

Gute SEO-Texte Leitfadens

Was muss man beim SEO-Texte Schreiben lernen beachten? Google hat rund 200 Rankingfaktoren, wobei hochwertiger Content auch im Jahre 2024 einer der 10 wichtigsten Faktoren ist. Das Ziel eines guten SEO-Textes ist es, bei Google ein hohes Ranking zu erreichen und dem Nutzer einen Mehrwert zu bieten. Nicht nur Suchmaschinen wollen gute Texte, sondern auch die Nutzer.

Gute SEO-Texte sollten nicht nur suchmaschinenoptimiert sein, sondern auch dem User helfen, sein Ziel zu erreichen und die gewünschten Informationen und/oder Produkte zu finden.

Was sind gute SEO-Texte?

Was sind eigentlich SEO-Texte genau und wann kann man diese als hochwertigen Content bezeichnen?

SEO-Texte sind Texte, die für eine Suchmaschine optimiert sind und hohe Rankings erzielen.

Doch wann ist SEO-Content hochwertig? Wichtig ist es natürlich, dass Euer Text die Suchintention des Users befriedigt. Diese kann allerdings unterschiedlich sein, d.h. es können Informationen, Dienstleistungen oder Produkte gesucht werden. Bei Eurer SEO-Textarbeit müsst Ihr eine authentische Kommunikation mit dem Nutzer erreichen. Stellt Euch vor, der User stellt Euch eine Frage und hat keine Ahnung vom Thema oder dem Produkt. Ihr müsst ihm mithilfe Eures SEO-Textes alle relevanten Informationen einfach und verständlich vermitteln.

Allerdings ist es bei einem guten SEO-Text nicht mit Einzigartigkeit, Textlänge und Keywords getan, denn es spielen viele weitere Faktoren eine wichtige Rolle. Diese wichtigsten Kriterien möchten wir Euch nun erläutern.

7 wichtige Kriterien guter SEO-Texte

Was macht einen guten SEO-Text aus? Wie bereits in der Einleitung erwähnt, schreiben wir SEO-Texte sowohl für die Suchmaschine, um ein höheres Ranking zu erzielen, als auch für den Nutzer, um ihm einen Mehrwert zu bieten.

1. Fokus-Keyword als zentraler Suchbegriff
2. Long-Tail-Keywords (weitere relevante Suchbegriffe)
3. Sinnvolle Strukturierung des Textes mit H1, H2, H3 und H4.
4. Interne Verlinkungen
5. Evergreen und Unique Content
6. Gute Metadaten
7. Backlinks

Für ein gutes Ranking spielt auch die Verweildauer eine wichtige Rolle.

Obschon die Verweildauer eine wichtige Rolle spielt, bedeutet das nicht, dass der Beitrag übermäßig lang sein muss. Der Inhalt sollte auf jeden Fall informativ und unterhaltend sein, um die Absprungrate (Bounce Rate) niedrig zu halten. Unabhängig von Keyworddichte und Wortanzahl ist ein guter SEO-Text stets relevant und vollständig sowie nutzer- und suchmaschinenfreundlich.

Ein guter SEO-Text zeichnet sich durch Nutzerfreundlichkeit, Vollständigkeit und Relevanz aus.

1. Das Fokus-Keyword

Euer SEO-Text benötigt Keywords – das ist offensichtlich. Deswegen muss das Keyword gefunden und anschließend mit Text genutzt werden. Allerdings solltet Ihr bei der Nutzung vorsichtig sein und 2 wichtige Aspekte beachten:

1. Keyword Stuffing
2. Keyword Density (Keyworddichte)

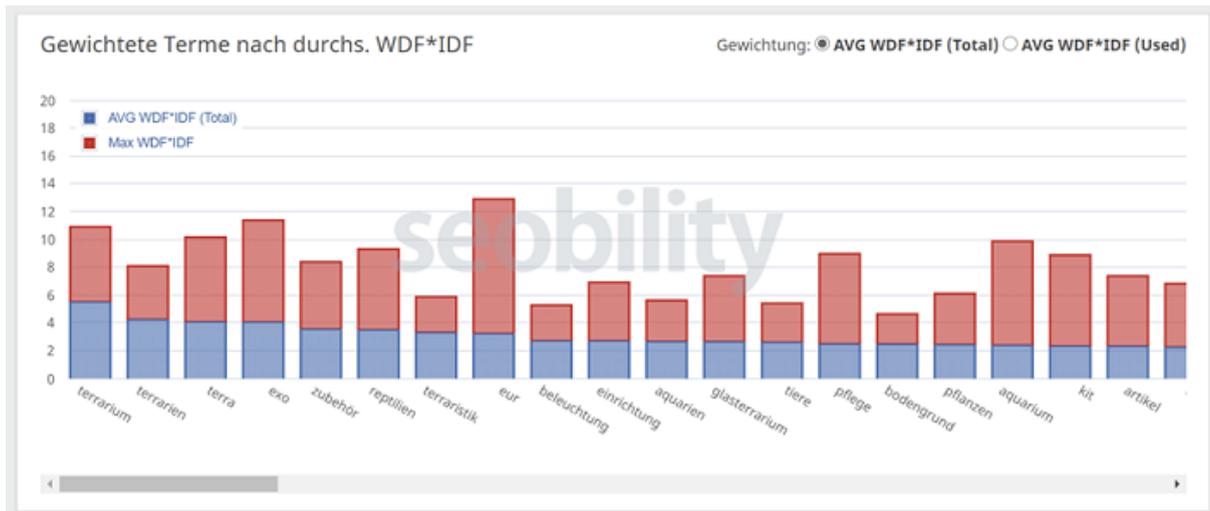
Die Keyword Density zeigt an, wie häufig ein Keyword im Text benutzt wurde. Immer wieder sieht man leider Texte, die auf bekannten Textbörsen in Auftrag gegeben wurden und eine Keyword Density von 5 % (ausreichend ist 0,5 – 1 %) aufweisen. Bei einer sehr hohen Keyworddichte läuft man allerdings Gefahr, dass der Text aufgrund von Keyword Stuffing sehr unangenehm zu lesen ist. Auch die Suchmaschinen werten Texte mit einer zu hohen Keyword Density ab. Und mal ehrlich, wer liest schon gerne solche Texte?

*Ein **Terrarium** ist ein Behälter zur Haltung verschiedener Tiere und Pflanzen. Meist werden in einem **Terrarium** Schlangen, Spinnen, Krebse oder Skorpione gehalten. Das **Terrarium** kann aus Glas, Kunststoff oder Holz bestehen. Beliebte Pflanzen für das **Terrarium** sind Kakteen, Bromalien, Orchideen, Farne und Moose.*

SEO-Texte schreiben und Keyword Stuffing vermeiden.

Mithilfe eines WDF*IDF-Textassistenten könnt Ihr allerdings das Problem umgehen, da dieses Werkzeug mithilfe einer Formel prüft, wie sich Euer Text zu anderen Texten zum gleichen Thema bzw. Keyword schlägt und welche weiteren Keywords wichtig sind. Dabei berechnet es auch, wie häufig diese Wörter vorkommen sollten.

Nach einer kostenlosen Registrierung hat man Zugriff auf weitere Term-Analysen.



Gewichtete Terme nach der WDF*IDF-Analyse von Seobility.

Wie häufig sollte man das Keyword nutzen?

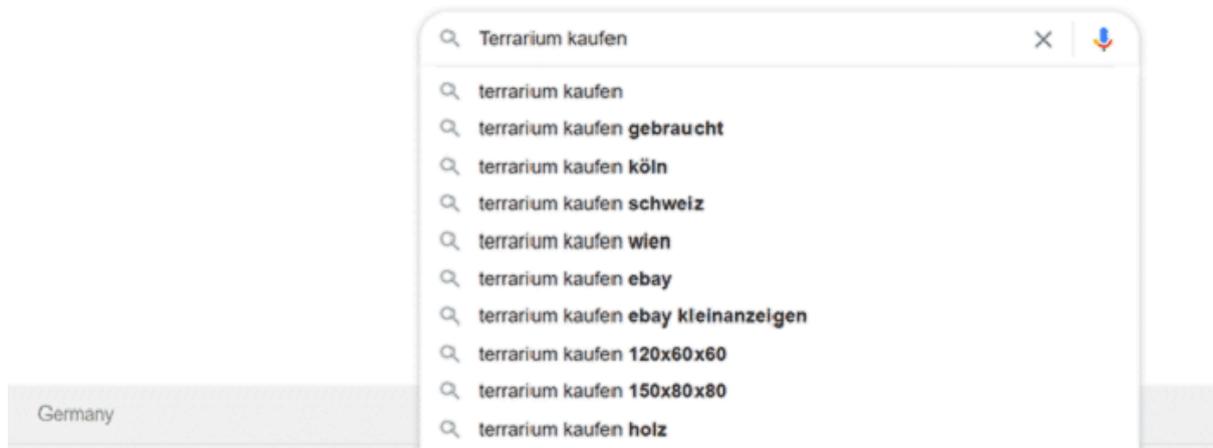
Das Keyword sollte unbedingt in Maßen genutzt werden, d.h. 0,5 – 1 % ist als Keyworddichte ausreichend. Dabei ist es wichtig, dass das Keyword einmal in der H1-Überschrift und einmal oder zweimal in den Zwischenüberschriften erscheint. Im Fließtext sollte es unbedingt in den ersten 100 Wörtern vorkommen. Ansonsten ist es ratsam, Synonyme für das Keyword zu gebrauchen.

2. Keyword-Recherche: Long-Tail-Keywords ermitteln

Für die Keyword-Recherche gibt es unterschiedliche Tools, die Ihr nutzen könnt. Bei der Wahl des richtigen Keyword-Tools habt Ihr die Qual. Besonders hilfreich sind allerdings der Google Keyword Planner und das begrenzt kostenlose Tool Übersuggest. Außerdem könnten Euch die Google Nutzerfragen, Google Suggest und Answer the Public Hinweise geben, wonach User suchen.

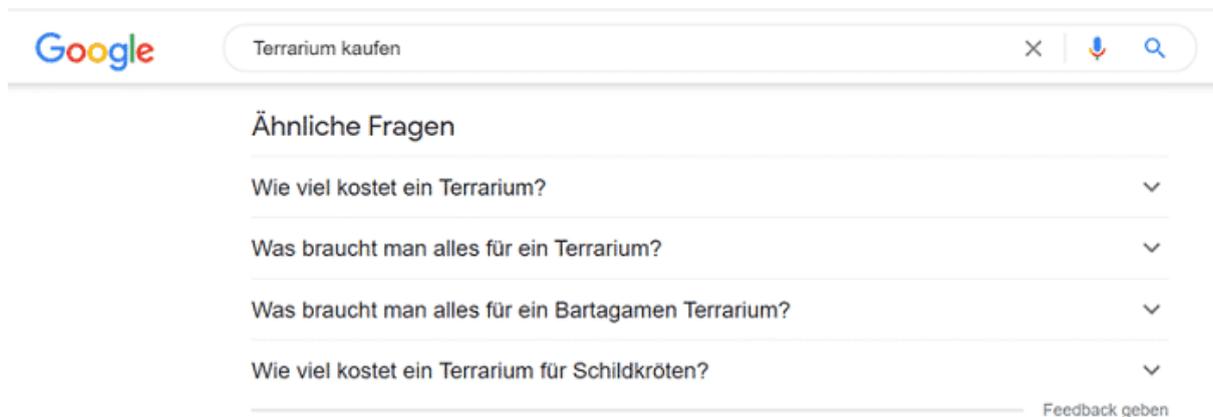
Damit Ihr beim SEO-Texte Schreiben lernen einen besseren Überblick behaltet, möchten wir Euch den Prozess anhand eines Beispiels verdeutlichen. Wir wählen hierfür wieder unser Themengebiet um die Terraristik und nehmen den Suchbegriff „Terrarium kaufen“, der sich beispielsweise für einen Shop anbietet, der Terrarien und das entsprechende Zubehör anbietet.

Zunächst schauen wir uns an, was Google Suggest zum Thema anzeigt. Hierfür müsst Ihr den Suchbegriff einfach bei Google in die Suchleiste eingeben:

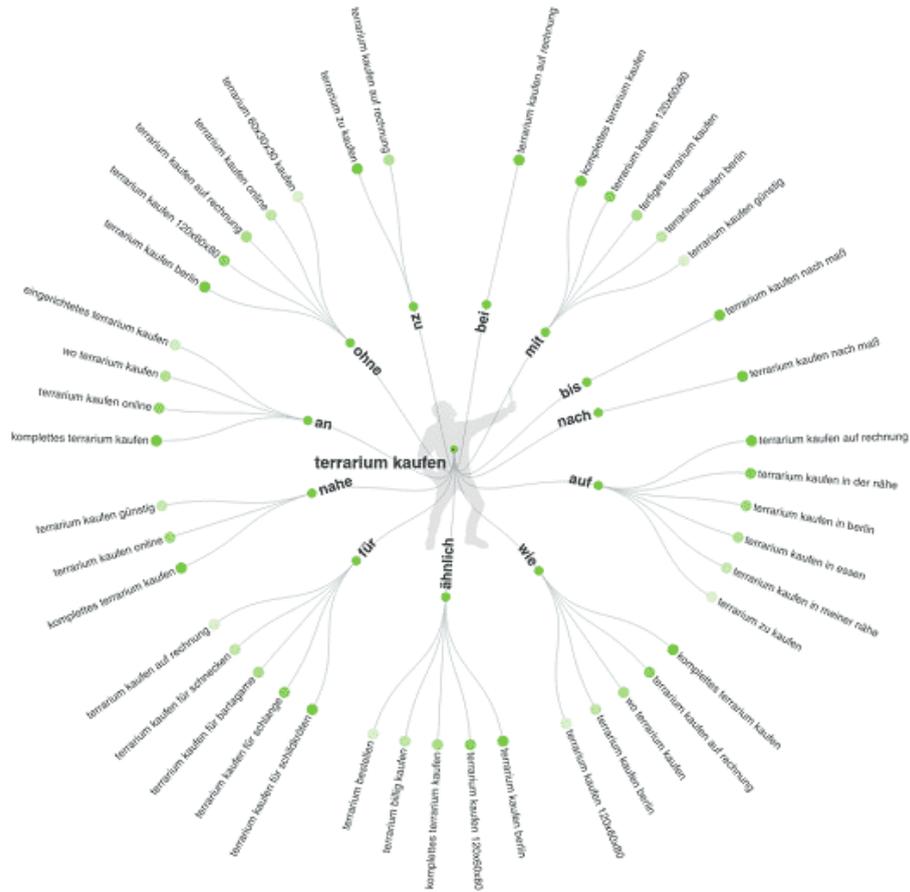


Google Suggest bietet Keyword-Ideen.

Ebenso geben Euch die Google-Nutzerfragen einen Hinweis darauf, was Nutzer wissen möchten und was zu diesem Thema bzw. Keyword relevant ist.



Google-Nutzerfragen geben ebenfalls Hinweise auf Suchintentionen der Nutzer. Ferner bietet auch Answer the Public einige Hinweise, was der Nutzer zum Thema wissen möchte und sollte.



Einblicke in Nutzerfragen und Suchterme über Answer the Public.

Als nächstes nutzen wir ein Keyword-Tool, um eine Recherche durchzuführen und das Suchvolumen für unser gewünschtes Keyword zu prüfen. Hierfür nehmen wir Übersuggest, da es teilweise kostenlos ist. Selbstverständlich könnt Ihr auch ein anderes Tool wie beispielsweise SemRush, Sistrix, oder Ahrefs nutzen.

Übersuggest zeigt Keyword-Vorschläge und ähnliche Keywords an, wobei hier unterschiedliche Suchbegriffe mit hohem und niedrigem Suchvolumen erscheinen.

Keyword-Ideen: Terrarium kaufen FILTER

VORSCHLÄGE [246] | ÄHNLICH [314] | FRAGEN [1] | PRÄPOSITIONEN [24] | VERGLEICHE [1]

CSV-DATEI EXPORTIEREN | AUF CLIPBOARD SPEICHERN | 0 von 246 ausgewählt

<input type="checkbox"/>	KEYWORD	Suchergebnisse	VOLUMEN	CPC	PAID DIFFICULTY	SEO DIFFICULTY
<input type="checkbox"/>	terrarium kaufen	Suchergebnisse	6.600	€0,19	100	50
<input type="checkbox"/>	terrarium tiere kaufen	Suchergebnisse	320	€0,21	98	43
<input type="checkbox"/>	terrarium kaufen gebraucht	Suchergebnisse	210	€0,12	100	44
<input type="checkbox"/>	terrarium rückwand kaufen	Suchergebnisse	170	€0,20	100	44
<input type="checkbox"/>	terrarium kaufen ebay	Suchergebnisse	110	€0,07	94	42

Die Keyword-Recherche ist essenziell beim SEO-Texte Schreiben lernen.

Neben unserem Fokus-Keyword Terrarium kaufen wären die Suchbegriffe Terrarium Tiere kaufen, Glas Terrarium kaufen, Chamäleon Terrarium kaufen, Schildkröten Terrarium kaufen und Schildkröte Terrarium kaufen wichtige Long-Tail-Keywords.

Keyword-Ideen: Terrarium kaufen FILTER

VORSCHLÄGE [246] | ÄHNLICH [314] | FRAGEN [1] | PRÄPOSITIONEN [24] | VERGLEICHE [1]

CSV-DATEI EXPORTIEREN | AUF CLIPBOARD SPEICHERN | 0 von 314 ausgewählt

<input type="checkbox"/>	KEYWORD	Suchergebnisse	VOLUMEN	CPC	PAID DIFFICULTY	SEO DIFFICULTY
<input type="checkbox"/>	terrarium kaufen	Suchergebnisse	6.600	€0,19	100	50
<input type="checkbox"/>	glas terrarium kaufen	Suchergebnisse	390	€0,22	100	44
<input type="checkbox"/>	schildkröten terrarium kaufen	Suchergebnisse	260	€0,19	100	44
<input type="checkbox"/>	schildkröte terrarium kaufen	Suchergebnisse	260	€0,19	100	44
<input type="checkbox"/>	chamäleon terrarium kaufen	Suchergebnisse	210	€0,18	100	44

SEO-Texte schreiben und die richtigen Keywords nutzen.

Doch Suchvolumen ist nicht alles, da auch die SEO-Schwierigkeit eine wichtige Rolle spielt. Ein gutes Keyword hat ein möglichst hohes Suchvolumen (ab 10 für Nischen) bei geringer SEO-Schwierigkeit (unter 30) und ist relevant für Eure Zielgruppe.

Darüber hinaus liefert uns auch der Google Keyword Planner hilfreiche Ideen, welche Begriffe wir beim Schreiben der SEO-Texte unbedingt einbauen sollten.

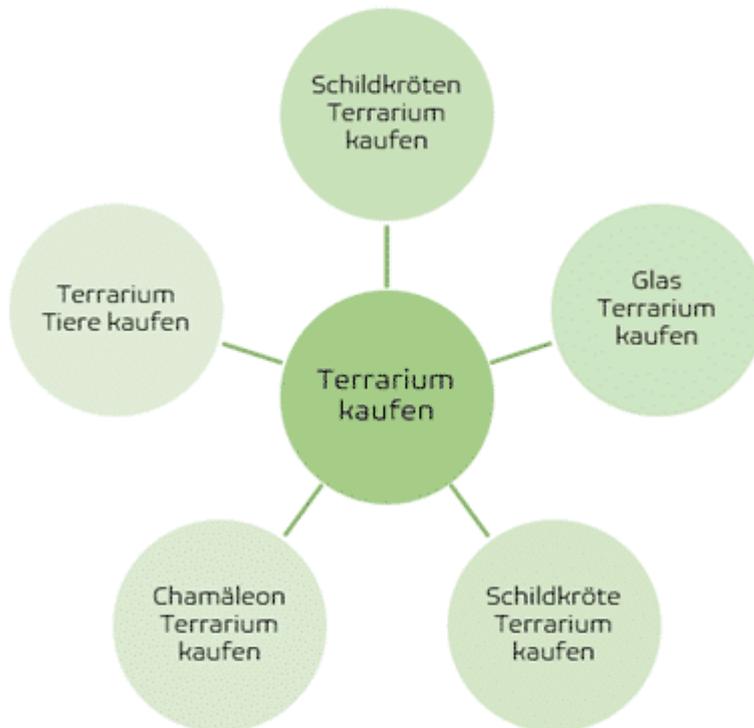
The screenshot shows the Google Ads Keyword Planner interface. The search term is "Terrarium kaufen" in Germany. The interface displays search suggestions, a table of keyword ideas, and a "Keywords optimieren" sidebar with filters for "Tiere" (snakes, lizards, leopard gecko).

Keyword	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Wettbewerb	Anteil an mi Anzeigenimpre	Gebot für obere Positionen (unterer Bereich)
terrarium kaufen	1000 - 10000	Hoch	-	0,08 €
terrarien kaufen	1000 - 10000	Hoch	-	0,08 €
terrarium gebraucht	100 - 1000	Hoch	-	0,03 €

Google Keyword Planner für weitere Suchbegriffe nutzen.

Nach unserer Keyword-Recherche könnten die folgenden Suchbegriffe für einen optimierten SEO-Text genutzt werden:

Fokus-Kkeyword und weitere Suchbegriffe



Ermittlung des Keyword-Sets

3. Sinnvolle Strukturierung des Textes

Nicht nur Google bevorzugt strukturierte Texte, sondern auch der Leser benötigt eine sinnvolle Gliederung. Nachdem Ihr Eure Keywords herausgefunden habt, müsst Ihr Euch über die Strukturierung des Textes Gedanken machen. Bei einer sinnvollen Strukturierung können Euch die Google-Nutzerfragen und die Ergebnisse von Answer the Public weiterhelfen.

Bei der Strukturierung des Textes ist es wichtig, dass die Reihenfolge der Überschriften eingehalten wird, d.h. auf eine H1 folgt eine H2, dann eine H3 und eine H4. H1 ist dabei die Überschrift des Artikels oder Beitrags.

Weckt die Wünsche und Erwartungen der User und kommuniziert einen Nutzen für sie. Hilfreich kann es auch sein, Zahlen zu verwenden, z.B. 7 Tipps für den Kauf eines Terrariums oder 5 wichtige Kriterien für den Kauf eines Terrariums.

Auf Grundlage unserer Analyse könnte eine sinnvolle Strukturierung für unser Thema wie folgt aussehen:

H1 Terrarium kaufen – Das müsst Ihr beim Kauf beachten!

H2 Was ist ein Terrarium?

H3 Welche Funktionen muss ein Terrarium erfüllen?

H4 Was braucht man alles für ein Terrarium? (*Google-Frage*)

H4 Was kostet ein Terrarium? (*Google-Frage*)

H4 Warum sollte man ein Glas-Terrarium kaufen?

H4 Welche Kriterien sind beim Kauf eines Terrariums wichtig?

H2 Terrarium für Tiere kaufen

H3 Für eine Schildkröte ein Terrarium kaufen

H4 Wie viel kostet ein Terrarium für Schildkröten? (*Google-Frage*)

H3 Für ein Chamäleon ein Terrarium kaufen

H3 Terrarium kaufen für Bartagame (*Answer the Public*)

H4 Was braucht man alles für ein Bartagamen-Terrarium? (*Google-Frage*)

Strukturierungsbeispiel

Bei einer guten Strukturierung helfen auch ein Inhaltsverzeichnis, Merksätze, Grafiken, Tabellen, Bilder, Bullet Points, FAQs, Fettmarkierungen wichtiger Begriffe/Aussagen und Call-to-Action-Buttons, die gleichzeitig dafür sorgen, dass der Text visuell ein wenig aufgelockert wird.

4. Interne Verlinkungen

Sowohl die externen als auch die internen Verlinkungen sind wichtig, wobei die internen helfen, die Unterseiten der Domain besser zu vernetzen. Außerdem geben sie den Suchmaschinen Hinweise auf die Struktur der Webseite, wodurch die Inhalte besser gecrawlt und bewertet werden können. Eine gute interne Verlinkung sorgt für eine positive Customer Journey und dafür, dass der Nutzer sich länger auf der Webseite aufhält, wodurch Google signalisiert wird, dass relevante Inhalte auf der Seite sind.

Für unser Beispiel heißt das, dass ein Online-Shop für Terraristik im Ratgeberbeitrag auf Produkte (z.B. Terrarien für Schlangen) oder weiterführende Beiträge (z.B. Sind Terrarien aus Holz oder Glas besser?) verweisen kann.

Der Ankertext muss dem Nutzer anzeigen, wohin die Verlinkung führt; markiert das Ziel mit dem aussagekräftigen Namen.

Nicht aussagekräftig:	Welches Terrarium für Schlangen geeignet ist, erfahrt Ihr hier .
Besser:	Ein Terrarium für Schlangen muss gewisse Kriterien erfüllen.

Verlinkungsbeispiel

5. Evergreen und Unique Content

Obwohl man es nicht mehr hören möchte, kann man es nicht oft genug sagen: Unique Content. Ganz gleich, wie Ihr es schafft, gebt Eurem Text etwas Einzigartiges – seinen ganz eigenen Charakter. Etwas, das die Konkurrenz beispielsweise nicht hat.

Das absolute No-Go ist Thin Content und Duplicate Content, wobei es unwichtig ist, ob dieser auf der eigenen Seite doppelt erscheint (z.B. gleiche Produktbeschreibungen) oder auf externen Webseiten. Google straft Duplicate Content immer ab. Der Diamant unter den SEO-Texten ist Evergreen Content, da diese Inhalte die Chance offerieren, für bestimmte Keywords immer auf den ersten Plätzen zu ranken.

6. Gute Metadaten

Die Metadaten werden beim Schreiben von SEO-Texten gerne vernachlässigt, dabei sind sie auch ein wichtiger Bestandteil eines guten SEO-Textes. Diese Daten, die aus Title-Tag und Meta-Description bestehen, geben Informationen über den Inhalt des Textes. Sie sind das Aushängeschild in den Suchergebnissen und sollten daher ansprechend und informativ gestaltet werden, um das Interesse des Nutzers zu wecken. Gut formulierte Metadaten erhöhen die Klickrate (CTR) und sorgen somit für mehr Traffic. Bindet in die Meta-Beschreibung auch Euer Fokus-Keyword ein.

<https://www.dehner.de> > zoo-mehr-tierbedarf-terrarium ▾

Terrarium & Terraristik Zubehör kaufen | Dehner

Bestellen Sie jetzt Ihr Terrarium bei Dehner für ein artgerechtes Reptilien-Zuhause. Zum Abrunden vom Terrarium gibt es vielfältiges Zubehör bei Dehner.

[Terrarium Zubehör](#) · [Elmato® Terrarium aus Holz...](#) · [Terratlantis Terrarium Tortum...](#)

Title-Tag und Meta-Description

7. Backlinks

Als Backlinks bezeichnet man Links von anderen Webseiten auf die eigene Webseite. Bei guten Backlinks steigt die Autorität der Unterseite (Page Authority) oder sogar die Autorität Eurer Webseite (Domain Authority) und wird von Google mit einem besseren Ranking belohnt. Dabei ist aber nicht die Anzahl der Backlinks entscheidend, sondern vor allem deren Qualität. Hierbei ist die Autorität der externen Seite, die inhaltliche Nähe zwischen den beiden Seiten sowie die Position der Verlinkung auf der entsprechenden Webseite (Header, Hauptteil, Footer) wichtig.

Weitere Tipps für das Schreiben guter SEO-Texte

- Vermeidet lange und komplizierte Schachtelsätze, denn diese sind weder nutzer- noch
- Passivsätze vermeiden: Verwendet bestenfalls Aktivsätze.
- Prüft die Lesbarkeit Eurer Texte; Yoast ist ein hilfreiches WordPress-Plugin.
- Schreibt sinnvolle und kurze Absätze (max. 3 Zeilen), um Sinnabschnitte zu verdeutlichen.
- Ein Absatz sollte nicht mehr als 300 Wörter unter einer Zwischenüberschrift (H2, H3) haben.
- Verzichtet auf leere Worthülsen und Umschreibungen.
- Verfasst Texte mit inhaltlicher Tiefe, die je nach Thema Eures SEO-Textes mindestens zwischen 1.000 – 1.500 Wörter haben.
- Nutzt Fettmarkierungen, damit Leser den Text überfliegen/scannen können.
- Verwendet Merk- und Infoboxen für wichtige Informationen, die Ihr hervorheben möchtet.
- Direkte Anrede: Sprecht Euer Publikum direkt an.
- Gebraucht Bindewörter wie z.B. dementsprechend, somit, weil usw.
- Reduziert Fachausdrücke oder erkläre sie schnell.
- Textblöcke durchbrechen: Lockert den Text mit Grafiken, Bullet Points und Tabellen auf.
- Vermeidet Füllwörter, die Euren Text unnötig aufblähen.