



PDF-Report

Version 2.5

Walter B. Walser

kundennutzen.ch

«Inhaltsverzeichnis»

«Der Hyperlink»	3
«Etwas Theorie rund um die Seitenbeschreibungssprache HTML»	3
«Wie finde ich tote Links auf meiner Website?».....	4
«Wie kommen Sie zu Hyperlinks?»	6
«Ausgangspunkt».....	6
«Welche grundsätzlichen Möglichkeiten gibt es, um eine paar Links „abzustauben“?».....	6
«Mustertext für einen Linktausch»	8
«Tipps für nützliche Linklisten»	10
«Vorteile: Firmen-Logos anstatt Textlinks»	10
«Nachteile: Firmen-Logos anstatt Textlinks»	10
«Tipps zu Textlinklisten»	11
«Weitere Informationen vom Autor»	13
«Viele Ideen für mehr Kunden mit Content Marketing»	13
«He Boss, wir brauchen mehr Kunden».....	14
«Gewinne neue Kunden, erhalte Kunden mit E-Mail-Marketing».....	15
«Impressum»	16

«Der Hyperlink»

Hyperlinks oder kurz Links haben das World Wide Web erst in dieser Form möglich gemacht. Ein Link ist nichts anderes als ein digitaler Verweis auf ein Dokument im WWW.

Für Websitebetreiber sind zwei Fragen rund um Links wichtig:

- Wie komme ich zu Links? Wie schaffe ich es, dass andere einen Link zu meiner Website setzen?
- Wenn soll ich verlinken? Nach welchem Schema? Wie erstelle ich eine Linkliste?

Genau um diese beiden Themen geht es in diesem PDF-Report.

«Etwas Theorie rund um die Seitenbeschreibungssprache HTML»

Ein Link besteht aus dem eigentlichen Link (WWW-Adresse resp. URL) und dem entsprechend angezeigten Linktext. Hier einige Beispiele:

```
<a href="http://www.beispiel.xx">angezeigter Linktext</a>
```

Das Beispiel zeigt den Linktext angezeigter Linktext an.

```
<a href="http://www.beispiel.xyz"></a>
```

Auch eine Grafik kann einen Link enthalten.

```
<a href="https://kundennutzen.ch">https://kundennutzen.ch</a>
```

Das Beispiel zeigt den Linktext https://kundennutzen.ch an.

```
<a href="https://kundennutzen.ch">Das Schweizer Online-Marketing Magazin</a>
```

Das Beispiel zeigt den Linktext Das Schweizer Online-Marketing Magazin an.

`Das Schweizer Online-Marketing Magazin`

Das Beispiel öffnet mit dem Parameter `target` einen neuen Tab im Browser für die angeklickte Adresse.

`Das Schweizer Online-Marketing Magazin`

Das Beispiel entwertet mit dem Parameter `nofollow` einen Link für die Suchmaschine Google. Verwenden Sie dieses Attribut für Fälle, in denen Sie auf eine Seite verlinken möchten, aber keine Unterstützung implizieren möchten, einschliesslich der Weitergabe von Ranking Credits an eine andere Website.

Und neu ab September 2019:

`Das Schweizer Online-Marketing Magazin`

Das Beispiel entwertet mit dem Parameter `sponsored` einen Link für die Suchmaschine Google. Dieses Verfahren wird verwendet, wenn man einen monetären Link nutzt, wie zum Beispiel bei einem Werbebanner oder einem Affiliatelink. Siehe auch die Informationen bei [Google](#).

`Das Schweizer Online-Marketing Magazin`

UGC steht für User Generated Content, und das Attribut `ugc` wird für Links innerhalb von User Generated Content empfohlen, wie beispielsweise Kommentare und Forenbeiträge.

«Wie finde ich tote Links auf meiner Website?»

Links haben die Tendenz zum Sterben und zum Nichtfunktionieren. Weil

- sich im Link ein Tippfehler eingeschlichen hat,
- Inhalte gelöscht werden,

- Webseiten gelöscht werden,
- eine Domain temporär nicht erreichbar ist,
- Domains aufgegeben werden.

Doch Achtung: Links können temporär nicht erreichbar sein. Ist der Link auch nach einigen Tagen nicht verfügbar, löschen Sie ihn in Ihrer Website oder suchen Sie wenn möglich eine Alternative.

Um tote Links zu finden gibt es diverse Tools. So beispielsweise als Plugin in Content-Management-Systemen oder als Online-Tools wie beispielsweise

- <https://www.drlinkcheck.com>
Es lassen sich bis zu 2'500 Links kostenfrei überprüfen. Mehr Links gegen Aufpreis.
- <https://www.deadlinkchecker.com>
Überprüft die ersten 2'000 Links.
- <https://columbo.io>
Das Tool findet neben toten Links noch andere Probleme auf einer Website.
- <http://www.check-domains.com/sitemap/index.php>
Das Tool erstellt eine Sitemap (Inhaltsverzeichnis) einer Website und zeigt dabei die toten Links an.
- <https://www.brokenlinkcheck.com/broken-links.php>
Ein weiteres kostenfreies Tool.

Doch Achtung: Ein Link kann auch umgeleitet werden und beispielsweise auf eine Website weisen, die Sie lieber nicht verlinken möchten. Bei diesem Problem können die eben erwähnten Programme nicht helfen. Es ist mir auch keine Software bekannt, die dieses Problem seriös lösen könnte.

Soviel zur einfachen Technik. Auf den nächsten Seiten erhalten Sie viele konzeptionelle Tipps für Ihre Website im Umgang mit Hyperlinks.

«Wie kommen Sie zu Hyperlinks?»

«Ausgangspunkt»

Wenn viele Websitebetreiber einen Link zu Ihnen setzen, erhöht sich damit die Chance, dass Sie bei den Suchmaschinen eine bessere Platzierung mit Ihren Schlüsselwörtern bekommen.

Je mehr Links auf Ihre Website weisen, desto mehr Traffic kommt auf Ihren Server und desto grösser die Chance, Ihren Kundenkreis zu erweitern.

So weit, so gut.

Ein Internetauftritt, zu dem keine Links weisen, wird schlichtweg nicht gefunden. Mit der Link-resp. Domain-Popularität bezeichnet man die Häufigkeit, wie oft von jeweils anderen Angeboten auf eine gewisse Seite verlinkt wird. Um diesen Faktor positiv zu beeinflussen, erfordert es etwas Arbeit.

«Welche grundsätzlichen Möglichkeiten gibt es, um eine paar Links „abzustauben“?»

Konventionelle Anmeldungen

Die eigene Internetadresse wird in hochwertigen Suchmaschinen, Suchkatalogen und Branchenportalen angemeldet. Diese Massnahme sichert eine Grundversorgung an Hyperlinks. Zum Beispiel bei

<https://de.mimi.hu>

<https://tiger.ch/>

<https://www.bunte-suche.de>

Presseveröffentlichungen

Publizieren Sie Ihre aktuellen Firmennews in einem der vielen (kostenlosen) Presseportale. Zum Beispiel bei

<https://www.firmenpresse.de>

<https://www.presseportal-schweiz.ch>

Linktausch mit Partnern

Sprechen Sie mit Kollegen, Lieferanten, Verbänden und Kunden und bitten Sie sie um einen Link. Liefern Sie den gewünschten Linktext gleich mit.

Foren I

Hinterlassen Sie bei Ihren Einträgen in Diskussionsforen eine einfache Adressen-Signatur. Prüfen Sie jedoch zuerst, ob der Forenbetreiber solche Signaturen mit Links erlaubt.

Foren II

Hinterlassen Sie in Diskussionsforen die WWW-Adresse einer Ihrer Webseiten, die die Frage des anderen beantwortet.

Ein konventioneller Linktausch mit ergänzenden Websites

Pflegen Sie den Linktausch mit Websites, die Ihr Angebot nicht konkurrenzieren, jedoch ergänzen. Bevorzugen Sie auf alle Fälle den Linktausch mit Auftritten mit ähnlichen Branchenbegriffen. Recherchieren Sie die entsprechenden Sites und finden Sie den Namen des Webmasters oder einer Kontaktperson aus dem Marketing/Verkaufsumfeld heraus.

Formulieren Sie ein persönliches E-Mail mit Ihrer Anfrage oder verwenden Sie das Kontaktformular auf der Website des potenziellen Linkpartners.

Vermeiden Sie E-Mails, die wie Massenmails resp. Spam wirken. Liefern Sie den Text und die URL für den Linktausch. Vor einer Anfrage verlinken Sie Ihren Partner, schreiben Sie ihn an und nennen Sie die Webseite mit dem Link. Bitten Sie um einen Gegenlink und bedanken Sie sich bei einer vollzogenen Verlinkung. Kommt die Verlinkung nicht zustande, können Sie den Link immer noch löschen.

Ach ja, wundern Sie sich nicht, wenn der angeschriebene, potenzielle Linkpartner Ihnen nicht antwortet.

«Mustertext für einen Linktausch»

Betreff: Verlinkung mit Ihrem Angebot im Internet

Sehr geehrter Herr ...

Wir sind eine Firma mit qualifizierten Angeboten aus dem Bereich ... Unter der Internetadresse <https://www...> bieten wir unsere Angebote im Web an.

Durch eine Recherche bei Google stiessen wir auf Ihr Angebot und möchten Sie auf diesem Wege fragen, ob Sie an einer Verlinkung mit uns interessiert sind.

Ihr Angebot ergänzt sehr gut unsere Produkt-/Dienstleistungs-Palette und hier bietet sich eine Verlinkung untereinander geradezu an. Das Ergebnis einer solchen Verlinkung könnte ein profitables, beiderseitiges Zusatzgeschäft bedeuten, da wir nicht in Konkurrenz stehen.

Es würde uns freuen, wenn Sie unseren Verlinkungsvorschlag annehmen würden.

Einen Link zu Ihrem Angebot haben wir bereits unter <http://www...> veröffentlicht.

Unter der E-Mail-Adresse ...@... können Sie per E-Mail mit uns Kontakt aufnehmen, so dass wir unbürokratisch und vor allen Dingen in kürzester Zeit eine profitable Verlinkung unserer beiden Webangebote bewerkstelligen können.

Für Ihr freundliches Interesse bedankt sich

...

Ein optimierter Linktausch

Ein gegenseitiger Linktausch ist suchmaschinentechnisch gesehen allerdings zweite Wahl. Wenn zwei Firmen sich gegenseitig in den höchsten Tönen loben, wären Sie da nicht ein bisschen misstrauisch? Eben!

Besser Sie haben die Möglichkeit sich im Dreieck zu verlinken: A setzt einen Link auf B und B setzt dafür einen Link auf C. Wenn Sie also zwei Domänen in einem ähnlichen Segment besitzen (hier im Beispiel A und C) lässt sich so was bestens durchführen. Haben Sie jedoch nur eine Domain, so ist der konventionelle Linktausch immerhin ein guter Anfang.

Bieten Sie etwas Kostenloses an

Kostenlose Schnäppchen sind recht einfach zu promoten. Tragen Sie sich dafür in Kostenlos-Portale ein. Blogs berichten gerne über solche Schnäppchen. Und schon haben Sie wieder den einen oder anderen Link. Bieten Sie zum Beispiel folgendes an:

Gewinnspiele, Freeware, WordPress-Vorlagen, Webdesign-Vorlagen, Textverarbeitungs-Vorlagen, eine nützliche Browser-Erweiterung, ein lehrreiches Tutorial, ein gutes E-Book, einen E-Mail-Kurs oder sonst etwas Praktisches zum Herunterladen.

Blog

Bei den meisten Blogs kann man bei den Kommentaren die eigene Webadresse erfassen. Verwenden Sie diese Funktion jedoch nicht zum Spammen. Das führt nur zur Löschung Ihres Eintrages. Erfassen Sie nur Kommentare, die für den Leser einen Nutzen bedeuten. Alternative: Einige der Blogs ermöglichen es einen Gastbeitrag zu veröffentlichen. Solche Beiträge enthalten jeweils eine Vorstellung des Autors mit einem Link zu seiner Webpräsenz.

Portale

Viele Portale ermöglichen es Testberichte, Rezensionen und Bewertungen zu schreiben. Bei einigen dieser Portale kann der Autor jeweils einen Link zu seiner Website hinterlassen.

Gute Fachbeiträge (Linkbaiting)

Erfassen Sie auf Ihrer eigenen Website gute und werbelose Fachbeiträge, die andere Websitebesitzer gerne verlinken.

Kostenpflichtige Werbung

Leisten Sie sich kostenpflichtige Werbung im WWW. Buchen Sie Text- oder Werbebanner in geeigneten Medien. (zum Beispiel Google Ads, Facebook Ads oder Instagram-Ads)

Fazit

Die Planung und Organisation von Links gehört zur Website-Promotion. Ohne ein gewisses Mass an Know-how, Arbeit und Disziplin geht es allerdings nicht.

«Tipps für nützliche Linklisten»

Hyperlinks machen das WWW aus. Deshalb verfügt jede anständige Website über externe Links. Wer Links will, muss auch selber verlinken. Wie kann eine liebevoll zusammengestellte Linkliste aussehen? Worauf ist zu achten? Geduld, verehrter Leser, wir wollen es sofort erzählen.

Oftmals sieht man reine Firmen-Logos als externe Links. Welche Vor- und Nachteile hat dieses System?

«Vorteile: Firmen-Logos anstatt Textlinks»

Viele bunte Farben

Der einzige Vorteil ist, dass bunte Firmenlogos etwas Farbe in die Website bringen. Wenn Sie nur wenige Logos haben, ist diese Darstellungsform kein Problem.

«Nachteile: Firmen-Logos anstatt Textlinks»

Geschwindigkeit des Seitenaufbaus

Zu viele Logos auf einer Seite bedeuten einen eher langsamen Seitenaufbau. Vor allem, wenn Sie die Grafiken nicht komprimiert haben.

Aussagekraft

Sagen die Logos was aus? Wahrscheinlich werden die meisten Firmen-Logos den Besuchern überhaupt nichts sagen. Welcher Link könnte interessant sein? Da helfen die bunten Bildchen einfach nicht weiter.

Quelle

Woher die Logos nehmen? Entweder Sie sprechen den Linkpartner darauf an oder Sie kopieren sie von seiner Website herunter. Sollte die Website mit der Flashtechnik gemacht sein, wird es schon wesentlich schwieriger.

Zuschneiden der Logos

Wenn Sie die Logos von der fremden Website herunterladen, kann es sein, dass dieses Logo nicht als einzelne Datei vorhanden ist. Also müssen Sie das Logo noch ausschneiden und bearbeiten.

Vergrössern / verkleinern der Logos

Logos sollten für eine saubere Seite alle gleich breit sein. Da Sie die Logos aus verschiedenen Quellen haben wird das ein kleines Problem. Wenn Sie Logos vergrössern, müssen Sie mit einem Qualitätsverlust rechnen. Auch das Verkleinern von Logos mit vielen Details kann ein schlechtes Ergebnis produzieren.

Die Höhe beachten

Nun sind zwar alle Logos gleich breit, aber nun dürften Sie einige Logos haben, die die verschiedensten Höhenmasse haben. Aus optischen Gründen platzieren Sie eventuell alle Logos nebeneinander, die ähnlich hoch sind. Sobald ein neues Logo eintrifft, können Sie mit der ganzen Gestalterei und Umplatziererei neu beginnen.

Zeit ist definitiv Geld

Der Einbau eines Logo-Links kann Sie aus den erwähnten Gründen bis zu 15 Minuten Zeit kosten. Sie werden sich in Zukunft deshalb immer mehrmals überlegen, ob Sie tatsächlich noch einen Link setzen werden... Schade eigentlich. Sicher möchten Sie Ihre kostbare Zeit für das Onlinemarketing effektiver einsetzen.

Legal

Betrachten Sie noch die juristische Seite. Haben Sie das Recht auf Ihrer Site das Firmenlogo einer anderen Firma anzuzeigen?

«Tipps zu Textlinklisten»

Reiner, nackter Link

Sie haben sich nun entschlossen die Links in einer Textliste anzulegen. Zum Beispiel nur www.marketing.xyz. OK. Bei dieser Domain geht es wohl um Marketing.

Was aber hilft einem Surfer ein Link in der Form www.mueller-sohn.xyz? Wer nicht gerade sehr neugierig ist, wird diesen Link nicht anklicken.

«Tipp: Auch wenn über die Linkliste Ihre Besucher Ihren Internetauftritt verlassen, ist hier die Liebe zum Detail gefragt.»

Wieso verlinkt?

Nennen Sie also nicht nur die WWW-Adresse, sondern formulieren Sie zu jedem Internetauftritt eine kleine Beschreibung. Zählen Sie die Vorteile auf, die sich hinter einem Link verbergen. Wieso sollte man sich den Link ansehen? Wie kann der Surfer

davon profitieren? Ein Link ist ja eine Art Empfehlung. Wieso empfehlen Sie gerade diesen Link? Setzen Sie nur Links, die Sie wirklich empfehlen können.

Drucken mit URL

Wenn Sie sich eine gute Linkliste aufgebaut haben, kann ein Besucher in die Versuchung kommen, die Liste auszudrucken. In diesem Fall sollten Sie als Linktext die Domain nennen. Ohne URL nutzt die gesamte Liste auf Papier gar nichts. Selbstverständlich sollte diese Webseite, resp. die ganze Website, druckoptimiert sein.

Sparsam

Ein neuer Link ist mit Beschreibung in 1 bis 2 Minuten gesetzt.

Übersichtlichkeit

Gestalten Sie die Linkseite so übersichtlich wie möglich. Setzen Sie eventuell Untertitel je Linkart. (Links zum Thema der Website, Kunden, Lieferanten, Partner, private Websites, etc.). In der Regel gilt: je wichtiger der Link, desto weiter oben soll er erscheinen.

Kein JavaScript-Link

Verstecken Sie die Linklisten nicht hinter JavaScripts. Suchmaschinen können JavaScript-Code nicht auswerten und diese Links sind für die Suchmaschinen nicht existent.

Ergänzung des eigenen Angebotes

Verlinken Sie vor allem Linkpartner, die Ihr Angebot idealerweise ergänzen.

Qualität beachten

Qualität geht vor Quantität. Es zählt nicht die Anzahl, sondern deren Nutzen für den Surfer.

Links in neuem Fenster

Verlinken Sie die fremden URLs so, dass sie in einem neuen Fenster öffnen.

Aktualität

Kontrollieren Sie regelmässig, ob Ihre Linkliste noch aktuell ist. Es ist oft peinlich, wie viele tote Links es in vielen Linklisten gibt.

Links ausserhalb der Linklisten

Selbstverständlich dürfen Sie Ihre Linkpartner ausserhalb Ihrer Linkliste verlinken. Wenn es auf der entsprechenden Webseite einen Sinn macht, jederzeit.

«Weitere Informationen vom Autor»

Der Autor dieser Seiten hat über 30 E-Books geschrieben. Sehen Sie hier die drei bekanntesten Werke:

«Viele Ideen für mehr Kunden mit Content Marketing»

Wer im World Wide Web mit Content-Marketing erfolgreich sein will, braucht gute Inhalte. Die Webpräsenz, der Newsletter und die Social-Media-Kanäle fordern immer mehr perfekte Inhalte. Doch woher die guten Inhalte nehmen? Dieses Kindle E-Book liefert dem Leser Hunderte von praxisnahen Ideen. Garantiert! Erfahren Sie jetzt

- Was brauchen Sie um sehr gute Inhalte zu generieren?
- Um welche Form von Inhalten geht es in der Praxis?
- Wie organisieren Sie Content im Outsourcing-Verfahren?
- Wie können geschriebene Texte verwendet werden?
- Welche Tätigkeiten lassen sich gut outsourcen?
- Wie können neue Fachbeiträge vorbereitet werden?
- Wie werden die Fachbeiträge vermarktet?
- Spezielle Tipps für Social Media
- Welche Webseiten Sie für Ihre Webpräsenz erstellen müssen?
- Wo finden Sie Ideen für Inhalte?
- Inklusiver einer grossen Ideen-Datenbank



[Jetzt bei Amazon herunterladen](#)

[Jetzt bei Xinxii als PDF-Datei herunterladen](#)

«He Boss, wir brauchen mehr Kunden»

Sind Landeseiten, Squeeze-Pages und Follow-Up-Autoresponder böhmische Dörfer für Sie? Dieses Kindle E-Book wird das ändern. Erfahren Sie, wie Sie mit Online-Marketing in Zukunft automatisch mit neuen Kunden versorgt werden. Garantiert!

In diesem E-Book erfahren Sie

- welche Geschenke eingesetzt werden können,
- wie Sie zu einem adäquaten Geschenk kommen,
- was eine Squeeze-Page ist und wie Sie davon profitieren,
- wie Sie mit einem digitalen Geschenk Ihre Websitebesucher begeistern,
- wie Sie die Landingpage zum Konvertieren bringen,
- was eine Landeseite ist und was Sie daraus machen können,
- wie Sie zu einer Landingpage kommen,
- wie Sie Kontaktadressen gewinnen,
- wie Sie mit diesen Kontaktadressen umgehen,
- wie Sie das Vertrauen Ihrer Besucher gewinnen,
- und wie Sie Besucher auf Ihren Webauftritt bekommen!



[Jetzt bei Amazon herunterladen](#)

[Jetzt bei Xinxii als PDF-Datei herunterladen](#)

«Gewinne neue Kunden, erhalte Kunden mit E-Mail-Marketing»

E-Mail-Marketing ist eine der grossen und wichtigen Marketingmassnahmen im Internet. Doch wie startet man? Erfahren Sie u.a. in diesem neuen PDF E-Book:

- 9 Gründe, wieso Sie Newsletter abonnieren sollten
- wie Sie einen komplett neuen Newsletter planen
- welche Formate es gibt
- wie Sie einen Newsletter gestalten
- wie Sie zu nützlichen und guten Beiträgen kommen
- kopieren Sie die Textbausteine oder passen Sie diese an
- wie Sie Adressen für den eigenen Verteiler generieren
- wie Sie Ihren Newsletter am besten testen
- was Sie über die Technik alles wissen sollten
- wie Sie die E-Mails versenden
- was ist Sequenz-Marketing und wie Sie es optimal einsetzen
- und welche häufigen Fehler Sie im E-Mail-Marketing unbedingt vermeiden müssen



[Jetzt bei Xinxii herunterladen](#)

«Impressum»

Walser Organisation

CH - 9424 Rheineck

Tel. ++41 / 71 / 890 01 90

<https://kundennutzen.ch>

Danke, dass Sie den PDF-Report „Alles was Sie schon immer über die Verlinkung wissen wollten“ gelesen haben. Ich hoffe, dass Ihnen dieser PDF-Report geholfen hat. Alles Gute und viel Erfolg im Internet!

Ihr Walter B. Walser

Stand: 31.01.2020 / Version: 2.5

Diese Checkliste ist Freeware. Sie können die Datei unentgeltlich Ihren Freunden und Bekannten weitergeben, es auf Ihrer Website zum kostenlosen Download anbieten, es als Bonus zu Ihren Produkten anbieten, auf anderen Datenträgern veröffentlichen, etc.

Voraussetzung für die Weitergabe ist, dass immer nur die unveränderte Originaldatei weitergegeben wird und der Inhalt in keiner Weise verändert wird. Die Weitergabe gegen Entgelt ist ausdrücklich untersagt. Reproduktion, auch auszugsweise, nur unter Verwendung der Quellenangabe <https://kundennutzen.ch>