



20 Tipps, Content zu optimieren

Keyword

1. Google Keyword Planer (oder Google Suggest, ubersuggest) nutzen, um geeignete Keywords für die Seite zu finden. Ein gutes Keyword hat ein ausreichend hohes Suchvolumen und keine allzu starke Konkurrenz. Ideales Tool, um Wettbewerb, Suchvolumen, CPC etc. zu checken: derdigitaleunternehmer.de/karma-keyword-tool oder ebenfalls ubersuggest.
2. Benutzer-Intention hinter Keyword verstehen: Welche Absicht hat der User, wenn er das Keyword eingibt?
3. Konkurrenz analysieren: Für welche Keywords ranken Mitbewerber?
4. Themenrelevante Keywords verwenden, um dem Text noch mehr Relevanz zu geben. Tipp: Bei Google das Keyword eingeben und bis ans Ende der Seite scrollen. Dort erhält man verwandte Suchbegriffe. Auch nützlich als Inspirationsquelle: "Nutzer fragten auch"

Inhalt

5. Inhalte müssen einzigartig, qualitativ hochwertig und aktuell sein, eine angemessene Länge haben, und das Thema angemessen abdecken. Auf welche Frage sucht der User Antwort? Könnte darüber hinaus weitere Information nützlich sein? Im Vorfeld Gedanken um sinnvollen Content machen: speziell vs. holistisch!

Tipp: Keyword bei Google eingeben, Top 10 Ergebnisse ansehen: Welche Fragen/Themen/Probleme werden in diesen Artikeln immer wieder angesprochen? → Das sind die Dinge, die im Artikel stehen sollten.

6. Auf 1 Keyword pro Seite optimieren. Keyword muss (möglichst weit vorne) vorkommen im

- Title Tag (im Browserfeld, Google, social networks)
- Url / Seitentitel
- Meta-Description
- Überschrift H1
- zu Beginn des Texts
- als Abwandlung in Subheads (siehe Punkt 4)
- in Alt- und Titel-Tags des Bilds
- im Bildnamen
- im Text (Dichte ca. 1% bis 3%)
- in Verlinkungen

MERKE: Der Alt-Tag hilft Suchmaschinen, den Bildinhalt und den Kontext des Bildes zu identifizieren und wird im Quellcode einer Webseite angezeigt. Er wird angezeigt, wenn Bilder nicht geladen werden und Menschen mit Sehbehinderung vorgelesen. Der Title-Tag zeigt dem Besucher auf der Webseite weitere Informationen zu einem Bild an über Mouseover.

7. Suffix/Präfix für jede Seite anpassen: gute Möglichkeit, weitere wichtige Infos unterzubringen (möglich z.B. in Typo3), Trennung mit dem Pipe-Symbol |
z.B. Riesling aus naturnahem Anbau | Weine aus Rheinhessen



8. Wichtige Wörter im Text markieren: fetten, unterstreichen, wenn passend farbig hervorheben
9. Multimedia ergänzen: Bilder, Video (youtube), Slideshow, Galerie. Erhöht die Aufenthaltsdauer
10. Inhaltsverzeichnis bei sehr viel Text – à la Wikipedia

Bilder

11. Beschreibende Dateinamen benutzen. Für die Suchmaschine ist es leichter, zu verstehen, worum es im Bild geht. Und das Bild wird eher in der Bildersuche von Google angezeigt.
12. Qualität der alternativen Bildtexte überprüfen:
 - Kann der User das Bild mittels dieser Beschreibung besser verstehen?
 - Ist das Keyword sinnvoll untergebracht?
 - Können Suchmaschinen den Bildinhalt besser verstehen?

Links

13. externe (Konkurrenz checken) und interne Links setzen, Bilder verlinken

Titel und Meta-Description

14. Anziehende(n) Titel / Meta- Description verwenden, beides muss zum Klicken animieren.
15. Titel- und Meta-Description-Grenze nicht überschreiten, da diese sonst in den Suchergebnissen abgeschnitten und durch “...” ersetzt werden. Titel: max. 70 Zeichen | Meta-Description: mind. 80 Zeichen, max. 150 Zeichen

URL

16. Kurze und aussagekräftige URLs. Zu lange URLs sind unübersichtlich und werden zudem nach einer gewissen Länge abgeschnitten.
17. URL-Struktur sinnvoll gestalten, es sollten keine unnötigen Informationen darin vorkommen.

Prüfen

18. Nach Erstellen der Seite empfiehlt sich ein SEO-Check, z.B. über <https://seorch.de/>
19. Google Search Console: Wo rankt die Seite, wieviele Impressions hat der Suchbegriff im Zeitraum x und wie oft wurde meine Seite berücksichtigt?
20. Google Analytics: Check u.a. Verweildauer, Seitenaufrufe, Absprung und Ausstiege.

Merke: Alle Werte müssen im Zusammenhang mit dem Inhalt und der Absicht betrachtet werden, isoliert lässt sich keiner aussagekräftig bewerten.

Zu guter Letzt: Genau wie eine Website alleine durch notwendige Updates nie statisch ist, muss auch Content sich wandeln, um aktuell und zeitgemäß und so für den User interessant zu bleiben.