Webseiten-Architektur

Stand: 20.09.2022

Webseiten-Architektur meint den gesamten Internetauftritt hinsichtlich Aufbau und Struktur. Die Strategie des Aufbaus hinter einer Seite zählt hier ebenso in das Bild wie Designs und verschiedene optische Merkmale. Hauptziel ist eine benutzerfreundliche und somit wohl überlegte, einladende Gestaltung für die User. Neben den menschlichen Nutzern profitieren außerdem die Crawler der Suchmaschinen von einer sauberen Architektur.

Welchen Stellenwert besitzt die Webseiten-Architektur für die SEO?

Kurze Antwort: die Architektur der Webseite ist das Kernelement von Suchmaschinenoptimierung (SEO). Das liegt einerseits an der Bedeutung für Google und andererseits den Möglichkeiten, die ein SEO-Spezialist mit dem Seitenaufbau nutzen kann.

Google benötigt die Ober- und Unterseiten sowie die gesamte Verzeichnisstruktur für seine Bewertungen. Je sinnvoller und wohl überlegter diese Anlage, umso höher wird eine Suchmaschine die Seite einstufen. Der SEO wiederrum strukturiert, optimiert oder konzeptualisiert neue Seiten. URLs sollten dabei besondere Beachtung finden, wenn ein Shop oder eine Homepage aufgelegt werden.

Das interessiert den Crawler:

- Logik und Übersichtlichkeit einer Seitenstruktur
- Unterseiten samt Keywords und Nebenmeyords
- Verzeichnisstruktur sollte unkompliziert sein (sonst erschwert sich die Indexierung)

Architektur und Usability

Zwischen der Architektur und der Benutzerfreundlichkeit existieren logischerweise unmittelbare Bezüge. Simple Navigation, eindeutige URLs und eine gute Visualisierung führen zu einer angenehmem Benutzbarkeit für den User. Wenn die Architektur zu einer hohen Usability führt, verbleibt der User gern und lange, was wiederrum den Unterschied ausmacht zwischen schlechten und erfolgreichen Seiten.

Die positiven Folgen sind ein hoher Traffic, lange Verweildauer und parallel zu einer niedrigeren Absprungrate höhere Konversions und Leads. Die Struktur der Seite sollte immer auf die Bedürfnisse der Nutzer ausgerichtet sein.

Inhalte sinnvoll anordnen

Das alles wird optimal dann erreicht, wenn die User sofort erkennen, wie eine Seite aufgebaut und strukturiert ist. Wenn der User etwas sucht, sollte das nur wenige Augenblicke dauern. Daher muss garantiert sein, dass alle Inhalte sinnvoll gruppiert sind und für User und Crawler Verwirrungen

ausgeschlossen sind.

Stichworte:

- hohe Übersichtlichkeit, intuitive Steuerung/Navigation
- Logik: Struktur und Gruppierungen
- Harmonie
- klare Hierarchien
- ansprechende Designs und Looks
- gute Orientierung auf jeder Unterseite

Zu bedenken ist, dass die meisten User nicht über die Starseite auf einer Webseite landen. Oftmals kommen Sie über einen Deeplink auf die Seite. Die Webseiten-Architektur muss also so beschaffen sein, dass der Benutzer von jeder Unterseite aus, einfach und direkt auf die gewünschten bzw. weiterführende Inhalte gelangt.

Das sollte getan werden!

- maximal drei Ebenen einer Webseite
- in zwei Klicks auf den entscheidenden Ober- und Unterseiten

URL-Struktur und Sitemaps

Neben den Verzeichnissen spielen außerdem etliche technische Parameter eine wichtige Rolle. URLs müssen gut indexiert sein, um ihre Relevanz zu gewährleisten und allen SEO-Ansprüchen zu genügen. Ein absolutes No-Go sind zu lange Ladegeschwindigkeiten. Diese führen besonders schnell zum (entnervten) Absprung des Users.

Das ist zu beachten:

- Inhalte schon über die URL ersichtlich
- alle SEO-Kriterien im Blick behalten
- pro Unterseite, ein passendes Haupt-Keyword etablieren
- Haupt-Keywort ebenfalls in URL integrieren
- Sitemap für den Crawl-Prozess nutzen und diesen pushen!
- Sitemap muss alle Seiten (Unterseiten) beinhalten
- Search Console als Tool einrichten und Seitenübersicht im XML-Format für Google einrichten
- Kontrolle und wenn nötig Verbesserung der Ladezeiten/Ladegeschwindigkeiten

Die Planung der Webseiten-Architektur erfordert Erfahrung, da hierbei vorausschauend gearbeitet werden muss. Idealerweise entsteht ein sehr gutes Konzept für die Struktur, die alle wichtigen Seiten und deren

spezifische Eigenschaften einbezieht. Webseiten bieten im Gegensatz zu einer OnPage mehr Gestaltungsspielraum.

Wie ist die Webseitenstruktur beschaffen?

- Ebene 1: Startseite
- Ebene 2: Kategorien und Themen
- Ebene 3: Produkttexte und Detailseiten

Abhängig vom Webseiten-Gegenstand sind hier jedoch weitere Ausprägungen und eine variable Struktur denkbar.

Struktur der URLs

Der Ausgangspunkt ist die Startseite, auf der die jeweiligen Kategorien angelegt werden. Diese splitten sich je nach Bedarf in Ober- und Unterseiten auf. Hier müssen sich die Verlinkungen befinden sowie eine Menüübersicht für den sofortigen Zugriff durch den User. Themenseiten und Produkte sollten in der Webseiten-Architektur sinnvoll und thematisch passend angelegt sein. Dies spiegelt sich in den URLs wider und befördert den technischen Support in allen Optimierungsfragen rund um die SEO.

Wichtige Information zur Verfügung stellen

Jeder User ist anders. Die Suchintensionen und Fragestellungen unterscheiden sich stark und dennoch möchte jeder gleichermaßen „abgeholt“ werden. Die Webseiten-Architektur muss selbst bei sehr unterschiedlichem Nutzerverhalten eine solide Basis stellen, damit alle Nutzer sind gleichermaßen wohl fühlen.

Wer keine genauen Vorstellungen hat, benötigt einen guten Überblick. User, die schon konkrete Vorstellungen besitzen, nutzen gern eine interne Suchfunktion. So gelangt jeder User zu genau den Informationen, die gerade gewünscht sind. Alle User schätzen es, sich intuitiv auf einer Seite bewegen zu kommen.

Den Nutzer verstehen:

- Keyword-Auswahl an User-Wünschen ausrichten
- Angemessene Sprache für die Zielgruppe auf der Webseite nutzen
- Technische Fähigkeiten des Users beachten
- Angebot und Themen sinnvoll aufbereiten

Wer seine Seite schlau anlegt, beachtet bei der Webseiten-Architektur auch die zukünftigen Ereignisse auf der Seite. So lassen sich weitere Plätze anlegen und bei Bedarf sinnvoll (mit neuen Produkten/Themen) befüllen.