



Linkbuilding in Japan

MANAGEMENT SUMMARY

Die meisten ausländischen Unternehmen betreten den japanischen Markt mit einer bewährten Linkbuilding-Strategie: Outreach, Gastbeiträge und Digital PR.

Doch schon nach wenigen Wochen scheitert dieses Konzept. E-Mails bleiben unbeantwortet. Anfragen werden ignoriert. Und die erhofften Links bleiben aus. Was in westlichen Märkten hervorragend funktioniert, bringt in Japan kaum oder gar keinen Ertrag. Es ist ein grundlegendes strukturelles Missverständnis.

EIN ANDERES SYSTEM

Japans Link-Ökosystem funktioniert nach grundlegend anderen Prinzipien:

- Vertrauen ist die Voraussetzung für Zugang
- Institutionen wiegen schwerer als Individuen
- Beziehungen schlagen Taktiken

Die Konsequenz: Beim Linkbuilding in Japan geht es darum, sich darauf einzustellen, wie Autorität und Glaubwürdigkeit dort strukturell aufgebaut werden.



VIER STRUKTURELLE UNTERSCHIEDE

Die japanische Link-Landschaft wird von vier Kernfaktoren geprägt:

Faktor	Auswirkung
Anonymität von Publishern	Eingeschränkter Zugang für Outreach
Dominanz etablierter Medien	Institutionelle Gatekeeper
Beziehungen an erster Stelle	Kaltakquise scheitert
Regulatorische Sensibilität	Strengere Prüfungen von Links

ANONYMITÄT BESCHRÄNKT DEN ZUGANG

Viele japanische Publisher agieren ohne sichtbare Autorenangaben oder öffentlich zugängliche Kontaktdaten.

Im Gegensatz zu westlichen Märkten bedeutet das:

- Keine klaren Ansprechpartner für den Outreach
- Eingeschränkte direkte Kommunikationskanäle
- Höhere Markteintrittsbarrieren

Das Ergebnis: Kaltakquise ist oft nicht nur ineffektiv, sondern schlichtweg unmöglich.

MEDIENLANDSCHAFT MIT INSTITUTIONELLEM CHARAKTER

Domains mit hoher Autorität werden in Japan von großen Konzernen kontrolliert.

Typische Beispiele hierfür sind:

- Nikkei
- ITmedia
- Yahoo Japan News

REDAKTIONELLER ZUGANG FOLGT FESTEN STRUKTUREN

Um in japanischen Medien stattzufinden, **sind in der Regel bestimmte Voraussetzungen nötig:**

- Pressemitteilungen
- Bestehende PR-Beziehungen
- Interne redaktionelle Freigabeprozesse

Der entscheidende Unterschied: Redaktionelle Entscheidungen werden im Konsens getroffen und hängen nicht von Einzelpersonen ab.

WARUM KALTAKQUISE SCHEITERT

Kaltakquise steht im Widerspruch zu den **traditionellen japanischen Geschäftsnormen:**

- Keine bestehende Beziehung (En / 縁)
- Wird als aufdringlich empfunden
- Wird oft schon durch Kontaktformulare herausgefiltert

Zusätzliche Hürden:

- Ausländische Domains mindern die Glaubwürdigkeit
- Sprachliche Nuancen sind oft fehlerhaft

WESTLICHE TAKTIKEN VS. REALITÄT

Taktik	Ergebnis in Japan	Risiko
Kaltakquise	Wird ignoriert	Gering
Gastbeiträge	Werden abgelehnt	Medium
Bezahlte Links	Werden aufgedeckt	Hoch
Linktausch	Gilt als unprofessionell	Hoch
PBNs (Private Blog Networks)	Werden neutralisiert	Sehr hoch

DAS EIGENTLICHE RISIKO

Die größte Gefahr ist ein **bleibender Imageschaden**:

- Minderwertige Links signalisieren Manipulation
- Kleine SEO-Community → Muster werden schnell erkannt
- Von Google-Penalties erholt man sich in Japan deutlich schwerer



AUTORITÄT IM JAPANISCHEN MARKT

Japans Link-Ökosystem folgt einer klaren Struktur:

Stufe	Quellentyp	Mehrwert
1	Nationale Medien	Markenautorität
2	Presse- und PR-Plattformen	Link + Distribution
3	Bewertungsportale	Vertrauen + Leads
4	Verbände & Organisationen	Institutionelle Glaubwürdigkeit
5	Nischen- & Fachmedien	Themenrelevanz

STUFE 1: MEDIENAUTORITÄT

Spitzenpublikationen sind der Maßstab für Glaubwürdigkeit:

- Nikkei
- Toyo Keizai Online
- ITmedia

Wichtige Nuance:

- Links sind häufig auf „no-follow“ gesetzt
- Der Wert entsteht primär durch Entity- und Markensignale

STUFE 2: PRESSE- UND PR-PLATTFORMEN

Pressemitteilungs-Plattformen spielen in Japan eine zentrale Rolle.

Die wichtigste Plattform:

- PR Times

Weitere relevante Anbieter:

- ValuePress
- @Press

WARUM PRESSE-PLATTFORMEN FUNKTIONIEREN

Im Gegensatz zu westlichen Märkten bieten Pressemitteilungen in Japan **entscheidende Vorteile:**

- Sie generieren dauerhaft indexierte Seiten
- Sie liefern wertvolle Do-Follow-Links
- Sie verbreiten Inhalte direkt in etablierte Medien-Ökosysteme (Syndizierung)

Damit erfüllen sie eine Doppelfunktion als:

- Instrument für das Linkbuilding
- Infrastruktur für die Distribution

STUFE 3: BEWERTUNGS- UND VERGLEICHSPLATTFORMEN

Vergleichsportale (**Hikaku-Sites / 比較サイト**) sind auf dem japanischen Markt von entscheidender Bedeutung.

Wichtige Beispiele:

- Boxil
- ITreview

Ihre Funktionen:

- Sie beeinflussen Kaufentscheidungen maßgeblich
- Sie liefern hochgradig autoritäre Backlinks
- Sie belegen Top-Platzierungen in den Suchergebnissen (SERPs)

STUFE 4: INSTITUTIONELLE LINKS

Branchenverbände und Regierungsbehörden senden die stärksten Vertrauenssignale (Trust Signals) auf dem Markt.

Beispiele:

- METI (Ministry of Economy, Trade and Industry / Ministerium für Wirtschaft, Handel und Industrie)
- JISA (Japan Information Technology Services Industry Association)

Die Auswirkung:

- Sie signalisieren unanfechtbare Seriosität und Legitimität
- Sie bauen langfristige Autorität auf

STUFE 5: NISCHEN-AUTORITÄT

Fachpublikationen und Blogs verleihen Inhalten eine tiefgehende thematische Relevanz.

Diese Links:

- Sind wesentlich schwerer zu generieren
- Setzen bestehende geschäftliche Beziehungen voraus
- Bauen über Zeit hinweg kontinuierlich Relevanz auf

WAS TATSÄCHLICH FUNKTIONIERT

Erfolgreiches Linkbuilding in Japan folgt einer klaren Systemlogik und **basiert auf fünf Säulen:**

- Eine kontinuierliche Frequenz bei Pressemitteilungen (PR-Cadence)
- Der gezielte Aufbau langfristiger Medienbeziehungen
- Präsenz auf relevanten Plattformen (Verzeichnisse, Bewertungsportale)
- Die Kooperation mit Institutionen und Verbänden
- Die Erstellung von einzigartigem, hochwertigem Content (Original Content)

DAS STRATEGISCHE KERN-FRAMEWORK

Strategie	Funktion
PR-Times-Programm	Aufbau der grundlegenden Autorität
Medienbeziehungen	Erzielung hochkarätiger Berichterstattung
Bewertungs- & Vergleichsplattformen	Stärkung des Vertrauens im Mid-Funnel
Verbände & Organisationen	Senden institutioneller Vertrauenssignale
Research-Content & Studien	Gewinnung organischer Erwähnungen und Zitate (Citations)

DIE ROLLE VON CONTENT

In Japan werden Links durch Content anders verdient als im Westen.

Besonders erfolgreiche Formate:

- Eigene Marktforschung und Studien
- Umfassende Branchenberichte
- Leitfäden zu regulatorischen und rechtlichen Änderungen
- Glossare und fachspezifische Nachschlagewerke

Der Grund: Diese Formate passen perfekt zum ausgeprägten Verifizierungsbedürfnis (Verification-Driven Behavior) des japanischen B2B-Marktes.

ERWARTUNGEN AN DEN ZEITRAHMEN

Phase	Strategischer Fokus
Monat 1–3	Fundament legen (PR, Verzeichnisse & Listings)
Monat 4–6	Erste spürbare Dynamik (Early Traction)
Monat 7–12	Sichtbares Wachstum der Autorität
Ab Jahr 2	Exponentielle Effekte (Compounding Results)

Kernelement: Linkbuilding in Japan ist ein langfristiger Prozess – dafür sind die Ergebnisse extrem nachhaltig und krisensicher.

TECHNISCHE BESONDERHEITEN

- .jp-Domains steigern das Vertrauen und die Erfolgsquote im Linkbuilding erheblich.
- Ankertexte sollten primär markenbezogen (Branded) oder natürlich formuliert sein.
- No-Follow-Links besitzen auf dem japanischen Markt echten algorithmischen Wert.

Ein entscheidender Wandel: Markensignale (Brand Signals) sind heute genauso wichtig wie klassische Link-Attribute.

LINKBUILDING TRIFFT AUF KI-SUCHE

Linkbuilding erfüllt heute eine entscheidende Zweitfunktion:

Sichtbarkeit in KI-Systemen:

- KI-Tools zitieren gezielt Drittquellen zur Verifizierung von Fakten.
- Bewertungsportale und PR-Inhalte gehören zu den am häufigsten referenzierten Quellen.
- Autorität reicht heute weit über klassische Google-Rankings hinaus.

Das Ergebnis: Modernes Linkbuilding wandelt sich direkt zu strategischem Citation Building (dem Aufbau von Erwähnungen und Zitaten im KI-Ökosystem).

ZUSAMMENFASSUNG

Der japanische Markt belohnt eine völlig andere Art von SEO.

Worauf es NICHT ankommt:

- ✗ Skalierung um jeden Preis
- ✗ Schnelle, kurzfristige Erfolge
- ✗ Massenhaftes, unpersönliches Outreach-Volumen

Was stattdessen zählt:

- ✓ Unbedingte Glaubwürdigkeit
- ✓ Kontinuität und Ausdauer
- ✓ Institutionelle Präsenz und Verankerung

Die Erfolgsstrategie: Bauen Sie Autorität genau so auf wie etablierte japanische Unternehmen: **Mit Bedacht, maximaler Transparenz und an den richtigen Stellen!**

Über uns



Tokyo SEO Maker unterstützt globale B2B-Unternehmen dabei, ihre digitale Strategie für den japanischen Markt anzupassen – von Lokalisierung und SEO-Architektur bis hin zu Plattformstrategie und Conversion-Optimierung.

MÖCHTEN SIE STRATEGISCH IN DEN JAPANISCHE MARKT EINSTEIGEN?

Jetzt [Tokyo SEO Maker](#) kontaktieren und Ihre Marktbereitschaft überprüfen lassen.

WIR STEHEN IHNEN MIT ERSTKLASSIGEM SUPPORT ZUR SEITE

