe nach an!
- Damit Ihre wichtigsten Seiten vorrangig indexiert werden und somit an Priorität gewinnen, platzieren Sie das Seitenelement der Navigation **ganz oben**.
- Die Navigation sollte aus **Textlinks** bestehen. Verwenden Sie für den Linktext immer das **wichtigste Keyword** der jeweiligen Zielseite!

Klick-Tiefe:

Die "Klick-Tiefe" zeigt an wie leicht es ist Unterseiten von der Startseite aus zu erreichen.

- Je weniger Klicks man benötigt um auf eine bestimmte Seite zu gelangen, desto relevanter ist sie für Google. Je mehr Klicks man braucht, desto weniger Priorität hat diese Seite.
- Relevante Unterseiten mit nur einem Klick zu erreichen, führt zu einem guten Nutzerverhalten. Deshalb sollten alle wichtigen Seiten von der Startseite aus verlinkt sein!
- Generell sollte jede Unterseite mit maximal 3 Klicks erreichbar sein.
- Die Klick-Tiefe kann man vor allem durch die Navigation (Hauptmenü) verbessern.

Die **Webseiten-Hierarchie** sollte deshalb aus höchstens 3 Ebenen bestehen. Je weniger Ebenen es gibt, desto schneller werden die Unterseiten gecrawlt.

Häufigkeit interner Verlinkungen:

Die Anzahl der verlinkten Seiten ist mit ein wesentlicher Faktor für das Website-Ranking. Je häufiger eine Seite innerhalb einer Domain verknüpft ist, desto relevanter ist sie für Suchmaschinen. Sorgen Sie deshalb dafür, dass Ihre wichtigen Unterseiten am meisten interne Links erhalten!

Title-Attribut (auch Link-Title oder Linkhinterlegung genannt):

Das Title-Attribut dient als Nutzer-Information, was man beim Anklicken auf der Zielseite findet.

Beachten Sie:

Der Link-Title wird auf dem **Desktop** angezeigt, wenn man mit dem Mauszeiger auf dem Ankertext oder einem verlinkten Bild anhält. Bei **mobilen Geräten** ist die Linkhinterlegung nicht sichtbar! Deshalb sollten wichtige Infos nicht nur im Title-Attribut stehen.

Link-Title bei Ankertexten:

Hinterlegen Sie Ihre Ankertexte nur dann mit Text, wenn nicht eindeutig daraus hervor geht wohin man weitergeleitet wird!

- Ein verlinktes Keyword sollte nicht mit demselben Keyword hinterlegt werden.
- Ebenso unnötig ist es, den Anchor-Text mit identischem Link-Title zu hinterlegen.

Title-Attribute die für Besucher nicht nützlich sind, sondern nur für Suchmaschinen erstellt wurden, könnten als Überoptimierung zählen!

Bei erforderlichen Hinterlegungen:

- Der Link-Title sollte kurz und knapp (max. 70 Zeichen) den Hauptkontext der Zielseite widerspiegeln.
- Übertreiben Sie nicht und verwenden Sie **keine Keyword-Doppelungen!**
- Es zählt als Fehler, wenn Links hinterlegt werden, die nicht auf eine andere Unterseite verweisen, wie beispielsweise bei der Verwendung einer Anker-Funktion.

Link-Title bei verlinkten Bildern:

- Das **Title-Attribut** ist bei **Bildern** zwingend erforderlich.
- Er zeigt dem Nutzer was ihn auf der Zielseite erwartet wenn er das Bild anklickt und dient der Suchmaschinenoptimierung.

Verlinkungen innerhalb der Seitentexte:

Ein verlinktes Wort (oder Satz) bezeichnet man als **Anchor-Text bzw. Ankertext**.

- Nutzen Sie als Ankertexte nur relevante Texte oder Keywords die im Zusammenhang mit dem Hauptthema der Zielseite stehen. Nicht "hier"!
- Verlinken Sie die Zielseiten pro Seitentext jeweils nur einmal!
- Verwenden Sie möglichst die gleichen Ankertexte je Zielseite!
- Alle Links sollten deutlich für Besucher erkennbar sein, sich vom restlichen Inhalt farblich abheben und einheitlich sein!
- Setzen Sie die Textlinks überlegt und sparsam ein. Verknüpfen Sie nicht jedes dritte Wort!

Der richtige Einsatz von internen Verlinkungen ist ein wesentlicher Punkt bei der [Webseitenoptimierung](#)!

Vorteile interner Verlinkung zusammengefasst:

- Sie helfen den Suchmaschinen, die Struktur und das Thema Ihrer Website zu verstehen, indem sie zeigen, wie die Seiten miteinander verbunden sind.
- Sie erhöhen die Autorität und das Ranking Ihrer Website, indem sie den Linksaft von einer Seite zur anderen übertragen.
- Sie reduzieren die Absprungrate und erhöhen die Verweildauer, indem sie den Lesern relevante und interessante Inhalte anbieten, die sie auf Ihrer Website halten.
- Sie verbessern die Benutzerfreundlichkeit und die Navigation, indem sie den Besuchern eine klare Orientierung und einen einfachen Zugang zu den Informationen bieten, die sie suchen.
- Sie fördern die Konversionen und den Umsatz, indem sie die Leser zu den Seiten führen, auf denen sie eine Aktion ausführen können, wie z.B. ein Produkt kaufen oder ein Formular ausfüllen.

Verlinkungsfehler:

Unnötige interne Verlinkungen zählen als Fehler und können sich negativ auf das Website-Ranking auswirken.

- Ein Link zu der Seite auf der man sich gerade befindet ist unnötig!
- Eine doppelte Verknüpfung einer Zielseite innerhalb der Navigation verursacht unverhältnismäßig viele Verweise zu dieser Seite. Dies verändert die „Häufigkeit interner Links“ und beeinträchtigt somit den Bewertungsfaktor "meistverlinkte Seiten".
- Links zu deaktivierten Unterseiten (auch zu weitergeleiteten Seiten).
- Unnötige Seiten in der Breadcrumb-Navigation. (Breadcrumbs sollten immer seitenhierarchisch aufgebaut sein und den logischen Pfad von der Einstiegsseite bis hin zur aktuellen Position im Seitenstrukturbaum zeigen.)
- Mehrmalige Verlinkung einer Zielseite innerhalb eines Textes.

Google äußerte sich in einem Webmaster Hangout:

[.....Du kannst Dein Website Ranking verbessern indem Du die internen Verlinkungen verbesserst. Wir versuchen den Kontext Deiner Seiten und die Art und Weise wie sie verlinkt sind zu verstehen und unter Beachtung der Anchortexte Deine relevantesten Seiten herauszupicken.....]

Voraussetzung für ein gutes Google-Ranking ist natürlich eine möglichst fehlerfreie Website mit relevanten Inhalten. Sorgen Sie daher für eine optimale **Webseitenqualität** und erstellen Sie für Ihre wichtigsten Unterseiten ausreichend informativen Text mit der richtigen [Keyworddichte](#).

Weitere **Optimierungs-Tipps** erhalten Sie auf der Seite:

» [Die wichtigsten 19 SEO Tipps für Ihre Webseitenoptimierung](#)

Sie benötigen fachmännische Unterstützung? Von uns erhalten Sie eine professionelle [SEO Beratung](#).