

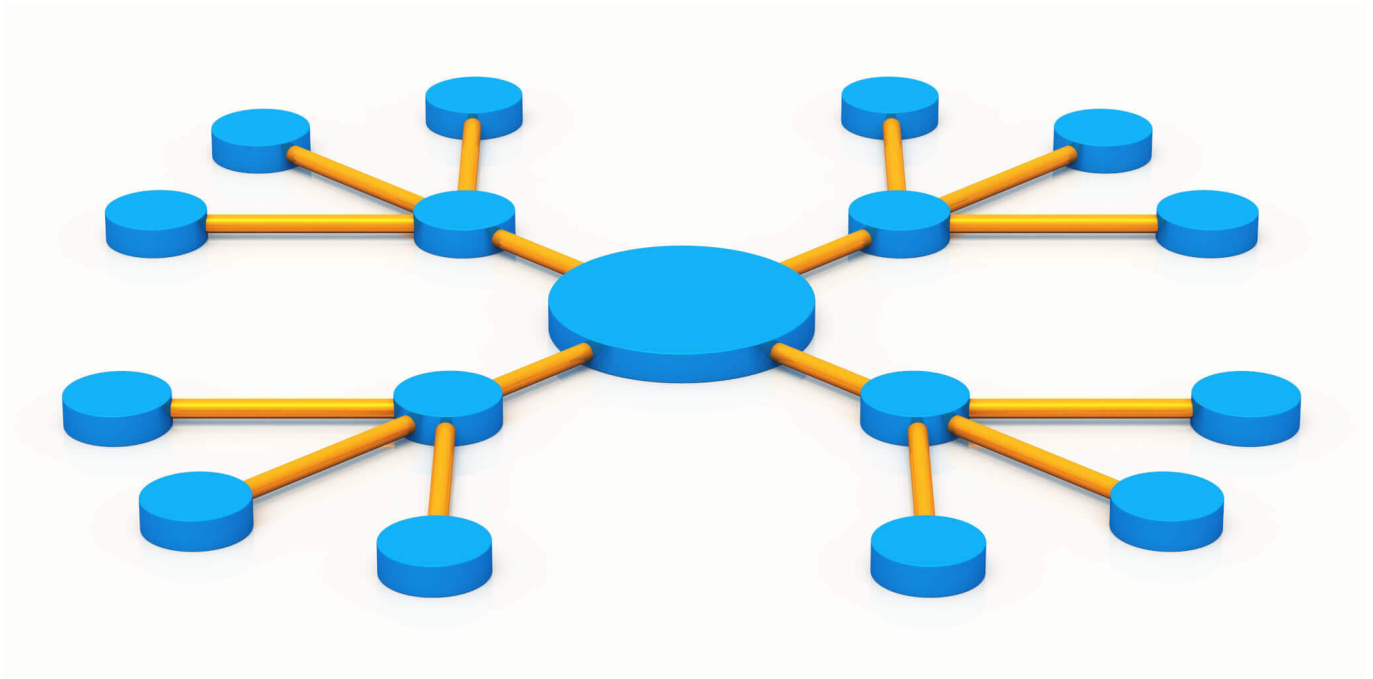
Ist die interne Verlinkung wichtiger als die URL-Struktur?

John Müller: Die interne Verlinkung im Vergleich zur URL-Struktur

Im letzten Webmaster-Hangout vom 03.05. hat Google, in Person von Webmaster Trends Analyst Johannes Müller (besser bekannt als John Mueller oder JohnMu), genau dazu eindeutige Aussagen gemacht. Es kommt vor allem auf die interne Verlinkung an, wenn es darum geht wie Google die Bedeutung von einzelnen Seiten einer Domain einordnet. Müller erklärte, der Grund dafür sei ganz einfach: Im Normalfall erhält die Startseite bzw. Homepage die meisten und stärksten Signale, üblicherweise in Form externer Links und weist den höchsten PageRank auf. Über die interne Verlinkung können diese Signale und deren „Power“ auch an untergeordnete Seiten weitergegeben werden. Das geschieht zum Beispiel, wenn von der Startseite zu einer Unterseite verlinkt wird. Google erkennt, dass diese daher eine größere Bedeutung hat, als etwa eine Unterseite, auf die man erst über vier interne Links kommt. Je weiter unten in der Hierarchie der internen Verlinkung eine Seite steht, desto schwächer wird die „Power“, welche sie von stärksten Seite bekommt.

Daraus folgt unser Ratschlag: Wichtige Seiten sollten immer möglichst von der Startseite aus verlinkt werden.

An dieser Stelle kann ich nur unseren Blogbeitrag zum Thema [interne Verlinkung](#) empfehlen. Auch hier sollte man mit einem sinnvollen Konzept vorgehen, denn einfach auf alle Seiten von der Startseite aus verlinken, führt auch nicht zum Erfolg. Wie schon erklärt, wird die „Power“ der Startseite an die Unterseiten weitergeben. Sind dies jedoch zu viele, wird dieser Effekt verwässert. Überlegt Euch gut, welche Seiten genau wichtig für euch sind.



Und was ist nun mit der URL-Struktur?

Laut Müller interessiert die eigentliche URL-Struktur Google kaum. Eine saubere URL-Struktur erleichtert jedoch die Orientierung auf der Seite, vor allem auch für den Webmaster oder SEO selbst. Gerade für Tracking erleichtert eine sinnvolle URL-Struktur die Gruppierung mehrerer Seiten, zum Beispiel als Oberkategorien oder Produktseiten, enorm. Johannes Müller sagt jedoch explizit, dass die Gestaltung der URL-Struktur nur dem Webmaster überlassen ist und von Seiten Google kaum Beachtung findet.

Fazit:

Guckt mehr, wie Ihr Eure wichtigen Seiten auf der Startseite verlinkt und weniger, wie die URL-Struktur aufgebaut ist.

Wer mag kann sich die Fragerunde hier angucken:



Titelbild © styleuneeed – stock.adobe.com

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 HYVEDEMMXXX