

SEO-TIPPS AUS DER PRAXIS

FALSCHER WEBSITENAME IN SERPS WEGEN ROOT-DOMAIN WEITERLEITUNG

Der Webseitenname einer Seite wird in den SERPs trotz Umsetzungen der Google Empfehlungen nicht korrekt ausgespielt. Von verschiedenen internen Abteilungen des Kunden kommen bereits Anfragen, warum die Brand in Google immer noch falsch geschrieben ist.

Trotz umfassender Anpassungen auch abseits der Empfehlungen wurde der Sitename weiterhin falsch ausgespielt. Die Lösung haben wir schließlich durch Google selbst hier aus der Website Boosting erhalten: Aufgrund der aktuellen Domain-Struktur kann die eigentliche Startseite nicht gecrawlt werden – der Googlebot wird automatisch weitergeleitet und dadurch das Markup nicht ausgelesen.

Warum wird der Webseitenname nicht richtig ausgespielt?

Im Zuge der technischen SEO-Betreuung der Website eines Kunden, ist aufgefallen, dass in den SERPs der falsche Sitename angezeigt wird bzw. eine nicht markenkonforme Schreibweise. Da bereits verschiedene interne Abteilungen auf diesen „Fehler“ hinwiesen, wurden wir mit der Anpassung beauftragt. Wie bereits bei einigen anderen Kunden-Websites zuvor schauten wir uns als Erstes die Umsetzung der dafür von Google

empfohlenen Kriterien an. Dazu zählen laut Richtlinien (Quelle: einfach.st/gdev84) von Google:

- » Strukturierte Daten: WebSite
- » OpenGraph: og:site_name
- » Title, Überschriften & anderen Text auf der Startseite

Schnell erkannten wir, dass diese teilweise fehlten (og:site_name) oder nicht korrekt implementiert waren (strukturierte Daten). Nachdem wir also sowohl das OpenGraph Tag als auch das Markup für Websites korrekt hinzugefügt hatten, erwarten wir in nächster Zeit eine Umstellung in den SERPs auf den

gewünschten Namen. Doch auch nach mehreren Wochen wurde immer noch der alte und falsche Name angezeigt.

Woran könnte es noch liegen?

Nachdem wir die Integrationen nochmals auf Richtigkeit geprüft hatten und hier keinen Fehler feststellen konnten, haben wir uns die Google-Dokumentation nochmals genauer angeschaut und sind auf folgenden Hinweis gestoßen:

Verwende den Webseitenamen einheitlich auf der Startseite. Achte darauf, dass der Name, den du in strukturierten Daten für die Website verwendest, damit übereinstimmt, wie du deine Website in anderen Quellen auf deiner Startseite bezeichnest, die vom System berücksichtigt werden.

Zudem haben wir in unseren Recherchen herausgefunden, dass

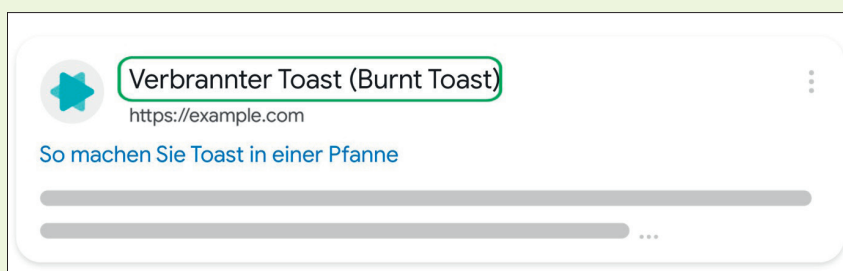


Abb.1: Auszug aus der Google Dokumentation zum Webistename in der Google Suche

Google auch Signale von der gesamten Website sowie externe Markenerwähnungen zur Bewertung des korrekten Websitenamen heranzieht. Daraufhin haben wir also die Domain des Kunden auf Onpage-Faktoren geprüft und ob hier jeweils der Markenname, welcher als Websitenamen verwendet werden soll, immer richtig verwendet wird. Folgendes haben wir für die Domain geprüft:

- » Seitenname in Title immer korrekt
- » Seitenname in Headlines immer korrekt
- » Seitenname in ALT-Tag für Logo korrekt
- » Interne Linktexte für Brand korrekt

Zusätzlich prüfen wir noch die externen Einträge bei Wikidata & Wikipedia, wie der Kunde dort geschrieben wurde, da diese Quellen von Google oft für den Knowledge Graph verwendet werden.

Nachdem auch hier alles angepasst wurde, sodass nun in allen von uns beeinflussbaren Quellen der Seitenname korrekt integriert ist, erwarteten wir erneut die Anpassung in den SERPs – doch wieder blieb diese auch nach Wochen aus.

Root-Domain-Weiterleitung der Startseite ist der Grund

Zwischenzeitlich hatte Google die Dokumentation um Empfehlungen zum Vorgehen, wenn wie in unserem Fall der Seitenname nicht korrekt ausgespielt wird, erweitert. Schließlich haben wir den vermeintlichen Fehler gefunden.

Der Kunde ist in mehreren Ländern aktiv, wodurch es innerhalb der Domain verschiedene Länderverzeichnisse gibt. Die Struktur ist daher wie folgt aufgebaut:

Strukturierte Daten müssen sich auf der Startseite einer Website befinden: Die strukturierten Website-Daten müssen sich auf der Startseite der Website befinden. Unter Startseite verstehen wir den Stamm-URI auf Domain- oder Subdomäneebene. Zum Beispiel ist `https://example.com` die Startseite der Domain, nicht jedoch `https://example.com/de/index.html`.

Die Startseite muss von Google gecrawlt werden können: Wenn wir keinen Zugriff auf die Inhalte deiner Startseite haben, weil sie blockiert sind, können wir möglicherweise keinen Websitenamen generieren.

Abb. 2: Auszug aus der Google Dokumentation zu strukturierten Daten und crawlen auf der Startseite; Quelle: (einfach.st/gdev84)

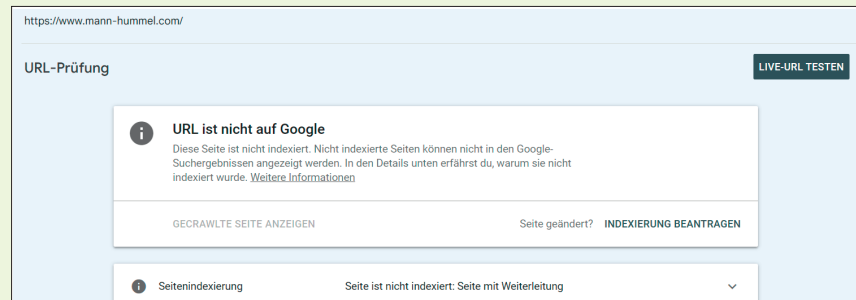


Abb. 3: URL-Prüfung der Startseite in der Google Search Console

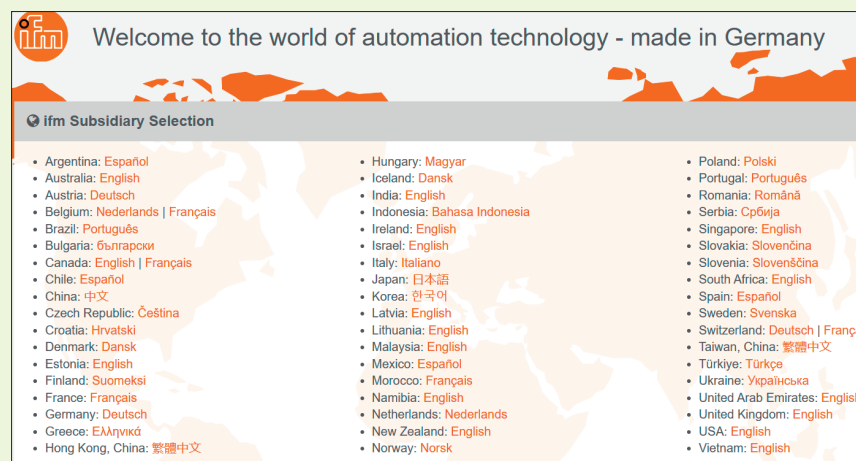


Abb. 4: Beispiel Länderauswahl auf Startseite bei ifm.com

`https://www.domain.com/en.html/`, wobei dies die Startseite des jeweiligen Landes ist. Stamm-URI (`https://www.domain.com`) besitzt eine automatische Weiterleitung auf ein Länderverzeichnis, abhängig vom Standort des Users. Somit ist die eigentliche Startseite mit dem entsprechenden Markup für Google nicht crawlbar.

Damit die strukturierten Daten ausgelesen und auch berücksichtigt werden, müssen wir also die Startseite für den Googlebot zugänglich machen. Nach Rückfrage an Google über die Website-Boosting, ob es ausreichte, den Googlebot von der automatischen Weiterleitung auszu-

schließen, bekamen wir folgendes Feedback:

Nur den Googlebot von der automatischen Weiterleitung auszuschließen könnte strenggenommen eine Art des „Cloacking“ sein. Die empfohlene Variante wäre generell auf eine automatische Weiterleitung zu verzichten und sowohl Google als auch Nutzern eine Länderauswahl auf der Stamm-URI darzustellen.

Somit hatten wir nun eine finale Lösung des Problems, welche wir dem Kunden präsentieren konnten. Sollte also auch euer Websitenamen falsch angezeigt werden trotz vermeintlich korrekter Umsetzung – testet die Crawlbarkeit eurer Startseite.