

Domains

Stand: 04.07.2022

Der Name einer Internetseite wird auch als Domain bezeichnet. Über diesen Namen einer Domain wird ein bestimmter Inhalt aufgerufen. Über die Domain lässt sich eine Seite eindeutig identifizieren. Diese eindeutige Zuordnung ist ebenfalls über die IP-Adresse möglich. Jede Seite, beispielsweise einer Zeitung oder Firma oder Wikipedia besitzt eine IP. Allerdings sind die beispielsweise zehnstelligen IP-Adressen für Menschen schwer zu behalten.

Der Zahlen-Code wird als Domain-Name für den herkömmlichen Nutzer greifbar und einfach zu merken. Darüber hinaus wird oft mals der Inhalt der Seite über den Namen definiert. Maschinen hingegen können mit beiden Angaben — Domain oder IP-Adresse — arbeiten. Die simple Nutzung des Internets wäre ohne Domains kaum möglich. Sie gestalten die Arbeit mit Webservern wesentlich einfacher.

Eine Domain ist elementar wichtig, um eine Website betreiben zu können. Je nach Hosting-Anbieter sind bestimmte Domain-Typen sehr beliebt und es kann schwierig sein, eine noch zur Verfügung stehende Domain zu erhalten. Beim Erstellen von neuen Domains können die Nutzer einen Wunschnamen für die Domian angeben.

Wie sind Domains aufgebaut?

Jeder Bestandteil einer Domain hat eine bestimmte Aufgabe. Alle Teile einer Domain werden auch als Level bezeichnet und sind über die URL zu veranschaulichen. Die Struktur läuft von hinten nach vorn ab.

Ein Beispiel zur Veranschaulichung könnte <https://www.nhs.uk> sein. Es handelt sich dabei um die Netzpräsenz des britischen Gesundheitsdienstes (National Health Service). Der hintere Abschnitt wird als Top-Level-Domain, kurz TLD, bezeichnet. In diesem Beispiel ist das .uk für die Region Großbritannien (**United Kingdom**). Allerdings sind Länderkennungen nicht zwingend an ein bestimmtes Land gebunden, wie die weit verbreiteten Kürzel .org, .info oder .tv verdeutlichen. International gesehen, ist die Endung .com am weitesten verbreitet und wird von etlichen Firmen innerhalb und außerhalb der USA verwendet.

Die zweite Ebene, Second-Level-Domain (SLD), ist der konkrete Name, also hier nhs als Abkürzung. Obwohl bei der Auswahl auf Ökonomie geachtet wird, können die Namen auch sehr lang sein und mit Bindestrichen getrennt. Die SLD darf beim Hosting-Dienst frei gewählt werden, sofern noch keine Seite mit dem Namen existiert.

Schließlich gehört auch die Third-Level-Domain www. Zur vollständigen Domain. Sie kennzeichnet die Swite als frei im Netz zugängliche Domain. Durch Eingabe dieser kompletten Adresse kann jedermann auf sie zugreifen und die Inhalten lesen oder anschauen.

Abgesehen von der SLD, seltener auch über eine spezielle TLD, haben Betreiber wenig Einfluss auf die Domain an sich. Das bedeutet, dass sich SEO-technisch nur der eigentliche Name eignet, um als Brand im Gedächtnis bei potenziellen Adressaten haften zu bleiben.

Wie wird eine Domain aufgerufen?

Nach der Eingabe eines Seitennamens, also der URL wird eine Anfrage gestartet. Der Namensserver leitet die Anfrage weiter und fragt die IP-Adresse ab. Mit ihr kann der Browser schließlich auf die Inhalte zugreifen und sie für den Nutzer wiedergeben. Die Domain ist sozusagen in die URL eingebettet.

Der Weg dieser Abfrage ist für den Nutzer nicht spürbar und in den meisten Fällen unwichtig. Allerdings lassen sich die IP-Adressen via Befehl rasch herausfinden. Die Zuordnung ist für Administratoren und Benutzer, denen Datensicherheit wichtig ist, interessant. Die IP-Prüfung ist in wenigen Augenblicken erledigt und normaler Bestandteil jeder Seitenabfrage.

Domains als SEO-Gegenstand und Keyword-relevante Größe

Die großen Suchmaschinen wie Google, Bing und Co. halten sich über die genauen Parameter bei Domains bedeckt, die für die Suche relevant sind. Allerdings sind einige Details der Domains mit sehr hoher Wahrscheinlichkeit wichtig unter SEO-Aspekten.

Dazu zählen in erster Linie Keyword und Neben-Keywords, die sich sowohl auf der Präsenz befinden sollten, sowie im Namen der Domain. Hierzu zählt ebenso das Zusammenspiel und die Dichte der Keywords, die sich unter einer Domain sammeln. Ein Keyword im Domain-Namen kann sich sehr positiv auswirken, ist aber bei einer ansonsten gut gestalteten Seite eher nachrangig, da dieser eine Punkt nur einer von Hunderten ist. Google und andere Suchmaschinen belohnen einen hohe Qualität der Domains, die insgesamt stimmig sein müssen. Welche Punkte jeweils am wichtigsten sind und wie gewichtet werden, variiert allerdings sehr häufig.

Sollte die Marke in den Domain-Namen?

Wie schon mehrfach erwähnt, schafft ein griffiger Name, der dem Nutzer verrät, worauf er sich einlässt, Vertrauen. Durch die Einbindung von Markenbegriffen und weiteren zentralen Inhalten wird die Absprungrate minimiert, da eine Erwartungshaltung auf der Domain unmittelbar bestätigt wird. Die Brand und ihre Umsetzung tragen zudem zur Corporate Identity bei und prägen die Domain.

Inwieweit Namen, die in die Domain integriert wurden, Einfluss auf den Algorithmus haben, ist nicht belegbar. Ein Schaden ist jedoch auszuschließen, weshalb diese Strategie von SEO-Experten wohlwollend betrachtet wird.

Ideal sind Verknüpfungen von Shops, die im Namen der Domain die Schlüsselworte „Shop“ und Produktnamen wie HiFi, Kleidung, Schmuck und mehr miteinander kombinieren. Der User und potenzielle Käufer weiß im ersten Moment, dass er sich in einem Onlineshop von einem Technikanbieter befindet und beginnt so seine Suche.

Merke: Sachbezogene, möglichst knappe Namen der Domain bleiben eher im Gedächtnis.

Top-Level-Domains

Was eine Top-Level-Domain ist wurde weiter oben besprochen, aber welchen Einfluss hat sie auf die Suche

bei Google? Das Ende der Domain-URL ist sehr variabel: .com, .de, .shop und so weiter.

Tatsächlich haben bestimmte Endungen wie .shop, .com oder .express kaum Einfluss auf die Bewertung durch Google. Für die Suchmaschinenoptimierung ist die Auswahl der TLD diesbezüglich nicht relevant. Allerdings spielen Länder-Domains durchaus eine Rolle für die Bewertung. Wenn eine Endung auf ein bestimmtes Land hinweist, zum Beispiel .nl für die Niederlande, dann wird dies für User aus den Niederlanden relevant oder die Endung .de für deutsche Nutzer.

Die Suchmaschine nimmt an, dass deutsche Nutzer eher an einer deutschen Seite interessiert sind oder russische User an russischen Inhalten. Das macht Sinn und ist somit SEO-relevant, wenn es sich nicht um eine internationale, sondern nationale Seite handelt und speziell Nutzer aus einem bestimmten Gebiet ansprechen soll.

Das gilt nicht nur für Länder, sondern auch Regionen wie etwa „.wales“ oder „.bayern“ und ähnlichen genaueren Gebietszuschreibungen. Die Länderkennung bleibt allerdings der relevanteste Faktor. Noch genauere Zuschreibungen wie Städtenamen erzielen keine weiteren Erfolge.

Seriosität und dauerhafter Betrieb

Über die Domain kann mittels Whois-Abfrage in Erfahrung gebracht werden, wer die Seite betreibt und außerdem, welche weiteren Seiten aktuell und in der Vergangenheit betrieben wurden. Beim Ranking werden Bewertungen von anderen Seiten desselben Betreibers mit einbezogen. Sollten diese Seiten einen positiven Ruf haben und bereits erfolgreich gewesen sein, wird auch eine jüngere Seite hochgeranked.

Im Gegensatz dazu werden dubiose Seiten oder schlechte Seiten einen negativen Einfluss auf den Algorithmus haben. Schlechte Geschäftspraktiken wie Spam-Mails, Fakes oder andere negative Ereignisse werden abgestraft. Eine lange Beständigkeit wirkt sich bei vernünftiger Aufmachung ebenfalls positiv auf die Bewertung aus. Dieser Faktor wirkt sich zwar nur mäßig aus, ist aber ein Baustein im Gesamtgefüge. Google oder andere Suchmaschinen gehen bei einer älteren Domain davon aus, dass auch weiterhin positive Inhalte darüber entstehen können.

Allerdings kann ein Neustart beziehungsweise eine unverbrauchte und völlig neue Domain mit sehr guter Aufmachung ebenfalls schnell ranken und sehr positiv bewertet werden. Neuer Input wird grundsätzlich geschätzt und nach einer Prüfung gern gefördert, um den Markt zu bereichern.

Schlussbetrachtung

Die Domain ist über den Namen für Nutzer sofort zu identifizieren. Es ergibt daher hinsichtlich des menschlichen Faktors Sinn, den Namen weise zu wählen. In Bezug auf die SEO und das Ranking spielt die Domain nur eine untergeordnete Rolle. Hochwertiges Content ist wesentlich entscheidender für eine gute Positionierung.

- einprägsamer Name
- möglichst kurz und prägnant
- Länderkennung entscheidend für nationale Usergruppen
- Keywords sind zu empfehlen