

rel=next/prev obsolete – was SEO jetzt wirklich braucht

Category: SEO & SEM

geschrieben von Tobias Hager | 5. September 2025



rel=next/prev ist tot – was SEO jetzt wirklich braucht

Herzlichen Glückwunsch, du hast das Memo bekommen: rel=next/prev ist seit 2019 offiziell Geschichte – aber trotzdem klammern sich immer noch gefühlte 80 % der deutschen SEO-Szene an diesen Zombie-Tag wie an den letzten Rest Hoffnung im Google-Labyrinth. Was bedeutet das für dein SEO? Was ist jetzt wirklich wichtig, wenn du mit Paginierung, Crawlability und Indexierung nicht baden gehen willst? Hier kommt die schonungslose Abrechnung mit veralteten Mythen, technischem Stillstand und der Frage, worauf Google heute wirklich achtet. Spoiler: Wer noch an rel=next/prev hängt, hat die Kontrolle über seine Rankings längst verloren.

- rel=next/prev ist seit 2019 offiziell obsolet – Google ignoriert es komplett
- Warum die meisten deutschen SEO-Blogs das Thema immer noch falsch spielen
- Was Paginierung für Indexierung, Crawl-Budget und User Experience heute wirklich bedeutet
- Welche Alternativen zu rel=next/prev funktionieren – und welche garantiert nicht
- Wie du große Kategorien, Listings und Foren technisch sauber und SEO-freundlich strukturierst
- Warum Canonical, Noindex und interne Verlinkung plötzlich der neue King sind
- Die gefährlichsten Fehler bei Paginierung und wie du sie vermeidest
- Step-by-Step-Anleitung für moderne Paginierung und SEO-Architektur
- Tools und Methoden, mit denen du Kontrolle über Indexierung und Crawlability zurückgewinnst
- Fazit: Was 2025 für Paginierung und SEO zählt – und warum Copy-Paste-Lösungen endgültig tot sind

SEO-Deutschland liebt seine Mythen. Und kaum ein Tag hat so viele falsche Hoffnungen und technische Missverständnisse überlebt wie rel=next/prev. Noch immer predigen halbseidene Experten, dass dieser Link-Tag die Lösung aller Paginierungsprobleme sei – obwohl Google längst auf Durchzug geschaltet hat. Die Wahrheit: Wer heute noch auf rel=next/prev setzt, optimiert für eine Suchmaschine, die es nicht mehr gibt. Was jetzt zählt, ist technische Klarheit, intelligente Architektur und ein radikales Umdenken bei Paginierung, Indexierung und interner Verlinkung. Denn die Spielregeln haben sich geändert – und wer sie nicht kennt, verliert. Willkommen bei der schonungslosen Wahrheit rund um Paginierung und SEO 2025.

rel=next/prev: Offiziell obsolet – und trotzdem noch überall

rel=next/prev war viele Jahre der Standard für Paginierung im SEO. Mit diesen Link-Elementen im Head deiner Seite konntest du Suchmaschinen wie Google und Bing signalisieren, dass mehrere Seiten zusammengehören – zum Beispiel bei Produktlisten, Foren-Threads oder Magazin-Archiven. Die Hoffnung: Google erkennt die Paginierung, crawlt effizienter und zeigt Nutzern möglichst passende, konsolidierte Suchergebnisse.

Doch seit März 2019 ist rel=next/prev tot – und zwar endgültig. Google selbst hat verkündet, dass der Algorithmus diese Tags schon “seit Jahren” ignoriert. Für viele SEOs war das ein Schock – vor allem, weil sie bis dahin brav ihre Listings, Foren und Kategorieseiten mit rel=next/prev gepflegt hatten. Die Wahrheit ist bitter: Google hat nie wirklich transparent gemacht, wie (oder ob) diese Tags ausgewertet wurden. Und jetzt ist die Antwort klar: Gar nicht

mehr.

Das Problem: In der deutschen SEO-Szene hält sich der Mythos wie Schimmel in alten WordPress-Installationen. Noch immer bauen Entwickler `rel=next/prev` in Shops und Magazine ein, als hätten sie 2014 verschlafen. Dabei ist das nicht nur nutzlos, sondern auch gefährlich: Wer sich auf ein totes Signal verlässt, verpasst echte Optimierungsmöglichkeiten – und riskiert, dass Google Listings, Foren und Archive falsch indexiert oder gar ignoriert.

Was bedeutet das konkret? Wer heute noch an `rel=next/prev` festhält, verschwendet Zeit, Ressourcen und riskiert fatale Fehler bei Indexierung und Crawl-Budget. Es ist Zeit, das Kapitel endgültig zu schließen – und auf die Faktoren zu setzen, die Google heute wirklich auswertet.

Paginierung ohne `rel=next/prev`: Was Google jetzt wirklich will

Die Frage, die sich nach dem `rel=next/prev`-Aus stellt: Wie gehst du heute mit Paginierung, großen Kategorienseiten und Foren-Threads um, ohne ins SEO-Messer zu laufen? Die Antwort ist weniger magisch, als viele hoffen – und sie ist brutal technisch: Google will Klarheit, Struktur und klare Signale, welche Seiten indexiert werden sollen und wie sie zusammenhängen.

Das wichtigste Konzept ist heute interne Verlinkung. Google orientiert sich massiv daran, wie Seiten untereinander verlinkt sind, welche Seiten von der Startseite aus erreichbar sind und wie “wichtig” einzelne Paginationsseiten im Gesamtkontext erscheinen. Das bedeutet: Wenn deine Paginierung im Footer mit winzigen “Seite 2, 3, 4”-Links vergraben ist, kann Google sie zwar finden – aber sie bekommen wenig Gewicht. Wer will, dass auch Seite 2 bis 10 eines Katalogs im Index landen, muss intern klug und prominent verlinken.

Ein zweiter, kritischer Punkt ist die Verwendung von Canonical-Tags. Hier gibt es zwei gängige Ansätze, die je nach Use Case Vor- und Nachteile haben:

- Jede Paginationsseite erhält ein selbstreferenzielles Canonical – also Seite 2 verlinkt auf Seite 2, Seite 3 auf Seite 3 usw. Vorteil: Jede Seite kann separat indexiert werden, was z.B. für Shops mit vielen Produkten sinnvoll ist.
- Alle Paginationsseiten verweisen per Canonical auf die erste Seite der Serie. Vorteil: Nur die erste Seite landet im Index, der Rest wird “konsolidiert”. Nachteil: Potenzieller Verlust von Longtail-Traffic, da Google die Inhalte der Folgeseiten ignoriert.

Google empfiehlt inzwischen meist die erste Variante – selbstreferenzielles Canonical. Damit kann der Algorithmus jede Seite separat indexieren und Nutzern auch tieferliegende Listings als Suchergebnis präsentieren. Aber: Duplicate Content und Thin Content sind echte Risiken, wenn Folgeseiten zu

wenig eigenständigen Content bieten oder nur “Mehr vom Gleichen” enthalten.

Ein dritter Faktor ist die Steuerung per Noindex und robots.txt. Wer verhindern will, dass Google 100 nahezu identische Paginationsseiten in den Index aufnimmt, kann gezielt noindex auf Folgeseiten setzen oder sie per robots.txt blockieren – allerdings mit Vorsicht. Denn blockierte Seiten können auch wichtige interne Links und Produkte “unsichtbar” machen. Hier ist technisches Feingefühl gefragt.

Die größten Fehler bei Paginierung nach rel=next/prev – und wie du sie vermeidest

Nach dem Ende von rel=next/prev sind viele SEOs kopflos in die nächste Falle gerannt: Sie haben einfach gar nichts gemacht – oder noch schlimmer, die alten rel=next/prev-Tags weiter gepflegt und sich gewundert, warum Google ihre Listings ignoriert. Die häufigsten Fehler, die heute passieren, sind:

- Fehlender oder falscher Canonical-Tag: Viele Entwickler setzen auf ein Canonical zur ersten Seite (Konsolidierung), obwohl sie jede Seite separat im Index haben wollen. Ergebnis: Nur Seite 1 rankt, der Rest wird ignoriert.
- Keine oder miserable interne Verlinkung: Paginationsseiten sind oft nur über winzige “Weiter”-Links erreichbar, ohne sinnvolle Ankertexte oder logische Struktur. Google wertet das als unwichtig – und indexiert maximal die erste Seite.
- Noindex- und robots.txt-Chaos: Wer Folgeseiten per noindex ausschließt, aber gleichzeitig interne Links darauf setzt, verschenkt Linkjuice und riskiert, dass wichtige Produkte oder Artikel nicht gecrawlt werden.
- Duplicate Content durch Filter oder Sortierung: Viele Shops und Foren generieren für jede Filter- oder Sortier-Kombination eigene URLs – oft ohne Canonical oder mit widersprüchlichen Signalen. Das ist der Tod für jeden Crawl-Budget-Plan.
- Paginierung als Thin Content: Wenn jede Paginationsseite nur “Mehr von Seite 1” liefert, ohne zusätzlichen, eigenständigen Content, wertet Google sie als irrelevant oder Spam. Dann hilft auch der beste Canonical-Tag nichts mehr.

Die Lösung? Technische Klarheit, saubere Signale und konsequente interne Verlinkung. Wer sich nicht sicher ist, wie die eigene Paginierung von Google interpretiert wird, sollte regelmäßig mit der Google Search Console, Screaming Frog und Logfile-Analysen prüfen, welche Seiten tatsächlich gecrawlt und indexiert werden.

Was jetzt wirklich zählt: Moderne Paginierung für SEO 2025

Die Spielregeln für Paginierung und SEO haben sich geändert. Was heute zählt, ist technische Präzision, klare Architektur und der Mut, alte Zöpfe abzuschneiden. Die wichtigsten Faktoren für eine SEO-sichere Paginierung 2025 sind:

- **Selbstreferenzielle Canonicals:** Jede Paginationsseite bekommt ein eigenes Canonical, verweist also auf sich selbst. Damit ist jede Seite indexierbar – vorausgesetzt, sie bietet eigenständigen, wertvollen Content.
- **Intelligente interne Verlinkung:** Nicht nur “Weiter” und “Zurück”, sondern auch Sprunglinks (“Seite 1-2-3-4”), thematische Ankertexte und ggf. Verlinkung auf die wichtigsten Produkte oder Artikel pro Seite.
- **Mobile-Optimierung:** Paginierung muss auf Mobilgeräten sauber funktionieren – keine endlosen “Load More”-Buttons ohne Indexierbarkeit, keine versteckten Seiten, keine JavaScript-Fallen.
- **Vermeidung von Duplicate und Thin Content:** Jede Seite sollte so gestaltet sein, dass sie eigenständigen Content liefert – z.B. durch individuelle Einleitungstexte, Filter oder Sortierungen mit Canonical auf die Hauptseite.
- **Kontrolle per Google Search Console und Logfile-Analyse:** Regelmäßig prüfen, welche Paginationsseiten wirklich im Index sind, wie sie gecrawlt werden und wo Crawl-Budget verschwendet wird.

Wer es richtig machen will, setzt auf eine Kombination dieser Faktoren – und verzichtet bewusst auf veraltete Methoden wie `rel=next/prev`. Das Ergebnis: Google kann alle relevanten Seiten effizient crawlen, indexieren und bewerten. Nutzer finden auch tieferliegende Inhalte. Und das Crawl-Budget wird nicht sinnlos vergeudet.

Step-by-Step: So baust du eine SEO-sichere Paginierung heute

Die perfekte Paginierung ist keine Kunst, sondern Handwerk – mit klaren, technischen Regeln. Hier kommt die Schritt-für-Schritt-Anleitung, mit der du Paginationsseiten 2025 sauber und Google-konform gestaltest:

1. **Paginierte Seiten logisch strukturieren:** Jede Seite erhält eine sprechende URL (z.B. `/kategorie/seite/2` statt `/kategorie?page=2`).
2. **Selbstreferenzielle Canonicals setzen:** Jede Paginationsseite verweist per Canonical auf sich selbst, nicht auf Seite 1.
3. **Interne Verlinkung ausbauen:** Sprunglinks (“Seite 2, 3, 4, 5”) prominent

- platzieren, thematische Ankertexte verwenden, ggf. von Produkt- oder Artikeldetailseiten zurück auf die Hauptkategorie verlinken.
4. Indexierung gezielt steuern: Nur Seiten mit echtem, wertvollem Content indexieren lassen. Bei Thin Content oder Endlosschleifen gezielt mit `noindex` oder `robots.txt` arbeiten – aber niemals pauschal alles ausschließen.
 5. Mobile und JavaScript testen: Paginierung auf allen Endgeräten checken. Keine Inhalte verstecken, keine ausschließliche JS-Lösung ohne SSR oder Prerendering.
 6. Crawl- und Indexierungsstatus überwachen: Mit Google Search Console, Screaming Frog und Logfile-Analyse regelmäßig kontrollieren, welche Seiten gecrawlt und indexiert werden.
 7. Duplicate Content vermeiden: Bei Filter- und Sortier-URLs immer Canonical-Tags zur Hauptseite setzen, keine “SEO-Landingpages” für jede Kombination generieren, die nach Spam aussieht.
 8. Technische Hygiene pflegen: Keine veralteten `rel=next/prev`-Tags mehr einbauen, saubere HTML-Struktur und klare Navigationspfade sicherstellen.

Tools und Methoden: Kontrolle über Indexierung und Crawlability zurückerobern

Wer seine Paginierung 2025 im Griff haben will, braucht mehr als Bauchgefühl. Es geht um harte Daten, technische Präzision und ständiges Monitoring. Die wichtigsten Tools und Methoden für die Kontrolle:

- Google Search Console: Zeigt, welche Paginationsseiten im Index sind, welche Fehler auftreten und wie Google durch deine Kategorie-Architektur navigiert.
- Screaming Frog/Sitebulb: Ermöglichen vollständige Crawls deiner Seite, zeigen Canonical-Fehler, interne Linkstruktur und Indexierungsprobleme auf.
- Logfile-Analyse: Zeigt, welche Seiten Googlebot wie häufig besucht – und wo Crawl-Budget verschwendet wird. Unverzichtbar für große Shops, Magazine und Foren.
- Mobile-Friendly-Test: Stellt sicher, dass Paginierung auf Mobilgeräten funktioniert und alle Inhalte erreichbar sind.
- Eigenes Monitoring: Automatische Alerts für Indexierungsfehler, Duplicate Content oder Crawl-Anomalien einrichten – keine bösen Überraschungen mehr im Reporting.

Wer diese Methoden konsequent einsetzt, behält die Kontrolle – über Indexierung, Crawlability und SEO-Performance. Wer weiter auf veraltete Mythen setzt und sich von Copy-Paste-Lösungen leiten lässt, verliert. Ganz einfach.

Fazit: rel=next/prev ist tot – was SEO jetzt wirklich braucht

Die Zeiten, in denen rel=next/prev das große Paginierungsproblem gelöst hat, sind endgültig vorbei. Wer heute noch an diesem toten Pferd zieht, betrügt sich selbst – und riskiert Sichtbarkeit, Crawl-Budget und Rankings. Was jetzt zählt, ist technische Klarheit, saubere Architektur und die Bereitschaft, alte Mythen über Bord zu werfen.

SEO 2025 heißt: Jede paginierte Seite muss für sich bestehen können, sauber intern verlinkt und technisch korrekt ausgezeichnet sein. Wer das nicht liefert, geht in den Suchmaschinen unter – egal wie fancy der Content ist. rel=next/prev ist Geschichte. Mach deine Paginierung fit für die Gegenwart – oder akzeptiere, dass du im digitalen Mittelmaß versinkst.