Nofollow vs Dofollow: Klare SEO-Fakten im Vergleich

Category: SEO & SEM
geschrieben von Tobias Hager | 11. September 2025



Nofollow vs Dofollow: Klare SEO-Fakten im Vergleich

Du glaubst, dass Links einfach Links sind? Willkommen bei 404, wo wir Mythen zerlegen und den digitalen Marketing-Unsinn dorthin schicken, wo er hingehört: auf Seite 15 der irrelevanten SEO-Blogs. Heute bist du im Ring: Nofollow vs Dofollow. Wer wirklich SEO versteht, weiß, dass die Wahl der Link-Attribute über Sichtbarkeit und Ranking entscheidet. Hier gibt’s keine weichgespülten Empfehlungen – nur knallharte SEO-Fakten. Bereit für die Wahrheit?

- Nofollow und Dofollow: Was die Begriffe technisch und praktisch bedeuten

- Warum Dofollow-Links nach wie vor König im SEO sind – und wie Nofollow die Kontrolle sichert
- Wie Suchmaschinen Nofollow und Dofollow verarbeiten – inklusive Algorithmus-Details
- Typische Fehler bei der Verwendung von Nofollow- und Dofollow-Links und deren fatale Folgen
- Der Impact von Nofollow vs Dofollow auf Linkjuice, PageRank und Sichtbarkeit
- Wann Nofollow sinnvoll ist – und wann du ihn besser verbannst
- Best Practices für eine saubere Linkstruktur und nachhaltige SEO-Power
- Schnelle Schritt-für-Schritt-Anleitung: Links richtig setzen, kontrollieren und auswerten
- Die größten SEO-Mythen rund um Nofollow und Dofollow – entlarvt

Wer immer noch glaubt, dass ein Link ein Link ist, hat SEO nicht verstanden. Besonders nicht 2024, wo Google und Co. längst zwischen Nofollow und Dofollow unterscheiden wie zwischen billiger Fast-Fashion und echter Haute Couture. Die Entscheidung, ob ein Link als Nofollow oder Dofollow markiert wird, beeinflusst nicht nur Sichtbarkeit, sondern auch die Autorität deiner Website. Der Unterschied ist nicht nur technisch, sondern strategisch. Und wer hier schlampt, verschenkt Ranking, Vertrauen und am Ende bares Geld. In diesem Artikel zerlegen wir die Mythen, erklären die technischen Hintergründe und zeigen, wie du mit Nofollow und Dofollow richtig umgehst – ohne auf Marketing-Mantras hereinzufallen, die schon 2018 veraltet waren.

Nofollow vs Dofollow: Die technischen SEO-Grundlagen

Nofollow und Dofollow sind zwei kleine Attribute, die im Quellcode einer Website über Wohl und Wehe deiner SEO entscheiden. Das Attribut rel="nofollow" wurde 2005 von Google eingeführt, um Spam in Blogkommentaren einzudämmen. Was als Notlösung begann, ist heute ein zentraler Hebel im Linkmanagement. Dofollow-Links hingegen sind eigentlich der Default-Zustand – sie geben Linkjuice, also SEO-Power, weiter. Nofollow-Links unterbrechen diesen Fluss und signalisieren Suchmaschinen: “Vertrau diesem Link nicht, folge ihm nicht, verteile keinen PageRank.”

Und jetzt kommt der Punkt, an dem sich die Spreu vom Weizen trennt: Viele glauben, dass Nofollow-Links keinerlei SEO-Wert haben. Falsch. Sie sind nicht wertlos, sie funktionieren nur anders. Während Dofollow-Links aktiv zum Ranking beitragen, sind Nofollow-Links strategische Kontrollinstrumente. Sie begrenzen Linkjuice, schützen vor Abstrafungen wegen Spam und helfen, die eigene Autorität gezielt einzusetzen. Im SEO-Kontext ist es entscheidend, zu wissen, wann welcher Linktyp eingesetzt werden sollte – und warum ein falsch gesetzter Nofollow oder Dofollow deine Rankings killen kann.

Die technische Umsetzung ist simpel: Bei einem Dofollow-Link steht im HTML einfach ein normales Linktext. Ein Nofollow-Link sieht so aus: Linktext. Doch die Auswirkungen sind

alles andere als banal. Sie entscheiden darüber, ob Autorität weitergegeben wird oder nicht. Wer das nicht versteht, kann gleich wieder zu den Katzenfotos zurückkehren.

Die wichtigsten SEO-Faktoren rund um Nofollow vs Dofollow im Überblick:

- Dofollow-Links sind der Standard und leiten PageRank weiter
- Nofollow verhindert die Übertragung von Linkjuice – zumindest offiziell
- Google, Bing und andere interpretieren Nofollow unterschiedlich
- Beide Linktypen beeinflussen das Crawling-Verhalten von Suchmaschinen
- Die Wahl zwischen Nofollow und Dofollow ist ein strategischer SEO-Entscheidungspunkt

Wie Suchmaschinen Nofollow und Dofollow wirklich verarbeiten

Jetzt wird’s technisch: Suchmaschinen wie Google nutzen einen Crawler (z.B. den Googlebot), um Websites zu erfassen, Links zu analysieren und daraus ein gigantisches Verlinkungsnetzwerk (Graph) zu erstellen. Dofollow-Links werden dabei als “Empfehlung” gewertet. Sie spielen eine zentrale Rolle bei der Verteilung des PageRank, jenem legendären Algorithmus, der Websites ihre Autorität zuweist. Wer viele hochwertige Dofollow-Links hat, bekommt mehr Trust – und steigt im Ranking.

Doch was passiert mit Nofollow-Links? Lange Zeit war die Aussage von Google: Wir folgen diesen Links nicht, sie geben keinen PageRank weiter. Doch spätestens seit dem Google-Update 2019 ist klar: Nofollow ist nur noch eine “Hint” (also ein Hinweis), kein Dogma. Das bedeutet: Google kann Nofollow-Links crawlen, sie für die Indexierung und das Ranking nutzen – muss es aber nicht. Im SEO-Alltag ist das ein Paradigmenwechsel. Bing und andere Suchmaschinen gehen ähnlich vor, sind aber oft weniger transparent.

Die Auswirkungen lassen sich so zusammenfassen:

- Dofollow-Links werden fast immer gecrawlt, indexiert und zur Bewertung der Zielseite genutzt
- Nofollow-Links werden meist nicht für den PageRank genutzt, können aber als Indexierungs- und Relevanzsignal dienen
- Im Kontext von Werbung, User-Generated Content und gesponserten Beiträgen ist Nofollow Pflicht, um Abstrafungen zu vermeiden
- Google unterscheidet seit 2019 weitere Link-Attribute: rel="ugc" (User Generated Content) und rel="sponsored", die den Umgang noch feiner steuern

Für die Praxis heißt das: Wer mit Nofollow und Dofollow arbeitet, muss verstehen, wie Suchmaschinen die Attribute auswerten. Wer glaubt, mit Nofollow ist man vor jedem Risiko sicher, lebt im Jahr 2010. Heute ist Nofollow eher eine Einladung für Google, genauer hinzuschauen – und die eigene Linkstruktur zu bewerten.

Hier ein kurzer Überblick über die wichtigsten technischen Prozesse:

- Crawling: Nofollow-Links können trotzdem gecrawlt werden
- Indexierung: Zielseiten von Nofollow-Links können im Index landen, wenn andere Signale vorhanden sind
- Ranking: Nur Dofollow-Links übertragen “echte” Ranking-Kraft, Nofollow kann als Signal dienen – aber nicht als Ranking-Garant
- Linkgraph: Nofollow beeinflusst die Struktur des Website-Linknetzwerks und kann damit indirekt das Crawling und die Indexierung steuern

Der Impact von Nofollow vs Dofollow auf Linkjuice, Sichtbarkeit und PageRank

Kommen wir zur knallharten Wahrheit: Ohne Dofollow-Links gehst du im SEO unter. Punkt. Sie sind der Transmissionsriemen für Linkjuice – also die “Rangkraft”, die von einer Seite auf die andere übertragen wird. Das PageRank-Modell lebt, auch wenn Google es nicht mehr offiziell kommuniziert. Dofollow-Links pushen deine Autorität, sorgen für bessere Rankings und bringen Sichtbarkeit. Wer sie ignoriert, spielt SEO auf Sparflamme.

Der größte Fehler? Zu viele Nofollow-Links – oder das komplette Blockieren von ausgehenden Links aus Angst vor “Linkverlust”. Das ist der schnellste Weg in die Bedeutungslosigkeit. Google liebt natürliche Linkprofile. Eine Seite ohne ausgehende Dofollow-Links wirkt unnatürlich und verliert an Vertrauen. Gleichzeitig ist ein Übermaß an Nofollow ein Warnsignal für Manipulation oder fehlendes Vertrauen. Wer also jede externe Quelle mit Nofollow versieht, straft sich selbst ab.

Die wichtigsten Auswirkungen auf deine SEO-Performance:

- Dofollow-Links erhöhen die Sichtbarkeit und Autorität deiner Seite signifikant
- Nofollow-Links können Traffic bringen, aber keine Ranking-Power
- Seiten mit starkem Dofollow-Backlinkprofil ranken stabiler und besser
- Ein ausgewogenes Verhältnis zwischen Dofollow und Nofollow sorgt für ein organisch wirkendes Linkprofil
- Wer nur auf Nofollow setzt, verschenkt das größte SEO-Potenzial – und riskiert, als Spam-Quelle zu gelten

Das Thema Linkjuice ist dabei hochkomplex. Google verteilt die Rangkraft nicht nur gleichmäßig, sondern gewichtet nach Relevanz, Trust und Kontext. Dofollow-Links aus hochwertigen, themenrelevanten Quellen sind Gold wert. Nofollow-Links aus Foren, Social Media und Kommentaren sind ergänzend sinnvoll, aber niemals Ersatz für echte Empfehlungen.

Wann Nofollow sinnvoll ist – und wann du es besser lässt

Nofollow ist kein Allheilmittel – es ist ein Werkzeug. Wer es einsetzt, sollte wissen, wozu. Die wichtigsten Einsatzszenarien sind:

- User Generated Content (Kommentare, Forenbeiträge): Hier schützt Nofollow vor Spam und Manipulation
- Bezahlte Links und Werbung: Google verlangt die Kennzeichnung von Werbelinks mit Nofollow oder Sponsored, um Abstrafungen zu vermeiden
- Unbekannte oder fragwürdige Quellen: Wenn du auf Seiten verlinkst, denen du nicht vertraust, ist Nofollow angebracht
- Interne Steuerung: In seltenen Fällen kann Nofollow intern genutzt werden, um das Crawling zu steuern – aber Vorsicht, das ist meist kontraproduktiv

Wo Nofollow nichts zu suchen hat:

- Bei seriösen, relevanten Quellen, die deine Aussagen belegen
- Bei Partnern, die dir echte Empfehlungen geben
- Wenn du willst, dass deine Seite als Autoritätsquelle wahrgenommen wird

Fakt ist: Wer zu viel mit Nofollow arbeitet, signalisiert Google Misstrauen – und bekommt es zurück. Wer zu wenig, riskiert Spam-Probleme. Es geht um Balance, Kontext und Transparenz.

Schritt-für-Schritt: Links richtig setzen, prüfen und auswerten

Wer glaubt, dass das Setzen von Links ein “No-Brainer” ist, hat die Kontrolle über sein SEO-Leben verloren. Hier die Anleitung für alle, die endlich verstehen wollen, wie man Links sauber, effektiv und nachhaltig einsetzt – und auswertet:

- Schritt 1: Ziel definieren
  Willst du Autorität aufbauen, Traffic generieren oder einfach nur auf eine externe Ressource verweisen?
- Schritt 2: Linktyp wählen
  Dofollow für starke Empfehlungen, Nofollow für Werbung, User Generated Content oder unsichere Quellen.
- Schritt 3: Technisch korrekt umsetzen
  Im HTML sauber mit oder ohne rel="nofollow" arbeiten. Keine doppelten oder widersprüchlichen Attribute!
- Schritt 4: Linkprofil überwachen

Mit Tools wie Ahrefs, SEMrush oder der Google Search Console regelmäßig das Verhältnis von Nofollow- und Dofollow-Links prüfen.
- Schritt 5: Anpassungen vornehmen
  Bei unnatürlich wirkendem Linkprofil gezielt optimieren. Notfalls toxische Links disavowen oder entfernen.

Best Practices für nachhaltige SEO-Power:

- Setze Dofollow-Links nur zu vertrauenswürdigen, themenrelevanten Quellen
- Nofollow-Links gezielt bei User Generated Content, Werbung und Unsicherheiten
- Keine panische Nofollow-Manie – Google erkennt unnatürliche Muster sofort
- Verwende weitere Attribute wie rel="ugc" und rel="sponsored" bei Bedarf
- Behalte dein Linkprofil im Monitoring – und reagiere auf Auffälligkeiten

Die größten SEO-Mythen um Nofollow und Dofollow – entlarvt

SEO lebt von Mythen – und Nofollow vs Dofollow ist der Stoff, aus dem Agentur-Legenden gemacht werden. Deshalb hier die wichtigsten Märchen, die du ab heute ignorierst:

- “Nofollow-Links sind wertlos”
  Falsch. Sie bringen Traffic, können zur Indexierung beitragen und gehören zu einem natürlichen Linkprofil.
- “Dofollow-Links von Spam-Seiten sind besser als Nofollow von Autoritäten”
  Falsch. Spam killt deine Rankings, egal ob Nofollow oder Dofollow.
- “Mit Nofollow bist du 100% vor Abstrafungen sicher”
  Falsch. Google bewertet auch Nofollow-Links und erkennt Manipulation.
- “Jeder Link sollte Dofollow sein”
  Falsch. Einseitige Linkprofile wirken unnatürlich und werden abgestraft.
- “Nofollow blockiert komplett das Crawling der Zielseite”
  Falsch. Google kann der URL trotzdem folgen, wenn sie relevant erscheint.

Wer 2024 noch nach alten SEO-Regeln spielt, verliert. Wer Linkmanagement strategisch angeht, gewinnt. Nofollow vs Dofollow ist kein Entweder-oder, sondern ein Werkzeugkasten. Wer ihn versteht, baut sich ein stabiles SEO-Fundament. Wer nicht, bleibt unsichtbar.

Fazit: Nofollow vs Dofollow – Zeit für echtes Linkmanagement

Nofollow und Dofollow sind viel mehr als nur HTML-Attribute – sie sind die Stellschrauben, an denen deine Sichtbarkeit, Autorität und dein Ranking hängen. Dofollow bleibt die Währung im SEO, Nofollow ist dein Kontrollinstrument. Wer beide versteht und gezielt einsetzt, baut sich ein organisches, starkes Linkprofil auf, das Updates und Algorithmus-Änderungen überlebt. Wer blindlings Links setzt, verschenkt Potenzial und riskiert Abstrafungen.

Die SEO-Welt ist voll von Halbwahrheiten, Mythen und gefährlichem Halbwissen – gerade beim Thema Linkmanagement. Bei 404 gibt’s nur die harten Fakten: Dofollow bringt Power, Nofollow schützt. Wer beides strategisch kombiniert, bleibt nicht nur sichtbar, sondern gewinnt das Rennen um die vorderen Plätze. Zeit, das SEO-Spiel endlich zu verstehen – und zu gewinnen.