V1.1

Multimarkt & Multi Language SEO

Einleitend ist es wichtig zu sagen, dass es keinen perfekten Multi Language, Multi Markt SEO Setup gibt. Nur eine ewige Verkettung von Kompromissen. - Dies ist wie ich vorgehe.

Ad **Meta-Markup**: Bitte die Google Spec fuer **Rel-Alternate-Hreflang** vorher durchlesen. https://support.google.com/webmasters/answer/189077?hl=en Rel-Alternate-Hreflang sind Meta-Informationen mit denen sich Pages gegenseitig referenzieren um Google mitzuteilen, dass alternative Sprach und/oder Markt-Versionen der eigenen Page existieren.

Wichtig ist dabei immer die Selbstreferenz als auch die gegenseitige Referenzierung. So hat z.B. eine englische Seite https://www.example.com**/en/**a/12345 dieses Rel-Alternate

```
<link rel="canonical" href="https://www.example.com/en/a/12345">
<link rel="alternate" href="https://www.example.com/en/a/12345" hreflang="en">
<link rel="alternate" href="https://www.example.com/de/a/12345" hreflang="de">
<link rel="alternate" href="https://www.example.com/it/a/12345" hreflang="it">
```

Die Seite zeigt den Canonical auf sich selbst, aber auch referenziert sich die Seite selbst via Rel-Alternate.

Damit dieses Meta-Markup valide ist und von Google akzeptiert wird, müssen die anderen Sprachversionen ebenso zurückverwiesen. z.B.: die deutsche Seite https://www.example.com**/de**/a/12345 referenziert neben allen anderen Sprachversionen wiederum auch sich selbst.

```
<link rel="canonical" href="https://www.example.com/de/a/12345">
<link rel="alternate" href="https://www.example.com/en/a/12345" hreflang="en">
<link rel="alternate" href="https://www.example.com/de/a/12345" hreflang="de">
<link rel="alternate" href="https://www.example.com/it/a/12345" hreflang="it">
```

Ich empfehle das Rel-Alternate Markup immer zusammen mit Canonical Markup zu verwenden.

Wichtig: Alle Domains, Subdomains als auch Markt- oder Länder-Subdirectories in der Google Search Console als eigenes Webproperty submitten.

A) eine Sprache & ein Markt

Domain Strategie: www.example.tld (*.tld steht fuer Top Level Domain wie z.B.: .com, .de, .app, .net. .it, …)*

Entweder die Länderdomain (Country Top Level Domain - cTld) wählen für das Land welches du targetest (i.e.: .de, .at, .ch, .fr, .co.uk, ...) oder eine generelle Top-Level-Domain (gTld): .com, .net, .app, ...

URLs:

- *https://www.example.tld/%pagetype-namespace%/%unique-targeted-slug%*
- https://www.example.de/a/gold-diamanten-armband

Startseite:

- https://www.example.tld/

Sprachkonsistenz:

- Jede einzelne Page muss in sich selbst sprach konsistent sein. D.h. Navigation, Footer und Main-Content der Page müssen in derselben Sprache verfasst sein.

Meta-Markup:

- Kein spezielles Meta Markup notwendig.

B) mehrere Sprachen & ein Markt

Das was man üblicherweise eine Multilingual Website nennt. Der Markt ist meist definiert als “international” oder ein bestimmtes Land mit mehreren Sprachen (z.b. Schweiz).

B1) Single Domain Multilingual Website

Domain Strategie: www.example.ch oder www.example.com

Entweder eine Länderdomain für das Multi-Sprachen Land z.B.: .ch oder eine generelle Top-Level-Domain a la .com, .net, .app, …

URLs:

- https://www.example.tld/%language-namespace%/%pagetype-namespace%/%sprachkonsistenter-unique-targeted-slug%
- https://www.example.com/de/a/gold-diamanten-armband
- https://www.example.com/en/a/gold-diamond-bracelet
- https://www.example.com/es/a/pulsera-diamantes-oro

Sollten sprachkonsistente URL-Slugs nicht möglich sein, sind auch solche URLs “gut genug”:

- https://www.example.tld/%language-namespace%/%pagetype-namespace%/%id%
- https://www.example.com/de/a/12345
- https://www.example.com/en/a/12345

- https://www.example.com/es/a/12345

Startseite:
- https://www.example.tld/ … die englischsprachige Startseite
- https://www.example.tld/en/ -> HTTP 301 permanent redirect -> https://www.example.tld/
- https://www.example.tld/%language-namespace%/ -> Startseite der jeweiligen Sprache
- https://www.example.tld/de/ -> die deutschsprachigen Startseite
- https://www.example.tld/es/ -> die spanische Startseite

Sprachkonsistenz:
- Jede einzelne Page muss in sich selbst sprach konsistent sein. D.h. Navigation, Footer, Targeting Elements und Main-Content einer Page müssen in derselben Sprache verfasst sein.

Meta-Markup:
- Kein spezielles Meta Markup notwendig.
- Rel-Alternate-Hreflang ist komplett optional, da durch die unterschiedlichen Sprachen kein Internal Duplicate Content (Pages mit dem gleichen Content) und in den meisten Fällen auch kein Internal Duplicate Targeting (Pages welche für das gleiche Search Query gefunden werden wollen) entsteht.
- Man kann optional sprachenspezifisches Rel-Alternate-Hreflang auf der Startseite als auch auf anderen Brand Landingpages (neben der Startseite z.b.: Kontaktseite, Impressumseite, …) setzen, da hier potentiell Internal Duplicate Targeting vorliegt.

B2) Multi Domain Multilingual Website

Domain Strategie:
- **B 2.1.) Top Level Domain** www.example.de & www.example.com & www.example.es
- **B 2.2.)** oder **Subdomain** www.example.com & de.example.com & fr.example.com.

Entweder eine (größter Markt) Länder Top Level Domain pro Sprache, oder eine Subdomain pro Sprache, wobei www meist die englische Sprache ist.

B 2.1. URLs:
- https://www.example.ctld/%pagetype-namespace%/%sprachkonsistenter-unique-targeted-slug%
- https://www.example.de/a/gold-diamanten-armband
- https://www.example.com/a/gold-diamond-bracelet
- https://www.example.es/a/pulsera-diamantes-oro

Sollten sprachkonsistente URL-Slugs nicht möglich sein, sind auch solche URLs mit IDs als Slug gut geng.

B 2.1. Startseite:

- https://www.example.tld/ … die englischsprachige Startseite
- https://www.example.ctld/ -> Startseite der jeweiligen Sprache
- https://www.example.de/ -> die deutschsprachigen Startseite
- https://www.example.es/ -> die spanische Startseite

Sollten Top-Level Domains gewählt werden sollte beachtet werden, dass die TLD die Conversion beeinflussen kann. So sind z.B.: Österreicher gewohnt auf .de Domains einzukaufen, aber Deutsche nicht so sehr auf .at Domains.

B 2.2. URLs:

- https://%language-subdomain%.example.tld/%pagetype-namespace%/%sprachkonsistenter-unique-targeted-slug%
- https://de.example.com/a/gold-diamanten-armband
- https://www.example.com/a/gold-diamond-bracelet
- https://es.example.com/a/pulsera-diamantes-oro
- Sollten sprachkonsistente URL-Slugs nicht möglich sein, sind auch solche URLs mit IDs als Slug gut geng.

B 2.2. Startseite:

- https://www.example.tld/ … die englischsprachige Startseite
- https://%language-subdomain%.example.tld/ -> Startseite der jeweiligen Sprache
- https://de.example.tld/ > die deutschsprachige Startseite
- https://es.example.tld/ -> die spanische Startseite

Ansonsten ist zwischen Subdomains und eigenen Markt-Domains kein Unterschied aus Multilingual SEO Sicht.

Sprachkonsistenz:

- Jede einzelne Page muss in sich selbst sprach konsistent sein. D.h. Navigation, Footer, Targeting Elements und Main-Content einer Page müssen in derselben Sprache verfasst sein.

Meta-Markup:

- Kein spezielles Meta Markup notwendig.
- Rel-Alternate Hreflang ist komplett optional, da durch die unterschiedlichen Sprachen kein Internal Duplicate Content (Pages mit dem gleichen Content) und in den meisten Fällen auch kein Internal Duplicate Targeting (Pages welche fuer das gleiche Search Query gefunden werden wollen) entsteht.
- Man kann optional sprachenspezifisches Rel-Alternate-Hreflang auf der Startseite als auch auf anderen Brand Landingpages (neben der Startseite z.b.: Kontaktseite, Impressum Seite, …) setzen, da hier potentiell Internal Duplicate Targeting vorliegt.

B) Empfehlung

Bei echten multi language Webseiten d.h.: es geht wirklich darum die gleiche Website in unterschiedlichen Sprachen anzubieten - jedoch ohne jegliche spezifische Marktlogik (z.B.: andere Preise in anderen Märkten, andere Produkte in anderen Märkte) - und alle Pages sind praktisch 1:1 übersetzt, dann empfehle ich **B1 Single Domain Multilingual Website**. Nur in Fällen wo mehr als 1 Million URLs von der einen Domain an Google kommuniziert werden, empfehle ich B2. Da B1 bei grossen Websites (mit viele Pages) langfristig zu Crawling Issues führen kann. Zu viele URLs, Google kommt nicht mehr nach. Hierbei ist B2 dann die bessere Wahl, weil jede Domain ein eigenes “Crawl Budget” bekommt.

C) mehrere Märkte mit jeweils einer Sprache pro Markt

Man targeted verschiedene Märkte und jeder dieser Märkte hat genau eine Sprache. **Es gibt keine Sprachueberschneidung zwischen den Märkten.**

z.B.: eine Englische Seite welche "international" targeted un nd eine deutsche Seite für den deutschsprachigen Markt. **Die Seiten sind keine 1:1 Übersetzungen weil die Inhalte (z.B.: Preise, Angebot) voneinander abweichen.**

C) Empfehlung

In diesem Fall empfehle ich **B2.1) Multi Domain Multilingual Website Top Level Domain** mit unterschiedlichen Domains pro Sprach-Markt. Dies aus meiner Erfahrung, dass sich unterschiedliche Märkte sehr schnell in unterschiedliche Richtungen entwickeln können und mit unterschiedlichen Domains der größtmögliche Handlungsspielraum existiert.

D) eine Sprache & mehrere Märkte

Was ist wenn sich mehrere Märkte eine Sprache teilen. z.B.: Deutschland und Österreich, UK und USA, UK und International? Dies macht man wenn es Gründe außerhalb von SEO gibt mehrere marktspezifische Versionen zu haben z.B.: unterschiedliche Preise, Angebote, Inhalte und rechtliche Bestimmungen. Hier spielen dann Rel-Alternate-Hreflang eine wichtige Rolle.

Mögliche Strategien am Beispiel eines Deutschland / Österreich Webproperties

- **D1) Separate Domains:** www.example.at, www.example.de
- **D2) Subdomains**: www.example.com, at.example.com
- **D3) Subdirectories:** www.example.com/de/, www.example.com/at/

D1) Separate Domains

D1 URLs:

- https://www.example.ctld/%pagetype-namespace%/%sprachkonsistenter-unique-targeted-slug%
- https://www.example.de/a/gold-diamanten-armband
- https://www.example.at/a/gold-diamanten-armband

D1 Startseite:

- https://www.example.ctld/ -> Startseite der jeweiligen Sprache
- https://www.example.de/ -> die deutschsprachigen Startseite
- https://www.example.at/ -> die österreichsiche Startseite

Sprachkonsistenz:

- Jede einzelne Page muss in sich selbst sprach konsistent sein. D.h. Navigation, Footer, Targeting Elements und Main-Content einer Page müssen in derselben Sprache verfasst sein.

Meta-Markup:

- **Eine jede Page muss korrektes Rel-Alternate-Hreflang auf allen Domains implementieren.**
- Das Rel-Alternate-Hreflang definiert dabei nicht die Sprache, sondern die Sprache und den Markt z.B.: `<link rel="alternate" href="https://www.example.at/a/12345" hreflang="de-AT"><link rel="alternate" href="https://www.example.de/a/12345" hreflang="de-DE">`
- Dies teilt Google mit, dass die beiden Versionen unterschiedliche Markt Versionen sind und es sich nicht um ein Spammer handelt, der Content gestohlen hat.
- Ohne das besteht die Gefahr von Self-Made External Duplicate Content, im schlimmsten Fall performt eine Version (meist der kleinere Markt) langfristig gar nicht auf Google.
- Es sollte zusätzlich ein X-Default i.e.: `<link rel="alternate" href="https://www.example.de/a/12345" hreflang="x-default">` Meta Markup definiert werden. Dieses gibt an, welche der Marktversionen präferiert werden soll, wenn der Traffic nicht aus einem nicht definierten Markt kommt (z.B.: aus der Schweiz).

Wichtig: Unterschiedlicher Supplemental Content! Selbst mit Rel-Alternate-Hreflang muss sichergestellt werden, dass die Pages sich weit genug voneinander unterscheiden, dass Google beide Versionen indiziert. Ansonsten wird nur eine Version indiziert, mit 2 unterschiedlichen URLs. Der User wird zwar von Google zur richtigen URL geschickt. Deutsche nach DE,

Osterreicher nach AT. Aber im Index existiert nur eine Version. Die andere, nicht indizierte Version performt unter. Ja, das ist unnötig kompliziert von Googles Seite.
Supplemental Content bedeutet Content auf der rechten Seite oder weiter Unten, der nicht unbedingt unique sein muss, sich aber unterscheidet zwischen den Markt Versionen. Z.B.: Telefonnummern, Zusätzliche Infos für einen Markt.

D2) Subdomains

Kann technisch gleich behandelt werden wie D1. Es sollte immer eine default www Version geben z.B.: www.example.com für die Deutsche Markt Version, at.example.com fuer die österreichische Markt Version.

D2 URLs:

- https://%market-subdomain%.example.tld/%pagetype-namespace%/%sprachkonsistenter-unique-targeted-slug%
- https://www.example.com/a/gold-diamanten-armband
- https://at.example.com/a/gold-diamanten-armband

D2 Startseite:

- https://www.example.ctld/ -> Startseite des größeren Marktes
- https://www.example.com/ -> die deutsche Startseite
- https://at.example.com/ -> die oesterreichsiche Startseite

Alles andere gleich wie D1.

D3) Subdirectories

D3 URLs:

- https://www.example.tld//%market-identifyer%/%pagetype-namespace%/%sprachkonsistenter-unique-targeted-slug%
- https://www.example.com/de-at/a/gold-diamanten-armband
- https://www.example.com/de-de/a/gold-diamanten-armband

D3 Startseite:

- https://www.example.tld/ -> Startseite des größeren Marktes
- https://www.example.com/ -> die deutsche Startseite
- https://www.example.com/de-at/ -> die oesterreichsiche Startseite

Alles andere wie bei D1.

Die Gefahr bei D3 ist, dass man sehr schnell sehr viele Pages erzeugt (eben eine pro Sprachversion) und Google mit dem crawlen der Website nicht mehr nachkommt. Kann Google eine Website nicht mehr umfassend crawlen ist auch das Rel-Alternate-Hreflang ungültig, da dazu alle verschiedenen Marktversionen einer Page gecrawlt werden müssen.

D) Empfehlung

Für separate Märkte empfehle ich separate Domains. Sollte diese nicht zur Verfügung stehen, dann separate Subdomains.

E) mehrere Märkte mit potentiell mehreren Sprachen, mehrere Sprachen mit potentiell mehreren Märkten

z.B.: Man targeted die Sprachen EN, DE und IT. Hierbei targeted man die Märkte international, US, GB, DE, AT, CH. CH wiederum mit den Sprachen DE und IT und FR.

Hierbei gibt es keinen perfekten Setup mehr, nur unterschiedliche Grade des Schmerzes. Man kann die verschiedenen Lösungsansätze von oben miteinander kombinieren. Einen perfekten Setup gibt es nicht.

E) Empfehlung

- Eine internationale, englischsprachige .com Domain.
- Eine Single Sprachen Domain pro Single Sprache Markt.
- Subdirectories pro Markt mit multiplen Sprachen.
- Korrektes Rel-Alternate-Hreflang

Der Vorteil an diesen Setup ist, dass man jeweils eine Markt Domain zum optimieren proMarkt hat. So kann man alle Märkte relativ gleich behandeln, gleichzeitig aber auch die Mehrsprachigkeit korrekt abgebildet.

E URLs:

- https://www.example.com/a/gold-diamonds-bracelet - internationale englische Version
- https://www.example.de/a/gold-diamanten-armband - deutsche Deutschland Version
- https://www.example.at/a/gold-diamanten-armband - deutsche Österreich Version
- https://www.example.ch/de/gold-diamanten-armband - deutsche Schweiz Version
- https://www.example.ch/it/oro-diamante-braccialetto - italienische Schweiz Version
- https://www.example.ch/fr/bracelet-or-diamant - französische Schweiz Version

D3 Startseite:

- https://www.example.com/ - internationale englische Version
- https://www.example.de/ - deutsche Deutschland Version
- https://www.example.at/ - deutsche Österreich Versio
- https://www.example.ch/ - deutsche Schweiz Version
- https://www.example.ch/it/ - italienische Schweiz Version
- https://www.example.ch/fr/- französische Schweiz Version

Wichtig: jede page braucht hier ein korrektes Rel-Alternat, z.B.: das Rel-Alternate fuer https://www.example.de/a/gold-diamanten-armband wuerde so aussehen:

```
<link rel="canonical" href="https://www.example.de/a/gold-diamanten-armband">
<link rel="alternate" href="https://www.example.de/a/gold-diamanten-armband" hreflang="de-DE">
<link rel="alternate" href="https://www.example.at/a/gold-diamanten-armband" hreflang="de-AT">
<link rel="alternate" href="https://www.example.com/a/golden-diamond-bracelet" hreflang="EN">
<link rel="alternate" href="https://www.example.ch/de/a/gold-diamanten-armband"
hreflang="de-CH">
<link rel="alternate" href="https://www.example.ch/it/a/bracciale-oro-diamanti"
hreflang="it-CH">
<link rel="alternate" href="https://www.example.ch/fr/a/bracelet-or-diamants"
hreflang="fr-CH">
<link rel="alternate" href="https://www.example.com/a/golden-diamond-bracelet"
hreflang="x-default">
```