

Hinweise zum Verfassen von Blogbeiträgen

Um in den Suchmaschinen gefunden zu werden, müssen wir ein paar Regeln beachten. Das Thema ist hoch komplex und die Kriterien werden von Google und seinen leider ziemlich unbedeutenden Mitbewerbern geheim gehalten. Vieles kann man sich aber aus den Ergebnissen erschließen und ist unumstritten. Ein paar dieser Regeln habe ich Euch hier zusammengefasst.

Titel und Zwischenüberschriften

Der Titel des Textes und die Zwischenüberschriften sollten sicher stellen, um welches Thema es geht.

Beispiele:

Schlecht: Kommt mit auf diese spektakuläre Wanderung! (Kein konkreter Hinweis auf den Inhalt, und "Wanderung" wäre als Keyword zu schwach, s.u.)

Entweder - oder na ja: Auf geht's, schnürt die Wanderschuhe! (Dieser Titel wäre nur sinnvoll, wenn der Text sich explizit mit dem richtigen Schnüren der Wanderschuhe beschäftigt. Keyword wäre dann Wanderschuhe.)

Gut: "Wie sollte ich meine Wanderschuhe schnüren?" (Keyword wäre dann "Wanderschuhe schnüren", das ist viel konkreter als "Wanderschuhe". Der Text muss natürlich dann auch zum Titel passen.)

Das Keyword oder die Keyphrase - d.h. der zentrale Begriff des Textes (s.u.) - sollte auf jeden Fall im Titel, aber auch in einer oder mehrerer Zwischenüberschriften vorhanden sein.

Keywords

Bei der Suche im Internet werden bestimmte Begriffe, Satzteile oder Fragen eingegeben. Je genauer unser Text die Suchbegriffe trifft, desto wahrscheinlicher ist seine Anzeige an wirksamer Stelle.

Beispiel: Wenn ein Besucher eingibt: "Wo wandern im März?", dann werden mit erhöhter Wahrscheinlichkeit Webseiten angezeigt, in denen genau diese Phrase so oder fast so steht ("Wo wandern wir im März?"), am besten noch als Überschrift.

Beim Verfassen:

Zuerst sollte sich der/die Autor*in fragen: Um welches Thema soll es gehen? Wenn z.B. die Pflege der Wanderschuhe beschrieben wird, sollten auch die Worte "Wanderschuhe" und "Pflege" häufiger im Text vorkommen. Eine Überschrift "Wie pflege ich meine Wanderschuhe?" wäre in dem Fall sehr sinnvoll.

Aber: Nicht übertreiben. Bei einem Blog mit 500 Wörtern sollte das Keyword etwa 10-15 mal auftauchen.

Wichtig: Die entscheidenden Worte sollten sich möglichst auch im Titel, im Dateinamen und in der Einleitung befinden. Auch in den Zwischenüberschriften und der Meta-Beschreibung (das ist der

Text, den die Suchmaschinen auf der Ergebnisliste unter dem Titel anzeigen, siehe Abbildung) sollte sich das Schlüsselwort finden.

Beispiel: Hier wurde nach "Trekkingguide Alpenüberquerung" gesucht, und Google zeigt das an:

wandern-trekking-radfahren.de › alpenueberquerung-v... ▼

Alpenüberquerung von Mittenwald nach Sterzing

24.09.2020 — Bericht einer **Alpenüberquerung** von Mittenwald nach Sterzing. ... Erfahrungen & KnowHow zu Outdoor-Aktivitäten (by **trekkingguide.de**).

Seltenere und originelle Begriffe, die trotzdem zu unserem Thema passen, sind günstig. Standardbegriffe sind weniger günstig, weil die Konkurrenz da sehr groß ist.

Beispiel:

Gut wären Schlüsselwörter wie Genusswandern, Wanderrucksack, Feierabendtouren, Wanderwetter ...

Weniger gut sind Begriffe wie Wandern, Rucksack, Touren, Wetter ...

1. Stellt Euch am besten vor, welche Suchbegriffe unsere potentiellen Gäste eingeben könnten und nutzt diese als Keywords.
2. Standardbegriffe wie "Wandern" schaden nicht, taugen aber auch nicht als Keyword, da sie schon auf Millionen anderen Webseiten vorhanden sind.
Beispiel: Bei der Suchanfrage "Wandern München" werden wir kaum in die Top 20 der Google-Ergebnisse kommen. Sucht aber jemand nach "Feierabendtouren Isarauen" ist die Konkurrenz geringer.
3. Wir sollten nicht immer wieder die selben Keywords in unterschiedlichen Texten verwenden, sonst werden sie schwächer.

Verlinkung

Wenn Ihr Euch fragt, wie das verlinken geht ... Da Ihr ja die Texte an Christine, Holger oder Andreas schicken werdet, könnt Ihr das Linkziel auch in Klammern einfügen und die zu verlinkende Passage unterstreichen, wie zum Beispiel (www.zumbeispiel.de) so.

Interne Links

Es sollten sich 2-3 Links im Text finden, die sinnvoll zu einem anderen Text unter 365xdraussen.de verlinken. Dabei der Link nicht zur Startseite (<https://www.365xdraussen.de>) sein, sondern zu einer Unterseite (z.B. <https://www.365xdraussen.de/termine/>).

Der Blogbeitrag zur Wanderschuhpflege könnte z.B. gut zum Thema "Wie schnüre ich meine Wanderschuhe" verlinken.

Die internen Links sollten sich nicht in einem separaten Fenster öffnen. Wir stellen die Links in Euren Texten entsprechend ein.

Externe Links

Auch 1-2 Links aus dem Blogbeitrag auf fremde Webseiten helfen beim Suchmaschinenenerfolg. Auch dabei sollte das Linkziel nicht die Startseite sein, sondern eine Unterseite. Direkte Konkurrenten oder millionenfach verlinkte Standardseiten wie Wikipedia sollten nicht verlinkt werden, statt dessen andere Seiten, die den Inhalt des Beitrags sinnvoll ergänzen.

Die externen Links sollten sich in einem separaten Fenster öffnen. Wir stellen die Links in Euren Texten entsprechend ein.

Eingehende Links

Es ist extrem (!) hilfreich, wenn andere Webseiten auf unsere Seite verlinken. Besonders wertvoll ist das, wenn die Quellseiten bei Google sehr erfolgreich sind.

Beispiel: Ein Link von www.frankfurt-tourismus.de ist viel wertvoller als der Link von www.friedland-tourismus.de. Hilfreich sind aber beide!

Eine gute Möglichkeit, solche Verlinkungen zu erreichen, ist die direkte Ansprache der Seitenbetreiber.

Auch ein Linktausch (gegenseitige Verlinkung) ist möglich, wenn auch bei Google weniger wert. Aber es gibt ja Möglichkeiten wie: "Verlinkst Du meine Seite A von Deiner Seite B, dann setzt mein Kumpel einen Link von seiner Seite C zu Deiner Seite D."

Tipp: In vielen Foren kann man in seinem Beitrag auch Links unterbringen.

Auch Links von Sozialen Medien sind hilfreich!

Der Phantasie sind keine Grenzen gesetzt, je mehr Links wir bekommen, desto besser. **Denn nur so kann unsere Webseite bei Google gefunden werden.**

Länge der Texte

300 Wörter sollte das absolute Minimum sein, besser sind mindestens 500 Wörter. Denkt daran, das Keyword ca. 10 - 15 mal auftauchen zu lassen.

Metabeschreibung

Die Metabeschreibung ist, wie oben erwähnt, der zusammenfassende Text, den Google bei den Suchergebnissen anzeigt. Auch hier sollte das Keyword oder die Keyphrase (z.B.: "Wandern im Spessart") mit auftauchen. Die Beschreibung sollte zwischen 100 und 130 Zeichen lang sein.

Stellt Euch einfach vor, mit welcher Kurzbeschreibung Ihr den Suchenden auf Euren Text locken könnt!

Beispiel:

"Das Wandern im Spessart ist ein Geheimtipp. Hier werden die 10 schönsten Wanderungen mit Einkehrmöglichkeiten beschrieben."

Stellt die Metabeschreibung einfach unter Euren Text, wir fügen sie dann ein.

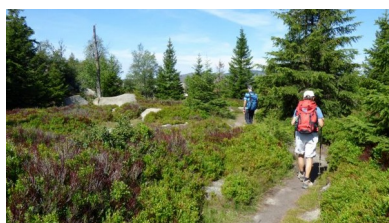
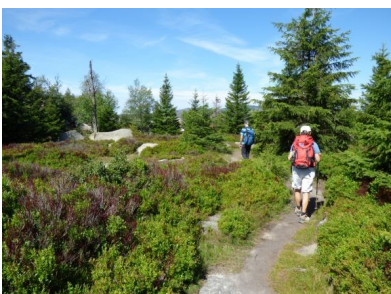
Fotos

Format

Fotos sind auch wichtig für die Präsenz in den Suchmaschinen. Die Fotos sollten im Querformat geliefert werden.

Das Titelfoto wird auf die Größe 1024 x 512 Pixel geschnitten. Für die Mathe-Muffel: Das ist doppelt so breit wie hoch. Achtet also darauf, dass das Motiv auch nach dem Schneiden noch funktioniert.

Beispiel gut:



Schlecht:



Dateiname und Beschreibung:

Jedes Foto sollte mit einem sog. Alt-Attribut versehen sein. Das ist quasi eine Art Bildbeschreibung, die beim Erstellen der Webseite eingegeben wird. Ihr solltet den Dateinamen so ändern, dass man den gleich auch als Beschreibung übernehmen kann, z.B.: Wandern_an_der_Wasserkuppe.jpg. Auch hier sind Keywords hilfreich, z.B. wenn in diesem Beispiel jemand nach "Wandern Wasserkuppe" sucht.

Welche Menge an Fotos ist ratsam?

Mindestens 1 Titelfoto ist wichtig (zur Not können wir auch eins aus dem Archiv nehmen), dann je nach Textlänge noch weitere ca. 1 - 6, so dass der Text zwar aufgelockert, aber noch gut lesbar ist. Wenn die Bilder zum Inhalt gehören, wie bei einer bebilderten Anleitung zum Wechseln der Bremsbeläge beim Fahrrad, können es auch mehr sein.

Empfängerorientiert schreiben

Texte im Internet werden von interessierten Menschen und von Suchmaschinen gelesen. Für beide Zielgruppen müssen die Texte interessant sein, um die Webseite bekannt zu machen.

Was Suchmaschinen brauchen, habe ich oben dargestellt.

Bei den Menschen wäre ein Text maximal erfolgreich, wenn diese den Text nicht nur interessiert lesen, sondern ihn als so interessant empfinden, dass sie ihn von ihrer eigenen Webseite verlinken oder mit anderen teilen (z.B. per Social Media ...).

Schlagworte

Die Schlagworte dienen in Wordpress vor allem dazu, unsere Texte untereinander zu verbinden. D.h., wenn ein Besucher sich für Texte mit Blumen interessiert, kann er alle Texte, die das Schlagwort Blumen enthalten, leicht finden.

Aus diesem Grunde machen Schlagworte erst dann richtig Sinn, wenn sie in mehreren Texten vergeben sind. Daher sollten sie nicht zu speziell sein.

Gut: Bayerischer Wald, Märchen & Sagen, Wander-KnowHow, Rucksack

Weniger gut: Grafenau, Frau Holle, Gewitter, Rucksack reinigen

Die Schlagworte können frei vergeben werden. Bitte fügt Eurem Beitrag ein paar Schlagworte hinzu (vielleicht so 2 - 6). Wir bauen die dann ein.

Kategorien

Etwas anders verhält es sich mit Kategorien. Das sind Rubriken, die wie ein Inhaltsverzeichnis funktionieren. Diese werden von uns definiert.

Beispiele: Wanderregionen, Ausrüstungstipps, Inspiration, Dies & Das, Flora & Fauna ...

Ihr könnt gern vorschlagen, in welche Rubrik (sehr Ihr auf der Webseite) Euer Text gehört, es sind auch mehrere Rubriken möglich (z.B. Wanderregion und Inspiration). Wir sortieren Euren Text dann entsprechend ein.

Übrigens ...

Mindestens (!) 2-3 Beiträge solltet Ihr pro Jahr schreiben. In der Dokumentensammlung findet Ihr einen Kalender, wo Ihr Euch eintragen könnt. Zusätzliche Beiträge sind immer willkommen! Die Beiträge müssen aber zeitlos funktionieren, also bitte keine Bezüge auf aktuelle Ereignisse (z.B. Corona) oder Daten (z.B. Wandertermine 2021) herstellen. Jahreszeiten (die ja erfahrungsgemäß immer wieder kommen) sind völlig ok.

Wir verknüpfen die Beiträge mit einem Veröffentlichungstermin. Ihr könnt also auch gleich mehrere Beiträge einsenden, und wir verteilen sie auf die Kalenderwochen.

Die Artikel schickt bitte an Christine (chrirett@aol.com), Holger (hstauss@t-online.de) oder Andreas (365@trekkingguide.de)

Noch Fragen?

365@trekkingguide.de (Andreas)