

Strukturierte Daten bei Migrationsprojekten clever nutzen

Category: SEO & SEM

geschrieben von Tobias Hager | 2. Dezember 2025



Strukturierte Daten bei Migrationsprojekten clever nutzen: Wie du Google, User und deinen Umsatz nicht im JSON-LD-

Nirvana verlierst

Du ziehst um? Nicht in eine neue Wohnung, sondern mit deiner Website? Dann Glückwunsch: Wenn du strukturierte Daten bei deinem Migrationsprojekt nicht meisterhaft managst, kannst du deine Rankings, Sichtbarkeit und Conversion gleich mit in die Umzugskiste packen. Die Wahrheit: Wer strukturierte Daten als Randnotiz behandelt, baut sich ein SEO-Minenfeld. Hier erfährst du, warum strukturierte Daten in jedem Migrationsprojekt dein mächtigstes Werkzeug sind – wenn du sie richtig einsetzt. Technisch, brutal ehrlich und garantiert ohne Bullshit.

- Was strukturierte Daten wirklich sind – und wieso sie bei Migrationen den Unterschied machen
- Warum die meisten Migrationsprojekte an unbedachten Datenverlusten scheitern
- Die wichtigsten strukturierten Datenformate – und wie sie Google verstehen will
- Wie du ein Migrationsprojekt aufsetzt, das strukturierte Daten nicht killt, sondern nutzt
- Typische Fehlerquellen: Von fehlenden Markups bis zu kaputten Snippets – und wie du sie umgehst
- Step-by-Step: So migrierst du strukturierte Daten ohne SEO-Supergau
- Tools und Workflows für den Check, die Implementierung und das Monitoring
- Vom JSON-LD zum Business Value: Wie strukturierte Daten nach der Migration echten Impact bringen
- Fazit: Warum strukturierte Daten bei Migrationen kein nettes Extra, sondern existenziell sind

Strukturierte Daten. Der Begriff klingt nach Datenbank-Nerds und semantischem Overkill. In Wahrheit sind sie das technische Rückgrat für jede Website, die 2024 und darüber hinaus in den SERPs nicht wie ein Relikt aus der Vor-Schema-Ära wirken will. Besonders bei Migrationsprojekten – sei es ein Domainwechsel, CMS-Relaunch oder ein kompletter Replatforming-Prozess – sind strukturierte Daten der Unterschied zwischen Suchmaschinenliebe und digitaler Unsichtbarkeit. Wer hier schlampt, verliert: Rich Snippets, Featured Snippets, Knowledge Panels und damit Sichtbarkeit, Klickraten und Umsatz. Du willst wissen, wie du strukturierte Daten clever durch die Migration bringst – und sie sogar als Hebel für mehr Reichweite nutzt? Dann lies weiter. Und vergiss, was du über “einfach kopieren” und “wird schon klappen” bisher gehört hast.

Strukturierte Daten: Das unsichtbare SEO-Gold bei

Migrationen

Strukturierte Daten sind das, was Maschinen verstehen – nicht das, was Menschen sehen. Im Gegensatz zu klassischem HTML-Content liefern sie Suchmaschinen wie Google präzise Anweisungen, was eine Seite wirklich enthält: Produkte, Veranstaltungen, Rezepte, Organisationen, FAQs, Bewertungen und vieles mehr. Das Hauptformat, in dem Google strukturierte Daten am liebsten konsumiert, ist JSON-LD. Daneben existieren auch Microdata und RDFa, aber wenn du 2024 nicht mit JSON-LD arbeitest, hast du das Rennen schon verloren.

Im Kern sind strukturierte Daten ein semantisches Layer, das nicht nur den Inhalt klassifiziert, sondern auch die Beziehungen zwischen Entitäten aufzeigt. Für Google & Co. ist das die Eintrittskarte zu Rich Snippets, Knowledge Graph und Zero-Click-Features. Wer die sauber pflegt, bekommt Klicks, Sichtbarkeit und Trust. Wer sie vernachlässigt – vor allem beim Umzug – rutscht ab und verschwindet im algorithmischen Nirwana. Und genau deshalb ist das Thema für jedes Migrationsprojekt absolut kritisch.

Spätestens bei einer Migration zeigt sich, wie wertvoll strukturierte Daten sind. Werden sie nicht korrekt übernommen, zerstörst du damit nicht nur deine hübschen Sternchen in den SERPs, sondern riskierst komplette Deklassierung von Inhalten. Und noch schlimmer: Google merkt, dass sich auf deiner Seite “etwas Grundlegendes” verändert hat – und das ist immer ein Risiko für die Sichtbarkeit.

Die meisten Migrationsprojekte behandeln strukturierte Daten wie ein lästiges Anhängsel: “Wird schon irgendwie mitgezogen”, “Das macht das neue CMS automatisch” oder “Wir kümmern uns später darum”. Fataler Denkfehler. Ohne eine Strategie für strukturierte Daten riskierst du, dass Google nach der Migration plötzlich keine Produkte mehr erkennt, FAQ-Boxen verschwinden und ganze Rich-Snippet-Welten in Luft aufgehen. Deshalb: Strukturierte Daten gehören beim Website-Umzug auf die Prioritätenliste – und zwar ganz nach oben.

Die wichtigsten strukturierten Datenformate und Google-Standards bei der Migration

Strukturierte Daten sind nicht gleich strukturierte Daten. Google kennt über 30 verschiedene Markup-Typen, von Article über Product bis Event und LocalBusiness. Das wichtigste Vokabular ist Schema.org – ein gemeinsames Projekt von Google, Bing, Yahoo und Yandex. Das bevorzugte Format: JSON-LD. Vorteil: JSON-LD liegt als separater Block im HTML und ist unabhängig von der eigentlichen Darstellung, was die Migration deutlich vereinfacht – wenn man weiß, was man tut.

Hier die wichtigsten strukturierten Datentypen, die bei Migrationen oft zum Verhängnis werden:

- **Product:** Für Onlineshops überlebenswichtig. Hier hängen Rich Snippets, Preisangaben, Verfügbarkeiten und Bewertungen dran.
- **Article/BlogPosting:** Für Newsportale und Corporate Blogs zentral für Sichtbarkeit in den News und Discover-Feeds.
- **FAQPage:** Ermöglicht die auffälligen FAQ-Boxen direkt in den Suchergebnissen – ein Traffic-Booster, wenn korrekt migriert.
- **BreadcrumbList:** Gibt Google die Seitenstruktur und das Hierarchie-Verständnis – nach der Migration oft kaputt, wenn URLs oder Strukturen geändert wurden.
- **Organization/LocalBusiness:** Für lokale Anbieter und Marken das Ticket zu Knowledge Panels und Maps.
- **Review/AggregateRating:** Sternchen, Trust, Klickrate. Gehen diese verloren, ist das Drama garantiert.

Ein Fehler, der bei Migrationen gerne passiert: Das neue CMS oder Framework kann zwar HTML, aber kein oder nur fehlerhaftes strukturiertes Markup. Oder die Templates ändern sich, sodass Markups nicht mehr an den richtigen Stellen ausgegeben werden. Spätestens dann gehen die Google-Rich-Snippets über Nacht verloren. Deshalb: Vor der Migration immer abklären, wie und wo die strukturierten Daten im neuen System gepflegt und ausgespielt werden – und das nicht “irgendwie”, sondern exakt nach Google-Spezifikation.

Und noch ein technischer Stolperstein: Google ist bei strukturierten Daten gnadenlos. Ein fehlendes Attribut, eine fehlerhafte Verschachtelung oder ein überflüssiges Komma im JSON-LD – und schon wird das Markup ignoriert. Die Folge: Keine Rich Results, keine Sichtbarkeit, Traffic weg. Bei Migrationen gilt daher: Validieren, validieren, validieren. Und zwar nicht nur stichprobenartig, sondern systematisch auf allen betroffenen Seitentypen.

Typische Fehler bei der Migration strukturierter Daten – und wie du sie vermeidest

Die Liste der Fehlerquellen bei der Migration von strukturierten Daten ist lang und bitter. Aber keine Sorge: Wer weiß, wo es kracht, kann gezielt gegensteuern. Hier die häufigsten Katastrophenquellen – und wie du sie entschärfst:

- **Kompletter Datenverlust:** Im neuen System fehlt das Markup komplett, weil niemand daran gedacht hat, die Templates zu übertragen oder das Plug-in zu konfigurieren. Lösung: Vorab ein vollständiges Inventar aller strukturierten Daten anlegen und deren Übernahme in die Migrations-Roadmap aufnehmen.
- **Falsche Zuordnung:** Die Markups werden zwar übernommen, aber an die falschen Stellen gesetzt. Beispiel: Produkt-Markup auf Kategorie-Seiten

oder Artikel-Markup auf Landingpages. Lösung: Sorgfältige Template- und Seitentyppflege, am besten mit automatisierten Checks.

- Veraltete oder ungültige Schemas: Das neue System nutzt noch Schema.org-Versionen von 2018 oder älter. Lösung: Immer mit der aktuellsten Schema.org-Spezifikation arbeiten und regelmäßig Updates einplanen.
- Fehlende Pflichtfelder: Google verlangt bestimmte Pflichtangaben (z.B. "price" beim Product-Markup). Fehlt ein Feld, gibt es kein Rich Result. Lösung: Checklisten für jedes Markup nutzen, die alle Pflichtfelder abdecken.
- Syntaxfehler im JSON-LD: Ein vergessenes Komma, eine kaputte Klammer – und schon versteht Google gar nichts mehr. Lösung: Vor der Liveschaltung alle Seiten mit Google Rich Results Test oder dem Schema Markup Validator prüfen.

Und dann gibt es noch die "unsichtbaren" Fehler: Strukturierte Daten werden zwar angezeigt, sind aber nicht mit den sichtbaren Inhalten synchron. Beispiel: Produkt ist ausverkauft, aber im Markup steht weiterhin "inStock". Das führt zu abgestraften Snippets und schadet dem Trust. Lösung: Datenquellen für sichtbaren Content und strukturiertes Markup sauber synchronisieren – entweder über API oder im Template-Rendering.

Last but not least: Redirects und URL-Änderungen. Wenn du URLs migrierst, müssen die strukturierten Daten weiterhin auf die korrekten neuen Seiten zeigen. Das gilt besonders für Breadcrumbs, Canonicals und Verknüpfungen zwischen Entitäten. Fehler hier führen zu Duplicate Content und inkonsistenten Markups – das perfekte Rezept für ein SEO-Desaster.

Step-by-Step: So ziehst du strukturierte Daten bei der Migration sauber um

Jetzt zur Praxis. Ein Migrationsprojekt mit sauber übernommenen strukturierten Daten läuft nicht nach dem Trial-and-Error-Prinzip, sondern mit System. Hier die wichtigsten Schritte, die du beachten musst:

- 1. Bestandsaufnahme
 - Erstelle eine vollständige Liste aller strukturierten Daten auf der alten Website: Typen, Attribute, Positionen, Seitentypen.
 - Nutze Crawler wie Screaming Frog oder Sitebulb mit Schema- und Structured Data-Plugins, um das Markup seitenweise zu extrahieren.
- 2. Mapping und Planung
 - Erarbeite ein Mapping: Welche strukturierten Datentypen werden im neuen System benötigt? Wo werden sie gepflegt?
 - Lege fest, wie die Datenquellen (z.B. Produktdatenbank, CMS-Felder) mit dem Markup verbunden werden.
- 3. Implementierung im neuen System
 - Setze das Markup im neuen CMS oder Framework technisch exakt um – keine Abkürzungen, keine Workarounds.

- Nimm einen Staging-Testlauf mit echten Daten vor und prüfe die Ausgabe direkt im HTML.
- 4. Validierung und Testing
 - Validiere alle strukturierten Daten mit Google Rich Results Test, Schema Markup Validator und Screaming Frog.
 - Checke Pflichtfelder, Syntax, Aktualität und Konsistenz mit dem sichtbaren Content.
- 5. Pre-Go-Live Monitoring
 - Richte in der Google Search Console die Überwachung für strukturierte Daten ein.
 - Setze Alerts für Fehler oder plötzliche Verluste von Rich Snippets.
- 6. Go-Live und Nachkontrolle
 - Starte die Migration und überwache die Indexierung in Echtzeit.
 - Vergleiche nach dem Umzug die Zahl und Qualität der Rich Results mit dem Stand vor der Migration.

Wer diesen Ablauf ignoriert, spielt SEO-Roulette. Wer ihn befolgt, wandelt strukturierte Daten von einer potenziellen Fehlerquelle in einen echten Wettbewerbsvorteil. Und das gilt für jedes größere Migrationsprojekt – von Shopware auf Shopify bis zum Headless-Stack mit React oder Vue.

Tools, Workflows und Monitoring für strukturierte Daten bei Migrationen

Technisch sauber migrieren heißt: Automatisieren, validieren, überwachen. Ohne die richtigen Tools bist du im Blindflug unterwegs. Hier die wichtigsten Werkzeuge, die du für strukturierte Daten im Migrationsprojekt brauchst:

- Screaming Frog & Sitebulb: Ziehen strukturiertes Markup sitewide, zeigen Fehler, fehlende Felder und Inkonsistenzen auf Knopfdruck.
- Google Rich Results Test: Prüft einzelne Seiten auf Markup-Fehler und zeigt, welche Rich Snippets Google tatsächlich erkennt.
- Schema Markup Validator: Das beste Tool für komplexe JSON-LD-Strukturen, zeigt exakt, wo der Schuh drückt.
- Custom Monitoring mit APIs: Erstelle eigene Checks via API, um automatisch bei neuen Fehlern oder Verlusten von strukturierten Daten benachrichtigt zu werden.
- Google Search Console: Unerlässlich für das laufende Monitoring nach dem Go-Live, zeigt Warnungen zu strukturierten Daten und Verluste von Rich Results.

Best Practice: Automatisiere regelmäßige Crawls und Validierungen, besonders in den ersten Wochen nach dem Go-Live. Setze Schwellenwerte: Wenn die Zahl der validen strukturierten Daten oder Rich Results plötzlich sinkt, muss sofort Alarm ausgelöst werden. Nur so catchst du Fehler, bevor Google sie dauerhaft in den Index übernimmt.

Und ein letzter Profi-Tipp: Dokumentiere sämtliche Änderungen an Templates, Datenquellen und Markup-Strukturen. Jede noch so kleine Modifikation kann die gesamte Markup-Logik kippen – und damit deine SEO-Performance. Change-Logs und strukturierte Abnahmeprozesse sind Pflicht, keine Kür.

Strukturierte Daten nach der Migration: Von technischer Hygiene zum echten Business Value

Nach der Migration ist vor der Optimierung. Wer glaubt, mit dem Kopieren von JSON-LD sei die Arbeit getan, hat den Schuss nicht gehört. Strukturierte Daten sind ein permanentes Spielfeld für weitere Sichtbarkeits-Booster. Nach dem Umzug solltest du alle Hebel nutzen, um das Markup weiterzuentwickeln: Neue Datentypen testen, mit FAQ, HowTo, Event und Video-Objekten experimentieren, die Konkurrenz analysieren und gezielt Lücken im eigenen Markup schließen.

Und nicht vergessen: Strukturierte Daten sind nicht nur für Google da. Sie helfen auch bei der Automatisierung von Prozessen (z.B. Produkt-Feeds, Voice Search, Third-Party-Integrationen) und bilden die Basis für alle künftigen KI-getriebenen Features im Search- und E-Commerce-Umfeld. Wer hier mitdenkt, legt nicht nur einen soliden SEO-Grundstein, sondern öffnet sich auch für neue Umsatzkanäle und innovative User Experiences.

Fazit: Strukturierte Daten sind beim Migrationsprojekt kein nice-to-have, sondern ein Muss. Sie entscheiden darüber, ob du nach dem Relaunch sichtbar bist – oder ob deine Website in der Bedeutungslosigkeit verschwindet.

Wer Migrationen technisch sauber durchzieht, seine strukturierten Daten validiert, synchronisiert und kontinuierlich überwacht, gewinnt. Wer sich auf Glück verlässt, verliert nicht nur Rankings, sondern auch Umsatz, Trust und den Anschluss an die Konkurrenz. Die Zukunft gehört denen, die Technik nicht als lästiges Beiwerk, sondern als Kernkompetenz verstehen. Willkommen in der Realität. Willkommen bei 404.