

SEO - Suchmaschinenoptimierung

10 Tipps für Redakteure

1. Text wird für Menschen geschrieben

Damit Beiträge gelesen werden, ist Suchmaschinenoptimierung nicht ganz zu vernachlässigen. Allerdings sollte bei dem Verfassen des eigentlichen Textes darauf geachtet werden, dass man nicht für Google, Bing und Co schreibt, sondern für reale Menschen. Genau diese Zielgruppe versuchen die Suchmaschinenanbieter nach und nach immer besser zu imitieren. Dazu werden die Algorithmen immer mehr verfeinert und es kommen ständig neue mit hinzu.

Will man zielgerichtete Texte schreiben, ist es sicher nicht verkehrt, sich eine Liste mit den wichtigsten Keywords auf ein Blatt Papier zu schreiben und dazu auch passende Synonyme zu notieren. An dieser Liste kann sich der Redakteur dann orientieren. Dabei müssen aber nicht auf Teufel komm raus alle Schlagwörter verwendet werden – auch wenn das vorher noch so viel Arbeit gemacht hat. Eine Aneinanderreihung von Keywords bringt weder dem Leser was noch dem Ranking, da diese Technik schnell erkannt wird und gegebenenfalls zur einer Verschlechterung des Ranking führen kann.

2. Wichtige Inhalte an den Anfang des Textes

Inhaltlich sollte nicht ganz vergessen werden, dass die wichtigsten Aussagen am Anfang des Textes getroffen werden. Leser im Web sind ungeduldig und wenn nicht gleich zu Beginn des Textes entscheidende Informationen bereitgestellt werden, dann sinkt die Wahrscheinlichkeit, dass dieser bis zum letzten Satz auf der Seite verweilt. Man kann sich das wie eine auf den Kopf gestellte Pyramide vorstellen. Auch Suchmaschinen indizieren eine Seite nur bis zu einem gewissen Punkt. Bei besonders langen Texten ist die Überlegung, die Inhalte themenorientiert auf mehrere Seiten zu verteilen sicher nicht ganz verkehrt.

3. Überschriften richtig einsetzen

Überschriften sollten nicht nur danach aussehen, sondern auch als solche ausgewiesen sein. Leider werden Überschriften immer wieder nur als fett markiert und in der Schriftgröße geändert. Das ist im eigentlichen Sinne des HTML allerdings keine Überschrift und wird von Suchmaschinen auch nicht entsprechend in das Rankingverfahren aufgenommen. Die WYSIWYG-Editoren (What you see is what you get) bieten im Normalfall die Möglichkeit an, Überschriften als solche zu kennzeichnen. Dabei ist es wichtig, dass die Überschriftenhierarchie eingehalten wird.

Überschriften dienen der Gliederung von Texten in einer Webseite und sollten einen aussagekräftigen Inhalt enthalten, der den folgenden Text kurz beschreibt. Dabei ist es sicher nicht verkehrt, Keywords gezielt einzusetzen oder auch Aussagen, die zum Lesen animieren.

4. Schlüsselwörter und Wortgruppen hervorheben

Das Markieren von Keywords oder Wortgruppen als fett hat zwei entscheidende Vorteile. Zum einen erleichtert es dem Leser das Überfliegen des Textes nach der passenden, interessanten Stelle. Und zum anderen deuten auch Suchmaschinen fett hervorgehobene Textabschnitte als wichtigeren Bestandteil des Textes. Aber Vorsicht! Ein zu viel ist an dieser Stelle sicher nicht angebracht. Es empfiehlt sich also nicht, einfach den ganzen Text fett darzustellen.

5. Aufzählungen als Listen erstellen

Immer wieder kommt es vor, dass in Texten Aufzählungen erscheinen. Bei einem Kochrezept zum Beispiel die Zutatenliste oder bei einer Top 10 der beliebtesten Dinge. Der Onlineredakteur sollte in diesem Fall die einzelnen Punkte nicht einfach untereinander schreiben, sondern die einzelnen Punkte auch als Liste markieren.

Listen sind zusammengehörige, strukturierte Elemente und werden auch als solches verarbeitet. Natürlich ist auch eine Verschachtelung der Listen möglich. Um bei dem Beispiel von oben zu bleiben: bei der Zutatenliste kommt eine unsortierte Liste zum Einsatz und bei den Top 10 eine sortierte Liste.

6. Aussagekräftige Dateinamen vergeben.

Angesichts dessen, dass Suchmaschinen auch nach Bildern, PDF's, Word-Dateien usw. suchen, empfiehlt es sich, den Dateien einen passenden Namen zu geben. Ein Beispiel: document.doc bringt bei weitem nicht den gewünschten Erfolg wie seo-tipps.doc.←

7. Bilder mit alternativen Bildbeschreibungen versehen.

Beim Einfügen von Bildern in Texte mit Hilfe eines WYSIWYG-Editors besteht immer die Möglichkeit einen Alternativen Text für das Bild anzugeben. Davon sollte zwingend Gebrauch gemacht werden. Diese ALT-Texte werden nicht nur angezeigt, wenn die Bilder im Browser deaktiviert sind, sondern sind für Screenreader und Crawler gleichermaßen interessant. Anhand der Beschreibung können Rückschlüsse auf das Bild getroffen werden. Keywords darin wirken sich auf das Ranking der Seite aus und Bilder können so auch besser über die Bildersuche gefunden werden.

8. Links mit einem Titel auszeichnen

Beim Einfügen von Links, die zum Beispiel zu weiteren Informationen führen gibt es zwei Dinge die beachtet werden sollten. Der offensichtliche Teil besteht in dem angezeigten Linktext, also der Bereich, der klickbar ist und auf die gewünschte Zielseite führt. Hier bietet es sich an, eine kleine Wortgruppe zu verwenden, die aussagekräftige Keywords über den Inhalt der verlinkten Seite/des verlinkten Dokumentes enthalten. z.B. „hier klicken“, „mehr...“ bzw. „Unter dem folgenden Link erfahren Sie mehr zum Thema: xxxxxxxx“

Der weniger offensichtliche Teil besteht in der Vergabe eines passenden Linktitels. Dieses Attribut wird angezeigt, wenn man mit der Maus über dem Link verweilt. Natürlich dient der Inhalt auch wieder den Screenreadern und auch die Suchmaschinen greifen gern darauf zurück, um den Link besser einordnen zu können.

9. Interne Verlinkung

Wer regelmäßig Texte für seine Webseite/seinen Blog verfasst, der wird früher oder später Beiträge verfassen, die einen Bezug zu einander haben oder auf Artikeln aufbauen, die auf anderen Seiten veröffentlicht wurden. Speziell bei den hauseigenen Texten kann am Ende eine kleine Liste mit weiterführenden Angeboten aufgeführt werden. Diese interne Verlinkung erleichtert es den Crawlern die Seite schneller zu indizieren und Leser werden eventuell durch die weiteren Inhalte etwas enger an die Seite gebunden.

10. Bekanntmachung der Inhalte

Nach der Fertigstellung des Textes und dessen Publizierung im Web, soll das Werk von so vielen Lesern wie möglich konsumiert werden. Redakteure können ihren Beitrag dazu leisten, den Artikel dem World Wide Web bekannt zu machen. Eine Möglichkeit besteht darin, über bekannte Soziale Netzwerke den Link zu verbreiten. So zum Beispiel über Twitter, Facebook. Hat der Redakteur die Möglichkeit einen Newsletter zu versenden, dann stellt sicher auch dieser eine gute Möglichkeit der Publikation dar. Und natürlich sollen an dieser Stelle auch die unzähligen Foren und Blogs nicht unerwähnt bleiben. Wer dort als Redakteur öfters aktiv ist und Gastartikel oder Kommentare verfasst, der kann an passenden (!) Stellen auch auf seinen Beitrag verweisen. Aber Vorsicht! Hier ist ein gesundes Maß geboten, damit nicht der Verdacht des Spammings auftritt. Vor allem sollten die Seiten auch themenrelevant sein und bestenfalls selber ein sehr gutes Ranking aufweisen.

