

Paginierung

Stand: 15.08.2022

Paginierung ist vor allem in der [Suchmaschinenoptimierung](#) sinnvoll, wenn längere Inhalte auf mehreren Seiten dargestellt werden. Blogs oder Ergebnislisten sind die besten Beispiele dafür. Die Gründe sind in der Nutzerfreundlichkeit zu finden. One-Pager erfreuen sich immer noch größter Beliebtheit. Jedoch ist es in manchen Fällen notwendig, eine Paginierung einzusetzen. Allerdings gibt es auch andere Möglichkeiten, um den Content userfreundlich zu präsentieren. Infinite Scrolling wird dabei an erster Stelle genannt.

Bekannte Portale wie Amazon nutzen sowohl die Paginierung als auch das Infinite Scrolling. Generell ist diese Maßnahme im E-Commerce angekommen.

Definition

Der Begriff Paginierung bezeichnet im Bereich des [Online-Marketings](#) die **Verknüpfung von Content über mehrere Seiten hinweg**. Diese Aufteilung des [Contents](#) in sogenannte **Komponentenseiten** stellt ein ernstzunehmendes Problem im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung (SEO) dar. In der Praxis kommt Paginierung bei der Aufteilung von langen Texten, bei Bilderstrecken und im E-Commerce bei der Aufgliederung von Produkten auf mehrere Seiten vor.

Verwendung von Paginierung

Um [Duplicate Content](#) zu vermeiden, kann eine Paginierung der Inhalte und deren Folgeseiten durchaus Sinn ergeben. Auch Webportale, die großen Wert auf Klickzahlen legen und damit ihre Haupteinnahmequelle bestreiten, **teilen Content häufig auf, damit sie mehr Impressions erreichen**. Google bewertet diese Maßnahmen nicht zwingend schlechter, jedoch sollten die Webseitenbetreiber darauf achten, dass auch Inhalte auf One-Pagern dargestellt werden.

Beispiele für Paginierung:

- [Blogs](#) mit unterschiedlichen Bereichen und zeitlichen Abfolgen
- Datenbanken
- Unternehmensregister
- Kategorieseiten eines Onlineshops mit mehreren Ergebnisseiten
- Suchergebnisseiten in Shops, Suchmaschinen oder [Verzeichnissen](#)
- Webforen
- lange Bildstrecken mit einer vordefinierten Anzahl an Bildern

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:
GENODEF1WOB

Unangebrachte Paginierung

Ist der Inhalt nicht als Auflistung aufbereitet, sollten Webseitenbetreiber bestrebt sein, alles auf einer Seite unterzubekommen. Einerseits wird das webseiteninterne [Crawling-Budget](#) nicht verstärkt belastet, auf der anderen Seite ist der Content für den Nutzer besser abrufbar. Das Scrollen beweist sich als nutzerfreundlicher als Blättern, zumal viele Inhalte heutzutage auch mit einem mobilen Endgerät abgerufen werden.

Unter Umständen kann bei einer **falsch angewendeten Paginierung das Risiko bestehen, dass weniger [Traffic](#) generiert wird** und die Absprungrate steigt. Umfassende Inhalte, die dem Leser Mehrwert bieten und auf nur einer Seite abgebildet werden, können dadurch auch mit unterschiedlichen Keyword-Kombinationen ein gutes Ranking erzielen.

Relevanz der Paginierung für die SEO

Die Paginierung von Webseiten stellt ein klassisches Problem in der Suchmaschinenoptimierung dar. Bei der Paginierung von Seiten kommt es dazu, dass der **Crawler zunächst jede Komponentenseite einzeln und ohne Zusammenhang zu anderen Seiten indexiert**. Durch dieses Verfahren kann nicht gewährleistet werden, dass der Suchmaschinennutzer tatsächlich die für seine Suchanfrage relevanteste Seite in den organischen Suchtreffern angezeigt bekommt.

Bei Bildstrecken oder Produktkategorien wäre die **relevanteste Seite in der Regel die erste Seite**. Darüber hinaus wird jede Komponentenseite einzeln anhand der unterschiedlichen [Rankingfaktoren](#) bewertet. Dementsprechend rankt auch jede dieser Seiten einzeln und ohne Zusammenhang zu anderen Seiten der Domain. Durch eine Bündelung der Seiten könnte eine Komponentenseite – beispielsweise die erste Seite – gestärkt werden und somit eine bessere Platzierung erreichen.

Die drei wichtigsten Gründe für eine Paginierung:

- Vermeidung von Duplicate Content
- Verbesserung der Nutzerfreundlichkeit
- bessere Bewertung in der [Indexierung](#)

Anwendung der Paginierung in der Praxis

Für diese Problematik hat Google inzwischen drei optimale Lösungsansätze ausgearbeitet. Wer mit einem Content-Management-System arbeitet, kann zudem integrierte [Plug-ins](#) nutzen, die die richtige Paginierung unterstützen.

Userbedingte Anpassung des Contents

Durch die Erstellung einer indexierbaren „**View All**“-Seite, auf der alle paginierten Komponentenseiten
Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808
Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

Löwenstark Digital Group GmbH

zusammengefasst werden, ist die Bewertung der Inhalte im Zusammenhang mit anderem Content möglich. In diesem Fall verweisen alle Komponentenseiten über einen Canonical-Tag auf die entsprechende „View All“-Seite. Dabei gilt, dass eine zusammenfassende Seite nur dann implementiert werden sollte, wenn dadurch die [Usability](#) seitens der Nutzer nicht eingeschränkt wird.

Beispielsweise kann sich durch eine „View All“-Seite die Ladezeit erheblich erhöhen. Auch die Darstellung der Produkte und Informationen kann bei zusammenfassenden Seiten ein Problem darstellen. Im [E-Commerce](#) lassen sich „View All“-Seiten realisieren, indem Nutzer die Anzahl der angezeigten Artikel pro Seite selbstständig anpassen können.

Linkattribute

Eine andere Möglichkeit zur Lösung des Indexierungsproblems besteht in der Verwendung von **Linkattributen**. Durch die Attribute rel=“next“ und rel=“prev“ können Verlinkungen zwischen den einzelnen Komponentenseiten getätigt werden. Crawler können diesen Links folgen und stellen so einen Zusammenhang zwischen den vor- und nachgelagerten Seiten her.

Dabei ist es wichtig, die Linkattribute im Kopf der jeweiligen Seite einzufügen, damit sich der Crawler bei der Indexierung neuer Inhalte schnell zurechtfindet. Auf das Canonical-Tag kann in diesem Fall verzichtet werden, die Linkattribute senden bereits die richtigen Anweisungen aus. Die Verwendung „noindex“ ist ausschließlich für die Folgeseiten relevant, sonst kann auch die erste Seite nicht gefunden werden.

Infinite Scrolling

Hier wird die Paginierung überflüssig. Ein JavaScript sorgt dafür, dass alle Inhalte nacheinander abgerufen werden können, ohne zu blättern. **Durch Scrollen lädt der Content ohne Zutun nach.** Es vollzieht sich also kein Abruf weiterführender Seiten und keine Weiterleitung. Das Infinite Scrolling ist vor allem für Nutzer von Smartphones oder Tablets interessant, denn hier erfolgt die Anzeige nur durch einfaches Wischen mit dem Finger.

Sollte [JavaScript](#) nicht auf dem Gerät installiert sein, können die Inhalte trotzdem dargestellt werden. Das geschieht in der ursprünglichen Ansicht mit Paginierung. In der technischen Suchmaschinenoptimierung sind dabei die Vorgaben der JavaScript-SEO zu beachten, um eine fehlerfreie Indexierung zu ermöglichen.

Nutzen der Paginierung

Allen Lösungsansätzen ist gemein, dass sie einen **indexierbaren Zusammenhang zwischen den paginierten Seiten herstellen**. Die Inhalte können so leichter gecrawlt und miteinander verknüpft werden. Im Hinblick auf die Problematik lassen sich so die für die Suchanfrage des Suchmaschinennutzers relevantesten Inhalte ermitteln und entsprechend auf der Search Engine Result Page ([SERP](#)) platzieren.

Im Fall einer zusammenfassenden Seite würde in den Suchergebnissen die „View All“-Seite platziert werden; bei der Verwendung von Linkattributen würde die erste Seite ausgespielt werden. Im Hinblick auf die [Usability](#) der einzelnen Komponentenseiten ist es empfehlenswert, den Nutzer selbstständig zwischen

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

den Seiten wechseln zu lassen. Dies wird vor allem durch sogenannte sprechende [URLs](#) (beispielsweise www.meinedomain.de/page/1/) und durch eine Seitennavigation in Form von „Seite 1, 2, 3 ... 99“ erreicht. Kann der Webseitenbesucher nur vor und zurück navigieren, könnte das die Usability erheblich einschränken.

Löwenstark Digital Group GmbH

Geschäftsführung: Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

Bankverbindung: Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:
GENODEF1WOB