Der Blog zum Shop: Auf einer Subdomain oder doch in einem Unterordner installieren?

Viele Shopbetreiber spielen mit dem Gedanken, zusätzlich zum Shop noch einen Blog zu installieren, um dort über andere Themen schreiben zu können, als es im Shop möglich ist. Der Faktor Suchmaschinenoptimierung spielt dabei für den ein oder anderen Inhaber auch eine Rolle: Durch die zusätzlichen Inhalte erhofft man sich, zu mehr Suchanfragen gefunden zu werden. Doch sollte man einen Blog eher als Subdomain anlegen oder doch lieber als Unterordner einrichten?

Hier erfahren Sie die Antwort Viele von Ihnen haben sicher schon einmal gehört, dass die Installation eines Blogs unter dem Hostnamen des Shops, den größten Effekt auf die Platzierung der Inhalte in Suchmaschinen hat. Denn in diesem Fall profitiert der Blog von den Verlinkungen, die der Hostname bisher erhalten hat. Und sollte der Blog wiederum Verlinkungen erhalten, so fließen diese positiv auf den Shop zurück. Doch diese Variante kann auch Risiken in sich bergen.

Der Blog als Sicherheitsproblem

Während die Installation eines Blogsystems schnell von der Hand geht, ist speziell die technische Pflege eines solchen Systems häufig ein Problem. Meistens ist es der Fall, dass der oder die Personen, die den Blog betreuen, nicht diejenigen sind, die ihn auch aufgesetzt haben. Neben etwaigen Zugriffsbeschränkungen ist es häufig auch fehlendes technisches Know-How, was die Installation und Pflege eines Blogs zu einer Aufgabe des IT-Teams werden lässt.

Wenn man das Changelog des beliebten CMS WordPress betrachtet, sieht man, dass regelmäßig Sicherheitslücken geschlossen werden müssen. Dadurch ergeben sich bei langen Updatezyklen des Blogs massive Sicherheitsprobleme. Doch nicht nur das CMS ist potenziell anfällig, sondern auch jede installierte Erweiterung – vom Plugin bis zum Template – stellt potenziell eine mögliche Gefahr dar. Neben WordPress sind auch andere Content Management Systeme von derartigen Sicherheitslücken betroffen. Sowohl Typo3 als auch Drupal weisen solche „Lecks“ auf.

Leider ist dies den meisten Unternehmen nicht bewusst und/oder es fehlt die Zeit, das CMS sowie die Erweiterungen auf dem aktuellsten Stand zu halten. Selbst bei IT-seitig sehr gut aufgestellten Unternehmen kommt es häufig vor, dass noch eine uralte CMS-Version im Einsatz ist – zum Teil mit fatalen Folgen: Die Sicherheitslücken werden von Dritten ausgenutzt, eventuell Schadcode integriert. Die Domain verliert dadurch u.U. massiv an Sichtbarkeit in der unbezahlten Suche.

Im Beitrag zum Thema Web-Security in Ausgabe 12 des Website Boosting Magazin bin ich zusammen mit meinem Kollegen Benedikt Illner auf die möglichen Folgen eingegangen: Sofern ein Hostname mit Malware infiziert ist, kann dies auch zu einem temporären Pausieren der Google AdWords-Kampagne durch Google führen, um mögliche Besucher vor einer Infektion des eigenen Rechners zu schützen. Zusätzlich erscheint unter gewissen Umständen der Hinweis, dass die Seite möglicherweise manipuliert wurde, unterhalb der URL in der Google-Suche. Dies kann potenzielle Kunden von einem Besuch der Website abhalten.

Ein weiterer Aspekt sind die betreuenden Personen des Blogs: Selbst bei Web-Startups, deren Personal i.d.R. internetaffin ist, wird teilweise der absurdeste Kommentarspam freigeschaltet! Auf einmal sind “John Viagra” und “Payday Loans” die Personen, die die meisten Kommentare im Blog abgegeben haben. Das Auftreten von irrelevanten Kommentaren mit fragwürdigen Linkzielen verschreckt in erster Instanz vielleicht nur “normale” Leser, aber der Reputation bei Google kann dies trotz der Verwendung des nofollow-Linkattributs schaden.

Wohin also mit dem Unternehmensblog? Meine Empfehlung

Deshalb lautet meine Empfehlung in den meisten Fällen: Setzen Sie Ihren Unternehmensblog auf einer Subdomain auf. Dadurch schließen Sie die durch mögliche Sicherheitslücken entstehenden Risiken für Ihren Geschäftserfolg von vornherein aus.

Zwar ist dieses Setup in der ersten Zeit für das Ranking der Bloginhalte nicht ideal, aber durch die kontinuierliche Veröffentlichung von neuen Inhalt werden Sie mit Sicherheit im Laufe der Zeit genügend Verlinkungen erhalten, um auch Ihren Blog gut in der unbezahlten Google-Websuche zu platzieren – eine Verlinkung des Blogs aus dem Shop vorausgesetzt.

Über den Autor

Stephan Czysch (Google+) ist Geschäftsführer der auf Suchmaschinenoptimierung spezialisierten Online-Marketing Agentur Trust Agents (www.trustagents.de). Trust Agents wurde zum Jahreswechsel unter die besten SEO-Agenturen Deutschlands gewählt und besticht durch technische Expertise bei der Optimierung von Online-Shops. Stephan ist zudem der Autor des kostenlosen Google Webmaster Tools E-Book, über das wir hier bereits im letzten Jahr geschrieben haben.