

Nadine Wolff

Strukturierte Daten – relevante Daten richtig auszeichnen

Optimieren Sie Ihre Suchergebnisanzeigen, indem Sie relevante Informationen zusätzlich auszeichnen. In diesem Beitrag erklärt Nadine Wolff, welche Auszeichnungsmöglichkeiten es gibt und wie Sie Ihre Informationen dahin gehend bearbeiten, dass sie einen Mehrwert für den Nutzer aufweisen. Mithilfe des Google-Tools können Sie Ihre Implementierung anschließend kontrollieren. Helfen Sie den Suchmaschinen dabei, die Inhalte Ihrer Webseite besser zu verstehen, und erhöhen Sie durch eine auffälligere Optik die Anzahl der Besucherklicks auf Ihre Suchergebnisse.

Die Optimierung einer Website ist mehr, als nur Inhalte und technische Konfiguration entsprechend dem Kodex der Suchmaschinen anzupassen. Mikrodaten und Metadaten müssen auch SEO-ready sein. Leider ignorieren viele Webseitenbetreiber diese Bereiche oder verstehen sie nicht richtig, somit läuft die Anwendung in die völlig falsche Richtung und schadet in nicht wenigen Fällen mehr, als sie nutzt.

Je mehr Sie über strukturierte Daten wissen, desto besser werden Sie bei der Optimierung Ihrer Website. So stellen Sie sicher, dass Kunden oder Nutzer Sie über die organische Suche finden und die Aufmerksamkeit auf Ihr Suchergebnis gelenkt wird. Mithilfe der strukturierten Daten stellen Sie dem Nutzer mehr relevante Informationen zur Verfügung und helfen gleichzeitig den Suchmaschinen, die Informationen auf Ihrer Website oder in Ihrem Online-Shop zu verstehen und strukturiert anzuzeigen. Je mehr Menschen Ihre Website finden und auf Ihr Ergebnis klicken, desto höher sind die Chancen, dass Sie Kunden gewinnen, sodass Ihr Unternehmen wachsen kann.

Verschiedene Technologien führen zum gleichen Ergebnis

Derzeit existieren drei Technologien für die Erweiterung strukturierter Daten in HTML: RDFa, Microdata und JSON-LD. In diesem Fall widmet sich der Artikel einem der bekanntesten und populärsten Auszeichnungsformate: Microdata. Mit Microdata können semantische Informationen in einer vorhandenen HTML-

Webseite gegliedert und inhaltlich zugeordnet werden. Die Auszeichnung mithilfe von Schema.org gehört zu den Microdata. Dabei handelt es sich um ein gemeinsames Markup-Vokabular von Tags.

Schema.org fügt Tags zu HTML hinzu, um so zu strukturieren und zu verbessern, wie die Daten in SERPs von der Suchmaschine verstanden und dargestellt werden.

Browser, Suchmaschinen und Webcrawler sind gleichermaßen in der Lage, diese Daten zu erkennen, zu extrahieren und zu verarbeiten.

Auf diese Weise wird den Besuchern eine bessere Erfahrung geboten. Suchmaschinen verwenden die Microdata-Auszeichnungen, um zu verstehen, welche relevanten Inhalte tatsächlich auf der Webseite existieren, und diese in durch Rich Snippets angereicherten Suchergebnissen darzustellen.

Google unterstützt offiziell Microdata und RDFa. Im Einklang mit sauberem und konsistentem Code stehen Ihnen viele Optimierungsmöglichkeiten zur Verfügung. Die am meisten gewählten, die von Google unterstützt werden, sind Schema.org als Vokabular und JSON-LD als Datendarstellung.

Entwicklung – strukturierte Daten, Schema und SEO

Bevor die Vielfältigkeit semantischer Auszeichnungen in diesem Artikel vertieft wird, geht es einige Schritte in der Zeitachse zurück, um zu verstehen, wie sich strukturierte Daten, Schema und SEO zu ihrem aktuellen Zustand

DIE AUTORIN



Nadine Wolff arbeitet als Senior-Online-Marketing-Managerin bei der internetwarriors GmbH. Sie ist im Bereich der Suchmaschinenoptimierung und der Webentwicklung spezialisiert.



Abb. 1: Rezept mit Rich Snippets in den Google-Suchergebnissen



Abb. 2: Rezept mit Rich Snippets in den Bing-Suchergebnissen

entwickelten. Im Mai 2009 führte Google offiziell die erweiterten Suchergebnisse Rich Snippets ein. Vorab existierten schon verbesserte Suchmaschinen-Ergebnisse für Plattformen wie z. B. Yelp, Citysearch und TripAdvisor. Mit der Einführung von Rich Snippets begann das Rennen um eine verbesserte Sucherfahrung. Seit 2009 wuchsen die verschiedenen Arten von Rich Snippets stetig. Es existieren zahlreiche Auszeichnungsmöglichkeiten für Informationen über Menschen, Rezepte, Veranstaltungen, Videos, Newsartikel oder Breadcrumbs (um nur einige von sehr vielen zu nennen). Das Ziel war es, Webmastern zu helfen, ihre Inhalte besser zu vermitteln und so den Nutzern so viele Informationen wie möglich zu geben, bevor sie die Entscheidung treffen, auf eine Webseite zu klicken. Die Unterstützung für die universelle Auszeichnungssprache Schema.org startete im Juni 2011. Seit Mitte 2015 kam die Google-Unterstützung für JSON-LD.

Ende Dezember im gleichen Jahr wurden Rich Snippets für Artikel eingeführt. Zur gleichen Zeit begann Google auch damit, AMP (Accelerated Mobile Pages) zu unterstützen.

Bisher gibt es einige technische Möglichkeiten für den Umgang mit strukturierten Daten. Google startete mehrere Entwicklungen, um es Webmastern zu erleichtern, strukturierte Daten-Markup-Formate zu verwenden

und ggf. Fehler in der Darstellung zu finden und zu korrigieren.

Schema.org – Zusammenschluss der Großen

Schema.org (oft als Schema bezeichnet) ist ein spezielles Vokabular von Tags (oder Mikrodaten), die Sie Ihrem HTML hinzufügen können, um die Art und Weise zu verbessern, wie Ihre Seite in SERPs dargestellt wird.

Das Hinzufügen von Schema-Markups zu Ihrem HTML sorgt dafür, dass Ihre Suchergebnisse um Rich Snippets angereichert werden und damit mehr Aufmerksamkeit auf sich ziehen.

Anwendungsbeispiele – Schema.org

Suchmaschinen-Ergebnisse werden mehr und mehr auf die Bedürfnisse des Benutzers zugeschnitten. Das deutlichste Beispiel dafür sind Rich Snippets, mit denen viele weitere Details unter dem blauen Titellink auf der Suchergebnisseite präsentiert werden. Fast jede Art von Informationen hat Eigenschaften, die verwendet werden können, um Elemente detaillierter zu beschreiben.

Informationen, wie beispielsweise

- » Bewertungen
- » Organisation
- » Event
- » Ort
- » Produktdaten (Preis, Verfügbarkeit usw.)

INFO

Schema.org ist das Ergebnis der Zusammenarbeit zwischen Google, Bing, Yandex und Yahoo!, um Ihnen zu helfen, die Informationen zu liefern, die Suchmaschinen benötigen, um Ihre Inhalte zu verstehen und die besten Suchergebnisse zu diesem Zeitpunkt zur Verfügung zu stellen.

können zusätzlich ausgezeichnet werden. Eine vollständige Liste der Informationen, die Sie mit Schema markieren können, steht unter schema.org zur Verfügung. Andere Suchmaschinen, beispielsweise Bing, unterstützen die Auszeichnung mit Schema ebenfalls, zeigen jedoch deutlich weniger Rich Snippets in den Suchergebnissen an.

Ob strukturierte Daten die Rangfolge in den Suchergebnissen beeinflussen, ist Gegenstand vieler Diskussionen und Experimente. Bisher gibt es keinen schlüssigen Beweis dafür, dass diese Markups das Ranking verbessern. Allerdings gibt es einige Hinweise, dass die Suchergebnisse mit umfangreicheren Rich Snippets (wie die mit Schema erstellten) eine bessere Klickrate haben.

In Abbildung 1 und 2 sind einige Beispiele für Rich Snippets mit semantischen Auszeichnungen aufgelistet.

Rezepte

Hier lassen sich u. a. die Zubereitungszeit, die Kalorien oder die Zubereitungsart auszeichnen. Mehr Informationen unter www.schema.org/Recipe.

In dem Beispiel Abbildung 1 von Google ist im Rich Snippet erkennbar, dass auch die Breadcrumbs sowie ein Bild der zubereiteten Speise ausgezeichnet wurden. Breadcrumbs eignen sich hervorragend für Auszeichnungen.

Die Darstellung zeigt die Hierarchie der Seite an und gibt keine URL mit Parametern an. Für die Bewertungen mit den Sternen wird z. B. die Schema.org-Eigenschaft/Property „reviewRating“ definiert. In diesem Fall müssen die Betreiber der Webseite fokussieren, dass Nutzer Bewertungen für ihr Produkt oder ihre Dienstleistung abgeben. Wichtig: Die Bewertungen müssen sich auf eine Dienstleistung oder ein Produkt beziehen. Es gibt keine Garantie, dass Google die Sterne-Bewertung oder die Rich Snippets mit ausgibt. Google überprüft grundsätzlich den Mehrwert und den Nutzen der Anzeige der Rich Snippets.

Veranstaltungen

Unter diesem Oberbegriff können Kinovorstellungen, Theater, Konzerte etc. fallen. Über Properties werden kommende Events angezeigt, mit Datum, Künstler und Ortsangabe. Zusätzlich können allerdings auch Schema.org-Properties mit Auszeichnungen für Sponsoren, Organisatoren, Status, für entfallende Veranstaltungen oder ausverkaufte implementiert werden. Mehr Informationen dazu finden Sie hier: www.schema.org/Event.

Produkte

Auch für Produkte gibt es sehr viele Auszeichnungen, um Ihre Suchanzeige für den Nutzer attraktiver und informativer zu gestalten. Beispielsweise kann der Preis mit ausgezeichnet werden oder die Farbe und Größe des Produkts. Der aktuelle Status, Material, Logo und

Verwendungsmöglichkeiten – für wen ist das Produkt geeignet? Wichtig ist auch die Verfügbarkeit. Achten Sie bei dieser Auszeichnung darauf, dass nur



Abb. 3: Veranstaltung mit Rich Snippets in den Google-Suchergebnissen



Abb. 4: Produktanzeige mit Rich Snippets in den Google-Suchergebnissen



Abb. 5: Hotelanzeige mit Rich Snippets in den Google-Suchergebnissen

Produkte mit einem festen Preis oder einer Preisspanne ausgezeichnet werden können. Konfigurierbare Produkte eignen sich hierfür nicht. Bei falscher Implementierung wird ein falscher Preis, im schlimmsten Fall mit 0 €, ausgegeben. Diese Fehler gilt es unbedingt zu vermeiden. Mehr Informationen zu der Property für Produkte erhalten Sie hier: www.schema.org/Product.

Hotels

Neben Standard-Auszeichnungen wie Name, Beschreibung und Bild können hier auch die Preise, der Standort bzw. geografische Koordinaten, mögliche Zahlungsarten und auch die Bewertungen zu diesem Hotel als strukturierte Daten implementiert werden. Weitere Informationen finden Sie hier: www.schema.org/Hotel.

Auszeichnungen implementieren

Abhängig davon, welche Informationen Sie auf Ihrer Webseite anbieten, sollten Sie sich genau überlegen, welche zusätzlichen Auszeichnungen

Sie mit implementieren möchten. Hier gilt die Denkweise: Quantität ist nicht gleich Qualität. Die Annahme „Je mehr ausgezeichnet wird, desto größer stehen die Chancen, dass Google diese Auszeichnungen übernehmen wird“, stimmt in diesem Fall nicht. Überlegen Sie sich gut, welche Auszeichnungen einen Mehrwert für Ihre User haben und welche korrekt dargestellt werden können.

In Listing 1 wird eine Kontaktadresse ausgezeichnet.

Der Aufbau für Schema.org-Auszeichnungen ist unterteilt in Properties und Types. Eine Property kann einen Type besitzen, der wiederum Properties und Types beinhaltet. Das folgende Beispiel zeigt diese Unterteilung:

- » Organisation
- » Name
- » Address
 - streetAddress
 - postalCode
 - addressLocality
- » Telephone
- » Faxnumber
- » Email

INFO

Auf der Webseite Schema.org sind zu den einzelnen Auszeichnungstypen auch viele Beispiele mit angegeben, die das Verständnis für den Aufbau der Struktur näherbringen. Zusätzlich sind Auszeichnungsbeispiele in RDFa und JSON-LD vorhanden.

```
<div class="textwidget">
  <div itemtype="https://schema.org/Organization" itemscope="">
    <span itemprop="name">internetwarriors GmbH</span>
    <p></p>
    <div itemtype="https://schema.org/PostalAddress" itemscope="" itemprop="address">
      <span itemprop="streetAddress">Bülowlstrasse 66</span>
      <br />
      <span itemprop="postalCode">10783</span>
      <span itemprop="addressLocality">Berlin</span>
    </div>
    <p>
      <span itemprop="telephone">+49 (0)30 9700 387 0</span>
      <br />
      <span itemprop="faxNumber">+49 (0)30 9700 387 11</span>
      <br />
      <a href="mailto:info@internetwarriors.de">
        <span itemprop="email">info@internetwarriors.de</span>
      </a>
    </p>
  </div>
</div>
```

Listing 1: Auszeichnung einer Kontaktadresse

Ultraschnelles
High-Performance
SSD-Webhosting mit nginx

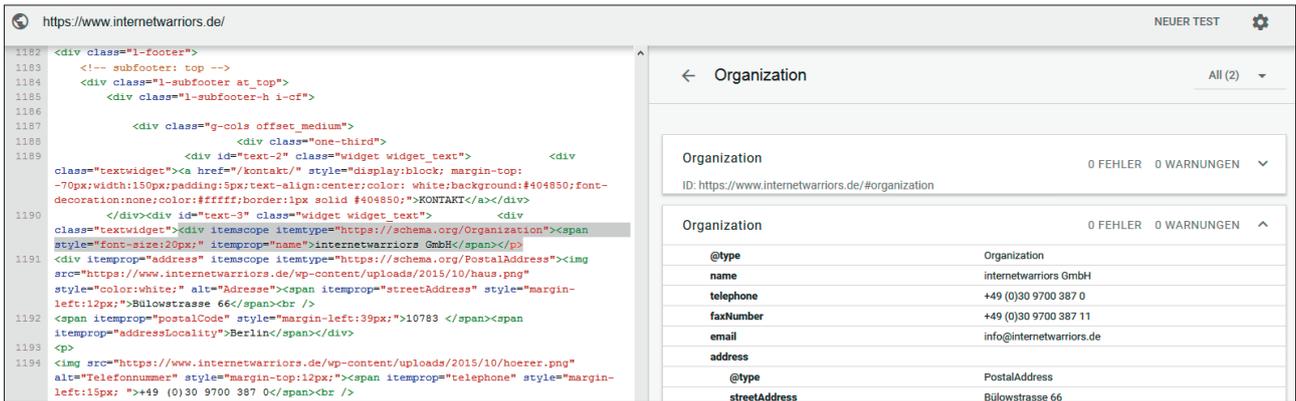


Abb. 7: Ergebnis aus dem Structured Data Testing Tool von Google

In dem oben genannten Beispiel ist Organisation ein Type mit den Properties Name, Address, Telephone, Faxnummer und Email. Unter Address können weitere Types deklariert werden: streetAddress, postalCode, addressLocality.

Property	Expected Type	Description
Properties from Place		
additionalProperty	PropertyValue	A property-value pair representing an additional characteristics of the entity, e.g. a product feature or another characteristic for which there is no matching property in schema.org. Note: Publishers should be aware that applications designed to use specific schema.org properties (e.g. http://schema.org/width, http://schema.org/color, http://schema.org/gtin13, ...) will typically expect such data to be provided using those properties, rather than using the generic property/value mechanism.
address	PostalAddress or Text	Physical address of the item.

Abb. 6: Ausschnitt aus den Auszeichnungsmöglichkeiten für „Place“ auf schema.org

Überprüfung der Einbindung- testen mit dem Structured Data Testing Tool

Google bietet ein Tool zur Überprüfung der implementierten Auszeichnungen an, das unter www.search.google.com/structured-data/testing-tool kostenlos genutzt werden kann. In dem Tool kann direkt die URL einer Webseite oder lediglich ein Code-Snippet eingegeben werden, welches überprüft werden soll.

Fehler oder Warnungen können durchaus auch mit den Einstellungen in Ihrem Content-Management entstehen.

Warnungen sind optional, das bedeutet, wenn es keine Fehler mit Ihrem Markup gibt, dann ist dies noch gültig, aber Sie können es weiter verbessern, indem Sie sicherstellen, dass optionale Felder auch strukturiert sind. Jedes Mal, wenn Sie strukturierte Daten Ihrer Webseite ändern, sollten Sie überprüfen, ob die Validierung keine Fehler aufweist.

Übrigens finden Sie auch in der Google Search Console Informationen

zu Ihren strukturierten Daten:

Bei Hunderten oder Tausenden von Seiten auf Ihrer Webseite kann es durchaus sein, dass Ihnen sehr viele Datenfehler angezeigt werden. In der Google Search Console sehen Sie unter „Darstellungen in der Suche“ Ihre strukturierten Daten. Zum einen wird die Anzahl der Elemente angezeigt, die im HTML-Code mit den entsprechenden Tags ausgezeichnet wurden. Hier ist wichtig zu wissen, dass eine Seite auch mehrere Elemente bzw. Datenfehler aufzeigen kann. In der Fehlerdarstellung werden alle Elemente mit mindestens einem Fehler ausgewiesen. In diesem Beispiel wird die Webseite eines Verlages gezeigt.

Klicken Sie auf den Fehler (Abbildung 8 und 9), um das Problem zu sehen, und führen Sie einen Live-Test mit dem Structured Data Testing Tool von Google durch. Zu dem Live-Test gelangen Sie direkt über die Google Search Console.

In diesem Fall werden fehlende Auszeichnungen von Autor, Veröffentlichungsdatum, Überschrift und Herausgeber in der Fehleranalyse des Tools

angezeigt. Vergessen Sie anschließend nicht, die Seite über die Google Search Console neu indexieren zu lassen, damit die Änderungen übernommen werden.

Auch die Bing-Webmastertools stellen einen Markup-Prüfer bereit: Dafür empfiehlt es sich, Ihre Webseite auch in den Bing-Webmastertools zu verifizieren. Bing bietet dafür einen Markup-Validator. Ähnlich wie beim Google Structured Data Tool können Sie hier direkt URLs angeben und die Seite überprüfen lassen.

Fazit

Strukturierte Daten existieren schon einige Jahre, und auch wenn Suchmaschinen (noch) nicht alle Markups in den Suchergebnissen anzeigen, ändert sich die Darstellung der SERPs stetig und es kommen neue Rich Snippets hinzu. Die Informationen auf Ihrer Website auszuzeichnen, bietet Ihnen also die Chance auf erweiterte, deutlich attraktivere Suchergebnisse. Gleichzeitig ermöglichen es Markups den Suchmaschinen, Informationen auf Ihrer Website oder in Ihrem

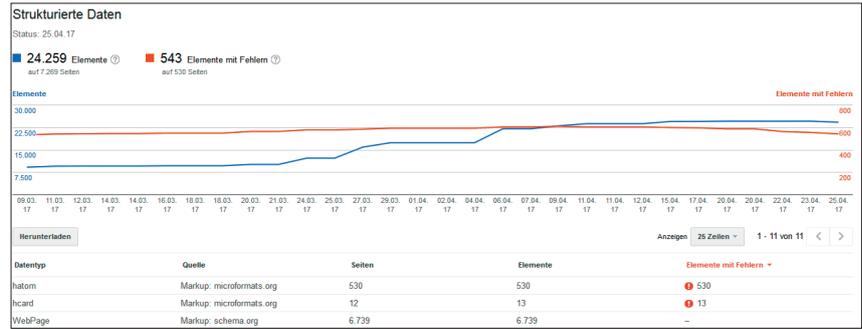


Abb. 8: Elemente und Fehlerdaten von strukturierten Daten in der Google Search Console

Online-Shop besser zu interpretieren und Sie ggf. für relevante Suchanfragen zu ranken. Achten Sie jedoch darauf, dass die ausgezeichneten Daten korrekt sind. Die kostenfreien Tools der Suchmaschinen geben Ihnen über die korrekte Implementierung Auskunft und ermöglichen Ihnen fehlerfreie optimierte strukturierte Daten für Ihre Veranstaltungen, Produkte und mehr.

Problem	Message
image	Das Attribut image.itemtype enthält einen ungültigen Wert.
author	Für das Feld author ist ein Wert erforderlich.
datePublished	Für das Feld datePublished ist ein Wert erforderlich.
headline	Für das Feld headline ist ein Wert erforderlich.
publisher	Für das Feld publisher ist ein Wert erforderlich.
dateModified	Das Feld dateModified ist ein empfohlenes Feld. Bitte geben Sie einen Wert ein, falls verfügbar.
dateModified	Das Feld mainEntityOfPage ist ein empfohlenes Feld. Bitte...

Abb. 9: Anzeige der Fehler im Google Structured Data Tool

Ultraschnelles
High-Performance
SSD-Webhosting mit **nginx**

