

Welche SEO Trends werden uns in 2017 erwarten?

Die Tage sind gezählt, bald verabschieden wir das Jahr 2016 und begrüßen herzlichst das neue Jahr. Auch die SEO-Küche möchte einen Blick in die Zukunft werfen und euch verraten, mit welchen Online Marketing Trends ihr 2017 rechnen könnt. Einige, die 2016 schon dominant waren, werden auch im neuen Jahr noch aktuell sein. Sicher, nicht jeder Trend wird für jeden sofort umsetzbar sein, doch lohnt es sich, diese Entwicklungen im Auge zu behalten.

Hochwertiger Content

Wie schon in den vergangenen Jahren wird Content auch im Jahr 2017 seine Bedeutung behalten. Hier lautet die Devise: Hebe dich von deinen Wettbewerbern ab! Vor allem, wenn ihr gleiche Produkte und Dienstleistungen anbietet! Meidet vorgefertigte Produktbeschreibungen der Hersteller, doppelte Inhalte und erstellt eigene Inhalte.

Der Suchmaschinengigant Google möchte einzigartige Beiträge und keine Kopien. Auch die Wortanzahl spielt bei der Bewertung der Inhalte eine wesentliche Rolle. Beiträge mit einer Wortanzahl zwischen 500-1000 Wörtern oder mehr werden im Ranking in vielen Fällen besser bewertet als kurze Texte. Letztlich entscheidet aber immer der Mehrwert für den User und nicht einfach die pure Textlänge. Dabei sollte man sich natürlich vorab immer in die Zielgruppen hineinversetzen und bei der Content-Erstellung folgende Fragen beantworten:

1. „Welche Themen interessieren meine Zielgruppe?“
2. „Kann ich Lösungen/Mehrwert anbieten?“
3. „Wie ist die Sprache meiner Zielgruppe?“
4. „Wie gut ist mein Inhalt gegliedert, sodass der Leser seine Infos auch beim Überfliegen erhält?“

Ist der Content für die Leser interessant, nimmt die Verweildauer der Besucher zu, sinken die Absprungraten, dann sollte die Seite im Ranking steigen. Guter Content wird zudem gern geteilt. Selbstverständlich ist der Aufwand zum Erstellen dieses guten Contents höher, doch langsam sollte jedem klar sein: Hochwertige Inhalte haben ihren Preis. Doch diese Investition zahlt sich aus. Nicht nur, dass Google die Seite besser rankt, auch der potentielle Kunde lässt sich leichter mit Expertise überzeugen. Darum gilt: Content sollte immer für den Leser geschrieben sein und nicht für Google!

Content, das meint aber nicht nur Texte, sondern jede Form von interessanten Inhalten. Die Experten sind sich einig: „Live-Content“ wird im neuen Jahr im Trend liegen. Bewegtbilder, die via Periscope,



Facebook Live oder Snapchat bei Veranstaltungen, Workshops, Messen, Interviews mit Fachexperten etc. aufgezeichnet und übertragen werden, lassen sich auf Unternehmenswebsites, im eigenen Blog oder auf Social Media Kanälen platzieren. Diese Live-Schaltungen erzeugen besondere Aufmerksamkeit und machen die Aktivitäten des Unternehmens lebendig und miterlebbar.

Ladegeschwindigkeit

Der Ladegeschwindigkeit von Websites kommt eine immer größere Bedeutung zu. Es ist bewiesen, dass Personen nach etwa 2-3 Sekunden den Aufruf einer Website abrechnen, falls diese zu langsam lädt. Gut zu wissen: Je schneller eine Seite geladen wird, desto besser wird diese bei Google bewertet. Der Abbruch des Besuchs zeigt Google, dass es sich bei dieser Seite um eine sehr langsame und womöglich unattraktive Seite handelt. Gerade im Zusammenhang mit mobilen Seiten und den geringeren Bandbreiten heißt es, die Ladezeit zu optimieren, um Abbrüche zu vermeiden.

Fazit: Eine langsame Website wird im Google Ranking schlechter bewertet. Deshalb sollten noch in diesem Jahr Maßnahmen getroffen werden, um die Gründe für die schlechte Performance einer Website zu beseitigen: zu große Bilder, blockierende Skripte, ladezeitintensive Dateien wie CSS und Javascript oder auch ein zu langsamer Server.

Voice Search

Die nächste große Umwälzung in Sachen Suchverhalten steht bevor. Informationen via Spracheingabe zu suchen, liegt in den USA voll im Trend. Dort ist „Voice Search“ schon weit verbreitet und wird gut angenommen. Der Suchende gibt dabei keine Text-Nachricht mehr ins Smartphone ein, sondern fragt z.B. „Wie wird das Wetter heute?“ oder „Welches Restaurant hat bereits ab 7 Uhr ein Frühstücksangebot?“ Siri von Apple macht vor, dass das funktioniert, und Google wird bald nachziehen.

In Sachen Voice Search muss im Bereich SEO noch kräftig nachgearbeitet werden, da sich die Art und Weise der Suchanfragen und Keywords ändert. Da im Vergleich zur Tastatureingabe nun viel längere und komplexere Suchwörter und Phrasen entstehen, wird vor allem das Spektrum an Longtail-Keywords wesentlich interessanter werden.

Mobile First Orientierung

Vor ein paar Jahren suchten die meisten Internetnutzer über Desktop-PC's oder Laptops nach

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX

Informationen. Heute werden über 50 % aller Suchanfragen über mobile Endgeräte abgewickelt, Tendenz steigend. Deshalb führt kein Weg mehr an der Suchmaschinenoptimierung für Mobilgeräte vorbei.

Da die mobile Suche immer mehr in den Vordergrund rückt, müssen Websitebetreiber sich den Gegebenheiten anpassen und ihre Angebote, die bisher nur für die Desktop-Variante optimiert waren, auch für die mobile Darstellung anpassen. Noch bleibt ein wenig Zeit, bis Google und wahrscheinlich auch andere Suchmaschinenbetreiber auf „[mobile first index](#)“ umstellen, doch inhaltliche und strukturelle Änderungen der Website sollten so schnell wie möglich vorgenommen werden.

Strukturierte Daten für mobile Seiten

Strukturierte Daten für mobile Seiten sind ein zunehmend wichtiges Thema. Auch Google ist nicht allwissend und die Suchmaschine kann beim Crawlen von Texten nicht jedes Wort richtig deuten, insbesondere wenn ein Wort mehrere Bedeutungen haben kann. Nehmen wir zum Beispiel: „Bank“. Das Wort kann entweder der Kategorie Geldinstitut zugeordnet werden oder eben eine Möglichkeit zum Sitzen sein. Um hier Klarheit zu schaffen sind strukturierte Daten das Mittel der Wahl. Dazu wird im Code der Website eine Eigenschaft vergeben, die die Bedeutung des Wortes festlegt. Auf diese Weise lassen sich z.B. auch Preise auszeichnen, denn ohne diese Auszeichnung sind die zuallererst einmal Zahlen, deren Bedeutung Google nicht kennt. Bereits jetzt ist klar, dass ab 2017 in der Google Suche Websites bevorzugt werden, die solche Informationen bereitstellen.

SEO wird im Jahr 2017 sicherlich genauso wandelbar sein, wie in der Vergangenheit. Manche Entwicklung lässt sich vorhersehen, andere Trends werden uns wieder überraschen, schließlich gibt es in kaum einem Umfeld solch eine dynamische Entwicklung wie im Internet. Vielleicht hast du ja noch eine Idee, was uns im neuen Jahr erwarten könnte?