

SEO OPTIMIERTE TEXTE SCHREIBEN LERNEN

Praktische Tipps für SEO optimierte Texte auf Ihrer Website

Eines ist klar, SEO Texte sollten sowohl den Nutzern einen Mehrwert bieten, als auch bei den Suchmaschinen ein höheres Ranking erzielen. Hier finden Sie ein paar nützliche Tipps aus der Logez Textschmiede.

Checklisten für die Texterstellung

Bevor Sie loslegen mit Schreiben, sollten Sie sich ein paar grundsätzlichen Schreibregeln bewusst werden. Machen Sie sich eine persönliche Liste (Texterbriefing) zu relevanten Informationen und zur Zielgruppe. Ausserdem sind unsere 9 Tipps zur Texterstellung (9 Tipps für Ihre Texterstellung) sehr hilfreich.

Mindestanforderungen an SEO optimierte Texte

Das Gebiet der suchmaschinenoptimierten Texterstellung ist riesig. Wir haben uns bewusst auf die Kerninformationen konzentriert. Mit diesen Informationen können Sie quasi mit Mindestanforderungen gute Texte schreiben.

Was heisst SEO überhaupt?

Beginnen wir mit einer Bezeichnung, die in Bezug auf digitalen Content in aller Munde ist: SEO. Die Abkürzung steht für Search Engine Optimization und heisst übersetzt Suchmaschinenoptimierung - manche sagen schlicht: Googleoptimierung.

Was sind gute SEO Texte?

Gute SEO-Texte sind inhaltlich relevant und vollständig sowie nutzerfreundlich und suchmaschinenfreundlich. Sie erzielen dadurch hohe Rankings bei den Resultaten der Suchaufträge bei Google, Bing und Co. Aber was macht einen guten SEO-Text aus?

4 wichtige Kriterien für gute SEO-Texte

- **Guter Inhalt - guter Content ist entscheidend**
- **Keyword und ihre Wichtigkeit**
- **Weitere relevante Suchbegriffe (Long-Tail-Keywords)**
- **Sinnvolle Strukturierung der Texte**

1. Was ist guter Content? Unique Content, Evergreen und Co.

Stellen Sie sich vor, der User stellt Google eine Frage und hat keine Ahnung vom Thema oder Produkt. Wie landet dieser User auf Ihrer Website? Die Antwort lautet: durch einzigartigen Content (Inhalt) auf Ihrer Website. Vermitteln Sie relevante Informationen zu Ihren Angeboten auf verständliche Art und Weise. Befriedigen Sie also die Suchintention mit treffsicheren Antworten.

Ranking, Verweildauer und Absprungrate

Neben guten Content spielt ebenfalls die Verweildauer der Besucher auf Ihrer Seite eine wichtige Rolle. Damit ist allerdings nicht gemeint, dass der Beitrag lang sein muss. Der Inhalt sollte vielmehr informativ und unterhaltend sein und klare Antworten liefern. Nur so wird die Absprungrate, auch Bounce Rate genannt, niedrig gehalten.

Die No-Go`s - Thin Content, Duplicate Content

Als Thin Content (dt. dünner Inhalt) bezeichnet Google Webseiteninhalte, die den Besucherinnen und Besuchern inhaltlich keinen Mehrwert bieten. Ausserdem straft Google auch immer Duplicate Content (dt. doppelter bzw. duplizierter Inhalt) im Ranking ab. Dabei ist es unwichtig, ob diese Doppelungen auf der eigenen Seite doppelt erscheinen oder auf anderen Webseiten.

Evergreen Content - Der Diamant unter den SEO-Texten

Haben Sie ein Produkt oder bieten Sie Dienstleistungen an, die auch in mehreren Jahren mit Aktualität glänzen? Wenn ja, ist das ein erster Schritt zum Evergreen Content. Websites mit Inhalten, die nicht veralten, werden für bestimmte Keywords mit guten Rankingresultaten belohnt. Wo wir beim nächsten wichtigen Thema wären: Keywords.

2. Was ist ein Keyword?

Den Begriff, den Sie in der Suchmaske bei Google eingeben, nennt man Keyword oder auch Suchbegriff, Stichwort, Schlagwort oder Schlüsselwort. Dieses Keyword wird von den Suchmaschinen durch Ihre Suchalgorithmen behandelt und mit dem jeweiligen Index abgeglichen. Somit ist eines schon mal klar - Ihre relevanten SEO-Texte benötigen Keywords, die gefunden werden. Allerdings sollten Sie bei den Keywords folgenden Tipps berücksichtigen.

Keyword Stuffing (Stichwort-Überfüllung)

Übertreiben Sie es nicht und nehmen Sie Abstand vom masslosen Keyword-Gebrauch. Sie verschlechtern damit eher das Ranking der Website. Keyword Stuffing führt nämlich häufig dazu, dass keine sinnvollen Texte mit relevanten Aussagen entstehen und die Seite somit keinen Mehrwert mehr bietet. Und die Konsequenzen kennen wir ja bereits - Google straft es im Ranking ab.

Keyword Density (Keyworddichte)

Die Keyword Density zeigt an, wie häufig ein Keyword im Text vorkommt. Das Keyword sollte in Massen genutzt werden, d.h. 0,5 - 1 % als Keyworddichte ist ausreichend. Dabei ist es wichtig, dass das Keyword einmal in der H1-Überschrift und einmal bis zweimal in den Zwischenüberschriften genannt wird. Im Fließtext sollte es in den ersten 100 Wörtern vorkommen. Ansonsten ist es ratsam, Synonyme für das Keyword zu gebrauchen.

3. Was sind Long-Tail-Keywords?

Suchbegriffe wie beispielsweise: Glas Marmelade kaufen, Konfitüre Glas kaufen, Brotaufstrich süss kaufen verdeutlichen gut, was genau Long-Tail-Keywords sind. Die Verwendung von Long-Tail-Produktbeschreibungen ist eine gute Möglichkeit, weitere SEO-Ressourcen herauszuholen. Diese Keywords konzentrieren sich beispielsweise auf spezifische Informationen über Dienstleistungen oder über Funktionen und Eigenschaften der Produkte.

4. Sinnvolle Strukturierung der Texte

Sobald Sie Ihre Keywords definiert haben, sollten Sie sich über die Textstruktur Gedanken machen. Die User und auch Google bevorzugen strukturierten Content. Generell sollten die Texte die Erwartungen der Besucher erfüllen. Die Verwendung von Aufzählungen kann ebenfalls hilfreich sein und schafft Struktur.

Weitere Tipps für das Schreiben guter SEO-Texte

- Verfassen Sie Texte mit **inhaltlicher Tiefe**, die je nach Thema mindestens zwischen 1.000 - 1.500 Wörter haben.
- Schreiben Sie sinnvolle und **kurze Absätze**, um Sinnabschnitte zu schaffen.
- Schreiben Sie Absätze mit **maximal 300 Wörter unter einer Zwischenüberschrift** (H2, H3).
- **Durchbrechen Sie Textblöcke**, indem Sie den Text mit Grafiken, Bullet Points und Tabellen auflockern.
- Verwenden Sie **Merk- und Infoboxen** für wichtige Informationen, die Sie hervorheben möchten.
- Nutzen Sie **Fettmarkierungen**, damit die Leserinnen und Leser die Texte überfliegen/scannen können.
- Sprechen Sie das Publikum mit **direkter Rede** an.
- Vermeiden Sie **Passivsätze** und verwenden Sie bestenfalls Aktivsätze.
- Vermeiden Sie **komplizierte Schachtelsätze**, sie sind nicht lesefreundlich.
- Reduzieren Sie **Fachausdrücke** oder erklären Sie sie.
- Benutzen Sie **Bindewörter** wie z.B. dementsprechend, somit, weil usw.
- Verzichten Sie auf **leere Worthülsen** und **Umschreibungen**.
- Vermeiden Sie **Füllwörter**, die Ihre Texte unnötig aufblähen.
- Prüfen Sie die **Lesbarkeit** der Texte und lassen Sie sie gegenlesen.

Möchten Sie lieber schreiben lassen?

Wir texten gerne für Sie oder übernehmen auch Korrektorat, Lektorat oder Übersetzungsarbeiten.
Wir freuen uns auf Ihre Kontaktaufnahme.