



09.12.2019 12:08 CET

Die beste URL für Suchmaschinen

Eine verständliche URL hilft Menschen und Google. Suchende können über die URL besser beurteilen, ob die Seite ihre Frage beantwortet. Google kann Inhalte mit einer klaren und strukturierten URL besser interpretieren und bewerten. Dieser Blogartikel unterstützt Sie dabei, eine SEO- und menschenfreundliche URL umzusetzen.

Kurze URLs sind besser

Die Länge einer URL und das Ranking im Google Suchergebnis hängen zusammen. Ob eine kurze URL ursächlich für eine bessere Platzierung ist, ist schwer nachweisbar. Dennoch ist es empfehlenswert, die URL kurz zu halten. So kann der Besucher besser erkennen, was er auf der Seite erwarten kann.

In den Suchergebnisseiten schneidet Google ab einer bestimmten Pixelbreite eine URL ab. Hier hilft die Faustregel: Halten Sie die URLs so kurz wie möglich – bei der maximalen Aussagekraft.

Verständliche URLs

URLs sollten für einen Menschen verständlich sein und nicht die kryptischen Einstellungen eines CMS wiedergeben.

Gut: meinedomain.de/kategorie/produkt Schlecht: meine-domains/cms/publish/documents/post?id=12743&kw=kategorie+unterkategorie+produktname

Subdomain oder Unterverzeichnis

Inhalte können entweder auf Subdomains oder Verzeichnisse verteilt werden, wenn sie zur Hauptseite gehören aber getrennt davon präsentiert werden sollen. Egal ob sie in einem Unterverzeichnis oder unter einer Subdomain abgelegt sind: Google versucht zu identifizieren, ob die Inhalte der Hauptseite zuzuordnen sind oder ob sie als zu trennenden Inhalte zu verstehen sind. Nach Aussage von Google sollen keine Nachteile entstehen, unabhängig davon für welche Variante man sich entscheidet.

Dennoch empfehlen viele SEO-Experten die Inhalte wie beispielsweise Blogs in Unterverzeichnissen abzulegen und auf Subdomains zu verzichten. John Mueller von Google rät lediglich von Wildcard-Subdomains ab.

Beispiel:

blog.united-domains.de united-domains.de/blog/

Keywords und strukturierte Unterverzeichnisse

Zur Frage, ob für Google ein Keyword in der URL ein Ranking-Faktor ist, sagt John Muller (Google Switzerland):

I believe that's a very small ranking factor. So it's not something I'd really try to force. And it's not something I'd say it's even worth your effort to kind of restructure your site just so you can include keywords in the URL.

Es ist dennoch sinnvoll eine verständliche Seitenstruktur zu schaffen und

Keywords zu verwenden. Die größte Herausforderung für eine gute URL-Struktur ist es, die Entwicklung der nächsten Jahre zu antizipieren und so eine schlüssige Verzeichnisstruktur zu schaffen.

Beispiel: `meinedomain.tld/kategorie/produkt`

In dieser URL werden die Informationen fein genug aufgeschlüsselt. So lassen sich einfach neue Produkte hinzufügen, ohne die URL-Struktur später modifizieren und Weiterleitungen für die umgezogenen Seiten anlegen zu müssen.

Stoppwörter und unwesentliche Informationen in der Domain und der URL

Wörter und Zeichen in der URL und der Domain, die dem Suchenden keinen signifikanten Informationswert bieten, sollten gestrichen werden. Sie rauben wichtigen Keywords und Informationen den Platz.

Stoppwörter werden bei einer Indexierung nicht beachtet, da sie häufig auftreten und keine Relevanz für die Interpretation des Textinhalts haben. Auch wenn Suchmaschinen auf eine Vollindexierung setzen, tragen Stoppwörter nicht zu einer besseren Platzierung im Suchergebnis bei.

Beispiel: `denkfabrik.tld/recherchen-und-analysen` `denkfabrik.tld/recherchen-analysen`

Je weniger Verzeichnisebenen notwendig sind, umso besser. Es ist nicht notwendig ein Keyword zu wiederholen.

In der Domain dürfen Stoppwörter vorkommen. Stoppwörter in Domains werden häufig gewählt, weil die Domain ohne Stoppwort meist vergeben ist. Dabei besteht die Gefahr, dass sich Menschen die Domain ohne Stoppwort merken und die falsche Website aufrufen.

Beispiel: `denkfabrik.tld` `die-denkfabrik.tld`

Die richtige Domain-Endung (TLD)

Die Domain-Endung ist für eine Suchmaschine irrelevant, solange es eine generische Top-Level-Domain (gTLD) ist, also beispielsweise `.com`, `.net` oder

.org. Laut Google werden (new) gTLDs nicht benachteiligt, auch wenn darunter viele Domains sind, die für Spam missbraucht werden.

Im Gegensatz zur Suchmaschine, ist die Domain-Endung für viele Menschen ein wichtiges Qualitätsmerkmal. Die Domain-Endung ist ein beeinflussender Faktor, der sich auf die Entscheidung auswirkt, auf welches Suchergebnis jemand klickt. Die Domain-Endung sollte daher mit Bedacht ausgewählt werden.

In Deutschland sind die Endungen [.de](#) und [.com](#) die erste Wahl. In den USA dominiert die Endung .com. Die Wahrscheinlichkeit ist größer, dass sich ein Suchender für ein Suchergebnis mit einer [.de](#) oder [.com-Domains](#) in der URL entscheidet – sofern die anderen Faktoren identisch sind.

Länderendungen (ccTLDs) können zusätzlichen SEO-Vorteil generieren. Eine Länder-Endung wie [.de](#) oder .fr kann das Ranking einer Seite für das jeweilige Land verbessern, in dem gesucht wird. ccTLDs signalisieren Suchmaschinen, dass die Inhalte speziell auf ein Land oder eine Region ausgerichtet sind. Wenn beispiel.de, beispiel.fr und beispiel.com in allen sonstigen Ranking-Faktoren identisch sind, wird beispiel.de einen besseren Rang im Suchergebnis eines deutschen Benutzers belegen.

Eine hohe Relevanz für Deutschland schließt ein Geo-Targeting für Frankreich aus. Bedient man mehrere Sprachen oder Länder, braucht man für ein [funktionierendes Geo-Targeting](#) mehrere ccTLDs. Mit einer .com Domain ist es dafür möglich, ein Geo-Targeting für Frankreich oder Deutschland zu realisieren. Viele Deutsche vertrauen ihrer nationalen Endung vermutlich mehr als einer .com-Domain.

Unternehmen entscheiden sich für unterschiedliche Strategien. Einige setzen auf eine .com-Domain und leiten alle Länder-Domains auf die .com-Adresse. Andere haben eigene Inhalte unter jeder Länderendung und schaffen damit ein hohes Vertrauen.

Eine Gruppe innerhalb der ccTLDs nimmt bei Google eine besondere Stellung ein. Sogenannte [gccTLDs](#) sind Länderendungen (ccTLDs), die Google wie generische Top-Level-Domains behandelt. Derzeit werden durch Google folgende ccTLDs wie eine gTLD behandelt: .ad, .as, .bz, .cc, .cd, .co, .dj, .fm, [.io](#), .la, [.me](#), .ms, .nu, .sc, .sr, .su, [.tv](#), .tk, .ws

Detaillierte Informationen zur Wahl der richtigen Domain-Endung finden Sie hier:

- [Die richtige Domain-Endung wählen](#)
- [Startup-Studie #1 – Die Domain-Endungen](#)
- [Die 10 größten Fehler bei der Domainwahl](#)

Die Second-Level-Domain (SLD)

Für Suchmaschinen ist die Second-Level-Domain – also das »united-domains« in united-domains.de – nicht relevant. Aus der SEO-Perspektive macht es auch keinen Unterschied, ob eine Domain 50.000 € oder 50 € wert ist, schön klingt, kurz ist oder für den Menschen merkbar ist.

Für die Domainwahl ist die SEO-Perspektive nachrangig. Eine gute Domain zeichnet sich dadurch aus, dass Sie für einen Menschen attraktiv ist. Eine gute Domain zu finden ist nicht leicht. Wir haben eine detaillierte Blogartikelreihe zusammengestellt, die hilft eine perfekte Domain zu finden und Fehler bei der Registrierung zu vermeiden:

- [So finden Sie den richtigen Namen | #1](#)
- [So finden Sie den richtigen Namen | #2](#)
- [So finden Sie den richtigen Namen | #3](#)
- [Die 10 größten Fehler bei der Domainwahl](#)

Keyword-Domains und EMDs

Keywords in einer Domain sind nicht ursächlich für ein gutes Ranking. Gute Keyword-Domains sind dennoch attraktiv, wenn die Empfehlungen zur Second-Level-Domain beachtet werden.

Exact-Match-Domains (EMDs) sind Domains, die mit einer Suchanfrage übereinstimmen. Die Suchanfrage lautet: »bestes Gulaschrezept« und die zu der Suchanfrage lautende Domain würde »bestes-gulaschrezept.de« lauten.

Früher war es einfach und günstig, Exact-Match-Domains (EMDs) zu registrieren und damit schnell eine gute Platzierung in den Google Suchergebnissen zu erreichen. Diesen Bewertungsvorteil hat Google korrigiert und bestraft in bestimmten Fällen sogar EMDs.

Eine Ortsangabe in der Domain kann funktionieren, limitiert allerdings die

Zielgruppe. Wenn jemand in Berlin einen Anwalt sucht, würde der Suchende nicht auf eine Domain klicken, die »anwalt münchen« enthält.

Keine Sonderzeichen | Länge der URL

URLs sollten ausschließlich zulässige ASCII-Zeichen enthalten:

Alphanumerische Zeichen und einige reservierte Zeichen für die Verwendung als Steuerzeichen. Die folgende Tabelle fasst die zulässigen Zeichen zusammen:

Alphanu meric	a b c d e f g h i j k l m n o p q r s t u v w x y z A B C D E F G H I J K L M N O P Q R S T U V W X Y Z 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9	Text strings, scheme usage (http), port (8080), etc.
Unreser ved	- _ . ~	Text strings
Reserve d	! * ' () ; : @ & = + \$, / ? % # []	Control characters and/or Text Strings

Quellen: [Google zur URL Encoding](#), die [RFC3986](#) und der wikipedia-Eintrag zur [URL-Encodierung](#).

Groß-/Kleinschreibung: Eine durchgehende Kleinschreibung der kompletten URL erleichtert die Administration.

Trennzeichen: Bindestriche bieten sich an, um Wörter innerhalb der URL-Zeichenketten zu trennen.

Sicher ist sicher: http oder https?

Webseiten, die https im Gegensatz zu http verwenden, verschlüsseln die Daten zwischen Server und Browser. Die Verschlüsselung ist sichtbar und wird durch Besucher positiv wahrgenommen. Die Verwendung von https ist ein schwach gewichteter Ranking-Faktor. Ein Umstieg wird dennoch häufig empfohlen:

We've seen positive results, so we're starting to use HTTPS as a ranking signal. For now it's only a very lightweight signal [...] But over time, we may decide to strengthen it, because we'd like to encourage all website owners to switch from HTTP to HTTPS to keep everyone safe on the web.

[Auszug aus dem Googleblog vom 06.08.2014](#)

Immer mehr Seiten stellen deshalb von http auf https um. Seiten die nicht umgestellt werden, laufen möglicherweise zukünftig in Gefahr, abgestraft zu werden, weil sie auf eine unsichere, nicht verschlüsselte Verbindung setzen.

Tool-Tipp: [Test des SSL-Zertifikats](#)

Mehrere URLs für eine Seite: Canonical Tags verwenden

Canonical Tags helfen, wenn Sie mehrere Varianten einer URL für die gleiche Seite haben. Über den Canonical Tag teilen Sie Google mit, welche URL-Variante sie bevorzugen. Google erklärt hier [Canonical Tags](#) und beschreibt, wie sie zu setzen sind.

Fazit

Die Optimierung von Websites orientiert sich immer mehr an den Bedürfnissen eines Menschen und immer weniger an den technischen Details. Mit unseren Hinweisen erschaffen Sie eine SEO- und menschenfreundlichen URL.

Über die united-domains AG

Die besten Adressen fürs Web: Die united-domains AG ist mit mehr als 1,6 Millionen registrierten Domains und mehr als 300.000 zufriedenen Kunden einer der führenden Domain-Registrare in Europa. Zu ihren Kunden zählen renommierte Unternehmen wie TUI, DekaBank, Germanwings, Zwilling und Melitta. Die united-domains AG wurde im August 2000 gegründet und beschäftigt circa 90 Mitarbeiter in Starnberg.

Weitere Informationen finden Sie unter united-domains.de oder in unserem Newsroom unter newsroom.united-domains.de.

Kontaktpersonen



Sebastian Ritze

Pressekontakt

Pressesprecher

socialmedia@united-domains.de

+49/8151/36867-60