

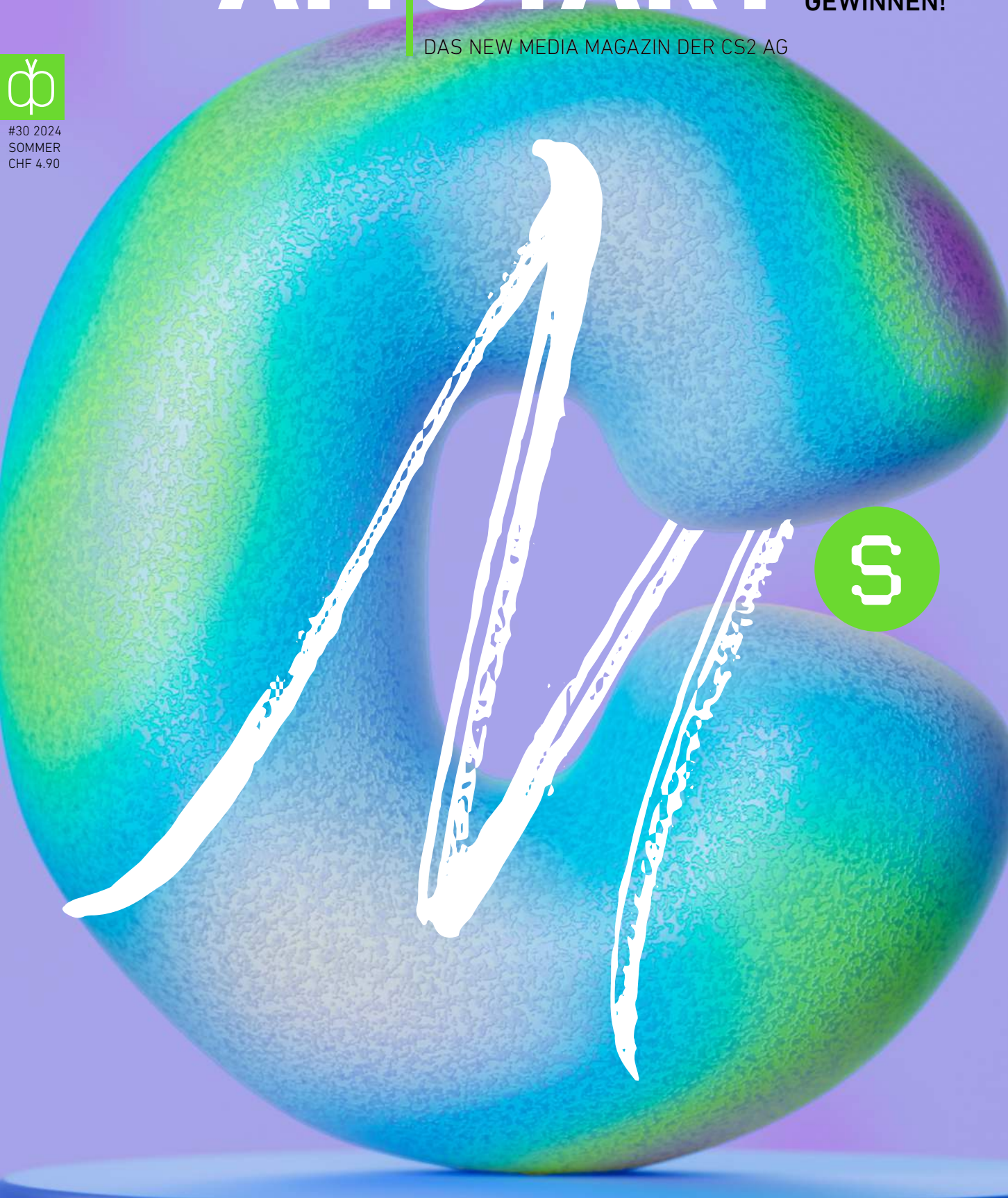
AM | START

MAGAZIN-
RÜCKSEITE: 
WORKSHOP
GEWINNEN!

DAS NEW MEDIA MAGAZIN DER CS2 AG



#30 2024
SOMMER
CHF 4.90



INTEGRATION VERGLEICH CMS-SYSTEME SEO-STRATEGIE



CMS für OHA! statt OJE

In der aktuellen Ära des digitalen Zeitalters ist ein effektives Content Management System (CMS) der Schlüssel zum Erfolg für Unternehmen jeder Grösse. Die aktuelle Ausgabe von AM|START widmet sich ganz diesem wichtigen Thema und bietet Einblicke, Analysen und Expertenmeinungen, um Sie bei der Auswahl und Implementierung des richtigen CMS zu unterstützen.

Von der Personalisierung von Inhalten bis zur nahtlosen Integration mit anderen Geschäftsanwendungen - die Möglichkeiten, die ein CMS bietet, sind endlos. Erfahren Sie, wie erfolgreiche Unternehmen unser TYPO3 nutzen, um ihre Online-Präsenz zu maximieren und Kundenbeziehungen zu stärken. Lassen Sie sich von Best Practices inspirieren und nutzen Sie das Potenzial, um Ihre digitalen Ziele zu erreichen.

Die Informationen in dieser Ausgabe sind darauf ausgerichtet, Ihre digitalen Strategien zu verbessern. Lassen Sie uns gemeinsam mehr OHA!-Momente schaffen.

Dani Kalt und das ganze CS2-Team

#30 INHALT

- 03 Vorwort
- 04 Integration
- 06 KI
- 08 SEO
- 09 Digital Governance
- 10 Enterprise CMS im Vergleich
- 12 Interview mit Kasper Skårhøj
- 14 Suchmaschinen
- 16 CTC Analytics AG
- 18 Hatebur / Carlo Salvi
- 19 Colasit

Digital Governance Seite 09

Interview mit Kasper Skårhøj Seite 12

Referenzen Seite 16



IMPRESSUM

Herausgeberin: CS2 AG
Gerbegässlein 1, 4450 Sissach

Telefon: +41 61 333 22 22
Website: www.cs2.ch
E-Mail: info@cs2.ch

Redaktion: Stephan Graf
Grafik und Layout:
Joël Veuve

Gedruckt in der Schweiz bei
Brogli Druck, Gifp-Oberfrick
Auflage: 5000 Ex.

Maximale Effizienz durch nahtlose Integration

Wer hat's verbunden?

In der Welt des Content Management Systems (CMS) ist der Integrator der Schlüssel zum Erfolg. Besonders in mittleren und grösseren Unternehmen spielt die Integration von Product Information Management (PIM), Enterprise Resource Planning (ERP) und Customer Relationship Management (CRM) eine entscheidende Rolle. Entdecken Sie in diesem Artikel, warum die harmonische Verbindung dieser Systeme die Effizienz steigert, Ihr Unternehmen vorantreibt, und was wir damit zu tun haben.

In der dynamischen Welt des Digital-Marketings und ICT sind nahtlose Integrationen von entscheidender Bedeutung. Unternehmen, die in der Lage sind, ihre Systeme wie PIM, ERP und CRM effektiv in ihr CMS zu integrieren, können erhebliche Wettbewerbsvorteile erzielen. Aber warum ist diese Integration so wichtig, und wie können Unternehmen davon profitieren?

Die Bedeutung der Integration

In einem Zeitalter, in dem Daten den Ton angeben, ist der (automatisierte) Zugang zu konsistenten und genauen Informationen von entscheidender Bedeutung. Das CMS bildet das Herzstück der digitalen Präsenz eines Unternehmens, doch um das volle Potenzial auszuschöpfen, bedarf es einer nahtlosen Integration mit anderen wichtigen Systemen. Hier kommen PIM, ERP und CRM ins Spiel.

PIM-Integration für konsistente Produktinformationen

Ein effektives PIM-System ermöglicht es Unternehmen, Produktinformationen zentral zu verwalten und diese Informationen nahtlos in verschiedene Vertriebskanäle zu integrieren. Durch die Verbindung von PIM mit dem CMS kann das verantwortliche (Web-) Redaktionsteam sicherstellen, dass Produktbeschreibungen, Bilder und technische Spezifikationen einheitlich und aktuell sind, was wiederum die Kundenerfahrung verbessert und das Risiko von Fehlern minimiert.

Die Integration von PIM in das CMS erleichtert nicht nur die Verwaltung von Produktinformationen, sondern ermöglicht es Unternehmen auch, ihre Marketingstrategien effektiver zu gestalten. Durch die zentrale Verwaltung von Produktinformationen können Marketingteams schnell auf Änderungen reagieren und Inhalte über verschiedene Kanäle hinweg konsistent bereitstellen. Dies führt zu einer verbesserten Kundenbindung und letztendlich zu einem höheren Umsatz.

ERP-Integration für optimierte Geschäftsprozesse

Die Integration eines ERP-Systems in das CMS vereinfacht die Verwaltung von Geschäftsprozessen erheblich. Von der Bestellabwicklung über die Lagerverwaltung bis hin zur Rechnungsstellung können Daten nahtlos zwischen verschiedenen Abteilungen ausgetauscht werden. Dies führt zu einer Steigerung der Effizienz und einer Reduzierung von Fehlern, da alle relevanten Informationen in Echtzeit verfügbar sind.

Durch die Integration von ERP in das CMS können Unternehmen auch ihre betrieblichen Abläufe optimieren. Indem sie Daten aus verschiedenen Unternehmensbereichen zusammenführen, können sie fundierte Entscheidungen treffen und Prozesse automatisieren. Dies führt zu einer verbesserten Effizienz und Produktivität, was letztendlich zu einer Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit führt.

CRM-Integration für eine kundenzentrierte Strategie

Die Integration eines CRM-Systems in das CMS ermöglicht es Unternehmen, ein umfassendes Bild ihrer Kunden zu erstellen. Durch die Analyse von Kundendaten können Marketingteams gezielte Inhalte erstellen und relevante Botschaften an die richtige Zielgruppe senden, was die Kundenbindung und letztendlich den Umsatz steigert.

Die Integration von CRM in das CMS ermöglicht es Unternehmen auch, ihre Marketingstrategien zu verbessern. Indem sie Daten über Kundeninteraktionen und -präferenzen sammeln, können sie personalisierte Inhalte erstellen und gezielte Marketingkampagnen durchführen. Dies ermöglicht es Unternehmen, ihre Kunden besser zu verstehen und ihre Marketingbemühungen effektiver zu gestalten.

Die Rolle des Integrators

Ein wichtiger Faktor für den Erfolg dieser Integrationen ist der Integrator, also die Digital-Agentur oder das interne Team, das für die Implementierung verantwortlich ist. Der Integrator muss über umfassendes Fachwissen in den Bereichen CMS, PIM, ERP und CRM verfügen und in der Lage sein, komplexe Systeme miteinander zu verbinden.

Idealerweise sollte der Integrator folgende Qualitäten besitzen:

- **Umfassendes Fachwissen:** Der Integrator sollte über tiefgreifendes Fachwissen in den relevanten Systemen verfügen, um eine reibungslose Integration zu gewährleisten.
- **Erfahrung und Expertise:** Erfahrung in der Implementierung von Integrationslösungen ist entscheidend, um Herausforderungen zu bewältigen und Best Practices umzusetzen.
- **Kommunikationsfähigkeit:** Der Integrator muss in der Lage sein, effektiv mit verschiedenen Teams im Unternehmen zu kommunizieren und Anforderungen zu verstehen, um massgeschneiderte Lösungen zu entwickeln.
- **Flexibilität und Anpassungsfähigkeit:** Da jede Organisation einzigartig ist, muss der Integrator flexibel und in der Lage sein, sich an unterschiedliche Anforderungen anzupassen.
- **Kundenorientierung:** Ein guter Integrator sollte stets die Bedürfnisse des Kunden im Blick behalten und Lösungen bereitstellen, die darauf ausgerichtet sind, die Ziele des Unternehmens zu erreichen.

Fazit

In der heutigen digitalen Landschaft ist das CMS nur so gut wie sein Integrator. Die nahtlose Verschmelzung mit PIM, ERP und CRM ermöglicht es Unternehmen, Daten effizient zu verwalten, Geschäftsprozesse zu optimieren und eine kundenzentrierte Marketingstrategie umzusetzen. Unternehmen, die in diese Integrationen investieren, werden nicht nur ihre Effizienz steigern, sondern auch ihre Wettbewerbsfähigkeit auf dem Markt stärken.

Die Zukunft von TYPO3 und darüber hinaus

KI-Integration im CMS

Die Integration Künstlicher Intelligenz (KI) in Content Management Systeme (CMS) wie TYPO3 eröffnet faszinierende Möglichkeiten, die Qualität, Relevanz und Nutzererfahrung von Webinhalten zu revolutionieren. Von automatisierter Content-Bewertung bis zur Barrierefreiheit bietet diese Entwicklung einen aufregenden Ausblick auf die Zukunft der Technologie im Bereich des Content-Managements.

TYP03 und KI

TYP03, als führendes Enterprise-CMS in Bezug auf Flexibilität und Erweiterbarkeit, eröffnet neue Horizonte in Kombination mit den aktuellen KI-Entwicklungen.

Eine der bedeutendsten Anwendungen von KI in TYPO3 liegt in der Bewertung und Verbesserung von Inhalten. KI-Modelle können die Qualität und Relevanz von Inhalten analysieren, Vorschläge zur Verbesserung machen und somit eine effizientere Content-Erstellung ermöglichen. Darüber hinaus unterstützt KI die Suchmaschinenoptimierung (SEO) durch die automatische Generierung von Meta-Daten, die Optimierung von Landing Pages und die Ergänzung von internen Verlinkungen.

Ein weiterer Schwerpunkt liegt auf der Verbesserung der Barrierefreiheit von Webseiten. Durch KI können Meta-Daten ergänzt, Texte in einfache Sprache übersetzt, Bilder und Videos beschrieben sowie synchronisierte Untertitel und Audiodeskriptionen automatisch erstellt werden. Dies trägt zu einer inklusiveren Online-Erfahrung für alle Nutzer bei.

Die Integration von KI in TYPO3 markiert einen bahnbrechenden Fortschritt, der bereits in verschiedenen Bereichen erfolgreich eingesetzt wird. Die CS2 gehört zu den TYPO3-Agenturen der ersten Stunde. Es ist uns ein grosses Anliegen, auch diese technologische Entwicklung optimal zu nutzen. Gerne beraten und unterstützen wir Sie in der individuellen Integration.

Die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten von Künstlicher Intelligenz (KI) im Zusammenhang mit Content Management Systemen (CMS) wie TYPO3 zeigen eine spannende Entwicklung in der digitalen Landschaft auf. Die Integration kann auf verschiedene Weise erfolgen:

Automatisierte Content-Erstellung

KI-Tools können dabei helfen, Inhalte automatisch zu generieren, indem sie auf Basis von Benutzerdaten und -verhalten Texte erstellen.

Personalisierung

KI kann genutzt werden, um Inhalte basierend auf den Präferenzen und dem Verhalten der Nutzer zu personalisieren.

SEO-Optimierung

KI kann bei der Keyword-Recherche unterstützen und Inhalte für Suchmaschinen optimieren.

Content-Analyse

KI-Tools können bestehende Inhalte analysieren und Empfehlungen zur Optimierung geben.

Multichannel-Publishing

Einige CMS nutzen KI, um Inhalte für verschiedene Kanäle zu optimieren und die Veröffentlichung zu automatisieren.



Nehmen Sie Kontakt mit uns auf, um mehr darüber zu erfahren, wie Sie die Integration von KI in Ihrem CMS umsetzen und optimieren können.



Erfolgreich auf internationalen Märkten

Länderspezifische SEO



Entdecken Sie, wie länderspezifische SEO Unternehmen dabei unterstützt, ihre Zielgruppen auf internationaler Ebene anzusprechen, indem sie lokale Suchmaschinen-Algorithmen und kulturelle Nuancen berücksichtigen.

Für globale Unternehmen ist es entscheidend, ihre Online-Präsenz in verschiedenen Regionen zu optimieren. Länderspezifische SEO geht über bloße Übersetzungen hinaus. Es beinhaltet die Anpassung von Inhalten, Keywords und Techniken, um den einzigartigen Anforderungen und Vorlieben jeder Zielgruppe gerecht zu werden. Von der Berücksichtigung regionaler Suchbegriffe bis hin zur Anpassung von Website-Strukturen und Metadaten, ist die Optimierung ein Schlüssel zur Steigerung der Sichtbarkeit und des Erfolgs im Ausland.

Die Grundlage für länderspezifische SEO ist die sorgfältige Auswahl relevanter Keywords für jedes Ziel-land. Dies erfordert eine gründliche Recherche, um herauszufinden, welche Begriffe in verschiedenen Regionen am häufigsten gesucht werden. Eine Kombination aus globalen und lokalen Schlüsselbegriffen gewährleistet eine maximale Reichweite und Relevanz.

Die Anpassung von Inhalten ist von entscheidender Bedeutung. Dies umfasst nicht nur die Übersetzung von Texten, sondern auch die Berücksichtigung kultureller Unterschiede und lokaler Vorlieben. Bilder, Videos und sogar das Layout der Website können angepasst werden, um besser auf die jeweilige Zielgruppe einzugehen.

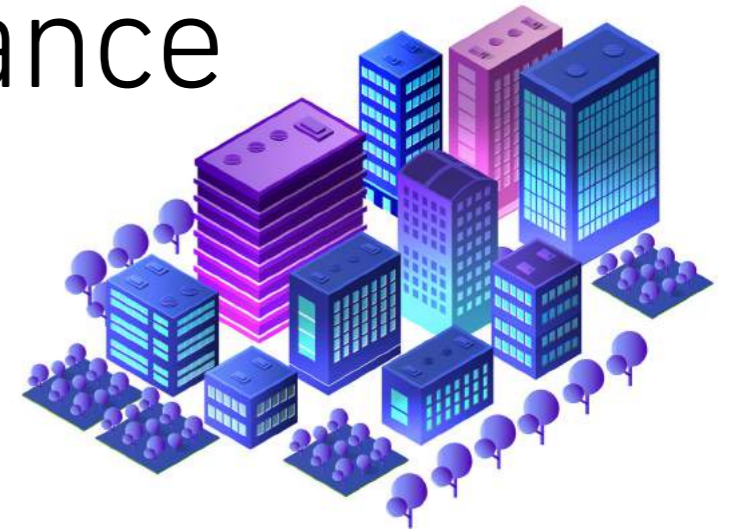
Eine weitere wichtige Komponente ist die Optimierung der Website-Struktur und Metadaten. Dies beinhaltet die Verwendung von hreflang-Tags, um Google mitzuteilen, welche Version der Seite für welches Land gedacht ist, sowie die Anpassung von Titeln, Beschreibungen und URLs, um lokale Suchalgorithmen zu bedienen.

Länderspezifische SEO erfordert kontinuierliche Überwachung und Anpassung. Die Analyse von Daten und Leistungsmetriken ermöglicht es Unternehmen, ihre Strategien zu optimieren und auf sich ändernde Trends und Bedürfnisse der Zielgruppe zu reagieren.

Insgesamt bietet länderspezifische SEO Unternehmen die Möglichkeit, ihre globale Reichweite zu maximieren und eine persönliche Verbindung zu lokalen Märkten aufzubauen. Durch die Berücksichtigung kultureller Unterschiede und die Anpassung von Inhalten und Strategien können Unternehmen ihr Potenzial auf internationaler Ebene voll ausschöpfen.

Open-Source-CMS dominieren

Digital Governance



Eine umfassende Analyse der Präferenzen von Content Management Systemen (CMS) von Stadt-Websites in verschiedenen Regionen bietet wertvolle Einblicke. Besonders im Fokus stehen Open-Source-CMS-Plattformen wie TYPO3, Joomla, WordPress und Drupal sowie deren Nutzung in unterschiedlichen Kategorien von Stadt-Websites weltweit.

Die Studie untersucht die CMS-Präferenzen von Städte-Websites in verschiedenen Regionen und mit besonderem Augenmerk auf eine bessere Benutzererfahrung, Zugänglichkeit und Verwaltungsoptimierung. Die Forschungsmethodik* umfasste die Erstellung einer ausführlichen Liste europäischer Städte, die Extraktion von Website-URLs und die manuelle Überprüfung der verwendeten CMS. Besonderes Augenmerk lag auf Open-Source-CMS-Plattformen und deren Rolle für Städte-Websites.

Auffällig ist der steigende Marktanteil von TYPO3, insbesondere bei Regierungswebsites, aufgrund seiner Sicherheits- und Skalierbarkeitsmerkmale. Die Studie hebt die Bedeutung der Faktoren hervor, die die CMS-Adoption beeinflussen, und betont die Wichtigkeit von Open-Source-Lösungen für Politik, öffentliche Hand und Webentwickler.

Insgesamt bietet das Dokument einen detaillierten Überblick über die CMS-Präferenzen von Städte-Websites in verschiedenen Regionen und beleuchtet die Verbreitung von Open-Source-Lösungen sowie die aufstrebenden Trends in der digitalen Governance. Es gibt wertvolle Einblicke in die Faktoren, die die Auswahl von Open-Source-CMS beeinflussen.

Diese Erkenntnisse decken sich mit zwei aktuellen Schlüsselstrategien der EU (EUPL und Open CoDE), um die digitale Souveränität zu stärken, indem sie Transparenz, Reziprozität und Kompatibilität in den Vordergrund stellen.

* Die Studie wurde von Grzegorz Pietrzak durchgeführt, der als Entwickler unter anderem für die Europäische Kommission tätig ist. Die Rohdaten der Studie finden sich im Link .



Enterprise CMS im Vergleich

Die Auswahl des richtigen Content Management Systems (CMS) ist entscheidend für den Erfolg Ihrer digitalen Präsenz.

In dieser Übersichtstabelle werden wir die führenden Enterprise CMS TYPO3, Drupal, Weblication, Sitecore und Magnolia hinsichtlich ihrer wichtigsten Merkmale und Eignung für verschiedene Unternehmen untersuchen.

Es ist wichtig anzumerken, dass wir uns in diesem Guide auf Enterprise CMS konzentriert haben, die speziell für komplexe Anforderungen von grösseren Unternehmen entwickelt wurden. Aus diesem Grund haben wir einfachere CMS-Lösungen wie Wordpress, Joomla und Wix gar nicht aufgeführt. Obwohl diese Plattformen für kleinere Unternehmen und persönliche Websites geeignet sein können, bieten sie oft nicht den erforderlichen Funktionsumfang,

die Sicherheit und die Skalierbarkeit, die für Unternehmen mit umfangreichen Online-Anforderungen erforderlich sind.

Ein CMS ist immer nur so gut wie die Agentur, welche es implementiert!



hohe Benutzerfreundlichkeit	mittlere Benutzerfreundlichkeit	mittlere Benutzerfreundlichkeit	mittlere Benutzerfreundlichkeit	hohe Benutzerfreundlichkeit
hohe Erweiterbarkeit	hohe Erweiterbarkeit	mittlere Erweiterbarkeit	hohe Erweiterbarkeit	mittlere Erweiterbarkeit
hohe Sicherheit	hohe Sicherheit	hohe Sicherheit	hohe Sicherheit	hohe Sicherheit
hoher Support	hoher Support	mittlerer Support	hoher Support	mittlerer Support
sehr hohe Flexibilität	hohe Flexibilität	mittlere Flexibilität	hohe Flexibilität	hohe Flexibilität
sehr gute Integration	sehr gute Integration	genügende Integration	sehr gute Integration	gute Integration
sehr hohe Skalierbarkeit	hohe Skalierbarkeit	mittlere Skalierbarkeit	hohe Skalierbarkeit	hohe Skalierbarkeit
niedrige Kosten	mittlere Kosten	mittlere Kosten	hohe Kosten	mittlere Kosten

Open Source Lizenzmodell
seit 1997 am Markt
500'000 Installationen weltweit

Best Cases
 Stadt München
 Universität Zürich

Sehr flexibel und leistungsstark für grosse Projekte.

Open Source Lizenzmodell
seit 2000 am Markt

Best Cases
 White House
 NASA

Gut für komplexe Websites mit hohem Traffic.

proprietäres Lizenzmodell
seit 2000 am Markt

Best Cases
 Hitachi
 Roche

Einfach zu bedienen für kleinere Projekte.

proprietäres Lizenzmodell
seit 2001 am Markt

Best Cases
 L'Oréal
 American Express

Bietet umfangreiche Personalisierungsoptionen.

Open Source Lizenzmodell
seit 2003 am Markt

Best Cases
 Migros
 Swiss Re

Schnell und effizient für mittelgrosse Projekte.

Interview mit

Kasper Skårhøj



Der Däne Kasper Skårhøj ist der Erfinder und ehemalige Chefentwickler des Open Source Content Management Systems TYPO3. Nach einem abgebrochenen Ingenieurstudium arbeitete er als selbstständiger Webdesigner und begann 1997 TYPO3 für seine Kunden zu entwickeln. Inzwischen ist der Visionär in ganz anderen Gefilden unterwegs. In unserem Interview erfahren Sie, was ihn damals wie heute antreibt.

Was war Ihr Hauptziel bei der Entwicklung von TYPO3?

TYPO3 wurde 1997 als kommerzielles Projekt in einer von mir mitgegründeten Webagentur ins Leben gerufen. Es entwickelte sich aus den praktischen Bedürfnissen, die wir bei der Verwaltung zahlreicher HTML-Sites sahen, die schnell veraltet waren, weil die Kunden sie nicht mehr selbst pflegen konnten. Der logische Schritt war, diese Sites mit Hilfe von Templates an ein datenbankgestütztes System anzubinden, was zur Geburtsstunde von TYPO3 als CMS führte.

Wie sollte es sich von anderen CMS unterscheiden?

TYPO3 wurde nicht durch Vergleiche mit anderen CMS entwickelt, sondern einzig und allein auf der Grundlage der Bedürfnisse, die ich bei meiner eigenen Arbeit und später auch bei der Arbeit anderer vorfand. Das Design von TYPO3 erlaubt eine grosse Anpassungsfähigkeit an praktisch jedes denkbare Webdesign, was durch die Einbeziehung von TypoScript erleichtert wird. Ein einzigartiges frühes Merkmal von TYPO3 war die Fähigkeit, komplexe Grafiken zu erzeugen, die die komplizierten Designs widerspiegeln, die ich in Photoshop zu erstellen pflegte - diese Fähigkeit war damals bahnbrechend. Im Grunde genommen war TYPO3 das perfekte Werkzeug für meine speziellen Anforderungen - es kratzte wirklich an meinem eigenen Bedürfnis, wie man in der Open-Source-Gemeinde sagt.

Warum haben Sie sich für eine Open-Source-Lösung entschieden?

Als sich die Wege der Webagentur und von mir trennten, verliess ich sie mit der TYPO3 IP. Diese Entscheidung fiel in eine Zeit tiefer Reflexion und der Neuausrichtung meines christlichen Glaubens, was mich dazu veranlasste, meine Lebensziele und Werte neu zu überdenken. Ich fühlte mich berufen, meine Programmierkenntnisse mit der Welt zu teilen, als einen Akt des Glaubens und der Liebe, inspiriert durch die Lehren der Bibel. Obwohl es nicht grundsätzlich falsch ist, von Software zu profitieren, schien es mir damals der richtige Weg zu sein, TYPO3 als Open Source zur Verfügung zu stellen - und es stellte sich heraus, dass es für viele ein Segen war.

Was haben Sie seit Ihrem burnoutbedingten Rücktritt bei TYPO3 beruflich gemacht?

Nach dem Burnout habe ich eine Kehrtwende vollzogen und bin zurück an die Universität gegangen, um Bauingenieurwesen an der Technischen Universität von Dänemark zu studieren. Das verschaffte mir nicht nur eine Pause von der IT-Welt, sondern erlaubte mir

auch, mich eine Zeit lang von der Führung anderer leiten zu lassen. Langsam kam meine visionäre Natur wieder zum Vorschein, und ich beteiligte mich an verschiedenen E-Learning-Projekten an der Universität. Dies führte schliesslich zur Gründung von SKAARHOJ, wo wir Bedienfelder für Live-Produktionen entwickeln. Zwölf Jahre später sind wir ein 20-köpfiges Team, und obwohl ich talentierte Ingenieure habe, bin ich immer noch stark in die Entwicklung unserer Hard- und Software involviert - es ist nicht nur mein Job, sondern meine Leidenschaft und meine Art, mich zu entspannen, egal ob ich zu Hause, im Urlaub oder im Büro bin. Und für das Protokoll, ich liebe es immer noch, `<table>`'s zu verwenden, um Dinge auszurichten ;-). Alte Flammen sterben schwer.

Wo sehen Sie derzeit die grössten Herausforderungen für ein CMS und TYPO3 im Besonderen?

Ehrlich gesagt bin ich nicht mehr ganz auf dem Laufenden, was die aktuellen CMS-Herausforderungen angeht, da ich weitergezogen bin. Allerdings bin ich sehr dankbar, dass TYPO3 dank einer engagierten Community weiterhin so gut gedeiht. Es ist, als würde man einem Kind beim Aufwachsen zusehen; ich habe meinen Teil dazu beigetragen, aber jetzt steht es auf eigenen Füßen, unterstützt durch die Leidenschaft und Kreativität von Menschen wie Ihnen.

Das ausführliche Interview finden Sie im Zweiblog.

Das ausführliche Interview
finden Sie im Zweiblog.



25 Suchmaschinen 1 SEO-Strategie

Ein Produkt demonstriert seine Dominanz, wenn sein Name zum Verb wird. Seit bereits 20 Jahren findet sich das Verb «googeln» im Duden. Wem der Suchmaschinen-Gigant zu übermächtig erscheint, kann auf mehr als zwei Dutzend interessante Alternativen zurückgreifen. Wir stellen einige vor, thematisch unterteilt, und leiten aus dieser Überlegung ein paar grundlegende Punkte für eine allgemeingültige SEO-Strategie ab.



Artikel im Zweiblog
ansehen



Allgemeine Suchmaschinen

Bing

Betrieben von Microsoft ist Bing die zweitgrösste Suchmaschine weltweit. Sie liefert seit einer Weile auch KI-Unterstützung mit dem *Copilot*.

Yahoo

Eine der ältesten Suchmaschinen, obwohl sie heute hauptsächlich von Bing angetrieben wird.

Datenschutzorientierte Suchmaschinen

DuckDuckGo

Bekannt für seine Fokussierung auf Datenschutz und Anonymität.

Swisscows

Die Schweizer Suchmaschine wirbt damit, dass sie keinerlei Daten der Nutzer:innen speichert. Ausserdem bezeichnet die Betreiberfirma ihre Suche als familienfreundlich. Das bedeutet, dass Suchende hier nicht über pornografische Inhalte stolpern sollten.

Spezialisierte Suchmaschinen

Ecosia

Eine Suchmaschine, die ihre Einnahmen für die Aufforstung von Bäumen verwendet.

Wolfram Alpha

Konzentriert sich auf die Bereitstellung von Fakten und Daten anstelle von traditionellen Suchergebnissen.

Allgemeingültige SEO-Strategien

Obwohl spezifische Taktiken je nach den Anforderungen und Algorithmen jeder Plattform variieren können, lassen sich einige allgemeine SEO-Strategien ableiten:

Qualität und Relevanz des Inhalts

Hochwertiger, relevanter Inhalt ist entscheidend, um in den Suchergebnissen gut zu ranken.

Keyword-Optimierung

Die Verwendung relevanter Keywords in Titeln, Überschriften, Meta-Beschreibungen und im Textinhalt sind wichtig, um von den Suchmaschinen indiziert zu werden.

Technische Optimierung

Eine gut strukturierte Website mit schneller Ladezeit, mobilfreundlichem Design und optimierten Metadaten verbessert die Benutzererfahrung und das Ranking in den Ergebnissen.

Backlink-Profil

Die Anzahl und Qualität der eingehenden Links von anderen Websites spielen eine wichtige Rolle bei der Bewertung der Autorität und Relevanz einer Website.

Lokale SEO

Für Unternehmen mit lokaler Präsenz ist die Optimierung für lokale Suchanfragen wichtig, um in den lokalen Suchergebnissen sichtbar zu sein.



Beachten Sie, dass es Unterschiede in den Algorithmen und Ranking-Faktoren der verschiedenen Suchmaschinen geben kann. Daher ist es wichtig, die spezifischen Richtlinien und Empfehlungen jeder Plattform zu berücksichtigen (z.B. die Webmaster Tools von Bing), um die bestmöglichen Ergebnisse zu erzielen.

Website

CTC Analytics AG

Die CTC Analytics AG, ein Pionier in der Chromatografie-Automation, hat mit CS2 eine wegweisende Neugestaltung ihres Webauftritts vollzogen. Unter der Marke PAL System bietet das Unternehmen aus dem Laufental hochmoderne Laborroboter für verschiedene Branchen an.

ctc.ch



Ausgangslage

In der Konzeptionsphase wurden digitale Kommunikationsziele definiert, aus denen die neue Webstruktur hervorging. Der Webauftritt gliedert sich in zwei Bereiche: Die CTC Analytics Website bietet umfassende Informationen über das Unternehmen und sein Jobangebot, während der Bereich PAL System das Kernstück der Website bildet. Hier werden Produkte, Prozesse und Märkte präsentiert, wobei die Website als zentraler Informations- und Interaktionskanal fungiert.

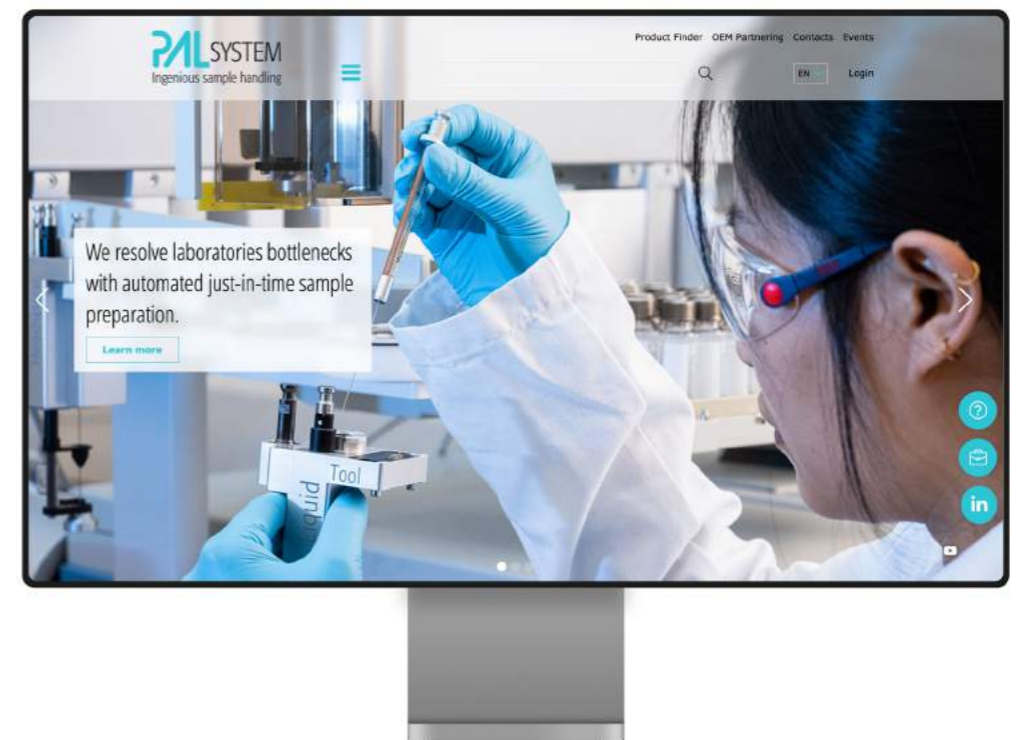
Umsetzung

CS2 hat eine massgeschneiderte TYPO3-CMS-Installation eingerichtet, die innovative Funktionen wie login-geschützte Seiteninhalte für bestimmte Benutzergruppen, Translation Manager oder SEO-Tools bietet. Das Setup «customized by CS2» beinhaltet unter anderem auch SOLR-Suche, Focuspoint für automatische Bildausschnittgenerierung und leistungsfähigen Betrieb dank dem Hosting von CS2.

Ein Highlight des Projekts ist der Content Hub, der es Benutzern ermöglicht, Inhalte basierend auf Kategorien zu filtern, wobei CTC die Freigabe bestimmter Inhalte steuern kann. Der Produktfinder (via Schnittstelle gespeisen) ermöglicht es, Produkte möglichst effizient zu finden, zu bestellen und Offertanfragen zu stellen.

Die Anbindung von TYPO3 an Microsoft Azure AD ermöglicht ein umfassendes Benutzermanagement und eine nahtlose Integration mit anderen Systemen, wie einem CRM.

Nadja Läubli und Volkan Coskun aus dem Digital-Marketing-Team der CTC Analytics AG äussern sich sehr positiv: «Die Zusammenarbeit mit CS2, von der Konzeptphase bis zum Ende der Umsetzung, war immer sehr professionell, lösungs- und zielorientiert. Die neuen Touchpoints wie Content Hub und Product Finder wurden von CS2 so umgesetzt, dass sie unseren Kunden ein multimediales und interaktives Nutzererlebnis ermöglichen. Wir haben mit CS2 einen kompetenten Partner und freuen uns auf weitere spannende Projekte mit dem Team.»



Die ausführliche Fallstudie ansehen



palsystem.com

Website Relaunch

Hatebur / Carlo Salvi



hatebur.com

Zwei führende Unternehmen in den Bereichen horizontaler Massivumformung und Drahtumformungsindustrie, ein Webauftritt. Nach der Übernahme der technischen Verantwortung für die TYPO3-Websites von Hatebur initiierte CS2 ein umfassendes Relaunch-Projekt.

Ausgangslage

Vor dem Relaunch bestanden separate Websites für Hatebur und Carlo Salvi, was zu einer fragmentierten Markendarstellung und einer suboptimalen Nutzererfahrung führte. Um diesen Herausforderungen zu begegnen, entwickelte CS2 einen detaillierten Plan, der mehrere Phasen umfasste. Dazu gehörten die Erstellung eines Grobkonzepts, das Design und das Layout, die Produktion, die Qualitätssicherung sowie die Migration des umfangreichen und mehrsprachigen Contents in das neu geschaffene Backend.

Umsetzung

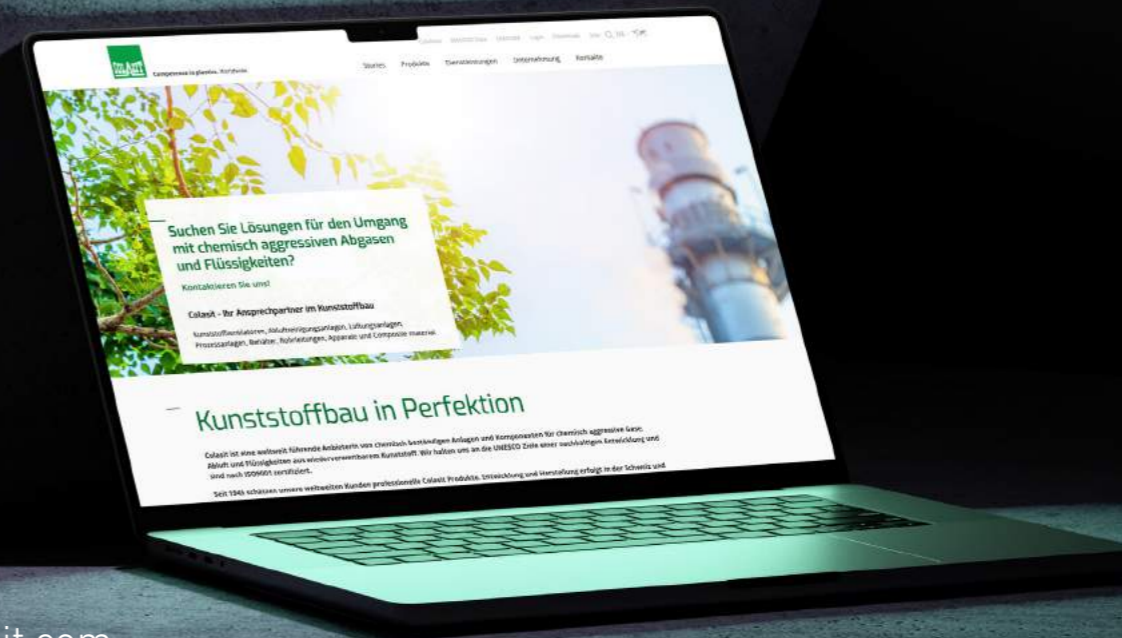
Die Hauptziele des Relaunches beinhalteten Zusammenführung, Benutzerfreundlichkeit, Zielgruppen-Ausrichtung, User Experience und Lead-Generierung. In einem initialen Workshop zum Start des Relaunchs wurde zunächst ein Grobkonzept erstellt, welches als Leitfaden für das gesamte Projekt diente. Dies umfasste die Festlegung der grundlegenden Anforderungen sowie die Planung der Struktur für die neue Website. Nach Abschluss des Grobentwurfs lag der Schwerpunkt auf der Phase des Designs und Layouts, in der visuelle Elemente und Benutzeroberflächen entwickelt wurden. Nach dem Design folgte die Produktionsphase, in der die eigentliche Programmierung der Website durchgeführt wurde. Hier wurde das zuvor definierte Design mit allen Elementen und Funktionen in eine funktionsfähige Website umgesetzt. In der anschließenden Qualitätskontrollphase (QA) wurde sichergestellt, dass alle Website-Elemente wie vorgesehen funktionieren und das Design korrekt umgesetzt wurde.

Die ausführliche
Fallstudie ansehen



Website Relaunch

Colasit



colasit.com

Der Relaunch der Websites für die weltweit tätige Kunststoffbaufirma Colasit AG erforderte ein professionelles Gesamtpaket: Klare Prozesse, leistungsstarke Tools, effiziente Zusammenarbeit und ein hoher Qualitätsanspruch.

Ausgangslage

Das Unternehmen ist weltweit führend im Bereich Kunststoffbau und dem sicheren Umgang mit chemisch aggressiven Gasen und Flüssigkeiten. Die Colasit Gruppe strebt ein weltweit einheitliches Erscheinungsbild für das gesamte Unternehmen an, einschliesslich der Vertriebsgesellschaften. Ein neues Marketing- und Kommunikationskonzept sowie ein modernes CI/CD sollen eingeführt werden. TYPO3 wird als Content Management System für die Umsetzung empfohlen, wobei die Webseiten der Vertriebsgesellschaften Deutschland und Singapur bereits mit TYPO3 betrieben werden.

Umsetzung

Die Hauptziele des Relaunches umfassen eine verbesserte Auffindbarkeit der Produkte und Dienstleistungen von Colasit in Suchmaschinen, eine benutzerfreundliche Darstellung der Inhalte für eine optimale User Experience, die Generierung von Leads durch eine gezielte Nutzerführung und die Schaffung einer skalierbaren Basis für zukünftige Erweiterungen.

Das TYPO3-Setup, angepasst von CS2, umfasst die Funktionen: Responsives Design, Integration von Google Analytics und Matomo, DSGVO-konformen Cookie-Banner und Nutzung von SEO-Tools wie Yoast.

Beat Stucki, CEO der Colasit AG, äussert sich sehr zufrieden über die Zusammenarbeit mit CS2: «Von der Angebotsanfrage bis Umsetzung und Hosting verfügt CS2 über einen definierten Projektablauf und Tools für eine effiziente Umsetzung. Auch werden als Dienstleistung im Nachgang fachkundig die Ergebnisse besprochen und Massnahmen zur Verbesserung definiert. Ein professionelles Gesamtpaket.»

Die ausführliche
Fallstudie ansehen



WORKSHOP MIT STRATEGIE-KONZEPT IM WERT VON 5'000 CHF ZU GEWINNEN!

Sie planen eine Neuausrichtung Ihres Online-Business, einen Relaunch des Webauftritts oder einen CMS-Wechsel? Dann haben Sie hier die einmalige Chance, einen Workshop mit einem Strategie-Konzept zu gewinnen.

Das dürfen Sie erwarten

- ✔ Halbtägiger Workshop mit dem CS2-Expertenteam
- ✔ Durchführung in einem Seminarraum des Parkresort Rheinfelden
- ✔ Begrüssungskaffee, Erfrischungsgetränke, Snacks, Lunch oder Dinner
- ✔ Aushändigung eines Strategiekonzepts inkl. Umsetzungsszenarien
- ✔ Im Anschluss: Freier Eintritt in die Wellness-Welt sole uno

Teilnahme:

Schreiben Sie uns **bis zum 31. August 2024** eine E-Mail mit dem Betreff «Workshop mit CS2» und einem kurzen Projektbeschrieb Ihres Vorhabens an: wettbewerb@cs2.ch

Keine Barausschüttung des Gewinnes. Es entsteht keine Zusammenarbeitspflicht im Anschluss an den Workshop.

Unsere Partner: www.parkresort.ch

 CS2

WWW.CS2.CH

 parkresort
Rheinfelden



 sole uno
Wellness-Welt
im Parkresort Rheinfelden

