

Gute Texte: Die Mischung macht's!



© lassedesignen - Fotolia.com

#55219571

Formeln und Tools...

... zur Berechnung einer idealen Textlänge inklusive Keyword-Dichte- und Headline-Empfehlungen gibt es zuhauf in Foren, Blogs und in [nützlichen Artikeln](#). Formeln als statistische Grundlage zur Berechnung der möglichen Attraktivität geschriebener Texte sind eine spannende Sache. Doch wie verhält sich Länge zu Inhalt?

Die Optimierung der Textlänge kann mathematisch sein...

... muss sie aber nicht unbedingt! Zwar prognostiziert die WDF*IDF-Formel eine Statistik zur Verteilung des Keywords und deren Dichte im Text und über verschiedene Recherche-Tools lassen sich teils gute Ergebnisse für Ideen zu Synonymen für die Verdichtung der Keywords sammeln. Doch ist dies nur die Spitze des Eisberges. Jede Zielgruppe bedient sich einer spezifischen Sprache, die sie alltäglich und vor allem bei der Suche im Netz nutzt. Im SEO-Journalismus gilt es daher, diese zu erkennen und unter Beachtung markanter SEO-Kriterien im Content Marketing wie Brotkrumen einzustreuen.

Redundanz und komplexe Zusammenhänge...

.... im Textgefüge können eine hohe Absprungrate sowie ein daraus resultierendes negatives Ranking zur Folge haben. Wie eingangs erwähnt, gilt es beim Texten nicht nur die Länge zu beachten sondern ebenso die Sprache der Zielgruppe anzupassen. Doch wie gestalte ich SEO-Texte leserfreundlich und kurz ohne die inhaltliche Qualität zu mindern?

Online-Tools können **Hilfe** zur Bestimmung der Schwierigkeit des Textes liefern. Neben **Säulen mit Basisinformationen** zu Index, Silbenverteilung und Wörtern pro Satz, liefert der [Textinspektor](#) Erklärungen zur Berechnung sowie nützliche Tipps zur Verbesserung des Textes. Etwas anders – aber ähnlich – funktioniert das Online-Programm [LIX](#). Es gibt die Komplexität des Textes anhand einer Skala von 0 – 100 wieder, bietet jedoch weniger fachliche Erläuterungen.

Die „Zauberformel“ ...

... lautet daher: kürzere Sätze, ein- bis zweisilbige Wörter, Fachtermini einschränken und sprachlich sich an die Leserschaft richten. Dass dies jedoch nur die halbe Wahrheit ist, beweist allein die Homogenität unserer Zielgruppen – und der Ansporn, unsere Seiten mit qualitativ gutem Content aufzubereiten.

„There’s no minimum length, and there’s no minimum number of articles a day that you have to post, nor even a minimum number of pages on a website. In most cases, quality is better than quantity. Our algorithms explicitly try to find and recommend websites that provide content that’s of high quality, unique and compelling to users. Don’t fill your site with low-quality content, instead work on making sure that your site is the absolute best of its kind.“ (John Müller, Google Schweiz)

Anspruch und Zielgruppendenken müssen sich also annähern, um ggf. nur die Textlänge und nicht dessen Qualität zu **beschneiden**. Eine bessere Verständlichkeit der Leser- sowie SEO-freundliche Texte dank angemessener Länge, eingebettet in einem abwechslungsreichen Content bilden ein gutes Fundament für Follower.

Für SEO-Köche gilt daher: Die Mischung macht’s!