

Newsletter der Wortjongleurin – 2/2015

Über Kathrin Schubert M.A.:

Als Wortjongleurin schreibe ich [Texte mit Esprit](#) für Websites, Online-Magazine und Broschüren. Ich [lektoriere](#) Werbetexte, Businesspläne, Business E-Books und Buchmanuskripte.

Kleine und mittlere Unternehmen unterstütze ich beim Content Marketing und bei der [Suchmaschinenoptimierung](#).

Brauchen Sie eine Sprachkünstlerin?
Gerne erstelle ich Ihnen ein unverbindliches Angebot für Text, Lektorat oder SEO.

contact@kathrin-schubert.de / www.kathrin-schubert.de

Newsletter-Inhalt:

1. Die ideale Domain finden
2. Ist Ihre Website mobilfreundlich?
3. „Content Marketing“: Was steckt dahinter?

1. Die ideale Domain finden

Das SEO-Texten fängt nicht erst beim Content einer Internet-Präsenz an. Schon die Wahl der richtigen Domain ist essenziell für Online- und Suchmaschinenmarketing. Wer nicht gerade Miele, Siemens oder Bosch heißt, muss kreativer in seiner Domain-Wahl sein.

Fokussieren Sie von Anfang an Ihre Kunden. Wer sind Ihre Zielgruppen? Unter welchen Stichwörtern sollen und wollen sie Ihre Dienstleistung oder Ihr Gewerbe finden? Wo finden Sie Ihre Klientel? Wollen Sie lokal sichtbar sein? Dann integrieren Sie Ihre Stadt in die URL. So generieren Sie automatisch „digitale Laufkundschaft“.

Umlaute in URLs – die Crux mit ä, ö und ü

Aber Vorsicht bei Umlauten! In digitalen Dokumenten wie Websites, URLs oder PDF-Dokumenten stellen sie Probleme für Crawler dar. Wer eine neue Website konzipiert, sollte Umlaute in URLs vermeiden. So können Suchmaschinen die Webadresse richtig auswerten und indizieren. Wird das Umlaut Handling vernachlässigt, listet Googles Index die Web-Präsenz im Worst Case gar nicht.

Denn URLs mit Umlauten müssen in ASCII-Zeichen „übersetzt“ werden. Bei der Suche nach einem Frisör in München belegen die ersten Google-Plätze ausschließlich Domains mit Kombinationen von „frisur“ und „muenchen“. Die Domain www.frisor-muenchen.de ist zwar reserviert, sieht aber kopiert so aus: www.xn--frisr-mnchen-7ib1g.de/

„Immer an den Kunden denken“ – und kreativ sein

Eine gute Domain:

- ist sprachlich unkompliziert: kurz, einfach zu merken und einzutippen, nicht Tippfehler anfällig, leicht auszusprechen (wichtig für Telefonate etc.)
- gibt sofort Aufschluss über die Art der Angebote und Produkte/Dienstleistungen,
- endet auf die Top-Level-Domain (in Deutschland also: .de),
- steht im Bezug zu Ort oder Region.

Doch das ist leichter gesagt als getan. Die meisten Kombinationen aus www.gewerbeort.de bzw. www.dienstleistung-ort.de sind belegt. Dabei sind die passenden 1 bis 3 Begriffe, nach denen der Kunde sucht, ideal für ein erfolgreiches Ranking.

Kreativität zahlt sich aus, da Google zunehmend semantisch sucht. Mit verschiedenen Tools finden sich interessante Synonyme. Online helfen Google mit seinem AdWords Keyword-Planer oder woxikon.de. Ganz „old-school“ lohnen sich aber auch Blicke in den Office-Thesaurus oder in Wörterbücher.

2. Ist Ihre Website mobilfreundlich?

„Für Mobilgeräte“: Diese zwei Worte können das Ranking von Websites ab sofort deutlich verbessern – oder verschlechtern. Mit „Responsive Design“ für Smartphones und Tablets angepasste Internet-Präsenzen belegen oft die ersten Plätze. Google zeigt sie beim Surfen via Smartphone auf Suchergebnisseiten vor der Description an und wertet sie nach eigenen Angaben seit April 2015 auf.

Denn immer mehr Leser nutzen Smartphones und Tablets mit Internet-Zugang. Und sie bevorzugen Seiten, die auch auf kleinen Displays ohne Mikroskop gut lesbar sind. Besuchten 2012 „nur“ 35% der User Websites von ihrem mobilen Endgerät aus, waren es 2014 schon 69%. Es ist einfach praktisch, z. B. Wartezeiten in Cafés oder in der U-Bahn mit Internetrecherchen zu überbrücken.

Testen Sie Ihre „Responsiveness“

Das Google Webmaster Tool [„Test auf Optimierung für Mobile Geräte“](#) analysiert die Lesefreundlichkeit Ihrer Seite. Erscheint der schmeichelhafte Satz „Großartig! Diese Seite ist für Mobilgeräte optimiert“, sind Sie auf der sicheren Seite. Lesen Sie „Nicht für Mobilgeräte optimiert“, sollte Ihr HTML-Code bzw. Ihre Grafik angepasst werden.

Das Programm bemängelt zu kleinen, schwer lesbaren Text, einen nicht festgelegten mobilen Darstellungsbereich oder zu eng beieinanderliegende Links. Beim Responsive Design passen sich die Seiten an alle Displaygrößen automatisch an. Es macht keinen Unterschied mehr, ob man die Seite an großen PC-Bildschirmen liest oder am Handy. Lästiges Zoomen fällt weg, die Seite wird barrierefrei.

3. „Content Marketing“: Was steckt dahinter?

Der Begriff Content Marketing gilt als neues Zauberwort für Erfolg im Netz. Dahinter steckt aber ein Anspruch, den Websites von jeher selbstverständlich erfüllen sollten: die Erwartung des Lesers, wertvolle Inhalte zu finden. Wieviel Zeit geht verloren beim Surfen auf veralteten, langweilig getexteten Seiten? Ihre potenziellen Kunden interessieren Informationen rund um Ihr eigentliches Angebot – und Google erst recht.

Zeigen Sie Ihre Kompetenz, schreiben Sie über aktuelle Themen. Dabei bewerben Sie ganz nebenbei Ihre eigenen Dienstleistungen und Produkte. Unbedingt beachten: Ihnen bleiben nur wenige Sekunden, um Interessenten auf Ihrer Website zu halten. Gerade für kleine und lokale Unternehmen ist gewiss: Originelles Content Marketing gehört mittlerweile in jeden Marketing-Mix.

Content Ideen für Ihren Online-Auftritt

Sie müssen keine Doktorarbeit und keinen perfekten Fachartikel schreiben. Es bietet sich an, mit naheliegenden Themen zu beginnen. Wer sind Sie und was bieten Sie Ihren Kunden? Warum, wo und auf welche Art tun Sie es? Mit wem arbeiten Sie zusammen, um Ihr Angebot zu verbessern? Sie können z. B. gemeinsame Projekte mit Partnerunternehmen oder Best Practice Beispiele präsentieren.

Schildern Sie Entwicklungen am Markt und binden Ihre Eigenprodukte ein, wo es passt. Einen Mehrwert bieten Empfehlungen und Erfahrungswerte mit branchennahen Produkten. Besonders wichtig sind dabei Bilder (Bildrechte klären!) mit guten Anchor-Texten – sie erscheinen im Google Bilder Verzeichnis mit einem Verweis zu Ihrer Website.

Werden Sie auch offline aktiv?

Nehmen Sie an lokalen Veranstaltungen teil oder sponsern Vereine? Es gibt viele Möglichkeiten, sich vor Ort zu engagieren – auch mit einem kleinen Marketingbudget. User informieren sich im Internet außerdem gerne über Messen. Haben Sie an einer teilgenommen? Verraten Sie Ihren Lesern, ob sich der Besuch gelohnt hat, welche Eindrücke und Branchenkenntnisse Sie mitnehmen konnten.

Andere Quellen zu nennen, kann gute Backlinks einbringen. Und je länger Inhalte auf einer Website stehen, je öfter sie verlinkt und aufgerufen werden, umso seriöser und lesenswerter erscheinen sie Suchmaschinen. Guter Content zeigt Google, welche Zielgruppen Ihre Seite interessieren könnte. Im Idealfall finden Ihre „Wunschkunden“ Sie durch ihre personalisierte Suchanfrage. Voraussetzung dafür ist allerdings nach wie vor eine optimale Anpassung der META Tags Title und Description.