

CHECK YOUR CMS!

SEO Anforderungen für CMS prüfen und verifizieren

RELEVANZ



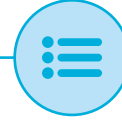
✓ TITLE-TAG

Automatische Generierung und Ausspielung des Title-Tags (Seitentitel). Die automatische Wiedergabe erfolgt durch verschiedene Variablen wie "Titel", "Kategorie", etc. Pro Zielseite ist ein individueller Title erforderlich, dieser sollte aber manuell überschreibbar sein.



✓ DESCRIPTION-TAG

Description Tags sollten automatisch aus den definierten Variablen der jeweiligen Seite erstellt und ausgespielt werden können. Pro Zielseite ist eine individuelle Description erforderlich, die auch manuell überschrieben werden kann.



✓ HEADINGS (H-TAGS)

Relevante und aussagekräftige H-Tags (H1, H2, H3, etc.) strukturieren die einzelnen Titel. Headings sollten individuell überschreibbar sein und relevante Keywords enthalten.



✓ BILDER

Für alle Bilder sollte die Möglichkeit bestehen, einen ALT-Tag zu vergeben. Dieser beschreibt das Bild und enthält jeweils das wichtigste Keyword.

CRAWLABILITY & INDEXIERUNG



✓ WEB STANDARD

Ein sauberes HTML mit der Integration von CSS und JavaScript bildet die Grundlage dafür, dass Mikrodaten gemäss schema.org eingebettet werden können und die Inhalte für Suchmaschinen einfach lesbar sind.



✓ FORMAT

Der Content sollte direkt ins HTML der entsprechenden Seite geladen werden. Post-load Funktionalitäten wie JavaScript, AJAX, iframes, etc. sollen wenn möglich vermieden werden, ebenso iframes und Flashes.



✓ MULTI-DEVICE FÄHIGKEIT

Die Seiteninhalte werden auf verschiedenen Geräten wie Desktop, Tablet und Mobile korrekt angezeigt (Responsive Design).



✓ URL

SEO-freundlichen URLs (Nice-URLs) werden automatisch generiert. Die URLs sollten dabei das wichtigste Keyword der Zielseite enthalten und die jeweilige Sprache in einer konsistenten URL-Struktur abbilden.



✓ 301-WEITERLEITUNGEN

Wenn ein Seiteninhalt nicht länger verfügbar ist, muss das System die Seite automatisch mit einer 301-Weiterleitung auf die dazugehörige, nächsthöhere Kategorie verlinken. Nice to have: ein Redirect Tool, mit welchem für jede URL die Weiterleitung individuell gewählt werden kann.



✓ CANONICAL-TAG

Der Canonical-Tag ist ein Verweis von einem Duplikat auf die kanonische, also bevorzugte Seite mit dem "Original" Inhalt und bietet damit die Möglichkeit um Duplicate Content (identischer Seiteninhalt ist unter mehreren URLs vorhanden) zu vermeiden bzw. gegenüber den Suchmaschinen korrekt auszuweisen.



✓ MEHRSPRACHIGKEIT / GEOGRAFISCHE AUSRICHTUNG

Für mehrsprachige Websites ist es wichtig, dass ein Targeting der verschiedenen geografischen Standorte und Sprachversionen über das CMS möglich ist.



✓ XML-SITEMAP

Alle URLs der Website, welche durch Google indexiert werden sollen, müssen in einer XML-Sitemap aufgeführt werden. Die dynamischen XML-Sitemaps sollten dabei automatisch generiert und aktualisiert werden. Sie werden nach dem offiziellen sitemaps.org Protokoll erstellt und in der robots.txt Datei vermerkt.



✓ GRÖSSE & LADEGESCHWINDIGKEIT

Das CMS optimiert und minimiert den Code, Anfragen und Bilder, was die Erhöhung der Ladegeschwindigkeit ermöglicht.



✓ RSS FEEDS

Das CMS sollte für neue News- und Blogbeiträge automatisch RSS Feeds generieren, um den Content zu streuen, Engagement, Backlinks und Traffic zu erzeugen. Beim RSS Feed sollte darauf geachtet werden, dass jeweils nur ein Textausschnitt verwendet wird und ein Link auf den ganzen Artikel verweist.



✓ ROBOTS.TXT

In der robots.txt-Datei wird aufgeführt, welche Seiten der Crawler nicht indexieren soll. Zusätzlich werden die XML-Index-Sitemaps verlinkt.



✓ META-TAGS "NOINDEX", "NOFOLLOW"

Links sollten mit einem noindex oder nofollow Meta-Tag versehen werden können, damit einzelne Inhalte wie Disclaimer, AGBs, etc. nicht von Suchmaschinen indexiert werden.



✓ DRUCKVERSION / DRUCKANSICHT

Druckversionen sollten auf "no-follow" and "no-index" gesetzt werden, damit eine Indexierung durch Suchmaschinen nicht möglich ist. Dies hilft, Duplicate Content zu verhindern.

WEBARCHITEKTUR & INTERNAL LINKING



✓ KATEGORISIERUNG

Das CMS bietet ein in sich konsistentes, hierarchisch organisiertes und individuell gestaltbares System zur Darstellung der Inhalte und Produkte.



✓ NAVIGATION

Die Navigations-Struktur sollte so aufgebaut sein, dass die Suchmaschinen-Crawler einfachen Zugriff auf alle Bereiche der Webseite haben. Das CMS muss sicherstellen, dass die Navigation auf HTML-Elementen basiert.



✓ NAVIGATION BREADCRUMBS

Bei mehrstufigen URLs sollten Breadcrumbs verwendet und mit dem entsprechenden Breadcrumb schema.org Markup gekennzeichnet werden.



✓ LINK TRACKING

Das System soll Broken Links (404-Seiten) einfach erkennbar machen. Alle internen Backlinks sollten einer URL durch das System zugerechnet werden.



✓ INTERNE SUCHE

Das CMS bietet die Möglichkeit die internen Suchresultate (Site Search) einfach zu verwalten und Duplicate Content Probleme zu verhindern. Die Konfiguration der Site Link Search Box sollte ebenfalls unterstützt werden.



✓ PAGINIERUNG

Bei Inhalten, die sich über mehrere Seiten ziehen erleichtert die Einbeziehung der rel="next" und rel="prev" Tags den Suchmaschinen die Anzeige.



✓ TAGS

Erstellung individuell gestaltbarer Tags sollte durch das CMS zur Verfügung gestellt werden. So können automatisch Seiten mit starkem Fokus auf relevante Suchbegriffe erstellt werden. Dabei sollen die Tags eine eindeutige, statische URL erhalten.



✓ FILTERUNG & SORTIERUNG

Links zu filterbarem oder sortierbarem Inhalt sollen mit "no-follow" bezeichnet werden.

WEITERE FUNKTIONALITÄTEN



✓ MICROFORMATS (SCHEMA.ORG)

Zur besseren Kennzeichnung vorhandener Daten gegenüber Suchmaschinen können einzelne Inhalte mit schema.org Markups hinterlegt werden, was eine Rich Snippet Anzeige innerhalb der Suchresultate ermöglicht.



✓ HTML 5 ELEMENTE

Semantischer HTML-Markup für die Strukturierung verschiedener Inhalte wie Texte, Bilder und Hyperlinks für eine bessere Indexierung. Die HTML5 Tags sollten einzeln über das CMS gesteuert werden können.



✓ TRACKING

Für die Messung der Online Aktivitäten ist es wichtig, dass das CMS in der Lage ist, den Tracking-Code (Google Analytics) regelmässig zu aktualisieren, sowie dass es benutzerdefinierte Tracking-Codes wie bspw. den Google Tag Manager unterstützt.



✓ SPEZIFISCHE LANDINGPAGES

Online Marketing Kampagnen verwenden oft zur thematischen Abholung von Besuchern sogenannte Landing Pages. Das CMS muss in der Lage sein solche individuellen Zielseiten zu generieren, welche weder in der Navigation erscheinen, noch das SEO beeinflussen.



✓ SOCIAL BUTTONS

Social Buttons sollten gut sichtbar integriert werden. Somit können Inhalte einfach auf externen Communities und Plattformen geteilt werden.



✓ SOCIAL META TAGS

Für die Interaktion mit Social Media Tags verwendet werden. Diese erlauben eine exakte Definition der Titel, Beschreibungen und Bilder, welche bei Facebook (Open Graph) und Twitter (Twitter Cards) erscheinen sollen.



✓ USER GENERATED CONTENT (REVIEWS / KOMMENTARE)

User generated content (UGC) kann in verschiedenen Formen auftreten. Je nach Art der Webseite bietet sich dieser in Form von Kundenmeinungen, Produktbewertungen oder Kommentaren an. So haben Sie die Möglichkeit zu Ihren Inhalten zusätzlichen Content zu schaffen. Das CMS sollte die Möglichkeit des User-Feedbacks gewährleisten.



✓ BLOG POSTS / KOMMENTARE / SHARING

Bloggen oder wertvollen Content zu erstellen ist für jede Webseite mit Wachstumsabsichten ein absolutes Muss. Content kann die Relevanz einer Seite je nach Aktualität der Information erhöhen. Stellen Sie sicher, dass Ihr CMS eine Möglichkeit für Blogs und/oder News bietet, unabhängig davon, ob aktuell ein Blog oder ähnliches geplant ist. Dies ebnet den Weg für einen künftigen Einsatz und verhindert unnötige Kostenfolgen.