

Duplicate Content in Online Shops

Vielfach verfügbar gemachte Produktbeschreibungen, Sortierfunktionen und Kategorisierung – schon ist er da, der Duplicate Content. Aber was ist Duplicate Content überhaupt? Übersetzt bedeutet der Begriff „Duplicate Content“ „mehrfach vorhandene Inhalte“ und wie der Name bereits sagt, sind hierbei sich gleichende Texte gemeint, welche mehrfach im Internet verwendet werden.

Aber wie kommen diese identischen Inhalte bei den Online Shops genau zustande?

Dies kann auf unterschiedliche Arten passieren. Zunächst einmal durch **Sortierfunktionen** auf den Produktseiten, bei denen durch verschiedene Parameter eigenständige, von Google indexierbare URLs entstehen können. Sagen wir, es gäbe in einem Online Shop für Schuhe, auf der Produktseite für Sneakers die Sortiermöglichkeit „Preis aufsteigend“ und „Preis absteigend“. Hierbei können aus der eigentlichen URL zwei eigenständige URLs entstehen, welche mit der anderen bis auf die Sortierung inhaltsgleich sind:

?

Ebenso kann Duplicate Content über **Kategorisierung** entstehen. Denn ein roter Sneaker von einer speziellen Marke wird, sowohl unter der Kategorie „rote Sneakers“, als auch unter der Marke erscheinen – und auch hier entstehen indexierbare URLs.

Ganz ähnlich verhält es sich bei der sogenannten **Paginierung**. Der Name leitet sich von dem englischen Wort „page“ ab und meint eine Nummerierung einzelner Webseiten.

Google indexiert die einzelnen Seiten als neue URL und so entsteht Duplicate Content.

Eine weitere URL-Problematik, die vor allem international vertretene Onlineshops betrifft, entsteht durch **unterschiedliche Länderversionen** der Website. Es können beispielsweise für die Schweiz, Österreich und Deutschland die gleichen Texte verwendet werden, jedoch entstehen identische Inhalte mit unterschiedlichem URL-Format.

Auch **unterschiedliche Sprachversionen** einer Website können als Duplicate Content bewertet werden.

Ein anderer wichtiger Faktor sind die verwendeten **Produktbeschreibungen**. Häufig werden für die Produkte Beschreibungen verwendet, die vom Hersteller zur Verfügung gestellt wurden. Natürlich ist es einfacher diese gleich für den Shop zu verwenden, jedoch sollte hierbei klar sein, dass diese bereits massig in anderen Onlineshops vertreten sind. Schließlich sind diese Texte für jeden Betreiber verfügbar und definitiv nicht einzigartig. Daher ist es empfehlenswert diese selbst zu verfassen, nicht nur um Duplicate Content zu vermeiden, sondern auch um dem User einen echten Mehrwert zu bieten. Sind die eigenen Produktbeschreibungen ausführlicher und anschaulicher als bei Anderen, werden auch mehr Besucher das Produkt dort kaufen.

Was kann man gegen den Duplicate Content tun?

Generell ist zwischen internen und externen DC zu unterscheiden. Ebenso sollte die Frage nach der Nützlichkeit der jeweiligen Seite für die Besucher hinterfragt werden.

Zu externem Duplicate Content lässt sich in erster Linie nur sagen, dass man seine Texte am besten selbst schreiben sollte. Das andere Betreiber die eigenen Texte kopieren lässt sich zwar nicht verhindern, dennoch liegt hier ein Verstoß gegen das Urheberrecht vor und es können rechtliche Schritte eingeleitet werden. Um intern identische Inhalte zu vermeiden sollte zunächst das Problem der eigenständigen URLs behoben werden.

- Bei Sortierungen und Kategorisierungen bietet sich an einen [Canonical Tag](#) zu hinterlegen, der auf die Originalseite verweist.
- Bei der Paginierung ist dies empfehlenswert, aber nicht zwingend notwendig, da die Paginierung an sich bereits klarstellt, dass sie nur eine ähnliche Seite mit Nummerierung ist. Google wird dies mit Hilfe von den Linkattributen rel="next" und rel="prev" mitgeteilt. Hier sollten entsprechende Seiten im Quelltext auf noindex und entsprechende Links zu dieser Seite auf [nofollow](#) gesetzt werden. Diese Methode eignet sich generell für Seiten bei denen der Duplicate Content überhaupt nicht zu vermeiden oder besonders umfangreich ist.
- Bei Sprachvariationen kann ein Hreflang-Attribut im Seitenquelltext hinterlegt werden.
- Bei mehrfach vorhandenen internen Webseiten sollte man, die einzelnen Webseiten via 301-Weiterleitungen ineinander überführen, sodass möglichst nur eine Seite mit aussagekräftiger URL vorhanden ist.

Gerade Onlineshops haben mit Duplicate Content zu kämpfen. Um seinen Kunden guten Content zu bieten, sollte die Regel „Qualität vor Quantität“ beachtet werden – Schließlich möchte niemand auf 10



Produktseiten das Gleiche lesen müssen. Dennoch ist nicht jeder Duplicate Content gleich besonders schlimm. Wichtiger ist es, die richtige Balance zu finden und dem Kunden einen Mehrwert zu bieten!

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX