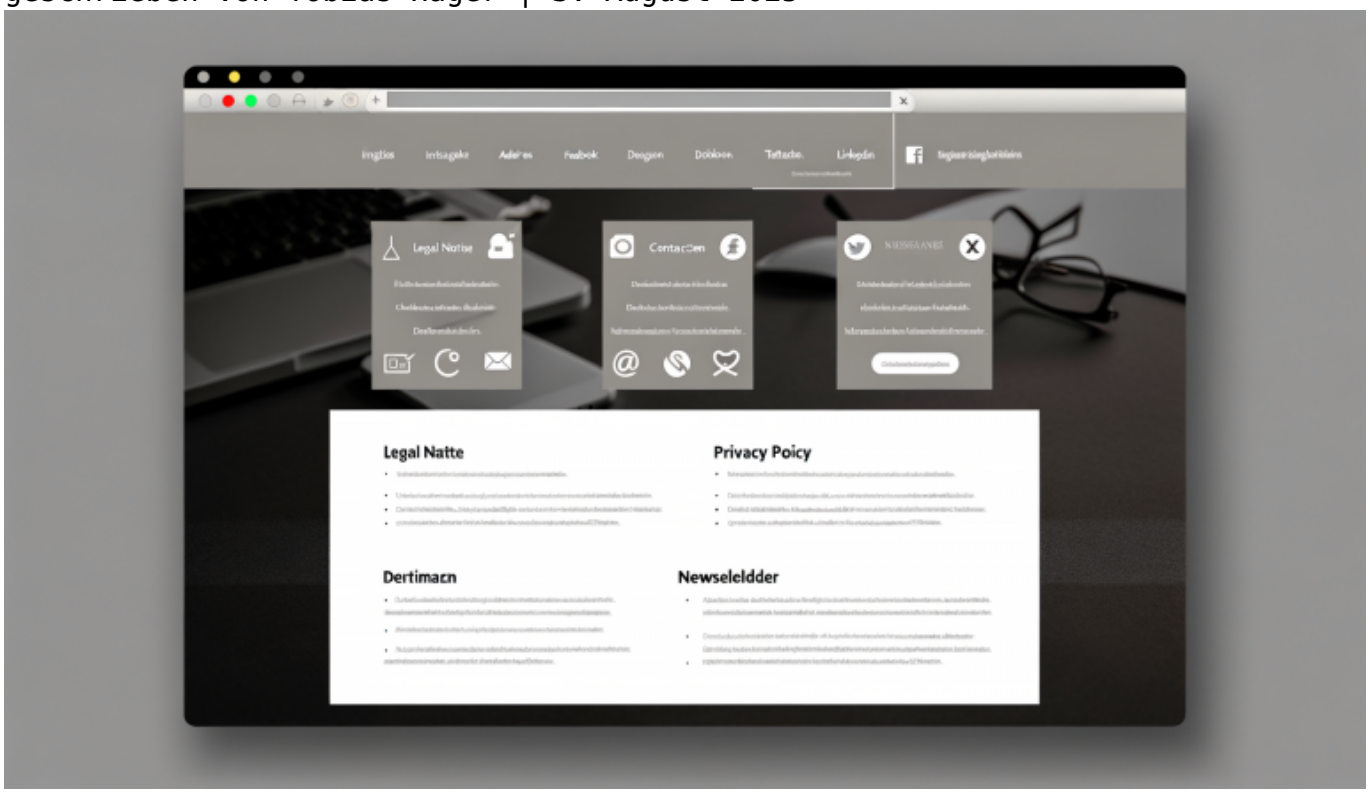
Footer

geschrieben von Tobias Hager | 3. August 2025



Footer: Mehr als nur das Ende deiner Website

Der Footer ist der unterste Bereich einer Website, der auf jeder Seite wiederkehrt – und trotzdem von vielen Webmastern stiefmütterlich behandelt wird. Dabei ist der Footer ein elementarer Bestandteil des Webdesigns, der Usability und der Suchmaschinenoptimierung (SEO). Wer glaubt, dass hier nur rechtliche Pflichtangaben oder ein langweiliges Copyright-Hinweis hingehören, hat das digitale Spiel nicht verstanden. In diesem Artikel erfährst du, warum der Footer das Power-Tool im Web ist, wie du ihn strategisch nutzt und was du technisch unbedingt beachten solltest.

Autor: Tobias Hager

Footer: Definition, Funktion und typische Inhalte

Der Begriff „Footer“ stammt aus dem Englischen und bedeutet wörtlich „Fußzeile“. Im Kontext von Websites bezeichnet der Footer den unteren

Abschnitt einer Seite, der meist global eingebunden wird und daher auf allen Unterseiten identisch oder zumindest ähnlich ist. Während der Header (Kopfbereich) für Navigation und Branding zuständig ist, bündelt der Footer Zusatzinformationen, sekundäre Navigationselemente und rechtliche Hinweise.

Ein strategisch gut aufgestellter Footer erfüllt mehrere Aufgaben gleichzeitig:

- Usability: Nutzer erwarten im Footer Kontaktinfos, Social Media Links, AGB, Datenschutz, Impressum und häufig gesuchte Seiten.
- Vertrauensbildung: Siegel, Zertifikate und Partnerlogos schaffen Glaubwürdigkeit und Transparenz.
- SEO-Signale: Smarte interne Verlinkungen im Footer können die Crawl-Tiefe verbessern und relevante Seiten stärken.
- Rechtliche Absicherung: Pflichtangaben wie Impressum und Datenschutz sind gesetzlich vorgeschrieben und gehören zwingend in den Footer.

Typische Inhalte eines Footers sind:

- Kontaktinformationen (Adresse, Telefonnummer, E-Mail, ggf. Öffnungszeiten)
- Links zu rechtlichen Seiten (Impressum, Datenschutzerklärung, AGB, Cookie-Richtlinie)
- Sitemap oder Linklisten zu wichtigen Seiten
- Social Media Icons
- Newsletter-Anmeldung
- Logos von Partnerunternehmen, Zertifikaten oder Auszeichnungen
- Copyright-Hinweis

Klar ist: Wer hier nur das gesetzliche Minimum abliefert, verschenkt Potenzial. Der Footer ist die letzte Chance, den Nutzer auf deiner Seite zu halten – oder ihn gezielt weiterzuleiten.

Footer und SEO: Chancen, Risiken und Mythen

Im SEO-Kontext ist der Footer häufig unterschätzt – oder wird gnadenlos missbraucht. Früher war es üblich, den Footer mit internen Links und Keyword-Links vollzustopfen. Das Ergebnis: Google hat die Bedeutung von Footer-Links abgewertet, aber ihnen die Relevanz nicht komplett entzogen. Heute gilt: Qualität statt Quantität.

Technisch gesehen werden Footer-Links von Suchmaschinen-Crawlern wie Googlebot erkannt und indexiert. Allerdings ist ihre Linkkraft („Linkjuice“) schwächer als die von gut platzierten Hauptnavigation-Links oder Content-Links. Trotzdem erfüllen Footer-Links mehrere wichtige Aufgaben:

- Strukturhilfe: Sie helfen beim Crawling, indem sie weniger auffindbare Seiten zugänglich machen.
- Ranking-Unterstützung: Gezielt gesetzte Links können die interne

Verlinkung stärken und die Seitenarchitektur optimieren.
- Vermeidung von Orphan Pages: Seiten, die nur über den Footer erreichbar sind, verlieren zwar an SEO-Power, werden aber wenigstens indexiert.

Doch Vorsicht: Keyword-Spamming, versteckte Links und übermäßige Linklisten im Footer sind ein gefundenes Fressen für den Google-Algorithmus – und können zu Abstrafungen führen. Relevanz und Kontext sind die Zauberwörter: Nur Seiten, die dem Nutzer wirklich weiterhelfen, sollten hier verlinkt sein. Alles andere ist digitaler Ballast.

Ein weiterer SEO-Faktor ist die semantische Auszeichnung. Der Footer sollte im HTML-Code mit dem <footer>-Tag ausgezeichnet werden. Das hilft Crawlern, die Seitenstruktur korrekt zu erfassen und den Footer-Inhalt von Hauptinhalten zu unterscheiden.

Technische und gestalterische Best Practices für den Footer

Ein hochwertiger Footer ist kein „Copy & Paste“-Friedhof, sondern das Ergebnis kluger Planung und technischer Finesse. Hier die wichtigsten Punkte, die du bei Konzeption und Umsetzung beachten solltest:

- HTML5-Semantik: Nutze das <footer>-Element für eine klare Struktur. Platziere darin keine Hauptnavigation, sondern Zusatzinfos und sekundäre Links.
- Responsive Design: Der Footer muss auf allen Endgeräten (Desktop, Tablet, Smartphone) perfekt funktionieren. Klappt das nicht, leidet die User Experience und damit SEO.
- Barrierefreiheit: Sorge dafür, dass alle Links und Informationen im Footer auch für Screenreader und Tastaturnutzer zugänglich sind. WCAG-Konformität ist Pflicht, kein Bonus.
- Performance: Überlade den Footer nicht mit zu vielen Grafiken oder externen Widgets. Jeder unnötige Request verlängert die Ladezeit.
- Strukturierte Daten: Für Adressen empfiehlt sich das schema.org/LocalBusiness-Markup. Damit werden Kontaktinformationen korrekt von Suchmaschinen erkannt und als Rich Snippet ausgespielt.
- Linkstruktur: Setze interne Links gezielt, thematisch sortiert und mit sprechenden Ankertexten. „Klick hier“ ist 2001 – themenrelevante Linktexte sind 2024.

Ein moderner Footer besteht meist aus mehreren Spalten („Columns“), die logisch gruppiert sind: Kontakt, Rechtliches, Navigation, Social Media. Visuell sollte er sich klar vom Hauptinhalt absetzen, aber nicht wie ein Fremdkörper wirken. Dezente Farben, klare Typografie und ausreichend Abstand schaffen Übersicht und Professionalität.

Footer-Fails: Die häufigsten Fehler und wie du sie vermeidest

Ein schlechter Footer ist wie ein schlechtes Schlusswort: Er zerstört den Gesamteindruck und verprellt Nutzer wie Suchmaschine. Hier die größten Sünden, die du vermeiden solltest:

- Überfüllung: Wer hier bunte Banner, zwanzig Partnerlogos und dreißig Links reinquetscht, verliert Übersicht, Ladezeit und Glaubwürdigkeit.
- Fehlende oder veraltete Angaben: Ungültige Kontaktinfos, tote Links oder ein Copyright von 2017 sind peinlich und schädigen das Vertrauen.
- Keine oder falsche rechtliche Angaben: Ohne Impressum und Datenschutzerklärung drohen Abmahnungen, Bußgelder und Imageschaden.
- Keyword-Spam und Linküberoptimierung: Wer glaubt, mit zwanzig „SEO-optimierten“ Links im Footer zu ranken, hat die Google-Richtlinien nicht gelesen.
- Unklare Nutzerführung: Der Footer ist kein Labyrinth. Klare Struktur, logische Gruppen und kurze Wege sind Pflicht.

Fazit: Der Footer ist ein unterschätztes, aber mächtiges Element jeder Website. Wer ihn ignoriert oder lieblos behandelt, verschenkt wertvolle Potenziale für User Experience, SEO und Rechtssicherheit. Wer ihn strategisch, technisch sauber und mit Gespür für Nutzerbedürfnisse gestaltet, setzt am Fuß der Seite ein echtes Ausrufezeichen.