

# Was sind Backlinks: Profi-Insights für Online-Marketing

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 9. Februar 2026



# Was sind Backlinks: Profi-Insights für Online-Marketing

Du kannst den besten Content der Welt schreiben, ein UX-Feuerwerk abbrennen und deine Core Web Vitals bis ins letzte Byte optimieren – aber ohne Backlinks bleibst du ein digitaler Niemand. Willkommen in der brutalen Realität des Linkbuildings. In diesem Artikel zerlegen wir das Thema Backlinks bis ins letzte Meta-Detail – von den Grundlagen bis zu den dunklen

Ecken der Offpage-Optimierung, die Google offiziell nicht mag, aber trotzdem funktionieren. Wenn du wissen willst, wie du 2025 nicht nur mitspielst, sondern dominierst, lies weiter. Aber sei gewarnt: Wir reden hier nicht über "10 einfache Linkbuilding-Tipps", sondern über echte Strategien, Tools, Technik – und die Wahrheit hinter dem SEO-Hype.

- Was Backlinks sind – und warum sie im Online-Marketing immer noch dominieren
- Wie Google Links bewertet und warum nicht jeder Link gleich viel wert ist
- Unterschiede zwischen DoFollow, NoFollow, Sponsored und UGC-Links
- Wie du hochwertige Backlinks erkennst – und schlechte Links enttarnst
- Technische Tools zur Backlink-Analyse und -Überwachung
- Die besten Strategien für nachhaltiges Linkbuilding 2025
- Warum Black-Hat-SEO noch lebt – aber nicht mehr lange
- Wie du ein natürliches Linkprofil aufbaust (und was das überhaupt ist)
- Warum Linkbuilding kein isolierter Prozess ist, sondern Teil deiner Gesamtstrategie
- Konkrete Tipps für Outreach, Broken Link Building und Linkreklamation

# Was sind Backlinks: Definition, Bedeutung und SEO-Wirkung

Backlinks, auch als eingehende Links oder Inbound Links bekannt, sind Verlinkungen von einer externen Website auf deine eigene. Klingt banal? Ist es nicht. Denn im digitalen Ökosystem zählt ein Backlink wie eine Stimme – eine Art Vertrauensbeweis, dass dein Content relevant, nützlich und wertvoll ist. Für Suchmaschinen wie Google sind Backlinks seit jeher ein zentraler Bestandteil des Algorithmus. Sie signalisieren Autorität, Popularität und Kontext.

Im Online-Marketing gelten Backlinks als wichtigste Währung im Offpage-SEO. Sie beeinflussen maßgeblich die Domain Authority (DA), Page Authority (PA), Trust Flow, Citation Flow und letztlich deine Position in den Suchergebnissen. Der Google-Algorithmus bezieht Backlinks in fast alle Kernkriterien ein – vom Ranking über die Indexierung bis zur Content-Bewertung. Und ja, trotz diverser Core Updates und KI-getriebener Semantik gilt: Ohne Backlinks wirst du nicht sichtbar. Punkt.

Die Qualität eines Backlinks hängt von mehreren Faktoren ab: Relevanz, Autorität der verlinkenden Seite, Position des Links im Content, Ankertext, Linktyp (DoFollow/NoFollow) und natürlich der Traffic, der über diesen Link generiert wird. Ein Backlink von der Startseite der FAZ ist mehr wert als zehn Links aus obskuren Webverzeichnissen. Wer das nicht versteht, hat SEO nie verstanden.

Gerade im Jahr 2025, wo Content-Überfluss herrscht und die technische Basis

vieler Websites bereits solide ist, sind Backlinks der Differenzierungsfaktor. Sie entscheiden, ob dein Content bei Google Seite 1 oder Seite 8 sieht. Dabei gilt: Qualität schlägt Quantität. 20 saubere, thematisch relevante Backlinks können mehr bewirken als 200 Spam-Dinger aus Bangladeshi-Link-Farmen.

Und ja, Backlinks sind manipulierbar – aber Google wird besser darin, Manipulation zu erkennen. Wer also denkt, mit billigen Linkpaketen aus Fiverr durchzukommen, darf sich schon mal auf eine algorithmische Schelle einstellen. Nachhaltiges Linkbuilding ist ein strategischer Dauerlauf, kein billiger Sprint.

## Arten von Backlinks: DoFollow, NoFollow, UGC & Sponsored

Nicht jeder Backlink ist gleich. Und wer glaubt, dass jeder Link automatisch SEO-Power bringt, irrt gewaltig. Google unterscheidet zwischen verschiedenen Linktypen – und jeder hat seine eigene Wirkung, seinen eigenen Kontext und seine eigenen Risiken. Entscheidend sind die Linkattribute im HTML-Code, die dem Googlebot signalisieren, wie ein Link zu bewerten ist.

Der Standard ist der DoFollow-Link. Hier gibt es kein spezielles Attribut – und das bedeutet: Linkjuice wird übertragen. DoFollow-Links sind das Gold im SEO-Spiel. Sie vererben Autorität, stärken das Linkprofil und haben direkten Einfluss auf dein Ranking. Jeder gute Linkbuilding-Prozess zielt auf diese Links ab.

NoFollow-Links hingegen sollen laut Google keinen Einfluss auf das Ranking haben. Sie tragen das Attribut `rel="nofollow"` und signalisieren: "Bitte nicht bewerten." Ursprünglich eingeführt, um Kommentarspam zu bekämpfen, sind sie heute weit verbreitet – z. B. bei Wikipedia, in Foren oder sozialen Netzwerken. Aber Achtung: Google hat bestätigt, dass NoFollow-Links dennoch "Hinweise" geben können. Komplett wertlos sind sie also nicht.

Sponsored-Links (`rel="sponsored"`) kennzeichnen bezahlte Links. Wer Linkbuilding über Advertorials oder bezahlte Beiträge betreibt, sollte dieses Attribut verwenden – sonst droht eine Abstrafung wegen Verstoß gegen die Google-Richtlinien. Diese Links übertragen offiziell keinen SEO-Wert, aber auch hier gibt es Grauzonen.

UGC-Links (`rel="ugc"`) stehen für "User Generated Content" und sollen Links in Kommentaren, Foren oder anderen nutzergenerierten Bereichen kennzeichnen. Auch sie sind offiziell "neutral", werden aber von Google als Signal für die Art der Quelle interpretiert. Kurz: Sie sind besser als nichts, aber keine Raketen.

In der Praxis bedeutet das: Ziel ist ein natürliches Linkprofil mit einem gesunden Mix aus allen Linktypen – wobei hochwertige DoFollow-Links aus vertrauenswürdigen Quellen das Rückgrat deiner SEO-Strategie bilden sollten.

# Wie Google Backlinks bewertet – und welche Faktoren zählen

Die Bewertung eines Backlinks durch Google ist keine simple Ja/Nein-Entscheidung. Es handelt sich um ein komplexes System aus Metriken, Signalen und Kontextanalysen. Wer verstehen will, wie Links wirken, muss tiefer graben. Viel tiefer.

Erstens: Domain Authority (DA) und Page Authority (PA). Diese Metriken von Moz geben einen ersten Hinweis auf die Power einer verlinkenden Seite. Je höher der Wert, desto stärker der potenzielle SEO-Impact. Aber Vorsicht: Diese Werte sind Schätzungen und keine offiziellen Google-Daten.

Zweitens: Trust Flow und Citation Flow von Majestic. Trust Flow misst die Vertrauenswürdigkeit einer Seite basierend auf ihrer Nähe zu bekannten, vertrauensvollen Websites. Citation Flow zeigt, wie oft eine Seite verlinkt wird – unabhängig von der Qualität der Links. Beide Werte zusammen ergeben ein besseres Bild als DA allein.

Drittens: Ankertext. Der sichtbare Text des Links ist für Google ein semantisches Signal. „Hier klicken“ bringt nichts. „Professionelle SEO-Beratung in Berlin“ schon eher – sofern thematisch passend. Aber: Überoptimierte Ankertexte können als Manipulation gewertet werden. Diversität ist Pflicht.

Viertens: Kontext und Positionierung. Ein Link im Footer ist weniger wert als ein redaktioneller Link im Haupttext. Ein Link auf einer thematisch verwandten Seite ist besser als ein Link von einer irrelevanten Domain. Und ein Link auf einer stark verlinkten Seite (Stichwort: PageRank-Vererbung) ist Gold wert.

Fünftens: Traffic. Auch wenn Google offiziell nicht bestätigt, dass Link-Traffic ein Rankingfaktor ist – in der Praxis wirken Links mit echtem Besuchervolumen deutlich stärker. Sie erzeugen Nutzerverhalten, das Google registriert: Klicks, Verweildauer, Interaktionen.

## Technische Tools für Backlink-Analyse und Monitoring

Ohne Tools keine Insights – und ohne Insights kein funktionierendes Linkbuilding. Wer seine Backlinks nicht regelmäßig analysiert, riskiert nicht nur Rankingverluste, sondern auch manuelle Maßnahmen. Die gute Nachricht: Es gibt Tools. Viele. Die schlechte: 80 % davon sind Spielzeug. Hier kommen die echten Werkzeuge.

Ahrefs ist die Allzweckwaffe im Linkbuilding. Mit einem der größten Linkindizes im Markt bietet Ahrefs detaillierte Analysen zu Backlink-

Herkunft, Linktypen, Ankertexten, Verlinkungshäufigkeit und Lost Links. Die Disavow-Vorbereitung ist ebenfalls integriert.

SEMrush bietet ähnliche Funktionen, aber mit stärkerem Fokus auf Wettbewerbsanalyse. Besonders nützlich ist das Link Building Tool, das automatisch potenzielle Linkquellen identifiziert und Outreach-Vorschläge generiert.

Majestic punktet mit Trust Flow und Citation Flow – zwei Metriken, die tiefer in die Linkqualität eindringen als klassische DA/PA-Werte. Ideal für die Bewertung von Linkprofilen und die Entscheidung, ob ein Linkaufbau auf einer bestimmten Domain sinnvoll ist.

Google Search Console zeigt dir eine vereinfachte Übersicht deiner Backlinks – allerdings ohne Bewertung oder Historie. Gut zum Einstieg, aber für echte Analysen unbrauchbar.

Weitere Tools wie Linkody, Monitor Backlinks oder Screaming Frog SEO Spider bieten spezialisierte Funktionen wie Benachrichtigungen bei Linkverlusten, Ankertext-Überwachung oder integrierte Disavow-Listen. Wer ernsthaft arbeitet, nutzt mehrere Tools parallel – und verlässt sich nicht auf ein Dashboard.

## Strategien für nachhaltiges Linkbuilding 2025

Linkbuilding ist keine Kunst, sondern ein Handwerk. Und wie jedes Handwerk braucht es Strategie, Präzision und Geduld. Die Zeiten von Linktausch und Artikelverzeichnissen sind vorbei – zumindest wenn du langfristig ranken willst. Hier sind die Strategien, die 2025 funktionieren. Und zwar wirklich.

- Redaktionelles Outreach: Hochwertige Inhalte produzieren und gezielt an relevante Publisher senden. Erfolgsquote: gering. Impact: riesig – wenn es klappt.
- Broken Link Building: Defekte Links auf anderen Seiten finden, passenden Content anbieten, Link ersetzen. Funktioniert besonders gut in Nischen.
- Link Reclamation: Erwähnungen deiner Marke ohne Link finden (z. B. via Brand Monitoring) und um Verlinkung bitten. Wenig Aufwand, hohe Erfolgsquote.
- Gastbeiträge: Ja, sie funktionieren noch – wenn sie echten Mehrwert bieten und nicht aus Textmüll bestehen.
- Infografiken & Datenstudien: Visuelle Inhalte und exklusive Daten sind Linkmagneten – vor allem in Fachmedien.
- Digital PR: Pressearbeit mit SEO-Brille. Ziel: Erwähnungen in großen Online-Medien. Aufwand: hoch. ROI: brutal gut.

# Fazit: Was Backlinks 2025 im Online-Marketing wirklich bedeuten

Backlinks sind nicht tot – sie sind der Herzschlag deines organischen Erfolgs. Wer das Gegenteil behauptet, hat entweder keine Ahnung oder will dir was verkaufen. Auch 2025 gilt: Ohne starke, saubere und relevante Links wirst du im Google-Dschungel nicht überleben. Onpage-Optimierung, Content-Marketing und technische Exzellenz sind Pflicht – aber Backlinks sind der Hebel, der alles bewegt.

Die gute Nachricht: Du kannst sie bekommen. Mit Strategie, Tools, Ausdauer und einer Prise Chuzpe. Die schlechte: Es gibt keine Abkürzungen mehr. Wer billig linkt, wird abgestraft. Wer clever linkt, gewinnt. Willkommen im echten SEO-Spiel. Willkommen bei 404.