



12.12.2014 15:19 CET

SEO: Google mag die neuen Domain-Endungen

Unkenrufen zum Trotz: Die SEO-Entwicklung der neuen Top-Level-Domains wie .berlin, .club und .tips kann sich sehen lassen. Erste Analysen von renommierten SEO-Experten deuten darauf hin, dass die neuen Internetadressen im Google-Index eine echte Konkurrenz für die etablierten Domains darstellen:

1. Es gibt **keinen Hinweis** darauf, dass allein die Nutzung einer neuen Domain-Endung als negativer Ranking-Faktor gewertet wird.
2. Die neuen Domain-Endungen können im Gegenteil einen **positiven Einfluss** auf die Sichtbarkeit haben, wenn sie einem

- gesuchten Keyword entsprechen.
3. In der lokalen Suche können die neuen geographischen Top-Level-Domains wie .berlin **höher ranken** als Classic-Domains wie .de oder .com.
 4. Bei den **Nutzersignalen** gibt es kein einheitliches Bild: Bekannte geographische Domain-Endungen sind hier im Vorteil, andere neue Domains müssen noch geläufiger werden.

Lesen Sie einen ausführlichen Artikel zur SEO-Entwicklung der neuen Domain-Endungen auf unserem Corporate Blog:

blog.united-domains.de/2014/12/die-neuen-top-level-domains-und-seo/

Über die united-domains AG

Die besten Adressen fürs Web: Die united-domains AG ist mit mehr als 1,6 Millionen registrierten Domains und mehr als 300.000 zufriedenen Kunden einer der führenden Domain-Registrare in Europa. Zu ihren Kunden zählen renommierte Unternehmen wie TUI, DekaBank, Germanwings, Zwilling und Melitta. Die united-domains AG wurde im August 2000 gegründet und beschäftigt circa 90 Mitarbeiter in Starnberg.

Weitere Informationen finden Sie unter united-domains.de oder in unserem Newsroom unter newsroom.united-domains.de.

Kontaktpersonen



Sebastian Ritze

Pressekontakt

Pressesprecher

socialmedia@united-domains.de

+49/8151/36867-60