Ankertext

geschrieben von Tobias Hager | 2. August 2025



Ankertext: Die unterschätzte Macht der Linktexte im SEO

Der Begriff Ankertext (englisch: Anchor Text) bezeichnet den sichtbaren, klickbaren Text eines Hyperlinks. Klingt banal? Ist es aber nicht. Während die meisten noch darüber diskutieren, wie viele Backlinks sie brauchen, entscheidet der Ankertext längst mit, ob ein Link wirklich Power bringt – oder deiner Website sogar schadet. Der Ankertext ist ein elementarer Rankingfaktor, ein Signal für Relevanz und Kontext. Wer dieses Detail ignoriert, spielt SEO mit angezogener Handbremse.

Autor: Tobias Hager

Ankertext: Definition, Arten

und technischer Hintergrund

Im HTML-Code ist der Ankertext der Teil zwischen den <a>...-Tags. Beispiel: Ankertext erklärt. Für Nutzer ist das der klickbare Text, für Suchmaschinen ein Hinweis, worum es auf der verlinkten Seite geht. Google & Co. nutzen Ankertexte, um Content zu verstehen und die Zielseite thematisch einzuordnen. Wer jetzt noch glaubt, jeder Link sei gleich viel wert, hat das SEO-Spiel nicht verstanden.

Es gibt verschiedene Typen von Ankertexten, deren Einsatz über Erfolg oder Abstrafung entscheiden kann:

- Exakter Match (Exact Match): Der Ankertext ist exakt das Haupt-Keyword der Zielseite – zum Beispiel SEO Tool.
- Phrase Match: Das Keyword ist Teil einer längeren Phrase, z.B. bestes SEO Tool für Einsteiger.
- Brand-Ankertext: Der Name der Marke oder Website, z.B. 404 Magazin.
- URL-Ankertext: Die Ziel-URL selbst, z.B. https://404.marketing/.
- Generische Ankertexte: Unspezifische Formulierungen wie hier klicken oder mehr erfahren.
- Bilder als Ankertext: Wenn ein Bild verlinkt wird, nutzt Google das alt-Attribut als Ankertext-Ersatz.

Technisch gesehen ist der Ankertext Teil der Hyperlink-Struktur des Webs. Er verleiht Links Kontext, Relevanz und – im Idealfall – Trust. Doch Vorsicht: Überoptimierung, also zu viele identische Keyword-Ankertexte, sind ein klassisches Signal für Manipulation. Und Google bestraft das gnadenlos.

Ankertext im SEO: Wirkung, Risiken und Best Practices

Der Ankertext ist ein zentrales Element der Offpage-Optimierung und beeinflusst maßgeblich, wie Suchmaschinen Links bewerten. Ein Link mit relevantem Keyword-Ankertext kann das Ranking für genau dieses Keyword verbessern. Aber: Die Zeiten, in denen massenhaft „SEO Tool“-Links Wunder wirkten, sind vorbei. Google Penguin und andere Spam-Algorithmen haben das Spiel verändert. Heute gilt: Diversität, Natürlichkeit und Kontext schlagen plumpe Keyword-Power.

- Relevanz: Der Ankertext sollte zum Inhalt der Zielseite passen – aber auch zur verlinkenden Seite. Ein fachfremder Ankertext wirkt verdächtig.
- Natürlichkeit: Ein natürliches Linkprofil besteht aus einer gesunden Mischung verschiedener Ankertext-Typen. Wer zu 80 % mit Exact Match verlinkt wird, landet schnell im Filter.
- Position im Content: Links im Fließtext mit passendem Ankertext zählen mehr als Navigation oder Footer-Links.
- Semantische Umgebung: Der Kontext rund um den Ankertext (Thema,

benachbarte Begriffe) wird von modernen Suchmaschinen analysiert und bewertet.

Ein paar Regeln, die du in Sachen Ankertext niemals brechen solltest:

1. Nie massenhaft identische Keyword-Ankertexte einsetzen (Risiko: Abstrafung durch Google Penguin).
2. Generische Ankertexte („hier“, „mehr“, „klick“) nicht überstrapazieren – sie bringen keine Relevanz.
3. Brand- und URL-Ankertexte gezielt einsetzen, um ein natürliches Linkprofil aufzubauen.
4. Bilder-Links immer mit sinnvollem alt-Text versehen – Google liest mit.

So sieht ein gesundes Ankertext-Profil etwa aus:

- 30–40 % Brand- oder URL-Ankertexte
- 30–40 % generische oder semantisch passende Phrasen
- 10–20 % exakte oder partielle Keyword-Ankertexte
- 10 % Bilder mit alt-Text

Der Schlüssel: Diversität und Kontext. Einseitigkeit ist der schnellste Weg ins SEO-Nirvana.

Ankertext-Optimierung: Strategie, Tools und technische Umsetzung

Wer Ankertexte strategisch steuert, holt aus jedem Link das Maximum heraus. Dazu braucht es eine Analyse des bestehenden Linkprofils, eine clevere Planung für neue Links und die technische Fähigkeit, gezielt Einfluss zu nehmen. Keine Raketenwissenschaft, aber auch kein Klicki-Bunti.

Die wichtigsten Schritte zur Ankertext-Optimierung:

1. Analyse des bestehenden Linkprofils mit Tools wie Ahrefs, SEMrush oder Majestic. Welche Ankertexte sind schon da? Gibt es Überoptimierung?
2. Definition der Ziel-Keywords je Landingpage. Welche Begriffe sollen gestärkt werden? Welche sind schon überrepräsentiert?
3. Planung der Linkstruktur: Interne Links gezielt mit passenden Ankertexten setzen, externe Links diversifizieren und kontrollieren, wenn möglich.
4. Technische Umsetzung: Im CMS (z.B. WordPress) können interne Links und deren Ankertexte schnell angepasst werden. Bei externen Links ist Fingerspitzengefühl gefragt – hier helfen Partnerschaften, Gastbeiträge oder Digital PR.
5. Laufende Kontrolle: Regelmäßige Checks verhindern schleichende Überoptimierung und stellen sicher, dass das Linkprofil natürlich bleibt.

Für Profis: Auch semantische Ankertexte (LSI-Keywords, Entitäten) und die Einbindung von Structured Data können die Relevanz eines Links für bestimmte Themenfelder erhöhen. Im internen Linkaufbau sind gezielt platzierte Ankertexte Gold wert, um „Link Juice“ auf wichtige Seiten zu lenken und die Crawl-Tiefe zu steuern.

Ein paar nützliche Tools zur Ankertext-Analyse:

- Ahrefs: Zeigt das komplette Backlink- und Ankertext-Profil jeder Domain.
- SEMrush: Bietet detaillierte Reports zu Ankertext-Diversität und Risiko.
- Majestic: Besonders stark bei der Bewertung von Link- und Ankertext-Trust.
- Screaming Frog: Ideal zur Auditierung interner Links und Ankertexte.

Ankertext und interne Verlinkung: Die unterschätzte SEO-Waffe

Der beste Linkaufbau nützt dir wenig, wenn du intern wie ein Anfänger arbeitest. Interne Links mit optimiertem Ankertext sind eine der elegantesten Methoden, Suchmaschinen gezielt zu zeigen, welche Seiten auf deiner Domain wofür ranken sollen. Anders als bei externen Links hast du hier die volle Kontrolle – also nutze sie.

Ein paar Best Practices für die interne Ankertext-Strategie:

- Setze Ankertexte mit Fokus auf das Haupt-Keyword der Zielseite, aber variiere die Formulierungen.
- Verlinke nur Seiten, die thematisch wirklich zusammenpassen. Alles andere wirkt künstlich.
- Vermeide es, immer nur auf die Startseite oder eine Handvoll Money-Pages zu linken – baue Tiefe auf.
- Nutze semantisch verwandte Begriffe und Longtail-Phrasen, um den Kontext zu stärken.
- Halte die Ankertexte prägnant, aussagekräftig und natürlich integriert in den Fließtext.

Technisch ist der interne Ankertext ein Signal, das Google direkt verarbeitet. Wer schlau verlinkt, steuert die Indexierung, verteilt Linkkraft (PageRank) und erhöht die Sichtbarkeit für relevante Suchanfragen. Kurz: Interner Ankertext ist das Schweizer Taschenmesser im SEO – und wird sträflich unterschätzt.

Fazit: Ankertext – klein, aber

mächtig (und oft vernachlässigt)

Der Ankertext entscheidet mit, ob Links überhaupt wirken – oder dich ins digitale Abseits befördern. Ein natürliches, diverses und kontextstarkes Ankertext-Profil ist Pflicht, nicht Kür. Wer noch glaubt, Ankertexte seien ein Detail für Nerds, hat SEO nicht verstanden. Sie sind das feinjustierbare Steuer für Rankings, Trust und Sichtbarkeit. Manipulation, Überoptimierung und Einfallslosigkeit werden bestraft – von Google und vom Wettbewerb.

Wer Ankertexte strategisch, technisch sauber und mit Blick für den Kontext einsetzt, gewinnt. Alle anderen dürfen weiter „hier klicken“ und auf Wunder hoffen. Willkommen im echten SEO – willkommen bei 404 Magazin.