KONTOR4
Agentur für neue Medien

E-BOOK · CHECKLISTE

Mehrwert durch Verlinkung

Wie interne und externe Links Ihren Content bereichern

Warum Links für Besucher:innen, Suchmaschinen und KI-Assistenten wichtig sind, wie Sie intern und extern richtig verlinken und worauf Sie dabei achten sollten. Mit Checkliste.

2 Arten
interne und externe Links

Linktext
sagt, wohin es geht

Checkliste
für jeden neuen Beitrag

INHALT

Was Sie hier erwartet

Interne und externe Links verbinden Inhalte, verbessern die Nutzererfahrung und stärken Ihre Website in den Suchergebnissen. Dieses E-Book zeigt, wie Sie Links gezielt einsetzen.

1 **Die Bedeutung von Verlinkungen** GRUNDLAGEN

2 **Interne Verlinkung für eine bessere Navigation** INTERN

3 **Externe Verlinkung für Glaubwürdigkeit** EXTERN

4 **Die richtige Balance finden** FAZIT

GRUNDLAGEN

Die Bedeutung von Verlinkungen

Links verbinden Inhalte miteinander und stellen Beziehungen zwischen Seiten her. Besucher:innen finden so schnell weiterführende Informationen, und Suchmaschinen verstehen besser, worum es auf Ihrer Website geht und welche Seiten zusammengehören.



Gut zu wissen: Links helfen auch der KI-Suche

ChatGPT, Gemini und die KI-Übersicht von Google lesen Websites ähnlich wie Suchmaschinen. Eine klare interne Verlinkung zeigt ihnen, welche Seite zu welchem Thema die wichtigste ist, und Links auf seriöse Quellen machen Ihre Aussagen nachprüfbar.

INTERN

Interne Verlinkung für eine bessere Navigation

Interne Links führen von einer Seite Ihrer Website zu einer anderen Seite derselben Website. Eine durchdachte interne Verlinkung hilft Besucher:innen, sich zurechtzufinden und passende Inhalte zu entdecken. Das verlängert die Verweildauer und erhöht die Chance auf eine Anfrage.

Bessere Nutzererfahrung

Leser:innen springen ohne Umweg zu verwandten Inhalten.

Klare Struktur

Suchmaschinen erkennen Hierarchie und Zusammenhänge Ihrer Seiten.

Wichtige Seiten stärken

Seiten, auf die viele interne Links zeigen, gelten als besonders wichtig.

Neue Seiten werden gefunden

Was intern verlinkt ist, finden Suchmaschinen schneller.

Tipps für die interne Verlinkung

- Eine klare, logische Navigationsstruktur aufbauen.
- Aussagekräftige Linktexte wählen, die sagen, was hinter dem Link steckt, statt „hier klicken“.
- Die Begriffe verwenden, nach denen Menschen suchen, aber natürlich formuliert und nicht immer wortgleich.
- Nicht übertreiben: Lieber wenige passende Links als jedes zweite Wort verlinken.
- Interne Links regelmäßig prüfen, vor allem nach Umbauten oder gelöschten Seiten.

PRAXISTIPP

Mit KI lassen sich übersehene Verlinkungsmöglichkeiten finden: Wir haben das mit sogenannten Embeddings getestet und auf unserer eigenen Website hunderte fehlende Links entdeckt. Wie das geht, steht in unserem Beitrag Interne Verlinkung mit Embeddings.

EXTERN

Externe Verlinkung für Glaubwürdigkeit

Externe Links führen von Ihrer Website zu anderen Websites, etwa zu Studien, Gesetzestexten oder Fachartikeln. Sie zeigen, dass Sie sich auf verlässliche Quellen stützen, und bieten Ihren Leser:innen zusätzlichen Mehrwert.

- **Glaubwürdigkeit:** Wer Quellen nennt, wirkt seriös und nachprüfbar.
- **Expertise:** Sie zeigen, dass Sie die aktuellen Entwicklungen in Ihrer Branche kennen.
- **Qualität:** Gute Quellen sind ein Zeichen für gut recherchierte Inhalte.

Tipps für die externe Verlinkung

- Auf vertrauenswürdige Quellen verlinken: Behörden, Fachzeitschriften, Hochschulen, bekannte Unternehmen.
- Nicht zu viele externe Links in einem Beitrag, damit der Fokus auf Ihrem Inhalt bleibt.
- Links regelmäßig prüfen: Führen sie noch auf die richtige, aktuelle Seite?
- Bezahlte Links und Werbelinks kennzeichnen (Attribut „sponsored“), bei Links, für die Sie nicht bürgen wollen, „nofollow“ verwenden.

> ACHTUNG
>
> Früher hieß es oft: Externe Links immer in einem neuen Tab öffnen. Aus Sicht der Barrierefreiheit ist das nicht ideal, weil Menschen mit Screenreader den Wechsel oft nicht bemerken. Öffnen Sie Links besser im selben Fenster, oder weisen Sie darauf hin, dass sich ein neuer Tab öffnet.

FAZIT

Die richtige Balance finden

Interne Links verbessern Navigation und Struktur, externe Links zeigen Glaubwürdigkeit und Expertise. Nutzen Sie beide gezielt und in einem ausgewogenen Verhältnis. Verlinkung ist kein einmaliger Schritt, sondern ein fester Teil Ihrer Content-Strategie. Mehr Hintergrund bietet die Dokumentation von Google zur Suchmaschinenoptimierung.

Ihre Checkliste für jeden neuen Beitrag

- [ ] Verlinkt der Beitrag auf 2 bis 5 passende eigene Seiten?
- [ ] Verlinken ältere, verwandte Beiträge auch auf den neuen Beitrag?
- [ ] Sagt jeder Linktext, was hinter dem Link steckt?
- [ ] Stützen externe Links wichtige Aussagen mit seriösen Quellen?
- [ ] Sind bezahlte Links als „sponsored“ gekennzeichnet?
- [ ] Funktionieren alle Links, auch die in PDFs und Bildern?

KONTOR4
Agentur für neue Medien

Sie brauchen Unterstützung?

Wir prüfen Ihre Verlinkung, finden fehlende Links und bauen eine Struktur, die Besucher:innen und Suchmaschinen weiterhilft. Kontaktieren Sie uns einfach.

KONTOR4 GmbH
Georgstraße 48 · 30159 Hannover
Telefon: 0511 99 99 58 90
info@kontor4.de · www.kontor4.de

Kostenloses Erstgespräch vereinbaren