

## Content

### Was ist Content?

Definition: Als **Content (deutsch: Inhalt)** wird im Bereich des [Online Marketings](#) der gesamte Inhalt einer Webseite bezeichnet. In aller Regel ist das ([HTML-](#))Text, aber auch Bilder, Grafiken, Videos, Musikdateien oder Gifs. Content ist essentiell für das Ranking in Suchmaschinen, für die Aufenthaltsdauer von Webseitenbesuchern und deren Interaktion auf der Website.

Außerhalb des Online Marketings bezeichnet der Anglizismus alle redaktionellen, klassischen Medieninhalte, die durch Medienformate wie TV, Zeitung, Zeitschriften oder Radio angeboten werden.

### Content als Mittel für die Suchmaschinenoptimierung

Suchmaschinen versuchen für den User das relevanteste Ergebnis zu präsentieren. Um die Relevanz einer Seite zu bewerten, werden über 200 Signale ausgewertet. Unter anderem auch die Struktur, Art und Menge des Contents.

Zum einen wird die gesamte Seite darauf geprüft, wie viel interessanten Inhalt die Seite zum eingegebenen [Keyword](#) vorrätig hält, zum anderen bieten entsprechende Angebote die Möglichkeit Besucher zum längeren Aufenthalt und Interaktionen wie zum Beispiel das Teilen von Links, das Schreiben von Kommentaren oder ähnlichen auf der Seite zu bewegen. Die Länge der Aufenthaltsdauer, das Klicken auf Links im Text oder im Menü und auch das Interagieren fließen wiederum in das [Ranking](#) der Webseite in den Suchergebnissen ein. Dabei gilt: Je länger der User auf der Seite ist, je aktiver er sich mit den Inhalten auseinandersetzt, desto positiver und stärker ist das Signal an die Suchmaschine.



## Text-Content

Damit sind alle Textinhalte auf einer Website gemeint. Auch Benennungen in der Menüstruktur werden als Text-Content betrachtet. Wird eine Website von einer Suchmaschine hinsichtlich dem Textcontent geprüft, umfasst dies zunächst den Gesamtumfang des Textes. Die Texte selbst werden hinsichtlich der Struktur geprüft.

So sollten sich Abschnitte gut verteilen und Überschriften sinnvoll eingesetzt werden. Auch die Wortwahl ist wichtig. So gibt es seit einiger Zeit die [WDF\\*IDE](#) Prüfung, welche das Vorhandensein so genannter Terme (relevante Worte im Bezug auf das Keyword) im Zusammenhang mit der Länge des Textes,

gesetzter Links und weiterer Faktoren betrachtet. Damit soll verhindert werden, dass Textwüsten welche nahezu ausschließlich aus dem Keyword bestehen, im Internet Verbreitung finden. Dazu wird ein sogenannter Gibberish Score genutzt, für den die Suchmaschine Google ein Patent angemeldet hat. Dies ist eine Bewertung der textlichen Inhalte im Hinblick auf Mehrwert und Inhaltstiefe. Damit soll sogenannter „thin content“, also inhaltsleerer Content verhindert werden. Deshalb spricht man im Deutschen auch vom „Schwafelscore“.

## Bildhafter Content

Anders verhält sich das bei Inhalten wie etwa Fotos, Infografiken oder Videos. Wie wohl Suchmaschinen über Bildersuchen verfügen, kann der Inhalt noch immer nicht ausgelesen werden. Die angezeigten Pixel sind nicht auswertbar für die Suchmaschinen. Dennoch sind die Bilder wichtig für das Ranking und den Content der Seite. Zum einen lockern Sie den Text auf, illustrieren gemachte Aussagen und sorgen dafür, dass der Nutzer sich intensiver mit dem Inhalt auseinandersetzt. Weiterhin werden Bilder oder Illustrationen auch gern in Sozialen Netzwerken geteilt, da sie ohne Worte Aussagen transportieren können. Diese Interaktion wirkt sich wiederum positiv auf das Ranking der Website aus.

Insbesondere Content wie Videos und Infografiken sorgen für hohe Interaktionsraten und längere Aufenthaltsdauer. Es empfiehlt sich also, diese nach Möglichkeit einzubinden. Auf die Vergabe von [Alt-Tags](#), sinnvollen Bildtiteln und Beschreibungen für alle eingebundenen grafischen Inhalte ist zu achten, denn diese sind für Google auswertbar. Zudem ist es wichtig Bilder, Videos und Grafiken möglichst nur größenoptimiert auf die Website zu stellen, da langsame Ladezeiten durch die Suchmaschinen stark abgestraft werden. Denn letztlich möchte die Suchmaschine schnell möglichst relevanten Content für den Suchenden liefern.

## „Content is king, context is queen“

Mit diesem Spruch bezeichnet man die daraus resultierende Ausrichtung beim Gestalten und Strukturieren von Inhalten für Webseiten. Der möglichst vielfältige, sinnvolle Content muss auch in relevantem Zusammenhang mit dem Thema der Seite und der Ausrichtung der Inhalte stehen. Ein ausgewogenes Verhältnis von Bild, Text und Keywords muss gegeben sein, die Nutzbarkeit und Orientierung auf der Seite für den Besucher einfach. Alle diese Dinge zählen in das Inhaltsangebot und damit auch in das Ranking der Website ein.

## Social-Media-Content

Als Social-Media-Content bezeichnet man alle Inhalte, die über die sozialen Kanäle geteilt werden können. Dabei reicht die Bandbreite hier von Texten bis hin zu kleinen Videos. Je nach Kanal ist der Social-Media-Content entsprechend unterschiedlich ausgerichtet. Die Ausrichtung des Social-Media-Contents ist vor allem in Richtung Teilbarkeit und Interaktion. Diese Art der Inhalte dienen der Kommunikation, Interaktion und Verbindung mit Nutzern oder potentiellen Kunden.

## Unique Content und Duplicate Content

Beim Erstellen von Content für Webseiten ist auf die Einzigartigkeit der Inhalte zu achten. So genannter „unique content“, also einzigartiger, guter Inhalt mit Mehrwert, wird stark positiv von Suchmaschinen unter anderem durch den Gibberish-Score bewertet. Auch Websitebesucher reagieren positiv auf gute Inhalte. Verständlich, denn Texte oder Bilder, die man so noch nicht gesehen hat, wecken Interesse und verleiten zum längeren Aufenthalt auf der Seite, Interaktion oder im besten Fall sogar einem Online-Kauf.

Ganz im Gegensatz dazu steht der „[duplicate content](#)“ – also doppelter, ähnlicher oder sogar komplett kopierter Inhalt. Da dieser keinen oder zu wenig neuen Inhalt für den Suchenden bringt, werden Seiten, welche „duplicate content“ haben, im Ranking abgestraft, das heißt, sie werden in den Suchergebnissen weiter unten platziert.

## Content Marketing

[Content-Marketing](#) bezeichnet das Verbreiten von Inhalten, mit dem Zweck eine Werbebotschaft zu vermitteln. Dabei umfasst das Content Marketing sowohl den Bereich der Inhaltserstellung für die Website als auch die Verbreitung von Social-Media-Content in den entsprechenden Kanälen.