

# Verlinken: 8 klassische Link-Arten

Das Wesen des Netzwerkes lässt sich auf die simple Formel reduzieren: *Geben und Nehmen* – exakt in dieser Reihenfolge. Wie kein anderes Medium zuvor hat das Internet das Netzwerken revolutioniert, und wohl kein anderer Begriff drückt die Ambivalenz des Netzwerk-Prinzips so konzentriert aus wie das *Verlinken*. Wenn Blogger sich untereinander verlinken, dann ist das auch ein Nehmen und Geben: Der Eine nimmt Informationen auf und gibt Leserinteresse weiter, der andere zieht Leser an, um neue Informationen der Diskussion hinzuzufügen. So oder so: Beide haben etwas davon – und das Ergebnis ist mehr wert als die Summe seiner Teile. Allerdings gibt es verschiedene Link-Arten...

## Diese Link-Arten sollten Sie verwenden

Links können viele verschiedene Aufgaben erfüllen oder gar sublimen Aussagen treffen. Wir stellen Ihnen acht Link-Arten vor, die Sie kennen sollten:

### 1. Der Quellen-Link.

„*Nenne deine Quellen!*“, lautet eines der Credos der Blogosphäre – durchaus zu Recht. Wer sich auf wissenschaftliche Studien, Statistiken, Umfragen und dergleichen beruft, sollte diese Quellen verlinken. So hat der Leser, die Chance, die Zahlen zu überprüfen – aber auch die Schlussfolgerung des Autors besser einzuschätzen. Wir versuchen das so oft wie möglich zu beherzigen, es gelingt aber nicht durchgängig. Etwa dann, wenn die Quelle aus einer gedruckten Vorlage stammt, im Internet aber (noch) nicht oder nicht mehr zu finden ist.

### 2. Der Inspirations-Link.

Das Netz ist voller Informationen, Gedanken, Geschichten. Die Qualität mag stark variieren – das hat sie mit dem Geschmack gemein –, trotzdem regen mich fremde Gedanken fast immer an. Häufig ist Kreativität ja auch nichts anderes, als zwei alte Gedanken neu zu verknüpfen. Aber dazu braucht es eben erst einmal zwei alte. Entsprechend gehört es zur guten Sitte in Blogs, solche Inspirationsquellen zu verlinken.

### 3. Der Glossar-Link.

Manchmal verwenden wir in einem Artikel Fachbegriffe, manchmal Namen (oder Zitate) von historischen Personen oder Wissenschaftlern. In all diesen Fällen würde eine Erklärung oder ein Abriss des Lebenslaufs der erwähnten Person den jeweiligen Beitrag nur aufblähen. Der Link ersetzt hier das Glossar: Wer nachschlagen will, was gemeint ist, klickt einfach auf das verlinkte Wort.

### 4. Der Ergänzungs-Link.

Gerade bei komplexen Themen, kann es sinnvoll sein, sich auf einen Aspekt zu konzentrieren und diesen dafür umso tiefer zu behandeln. Der Versuch,

beispielsweise alles zum Thema „Bewerbung“ in einen Beitrag zu packen, endet nicht mit einem Artikel, sondern mit einem Buch. Hier helfen weiterführende Links, die angesprochenen Aspekte zu ergänzen und extern zu erweitern. Gerade das sind die Vorzüge des Internets, besonders aber von Blogs, die damit Ihren Lesern im Subtext viel Recherchearbeit abnehmen. Voraussetzung ist freilich, die Links sorgfältig zu wählen.

## 5. Der selbstreferenzielle Link.

Wirkt latent eitel, hat aber Sinn: ein Link, der auf einen eigenen Beitrag verweist. Gerade wer sich in seinem Blog auf ein Thema konzentriert, wird zwangsläufig einander angrenzende, wenn nicht gar ergänzende Inhalte beschreiben. Da diese selten hintereinander erscheinen, nehmen solche Links den (neuen) Lesern die Mühe ab, danach zu suchen. Aber auch unter SEO-Gesichtspunkten haben solche Links Vorteile: Sie vernetzen das Blog stärker und werten den verknüpften Beitrag auf.

## 6. Der Lesetipp-Link.

Der Klassiker – vor allem, wenn man gerade keine Lust hat, selbst etwas zu formulieren oder an akuter Schreibblockade leidet: Bei einigen Bloggern heißen solche Beiträge *Lesetipps*, *Der Link am Morgen* oder *Fundsachen*. Es sind Stücke, die man in anderen Blogs aufschnappt, sammelt und seinen Lesern in der Regel als Sammelsurium darreicht. Und natürlich sind solche Linksammlungen immer auch ein Dankeschön an die Urheber, deren Beitrag einem immerhin so gut gefallen hat, dass man ihn weiterempfiehlt.

## 7. Der Gag-Link.

Wir selbst machen das nur selten, weil sich dieses Stilmittel sonst a) abnutzt und b) latente Leserirreführung ist: Einen Link setzen, der zu nichts führt – außer zu Klamauk. Grundsätzlich erleichtert Humor jedes noch so schwere Thema und gehört zu einem Blog zuweilen dazu. Das Leben ist ja auch nicht nur bierernst. Allerdings sollte man damit vorsichtig sein: Ironie ist, wenn's der Leser nicht versteht. Bei solchen Verknüpfungen stellt sich leicht der Eindruck ein, der ganze Beitrag sei vielleicht nicht ernst gemeint oder aber die Leser vermuten künftig hinter jeder verlinkten Zeile Nonsens. Damit verpuffen aber zugleich die Chancen der oben genannten Link-Typen.

## 8. Der Link-Link.

Das gezielte Permalinken, auch Linkbaiting genannt, ist eine klassische Form, um für sein Blog mehr Aufmerksamkeit und Traffic zu erzielen. Dazu wird der Beitrag mit einem (ganz wichtig) ebenso stark frequentierten wie vernetzten Top-Blog aufgegriffen, weitergesponnen und natürlich per Trackback verknüpft, so dass die dortigen Leser angelockt werden. Das funktioniert, keine Frage – wird aber nur gerne gesehen, wenn der verlinkte Artikel sich auch wirklich auf den Ursprungstext bezieht. Andernfalls nennt sich das *Link-Spam* und ist eine Unsitte.