OffPage-Optimierung (2023): Definition, Maßnahmen & Tools

Autor: Bastian Glock | **Position:** Head of Digital PR | **Zuletzt aktualisiert:** 19. Juli 2023

Quelle: https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/offpage-optimierung/

OffPage-Optimierung (engl. Off-Page Optimization) ist ein Teilbereich der Suchmaschinenoptimierung (SEO) und dient als Gegenstück zur OnPage-Optimierung. OffPage-Optimierung beinhaltet alle **Maßnahmen**, die **außerhalb der eigenen Website** unternommen werden (engl. *off the page* = abseite der Seite). Besonders wichtig ist dabei der Linkaufbau, auch Linkbuilding genannt.

Beim Linkbuilding werden hochwertige Backlinks aufgebaut. Diese externen Links sind für Suchmaschinen wie Google und Bing ein Zeichen, dass deine Seite Relevanz und Autorität besitzt. Du siehst schon, OffPage-Optimierung hat eine **hohe Bedeutung für die Suchmaschinenoptimierung**. Alles Wichtige zum Thema OffSite-SEO erfährst du im Anschluss.

Was ist die OffPage-Optimierung?
Unter OffPage-Optimierung versteht man Maßnahmen abseits der eigenen Webseite. Zu den wichtigsten Elementen der OffPage-Optimierung gehören der Linkaufbau und Erwähnungen.

Und **wie unterscheiden sich OnPage- und OffPage-Optimierung?** Ganz einfach: OnPage-Optimierung bezieht sich auf SEO-Maßnahmen, die ausschließlich *auf* einer Website stattfinden (engl. *on the page*).

Hier ein kurzer Überblick, was alles zu den OffPage-Optimierungs-Maßnahmen zählt:

- Content-Marketing
- Gastbeiträge
- Verzeichniseinträge
- Pressearbeit (Digital PR)
- Broken Link Building
- Linkable Assets

Und warum das Ganze? Ziel der OffPage-SEO ist es, dass deine Website **mehr Beliebtheit, Relevanz und Autorität aufbaut.**

Das geschieht, indem seriöse Dokumente im Internet mit einem Link auf die Seite verweisen. Solche Dokumente können zum Beispiel Seiten, Portale oder auch Personen sein. Sie sprechen durch den Link sozusagen eine **Empfehlung für deine Seite** aus, was diese in den Augen der Nutzer*innen und Suchmaschinen-Algorithmen noch vertrauenswürdiger macht. (Mehr dazu gleich im nächsten Abschnitt.)

Um dein Linkprofil im Blick zu behalten und passende Seiten für weitere Links zu finden, brauchst du entsprechende Tools. Bewährt haben sich z. B.:

- Google Search Console
- SEMrush Backlink-Analytics
- Ahrefs (Site Explorer)
- Majestic SEO

Die Bedeutung von OffPage-Optimierung

OffPage-Optimierung hat eine große Bedeutung für die Suchmaschinenoptimierung, weil sie maßgeblich dazu beiträgt, einen **Expertenstatus aufzubauen und zu festigen**. Backlinks spielen dabei die zentrale Rolle.

Es geht um das Reputationsmanagement und die Frage, **welcher Ruf deiner Marke vorauseilt**. Wer verlinkt auf dich? Wer „empfiehlt“ deine Website?

Tatsächlich ist die OffPage-Optimierung sogar **ausschlaggebend für den Erfolg deiner OnPage-SEO**. Wie wichtig ein gutes Linkprofil ist, zeigt sich immer wieder in Backlink-Studien – auch wenn Google seine Algorithmen noch so geheim hält. So hatten in einer Backlinko-Untersuchung von 2020 die Seiten auf Platz 1 in den SERPs durchschnittlich 3,8-mal mehr Backlinks als Seiten auf den Plätzen 2-10.

Kurz gesagt:
Durch Backlinks bzw. OffPage-Optimierung gewinnt deine Website Vertrauen, Autorität und Relevanz. Das hat starke Auswirkungen auf das Google-Ranking – spätestens, seit das Konzept E-A-T als Maßstab gilt.

Warum SEO ohne Backlinks nur begrenzt möglich ist und welche Möglichkeiten du hast, erklärt Alexander im Video: https://www.youtube.com/watch?v=x7-ls6dpE4Y

Ranking-Optimierung durch OffPage-Optimierung?

Wenn du es richtig angehst, kann die OffPage-Optimierung durchaus zu besseren Rankings führen.

Die wichtigsten OffPage-Ranking-Faktoren sind dabei:

1. **Domain Authority:** Quantität und Qualität der Backlinks auf Domainebene, PageRank auf Domainebene, etc.
2. **Page Authority und Keyword-Relevanz:** Quantität und Qualität der Backlinks auf Seitenebene, Ankertext-Verteilung, PageRank und TrustRank auf Seitenebene, etc.
3. **Brand Authority:** Unternehmensnennungen oder Erwähnungen der Marke in der Presse und anderen Publikationen, Entitäts-Zuordnung, Suchvolumen für Brand Keywords etc.

Worauf achten beim Linkbuilding?

Um Backlinks halten sich einige hartnäckige Gerüchte relativ hartnäckig, allen voran die Aussage „Linkaufbau ist tot." Nun, das Gegenteil ist der Fall! Hochwertige Verweise von externen Seiten oder Personen sind eine **stabile Währung, die nie ihren Wert verlieren wird.**

Umso mehr lohnt es sich, mehr über OffPage-Optimierung und Linkaufbau im Speziellen zu lernen! In diesem Video findest du **7 wichtige Punkte** und erfährst u. a., worauf du bei einem Backlink achten musst oder warum Social Signals für OnPage-Optimierung keine Priorität haben: https://www.youtube.com/watch?v=cqD8eWf9YHc

Arten von Backlinks

Wie erfolgreich deine OffSite-SEO ist, hängt vor allem vom Erfolg deiner Linkbuilding-Bemühungen ab. **Hochwertige Backlinks zu generieren**, ist dementsprechend die **wichtigste Maßnahme** der OffPage-Optimierung. Je nach Nische gibt es aber noch andere lukrative Möglichkeiten, z. B. Unternehmensnennungen für Local SEO.

Was ist nun mit „hochwertigen Backlinks" gemeint? Im Anschluss findest du die **3 wichtigsten Linktypen** und Kriterien, die dir helfen, die Qualität eines Links richtig einzuschätzen.

Linktypen kurz erklärt

Je nachdem, wie ein Link zustande kommt, fällt er in eine von 3 Hauptkategorien:

- Natürliche Backlinks: Diese Links erhält deine Webseite, ohne dass du direkt etwas dafür tun musstest. Wenn z. B. wir als SEO-Agentur dir unsere Lieblings-SEO-Tools vorstellen, verlinken wir sie, ohne dass wir darum gebeten wurden.
- **Manueller, redaktioneller Linkaufbau**: Die Backlinks werden durch aktive Linkbuildung-Kampagnen gewonnen. Das ist z. B. der Fall, wenn du Kunden oder Influencer*innen bittest, auf deine Seite zu verlinken oder deine Inhalte zu teilen. Auch Gastbeiträge zählen zu dieser Kategorie.
- **Selbst aufgebaute, nicht redaktionelle Backlinks:** Dazu gehören Einträge in (branchenspezifische) Online-Verzeichnisse, Presseaussendungen und Kommentare in Foren oder Blogs. Sei vorsichtig mit solchen Praktiken – manche davon gehen schnell in Richtung Black-Hat SEO. Zum Beispiel werden dir Private Blognetzwerke (PBN) eher schaden als nutzen.

Führe **regelmäßig Link-Audits** durch, um nicht funktionierende Backlinks (engl. Broken Links) zu finden und auszubessern. Nur so erhältst du dir ein gut gepflegtes Linkprofil und kannst auf Dauer bessere Platzierungen bei Google erzielen.

Im Video beantwortet Alexander die wichtigsten Fragen rund um Linkaufbau: https://www.youtube.com/watch?v=txOsxBK2AUw

Bewertungskriterien für Backlinks

Beim Backlink-Aufbau gilt das altbekannte Motto: **Qualität statt Quantität**. Die Seiten, von denen deine Website eine Empfehlung (sprich, einen Backlink) erhält, sollte möglichst viel Link Juice haben. Das bedeutet ganz einfach, dass sie Autorität an dich weitergibt.

Aber wonach bewertet Google die Qualität eines Backlinks? **Folgende Signale** sind aus Sicht der Suchmaschine positiv:

- die Popularität der verlinkenden Seite, …
- wie vertrauenswürdig diese Seite ist und…
- wie hoch ihre Autorität ist (Domain Rating)
- die Relevanz der verlinkenden Seite zu deinem Thema und deinen Keywords
- die Position des Links auf der Seite
- ein passender Ankertext
- die Anzahl anderer ausgehender Links auf der Seite, die dich verlinkt

Eine weitere Faustregel für alle Backlinks lautet:

Dein Link sollte im **Idealfall nicht das nofollow-Attribut** (oder *sponsored/ugc*). Das Attribut vermittelt den Suchmaschinenbots nämlich, dass der betreffende Link nicht in das Suchmaschinenranking mit einfließen soll.

Sind also alle nofollow-Links schlecht? Nein! Unter Umständen kann sich auch ein nofollow-Link positiv auswirken. Wie gesagt, es geht handelt sich um eine Faustregel.

Im Video findest du noch einmal **11 maßgebliche Backlink-Faktoren** zusammengefasst: https://www.youtube.com/watch?v=sqHh-2FuGc8

Du willst OffPage-Optimierung von A bis Z lernen? In unserer YouTube-Playlist findest du alle Tipps und Tricks! OffSite-SEO lernen!

Linkbuilding-Methoden

Es gibt verschiedene Taktiken, wie du Links aufbauen bzw. die Linkpopularität erhöhen kannst. Vor allem…

- hochwertige Webverzeichnisse,
- Content-Marketing und
- Gastartikel auf anderen Webseiten sind gängige Linkaufbau-Methoden.

Auf Linkkauf oder Linkmiete verzichtest du lieber – solche Black-Hat-Maßnahmen machen langfristig nur Probleme.
Apropos Probleme: **Achte unbedingt auf die folgenden zwei Punkte!**

1. Schau dir die Websites genau an, auf denen der Link platziert werden soll.

Abgestrafte Websites, die in der Vergangenheit bereits negativ aufgefallen sind, können nämlich weiterhin Links setzen. Im besten Fall ist solch ein Link völlig wertlos und im schlechtesten Fall sogar Gift für deine Sichtbarkeit bei Suchmaschinen.

2. Die Linktexte dürfen nicht überoptimiert sein, da der Google-Penguin-Filter explizit auf diese Manipulationstaktik achtet.

Die besten Links sind all jene, die natürlich entstehen, d. h. entweder ohne dein Zutun oder durch redaktionelle Inhalte, die du aktiv promotest. Mit solchen Verweisen hast du ein **sauberes, sicheres Linkprofil** und beim nächsten Google-Update gleich eine Sorge weniger.

Die besten Linkaufbau-Methoden

Wie bekommt man nun so einen sicheren Link? Bewährt haben sich u. a. folgende Methoden:

- **Gastartikel**: Das Ziel ist es, bei einflussreichen Portalen einen Gastbeitrag inkl. Verlinkung auf deine Seite platzieren zu dürfen. Gastbeiträge sind laut einer SEMrush-Untersuchung derzeit die favorisierte Linkbuilding-Methode.
- **Pressearbeit**: Durch klassische Pressearbeit generierst du hochwertige Backlinks von Zeitungen und großen Magazinen.
- **Reverse Engineering der Konkurrenz-Linkprofile:** Besonders am Anfang lohnt es sich, die Linkprofile der Top-Konkurrenz nachzubauen.
- **Linkable Assets:** Ein Linkable Asset ist ein fantastisches Content Piece auf deiner Website, das du anderen Seiten als Ressource anbietest. Das kann z. B. eine Infografik, ein Rechner-Tool oder eine Checkliste zum Ausdrucken sein. Wichtig ist, dass es noch nichts Vergleichbares in deiner Nische gibt.

- **Verzeichniseinträge**: Obwohl Firmenverzeichnisse und Webkataloge einen schlechten Ruf haben, gibt es dennoch einige Verzeichnisse, die es wirklich bringen. Das gilt vor allem bei neuen Projekten.
- **Linktausch mit Partnern und Lieferanten:** Im kleinen Stil ist diese Methode durchaus in Ordnung und hilfreich. Alles darüber hinaus ist zu Recht verpönt.
- **Testimonial Link Building:** Dein Unternehmen verwendet bestimmt Produkte oder Tools von anderen Firmen. Diesen Firmen kannst du ein Testimonial anbieten. In vielen Fällen bekommst du dafür auch einen Backlink.
- **Roundup Link Building**: Viele Blogs machen sogenannte Roundups, bei denen sie besten Blogartikel aus einem bestimmten Zeitraum „featuren". Solchen Blogs kannst du deine Inhalte vorschlagen.
- **Resource Page Link Building:** Früher gab es fast auf jeder Website eine Seite mit Linktipps. In manchen „langsamen" Nischen gibt es das noch immer. Diese Art von Links ist äußerst wertvoll, weil Linktippseiten für Google teilweise als Authority Hub gelten.
- **Broken Link Building**: Es kann heute schnell mal vorkommen, dass ein Link ins Leere zeigt. Das ist deine Chance, deine eigenen Inhalte als Ersatz für den kaputten Link vorzuschlagen.

Linkbuilding-Strategien für jede Ausgangssituation

Je nachdem, ob deine Seite noch ganz neu oder bereits eine etablierte Marke ist, sind andere Maßnahmen zum Linkaufbau empfehlenswert. In den Videos findest du **Tipps zu verschiedenen Ausgangspositionen.**

Wenn du z. B. eine relativ **neue Website** hast, helfen dir diese 7 Taktiken weiter: https://www.youtube.com/watch?v=pRmSyZG1lkg

Du willst Links aufbauen, hast aber **keine Ressourcen für neuen Content?** Dann versuch es mal damit: https://www.youtube.com/watch?v=bihfH_kwM5M

Deine Website ist bereits etabliert? So kannst du in Sachen Linkaufbau vorgehen: https://www.youtube.com/watch?v=s-fk5p3flvs

Du hast eine neue Website oder ein schwaches Linkprofil und willst einen schnellen Ranking-Boost? Jetzt Backlink-Paket buchen!

Nennungen ohne Backlink

Eine weitere Maßnahme der OffPage-Optimierung ist es, **Unternehmensnennungen aufzubauen**. Diese können entweder verlinkt werden oder ohne Verlinkung bestehen. Auch der Social-Media-Auftritt gehört in gewisser Weise zur OffSite-Optimierung. All diese Faktoren prägen den Ruf einer Marke.

Kurz gesagt:
Die OffPage-SEO ist quasi wie **Mundpropaganda im virtuellen Raum**. Mit Tools wie Google Alerts ist es leichter, Erwähnungen im Netz im Auge zu behalten.

Warum das erwähnenswert ist?

Das Stichwort lautet Google Quality Evaluator Guidelines. Diese Richtlinien verraten, dass der Ruf einer Marke bei der Bewertung von Suchergebnissen eine große Rolle spielt.

Die Guidelines werden von Menschen verwendet, die Google engagiert, um Suchergebnisse objektiv zu bewerten. Das Ziel ist es, anhand solcher **Bewertungen durch echte Menschen** (den sog. Quality Ratern) den Google-Algorithmus noch weiter zu verfeinern. (Mehr dazu erfährst du im Ratgeber zu Google E-A-T!)

Es ist also durchaus wichtig, relevante Erwähnungen aufzubauen. Du hast dabei **folgende Optionen:**

- Verzeichniseinträge
- Bewertungen auf diversen Plattformen
- Forenbeiträge
- Erwähnungen der Marke in Blogbeiträgen oder Zeitungsartikeln
- Erwähnungen auf sozialen Netzwerken

Inwiefern Google tatsächlich auf Social Signals achtet, lernst du im Video: https://youtu.be/Inpk8n2cahQ

Du willst selber aktiv Backlinks aufbauen? In unserer YouTube-Playlist lernst du, wie's geht!

Backlink-Tools

Zum Glück musst du nicht manuell und ganz allein den Überblick über dein Linkprofil und die Erwähnungen deiner Marke bewahren. Es gibt **diverse SEO-Tools**, die dir bei der OffPage-Optimierung das Leben leichter machen und dir z. B. Informationen über die Backlinks der Konkurrenz geben. (Wir arbeiten intern am liebsten mit Ahrefs, SEMrush und Majestic SEO.) Sogar in der Google Search Console findest du bereits Hinweise zu Backlinks. Natürlich kommt es ein bisschen auf das Budget an, was du aus den Tools jeweils rausholen kannst. Zum Abschluss hier eine kleine **Übersicht an kostenlosen und kostenpflichtigen Werkzeugen**. Manche Tools sind doppelt aufgelistet – einfach deswegen, weil du in der Bezahlvariante noch mehr Möglichkeiten hast.

Kostenlose Backlink-Checker

- Ahrefs
- Monitor Backlinks
- Majestic SEO
- Moz Link Explorer

Kostenpflichtige Backlink-Checker

- Ahrefs Site Explorer
- SEMRush Backlink-Analytics
- Majestic SEO
- Moz Link Explorer