

Wie wichtig sind .at-Domains für SEO (Suchmaschinenoptimierung) in Österreich?

September 2018

Bei der Erstellung einer Website stellt sich in der Regel gleich zu Beginn die Frage: Welche Domainendung soll gewählt werden? Die Wahl der richtigen Domain bzw. Domainendung ist nicht einfach, wird von vielen Unternehmen und Webseitenbetreibern oftmals jedoch unterschätzt und viel zu schnell getroffen.

Dabei sollte man auf gewisse Faktoren und Besonderheiten unbedingt Rücksicht nehmen und diese gegenseitig abwägen, um die Ziele der Website zu erreichen. Denn ein späterer Domainwechsel ist oft mit hohen Aufwänden und Risiken verbunden.

Warum sind länderspezifische Top-Level-Domains wichtig?

Google und andere Suchmaschinen weisen länderspezifische Top-Level-Domains (ccTLDs), wie etwa .at-Domains, primär dem jeweiligen Land zu. Das bedeutet, dass .at-Domains in erster Linie in österreichischen Suchergebnissen gelistet werden. Dennoch können diese Domains auch in anderen Ländern in Suchergebnissen aufscheinen. Etwa, wenn ein User in Deutschland nach österreich-spezifischen Themen sucht.

Wo liegen die Unterschiede zu generischen TLDs?

Eine neutrale, generische Top-Level-Domain, wie z.B. .com, .net, .eu, hat für Suchmaschinen zunächst keine spezifische Länderzuweisung. Diese kann zwar manuell in der [Google Search Console](#) eingestellt werden, dennoch empfiehlt es sich für die Suchmaschinenoptimierung eine länderspezifische Top-Level-Domain des Ziellandes der Website auszuwählen, sofern nur dieser eine Markt im Fokus der Website oder des Unternehmens steht.

Auch **John Müller, Googles Webmaster Trends Analyst**, bestätigt, dass länderspezifische Top-Level-Domains als relevanter in den jeweiligen Ländern erachtet werden: *„By default, most ccTLDs (with exceptions) result in Google using these to geotarget the website; it tells us that the website is probably more relevant in the appropriate country.“*

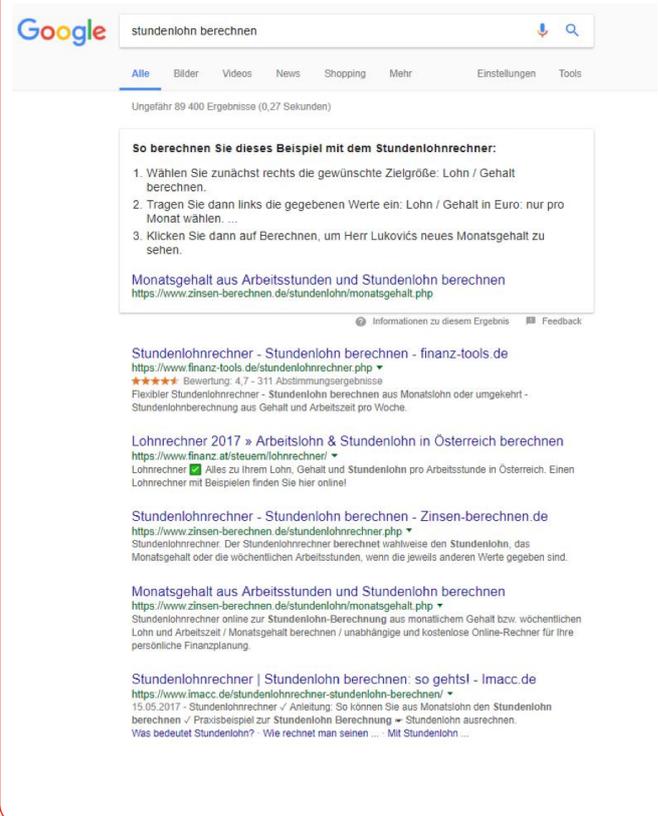
Wie wirken sich .at-Domains auf die Rankings in Österreich aus?

Vor allem zu länderspezifischen und regionalen Suchanfragen, wie beispielsweise Informationen zu Steuern, örtliche Regelungen oder Ähnlichem, werden diese ccTLDs in Suchergebnissen bevorzugt geranked. Das liegt nicht nur daran, dass Google weiß, dass es sich bei einer .at-Domain um eine rein österreichische Website handelt, sondern auch, dass es deutlich weniger Websites mit anderen TLDs oder ccTLDs geben wird, die Inhalte über regionale österreichische Themen enthalten.

Zu überregionalen und neutralen Suchanfragen kann es in Österreich jedoch vorkommen, dass auch .de-Domains oder generische TLDs besser gelistet werden. In anderen Ländern ist das eher selten der Fall.

Beispiel:

Zur Suchanfrage „Stundenlohn berechnen“ werden auch in Österreich viele .de-Domains in den Top-Ergebnissen gelistet:



Laut Google liegt dieses Phänomen vor allem daran, dass es – einfach gesagt – weniger .at-Domains gibt, als etwa .de oder andere TLDs und es bei diesen Suchanfragen nicht wichtig ist, dass es einen regionalen Bezug gibt. So kommt es vor, dass in österreichischen Suchergebnissen auch viele .de-Domains gelistet werden, hingegen umgekehrt in deutschen Suchergebnissen kaum .at-Domains an den vordersten Positionen ranken, sofern es um überregionale Suchanfragen geht.

Man kann auch davon ausgehen, dass österreichische User mehr Vertrauen in .at-Domains haben und in Suchergebnissen eher auf .at-Domains klicken, als etwa auf oder andere ccTLDs. Auch das spricht für die Verwendung einer .at-Domain für österreichische Unternehmen oder jene, die Österreich als Zielmarkt sehen.

Internationale Suchmaschinenoptimierung

Für internationale Websites mit mehreren Sprach- und Länderversionen gibt es ebenfalls wichtige Aspekte, die bei der Domainauswahl zu beachten sind.

Zunächst stellt sich die Frage nach der besten Domainstrategie. Dabei gibt es primär zwei Varianten:

- Nutzung einer eigenen ccTLD je Länderversion (beispiel.at, beispiel.de, ...)
- Nutzung einer generischen TLD mit Länderverzeichnissen oder Subdomains (z.B. domain.com/at, domain.com/de usw.)

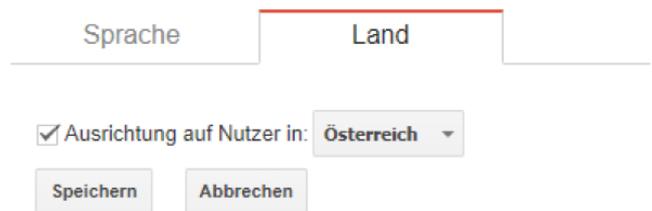
Gleich für welche der Varianten man sich entscheidet, sollten folgende Faktoren unbedingt berücksichtigt werden:

- Domain einem Land zuweisen
- hreflang-Ausweisung

Domain einem Land zuweisen

Um eine neutrale Top-Level-Domain für Suchmaschinen einem bestimmten Land zuzuweisen, kann in der Google Search Console das Zielland der Website definiert werden. Dazu muss unter Suchanfragen > Internationale Ausrichtung ein Land ausgewählt und anschließend gespeichert werden.

Internationale Ausrichtung

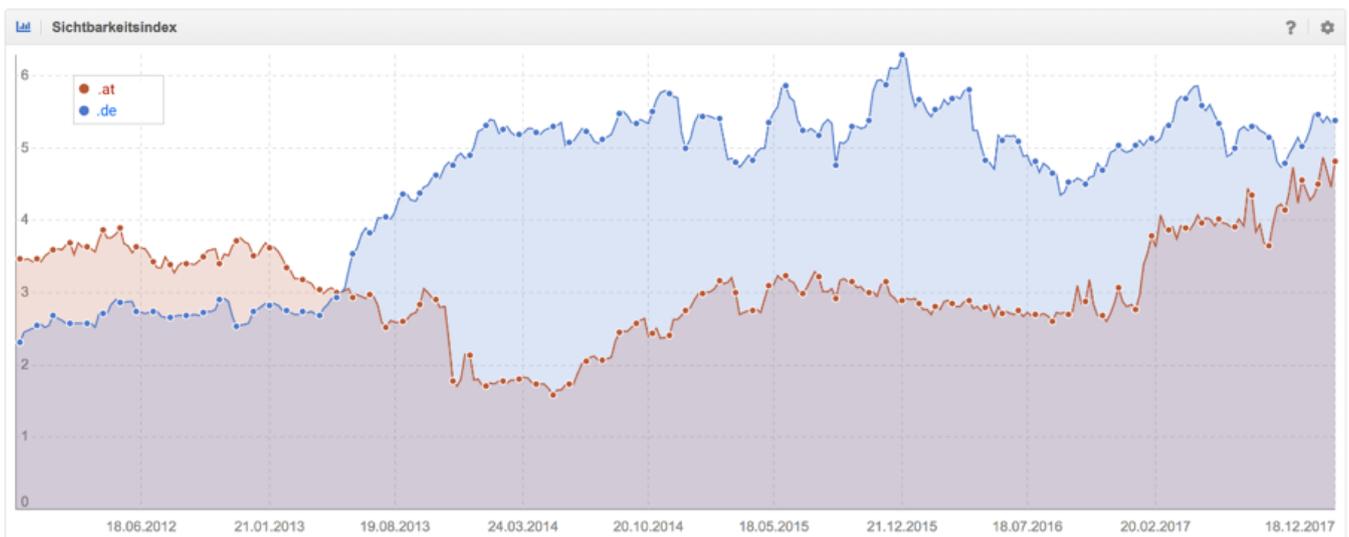



Für länderspezifische Domains ist bereits das jeweilige Land vorausgewählt und kann nicht mehr bearbeitet werden. Das zeigt, dass Google länderspezifische Domains selbstständig auf das jeweilige Zielland primär ausrichtet.

Google behandelt übrigens einige ccTLDs wie .tv, .cc, .co, .ws oder .me als generische TLDs, da Webmaster diese erfahrungsgemäß eher als generisch und nicht als länderspezifisch einsetzen.

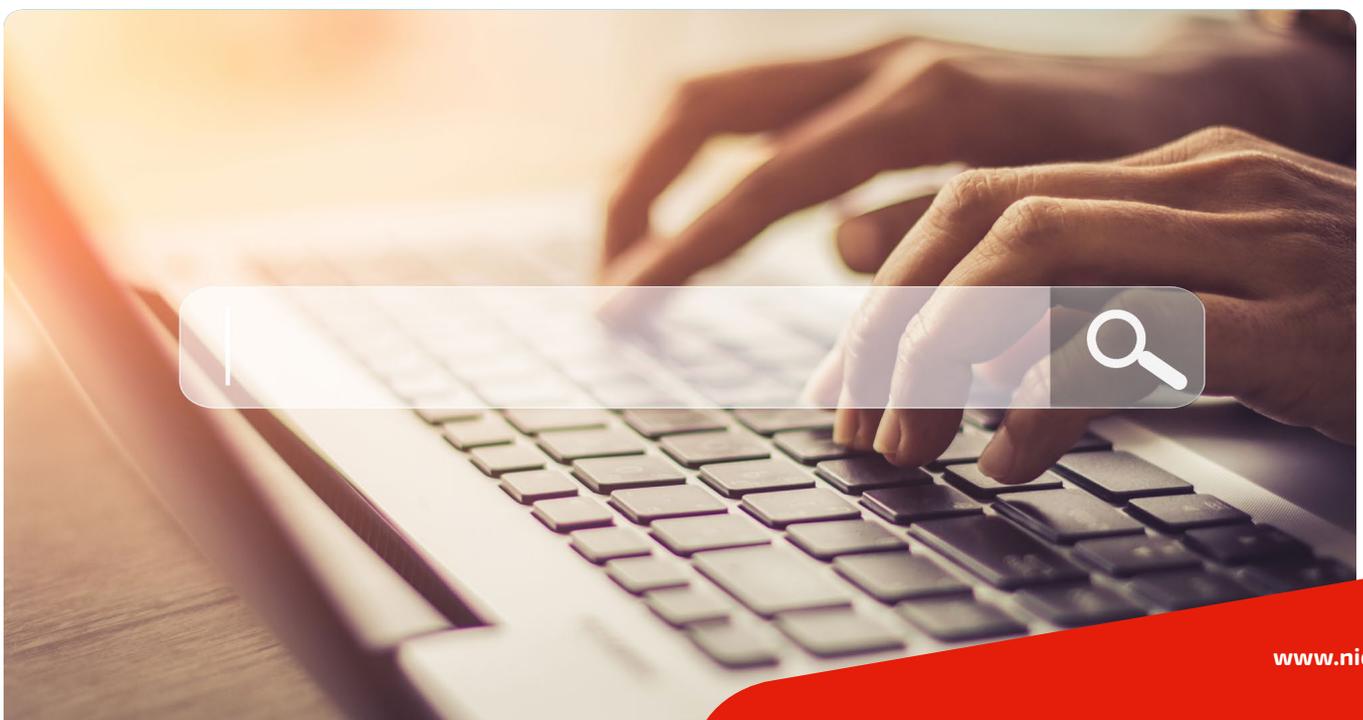
Die Verwendung länderspezifischer Domains genügt jedoch nicht, um der Suchmaschine mitzuteilen, welche Domain und damit welche Inhalte der Website in welchem Land ranken soll. Google wird zwar die .at-Domain Österreich, die .de Deutschland und die .ch der Schweiz zuordnen, dennoch wird ohne korrekter technischer Umsetzungen die .de-Domain auch in Österreich auffindbar sein.

Beispiel:



In dieser Grafik sieht man deutlich, dass die .at-Domain in Österreich gut gelistet ist, die .de-Domain desselben Unternehmens jedoch ebenfalls in österreichischen

Suchergebnissen aufscheint – und sogar deutlich besser rankt!



hreflang-Auszeichnung

Um die Suchmaschinenoptimierung für internationale Websites mit verschiedenen Sprachen auf einer Top-Level-Domain oder mehreren länderzugehörigen Top-Level-Domains erfolgreich umzusetzen, ist eine korrekte hreflang-Auszeichnung im <HEAD> Bereich des HTML Quelltextes notwendig.

Die Auszeichnung teilt der Suchmaschine mit, welche Domain bzw. welcher Inhalt in welchem Land und welcher Sprache der Suchergebnisse gelistet werden sollen.

Umsetzung

Bei der Integration der hreflang-Tags sind bestimmte Faktoren zu berücksichtigen:

- Alle ausgezeichneten URLs müssen für Suchmaschinen erreichbar und indexierbar sein.
- Eine Selbstreferenzierung der URL ist notwendig.
- Jede Sprach-Land-Kombination muss einzigartig sein.

Beispiel:

```
<link rel="alternate" href="https://www.domain.at"
hreflang="de-at" />
<link rel="alternate" href="https://www.domain.de"
hreflang="de-de" />
<link rel="alternate" href="https://www.domain.it"
hreflang="it" />
```

Wie im Beispiel ersichtlich, können Land und Sprache in allen Kombinationen, sowie nur das Land ohne bestimmter Sprachangabe zugewiesen werden. Zusätzlich zu den genannten Angaben Land und Sprache, kann auch ein sogenannter x-default angegeben werden. Dieser gilt für Google als eine Art Fallback-Version für User, auf die beispielsweise keine der sonst genannten Sprachen zutrifft.

Um die Integration der hreflang-Tags zu testen, kann dieses [Tool von Sistrix](#) verwendet werden.

Fazit

Zusammengefasst kann man sagen: Eine .at-Domain hat für Unternehmen und Websites, die alleine Österreich als Zielmarkt gewählt haben, viele Vorteile für die Suchmaschinenoptimierung und damit auch für die Sichtbarkeit und Rankings gegenüber generischen Top-Level-Domains.

Für internationale Websites sollte man jedoch nicht (nur) eine .at-Domain auswählen, da diese wie erwähnt, nur auf Österreich ausgerichtet sind und daher kaum in anderen Ländern ranken werden. Hier sollte eine .at-Domain Teil einer Domainstrategie mit verschiedenen ccTLDs sein, sofern keine generische TLD verwendet wird.

Über get on top gmbh



Die get on top gmbh ([Suchmaschinenoptimierung.at](#) und [OnlineMarketing.at](#)) ist eine der **führenden Online Marketing Agenturen** für Suchmaschinenoptimierung (SEO), Suchmaschinenwerbung (SEA) und Webanalyse in Österreich. Als Veranstalter der beiden Online Marketing Konferenzen [SEOkomm](#) und [QMX](#) wissen wir genau, worauf es im Performance Marketing ankommt.

nic.at GmbH

Jakob-Haringer-Straße 8/V · 5020 Salzburg · Austria

T +43 662 46 69 -0 · F -29

pr@nic.at · www.nic.at