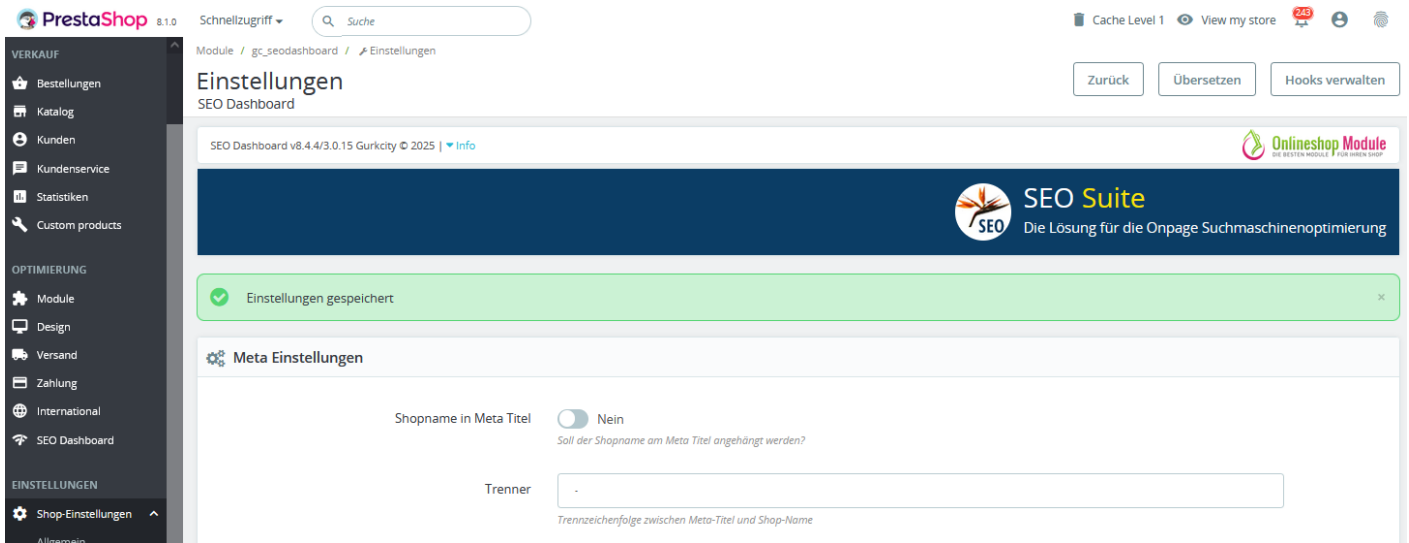


SEO Dashboard Einstellungen

Meta Einstellungen



Shopname in Meta-Titel

Funktion: Ja / Nein

Beschreibung: Steuert, ob der Shopname automatisch an den Meta-Titel angehängt werden soll.

Zweck: Einheitliche Markenkommunikation im Title-Tag der Seiten.

PrestaShop Standard: Im PrestaShop-Standard wird der Shopname **nicht** im Meta-Title ergänzt. Es gibt keine direkte Einstellung im Back Office, um den Shopnamen generell im <title>-Tag automatisch an- oder auszuschalten.

Fazit: Im PrestaShop-Core ist die Shopname-Anzeige im Meta-Title nicht möglich. Ein Modul wie SEO-Dashbaord, das diese Funktion per Option steuerbar macht, stellt daher ein echtes Komfort-Feature dar und hebt sich vom Standard ab.

Trenner

Funktion: Freitextfeld

Beschreibung: Gibt an, welches Zeichen zwischen dem Meta-Titel (v.a. Produkt / Kategorie) und dem Shopnamen verwendet werden soll. Das Zeichen kann beliebig gewählt werden (z. B. „-“ oder „|“).

Zweck: Optische Trennung im Title-Tag.

Titel Untergrenze

Funktion: Zahl (Zeichenanzahl)

Beschreibung: Definiert die minimale Zeichenanzahl für Meta-Titel.

Zweck: Hilft bei der Einhaltung von SEO-Richtwerten für Suchmaschinensnippets.

Titel Obergrenze

Funktion: Zahl (Zeichenanzahl)

Beschreibung: Definiert die maximale Zeichenanzahl für Meta-Titel.

Zweck: Vermeidet abgeschnittene Titel in Suchergebnissen.

Für eine optimale Snippet-Darstellung empfiehlt sich eine Meta-Titellänge von mindestens 50 und maximal 70 Zeichen. So bleibt der Titel aussagekräftig, ohne in den Google-Ergebnissen als zu kurz betrachtet oder abgeschnitten zu werden. Google zeigt in der Regel bis zu 580 Pixel, was etwa 50–60 Zeichen entspricht – je nach Zeichenbreite.

Meta Beschreibung Untergrenze

Funktion: Zahl (Zeichenanzahl)

Beschreibung: Definiert die minimale Länge der Meta-Beschreibung.

Zweck: Sicherstellung sinnvoller Vorschautexte im Snippet.

Meta Beschreibung Obergrenze

Funktion: Zahl (Zeichenanzahl)

Beschreibung: Definiert die maximale Länge der Meta-Beschreibung.

Zweck: Vermeidet abgeschnittene Beschreibungen in den Suchergebnissen.

Für eine ansprechende Snippet-Vorschau sollte die Meta-Beschreibung zwischen 70 und 160 Zeichen liegen. So bleibt sie informativ und wird in den Suchergebnissen vollständig angezeigt, ohne abgeschnitten zu werden. Google zeigt in der Regel bis zu 920–990 Pixel, was etwa 150–160 Zeichen entspricht – je nach Zeichenbreite.

Allgemeine Meta-Robots im Front-Office

****Die gezeigten Einstellungen bieten eine bewährte Grundlage, können jedoch jederzeit individuell angepasst werden.****

Funktion: Auswahlmenü (index, follow / noindex, nofollow usw.) -> individuelle Steuerungsparameter, ob eine Seite im Google-Index angezeigt werden soll oder nicht. Wenn Seiten im Index gelistet werden sollen, setzt man sie in der Regel auf index, follow. Wenn nicht spezifisch gesetzt wird, geht Google immer von index, follow aus.

Beschreibung: Standardwert für den `meta robots`-Tag aller Seiten im Frontend.

Zweck: Grundlegende Steuerung der Indexierung durch Suchmaschinen.

Exkurs Meta-Robots verstehen - Steuerung der Sichtbarkeit in Suchmaschinen

Mit dem Meta-Robots-Tag steuert man, ob eine Seite in den Suchergebnissen erscheint und ob Suchmaschinen die Links auf dieser Seite verfolgen sollen. Die wichtigsten Parameter:

- `index` / `noindex`
Gibt an, ob die Seite in den Suchmaschinenindex aufgenommen werden darf.
- `follow` / `nofollow`
Legt fest, ob die Crawler den Links auf der Seite folgen dürfen.

Diese Einstellungen helfen, gezielt zu steuern, **welche Seiten sichtbar sein sollen.**



Schnellübersicht: Meta-Robots und ihre Wirkung

Meta-Robots	Wird indexiert?	Links werden verfolgt?	Typischer Einsatzzweck
<code>index, follow</code>	✓ Ja	✓ Ja	Standard für SEO-relevante Seiten
<code>noindex, follow</code>	✗ Nein	✓ Ja	Filterseiten, interne Tools, keine Google-Sichtbarkeit
<code>index, nofollow</code>	✓ Ja	✗ Nein	Sehr selten, bei externen Links ohne SEO-Relevanz
<code>noindex, nofollow</code>	✗ Nein	✗ Nein	Login-/Konto-Seiten, interne Prozesse
<code>noindex</code>	✗ Nein	? Unklar	Besser immer mit follow/nofollow kombinieren
<code>nofollow</code>	✓ Ja	✗ Nein	Selten bei Werbelinks, nicht für normale Inhaltsseiten

Fazit: Das Modul ermöglicht eine differenzierte Verwaltung der Meta-Robots-Tags im gesamten Front-Office – je nach Seitentyp, Paginierung, Filterung oder URL-Parametern. So lässt sich gezielt steuern, welche Seiten indexiert werden sollen und welche nicht – eine Funktion, die im PrestaShop-Standard fehlt. Damit schaffen Shopbetreiber klare SEO-Strukturen und vermeiden Duplicate Content oder unerwünschte Indexierung. Empfehlung ist in der Regel die Einstellung auf `index, follow` zu setzen.

Suchmaschinen gehen in der Regel davon aus, dass Seiten standardmäßig mit `index, follow` behandelt werden – also indexiert und die darauf enthaltenen Links verfolgt werden dürfen. Dieses Verhalten ist jedoch nicht garantiert, da es je nach Suchmaschine oder besonderen Umständen variieren kann.

Um sicherzustellen, dass Suchmaschinen Ihre Seiten wie gewünscht behandeln, ermöglicht dieses Tool die explizite Angabe von Meta-Robots-Anweisungen. So behalten Sie die volle Kontrolle darüber, ob eine Seite indexiert wird und ob Links auf der Seite verfolgt werden dürfen.

Meta-Robots für Paginierung ≥ 2

Funktion: Auswahlmenü

Beschreibung: Steuerung der Meta-Robots-Angabe auf Seiten mit `?page=2` oder höher.

Zweck: Vermeidung von Duplicate Content bei Kategoriseiten mit Paginierung.

Erklärung Meta-Robots für Paginierung ≥ 2 an einem praktischen Beispiel:

- Ein Kunde besucht die Kategorie "Sneaker". Die erste Seite der Kategorie hat die URL: `https://www.meinshop.de/12-sneaker`
- Diese Seite sollte indexiert werden – also z. B. mit: `<meta name="robots" content="index, follow">`
Blättert der Kunde nun zur zweiten Seite, lautet die URL: `https://www.meinshop.de/12-sneaker?page=2`
- Damit Suchmaschinen diese Folgeseiten nicht separat indexieren und so *Duplicate Content vermeiden*, kann das Modul hier automatisch z. B. setzen: `<meta name="robots" content="noindex, follow">` | Diese Funktion kann im Modul unter dem Schalter "Canonical bei Noindex entfernen" zusätzlich definiert werden.
- So wird die zweite Seite *nicht in den Suchergebnissen gelistet*, aber die enthaltenen Produktlinks können weiterhin verfolgt werden. Das schützt die SEO-Integrität der Kategorie und sorgt für eine saubere Indexierung – eine Funktion, die PrestaShop standardmäßig nicht bietet.

Meta-Robots für Facettensuchfilter

Funktion: Auswahlmenü

Beschreibung: Steuerung der Indexierung für URLs mit Filterparametern wie `?q=. . .`.

Zweck: Optimiert die Sichtbarkeit und vermeidet SEO-Probleme bei Filterseiten. Mit dem Facettensuchfilter wird das Robots-Tag auf noindex gesetzt.

Veranschaulichung eines Praxisbeispiels zum besseren Verständnis

Ausgangssituation im Shop:

Ein Kunde besucht die Kategorie „Sneaker“. Die URL lautet:

`https://www.meinshop.de/12-sneaker`

Diese Seite ist „clean“ und sollte indexiert werden.

→ **Meta-Robots:** `index, follow`

Jetzt filtert der Kunde z. B. nach Farbe „Weiß“ und Größe „43“ – PrestaShop generiert eine gefilterte URL mit Query-Parameter:

`https://www.meinshop.de/12-sneaker?q=Farbe-Weiß-Größe-43`

Diese Filterseite hat meist wenig individuellen Content und ist nicht für die Google-Suche optimiert.

Wenn sie indexiert wird, kann das:

- Duplicate Content erzeugen
- Crawl-Budget verschwenden
- Rankings verschlechtern

Mit dem Modul lässt sich die URL gezielt setzen: `noindex, follow`

```
<meta name="robots" content="noindex, follow">
```

Effekt:

- Google indexiert diese Filterseite nicht
- Die Produktlinks bleiben für Google sichtbar
- Die Hauptkategorie bleibt SEO-stark und sauber

Fazit gegenüber Standard:

PrestaShop bietet keine zentrale Steuerung für diese Filter-URLs – das Modul schließt diese SEO-Lücke und bietet gezielte Kontrolle für jede relevante URL-Struktur.

Meta-Robots für Seiten mit Queryparametern

Funktion: Auswahlmenü

Beschreibung: Steuerung der Meta-Robots-Werte für Seiten mit beliebigen GET-Parametern.

Zweck: Feinkontrolle der Indexierung von dynamisch generierten URLs.

Veranschaulichung eines Praxisbeispiels zum besseren Verständnis

Ausgangssituation im Shop:

Ein Nutzer ruft eine Standardseite wie „*Kontakt*“ auf:

```
https://www.meinshop.de/contact
```

Diese Seite ist wichtig und sollte indexiert werden.

→ Meta-Robots: `index, follow`

Nun wird über ein Formular oder internes Tracking ein Query-Parameter angehängt, z. B.:

```
https://www.meinshop.de/contact?utm_source=newsletter
```

Oder bei einer Landingpage mit dynamischer Sortierung:

```
https://www.meinshop.de/12-sneaker?sort=price-asc
```

Solche Seiten unterscheiden sich technisch, aber nicht inhaltlich von der Originalseite.

Wenn Google sie indexiert, kann das zu:

- Duplicate Content
- Kanonischen Verwirrungen

- Ranking-Verlusten

führen.

Mit dem SEO-Modul kann diese Option gezielt steuern:

```
<meta name="robots" content="noindex, follow">
```

Effekt:

- Dynamisch erzeugte URLs mit Parametern werden **nicht indexiert**
- Google folgt trotzdem den Links auf der Seite
- Die „saubere“ URL bleibt als einziges Index-Ziel bestehen

Vorteile gegenüber PrestaShop Standard:

PrestaShop bietet keine zentrale Möglichkeit, dynamisch generierte URLs mit beliebigen Parametern SEO-sicher zu behandeln. Das Modul SEO Dashboard schafft hier klare Regeln, bessere Indexierung und verhindert technische SEO-Probleme.

Canonical bei Noindex entfernen

Funktion: Ja / Nein

Beschreibung: Entfernt automatisch den Canonical-Tag von Seiten, die per `noindex` ausgeschlossen sind.

Zweck: Vermeidung widersprüchlicher SEO-Signale.

Veranschaulichung eines Praxisbeispiels zum besseren Verständnis

- **Ausgangssituation im Shop:**

Eine Seite wird per Meta-Tag auf `noindex` gesetzt, z. B. eine Filterseite oder eine rechtliche Info-Seite: `<meta name="robots" content="noindex, follow">`

- Standardmäßig bleibt oft der Canonical-Tag erhalten, z. B.: `<link rel="canonical" href="https://www.meinshop.de/12-sneaker" />`
- Problem: Dieses Setup erzeugt widersprüchliche Signale für Suchmaschinen:
 - Seite sagt: „Nicht indexieren“ (noindex)
 - Aber Canonical sagt: „Diese URL ist die Haupt-URL“

Das kann zu Verwirrung führen und SEO-Effekt mindern.

Fazit: Mit dem SEO-Dashboard Modul kann man einstellen, dass bei `noindex` der Canonical-Tag automatisch entfernt wird. PrestaShop entfernt den Canonical-Tag bei `noindex` nicht automatisch – das Modul sorgt für eine saubere SEO-Logik und verhindert widersprüchliche Anweisungen.

Noindex für bestimmte Seiten

Funktion: Checkbox-Liste mit Mehrfachauswahl

Beschreibung: Wähle aus, welche internen Seiten vom Index ausgeschlossen werden sollen.

Zweck: Schutz vor der Indexierung irrelevanter oder privater Seiten wie „Mein Konto“, „Bestellverlauf“ oder „Kontakt“.

Verfügbare Seiten

- my-account
- pdf-order-return
- contact
- order-follow
- address
- guest-tracking
- history
- order
- getfile
- pricesdrop
- index.php
- category
- usw.

Veranschaulichung eines Praxisbeispiels zum besseren Verständnis

Ausgangssituation im Shop:

Viele interne Seiten wie "Mein Konto", "Bestellverlauf" oder "Kontakt" sind für Suchmaschinen irrelevant oder enthalten private Informationen. URLs wie: <https://www.meinshop.de/my-account>, <https://www.meinshop.de/order-history>, <https://www.meinshop.de/contact>, sollten ****nicht**** in den Suchergebnissen erscheinen.

Mit diesem Modul kann man gezielt steuern, welche Seiten per ``noindex`` vom Index ausgeschlossen werden:

- Mein Konto (``my-account``)
- PDF-Bestellrücksendungen (``pdf-order-return``)
- Kontaktseite (``contact``)
- Bestellverfolgung (``order-follow``)
- Adresse verwalten (``address``)
- Gastbestellungen verfolgen (``guest-tracking``)
- Bestellhistorie (``history``)
- Bestellung abschließen (``order``)
- Downloads (``getfile``)
- Sonderangebote (``pricesdrop``)
- Startseite (``index.php``)
- Kategorien (``category``)

usw.

□ Effekt:

- Diese Seiten werden nicht in Suchmaschinen gelistet
- Schutz von privaten und irrelevanten Inhalten
- Klare SEO-Fokussierung auf relevante Shop-Seiten

PrestaShop bietet keine zentrale, benutzerfreundliche Steuerung für `noindex` auf solchen wichtigen internen Seiten. Das Modul schafft hier **übersichtliche Verwaltung** und **optimalen SEO-Schutz** mit wenigen Klicks.

Fazit: Modul SEO-Dashboard

Mit diesem Modul erhalten Shopbetreiber endlich die volle Kontrolle über alle relevanten Meta-Einstellungen – direkt im Backend und individuell pro Seitentyp steuerbar. Funktionen wie gezieltes Noindex-Handling, Setzen von Snippet-Grenzen, Optimierung der Meta-Längen (Titel und Beschreibung) und die automatische Entfernung von Canonicals bei Noindex bieten einen klaren Vorsprung gegenüber dem PrestaShop-Standard, der solche Möglichkeiten nicht bietet. Das Modul ist damit die ideale Lösung für eine fundierte On-Page-Optimierung – insbesondere für Shopbetreiber ohne technischen Hintergrund, die ihren Shop gezielt und effizient SEO-optimieren möchten, ohne auf externe Agenturen oder große Budgets angewiesen zu sein. Ein echter SEO-Mehrwert für mehr Sichtbarkeit, Struktur und Kontrolle.

Version #27

Erstellt: 7 August 2024 09:51:05 von Gurkcity

Zuletzt aktualisiert: 2 Juni 2025 14:16:31 von Gurkcity