

Patricia Unfried

BACKLINKKAUDIT – SO GEHT'S!

Wie kann ein eigenes Linkportfolio erstellt werden? Worauf muss man bei der Bewertung bzw. Beurteilung besonders achten? Und was hat es mit dem Disavow-File für Google auf sich?

Wer seine Backlinks im Blick und Griff haben will, muss sich mit dem Thema Backlinkaudit befassen. Worum es bei einem solchen Audit geht, zeigt Patricia Unfried unter Beantwortung der oben gestellten Fragen für Sie auf!

Sinn und Zweck des Backlinkaudits

Ein Backlinkaudit ist je nach Anzahl der Links und Qualität der verlinkenden Seiten eine größere oder kleinere Angelegenheit. Warum sollte man sich die Mühe machen und in der ohnehin oft knapp kalkulierten Zeit, Arbeit und Ressourcen in diese Tätigkeit stecken?

Der Hauptgrund ist schnell und einfach zusammengefasst: Man hat keinen Einfluss auf sämtliche Links, die gesetzt werden!

Es ist wichtig, die Links zu kennen, die andere zur eigenen Website setzen. Man sollte stets im Blick behalten, wo die eigene Seite auftaucht und was genau verlinkt wird. Natürlich entstandene Links stellen in den meisten Fällen kein Problem dar. Handelt es sich zum Beispiel um eine Website, die ein neues Lifestyleprodukt vorstellt, werden viele interessierte Influencer einen Link hierzu setzen. Das kann man im gewissen Maß zwar selbst überwachen und gegebenenfalls Outreach-Kampagnen starten, um das Produkt bekannter zu machen. Allerdings entstehen sehr viele Verlinkungen in diesem Bereich durch Likes, Bekanntheit, Follower und Sonstiges eher nebenbei als bewusst. Um die meisten dieser Links muss man sich keine Sorgen machen.

Während eines Backlinkaudits wird man aber nahezu immer irgendwann einer Spamseite oder einer Website mit pornografischem oder schädlichem Inhalt begegnen. Wie man

solche Seiten erkennt und wie mit diesen Seiten verfahren wird, soll dieser Artikel klären. Doch zunächst geht es darum, das Backlinkprofil zu analysieren und sämtliche Backlinks herauszufinden.

Wann oder warum sollte ein Backlinkaudit durchgeführt werden?

Es ist empfehlenswert, ein Audit regelmäßig durchzuführen. Das kann zum Beispiel alle sechs Monate oder einmal im Jahr sein. Sollte sich die Sichtbarkeit stark verändert haben, kann man das ebenfalls zum Anlass nehmen, die eigenen Backlinks zu untersuchen. Dadurch erkennt man Backlink-Spam und kann direkt eingreifen.

Das Backlinkprofil ermitteln

Um mit einem Backlinkaudit zu starten, ist es wichtig, sämtliche Backlinks mithilfe verschiedener Tools zu ermitteln. Die meisten Tools bieten die Möglichkeit, eine Datei mit den entsprechenden Daten zu exportieren. Am Ende werden alle Daten in einer Master-Tabelle zusammengeführt und mit dieser Liste wird

„Hat Ihre Website auch Links von Pornoseiten?“

DIE AUTORIN



Patricia Unfried ist bei eology im Bereich Content-Outreach in der DACH-Region und im internationalen Umfeld tätig. Zudem teilt sie ihr Wissen in Fach- und Blogbeiträgen mit Interessierten.



Abb. 1: ahrefs.com Überblick Wikipedia.org

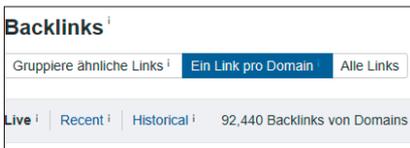


Abb. 2: Option 1, ein Link/Domain



Abb. 3: Option 2, alle Links

dann gearbeitet. Da die exportierten Listen im CSV- oder XLSX-Format vorliegen, ist es am einfachsten, mit einer Excel-Liste zu arbeiten. Das bildet die Grundlage für die Erläuterung des Vorgehens beim Backlinkaudit in diesem Beitrag.

Daten für die Master-Tabelle zusammenstellen

Um eine umfangreiche und möglichst lückenlose Master-Tabelle zu erstellen, sollte man sich die Backlinks aus verschiedenen Quellen herausziehen. Es gibt eine Menge unterschiedlicher Tools und Möglichkeiten, von denen hier eine kleine Auswahl näher für diesen Zweck erläutert wird. Man greift auf verschiedene Tools zurück, da es unterschiedliche Quellen und Vorgehensweisen gibt, wie diese jeweils die Daten ermitteln. Es kann also sein,

dass ein Tool nur Links findet, die noch online sind, ein anderes aber zudem die Links ausgibt, die offline sind oder bei denen die eigentliche Website auf eine andere weitergeleitet wurde (redirect). Aus diesem Grund werden Daten am besten aus verschiedenen Tools gezogen. Wie man Dopplungen vermeidet, wird am Ende erklärt.

1. ahrefs.com

Dieses Online-Tool bietet eine Menge Daten in Bezug auf Backlinks. Um an die relevanten Daten zu kommen, gibt man zunächst die Domain ein, die man untersuchen will. Man erhält direkt einen ersten Überblick, in diesem Fall sind die 120M-Backlinks am Beispiel von Wikipedia (Abbildung 1) interessant. Diese sieht man sich im nächsten Schritt näher an.

Unter dem Menüpunkt „Backlinkprofil“ findet sich die Kategorie „Backlinks“. Diese beinhaltet die benötigten Informationen für das Backlinkaudit. Damit die angestrebte Tabelle möglichst viele Daten enthält, ist es wichtig, bei den Optionen auf „alle Links“ zu klicken. Andernfalls wird ein Link pro Domain ausgegeben, was in manchen Fällen zwar ausreicht, wenn man allerdings das gesamte Profil betrachten will, sollte man sich die einzelnen Verlinkungen anschauen und im besten Fall einzeln bewerten.



Abb. 4: Export ahrefs

Wie man bei Abbildung 2 und 3 sehen kann, unterscheidet sich die Anzahl der Backlinks je nach Auswahl der Option gewaltig. Das Beispiel von Wikipedia zeigt, dass es auf der einen Seite über 92.000 Treffer gibt, auf der anderen Seite sind es über 27 Millionen. Das alles einzeln zu bewerten, ist natürlich schier unmöglich oder nur mit einem sehr hohen Zeitaufwand, verteilt auf mehrere Schultern, zu realisieren. Wikipedia.org ist allerdings ein Beispiel, das selbstverständlich viele Backlinks hat. Eine Website mit einer normalen Reichweite weist deutlich weniger Backlinks auf. In den meisten Fällen sind das Backlinks im Bereich zwischen 3.000 und 100.000.

Sind diese Daten ermittelt, muss man sie nur noch exportieren. Abbildung 4 zeigt, dass man zwischen dem schnellen und dem kompletten Export

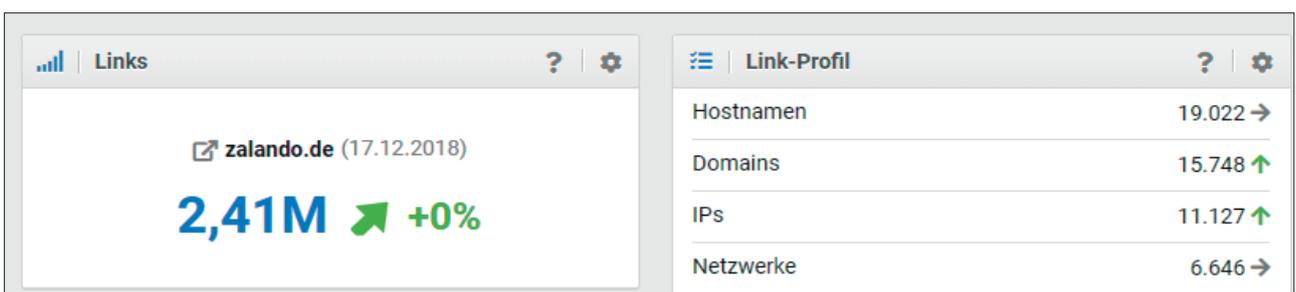


Abb. 5: Links von zalando.de via SISTRIX



Abb. 6: Export SISTRIX

unterscheiden kann. Der komplette Export ist stets zu bevorzugen, da hier alle Backlinks enthalten sind, die das Tool zuvor gefunden hat. Nach dem Klick auf den „Starte den Export“-Button muss man je nach Menge der Links eine entsprechende Zeit warten und hat im Anschluss daran die fertige Liste.

2. SISTRIX

Ein weiteres Tool, mit dem man Backlinks einer Seite ermitteln kann, ist SISTRIX. Mit einem Klick auf den Button „Links“ erhält man hier ebenso einen ersten Überblick. Abbildung 5 zeigt diese Übersicht, die zunächst die Anzahl der Backlinks ausgibt, und rechts davon sieht man die aktuelle Entwicklung im Link-Profil.

Unter der Option „Links“ werden dann die einzelnen Links ausgegeben, die wie bei ahrefs.com als Excel-Datei exportiert werden können. Bei Bedarf kann man verschiedene Filter einstellen. Möchte man allerdings das komplette Profil abbilden, sollte auch hier auf eine Eingrenzung verzichtet werden.

Analog dazu verhält es sich mit dem eigentlichen Export. Hierbei ist von sich aus der volle Export eingestellt, daran sollte man nichts ändern. Bei Bedarf kann man den Dateinamen anpassen. Es ist empfehlenswert, dass man die Dateien nach dem jeweiligen Tool



Abb. 7: Backlink Profiler und Quick Backlink Checker, LRT

benennt. Dadurch hat man am Ende verschiedene Excel-Dateien, bei denen man jederzeit auf einen Blick zurückverfolgen kann, woher man die Daten bezogen hat. Am einfachsten ist es, wenn man die Dateien nach diesem Muster benennt: „Name der Website_Datum_Tool“, also z. B. „zalando.de_20.12_SISTRIX“

Das hilft vor allem dann, wenn man am Ende die Master-Liste erstellt und so einfacher feststellen kann, welche Dateien man bereits kopiert oder integriert hat. Zudem kann man direkt sehen, von welchem Tool man die Backlinks bereits exportiert hat.

3. LinkResearchTools (LRT)

Ein weiteres bekanntes Tool wird von LRT zur Verfügung gestellt. Für die Erstellung der Master-Tabelle hat man wieder zwei Möglichkeiten: einen kompletten und einen schnellen Export.

Wie in Abbildung 7 ersichtlich, gibt es zwei Tools: den Backlink Profiler und den Quick Backlink Checker. Um auch bei diesem Anbieter die meisten Backlinks zu erhalten, wird der Backlink Profiler verwendet. Hat man diesen angeklickt, werden verschiedene Optionen angeboten. Hierbei kann man unterschiedliche Metriken auswählen, die für das Audit relevant sind. Zudem kann man einstellen, wie viele Backlinks pro Website ausgegeben werden und ob man auf Domain- oder URL-Ebene arbeiten möchte.

Am Ende erhält man wieder eine Datei, die man am besten nach oben beschriebenen Muster abspeichert.

4. Weitere Tools und Quellen

Je nach Bedarf können zu diesen drei großen Tools noch weitere Quellen herangezogen werden. Eine dieser rele-

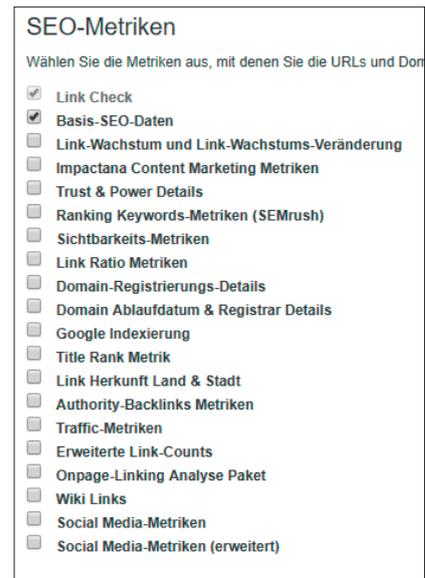


Abb. 8: SEO-Metriken, Backlink Profiler, LRT

vanten Quellen bildet die Google Search Console. Nach erfolgreicher Verknüpfung werden hier Domains ausgegeben, was allerdings nicht so umfangreich wie bei den anderen Tools ausfällt.

Zu erwähnen wäre an dieser Stelle noch SEMrush. Hier muss zunächst ein neues Projekt angelegt werden, damit Daten ermittelt werden. Ist das geschehen, wählt man die Option „Backlink Audit“ aus (siehe Abbildung 9). Hierbei wird direkt die Anzahl der verlinkenden Domains gezeigt. Nach kurzer Wartezeit steht hier eine weitere Excel-Tabelle bereit.

Der erste Schritt ist nun getan. Sind alle Daten erfasst, gespeichert und korrekt benannt, geht es daran, die Master-Tabelle zu erstellen.

Die Master-Tabelle erstellen

Um die Tabelle zu erzeugen, mit der am Ende das Audit durchgeführt wird, werden zunächst alle bisher erstellten Excel-Dateien in einer Tabelle zusammengefasst.



Abb. 9: SEMrush Backlink Audit

1. Relevante Daten zusammenführen

Es genügt, die Spalte mit den verweisenden Domains heranzunehmen. Die anderen Spalten bieten je nach Tool unterschiedliche Daten, die in diesem Schritt allerdings nicht berücksichtigt werden sollten. Am Ende muss eine einheitliche Tabelle entstehen, anhand derer die Backlinks nach und nach bewertet werden.

2. Duplikate entfernen

Unter „Daten“ > „Duplikate entfernen“ wird die Tabelle auf doppelte Einträge überprüft und bereinigt. Dadurch werden Dopplungen reduziert und man spart sich beim eigentlich Audit Arbeit.

3. Datei zur Bewertung hochladen

Damit eine einheitliche Datei entsteht, die entsprechende Spalten hat, wird die Datei zu guter Letzt in ein entsprechendes Tool hochgeladen. Hierbei hat sich das Link Detox Tool von LRT in der Praxis bewährt. Eine weitere Option bietet SEMrush, indem man alle Daten hochlädt und am Ende eine allgemeine Liste exportieren kann. LRT bietet jedoch den Vorteil, dass Offline-Links berücksichtigt werden. Wenn man sich diese genauer anschauen und gegebenenfalls wieder reaktivieren möchte, liefert LRT mehr Daten.

4. Bereinigte Tabelle erstellen

Die gesamte exportierte Tabelle ist nun erstellt. Zur besseren Übersicht ist es ratsam, die Tabelle mit dem Zusatz „Master“ zu benennen, zum Beispiel „Zalando.de_Audit_Master“. Es emp-

fehlt sich, vor dem Audit die Tabelle auf diverse Daten zu reduzieren. Je nachdem, was relevant ist, werden Spalten gelöscht oder bleiben erhalten. Unerlässlich sind folgende Bereiche:

- » Eine Spalte mit den linkgebenden Websites
- » Eine Spalte mit Hyperlinks dieser Websites
- » Eine Spalte mit den Anchortexten
- » Eine Spalte mit den Verlinkungen auf der untersuchten Seite (Linkziel)
- » Eine Spalte mit dofollow/nofollow
- » Eine Spalte mit der Bewertung des Tools (z. B. Toxic Score)
- » Eine Spalte mit dem Status (online/offline/redirect)
- » Eine Spalte mit Kommentaren (z. B. OK, offline, disavow)

5. Daten formatieren

Sind nur noch die relevanten Daten in der Tabelle enthalten, ist es empfehlenswert, diese nach dem Alphabet zu sortieren. Sollten nämlich identische Domains mit unterschiedlichen URLs in der Liste auftauchen, erleichtert man sich die Arbeit enorm, wenn diese in einem Block hintereinander erscheinen. Hierzu formatiert man die passenden Spalten als Tabelle, die man filtern kann, und führt den entsprechenden Schritt durch. Somit hat man am Ende eine saubere Master-Tabelle und kann sich an die Linkbewertung machen.

Das Audit durchführen – Tipps für eine effektive Vorgehensweise

Die eigentliche Linkbewertung ist je nach Anzahl und Qualität der zu untersuchenden Links eine entsprechend zeitaufwendige Sache. Mit

folgenden Tipps sollte es dennoch schneller vonstattengehen.

Wenn sehr viele Links zu untersuchen sind, kann man sich überlegen, ob man nur jeden mit einem bestimmten Risiko bewertet. Hierbei muss man sich voll und ganz auf das genutzte Tool verlassen und für sich festlegen, in welchem Bereich man die Seiten untersuchen möchte. Websites mit einem geringen Risiko kann man bei dieser Methode ignorieren und direkt mit einem „OK“ kommentieren.

Was schon den nächsten Punkt zur Folge hat: Niemals zu viele Arten von Kommentaren nutzen und diese nicht unterschiedlich schreiben. Wenn man „OK“, „gut“, „positiv“, „passt“ oder dergleichen wild miteinander mischt, wird am Ende ein Chaos entstehen, das man vermeiden sollte. Daher ist es ratsam, ein paar wenige, aber aussagekräftige Kommentare zu nutzen. Kommentare wie „OK“, „offline“, „disavow“, „manuell abbauen“ reichen vollkommen aus. Am Ende können die einzelnen Gruppen gefiltert und in separate Reiter gepackt werden.

Man muss sich entscheiden, ob man die einzelnen URLs oder eine komplette Domain bewerten möchte. Betrachtet man die Domain als Ganzes und schaut sich beispielhaft zwei oder drei Links davon an, geht es schneller. Gründlicher ist es natürlich, sich jeden Link einzeln anzuschauen.

Eine weitere Möglichkeit, schnell zu einer Bewertung zu kommen, sind die Anchortexte. Diese zeigen schnell, ob ein Money-Keyword (zum Beispiel Koffer, Taschen, Telefon) verwendet wurde oder ob der Firmenname vielleicht falsch geschrieben ist. Möglich

ist auch, dass der Linktext etwas völlig anderes aussagt als der Link, der sich dahinter verbirgt.

Woran erkennt man „schlechte“ Seiten?

Bei vielen Seiten erkennt man auf einen Blick, dass sie nicht weiter im eigenen Backlinkprofil auftauchen sollten. Folgende Punkte sollte man näher betrachten, denn sie weisen auf die Qualität einer Website hin:

- » Wie steht es um die Aktualität der Seite? Wird die Seite aktiv betreut oder ist sie seit einer gewissen Zeit „eingeschlafen“?
- » Hat die Website schädliche Inhalte? Viren und Malware sind hierbei zu beachten!
- » Weist die Website schädliche pornografische Inhalte auf?
- » Bietet die Website etwas oder handelt es sich um eine reine Linkliste?
- » Passt das Thema der Website zum eigenen Webauftritt?
- » Haben alle Artikel Links zu kommerziellen Seiten? Ist die Seite nur dazu da, um damit Geld zu verdienen? Manche Seiten veröffentlichen einen Sponsored Post nach dem anderen. Eine solche Seite hat keine hohe Qualität, da sie nicht dem Leser oder Nutzer dient.

Auswertung der Daten und weiteres Vorgehen

Am Ende hat man eine Tabelle, bei der man seine Backlinks einzeln oder in der Gruppe bewertet hat. Die Backlinks, bei denen alles in Ordnung ist, müssen nicht weiter bearbeitet werden. Was passiert nun aber mit den anderen Links, die noch zusätzliche Aufmerksamkeit brauchen?

Offline-Links

Die Offline-Links werden höchstwahrscheinlich größtenteils nicht weiter beachtet. Wenn beim Audit jedoch Links gefunden wurden, die wichtig

TIPP DER REDAKTION

Über das sog. „Disavow-File“ kann am Google mitteilen, von welchen Backlinks man sich als Betreiber einer Website distanzieren will. Die Gründe für üble Links auf die eigene Site können vielfältig sein. So kann ein (hoffentlich) ehemaliger Mitarbeiter vor vielen Jahren bereits versucht haben, durch zweifelhaften Linkaufbau das Ranking zu verbessern. Ab und zu wird man auch automatisch von halbseidenen Portalen verlinkt, ohne davon überhaupt zu wissen. In seltenen Fällen kann es auch möglich sein, dass ein neidischer Mitbewerber für Ihre Domain bewusst billigen Linkspam eingekauft hat und damit versucht, Ihnen als Konkurrenz zu schaden,

damit Sie sich eine linkbasierte Strafe bei Google einhandeln (sog. „Negative SEO“). Dieses File wird im CSV-Format über die Search Console von Google hochgeladen. Ein Tipp: Am besten entwerfen Sie nicht einzelne URL, von denen ungewollte Links zu Ihnen gesetzt wurden, sondern immer gleich die gesamte Domain. Das stellt sicher, dass es auf anderen URL der Domain nicht irgendwo noch weitere Links gibt, welche die Tools nur (noch) nicht gefunden haben. Ausführliche Infos und eine Beispieldatei finden Sie direkt bei Google unter: <http://einfach.st/disa5>.

sind und nicht offline sein sollten, kann man diese möglicherweise reaktivieren. Hierzu nimmt man am besten direkt mit dem Webmaster Kontakt auf und fragt nach.

Manuell abbauen

Diese Vorgehensweise ist immer zuerst zu versuchen! Man sollte beim jeweiligen Webmaster nachfragen, wenn man Links gefunden hat, die eventuell der eigenen Website schaden oder den Nutzer fehlleiten. Dann ist es ratsam, den Webmaster direkt darauf anzusprechen und ihn darum zu bitten, den Backlink zu ändern oder offline zu nehmen.

Disavow-File hochladen

Zu guter Letzt bietet Google die Möglichkeit, Links im Disavow-Tool hochzuladen. Wenn die Websites bereits von früheren Audits bekannt sind oder es unmöglich ist, den Webmaster zu kontaktieren, greift man zu diesem Tool. Das geschieht über die Google Search Console im entsprechenden Bereich. Die Links, die hier hochgeladen werden, werden von Google nicht weiter berücksichtigt. Sie haben demnach keinen Einfluss mehr auf das Ranking.

Fazit

Ein Backlinkaudit kann mitunter ein sehr umfangreiches Vorhaben sein. Je nach Anzahl und Qualität der Backlinks hat dies Einfluss auf die aufzuwendende Zeit. Mit dem entsprechenden Vorgehen kann dieser Aufwand reduziert werden, sodass am Ende des Audits nur die relevanten Daten stehen, mit denen man sich weiter befasst. Mithilfe diverser Tools wird die Arbeit erleichtert und das Backlinkprofil von unpassenden und schädlichen Links befreit.

Man sollte bei einem Audit allerdings nicht zu rigoros vorgehen und im Einzelfall entscheiden, ob ein Link wirklich schädlich ist oder nicht. Das manuelle Vorgehen – also die Webmaster direkt zu kontaktieren – ist stets vorzuziehen und erst, wenn man hier nicht weiterkommt, nutzt man Googles Disavow-Tool.

Es ist ratsam, regelmäßig Backlinksaudits durchzuführen. Das kann entweder in festen Zeitabständen ablaufen oder bei Bedarf, wenn sich beispielsweise die Sichtbarkeit stark verändert oder Google ein Update ausgerollt hat. ¶