

CASE STUDY

Hürden für Google überwinden

Durch das Redesign einer Website kann man nicht nur deren Benutzerfreundlichkeit verbessern. Im Zuge einer Layout-Neugestaltung konnte das Fahnen-Center Weinfelden bei gleichbleibendem Shop-System und identischen Inhalten typische Hürden für Google überwinden. Bereits im ersten Monat nach dem Redesign wurde die Website dreimal so häufig bei Googles organischen Suchresultaten angezeigt wie zuvor.

■ Das Redesign einer Website und der Umzug zu einer neuen Domain bringen viele Chancen mit sich. Doch es lauern auch Gefahren. Häufig folgt dem Redesign ein massiver Einbruch bei den Besuchern über Google. Viele Unternehmen bemerken erst dann, wie viel Umsatz Google gebracht hat, da die Anfragen oder Bestellungen einbrechen. Ohne Unterstützung durch Suchmaschinen-Profis kann es schnell vorkommen, dass über Monate und Jahre erarbeitete Top-Positionen bei Google verloren gehen und die Umsätze sinken.

Positionsverlusten vorbeugen

Das Ostschweizer Fahnen-Center gestaltet und produziert seit vielen Jahren Fahnen, Banner, Beachflags und weitere textile Werbeträger. Um beim Redesign und dem Umzug auf eine neue Domain der Gefahr von Positionsverlusten bei Google vorzubeugen, wollte Geschäftsführer Ruedi Brechbühl von Anfang an einen SEO-Profi einbeziehen. «Weil wir in früheren Projekten sehr gute Erfahrungen mit der Worldsites gemacht haben, vertrauten wir auch in diesem Fall wieder auf die Internet-Marketing-Agentur.»

Fehler eliminieren – Potenzial ausschöpfen

Nebst dem Sichern der Positionen bei Google & Co. sah Brechbühl durch den Einbezug der Worldsites zwei weitere Chancen für seinen Online-Shop: «Erstens wollten wir mögliche Fehler auf der bisherigen Seite eliminieren und nicht mittransportieren. Zweitens wollen wir das volle Potenzial unseres Internetauftritts ausschöpfen.» Die SEO-Profis der Worldsites stellten bei der Prüfung der bisherigen Website drei gravierende Hürden für Google fest.

Hürden für Google

Diese drei Hürden waren:

1. Fehlende oder falsche interne Verlinkung.
2. Eine nicht optimale URL-Struktur.
3. Viele dynamisch generierte URLs, die zu doppeltem Inhalt führen.

«Doppelte Inhalte müssen von Google herausgefiltert werden, da auch der Suchende keine Duplikate sehen will. Wer diesbezüglich Google schlecht behandelt, wird auch von Google schlecht behandelt», erklärt Worldsites-Geschäftsführer Beat Z'graggen. Zudem muss Google jede URL crawlen – also überprüfen, auch wenn eine Seite doppelt oder mehrfach vorkommt. «Und da der Google-Roboter pro Auftritt nur ein bestimmtes Zeit-



Impressionen bei Google wurden verdreifacht.

budget zum Crawl zur Verfügung hat, verpasst er womöglich andere, wertvolle Inhalte, die das Google-Ranking stärken würden», so Z'graggen.

Optimierung in vier Schritten

Die Optimierung der Fahnen-Center-Seite passierte in vier Schritten. Die Worldsites-Profis begannen damit, die Probleme mit den doppelten Inhalten zu lösen. Einige Duplikate, wenn z.B. auf einer Produktseite nur die Stofffarbe eines Produktes geändert wurde, mussten mit dem Canonical-Tag umgangen werden. «Das war zwar in vielen Fällen nicht der optimale Weg. War aber der einzige Weg, um nicht das ganze Shop-System auszuwechseln», vereinfacht Beat Z'graggen das komplexe Vorgehen.

Top-Positionen halten

In einem zweiten Schritt optimierte Worldsites die URL-Struktur der Website. Diese war rein technisch definiert worden, ohne Duplikate und die Beeinflussungsmöglichkeiten des Klickverhaltens zu berücksichtigen. Während in einem dritten Schritt einige inhaltliche und programmiertechnische Anpassungen wie Seitenbeschreibungen und interne Umleitungen gemacht wurden, galt der letzte Schritt dem Umzug auf einen neuen Domain-Namen. Wie bei der Änderung des Firmennamens muss dabei vieles bedacht werden. Durch korrekte Umleitungen wurde z.B. verhindert, dass die Top-Positionen bei Google für die neue Domain verloren gehen und der neue Auftritt für die umsatzrelevantesten Begriffe sofort wieder auf der

ersten Seite der organischen Suchresultate erscheint.

Dreimal mehr Google-Positionen

Das Redesign und die Optimierungen haben rasch Wirkung gezeigt. Seit der neue Auftritt Anfang Februar online ging, haben sich die Impressionen bei Googles organischen Suchresultaten verdreifacht. Das hatte auch positiven Einfluss auf den Umsatz. «Die Käufe über den Online-Shop sind in den letzten Wochen markant angestiegen», bilanziert der zufriedene Fahnen-Center-Geschäftsführer Ruedi Brechbühl.

Bewährtes Vorgehen

Das Beispiel Fahnen-Center zeigt, dass ein Redesign und ein Domain-Wechsel nicht nur Gefahren, sondern auch Chancen mit sich bringen. Um diese zu nutzen und Hürden für Google im Voraus zu erkennen und zu meistern, wendet Worldsites seit Jahren ein bewährtes Vorgehen an. Um Hürden für Suchmaschinen zu eliminieren und Top-Positionen bei Google zu erreichen und zu halten, muss man ...

- die interne Verlinkung einer Website optimieren,
- die URL-Struktur hierarchisch ordnen und verbessern,
- Seiten-Inhalte der Kundensprache anpassen und
- die Probleme mit doppelten Inhalten beheben.

■ Weitere Informationen



worldsites

Worldsites GmbH
T +41 (0)41 799 80 00
info@worldsites-schweiz.ch
www.worldsites-schweiz.ch



Fahnen-Center Weinfelden GmbH
T +41 71 626 20 00
info@fahnen-center.ch
www.fahnen-center.ch