



## SUCHE

erweiterte Suche

## MARKE-X MAGAZIN

## AKTUELLE AUSGABE

Lesen Sie die aktuelle Ausgabe von marke-X

## BISHERIGE AUSGABEN

Alle bisherigen Ausgaben mit kurzer Inhaltsangabe

## INFO CENTER

Links zu Hunderten von Artikeln

## BÜCHER

Aktuelle Buchempfehlungen

## SERVICE

## KONTAKT

## ÜBER MARKE-X

## IMPRESSUM

## MEDIADATEN

## Linkenswert - 6 essentielle Taktiken für eine hohe Linkpopularität



Links werden zum wichtigsten Erfolgsfaktor des Internets. Sie erhöhen nicht nur die Bekanntheit der eigenen Website, sondern steigern auch die Position in den Suchmaschinen. Tatsache ist: Wer viele Links hat, blickt einer rosigen Zukunft entgegen. Wer keine oder nur ein paar sein Eigen nennt, der droht in der Bedeutungslosigkeit zu verschwinden.

Links sind das **zentrale Bindeglied** des Internets. Wer verlinkt wird, wird gefunden. Wessen Website nur wenige Links hat, ist zwar im Netz, aber für potentielle Besucher und Kunden praktisch nicht vorhanden.

Ob eine Website von Belang ist, entscheiden mehr und mehr andere Webmaster. Setzen Sie einen Link, ist dies eine positive Bewertung. Der Verweis stellt quasi eine Empfehlung für die Besucher dar: Diese Website ist relevant. Auch die Suchmaschinen haben diesen Zusammenhang erkannt und lassen die Linkpopularität immer stärker in das **Ranking** einfließen.

Eine große Anzahl qualitativ hochwertiger Links zu erhalten, ist deshalb wichtig. Doch kann man die Linkpopularität seines

Dienstag, 21. September  
2004

### NEWSLETTER

Abonnieren Sie den **marke-X Newsletter**  
Kostenlos dazu: Sascha Langners Top 10 Tipps für erfolgreiche Newsletter

Anrede

Vorname

Nachname

e-Mail



Angebotes selbst beeinflussen? Und ob. Wer seine Linkpartner gezielt auswählt und mit Geschick anspricht, wird seines Glückes Schmied.

Hier sind 6 essentiellen Taktiken für eine hohe Linkpopularität:

### **1. Qualität ist wichtiger als Quantität**

Linkpopularität misst sich nicht in der Anzahl der Links, sondern anhand der Bekanntheit und Themengleichartigkeit der verweisenden Internetangebote:

- **Bekanntheit**

Je bekannter die verweisende Website ist, desto mehr Besucher werden über einen Link weitergeleitet. Es kommt deshalb weniger darauf an, dass Sie viele kleine Homepages davon überzeugen, einen Link auf Sie zu setzen, sondern vielmehr darauf, gut frequentierte Websites als Partner zu gewinnen.

- **Themengleichartigkeit**

Ebenso wichtig wie die Bekanntheit ist, dass ein thematischer Zusammenhang zwischen Ihnen und Ihren Linkpartnern besteht. Wenn ein Anbieter von Stereoanlagen einen Link von einem Lautsprecherhersteller erhält, ist dies effektiver, als wenn beispielsweise Klaus` Katzen-Site auf ihn verweist. Vorrangig ist immer, dass beide Partner von einem Linktausch profitieren.

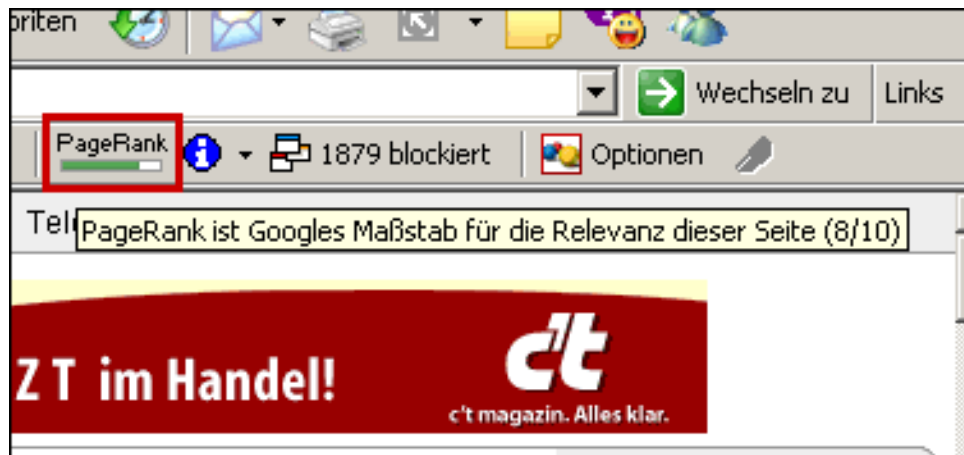


Abbildung 1: Gradmesser für die Bekanntheit einer Site kann z.B. Googles Page Rank sein (Quelle: heise.de)

## 2. Relevanz

Wer nichts zu bieten hat, kann auch nichts erwarten. Nur wenn Ihr Angebot linkwürdig ist, können Sie damit rechnen, Partner zu finden.

Ihre Website wird für andere Webmaster interessant, wenn Sie Inhalte der folgenden Kategorien anbieten:

- **Kostenlose Informationen**  
Dies können Neuigkeiten aus der Branche, Lokales, Trends oder praxisnahe Artikel sein.
- **Downloads**  
Shareware, Freeware, White Paper, Booklets etc.
- **Künstlerisches**  
z.B. Videos, Grafiken, Wallpaper, Musik...
- **Unterhaltsames**  
Gewinnspiele, Flash-Games, Karikaturen, Comics etc.
- **Links**  
Auch eine umfangreiche Linkliste, wie Sie beispielsweise Dr. Web in seinem Web Worker Portal anbietet, sind linkenswerte Inhalte

### 3. Auswahl von Linkpartnern

Wer soll auf Sie linken? Diese Frage ist nicht leicht zu beantworten. Es ist schwierig zu entscheiden, ob ein Partner viele neue Besucher bringen kann oder nicht. Wenn man ausreichend Zeit hat, lohnt es sich eine ausführliche Marktanalyse durchzuführen. Weniger vollständig dafür aber wesentlich einfacher und kostengünstiger sind die beiden folgenden Taktiken:

- **Taktik 1: Schlüsselwortsuche**

Tun Sie so als wären Sie auf der Suche nach Ihrem Produkt. Geben Sie bei unterschiedlichen Suchmaschinen nacheinander die Keywords ein, nach denen ein potentieller Kunden suchen würde. Die ersten 10 Websites der Ergebnisliste, die nicht Wettbewerber von Ihnen sind, sollten Sie bzgl. eines Linktausches kontaktieren.

- **Taktik 2: Wettbewerbsanalyse**

Überprüfen Sie welche Websites auf die Internetangebote Ihrer Wettbewerber verweisen. Alle diese Sites sind geradezu prädestiniert dafür auch Ihr Angebot zu verlinken. Geben Sie bei einer großen Suchmaschine Ihrer Wahl den Befehl "link:http://www.ihr-wettberwerber.de" ein. Als Ergebnis erhalten Sie einen Übersicht aller Websites, die einen Link auf Ihren Konkurrenten gesetzt haben.

Linkpartner zu finden, kann arbeits- und zeitaufwendig sein. Mittlerweile gibt es deshalb eine Reihe von Software-Tools, die einem viel Arbeit abnehmen können wie beispielsweise das Programm Arelis.

### 4. Aussagekräftige Links

Bevor jemand auf den Link zu Ihrer Website klickt, will er

wissen, was ihn erwartet. Ist der beschreibende Text zum Link zudem interessant geschrieben, verdoppeln sich nicht selten die Klickraten.

Entscheiden Sie selbst, auf welchen der folgenden Links würden Sie eher anklicken?

Web-Seite zum Thema Vogelfutter  
<http://www.wellensittich-kraefffutter.de>

oder

Praxisnahes Online-Magazin zum Thema  
gesunde Vogelernährung mit umfangreichen  
Artikelarchiv  
<http://www.wellensittich-kraefffutter.de>

Wahrscheinlich Link Nr. 2, oder? Er klingt einfach interessanter. Achten Sie deshalb unbedingt darauf, wie Ihr potentieller Partner Sie verlinkt. Am besten Sie geben ein paar knackige Beispieltex te vor, aus denen Ihr Partner wählen kann.

## **5. Die richtige Ansprache**

Ob ein Webmaster auf Ihr Linktauschangebot eingeht, entscheidet nicht nur Ihre Website, sondern vor allem Ihr Kommunikationsgeschick. Jeden Tag bekomme ich mindestens fünf Anfragen bezüglich eines Linktausches. Die meisten dieser e-Mails sind reine Massenschreiben. In der Regel spricht mich der Absender weder mit Namen an, noch hat er sich überhaupt mit meinem Angebot beschäftigt. Solche Schreiben landen umgehend im (digitalen) Papierkorb.

Machen Sie nicht die gleichen Fehler. Bei der ersten Kontaktaufnahme mit Ihrem potentiellen Linkpartner sind

folgende Regeln unbedingt zu beachten:

- **Personalisierter Kontakt**

Finden Sie den Namen des Webmasters bzw. den Namen des Verantwortlichen für die Website heraus. Sprechen Sie ihn in Ihrer e-Mail persönlich mit Namen an.

- **Lob**

Machen Sie Ihrem potentiellen Linkpartner ein Kompliment. Jeder ist davon überzeugt, dass seine Website die Beste ist. Loben Sie vor allem den Inhalt, so machen Sie sich nicht lächerlich, wenn die Site kurz vor einem Re-design steht.

- **Platzierung**

Erläutern Sie, wo Ihr Link auf der anderen Website eingebunden werden soll. Schreiben Sie natürlich ebenso, wo Sie sich umgekehrt eine Platzierung Ihres Wunschpartners bei sich vorstellen können.

- **Nutzen**

Argumentieren Sie mit den Vorteilen, den ein Linktausch für beide Seiten bedeuten würde. Schaffen Sie eine Win-Win Situation.

## **6. Ein Fundgrube für Partnerschaften**

Werden Sie ein geschätztes Mitglied der Community. Suchen Sie sich ein großes Forum in Ihrer Branche. Lesen und schreiben Sie regelmäßig Beiträge zu Ihrem Fachgebiet. Mit Sicherheit finden Sie Forumsmitglieder, die gutfrequentierte Websites zu Ihrer Thematik unterhalten. Schlagen Sie einen Linktausch vor. Da Sie nach ein paar Wochen jeder kennt und schätzt, dürfte es dann leicht fallen, Ihre Wunschpartner zu überzeugen.

## **Vertiefend hierzu:**

Geheime Werbemöglichkeiten -

Mit geschickten Foreneinträgen Besucherzahlen und

Umsätze steigern

Verführerische Links - So fesseln Sie Ihre Nutzer?

Content Links - Mit dem Inhalt Ihrer Website die

Linkpopularität steigern

Arelis - Software zum Finden, Anschreiben und Organisieren

von Linkpartnern

---

Bestellen Sie den monatlichen e-Mail Newsletter, **marke-X Internet Marketing**<sup>®</sup>. Mit über 3.900 Abonnenten ist marke-X einer der erfolgreichsten Internet Marketing Newsletter in Deutschland.

Anrede

Vorname

Nachname

e-Mail

---

[Startseite](#) - [Aktuelle Ausgabe](#) - [Archiv](#) - [Info Center](#) - [Bücher](#)

[Kontakt](#) - [Über marke-X](#) - [Impressum](#)

© Copyright 1999-2004 marke-X, Magazin für Internet Marketing.

Aller Rechte vorbehalten. E-Mail: [sascha.langner@marke-x.de](mailto:sascha.langner@marke-x.de)

Ihre Web Marketing Infoquelle: <http://www.marke-x.de>