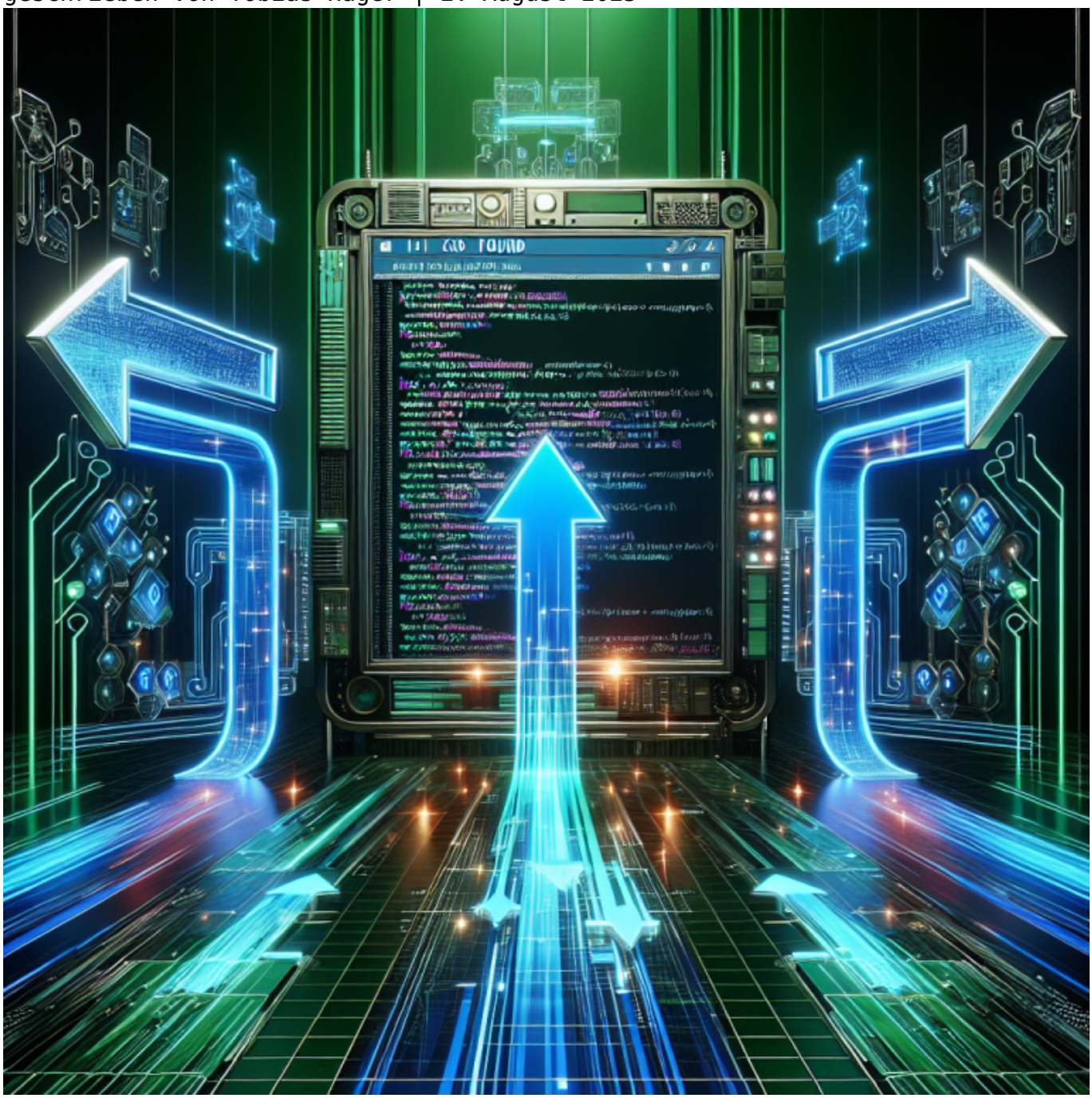
302 Redirect

geschrieben von Tobias Hager | 2. August 2025



302 Redirect: Temporäre Weiterleitung mit

Nebenwirkungen

Ein 302 Redirect ist eine serverseitige Weiterleitung, die dem Browser und vor allem Suchmaschinen signalisiert: „Hey, diese Seite ist aktuell umgezogen – aber nur vorübergehend.“ Im Gegensatz zum berühmten 301 Redirect, der einen dauerhaften Tapetenwechsel markiert, ist der 302 Redirect die digitale Notlösung, wenn du Content kurzfristig verschiebst, testest oder umbaust, ohne deine SEO-Power endgültig zu verlagern. Klingt nach einem harmlosen Platzhalter, ist aber in Wahrheit eine der am meisten missverstandenen Redirect-Methoden im Web – mit weitreichenden Konsequenzen für Rankings, Crawling und User Experience.

Autor: Tobias Hager

302 Redirect: Funktionsweise, HTTP-Status und Unterschiede zum 301 Redirect

Der 302 Redirect basiert auf dem HTTP-Statuscode 302, der offiziell „Found“ oder in älteren Spezifikationen „Moved Temporarily“ heißt. Damit gibt der Server dem Client, also Browser oder Crawler, die klare Ansage: „Diese Ressource ist vorübergehend woanders zu finden – frag mich später noch mal, vielleicht ist sie dann wieder da.“ Technisch wird dabei im HTTP-Header der Status „302 Found“ gesendet, gefolgt vom Location-Header mit der Ziel-URL. Das sieht zum Beispiel so aus:

```
HTTP/1.1 302 Found
Location: https://neue-seite.de/zwischenstopp
```

Der entscheidende Unterschied zum 301 Redirect ist die Signalwirkung: Während der 301 als „Moved Permanently“ einen dauerhaften Umzug markiert, bleibt beim 302 alles offen. Suchmaschinen erwarten, dass der alte Content irgendwann zurückkommt – und übertragen daher in der Regel keine oder nur einen Teil der Linkkraft (PageRank) und Ranking-Signale auf die Zielseite. Das Risiko: Bei missbräuchlicher oder falscher Verwendung von 302 Redirects kann wertvolles SEO-Potenzial schlicht verpuffen.

Leider werden 302 Redirects noch immer von vielen Website-Betreibern als Standard eingesetzt – oft aus Unwissenheit oder Bequemlichkeit. Gerade bei CMS wie WordPress, Shopware oder Magento ist das schnell passiert: Die Standard-Redirect-Funktion legt gerne mal einen 302 an, wo eigentlich ein 301 sein müsste. Das Resultat? Rankingverluste, Indexierungsprobleme und jede Menge SEO-Frust.

302 Redirect in der SEO-Praxis: Wann sinnvoll, wann fatal?

Ein 302 Redirect ist kein Allheilmittel, sondern hat seinen Platz – vorausgesetzt, du weißt genau, was du tust. Typische Einsatzszenarien sind:

- Vorübergehende Aktionen: Du ziehst eine Seite wegen Wartungsarbeiten, A/B-Tests oder saisonalen Landingpages temporär um und willst die alte URL später wieder aktivieren.
- Geo-Targeting: Nutzer aus bestimmten Ländern werden für eine Session auf eine länderspezifische Version weitergeleitet, ohne dass die Hauptseite ihre Ranking-Power verliert.
- Device-basierte Weiterleitungen: Mobile User bekommen testweise eine alternative Seite, aber die Desktop-URL bleibt das „Original“.

Wann ist ein 302 Redirect jedoch der direkte Weg ins SEO-Aus?

- Dauerhafte Umzüge: Wenn eine Seite endgültig umzieht, ist der 301 Redirect Pflicht. Ein 302 signalisiert Suchmaschinen, dass der Umzug nur temporär ist – das kann dazu führen, dass die alte URL im Index bleibt und die neue Seite nie ihr volles Ranking-Potenzial erreicht.
- Massenhafte Weiterleitungen: Große Mengen an 302 Redirects, etwa nach einem Website-Relaunch, führen zu Chaos im Index, Duplicate Content und Crawling-Ineffizienz.
- Versteckspiel mit Suchmaschinen: Wer 302 Redirects nutzt, um Bots andere Seiten als Nutzern zu zeigen (Cloaking), riskiert Penalties und den digitalen Super-GAU.

Google und andere Suchmaschinen sind heute zwar in der Lage, 302 Redirects irgendwann als „dauerhaft“ zu interpretieren, wenn sie lange bestehen. Aber willst du das wirklich dem Algorithmus überlassen? Wer SEO ernst nimmt, arbeitet sauber und überlässt solche Entscheidungen nicht der KI.

Technische Umsetzung von 302 Redirects: Server, CMS und Best Practices

Ein 302 Redirect kann auf verschiedenen Ebenen eingerichtet werden – vom Apache-Server bis zum JavaScript-Hack. Am saubersten und SEO-freundlichsten ist die serverseitige Implementierung, zum Beispiel via .htaccess (Apache), nginx-Konfiguration oder auf Anwendungsebene im PHP-Code. Hier die gängigsten Varianten:

- Apache (.htaccess):
  Redirect 302 /alte-seite https://www.domain.de/neue-seite
- nginx:
  rewrite ^/alte-seite$ https://www.domain.de/neue-seite redirect;
- PHP:
  header("Location: https://www.domain.de/neue-seite", true, 302); exit;

Viele Content-Management-Systeme (CMS) bieten Plugins oder Bordmittel für Redirects an – aber Achtung: Oft wird dabei standardmäßig der 302 statt des 301 gesetzt. Prüfe daher immer den HTTP-Status mit Tools wie curl, httpstatus.io oder den Entwicklertools deines Browsers. Falsche Redirects können monatelang unbemerkt laufen und deine SEO-Bemühungen sabotieren.

Best Practices für 302 Redirects:

- Nutze 302 Redirects nur dann, wenn wirklich eine temporäre Weiterleitung notwendig ist und du exakt weißt, wann die Ursprungsseite wieder erreichbar sein wird.
- Halte die Weiterleitungsdauer so kurz wie möglich. Länger als ein paar Wochen? Dann ist ein 301 Redirect fast immer die bessere Wahl.
- Vermeide Ketten-Redirects („Redirect Chains“). Jede zusätzliche Weiterleitung kostet PageSpeed und verwirrt Suchmaschinen. Maximal eine Weiterleitung von A nach B – fertig.
- Setze den 302 Redirect möglichst serverseitig, nicht via JavaScript oder Meta-Refresh. Letztere werden von Suchmaschinen oft ignoriert oder falsch interpretiert.

302 Redirect und SEO-Impact: Indexierung, Link Juice und Risiken

Die Auswirkungen eines 302 Redirects auf SEO sind massiv unterschätzt – und werden häufig falsch eingeschätzt. Im Gegensatz zum 301 Redirect, der den sogenannten „Link Juice“ (Ranking-Signale und PageRank) vollständig auf die Zielseite überträgt, bleibt dieser Effekt beim 302 meist aus. Google behandelt die Zielseite wie einen temporären Platzhalter – die alte URL bleibt im Index, das Ranking wird nicht übertragen, und Backlinks wirken weiterhin auf die Ursprungsseite. Die Folge: Der Traffic bleibt aus, die neue Seite wird kaum sichtbar, und du schaufelst dir im schlimmsten Fall selbst das SEO-Grab.

In der Praxis sieht das so aus:

- Die Ursprungsseite bleibt im Google-Index, während die Weiterleitungsseite unter Umständen gar nicht indexiert wird.
- Backlinks auf die alte URL verpuffen – sie geben ihre Kraft nicht an die Zielseite weiter.
- Die Suchmaschine crawlt beide URLs, was unnötig Crawl-Budget verbrennt.

- Im schlimmsten Fall entstehen Duplicate Content-Probleme, wenn die Zielseite unabhängig von der Ursprungsseite indexiert wird.

Ein weiteres Risiko: Suchmaschinen „merken“ irgendwann, wenn ein 302 Redirect sehr lange aktiv bleibt – und werten ihn dann wie einen 301. Das ist aber keine verlässliche Strategie. Der Algorithmus entscheidet autonom, und du hast die Kontrolle verloren. Wer auf sauberes SEO setzt, setzt 302 Redirects nur gezielt und kurzfristig ein.

Die wichtigsten Tools zur Überwachung von Redirects sind:

- Google Search Console: Zeigt Weiterleitungsprobleme und Indexierungsstatus.
- Crawling-Tools wie Screaming Frog oder Sitebulb: Finden fehlerhafte oder endlose Redirect-Ketten.
- Server-Logs: Enthüllen, wie Suchmaschinen und Nutzer tatsächlich weitergeleitet werden.

Fazit: 302 Redirect – Nützliches Werkzeug, potenzielles Risiko

Der 302 Redirect ist kein SEO-Feind – aber ein Werkzeug, das mit Bedacht eingesetzt werden will. Für temporäre Umleitungen, Tests und special Use Cases ist er unverzichtbar. Wer ihn jedoch als Standardlösung für dauerhafte Umzüge oder Massenweiterleitungen nutzt, verliert Ranking, Sichtbarkeit und Linkkraft. Die goldene Regel: Immer prüfen, ob die Weiterleitung wirklich nur temporär ist – und ansonsten konsequent auf den 301 Redirect setzen. Nur so bleibt deine SEO-Power da, wo sie hingehört: auf deiner Zielseite. Alles andere ist digitales Harakiri.