

# SEO TEXTE SCHREIBEN

- SEO Texte sollten mindestens 300 Worte umfassen. Startseitentexte bringen es mittlerweile sogar auf bis zu 1000 Worte. Letztlich entscheidet aber nicht die Textmasse, sondern der Mehrwert, den ein Text Usern bietet.
- Überprüft den Text auf eine korrekte Rechtschreibung. Google hat in der Schule sehr gut aufgepasst!
- Eure Texte sollten einmalig sein. Schreibt also weder irgendwo ab, noch kopiert auch keine Texte wie etwa Produktangaben von Herstellern. Fast jeder Händler wird auf diese Texte zugreifen wollen. So ein „Duplicate Content“ wird von Google links liegen gelassen.
- Macht Euch klar, was eure Keywords sind. Es lohnt sich, ein Fokus-Keyword zu wählen, nach dem User besonders häufig suchen (das kann auch ein Keyword-Term aus mehreren Worten sein). Benutzt für eure Keywords aber auch Synonyme und sinnverwandte Begriffe. Das erhöht Eure Chancen, auch für diese Suchbegriffe ein relevantes Ergebnis zu bieten.
- Achtet auf eine gute, übersichtliche Struktur eures Textes. Unterteilt ihn in mindestens drei Absätze
- Verwendet Zwischenüberschriften für eure Absätze, in denen euer Fokus-Keyword oder themenrelevante Begriffe vorkommen. Nutzt Headings von 1-3 für Überschriften (H1-H2-H3). Die H1 ist der Hauptüberschrift zuzuordnen und darf nur dort einmalig eingesetzt werden.
- Das Fokus-Keyword sollte im ersten Absatz möglichst weit vorne vorkommen. Denkt an einen Wikipedia-Artikel. Google liebt Wikipedia! Dort steht das Keyword stets am Beginn. Der Effekt? Jeder weiß sofort, worum es im Text geht.
- Das Fokus-Keyword sollte häufiger im Text vorkommen. Die früher heiß diskutierte Keyword-Dichte spielt mittlerweile keine Rolle mehr. Dennoch solltest Du darauf achten, dass Dein Fokus-Keyword möglichst nur zwei und drei Prozent Deines Textes ausmacht – ansonsten klingt das schnell unnatürlich. Je länger euer Text ist, desto niedriger kann die Keyword-Dichte sein. Eine zu häufige Verwendung eures Keywords schadet mehr als sie nützt.
- Wenn es passt, verseht Eure SEO Texte mit ausgehenden Links zu Seiten mit einem hohen Trust. Auch interne Verlinkungen werten einen SEO Text auf, wenn sie sinnvoll verwendet werden, etwa zu weiterführenden Themen. Nutzt die Möglichkeit, Links mit Title-Tags zu versehen. Diese tauchen auf, sobald man mit der Maus über den Link fährt. Das mag eine Kleinigkeit sein, aber nicht zuletzt damit zeigt ihr Google, dass Ihr Euch mit eurem Text alle Mühe gebt, ihn so wertvoll wie möglich für Eure User aufzubereiten.
- Ergänzt eure Texte möglichst immer mit Bildern oder Videos. Im alt-tag (Der Alternativ-Text wird angezeigt, wenn das Bild aus technischen Gründen nicht dargestellt werden kann) sollte euer Fokus-Keyword vorkommen.
- Nach Möglichkeit sollte das Fokus-Keyword in der URL auftauchen – und zwar weit vorne. Seid aber vorsichtig damit. Wenn eine URL bereits rankt, verliert ihr diese Sichtbarkeit, wenn ihr eine bereits bestehende URL ändert.
- Schreibt eine Meta-Description mit maximal 155 Zeichen, in der das Keyword vorkommt. Schreibt einen Seiten-Title mit etwa 55 – 65 Zeichen (maximal 569 Pixel), in der das Keyword vorkommt.

- Schreibt einen Seiten-Title mit etwa 55 – 65 Zeichen (maximal 569 Pixel), in der das Keyword vorkommt.
- Verwendet ein Fokus-Keyword möglichst nur für eine einzige Seite. Google tendiert bei einer Domain dazu, meist nur eine Unterseite dieser Domain weit oben ranken zu lassen.
- Schreibt so verständlich wie möglich und so einfach wie nötig. Kurze Sätze sind verständliche Sätze. Kurze Worte sind leichter zu lesen als lange. Wer auf Verben setzt, schreibt meist automatisch bildhaft. Zudem vermeidet er Substantivierungen. Diese klingen nicht nur bürokratisch, sondern sind auch echte „Leseflussverhinderungsbremsen“.
- Ein Text wird immer dann bei Usern ankommen, wenn er Lösungen für ein Problem aufzeigt. Diskutiert daher das Problem und bietet dann Eure Lösungen dafür an. Vergesst dabei nicht, auch Gegenstimmen zu Euren Lösungsangeboten zu geben und auch darauf Gegenargumente zu liefern. Wann immer es passt, liefert Zahlen, Daten und Fakten zu Euren Thesen
- Fasst am Schluss Eurer SEO Texte noch einmal alles Wichtige zusammen. Das darf dann gern in einer Handlungsaufforderung münden – zum Beispiel so: Wenn Ihr noch Fragen habt, freut sich der Nerd, wenn Ihr ihn kontaktiert!

