

Follow-Link

geschrieben von Tobias Hager | 3. August 2025



Follow-Link: Bedeutung, Wirkung und Risiken für SEO

Ein Follow-Link ist ein Hyperlink, der von Suchmaschinen gecrawlt und als Ranking-Signal gewertet wird. Anders als NoFollow-Links vererben Follow-Links sogenannten Linkjuice – also Autorität und Relevanz – von einer Webseite zur anderen. Das klingt nach einer simplen Sache, ist aber einer der meistmissverstandenen und am heißesten umkämpften Faktoren im modernen SEO. Wer glaubt, dass Follow-Links ein Relikt aus den Nullerjahren sind, hat das Spiel nicht verstanden. Hier erfährst du, was ein Follow-Link wirklich ist, wie er funktioniert, weshalb er für Rankings so brutal relevant bleibt – und warum unsaubere Linkstrategien dir schneller das Genick brechen, als du „Penalty“ buchstabieren kannst.

Autor: Tobias Hager

Follow-Link: Definition, Funktion und technischer Hintergrund

Ein Follow-Link – auch als „dofollow“ bezeichnet, obwohl das Attribut technisch nicht existiert – ist der Standardfall eines Hyperlinks im HTML. Wird ein Link ohne das Attribut `rel="nofollow"` eingebunden, betrachtet Google diesen als Follow-Link. Das bedeutet: Der Googlebot (und andere Suchmaschinen-Crawler) folgen dem Link, erfassen die Zielseite und werten die Verlinkung als Empfehlung – ein fundamentales Prinzip des Google-Algorithmus seit Tag eins.

Der Transfer von „Linkjuice“ ist dabei der eigentliche Zaubertrick. Linkjuice bezeichnet die Vererbung von Domainautorität, Trust und Relevanz von einer Seite zur nächsten. Je stärker (autoritativer) und thematisch passender die verlinkende Seite ist, desto mehr Power gibt sie weiter. Diese Vererbung beeinflusst das Ranking der Zielseite direkt. Deshalb sind starke Follow-Links von hochwertigen Domains der Goldstandard im Offpage-SEO.

Technisch zeigt sich ein Follow-Link so schlicht wie möglich:

- `<a href="https://beispiel.de">Linktext</a>`

Kein `rel="nofollow"`, kein `rel="sponsored"`, kein `rel="ugc"` – pure, rohe Linkpower. Im Gegensatz dazu signalisieren NoFollow-Links und deren Varianten den Crawlern, dass sie dem Link nicht folgen oder ihn nicht als Rankingfaktor werten sollen.

Die Praxis ist jedoch nie so einfach wie die Theorie. Google interpretiert Links kontextabhängig und ist längst in der Lage, Manipulationen, Linknetzwerke und Spam zu erkennen. Wer also glaubt, mit gekauften Follow-Links ohne Risiko durchzukommen, spielt mit dem Feuer.

Follow-Links und SEO: Warum sie noch immer die Währung der Sichtbarkeit sind

Follow-Links sind das Rückgrat jeder nachhaltigen Offpage-SEO-Strategie. Google selbst hat nie einen Hehl daraus gemacht, dass Backlinks – also eingehende Hyperlinks – zu den drei wichtigsten Rankingfaktoren gehören. Aber: Nicht jeder Link ist gleich viel wert. Es zählt nicht die Masse, sondern die Klasse.

Wirklich relevante Follow-Links haben folgende Eigenschaften:

- Autorität der verlinkenden Seite: Links von Domains mit hoher Sichtbarkeit, Trust und starker Themenrelevanz zählen exponentiell mehr.
- Themenrelevanz: Ein Follow-Link von einer themenfremden Seite ist wenig wert, manchmal sogar toxisch. Themencluster, Kontext und Umgebungs-Content sind entscheidend.
- Position im Content: Ein redaktionell eingebetteter Link im Haupttext (Editorial Link) ist das Nonplusultra. Fußzeile, Blogroll oder Forensignatur? SEO-Grauzone, bestenfalls.
- Ankertext (Anchor Text): Der klickbare Text beeinflusst das Ranking für bestimmte Keywords. Zu viel Optimierung kann jedoch zu Penalties führen (Stichwort: Penguin-Update).

Der Wert eines Follow-Links ergibt sich also aus einer Vielzahl von Faktoren. Moderne SEO-Tools wie Ahrefs, SEMrush oder Sistrix messen Linkprofile, Domain Rating und Themenrelevanz zunehmend granular. Wer heute noch auf Quantität statt Qualität setzt, hat weder Google noch die Konkurrenz verstanden.

Übrigens: Interne Links sind technisch ebenfalls Follow-Links, sofern sie nicht mit `rel="nofollow"` versehen sind. Clevere interne Verlinkung ist ein unterschätzter Hebel für die Seitenautorität und die Verbesserung der Crawlbarkeit (siehe auch: PageRank-Sculpting).

Follow-Link vs. NoFollow-Link: Unterschiede, Mythen und Google-Realität

Im SEO-Game kursieren immer noch Mythen rund um Follow- und NoFollow-Links. Zeit für die schonungslose Wahrheit: Ein NoFollow-Link ist ein mit `rel="nofollow"` gekennzeichneter Hyperlink. Google wurde ursprünglich damit signalisiert: „Ignoriere diese Empfehlung, zähle sie nicht für das Ranking.“ Mit den Jahren hat Google die Bedeutung jedoch differenziert.

Seit 2019 klassifiziert Google `rel="nofollow"` nur noch als „Hinweis“ (Hint), nicht mehr als strikte Anweisung. Das heißt: In bestimmten Kontexten kann Google auch NoFollow-Links für die Indexierung und das Ranking nutzen – zum Beispiel, wenn sie aus vertrauenswürdigen Quellen stammen. Dennoch bleibt der Grundsatz: Follow-Links sind für den Linkjuice und damit das Ranking entscheidend, während NoFollow-Links primär für Traffic, Branding und „natürliches“ Linkprofil (Diversifikation) wichtig sind.

- Follow-Link: Vererbt Linkjuice, beeinflusst Ranking direkt.
- NoFollow-Link: Vererbt keinen Linkjuice (offiziell), kann aber für Traffic, Erwähnungen und natürliche Linkprofile wichtig sein.
- Weitere Attribute: `rel="ugc"` (User Generated Content) und `rel="sponsored"` (bezahlte Links) sind seit 2019 zusätzliche Varianten, die Suchmaschinen über die Herkunft und den Charakter des Links informieren.

Wer Panik vor NoFollow-Links hat, hat das Internet nicht verstanden. Sie gehören zu jedem natürlichen Linkprofil dazu. Aber: Ohne Follow-Links keine Rankings, keine Sichtbarkeit, keine Relevanz. Punkt.

Follow-Link-Building: Strategien, Risiken und Black-Hat-Fallen

Gutes Follow-Link-Building ist eine Kunst und kein Zufallsprodukt. Die Tage, an denen massenweise Webkataloge, Forenspam und gekaufte Links Wunder wirkten, sind vorbei. Heute gilt: Qualität schlägt Quantität, Authentizität schlägt Automation. Wer mit gekauften oder manipulierten Follow-Links arbeitet, landet früher oder später im Visier von Google – und riskiert schmerzhaftes Penalties (Rankingverluste oder sogar Deindexierung).

Erfolgreiche Strategien für den Aufbau von hochwertigen Follow-Links sind unter anderem:

- Gastbeiträge auf relevanten Fachportalen: Redaktionslinks im Content, die echten Mehrwert bieten.
- Digital PR: Erwähnungen und Links durch Pressearbeit, Datenstudien, Infografiken oder einzigartige Inhalte.
- Broken-Link-Building: Defekte Links recherchieren und mit eigenem Content ersetzen.
- Ressourcen- und Tool-Listings: Eigene Tools, Whitepaper oder exklusive Daten als Linkmagneten.
- Strategische Partnerschaften: Kooperationen mit Branchenkollegen, gemeinsame Content-Projekte und Events.

Finger weg von Linknetzwerken, Kommentarspam und gekauften Linkpaketen. Google erkennt unnatürliche Muster schneller als du „Disavow“ buchstabieren kannst. Wer erwischt wird, verliert nicht nur Sichtbarkeit, sondern auch Reputation und Vertrauen.

Ein nachhaltiges, diverses Linkprofil besteht aus einer gesunden Mischung aus Follow- und NoFollow-Links, mit Fokus auf Qualität, Relevanz und Authentizität. Tools wie Ahrefs, Majestic oder die Google Search Console helfen dabei, das eigene Linkprofil zu überwachen und toxische Links frühzeitig zu erkennen.

Fazit: Follow-Link – Das Machtinstrument im modernen

SEO

Der Follow-Link ist und bleibt das schärfste Schwert im Kampf um Sichtbarkeit, Autorität und Rankings. Wer Offpage-SEO ignoriert oder halbherzig betreibt, überlässt das Feld der Konkurrenz – und das im brutalsten Wettbewerb, den das Internet zu bieten hat. Aber: Der Weg zum perfekten Linkprofil ist kein Sprint, sondern ein Marathon. Wer auf Qualität, Relevanz und Authentizität setzt, baut nachhaltige Rankingpower auf. Wer auf billige Tricks setzt, riskiert den digitalen Totalabsturz.

Zusammengefasst: Follow-Links sind die Währung des SEO. Wer sie klug einsetzt, gewinnt Sichtbarkeit, Vertrauen und Traffic. Wer sie missbraucht, verliert alles. Willkommen im echten SEO – ohne Filter, ohne Mythen, ohne Bullshit.