Gibt es SEO-Domains? So wichtig ist die Domain für das Ranking

Domain-SEO: Die Bedeutung der URL für Google

Die Qualität des Inhalts, die Benutzerfreundlichkeit der Seite und das Backlink-Portfolio sind nur einige der vielen Kriterien, die Google verwendet, um die Platzierung von Websites in den Suchergebnissen zu bestimmen. Für kommerzielle Online-Projekte ist eine hohe Position in den Suchergebnissen essentiell, da die meisten potenziellen Kunden über Suchmaschinen auf die Seite kommen. Ein wichtiger Aspekt jeder Website ist die Wahl der richtigen Domain. Während es dem Eigentümer freisteht, ob die Domain den Firmennamen, relevante Suchbegriffe oder andere Wortstrukturen enthält, gibt es immer wieder Debatten darüber, ob diese Entscheidung einen direkten Einfluss auf das Ranking in Google hat. Wir haben die relevanten Informationen zum Thema SEO-Domains für euch zusammengefasst.

Zuletzt gab John Müller von Google hierzu noch ein Statement ab:

Das bedeutet zusammengefasst:

- Einsatz von Bindestrichen ist akzeptabel.
- Man sollte einen Domain-Namen auswählen, der langfristig zur Marke passt, statt einfach nur Schlüsselwörter aneinanderzureihen, was oft der Grund für den Einsatz von Bindestrichen ist.
- Eine Domain sollte über die Zeit hinweg entwickelt werden (gemeint ist wahrscheinlich, dass der Domain-Name zu einer Marke werden sollte).
- Aus der Perspektive der Suchmaschinenoptimierung bieten Bindestriche nur minimale Vorteile gegenüber Unterstrichen, was jedoch keinen Grund für eine Änderung der URL darstellt.
- Leerzeichen, Kommas, Punkte und dergleichen sollten in URLs vermieden werden.
- Der Domain-Name wird niemals der ausschlaggebende Faktor für die Suchmaschinenoptimierung sein.

Also insgesamt nichts neues. Wer trotzdem vor der Wahl einer neuen Domain steht, hier unsere Tipps.

Die richtige Domain für das Google Ranking?

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

Wenn es um Faktoren geht, die das Google-Ranking beeinflussen, sollte man nicht davon ausgehen, dass es eine strikte Checkliste an Regeln gibt, die man einfach abarbeiten kann. Der Algorithmus, der die Sortierung der Suchergebnisse bestimmt, beruht auf über 200 verschiedenen Kriterien. Einige dieser Faktoren sind öffentlich bekannt und wurden von Google selbst bestätigt, während andere absichtlich nicht offen gelegt werden, um eine bewusste Manipulation der Suchergebnisse zu vermeiden. In der SEO-Community gibt es natürlich viele Spekulationen über diese Kriterien. Diese beruhen oft auf Interviews mit Google-Mitarbeitern, eigenen Erfahrungen, Studien und anderen Anhaltspunkten. Daher existieren auch unterschiedliche Ansichten darüber, welchen Einfluss der Name einer Domain, dessen Endung und das Alter der Domain auf die Suchmaschinenplatzierung haben könnten.

SEO-Tipp: Keyword-Domainnamen

Früher nahm man allgemein an, dass Domainnamen, die ein relevantes Schlüsselwort beinhalten, in den Google-Suchergebnissen bevorzugt werden würden. Die Idee war, dass ein passendes Keyword im Domainnamen den Nutzern ermöglicht, einen direkten Zusammenhang zwischen dem Suchbegriff und der Website herzustellen. Das würde sich positiv auf die Klickrate (CTR) auswirken und somit auch ein besseres Ranking in Google fördern. Seit einer Algorithmusaktualisierung im Jahr 2012 prüft Google bei Domains, die eine exakte Übereinstimmung mit dem Suchbegriff aufweisen, zuerst die Relevanz des Inhalts. Websites werden nur dann bevorzugt, wenn sie auch wirklich wertvolle und relevante Informationen bieten. Daher hat nicht nur die Präsenz von Keyword-Domains in den Suchergebnissen abgenommen, sondern auch ihre Bedeutung als mutmaßlicher Faktor für das Ranking hat nachgelassen.

Diese SEO-Domain Tipps gibt es:

Markennamen-Domains

Wenn der Markenname auch als Domainname genutzt wird, hat der Nutzer in der Regel eine klare Vorstellung davon, was ihn auf der Website erwartet. Wenn diese Erwartungen erfüllt werden, resultiert dies in einer geringen Absprungrate und einer langen Verweildauer, beides sind Aspekte, die im SEO-Bereich von Bedeutung sind. Aber der Einsatz des Markennamens als Domain dient nicht nur der Suchmaschinenoptimierung, sondern ist vor allem für das Unternehmensimage von Belang. Eine einprägsame Marke, die auch im Domainnamen verankert ist, fördert die Wiedererkennung und stärkt somit die Corporate Identity.

Die SEO-Bedeutung der Domain-Endungen

Die Endung einer Domain spielt mehrfach eine Rolle für den Erfolg der Website.

Ein Hauptanliegen vieler Webseiten-Besitzer ist die Relevanz neuer Domain-Endungen für die Suchmaschinenoptimierung. In jüngster Zeit wurden diverse neue Top-Level-Domains (TLDs) eingeführt, um das Spektrum klassischer Endungen wie .com zu erweitern. Google gibt an, dass diese neuen generischen TLDs (z.B. .hotel, .shop) genauso behandelt werden wie die etablierten (.com, .org). Auch das Vorhandensein eines Keywords in der TLD sei für das Ranking nicht bedeutsam. Eine Ausnahme bilden länderspezifische TLDs: So ist eine .de-Domain in Deutschland normalerweise relevanter als in England, während eine .uk-Domain in Deutschland weniger wahrscheinlich auf den vorderen Plätzen der Ergebnisse erscheint. Neue regionale Domains wie .berlin oder .bayern werden laut Google wie .com-Domains behandelt.

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

Abseits der offiziellen Aussagen von Google stützen sich Fachleute auf ihre eigenen Erfahrungen. Sie argumentieren, dass die Wahl der TLD die Klickrate beeinflussen kann, was wiederum indirekt die Position in den Suchergebnissen beeinflusst. Beispielsweise erzielen Webseiten mit der TLD .info bei suchanfragen, die Informationen betreffen, tendenziell eine höhere Klickrate.

Spielt das Alter der Domain für die Suchmaschinenoptimierung eine Rolle?

Ein weiterer Aspekt, der mittelbar die SEO-Leistung beeinflussen könnte, ist das Alter der Domain. Wie lange eine Domain schon existiert, kann man einfach ermitteln, beispielsweise durch Tools wie Netcraft, das anzeigt, wann die Domain erstmals von Googles Crawler erfasst wurde. Langjährig bestehende Domains, die kontinuierlich hohe Qualität bieten, erwecken Vertrauen und erhalten oft ein besseres Ranking. Das bedeutet jedoch nicht, dass eine kürzlich registrierte Domain im Wettbewerb um die vorderen Plätze im Ranking automatisch das Nachsehen hat. Die Annahme “Je älter die Domain, desto besser das Ranking” ist also nicht uneingeschränkt zutreffend. Vielmehr dient das Alter der Domain als ein Qualitätsindikator, der das Ranking sowohl positiv als auch negativ beeinflussen kann.

Die Domain für Nutzer und nicht für Google aussuchen

Bei der Auswahl einer geeigneten Domain für ein längerfristig erfolgreiches Webprojekt sollte der Schwerpunkt auf den Bedürfnissen des Nutzers und nicht ausschließlich auf der Suchmaschinenoptimierung liegen. Ein kurzer, leicht merkbarer Name, der thematisch relevant ist und Wiedererkennungswert hat, ist hier entscheidend. Ob der geeignete Domainname den Markennamen, ein relevantes Schlüsselwort oder eine Kombination aus beidem beinhaltet, hängt von der strategischen Ausrichtung des Unternehmens ab – und natürlich davon, ob der gewünschte Name unter der bevorzugten Top-Level-Domain noch verfügbar ist.

Titelbild © Bits and Splits / stock.adobe.com

Beitragsbild © fotomek / 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