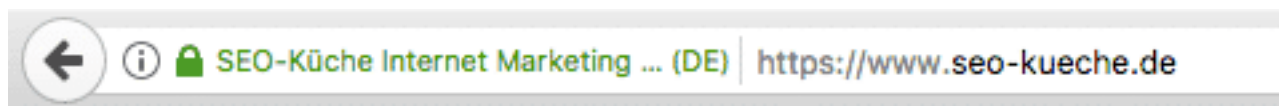


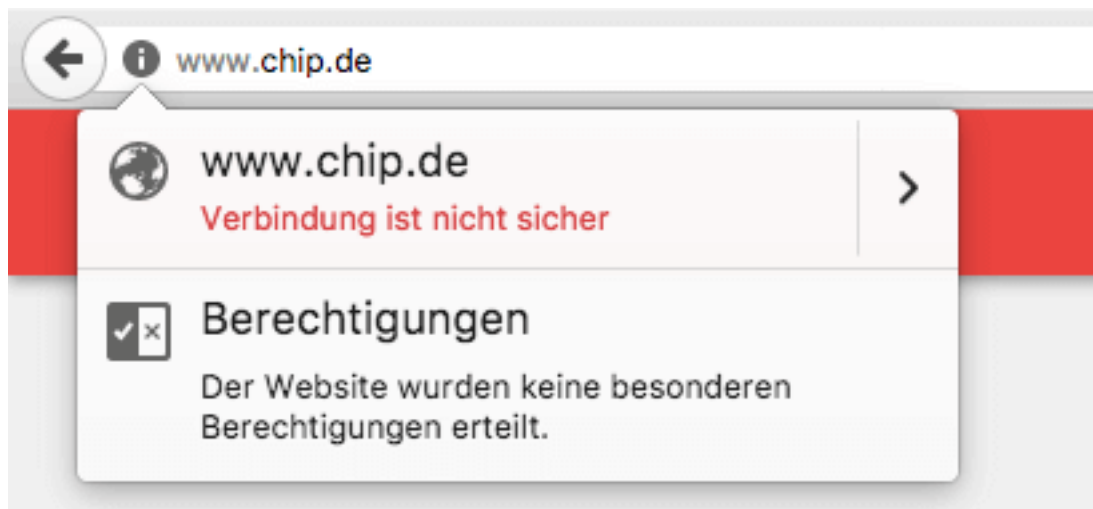
## Wie wirkt sich die Umstellung auf HTTPS aus?

### Die Hälfte aller Suchergebnisse verweisen auf HTTPS Seiten

Dass Google die verschlüsselte Kommunikation mittels HTTPS unterstützt ist mittlerweile bekannt. Bisher wurde eine Verbindung von steigenden Rankings und der Umstellung auf HTTPS immer vermutet, doch eindeutige Beweise machen sich rar.



Seitdem Google darauf hingewiesen hat und in Browsern die HTTPS-Verschlüsselung mit einem „Sicher“ oder als grünes Schloss angezeigt wird und Verbindungen ohne HTTPS als unsicher angezeigt werden, stellen immer mehr Websites um.



### Die Hälfte aller Seiten arbeiten mittlerweile mit HTTPS.

Der Anbieter der Sistrich-Toolbox beobachtet seitdem in regelmäßigen Abständen den Fortschritt der Umstellung weltweit und untersucht auch wie wirklich große Seiten damit umgehen. Für die Analyse

wurden Milliarden Suchergebnisse ausgewertet.

Dafür wurden zunächst die Google-Treffer in Deutschland für Desktop Anfragen ausgewertet. In den Top-100 Suchergebnissen aller Suchanfragen wurde im September 2017 nun sogar die 50-Prozentmarke für Seiten mit HTTPS-Verschlüsselung geknackt. In den Top-10 arbeiten sogar fast 60 Prozent der rankenden Seiten mit HTTPS. Betrachtet wurde auch die mobile Suche, jedoch konnten hier keine messbaren Unterschiede gefunden werden.

## Und wie sieht es bei den wirklich großen Seiten aus?

Überraschend war der Blick auf die Top-100 der Webseiten mit der stärksten Sichtbarkeit in Deutschland. Obwohl hier in vielen Fällen die nötigen Ressourcen für eine Umstellung vorhanden sein müssten, haben 37 von 100 Domains weniger als 50 Prozent ihrer rankenden URLs ohne HTTPS-Verschlüsselung. Darunter Domains wie zum Beispiel:

- chip.de (98,1% HTTP)
- ebay.de (71,5%)
- spiegel.de (99,4%)
- t-online.de (98,5%)
- mediamarkt.de (95,0%)

Der größte Anteil sind Nachrichtenseiten, die hauptsächlich werbefinanziert sind, was scheinbar einer Umstellung im Weg steht. Möglich ist dies jedoch durchaus, wie etwa heise.de zeigt. Bei den e-Commerce Seiten ist Mediamarkt.de der einzige Nachzügler. Für Onlineshops ist die Umstellung auf HTTPS also eigentlich alternativlos.

## Unsere Empfehlung: Auf HTTPS umstellen

Doch wie sieht es bei unseren eigenen Kunden aus? Auch wir empfehlen natürlich die Umstellung auf HTTPS, da neben dem Einfluss auf das Ranking natürlich auch der Vertrauensfaktor und die verbesserte Sicherheit eine Rolle spielen. Immer mehr Nutzer weisen eine höhere Medienkompetenz auf und achten daher auch auf derartige Details. Doch wirkt sich eine Umstellung auf HTTPS auch direkt auf das Google-Ranking aus?

## HTTPS als Ranking-Faktor? Schwer zu beweisen

Um das zu überprüfen, müsste man zunächst einen Ranking-Verlauf haben, der vorher möglichst konstant war und ab dem Zeitpunkt der Umstellung jegliche andere Einflüsse ausschließen. Und genau hier liegt das Problem: Diese Voraussetzungen sind kaum zu erfüllen. Natürlich könnte man eine positive Veränderung nach der HTTPS-Umstellung darauf zurückführen, jedoch wäre das streng genommen falsch. Es gibt keine Garantie, dass diese Veränderung nicht auch ohne Umstellung erfolgt wäre.

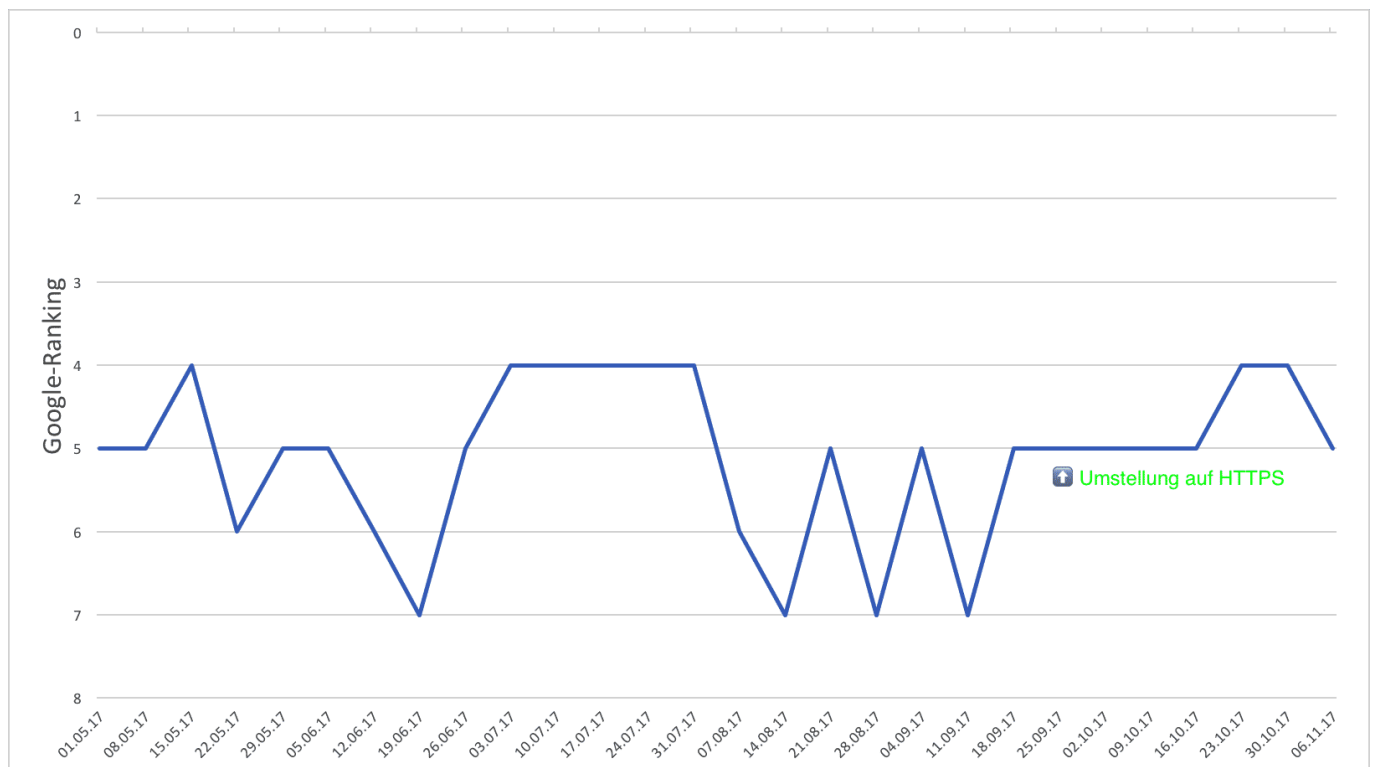
Natürlich können bei einer Umstellung auch Fehler gemacht werden, daher sollte diese immer in Abstimmung mit einem Experten durchgeführt werden. Häufige Fehler können zum Beispiel dazu führen, dass die alten Adressen nicht richtig umgeleitet werden und so „Mischcontent“ aus verschlüsselten und unverschlüsselten Aufrufen entsteht. Gründe dafür können Bilder, interne hart gesetzte Links oder Google Fonts sein.

## Unsere Erfahrungen: Keine eindeutigen Auswirkungen



Am 21.09. wurde auf HTTPS umgestellt, verbunden mit einer Template-Änderung. Daher ist der folgende Anstieg bei diesem Keyword nicht eindeutig auf die HTTPS-Umstellung zurückzuführen.

Wir haben auch dieses Jahr die Umstellung bei einigen Kunden mitverfolgt und konnten in keinem Fall extreme und eindeutige Verbesserungen im Google-Ranking wahrnehmen. Sowohl in der Sichtbarkeit als auch beim Ranking der einzelnen Keywords war selten ein eindeutiger Einfluss sichtbar. In den meisten Fällen waren nur marginale Veränderungen bemerkbar, die meistens aber auch nicht immer positiv waren.



Auch hier wurde umgestellt und es war keine eindeutige Veränderung zu erkennen.

Dennoch ist die Umstellung auf HTTPS in jedem Fall sinnvoll, auch im Hinblick auf zukünftige Entwicklungen und Veränderungen seitens Google. Die Einführung einer eindeutigen Kennzeichnung war vielleicht nur der erste Schritt die Nutzer für das Thema zu sensibilisieren. Die Verschlüsselung von Websites ist derzeit nur einer von vielen Rankingfaktoren, jedoch erhält die HTTPS-Verschlüsselung in



Zukunft als Faktor noch mehr Bedeutung. Für eine effektive SEO-Optimierung ist in jedem Fall eine breit gefächerte Strategie sinnvoll, da nur eine Kombination aus möglichst vielen Ansätzen zum Ziel führt. Auch wenn die HTTPS-Verschlüsselung nur ein Baustein unter vielen ist, sollte sie daher nicht aufgeschoben werden.

## Weiterführende Informationen

- [WordPress auf HTTPS umstellen](#)