

## Redirect 301 oder 302? Das ist hier die Frage!

### 301 oder 302? Wann wird welcher Redirect benutzt?

Wer seine Website oder seinen Webshop von einem Hosting-Anbieter, einem CMS oder einem Shopsystem in ein anderes umziehen möchte, fragt gern sein Umfeld um Rat. Vielleicht nur, um ein paar Tipps zu hören, wie zum Beispiel: „Denk an die Umleitungen!“ Sobald jedoch der Gedanke an diese aufkommt, stellt sich schnell die Frage: „Umleitungen ja – aber welche, wohin und wie?“.

Selbst wer seinem CMS treu bleibt und nur schnell alle seine gehosteten Domains unterschiedlicher Endung, auf die eigentlich genutzte Domain umleiten möchte, muss sich schon nach kurzem Aufenthalt in seiner Hosting-Nutzerverwaltung fragen lassen: Redirect 301 oder 302? Jetzt könnt Ihr es selbst ausprobieren oder hier noch ein bisschen weiterlesen, denn eigentlich ist es gar nicht so kompliziert...



## Vom Suchen und Finden – oder was bewirken Umleitungen überhaupt?

Stellt euch vor, Ihr sortiert eure Kochrezepte seit Jahren fein säuberlich in einem Küchenbüchlein und findet dort immer schnell, was ihr sucht. Doch eines Tages schafft Ihr euch ein moderneres Rezeptaufbewahrungssystem an und fangt an, eure Rezeptsammlung dort neu einzusortieren. Das sieht toll aus, doch vielleicht findet Ihr nicht mehr ganz so schnell, was euch wichtig ist. Außerdem sind euch beim Umsortieren Rezepte über den Weg gelaufen, die Ihr gar nicht mehr benötigt, wie vielleicht das Leibgericht einer Ex-Freundin. Vermutlich benötigt ihr auch das Rezept für die Weihnachtsgans immer Sommer nicht unbedingt. Nur, wohin damit, um es bei Bedarf wiederzufinden? Schon wird es knifflig.

Google geht es bei einem Umzug oder einer Umstrukturierung eurer Webseite sehr ähnlich. Da auch die Ressourcen von Google nicht unendlich sind, gibt es für jede Website ein bestimmtes Crawl Budget. Die Höhe dieses Budgets hängt unter anderem vom jeweiligen Page Rank ab. Durch das Crawl Budget ergibt sich, wie oft eine Website von Google besucht wird und ob diese nur oberflächlich oder tiefer nach neuen Inhalten untersucht wird. Umleitungen (englisch Redirects) führen den Google Crawler zielgerichtet von alten, nicht mehr relevanten Inhalten zu denen, die aktuell sind. Das können in ein neues CMS umgezogene Seiten sein oder URLs, die durch eine Umstrukturierung der Navigation einer bestehenden Seite umbenannt wurden.

Redirects lassen Google wissen, dass alte Inhalte, die nicht mehr an der ursprünglich indexierten Stelle vorhanden sind, nur umgezogen und nicht gelöscht wurden. Allein so besteht die Chance, dass schon erzielte Rankings nicht verloren gehen und keine Fehlermeldungen entstehen. Ein Redirect weist dem Crawler den Weg. Nur, wie stellt Ihr sicher, dass eure Redirects so zum Ziel führen, dass aus einem „Redirect“ beim Crawl keine „Detour“ wird?

## Redirect 301 – für dauerhaft verschobene Inhalte



Diese Umleitungsart wird am häufigsten verwendet, da sie, einmal eingerichtet, das starke Signal sendet, dass der ursprünglich anders indexierte Artikel auch unter der „neuen Adresse“ die gleiche Relevanz besitzt.

Richtet auf jeden Fall 301er-Umleitungen ein, wenn Ihr:

- Eure Webseite in ein anderes CMS oder auf eine neue Domain umzieht
- die URL-Struktur Eurer Seite verändert, z. B. Teile der Navigation umbenannt

- von einem Shopsystem in ein anderes wechselt
- Artikelnamen oder Kategorien aktualisiert
- eventuelle Rechtschreibfehler in den URLs ausbessert
- Eure Seite auf SSL umstellt

Für viele CMS werden Plugins oder Standardvorlagen angeboten, mit denen das Einrichten von Umleitungen technisch so einfach geworden ist, dass es nur noch reine Fleißarbeit bedeutet. Meist funktionieren diese in Tabellenform, bei denen man jeweils links die alte und rechts die neue Ziel-URL einträgt.

Sobald Ihr wisst, dass eine größere URL-Veränderung oder ein ganzer Umzug bevorsteht, könnt Ihr Listen aller auf euren Seiten existierenden URLs online generieren. Das Tool „Screaming Frog“ bietet diese Funktion für Seiten mit bis zu 500 URLs sogar in seiner kostenfreien Version an.

Ein anderer Weg ist die Einrichtung der Redirects durch das Bearbeiten der .htaccess Datei. Hierfür wählt Ihr euch über FTP ein. Die .htaccess findet Ihr üblicherweise im Hauptverzeichnis, manchmal muss man sie ein bisschen suchen.

Zur Vorbereitung nutzt Ihr in diesem Fall ein Excel-Sheet und folgende Code-Vorlage:

***redirect 301 /alte-url/ https://www.deine-domain.de/neue-url***

Ob Ihr mit einem Plugin arbeitet oder direkt in der .htaccess, sichert in jedem Fall vorab alle vorhandenen Daten in einem Back-up.

## **Redirect 302 – die temporäre Umleitung**



Sicher fragt Ihr euch jetzt, wozu es die 302er Umleitungen gibt, wenn doch per 301er Redirect alles in einem Aufwasch geht.

Diese Umleitungsart signalisiert Google, dass es sich hier nur um die vorübergehende Änderung der Ansicht eines Inhalts handelt. Das kann ein saisonaler Artikel sein, der immer wieder, jedoch nur für einen kurzen Zeitraum angeboten werden soll. So können Sonderangebote für die Ferienzeit, Rabatte zu einem wiederkehrenden Anlass oder andere regelmäßige Aktionen ohne verwirrende Fehlermeldungen für eine Weile aus dem Programm genommen und an gleicher Stelle wiedereingestellt werden. Auch zeitweilig nicht lieferbare Artikel müssen nicht zum Ende einer Shopping-Tour führen, sondern per 302er Redirect ganz bequem in die nächste Oberkategorie oder auf die Startseite. Die Möglichkeiten sind vielseitig und flexibel.

## Kleine Tipps zum Abschluss

Wie auch im richtigen Leben, heißt es bei den Umleitungen: „Drum prüfe, wer sich ewig bindet...“. Das könnt Ihr nach einem Seitenumzug oder auch nach kleineren Änderungen wie folgt tun:

- in „Screaming Frog“ den Status-Code aller Umleitungen kontrollieren
- manuelle Tests laufen lassen
- die Google Search Console auf neue Fehlermeldungen überprüfen
- eure Rankings noch genauer im Auge behalten und bei eventuellen Auffälligkeiten erneut auf Fehlersuche gehen

Natürlich gibt es auch ein paar Ausnahmen. Für den Fall, dass ihr neben eurer .de Domain zum Beispiel noch die .com oder .eu besitzt und diese einfach auf die .de umleiten wollt, dann richtet ein „Redirect

301“ direkt auf eurer Hosting-Oberfläche ein.



Auch werdet Ihr unterwegs vielleicht hier und da auf den Status Code 307 für Umleitungen treffen. Dazu haben wir schon in diesem [Artikel](#) etwas geschrieben.

Wir hoffen sehr, dass euch unsere Rezepte für die Einrichtung von Umleitungen weiterhelfen und sind nun gespannt: Welche Tipps habt ihr noch zum Thema Umleitungen mit Status Code 301 oder 302 auf Lager? Teilt sie gern hier mit uns, vielen Dank!

---

#### Weiterführende Informationen:

- [Mehr über HTTP Status Codes erfahren](#)
- [301-Weiterleitung einrichten](#)

Titelbild © imageteam – [stock.adobe.com](https://stock.adobe.com)



Beitragsbild © annetdebar – [stock.adobe.com](https://stock.adobe.com)

Beitragsbild © annetdebar – [stock.adobe.com](https://stock.adobe.com)

Beitragsbild © geargodz – [stock.adobe.com](https://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](mailto: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