

SEO-Autoren-Guide

Qualität statt Quantität

A KEYWORD-RECHERCHE

Die Grundlage, um SEO überhaupt erst zu ermöglichen, stellt die Keyword-Recherche dar. Eine gute Keyword-Auswahl hat massiven Einfluss auf den Erfolg der Suchmaschinenoptimierung. Dabei sollte wie folgt vorgegangen werden:

1. **Kern** des Themas erörtern.
2. **Haupt-Schlüsselwort** (Topic) aus dem **Kern** erarbeiten.
3. **Synonyme** zu dem **Hauptschlüsselwort** ableiten und **Wortkombinationen** bilden.
Nützliche Tools: <http://synonyme.woxikon.de>
<http://keywordtool.io>
<http://ubersuggest.org>
<https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner>
(auch Suchfragen suchen und überprüfen - z.B. „wie geht SEO“, „was ist SEO“)
4. **Suchvolumen** des **Schlüsselwortes** sowie der gefundenen Synonyme/Wortkombinationen überprüfen.
Nützliches Tool: <https://adwords.google.com/ko/KeywordPlanner>
5. Von den überprüften Schlüsselwörtern ca. **zwei** bis **drei** (mit dem höchsten Suchvolumen) als zu **optimierende Keywords** festlegen.

SEO-Autoren-Guide

Qualität statt Quantität

B TEXT-OPTIMIERUNG

Nach der Grundlagenarbeit – der Keyword-Recherche – beginnt in diesem Schritt die eigentliche Arbeit des Redakteurs: das Texten. Doch bei einem suchmaschinenoptimiertem Text gibt es neben der klassischen Textqualität noch ein paar weitere Dinge zu beachten, die in diesem Abschnitt nun beschrieben werden:

1. Zu Beginn müssen die **Keywords im Text gestreut** werden:
 - ➔ **Hauptkeyword** (höchstes Suchvolumen) am **häufigsten** und die Synonyme seltener verwenden.
 - ➔ Beim Platzieren der Keywords sollte darauf geachtet werden, dass der **Text noch gut lesbar** ist. Wenn der Text nur so nach SEO-Optimierung riecht, da er z.B. mit Keywords total überladen ist, ist er nicht gut optimiert.
Überoptimierung wird bestraft.
2. **Text Qualität:**
 - ➔ Google fordert immer mehr eine **gute Textqualität**, aber der Text sollte auch **nicht zu wissenschaftlich** bzw. mit vielen Fremdwörtern bestückt sein.
 - ➔ Der Text muss an die entsprechende **Zielgruppe angepasst** werden, damit diese den Artikel liest und lange auf der entsprechenden Seite bleibt. Ist der Text zu schlecht formuliert, brechen die Nutzer das Lesen ab. Und ebenso wenn er für Sie zu hochgestochen und somit unverständlich ist.
3. Das **Hauptkeyword** gehört in den **Titel**.
4. Das **Hauptkeyword** gehört in den **Teaser-Text**.
5. Die **Keywords** sollten in den Zwischenüberschriften auftauchen.

SEO-Autoren-Guide

Qualität statt Quantität

B TEXT-OPTIMIERUNG

6. Es sollte ein passendes **Titelbild** gewählt werden (*Bildrechte beachten*).
 - **Alt-Tag**: Ein Satz, der das Bild „für Blinde“ beschreibt – sollte wenn möglich einmal das Keyword enthalten.
 - **Title-Tag und Name des Bild** sollten ebenfalls das Keyword enthalten.
7. Text kann je nach Länge mit ein bis zwei **Bildern ergänzt** werden.
 - Für diese gilt ebenso der Optimierungsschritt 6.
8. Abschließend muss noch eine **Meta-Description** erstellt werden. Das ist der Text, der bei Google bei dem Suchergebnis angezeigt wird. Dies sollte ein knackiger Text sein, der den Nutzer überzeugen soll, die Website zu besuchen.
 - Sollte **ein bis zwei Keywords** enthalten und **140 bis 160 Wörter** lang sein.