

Suchmaschinenoptimierung

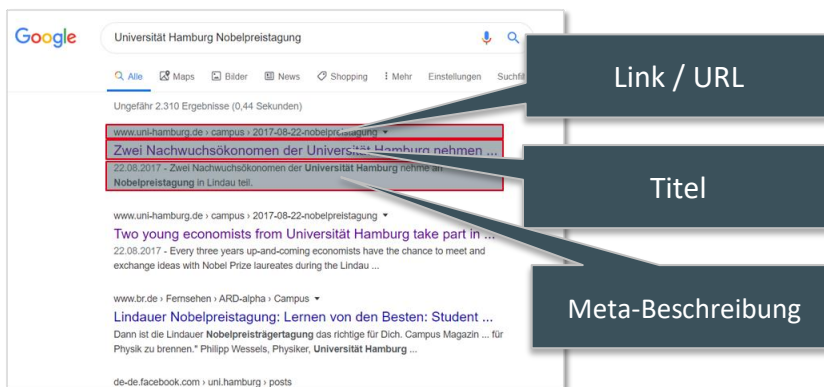
Hinweise für Online-Redakteurinnen und -Redakteure

Wenn über Suchmaschinenoptimierung gesprochen wird, so ist Google als die wichtigste Suchmaschine zentraler Maßstab. Google hat immer wieder deutlich gemacht, dass hochwertiger Content entscheidender Erfolgsfaktor für ein gutes Google-Ranking ist. Auf diesem Erfolgsfaktor aufbauend haben wir für Online-Redakteurinnen und -Redakteure einige wichtige Hinweise und Erläuterungen zusammengestellt.

Drei Zentrale SEO-Regeln:

1. Schreiben Sie für Ihre Zielgruppe und überlegen Sie, welche Suchwörter (Keywords) Ihre Zielgruppe nutzt.
2. Achten Sie auf Lesbarkeit und schreiben Sie klar und verständlich.
3. Formulieren Sie einen aussagekräftigen Titel und eine aussagekräftige, die Zielgruppe aktivierende Meta-Beschreibung.

Elemente des Treffers (Snippet) einer Google-Ergebnisseite



Konkrete Hinweise für suchmaschinenoptimierte Texte auf uni-hamburg.de

Grundsätzlich: Für eine Seite sollte immer ein primäres Keyword berücksichtigt werden. Eine Seite kann zwar für viele Keywords von Google gerankt werden, bei der Planung durch Online-Redakteurinnen und -Redakteure ist der Fokus auf ein Keyword (oder eine Kombination mit 2 bis 3 Wörtern) jedoch sinnvoll.

Seiten-Titel

- ✓ Der Titel muss eindeutig (im Sinne von einzigartig) innerhalb der Domain bzw. Subdomain sein.
- ✓ Er soll die Inhalte der Seite zusammenfassen.
- ✓ Er soll das primäre Keyword enthalten.
- ✓ Mindestens 40 Zeichen und maximal 70 Zeichen sollten für den Titel genutzt werden. Weitere Zeichen werden im Snippet (auf Google angezeigter Beschreibungstext) abgeschnitten. (In Fiona gilt eine Beschränkung auf 60 Zeichen, da „Universität Hamburg“ im Titel regelhaft genannt wird.)
- ✓ Keine Sonderzeichen im Titel nutzen.
- ✓ In Fiona wird der Seiten-Titel als „Titel“ bezeichnet und ergänzend als „SEO Title“, wenn der Fiona-Bereich „SEO“ zur Verfügung steht.

Meta-Beschreibung

- ✓ Auch die Meta-Beschreibung soll eindeutig innerhalb der Domain bzw. Subdomain sein.
- ✓ Ist auf der Seite selbst nicht zu sehen (nur im Quelltext), wird aber im Google-Suchergebnis angezeigt (Snippet).
- ✓ Die Beschreibung soll Interesse wecken und mit einer Aufforderung an den Nutzer enden (z.B. „Jetzt weiter informieren!“).
- ✓ Die vom Nutzer gesuchten Begriffe werden auf der Google-Suchergebnis-Seite „fett“ dargestellt. Es ist daher sinnvoll, das primäre Keyword, aber auch sekundäre Keywords in der Beschreibung zu nennen. Der Fokus der Beschreibung muss aber das Wecken von Interesse bleiben.
- ✓ Mindestens 110 Zeichen und maximal 140 bis 150 Zeichen (weitere Zeichen werden im Snippet abgeschnitten) verwenden.

Schlagwörter (Komma-getrennt)

- ✓ Google ignoriert die hier hinterlegten Informationen (Meta-Tag „keywords“ wurde häufig missbraucht).
- ✓ Kann für Redaktions-interne Zwecke genutzt werden, denn es sollten nicht mehrere Seiten für das gleiche Keyword optimiert werden (Kannibalisierung).

URL

- ✓ Die URL sollte sprechend (deskriptiv) sein und das primäre Keyword nennen.
- ✓ Insgesamt soll die URL nicht über 100 Zeichen lang sein.
- ✓ Keine Unterstriche verwenden.
- ✓ Auf Füllwörter wie Artikel oder Konjunktionen kann verzichtet werden.

Zwischenüberschriften

- ✓ Zwischenüberschriften unterstützen den Nutzer beim Lesen und sie strukturieren den Text.
- ✓ Es darf nur eine H1 (Seitentitel) pro Seite geben, die mit dem Feld „Titel“ in Fiona gesetzt wird.
- ✓ Hierarchie von H1 bis H4 soll eingehalten werden, d.h. auf H1 folgt H2, auf H2 folgt H3 etc.

Inhalt

- ✓ Wichtig ist eine gute Lesbarkeit des Textes. Nicht auf die „Keyworddichte“ achten.
- ✓ Auf angemessene Textlänge (min. 200 Wörter) achten (inhaltsreiche Seiten werden bevorzugt).
- ✓ Pro Absatz eine Gedankeneinheit (3 bis 7 Zeilen in der Desktop-Ansicht).
- ✓ Auf strukturierten Seitenaufbau achten (z.B. Zwischenüberschriften oder Aufzählungen).
- ✓ Inhalte schaffen, die so noch nicht zur Verfügung stehen (Content-Lücken füllen).
- ✓ Eher kürzere Sätze formulieren (15 bis 20 Wörter).
- ✓ Keywordrelevanter Content in Aufklappelementen sollte vermieden werden (oder das Aufklappelement sollte aufgeklappt sein).
- ✓ Synonyme des Keywords im Text nutzen und Wörter ausschreiben (nicht „Klimaaktivistinnen und -aktivisten“, sondern „Klimaaktivistinnen und Klimaaktivisten“) und auf Tippfehler achten.

Bilder

- ✓ Aussagekräftige Dateinamen verwenden (Keyword nutzen, wenn es passt).
- ✓ Deskriptive Alt-Attribute vergeben (Alt-Texte zeigen der Suchmaschine an, was zu sehen ist und ist für die Barrierefreiheit wichtig. ``).
- ✓ Alt-Texte sollen in erster Linie das Bild beschreiben. Das primäre Keyword nur nutzen, wenn es wirklich passt.
- ✓ Dateigröße kleiner als 200 KB (Bild-Zuschneidetool nutzen).

Verlinkungen

- ✓ Der Linktext, also der sichtbare Text des Links hat eine hohe Relevanz für Nutzerfreundlichkeit und Suchmaschinenoptimierung (`Linktext`). Dort sollten Formulierung wie zum Beispiel „Jetzt mehr zum Studiengang Jura erfahren“ stehen. Nutzen Sie dabei das zentrale Keyword der Seite, auf die verlinkt wird.
- ✓ Nur auf https-Seiten verlinken. Seiten mit http-Protokoll werden von Google als unsicher eingestuft.
- ✓ Hilfreiche interne Verlinkungen zu weiteren Themen anbieten.
- ✓ Gesetzte Verlinkungen immer auf der Live-Seite testen (SEO-Tool hilft in Zukunft bei der Suche nach toten Links).
- ✓ Keine Kurzlinks für die Verlinkung verwenden (Bsp. nicht `https://www.uni-hamburg.de/jubilaem` sondern `https://www.jubilaem.uni-hamburg.de`).
- ✓ Andere Domains/Websites zu Backlinks ermuntern (Verlinkung auf `uni-hamburg.de`).

Open-Graph-Tags

- ✓ Open-Graph-Tags sind eine Gruppe von Tags, die einer Website ermöglicht, Daten an Social-Media-Plattformen weiterzuleiten.
- ✓ In Fiona können optimierte Inhalte für Social-Media-Plattformen im Social-Media-Bereich hinterlegt werden (Social-Media-Seitentitel, Social-Media.Seitenbeschreibung, Social-Media-Bild).
- ✓ Optimierte Inhalte unterstützen die Klickrate von der Social-Media-Seite auf die eigene Uni-Website.

Social Media

Social Media Seitentitel: < . . . >

Social Media Seitenbeschreibung: < . . . >

Social Media Bild (1200x630px): < . . . >

Alle bearbeiten