



klassische Suchmaschinenoptimierung

Zunächst geht es um die klassische Suchmaschinenoptimierung, also um alles, was seit der Gründung von Google 1999 entstanden ist und sich permanent weiter entwickelt hat.

Insgesamt sagt Google selbst, dass der Suchalgorithmus auf mehr als 200 Faktoren basiert, die darüber entscheiden, ob eine Webseite besser zu finden ist als eine Andere.

Da sich das Thema aber immer mehr in den Hintergrund entwickelt hat und die wenigsten Suchmaschinenoptimierer heute noch auf der Jagd nach allen Faktoren sind, konzentrieren wir uns in diesem Video ebenfalls auf die wichtigsten Punkte.

Einen Großteil dieser Arbeit nimmt uns das Plugin „Yoast SEO“ ab, das im Video ausführlich vorgestellt wird. Damit lassen sich die Inhalte der einzelnen Unterseiten in Wordpress optimieren und es wird jeweils eine Checkliste bereitgestellt, die uns Optimierungspotential anzeigt.

Wichtig sind die folgenden Punkte, die im Video einzeln erwähnt werden aber hier noch einmal zusammengefasst werden sollen:

1. Pro Unterseite sollten mindestens 300 Wörter hinterlegt werden.
2. Texte sollten nach spätestens 5 Zeilen durch Absätze



- unterteilt werden, um lesbar zu bleiben und den Besucher nicht zu überfordern.
3. Pro Unterseite sollte es nach Möglichkeit nur um ein einziges, wertvolles Suchwort gehen. Wenn mindestens 300 Wörter eingebracht wurden, sollte sich das Wort in diesem Text 8-12 mal wiederholen. Ein Minimum von 6 Wiederholungen ist empfohlen.
 4. Dieses Suchwort sollte im Title-Tag vergeben werden, als Schlagwort bzw. Fokus-Keyword noch einmal hinterlegt werden und es sollte darauf geachtet werden, dass das Suchwort bereits im ersten Satz auf der Unterseite vorkommt und so auch für das sogenannte „Snippet“, also im Textausschnitt für Google verwendet wird.
 5. Der Text selbst kann sich an der invertierten Pyramide orientieren, die auch bei Presseartikeln angewendet wird. Link zu Wikipedia:
https://de.wikipedia.org/wiki/Prinzip_der_umgekehrten_Pyramide

Abschließend sind alle über das Plugin Yoast zur Verfügung gestellten Listen noch einmal geprüft werden, um auf Nummer sicher zu gehen, dass alles richtig gemacht wurde.

Achtung. Es gibt durchaus Ausnahmen und im Zweifelsfall können die Empfehlungen auch ignoriert werden. Wichtig ist beispielsweise auf der Startseite, nicht am Textvolumen festzuhalten oder an der Begrenzung auf ein Fokus-Keyword, sondern sich voll und ganz darauf zu



konzentrieren dass der Besucher die Informationen erhält, die er benötigt.

Grundsätzlich schaffen wir mit dieser sehr klassischen SEO-Optimierung aber vor allem auch eine sehr gesunde Basis für unsere weiteren Marketingaktivitäten, wie beispielsweise die Schaltung von Keywords mittels Google Adwords. Nachweislich kostet der Klick über Adwords erheblich weniger, wenn unsere Webseiteninhalte auf die Werbeanzeige und das Keyword abgestimmt ist, das wir schalten wollen.