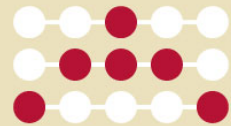


# So finden Sie gute Linkquellen

ABAKUS



Die enorme Bedeutung von eingehenden ‚one-way‘ Links themenrelevanter und vertrauenswürdiger Autoritäts-Domains für eine erfolgreiche SEO-Kampagne ist unumstritten. Dieser Beitrag soll Ihnen verschiedene Methoden aufzeigen, wie Sie gute Linkquellen finden und sich von Ihrem Wettbewerb abgrenzen können.

Es ist tatsächlich so, dass im Google-Algorithmus eingehende „one-way“ Links von vertrauenswürdigen bzw. Autoritäts-Domains wichtiger für das Ranking sind als OnPage Faktoren. Obwohl von Google verpönt, wird die überwiegende Mehrheit der Domains in den Top10-Ergebnissen bei Google für jeden wettbewerbsorientierten und kommerziellen Suchbegriff (Keyword)/Phrase über irgendeine Form von Linkaufbau-Strategien verfügen.

Dieser Artikel soll Ihnen dabei helfen, Domains zu finden, die eine gewisse Autorität besitzen bzw. Vertrauen bei Google genießen und damit einen wertvollen Link für Ihre Website darstellen könnten. Besondere Bedeutung genießt dabei auch die Wettbewerbsanalyse.

## Themenrelevante Autorität-Websites: Denken Sie „um die Ecke“

Der klassische Weg der Webseiten-Recherche ist die Google-Suche nach den eigenen Suchbegriffen. Die Ergebnisse in den Top 20 scheinen dabei natürlich auf den ersten Blick gute Kandidaten für Links zu sein, da sie relevant sind und gute Platzierungen haben (Autorität/Vertrauen). Da aber viele Wettbewerber genau so vorgehen, ist diese Vorgehensweise wenig sinnvoll. Zudem stellen in der Regel mehr als 80% der Treffer den eigenen Wettbewerb dar, was eine Verlinkung quasi unmöglich macht.

Aus diesem Grund sollten Sie nach Webseiten suchen, die nicht zum Wettbewerb gehören aber trotzdem eine Autorität besitzen und themenverwandt sind. Denken Sie dabei einfach ein wenig „um die Ecke“ und konzentrieren Sie sich auf Suchbegriffe, die thematisch mit Ihren wichtigsten Keywords verwandt sind (Semantik). Nun fügen Sie einen nicht-kommerziellen Begriff hinzu.

## Vorgehensweise am Beispiel „Wasserbetten“

Nehmen wir das Beispiel einer Webseite, die Wasserbetten verkauft. Für ein solches Keyword ist es aufgrund der kommerziellen Nische keine einfache Aufgabe, Domains zu finden, die möglicherweise einen Link setzen könnten. Der erste Gedanke vieler Webmaster ist trotzdem, bei Google "Wasserbetten" einzugeben:

<http://www.google.de/search?hl=de&q=wasserbetten>



Abb. 1: Google Suche: wasserbetten

So gut wie alle Top 10-Suchergebnisse sind Konkurrenten. Gibt man aber nun einen oder mehrere nicht-kommerziellen Begriff/e mit vorangestelltem '+' hinzu (das '+', bedeutet, dass der nachfolgende Suchbegriff im Suchergebnis enthalten sein muss), so verändert sich die Trefferliste dahin gehend, dass sehr viel mehr themenrelevante Domains angezeigt werden, die weniger kommerziell sind. **Wichtig ist, dass vor dem '+' ein Leerzeichen steht und nach dem '+' direkt der Suchbegriff.**

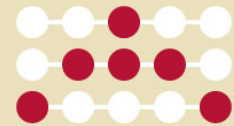
Beispiel: Wasserbetten +Vorteile

<http://www.google.de/search?hl=de&q=wasserbetten+%2Bvorteile>

"Vorteile" ist hier die Art von Wort, das Sie in einem Leitartikel über Wasserbetten finden würden, und es ist sehr viel weniger wahrscheinlich, dass ein direkter Konkurrent es benutzt. Sie können das Wort "Vortei-

# So finden Sie gute Linkquellen

ABAKUS



**Die enorme Bedeutung von eingehenden ‚one-way‘ Links themenrelevanter und vertrauenswürdiger Autoritäts-Domains für eine erfolgreiche SEO-Kampagne ist unumstritten. Dieser Beitrag soll Ihnen verschiedene Methoden aufzeigen, wie Sie gute Linkquellen finden und sich von Ihrem Wettbewerb abgrenzen können.**

le" natürlich mit vielen anderen Suchbegriffen ersetzen wie "Information", "Nachrichten", "Blog", "Forum", "Artikel", usw. Sie können auch durchaus mehrere nicht-kommerzielle Begriffe miteinander kombinieren:

Beispiel: wasserbetten +vorteile +beitrag  
<http://www.google.de/search?q=wasserbetten+%2Bvorteile+%2Bbeitrag>

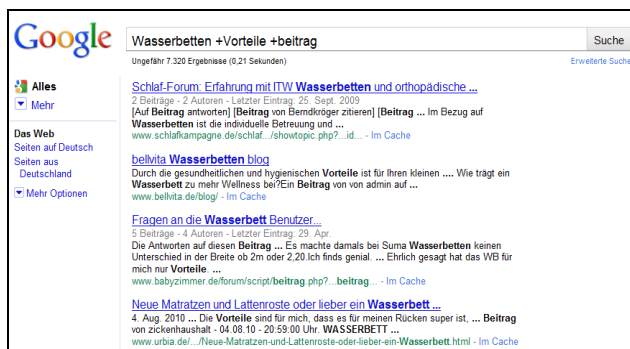


Abb. 2: Google Suche: wasserbetten +vorteile +beitrag

Wie Sie sehen können, gibt es nun auf den ersten Blick deutlich weniger direkte Konkurrenten in den Top 10, auch wenn das inhaltlich weiter überprüft werden muss. Glücklicherweise gibt es noch andere Filtermöglichkeiten, die man nutzen kann.

Die meisten kommerziellen Webseiten-Betreiber für Wasserbetten werden ihre Seiten für die wichtigsten Keywords optimiert haben. Oft wird bei der Optimierung dafür gesorgt, dass bereits die URL den Suchbegriff enthält. Genau diese Seiten können Sie herausfiltern, in dem Sie in das Google-Suchfeld Folgendes eingeben (achten Sie dabei unbedingt wieder auf die Leerzeichen vor ‚+‘ und ‚-‘):

```
wasserbetten +vorteile  
-inurl:wasserbett -inurl:wasserbetten
```

<http://www.google.de/search?q=wasserbetten+%2Bvorteile+-inurl%3Awasserbett+-inurl%3Awasserbetten>

Das Suchergebnis enthält jetzt weitere, nicht-kommerziellen Domains, die für eine Verlinkung geeignet sein könnten.

Und was ist mit jenen Domains, die relevant und komplett unoptimiert aber dennoch Autoritäts-Domains sind? Für das Auffinden solcher Seiten können Sie weitere zusätzliche Filter zur regulären Google-Suche hinzuzufügen. Wie z. B. „intext:“ und „-intitle:“.

```
intext:wasserbetten -inurl:wasserbett -  
inurl:wasserbetten -intitle:wasserbett  
-intitle:wasserbetten
```

<http://www.google.de/search?q=intext:wasserbetten+-inurl:wasserbett+-inurl:wasserbetten+-intitle:wasserbett+-intitle:wasserbetten>

intext:“ bedeutet, dass der Suchbegriff im Text der Seite irgendwo gefunden werden muss. Außerdem haben wir zwei "-intitle:" Filter hinzugefügt, durch die wir *ausschließen*, dass der Suchbegriff weder im Plural noch im Singular im (für die OnPage-Optimierung) wichtigen Title Tag vorkommt.

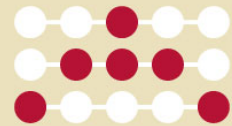
Damit ist es jetzt sehr wahrscheinlich, dass die gefundenen Seiten wenig bis gar nicht optimiert sind und vermutlich auch keine Wettbewerbsseiten sind. Zudem werden diese Seiten sicher sehr viel seltener von Mitbewerbern gefunden.

## Suchen Sie semantische Suchbegriffe

Da selbst mit all diesen Filtern noch Wettbewerber in der Trefferliste auftauchen (natürlich können Sie Filter hinzufügen, ändern, entfernen wenn Sie wollen), sollten Sie nicht unbedingt Ihren wichtigsten Suchbegriff als Suchbasis verwenden. Recherchieren Sie nach semantischen Keywords, die dem gesuchten Zusammenhang entsprechen aber Ihren Suchbegriff nicht zwingend enthalten.

# So finden Sie gute Linkquellen

ABAKUS



Die enorme Bedeutung von eingehenden ‚one-way‘ Links themenrelevanter und vertrauenswürdiger Autoritäts-Domains für eine erfolgreiche SEO-Kampagne ist unumstritten. Dieser Beitrag soll Ihnen verschiedene Methoden aufzeigen, wie Sie gute Linkquellen finden und sich von Ihrem Wettbewerb abgrenzen können.

Für diese Suche gibt es einige spezielle Tools, wie z. B. **Semager.de** (<http://www.semager.de>) oder den **MetaGer-Web-Assoziator** (<http://meta.rzrn.uni-hannover.de/asso.html>):



Abb. 3: <http://www.semager.de>



Abb. 4: <http://meta.rzrn.uni-hannover.de/asso.html>

Sie können natürlich hierfür auch Google nutzen. Geben Sie einfach Ihren wichtigsten Suchbegriff ein und klicken Sie auf der Ergebnisseite in der linken Spalte auf "Mehr Optionen" und dann im Dropdown-Menü auf "Verwandte Suchbegriffe" (alternativ können Sie ebenfalls den darunter stehenden Link "Wunderad" ausprobieren).



Abb. 5: Google Suche: wasserbetten (verwandte Suchbegriffe)

Nicht alle Begriffe werden hierbei nicht-kommerziell sein, aber in unserem Beispiel mit semager finden wir heraus, dass die Eingabe von "wasserbett" zu einer Liste mit einigen potenziell geeigneten Begriffen wie z. B. "schlafen" führt (oder auch "Matratzen" oder vielleicht sogar "Nachtruhe"). Eine einfache Suche ohne Filter ist danach oft ausreichend:

<http://www.google.de/search?hl=de&q=schlafen>

Da wir mit "schlafen" einen generischen, nicht-kommerziellen Suchbegriff benutzt haben ist es weniger wahrscheinlich, dass viele direkte Konkurrenten im Suchergebnis angezeigt werden. Die Treffer stehen jedoch semantisch im Zusammenhang mit *Wasserbetten*. Natürlich können Sie auch hier weitere Filter hinzufügen, wenn Sie es wünschen. Zum Beispiel die Suche nur nach Beiträgen über Schlaf:

schlaf +beitrag

<http://www.google.de/search?q=schlaf+%2Bbeitrag>

Diese Methode hat einige klare Vorteile, ist aber auch ein bisschen das Prinzip von "Versuch und Irrtum". Es werden immer noch Wettbewerber Domains aufgelistet, aber so werden Sie wahrscheinlich auch auf ungewöhnliche Autoritäts-Domains stoßen, die Ihre Konkurrenten nicht finden.

## Wettbewerbsanalyse

Selbstverständlich darf man bei der Linkrecherche auch die Wettbewerbsanalyse nicht vernachlässigen. Dabei sollten Sie vor allem überprüfen, wer auf die Domain Ihrer direkten Konkurrenten verlinkt. Hierfür gibt viele kostenlose und bereits bekannte Wege. Der klassische Weg der Backlinkrecherche führt über das Yahoo! Suchfeld:

<http://de.search.yahoo.com>

(Unser Tipp: Führen Sie diese Analysen zeitnah durch, denn es könnte durchaus sein, dass es sie nicht mehr allzu lange gibt.)

Wenn Sie sich die Backlinks aufzeigen lassen möchten, die auf eine spezielle URL verweisen, müssen Sie dabei die Abfrage „link:“ verwenden. Um interne Links und Links von Sub-Domains auszuschließen, sollten Sie zudem den „-site:“ Filter verwenden. Diese Abfrage bewirkt außerdem, dass Yahoo! nicht zum Site Explorer umleitet, der nur eine eingeschränkte Funktionalität hat:

## So finden Sie gute Linkquellen

ABAKUS



**Die enorme Bedeutung von eingehenden ‚one-way‘ Links themenrelevanter und vertrauenswürdiger Autoritäts-Domains für eine erfolgreiche SEO-Kampagne ist unumstritten. Dieser Beitrag soll Ihnen verschiedene Methoden aufzeigen, wie Sie gute Linkquellen finden und sich von Ihrem Wettbewerb abgrenzen können.**

```
link:http://www.wasserbetten-xyz.de -  
site:wasserbetten-xyz.de
```

Für eine umfassendere Übersicht, die auch Links mit einschließt, die auf irgendeine Unterseite verweisen, sollten Sie das "linkdomain:" eingeben:

```
linkdomain:http://www.wasserbetten-  
xyz.de -site:wasserbetten-xyz.de
```

Sie können jede Menge Spaß mit Filtern haben. Wie wäre es z. B. mit Links, die nur von Seiten einer .org Domain kommen?

```
linkdomain:http://www.wasserbetten-  
xyz.de -site:wasserbetten-xyz.de si-  
te:org
```

Mit dieser Methode gibt es jedoch die Probleme, dass Sie zum einen so nur die ersten tausend Links im Yahoo! Suchergebnis zu sehen bekommen und zum anderen dabei auch die so genannten „site wide“ Links aufgelistet sind (potenziell Tausende Links von der gleichen Domain oder auch von Partnerdomains). Eine Möglichkeit, das „site wide“ Problem zu umgehen, ist die ersten vier oder fünf Ergebnisseiten auf Domain-Wiederholungen zu überprüfen. Diese können Sie mit dem "-site." Filter ausschließen, zum Beispiel:

```
linkdomain:http://www.wasserbetten-  
xyz.de -site:wasserbetten-xyz.de -  
site:partnerdesmitbewerbers.de
```

Diese Suche liefert dann alle Links, die auf irgendeine Seite auf die Domain „www.wasserbetten-xyz.de“ verweisen, und schließt gleichzeitig alle Links von „partnerdesmitbewerbers.de“ sowie die internen Links aus. Das ist in Ordnung, wenn die Domain über weniger als tausend Links verfügt, sobald Sie alle „site wide“ bzw. mehrfache Links von einer Domain ausgeschlossen haben.

Was ist jedoch, wenn eine Domain tausende von Links hat und Sie wollen sich wirklich nur auf die

Links konzentrieren, die von thematisch verwandten Domains kommen?

Angenommen, Sie wollen nur eine Liste von Domains erhalten, bei denen sich das allgemeine Wort "schlafen" irgendwo auf der verlinkenden Seite befindet? Das ist einfach:

```
linkdomain:http://www.wasserbetten-  
xyz.de schlafen  
-site:wasserbetten-xyz.de
```

Diese Eingabe wird die Anzahl der Ergebnisse deutlich verringern (probieren Sie es bei einigen der aktuellen Top-Ranking Domains für "Wasserbetten" aus) und zeigt Ihnen zumindest einige der nicht-kommerziellen, aber semantisch relevanten Domains, die zu Ihrem Wettbewerber verlinken. Alles was Sie tun müssen, ist das Keyword in der Abfrage hinzuzufügen (ob in der Mitte oder am Ende ist dabei egal). Hierbei handelt es sich um ein mächtiges Werkzeug, wenn es richtig genutzt wird. (Tipp: Sie können statt eines einzelnen Wortes natürlich auch Phrasen in Anführungszeichen wie "gut schlafen" hinzufügen.)

### Tools zur Link Recherche

Es gibt viele Tools im Web, die Sie speziell zur Linkrecherche verwenden können, um sich das Leben leichter zu machen. Einige können automatisch „site wide“ Links herausfiltern oder sogar Domain-Netzwerke finden, Links vom gleichen IP-Cluster/Host oder sogar, wie die Links gesetzt sind (Anker-Text, Alt-Attribut, ob Grafik oder Text-Link etc.).

Eine gute Zusammenstellung von kostenlosen Tools, die einige der oben genannten Merkmale beinhalten, finden Sie unter:

<http://www.at-mix.de/news/6442.html>

# So finden Sie gute Linkquellen

ABAKUS



*Die enorme Bedeutung von eingehenden ‚one-way‘ Links themenrelevanter und vertrauenswürdiger Autoritäts-Domains für eine erfolgreiche SEO-Kampagne ist unumstritten. Dieser Beitrag soll Ihnen verschiedene Methoden aufzeigen, wie Sie gute Linkquellen finden und sich von Ihrem Wettbewerb abgrenzen können.*

Gute Linkpartner zu finden ist in stark umkämpften Bereichen wie z. B. „DSL“ oder „Versicherung“ oft sehr schwierig und zeitintensiv. Aber auch in Nischen wie „Detektei“ oder „Datenrettung“ ist die Suche nach Linkquellen nicht einfach, was sich gut an den hohen Preisen für AdWords-Anzeigen ablesen lässt.

Manchmal wundert man sich, warum eine Domain recht gut rankt, aber gar nicht viele bzw. starke eingehende Links hat. Des Rätsels Lösung liegt dann oft darin, dass einige der Backlinks selbst wiederum von sehr starken Domains verlinkt sind, deren Autorität dann „durchscheint“. So ein Phänomen von Hand zu überprüfen erfordert viel Zeit.

Nicht zuletzt aus diesem Grunde haben wir bei ABAKUS Internet Marketing uns dazu entschlossen, unsere eigenen Tools zu entwickeln, die wir alle im Tool Center SEO DIVER gebündelt anbieten (<http://de.seodiver.com>).

## Fazit

**Die Suche nach geeigneten Linkquellen ist eine spannende Aufgabe, bei der man viele Wege ausprobieren und testen muss. Jeder Verantwortliche wird zusätzlich zu unseren hier aufgezählten Wegen noch ganz eigene Ideen für die Recherche haben. Aber genau das ist es, was die Linkrecherche auch ausmacht. Denn wenn es nur einen einzigen Weg gäbe, könnte sich bei gleichem Aufwand auch niemand von seinem Wettbewerb absetzen.**

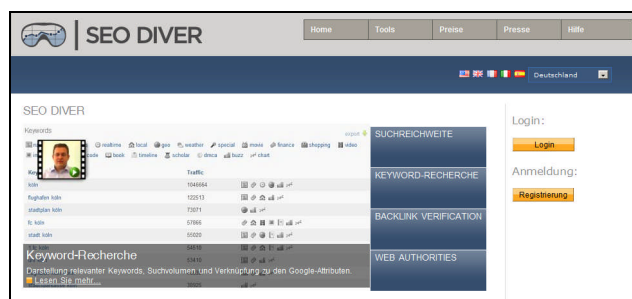


Abb. 6: <http://de.seodiver.com>

In dem Modulbereich **Links** gibt es mehrere Tools, die bei der Recherche nach Linkquellen äußerst hilfreich sind. So findet das Tool „Backlink Trust Points“ die stärksten Backlinks bis zur 3. Ebene (also die Backlinks der Backlinks der Backlinks), was manuell nahezu unmöglich ist. Der „LinkCheck“ reichert die Daten um viele Details wie z. B. Ankertext, Linkziel oder Kategorie (Katalog, Bookmark, Forum, Presse etc.) an, und der „Backlink Authority Score“ liefert einen Vergleichswert für Backlinks von einer Domain.

Autor:  
Alan Webb (Geschäftsführer)  
ABAKUS Internet Marketing GmbH