



**ISEO**  
Profi Berlin

**Ist Ihr (geplantes) Onlineshop-Tool  
– Software oder Webservice –  
optimal für Suchmaschinen?**



## Suchmaschinenoptimierung ist unabdingbare Voraussetzung ...

... für einen erfolgreichen Onlineshop. Anfragen und Einkäufe entstehen nur mit einem ...

**=> benutzer-freundlichen & suchmaschinen-optimierten Webshop!**

Die Inhalte Ihres Webshops müssen sehr leicht von Suchmaschinen aufgenommen werden und ohne Probleme von den Webshop-Besuchern verstanden werden können. Vertrauen in das Angebot des Shops ist dabei sehr wichtig! Verinnerlichen Sie diese Reihenfolge:

1. Durch die Suchmaschine finden Webbesucher Ihren Onlineshop.
2. Durch die Nutzerfreundlichkeit des Shops kommen Anfragen & Einkäufe zustande.

**=> Was für den Benutzer gut ist, ist auch immer für die Suchmaschine gut !**



## Voraussetzungen Suchmaschinenoptimierung von Onlineshops

1. Struktur / Aufbau der Inhalte des Onlineshops
2. Meta-Daten für jede einzelne Seite des Onlineshops
3. Aufbau der URLs des Onlineshops
4. Texte, Bilder und Buttons im Onlineshop
5. Interne Verlinkung im Onlineshop
6. Umgang mit „Duplicate Content“ im Shop
7. robots.txt für den Onlineshop
8. Sitemaps mit allen Daten/Seiten Ihres Onlineshops
9. Google Tools für den Onlineshop
10. Absolute NoGo's in Onlineshop-Tools & -Software



## Struktur des Webshops – Aufbau der Inhalte

### 1, Eine logische Navigationsstruktur muss möglich sein

- Alle Seiten des Webshops müssen in der Navigationsstruktur **sichtbar** sein
- Bei großen Webshops sollten neben einer Haupt-Navigation mit Sub-Navigation auch sogenannte Brot-Krümel-Navigationen vorhanden sein  
Home > Hauptrubrik > Unterrubrik > Produkt
- Keine versteckten oder verspielten Navigationen!
- (schlecht programmiertes) **Flash/Javascript** muss man abschalten können!
- Für jedermann **leicht verständliche Begriffe** in der Navigation nutzen, die Navigationspunkte müssen frei benennbar sein ... zum Beispiel:  
=> Home – Leistungen – Wir über uns – Kontakt – Impressum
- Hauptnavigation und Subnavigation optisch nah beieinander im Layout
- **Navigationsstruktur** muss die Struktur Ihrer Firma / Ihres Shop-Sortiments widerspiegeln – nur so versteht der Kunde Ihr Unternehmen intuitiv



# Jedes Produkt / jede Seite im Shop vollständig beschreiben

## 2, Meta-Daten für jede einzelne Seite des Onlineshops

- Das Shopsystem muss für jede Seite des Shops – Startseite, Haupt- und Unterkategorie-Seiten, Produkt-Detailseiten, Ergänzungsseiten (Versandkosten-Infos, AGBs u.ä.) frei beschreibbare Datenfelder im Admin-Bereich zur Verfügung stellen, die auf Frontend-Ebene diese Inhalte schaffen:
  - **Seitentitel** (Title-Tag <title>)
  - **Seiten-Beschreibung** (Meta-Tag <description>)
  - **URL-Erweiterung** (siehe Punkt 3 \*\*\*)
  - Seiten-Keywords (Meta-Tag <keywords> - nice to have)
- Diese vier Datenfelder müssen deutlich als notwendig zu befüllende Datenfelder im Admin-Bereich platziert werden – nach Möglichkeit sollten es MUSS-Felder (required) sein! Darüber hinaus braucht jede Seite des Shops:
  - den Meta-Tag „**robots**“ <= automatische Befüllung mit „index, follow“
  - den Meta-Tag „**language**“ <= automatisch befüllt mit „de“, „en“ usw.



## Wie schaut die Adresse Ihres Onlineshops aus?

### 3, Aufbau der URLs Ihres Onlineshops

- Jede Einzelseite, die das Shop-System erzeugt, muss eine **eindeutige URL** erhalten.
- Das Browsen innerhalb des Onlineshops darf für den Webshop-Besucher **nirgends mittels Frames** gelöst werden.
- Es muss immer eine komplette HTM(L)-Seite pro Einzelseite des Shops erzeugt werden, die von Suchmaschinen als **ein (1) vollständiges HTM(L)-Dokument** indexierbar ist.
- Diese eindeutige URL pro Einzelseite ...
  - sollte **keine Parameter** enthalten (Fragezeichen, Doppelpunkte, u.ä.).
  - sollte **ohne** mitgeschleifte **Session-IDs** o.ä. auskommen.
  - sollte unbedingt **keyword-optimiert** sein und die **Shop-Struktur erkennen lassen**, ein Beispiel:  
`http://www.shop.de/hauptrubrik/unterrubrik/produktname.htm(l) ***`



## Wie können die Inhalte des Onlineshops gestaltet werden?

### 4, Texte aller Art sowie Bilder & Button im Onlineshop

- Das Shopsystem soll den Redakteuren freie HTML-Gestaltungsmöglichkeiten **für alle Text-Bereiche** gewähren, die zum Lesen für die Shop-Besucher bestimmt sind. Solche Texte sind Einleitungstexte auf der Startseite, auf allen Erklärungsseiten und auch auf Suchseiten, ebenso wie Kategorien-Texte sowie die Kurzbeschreibungen und Langbeschreibungen der Produkt-Detailseiten.
- Unter HTML-Gestaltungsmöglichkeiten wird hier der **FETTdruck**, der *Kursiv-Druck*, das Unterstreichen, das Anlegen von Aufzählungen mit dem HTML-Code `<li>` verstanden. Überschriften sind mit dem HTML-Code `<h1>` zu erstellen, Zwischenüberschriften mit den HTML-Codes `<h2>` und `<h3>`.
- **Bilder und Button**, die vom Shop-System angezeigt werden, sollten immer mit einem `<alt>`-Attribut und/oder einem `<title>`-Attribut versehen werden. Der Inhalt dieses Attributs sollte über ein **frei beschreibbares Datenfeld** im Admin-Bereich des Shop-Systems zustande kommen. Dieses Datenfeld sollte in unmittelbarer Nähe zum Upload-Datenfeld für Bilder & Grafiken liegen. Eine automatische Vorab-Befüllung dieses Datenfeldes wäre wünschenswert ... bei Produkt-Bildern z.B. durch Einsatz der Produkt-Überschrift.



## Erleichtern Sie Shop-Besuchern das Durchbrowsen des Shops

### 5, Interne Verlinkung im Onlineshop

- Das Shop-System muss eine **durchgängige und vollständige interne Verlinkung** ermöglichen. Hierzu muss es unbedingt die folgenden Funktionen geben:
  - User, die dieses Produkt gekauft haben, haben auch folgende Produkte gekauft.
  - User, die dieses Produkt angeschaut haben, haben sich auch folgende Produkte angesehen.
  - TOP10-Listen (z.B. Verkaufsschlager) – sowohl shop-weit als auch spezifisch zu bestimmten Shop-Kategorien oder Stichworten.
  - Genius-Empfehlungen: Welches andere Shop-Produkt passt zum gerade ausgewählten? Welches Produkt ergänzt das ausgewählte?
- Das gewünschte Resultat dieser konsequenten internen „Quer-Verlinkung“ zwischen den Produkten und Kategorien des Shops: **Zu jedem Produkt führen mindestens 6 bis 10 interne Links!**



## Liefern Sie jede Shop-Information mit einmaliger URL aus

### 6, Der Umgang mit „Duplicate Content“ im Onlineshop

- Das Shopsystem darf **nirgends Duplicate Content** erzeugen!
- Sollte es Funktionen im Shop geben (z.B. Druckansichten), die aus Sicht einer Suchmaschine Duplicate Content produzieren, dann muss das Shop-System den **canonical-MetaTag** unterstützen, der Suchmaschinen in Bezug auf Duplicate Content klare Anweisungen erteilt.
- Zum Themen-Komplex Duplicate Content gehört auch die Erreichbarkeit des Webshops sowohl unter **http://www.shop.de** als auch **http://shop.de**. Gleiches gilt für das Aufschalten verschiedenster Domainnamen auf ein-und-den-selben Web-Content. **Nur eine URL-Adresse** darf zum Ziel führen:  
Richtig: <http://www.shop.de/hauptrubrik/unterrubrik/produkt.html>  
Unterbinden: <http://shop.de/hauptrubrik/unterrubrik/produkt.html>  
Unterbinden: <http://www.supershop.de/hauptrubrik/unterrubrik/produkt.html>  
Unterbinden: <http://supershop.de/hauptrubrik/unterrubrik/produkt.html>  
=> **Webmastertools** nutzen   => **301-Weiterleitungen** nutzen



## Geben Sie Suchmaschinen-Robotern klare Anweisungen

### 7, robots.txt für den Onlineshop anlegen und veröffentlichen

- Das Shopsystem soll im Rootverzeichnis (also auf oberster Ebene des Webservers, auf dem der Shop liegt) „neben“ der index.htm(l)-Datei eine robots.txt anlegen, auf deren Inhalt der Shop-Administrator Einfluss hat
- Unterstützung zur Erstellung einer robots.txt bekommt man in den **Google Webmastertools** unter Website-Konfiguration => Crawler-Zugriff
- So sieht der Inhalt einer **Standard-robots.txt** aus:

User-agent: \*

Allow: /



## Machen Sie alle Seiten Ihres Onlineshops verfügbar

### 8, XML-Sitemap und User-Sitemap für Ihren Onlineshop

- Das Shopsystem soll eine XML-Sitemap regelmäßig und automatisch erzeugen und im Rootverzeichnis (also auf oberster Ebene des Webservers, auf dem der Shop liegt) „neben“ der index.htm(l)-Datei als „sitemap.xml“ ablegen, sodass Suchmaschinen-Robots diese Sitemap indexieren können.
- Diese XML-Sitemap muss in den **Google Webmastertools** (WMT) sichtbar sein => Rubrik Website-Konfiguration => XML-Sitemaps
- Manuelle Alternative: XML-Sitemap mit SOFTplus GSiteCrawler erstellen, per FTP hochladen und via WMT einreichen => „XML-Sitemap einreichen“
- Das Shop-System soll überdies eine **User-Sitemap** anlegen können, die Webshop-Benutzern als Orientierungshilfe dient und Suchmaschinen-Robots einen zusätzlichen Weg zu einer Vielzahl der im Shop enthaltenen Seiten ermöglicht.



## Wichtige Google Anwendungen sollten benutzt werden können

### 9, Google Tools für Ihren Onlineshop

- Das Shopsystem muss mit **Google Analytics** oder einem vergleichbaren Website/Webshop-Traffic-Analyse-Tool verknüpft werden können. Hierzu muss in allen von Webshop-Usern besuchbaren Seiten ein Analytics-Code-Snippet einbaubar sein – auch in den gesamten Warenkorb- und Zahlungs-Prozess!
- Das Shop-System muss Daten an das **Google Merchant Center** in dem vom Merchant Center benötigten Format weiterleiten können.
- Das Shopsystem muss mit den **Google Webmastertools** verknüpft werden können. Hierzu muss im Rootverzeichnis (also auf oberster Ebene des Webservers, auf dem der Shop liegt) „neben“ der index.htm(l)-Datei eine von Google definierte HTML-Datei abgelegt werden können.
- Das Shop-System muss mit dem **Google AdWords Conversion Tracking** verknüpft werden können. Hierzu muss auf der letzten Seite des Einkaufs-Prozesses („Herzlichen Dank für Ihren Einkauf!“) ein HTML-Code-Snippet in den Quelltext eingefügt werden können.



**Warnung – Warnung – Warnung – Warnung – Warnung !!!!!!!**

## **10, Absolute NoGo's in Onlineshop-Software und Shop-Webservices**

- Das Shopsystem darf **nirgends** – auch nicht in Teilen (zum Beispiel bei Headlines = Überschriften) – **Fließtexte in ein Bild umwandeln**.
- Das Shop-System darf **nirgends mit automatischen Weiterleitungen arbeiten**, die den Eindruck erwecken könnten, dass die „übersprungene“ Seite eine Doorway-Page ist.
- Das Shopsystem sollte **nirgends** mit dem Link-Attribut „**nofollow**“ arbeiten.
- Das Shop-System sollte weitestgehend auf **JavaScript, AJAX und Flash** verzichten. Bei Einsatz dieser Techniken ist darauf zu achten, ob auf die mit diesen Techniken erzeugten Informationen von Suchmaschinen zugegriffen werden kann. Werden durch diese Techniken die darin abgelegten Informationen für Suchmaschinen unzugänglich, dann muss unbedingt auf diese Techniken verzichtet werden!



## Der Profi für Suchmaschinenoptimierung in Berlin

Sven Deutschländer ist immer erreichbar

[www.SEO-Profi-Berlin.de](http://www.SEO-Profi-Berlin.de)

[sd@SEO-Profi-Berlin.de](mailto:sd@SEO-Profi-Berlin.de)

[www.twitter.com/dskom](http://www.twitter.com/dskom)

[www.facebook.com/SEO.Profi.Berlin](http://www.facebook.com/SEO.Profi.Berlin)



Sven Deutschländer

Stockholmer Straße 31

13359 Berlin

Tel.: 030 4990 7084

Fax: 030 4990 7085



SEO Profi Berlin gehört zu den 100 wichtigsten SEO-Dienstleistern Deutschlands (iBusiness 2011)