7 Tipps für URLs, mit denen Sie Ihre Konkurrenz ausstechen

Wenn es darum geht, URLs für ein gutes Suchmaschinen-Ranking zu optimieren, wird meist wenig Zeit darauf verwandt, auch die Klickrate zu optimieren. Nichts desto trotz beeinflusst die URL die Klickraten auf den Ergebnisseiten der Suchmaschinen, wie jetzt eine Studie bestätigt.

Wie können Sie Ihre Suchmaschinen-Wirkung maximieren?

Das US-Marktforschungsunternehmen MarketingSherpa hat heraus gefunden, dass insbesondere kurze URLs doppelt so oft angeklickt werden, wie lange. Wie man auf den abgebildeten Heatmaps sehen kann, verbrachten die Testpersonen mehr Zeit damit, die lange URL zu lesen, als den darunterstehenden Text.

Man könnte hieraus schließen, dass eine lange URL den Suchenden davon abhält, den Titel und die Beschreibung des Eintrages zu lesen. Kein besonders gutes Resultat!

Zu lange URLs lenken ab

Lange URLs scheinen eine ablenkende Wirkung zu haben und den Suchenden davon abzuhalten, einen Eintrag anzuklicken. Stattdessen klicken Testpersonen eher einen nachfolgenden Eintrag mit einer kürzeren URL an, der so im Schnitt 2,5 mal so viele Klicks bekommt, wie der mit der langen URL.

Für Stephen Spencer von Netconcepts bestätigen die Ergebnisse der Studie von MarketingSherpa, dass man für effektive Suchmaschinenoptimierung mehr benötigt als Google-Sitemaps und dass man ohne eine optimierte URL viel Potential und somit Geld verschenkt. Es sollte ständig daran gearbeitet werden, Möglichkeiten zu finden, die URL in Bezug auf Ranking und Klickrate hin zu testen und dann zu optimieren.

Optimale URLs schlagen Standard-Links

Heute finden sich URLs im Suchmaschinen-Index, von denen man bis vor kurzem kaum geglaubt hätte, dass sie jemals gelistet werden würden. Doch dies bedeutet nicht, dass suboptimale URLs auch gut gerankt werden können, geschweige denn, User dazu animieren können, Sie anzuklicken. Bei Netconcepts hat man folgerichtig zahllose Tests und Studien durchgeführt, bei denen nachgewiesen werden konnte, dass suboptimale URLs durchwegs durch die optimierten URLs ausgestochen wurden.

7 Tipps für Ihre optimalen URL

Auf Grund der Forschungsergebnisse lassen sich folgende optimale Verfahren für den Umgang mit URLs feststellen.

Je weniger Parameter Sie in ihre URL einbauen, desto besser. Ein oder zwei Parameter sind viel besser als sieben oder acht. Vermeiden Sie wenn möglich unnötige und überflüssige Parameter wie z.B. Tracking Codes.
Eine statische URL, die kein Kaufmannsund (&), Gleichheitszeichen oder Fragezeichen enthält, kann mit besseren Sucheigenschaften aufwarten, als eine dynamische.
Eine mit Keywords ausgestattete URL ist besser als eine, die keine enthält.
Ein Keyword im Dateinamenbereich der URL ist vorteilhafter als eins, das im Verzeichnisnamen bzw. Unterverzeichnisnamen untergebracht ist.

Bindestriche sollten beim Trennen von Worten bevorzugt werden, obwohl auch die Akzeptanz von Unterstrichen größer wird. Wenn Sie also mehrere Keywords in ihren URLs verwenden, empfiehlt Netconcepts, diese durch Bindestriche zu trennen.
Zu viele Keywords in eine URL zu stopfen, kann den Anschein erwecken, man hätte es hier mit Spam zu tun. Drei oder vier Worte in einer URL wirken ganz normal. Nur ein bisschen länger und es fängt laut Google-Experte Matt Cutts an, verdächtig zu wirken.
Der Domainname ist kein guter Platz für mehrfache Bindestriche, da dies ihrer URL den Anschein von Spam gibt. Um Verwechselungen und Missverständnissen vorzubeugen, ist es manchmal jedoch nötig, Bindestriche zu verwenden, anstatt Worte einfach aneinanderzufügen.
Wenn man sich die oben genannten Tipps ansieht, scheint es in jedem Fall lohnenswert, seine dynamischen URLs zu überarbeiten, um sie statischer aussehen zu lassen und sie mit Keyword-Phrasen zu versehen, bei denen die Keywords durch Bindestriche getrennt sein sollten.

Leerzeichen richtig umsetzen: Minus vs. Unterstrich

So sollte dann ein angestrebter Suchbegriff wie „Blue widgets" auch als „Blue Widgets" in der URL dargestellt sein. Leerzeichen können in der URL nicht benutzt werden, weshalb man einen Leerzeichen Buchstaben wie das Pluszeichen ("+") oder eine Codierung ("%20″) nutzt. Schreiben Sie also entweder „blue+widgets" oder „blue%20widgets". Diese "Best Practise" erfreut sich einer generellen Akzeptanz.

Ändern Sie bestehende Links besser nicht mehr

Beim Thema Beständigkeit und Dauerhaftigkeit gehen die Meinungen jedoch weit auseinander. Die am meisten vertretene Ansicht sagt: je beständiger desto besser. Mit anderen Worten: Entscheiden Sie sich für eine optimale URL und bleiben Sie für längere Zeit dabei.

URLs gehören in die Optimierungschleife

Netconcepts hat die Ansicht, dass URLs ähnlich gestaltet werden sollten, wie Title-Tags. Man sollte mit seinen URLs herumexperimentieren, um diese mit der Zeit schrittweise zu optimieren. Warum sollte es sich bei der URL auch anders verhalten als bei Titeln, Seitenstruktur und der internen Linkstruktur?

Noch nicht jede Shopsoftware unterstützt URL-Optimierung

Wenn ihr Content Management System oder Shopsystem veränderbare URLs unterstützt, sollten Sie dies unbedingt nutzen. Leider besitzen viele e-commerce Plattformen eine solche Funktion jedoch noch nicht. Wenn Webseiten durch ihr CMS behindert werden, ist es an der Zeit, diese durch ein System zu ersetzen, dass veränderbare URLs unterstützt und das den eigenen Bedürfnissen angepasst werden kann.

Dieser Artikel ist eine Übertragung des englischen Originals "Supercharge Your URLs For Maximum SEO Impact"von Stephan Spencer. Vielen Dank für die freundliche Genehmigung.