

Hochwertigen Content erstellen!

Wie können Sie Google davon überzeugen, dass Ihre Website eine der obersten Positionen im Ranking verdient? Ganz einfach, mit hochwertigem Content, der die Nutzer begeistert. Nun stellt sich die Frage, wie dieser hochwertige Content entsteht. Dies ist einfacher, als es auf den ersten Blick wirkt. Vorausgesetzt, Sie befolgen grundsätzliche Regeln.

Echte Informationen als Ausgangsbasis

Bei der Recherche im Netz trifft der Nutzer auf die verschiedensten Content-Qualitäten. Diese reichen von schlechten Inhalten mit geringem Informationsgehalt bis zu exzellentem Content, der die gestellte Frage zuverlässig beantwortet. Im Idealfall liefert der Inhalt zusätzlich die schrittweise Lösung eines Problems.

Für das Erreichen dieses Ziels sind mehrere Faktoren verantwortlich. Dazu zählen Fachwissen sowie ausführliche Recherchen. Nur auf diese Weise erhält der Nutzer Informationen, denen er vertrauen kann. Ist diese Vertrauensbasis vorhanden, steigt die Motivation, die Seite wiederholt zu besuchen und Empfehlungen in Form externer Verlinkungen auszusprechen.

Wichtig: Achten Sie beim Erstellen von Text-Content auf einen gut lesbaren und an die Zielgruppe angepassten Schreibstil.

Bringen Sie Struktur in den Content

Eine klare Struktur der Inhalte ist sowohl für die Suchmaschinenoptimierung und die Seitenbesucher von Bedeutung. Hilfe bieten aussagekräftige Überschriften und Bulletpoints. So erzielen Sie eine für den Leser angenehme optische Aufteilung des Textes, die das Erfassen der Inhalte vereinfacht. Gleichzeitig dienen Überschriften als wichtiges Entscheidungskriterium, ob sich das Lesen des Textes grundsätzlich lohnt. Wie aber sieht diese Struktur aus?

HTML nutzt für Überschriften die Tags H1 bis H6. Je höher die Zahl, umso wichtiger ist die Überschrift. Suchmaschinen achten vor allem auf die Überschriften H1 und H2. Daher definieren diese beiden Überschriften das Hauptthema des Textes und enthalten ein oder mehrere wichtige Keywords. Die Überschriften H3 bis H6 dienen der zusätzlichen Gliederung und enthalten sowohl das Hauptkeyword als auch dessen Varianten.

Tipp:

- Bulletpoints und Listen sind für die optische Auflockerung langer Texte und das Hervorheben wichtiger Informationen sinnvoll.
- Ungefähr 60 Wörter pro Absatz erhöht die Lesbarkeit und optimiert den Text für mobile Endgeräte.
- Arbeiten Sie mit Bildern, Grafiken und Videos, um Inhalte aufzulockern.

Die ideale Wortanzahl existiert nicht

Obwohl sich der Trend bei der Textlänge immer mehr in Richtung Wortzahlen von 1.000 Wörtern und mehr bewegt, ist dies noch kein verpflichtender Wert. Denn auch Inhalte mit 300 Wörtern können genau die Informationen enthalten, die der Besucher einer Website sucht. Spezifische Themen mit hohem Informationsgehalt setzen mit Sicherheit eine höhere Wortzahl voraus als weniger komplexe Themen, die zwanghaft mit uninteressanten Inhalten ohne Mehrwert gefüllt werden.

So ist es mit Sicherheit sinnvoll, das Thema E-Mail-Marketing mit 1.000 Wörtern und mehr ausführlich zu behandeln. Ein gleich langer News-Text zu einem Google-Update wird unter Umständen für den Leser zu einer Ansammlung uninteressanter und sich wiederholender Aussagen, sogenanntem "thin content".

Erstellen Sie, unabhängig von der Wortzahl, ausschließlich Content mit relevantem Inhalt. Besser kurz und informativ als lang und ohne sichtbaren Mehrwert. Denn es ist nur eine Frage der Zeit, bis Google und Nutzer wertlosen Content abstrafen.

Keywords intelligent nutzen

Die beinahe mystisch anmutende Bedeutung von Keywords hat sich im Verlauf der Zeit relativiert. Heute setzen Suchmaschinen akribisch genau recherchierte und gezielt eingesetzte Schlüsselwörter voraus.

- Keywords beeinflussen die Onpage- und die Offpage-Optimierung.
- Sie wirken sich auf den Seitentitel und die Seitenbeschreibung aus.
- Keywords sind für die interne und externe Verlinkung wichtig.

Daraus resultiert eine durchdachte Verteilung der Keywords, die sich nicht nur auf den reinen Text-Inhalt bezieht, sondern auf alle Elemente einer Website einschließlich der Navigation. Unterschiedliche Tools unterstützen Sie bei der Ermittlung der passenden Keywords, wobei sich vor allem bei der Planung von

Inhalten mit hohem Informationsgehalt Ansätze zu korrekten Schlüsselwörtern ergeben.

Eine Strategie ist dabei, das wichtigste Keyword auf der Hauptseite zu nutzen und die Unterseiten mithilfe vom Hauptkeyword abgeleiteten Keyword-Kombinationen zu optimieren. Hilfreich sind in diesem Fall Longtail-Keywords wie beispielsweise in die Inhalte integrierte W-Fragen. Diese Strategie schützt Sie vor dem Ranken einzelner Seiten für mehrere Keywords und erleichtert es Suchmaschinen, Ihre Seitenstruktur zu erkennen und korrekt zu indexieren.

Tipps:

- Vermeiden Sie negative Keywords
- Gehen Sie mit Keywords sparsam um – eine zu hohe Anzahl wird von den Suchmaschinen abgestraft.
- Achten Sie auf natürlich in den Text integrierte Keywords

Interne Verlinkungen erhöhen die Verweildauer

Ist es gelungen, die Website mit informativen Inhalten zu füllen, ist der nächste Schritt der Onpage-Optimierung das Setzen interner Verlinkungen. Diese Links sind neben der allgemeinen Navigation wichtige Wegweiser in die Tiefe der eigenen Website; vermeiden Sie unbedingt, in die Breite zu gehen. Denn mit internen Verlinkungen lenken Sie den Seitenbesucher immer von einer Information zur nächsten damit zusammenhängenden, aber weiterführenden Information. Durch diese Maßnahme erhält der Nutzer bei qualitativ hochwertigem Content den gewünschten Mehrwert. Gleichzeitig erhöhen sich die Verweildauer und die Aktivität, die für Suchmaschinen wichtige Ranking-Faktoren darstellen.

Tipps:

- Interne Links nie mit dem NoFollow Attribut versehen, da dies die Weitergabe der Linkkraft reduziert.
- Keine internen Links auf nichtssagende Begriffe wie "hier" setzen.
- Eine zu hohe Anzahl interner Links verwässert die Linkkraft.
- Pro Keyword nur eine einzige Seite verlinken und nie mehrere.
- Von einer Seite nie mehrmals auf das gleiche Linkziel verlinken.
- Fehlerhafte Links auf 404-Fehlerseiten unbedingt vermeiden.
- Interne Links über Weiterleitungen vermeiden, um die Linkkraft nicht zu reduzieren.

Contentpflege für Nachhaltigkeit

Last but not least ist die Contentpflege unverzichtbar. Dazu gehört die kontinuierliche Aktualisierung des Contents, indem Sie enthaltene Zahlen oder andere veränderliche Informationen laufend anpassen. Genauso wichtig ist das Vermeiden von Duplicate Content. Dazu zählt vor allem das Kopieren von Inhalten anderer Seiten. Dieses Vorgehen strafft Google sehr zeitnah ab.

Eine weitere Ursache für Duplicate Content ist die Möglichkeit, Websites als www.beispiel.de oder nur als beispiel.de aufzurufen. In diesem Fall existieren für die Spider von Google zwei voneinander unabhängige Domains mit gleichen Inhalten. Google reagiert darauf unterschiedlich; aber in jedem Fall mit negativen Auswirkungen für die Website. Die harmlosere Reaktion ist ein vorübergehendes Verschieben der Domain in die Sandbox. Gravierender ist die Entfernung der gesamten Website oder Teilen davon aus dem Index und damit das Löschen aus den Suchergebnissen.

Um Duplicate Content dieser Art zu verhindern, bietet sich die Umleitung der Spider auf eine der beiden Domain-Varianten mittels `.htaccess` an. Alternativ loggen Sie sich bei den Google Webmastertools ein und nehmen dort die Einstellung für den Spider vor, welche der beiden Domain-Varianten er indexieren soll.

103573182 – typed words on a Vintage Typewriter © Sensay