Google Exact Match Domain-Update: Relevanz der URL

Stand: 04.07.2022

Das erste Mal tauchte das Google Exact Match Domain Update 2012 auf. Sukzessive wurde es über die letzten Jahre immer wieder erweitert und angepasst. Das EMD-Update sollte Longtail-Keywords in der URL herausfiltern und ihnen weniger Bedeutung beimessen. Insgesamt sollte jedoch der Rankingfaktor Domain abgeschwächt werden. Lange Zeit galten Keyword-Domains als probates Mittel in der Suchmaschinenoptimierung. Dieser Trend ging durch das Google Exact Match Domain Update und in Verbindung mit weiteren Änderungen durch Panda und Penguin jedoch zurück.

Inhalte des Google Exact Match Domain Updates

Eine Exact Match-Domain ist eine URL, in der das Haupt-Keyword bereits enthalten ist. Ziel dessen ist es, möglichst weit oben in den SERPs zu ranken, da die **Suchanfrage perfekt mit der URL übereinstimmt**. Doch nicht immer ergeben sich dabei vertrauenswürdige Kombinationen. www.handy-kaufen.de klingt nicht unbedingt nach fachlicher Beratung. Im Google Exact Match Domain Update sollten diese Domainnamen herausgefiltert werden und mit weiteren Kriterien bewertet werden.

URLs mit einer Keyword-Domain wurden nicht automatisch aus den Suchergebnissen verbannt oder aus der Indexierung genommen, sondern erhielten lediglich eine neue Positionierung auf den hinteren Plätzen.

Ziel des Google Exact Match Domain Updates

Selbstverständlich ist es für Webseitenbetreiber verlockend, das Main-Keyword mit der entsprechenden Intention gleich in der URL zu verwenden. Genauer könnte die Trefferwahrscheinlichkeit nicht sein. Allerdings ist das oftmals die einzige Option gewesen, die **Suchintention des Nutzers genau zu treffen**, auf die Inhalte wurde dabei weniger Wert gelegt.

Aus diesem Grund funktionierte das Google Exact Match Domain Update in Verbindung mit weiteren Rankingfaktoren. So war es dem Suchmaschinenriesen möglich, schlechtere Linknetzwerke aufzuspüren und den Webseiten eine hohe Relevanz zuzuordnen, die gute Inhalte und keywordrelevante URLs lieferten.

Tatsächliche Folgen des Roll-outs

Für Exact Match-Domains gibt es unterschiedliche Einsatzzwecke. Im Affiliate-Marketing war es ein

beliebtes Mittel, um viel Traffic und somit Umsatz zu erzielen. Dabei kamen passgenaue EMD zustande, die das stark umkämpfte Keyword enthielten. Zudem wurden solche Domains häufig zu einem hohen Preis weiterverkauft. Eine zweite Form für die Verwendung waren Weiterleitungen. Portale wie Amazon oder große Unternehmen nutzten diese Option für ihren Wettbewerbsvorteil. Apple hat mit thinkdifferent.com eine solche Exact Match-Domain kreiert, die anschließend zur Hauptseite verweist.

Das Google Exact Match Domain Update führte dazu, dass Weiterleitungen kaum noch eine Bedeutung hatten. Von den Veränderungen waren vor allem Seiten mit minderwertigem Content betroffen. Exact Match-Domains mit einzigartigen Inhalten konnten sich nach dem Update weiter behaupten.

Schlussfolgerungen für die SEO

Exact Match-Domains haben heutzutage eine geringere Bedeutung als noch vor einigen Jahren. Als Rankingfaktor ist EMD nur noch in einem kleinen Rahmen wichtig. Passt jedoch die Domain zur Suchanfrage und liefert die Webseite zusätzlich einzigartige Inhalte, ist eine gute Position in den SERPs sehr wahrscheinlich.

Eine **URL mit einem Haupt-Keyword zu kreieren**, ist in den Augen von Google immer noch möglich. Allerdings sollten dann auch die Inhalte zur Suchintention passen.

Was ist also in den Augen von Google ein gutes Ergebnis?

Noch heute gibt es Exact Match-Domains. Sie verzeichnen weiterhin einen hohen Traffic. Dahinter verbergen sich jedoch Websites, die auch die wichtigsten weiteren Faktoren der Suchmaschinenoptimierung beachten. Anbieter von Versicherungen nutzen diese Variante gern und vor allem sinnvoll. Mit allen Fragen und Informationen können Exact Match-Domains weiterhin eine gute Positionierung erzielen.

Profitieren Sie von unserer Expertise als SEO-Agentur und starten Sie mit uns durch!