

# SEO: LINKS SIND NICHT MEHR DER HEILIGE GRAL

Veröffentlicht am 2. August 2012 von Annette



Linkaufbau galt lange als das A und O der Suchmaschinenoptimierung. Aber Google unterliegt von jeher einem stetigen Wandel. In den letzten Jahren hat sich eine Menge getan. Die Suchalgorithmen wurden stetig verändert und der sich immer schneller entwickelnden digitalen Lebenswelt angepasst. Welche Bedeutung haben Links heute für die Suchmaschinenoptimierung?

## Am Anfang war der Link

Als Google 1998 ans Netz ging, war vor allem der sogenannte **PageRank** mitentscheidend für den späteren Erfolg - ein bis dahin völlig neues Bewertungskriterium für Webseiten. Der PageRank bewertet Webseiten auf Basis der **Qualität und Anzahl der eingehenden Links** anderer Seiten. Das

mag damals revolutionär gewesen sein, entspricht aber 14 Jahre später nicht mehr den Anforderungen der Benutzer. Nachteile sind zum Beispiel die Käuflichkeit von Links, die Nichtbeachtung des Inhalts und der Bedürfnisse des Individuums. Deswegen hat Google täglich teilweise bedeutende Änderungen an seinem Suchalgorithmus vorgenommen, um bestmögliche Ergebnisse liefern zu können.

## Google mausert sich

Mittlerweile zählen weit mehr als Links bei der Suchmaschinenoptimierung für Google. Heute gilt einmal mehr: Qualität statt Quantität. **Soziale Netzwerke** wie Facebook, Twitter, Xing oder Google+ fließen in den Algorithmus mit ein. Die Qualität der Links wird entscheidend, Linkkauf und der übermäßige Gebrauch von Schlüsselwörtern werden abgestraft. **Kundenbewertungen** und **lokale Suchmaschinenoptimierung** tragen massiv zum **Google-Ranking** bei.

## Zusammenspiel zahlreicher Faktoren

**Erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung** muss heute ein **Zusammenspiel vieler Faktoren** sein. Sich alleine auf Links zu konzentrieren führt noch nicht zu einem Top-Ranking. Stattdessen gilt es, den Blick auch auf andere Bereiche zu lenken: Qualitativ hochwertiger, themenrelevanter **Inhalt**; interessante **Bilder**, gehaltvolle **Kommunikation**, **Empfehlungen** und **Kundenbewertungen**. Natürlich muss man nach wie vor **für einen qualitativ hochwertigen Linkaufbau sorgen** - aber das ist nur ein Aspekt des großen Ganzen, das nötig ist, um bei Google auf Platz 1 zu landen. Linkaufbau ist nicht mehr der heilige Gral, der SEO-Wunder vollbringt. Er ist mittlerweile **ein Signal unter vielen**, das von Google ausgewertet wird.

Es empfiehlt sich also, nicht übermäßig Zeit in Linkaufbau zu investieren, wenn man damit auch **relevante, nützliche Inhalte für Kunden** erstellen kann. Für Unternehmer und SEOs gilt, einen weiteren Blickwinkel anzustreben und die **Gesamtheit der suchmaschinenrelevanten Faktoren in Einklang mit interessantem Inhalt für den Kunden** zu bringen.

---

**THUMBNAIL IMAGE: [METAUG 128 - VERSION 2 VON DAN CULLETON VIA CC BY 2.0](#)**