

Texten für das Internet und SEO

1	Web-Leser wollen schnelle Informationen und sind ungeduldig	7
1.1	Online-Texte werden anders verfasst und anders gelesen als Print-Texte	7
1.2	Web-Leser verweilen nur kurz	8
1.3	Nur 3 bis 5 Seiten Gedächtnisspanne beim Browsen	8
1.4	Web-Leser geben einer Seite nur 10 Sekunden	8
1.5	Vertrauen entsteht durch die Aufbereitung der Informationen	9
2	Web-Texte müssen übersichtlich und scannbar sein	11
2.1	Lesen am Bildschirm ist anstrengender und langsamer	11
2.2	Durch richtiges Texten bis zu 124 % bessere Lesbarkeit	11
2.3	Kriterien für das Texten von Web-Seiten	13
2.4	Jeder Leser kann verschiedenen Rollen einnehmen	15
2.5	Tipps für eine lesefreundliche Seite	16
3	Struktur und Gestaltung müssen transparent und logisch sein	17
3.1	Titel: das Wichtigste zuerst	17
3.2	Teaser: machen Sie Appetit	17
3.3	Hyperlinks	18
3.4	Gestaltung	18
4	Struktur, Sprache, Stil	21
4.1	Passen Struktur und Verknüpfungen?	21
4.2	Ist der Ton der Botschaft und der Zielgruppe angepasst?	23
4.3	Haben Sie Glaubwürdigkeit hergestellt?	24
4.4	Sind die Inhalte ausreichend komprimiert?	24
4.5	Ist der Satzbau leicht verständlich?	25
4.6	Werden Wörter verwendet, die der Besucher leicht und richtig verstehen wird?	25

5	Arbeitsweise von Suchwerkzeugen	28
5.1	Klare Seitenstruktur und wenig aufwändige Technik	28
5.2	Fehlerprüfung mit Validator	28
5.3	Prüfen Sie die Links	28
5.4	Verkürzen Sie die Ladezeit des Texts einer Seite	29
5.5	Klar formulieren und Schlüsselbegriffe im genauen Wortlaut wiederholen	29
5.6	Aussagefähiger Titel	29
5.7	Aussagefähige Metatexte, insbesondere „Description“	29
5.8	Hochwertige externe Links beschaffen	29
5.9	Seiten aktualisieren	30
5.10	Sinnvolle Verteilung von Inhalten auf Seiten	30
5.11	Wortwahl und Wiederholung	30
5.12	Korrekte Rechtschreibung	30
5.13	Vorgehen bei der Optimierung	31
6	Analyse der Seite und Ermitteln der Suchbegriffe	32
6.1	Site-Analyse	32
7	Zielgruppe definieren und Keywords ermitteln	33
7.1	Keywords	34
7.2	Keyword-Analyse	35
7.3	Logfile-Analyse	35
7.4	Synonyme finden	35
7.5	Google Insights for Search-Recherche	35
7.6	Wettbewerber-Recherche 1	36
7.7	Wettbewerber-Recherche 2	38
7.8	Erstellen der endgültigen Keyword-Liste	38
8	On-Site-Optimierung – eigene Seite anpassen	39
8.1	Fehlerprüfung mit Validator	39
8.2	Abgleich mit Webmaster-Richtlinien	39
8.3	Konkrete Keyword-Optimierung	39
8.4	Welche Optimierungen sind für Ihre Seite notwendig?	40

9	Offsite-Optimierung	41
9.1	Ist-Analyse: Externe Links	41
9.2	Zusammenstellen möglicher Linkpartner	42
9.3	Kontakt mit möglichen Linkpartnern aufnehmen	43
9.4	Einträge in Social Networks, Blogs, PR-Sites vornehmen	43
10	Literaturverzeichnis	44
11	Stichwortverzeichnis	46