



## **Frag' den SEO**

Deine Themen + AngularJS, optimale internationale Websites und perfekte Informationsstrukturen



# AngularJS, ein Google-Produkt



# AngularJS und Suchmaschinen



Crawling



Indexing

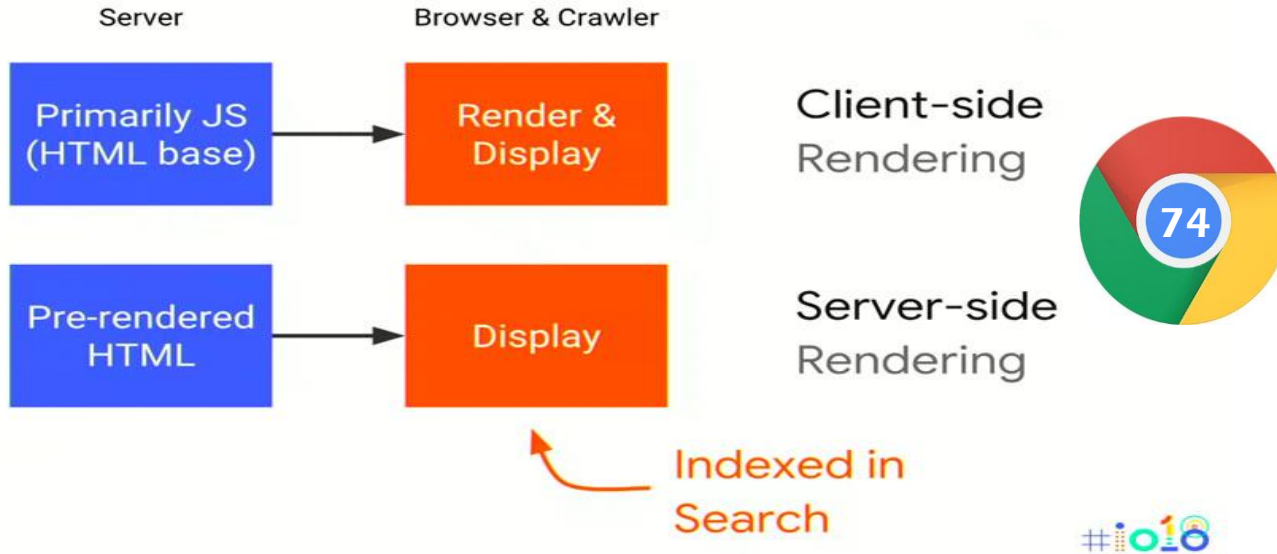


Rendering





# AngularJS und Suchmaschinen

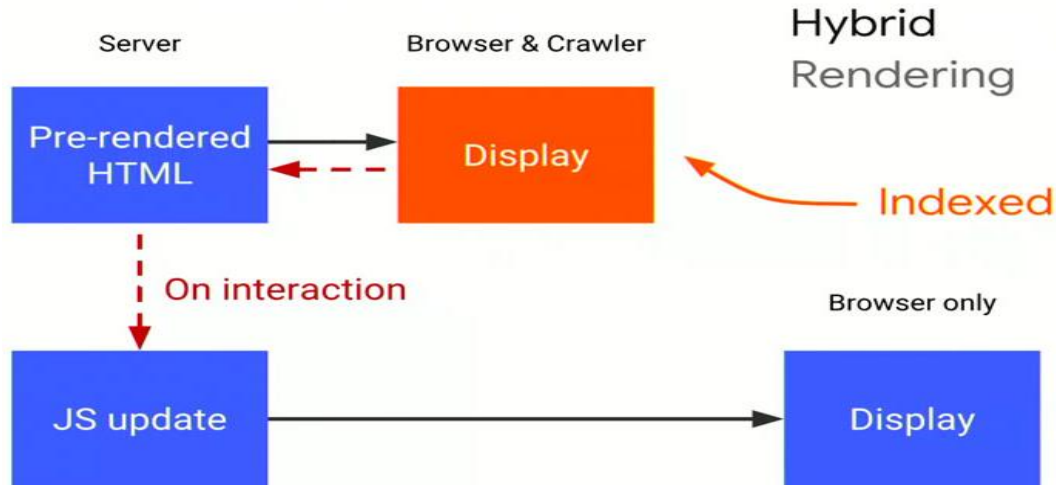


Deshalb lautet das Zauberwort um JavaScript Frameworks SEO tauglich zu machen: Server-Side-Rendering. Statt den HTML-Code erst auf Client-Seite errechnen zu lassen, wird die Seite schon serverseitig „vor-gerechnet“ (pre-rendering) und fertig ausgeliefert. Dazu gibt es verschiedene Lösungen, die PhantomJS, headless Chrome oder einen anderen headless Browser nutzen, um die Seiten bereits auf dem Server zu rendern.



# AngularJS und Suchmaschinen

Google empfiehlt eine Hybrid Rendering Lösung, bei der sowohl normale User, als auch Suchmaschinen eine vorgerenderte Version der Seite ausgeliefert bekommen. Erst wenn der User beginnt mit der Seite zu interagieren, beginnt das JavaScript über das DOM den Quellcode zu verändern. Teilweise wird JS also bereits auf dem Server ausgeführt, für weitere Aktionen wird JS erst clientseitig ausgeführt.





## AngularJS und Suchmaschinen



Ist SEO ein Thema im Webprojekt, dann:

- erzeugt AngularJS eine Menge Herausforderungen,
- kann Google einigermaßen bis gut damit umgehen,
- sind die meisten anderen Suchmaschinen raus.



Teste dein Setup: Google Search Console & [web.dev](#)

<https://technicalseo.com/tools/fetch-render/>  
<https://www.screamingfrog.co.uk/seo-spider/>  
<https://search.google.com/test/mobile-friendly>



Fachbeiträge, die du lesen solltest:

[kloos.de/blog/javascript-seo-crawling-indexing-rendering/](https://kloos.de/blog/javascript-seo-crawling-indexing-rendering/)  
<https://developers.google.com/search/docs/guides/fix-search-javascript> - [www.angularjsseo.com](http://www.angularjsseo.com)



# Optimale internationale Websites



Märkte, nicht Sprachen



Verzeichnisse, nicht Domains



Content, ohne Duplikate





# Märkte, nicht Sprachen

Es geht nicht um Übersetzungen.

Es geht um Lokalisierung – verschiedene Zielmärkte.

So machen das Suchmaschinen.

Deshalb musst auch du es so organisieren.

Das braucht Inhalte für den entsprechenden Zielmarkt.



## Optimale internationale Websites

Vermeide einzelne ccTLDs (site.de - site.fr - site.it - site.ru)  
Auch Subdomains sind schwierig (de.site.com - fr.site.com)  
Verzeichnisse nutzen (site.com/de/ - site.com/be-fr/)

[more-fire.com/blog/bessere-seo-performance-mit-internationalen-domains/](https://more-fire.com/blog/bessere-seo-performance-mit-internationalen-domains/)



## Verzeichnisse, nicht Domains

hreflang-Auszeichnung nutzen – Best Practices nutzen

<https://www.sistrix.de/hreflang-guide/>

[more-fire.com/blog/hreflang-die-5-haeufigsten-fehler-und-hall-of-fame/](https://more-fire.com/blog/hreflang-die-5-haeufigsten-fehler-und-hall-of-fame/)





## Optimale internationale Websites

Produkte und deren Beschreibung

Währung und Maßeinheiten

Produktkategorien, angepasst auf Zielmarkt

Use Cases mit regionalem Branchenbezug

Referenzen & Success-Stories mit Landesbezug

Testimonials aus dem Zielmarkt

Content Marketing aus dem und für den Zielmarkt



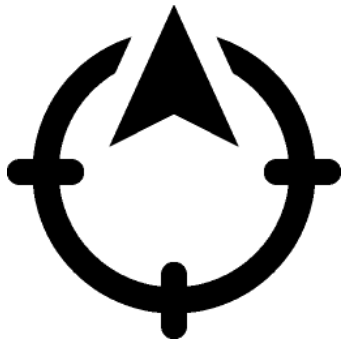
# Content, ohne Duplikate



# Perfekte Informationsstrukturen



## Perfekte Informationsstrukturen



### Navigational content

- Startseite
- Kontaktseite
- Impressum
- Wir über uns



### Informational content

- Blog / eMag
- Ratgeber
- Wiki / Glossar
- Tutorial / FAQ

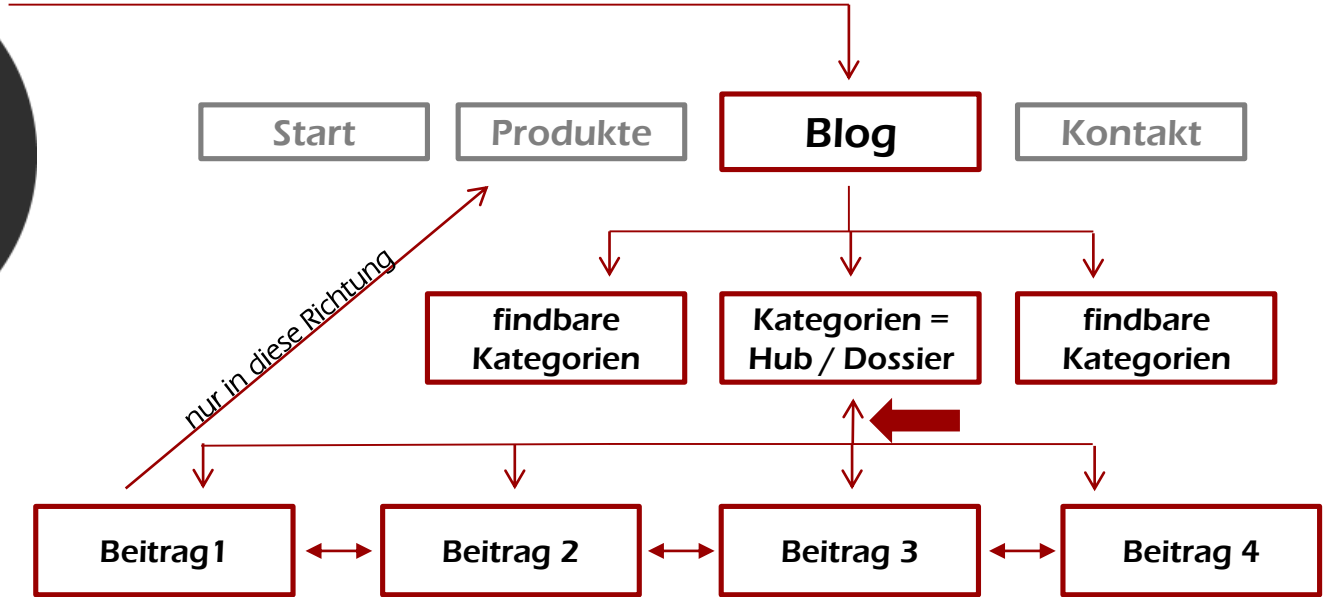


### Transactional content

- Produktseiten
- Vergleichsseiten
- Aktionsseiten



# Perfekte Informationsstrukturen



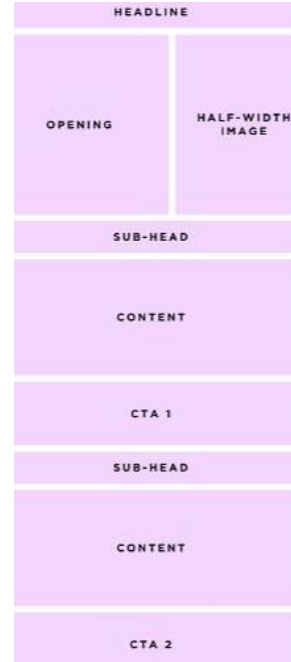


# Perfekte Informationsstrukturen

ausreichende Informationstiefe  
aktuell > wahr > verständlich  
einzigartig > mit Mehrwert für Nutzer  
suchmaschinenfreundlich

aussagekräftig & prägnant  
Fakten, Fakten, Fakten  
Expertise unter Beweis stellen  
nix Wichtiges auslassen > WDF\*IDF

das Wichtigste zuerst  
auf Prosa verzichten  
Zielgruppe im Blick behalten  
Handlungsaufforderung einbinden



Multimedial agieren



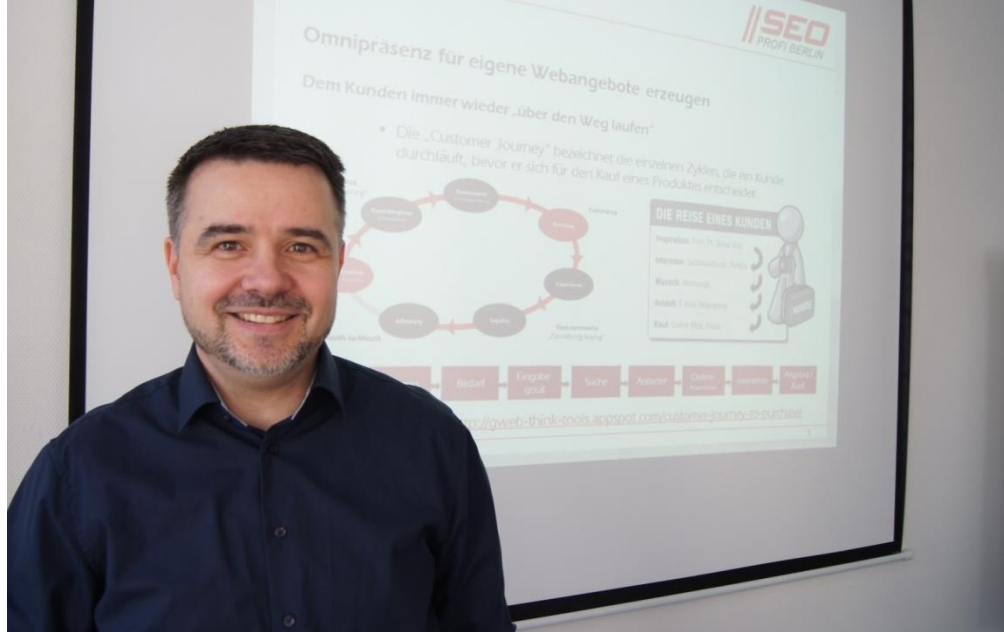


# Deine Fragen an den SEO





# Sven Deutschländer @ SEO Profi Berlin



**Code of Conduct**  
Suchmaschinenoptimierung



**Code of Conduct**  
Suchmaschinen-Advertising



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

@dskom // [facebook.com/SEO.Profi-Berlin](https://facebook.com/SEO.Profi-Berlin) // [LinkedIn](#) // [XING](#)

