

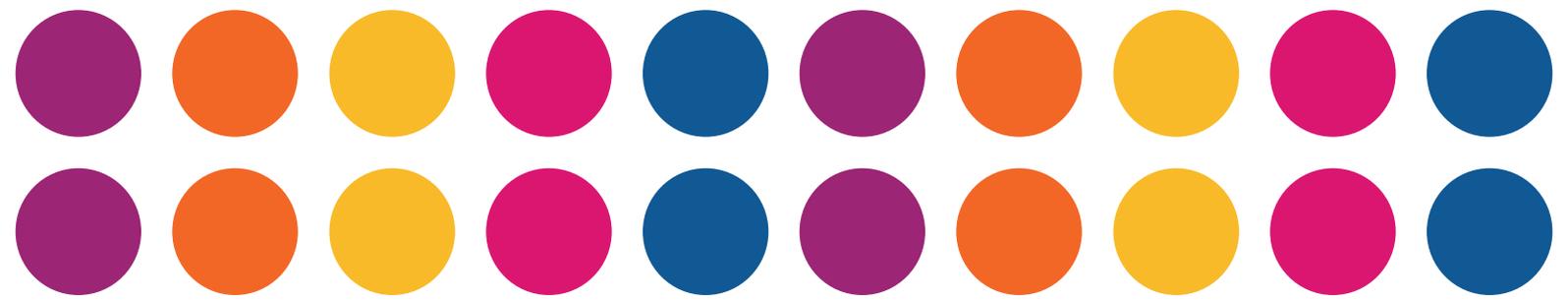
# SEO-Tipps

Wie schreibe ich authentische SEO-Texte?



Workbook für Frauen

 Super **Sabine**



# Inhaltsverzeichnis

<b>Los geht's!</b>	<b>3</b>
<b>Begriffsdefinition SEO-Text</b>	<b>3</b>
<b>Die Vorarbeiten</b>	<b>5</b>
Thema finden	5
Relevante Themenbereiche	6
Inhalte mit Mehrwert - Verschenke dein Wissen gerne!	7
Recherche – die Basis für gute SEO-Texte	8
Content nach Themenbereichen sortieren	9
Keyword bestimmen	9
Synonyme und semantische Begriffe ergänzen	10
<b>Die Gliederung</b>	<b>11</b>
Arbeitstitel festlegen: die h1 als wichtigste Überschrift	11
Gliederungsstruktur für Texte	12
<b>Das Schreiben</b>	<b>14</b>
Authentisch schreiben	14
Fokus halten	16
Die richtige Textlänge	17
<b>Nach dem Schreiben</b>	<b>18</b>
Gute Textstruktur bilden	18
Text Korrektur lesen	20
Streiche Füllwörter und schreibe angemessen	21
Überschriften prüfen und anpassen	22
<b>8 Tipps aus meiner Texterinnen-Schatzkiste</b>	<b>22</b>
<b>SEO-Tool-Liste für Texte im Internet</b>	<b>25</b>
W-Fragen	25
Semager	25
Google Trends	25
Hashtagify	25
Synonyme Woxikon	26
Synonyme Wie-sagt-man-noch	26
Synonyme Openthesaurus	26
Wortschatz	26
Schreiblabor	26
Flesch-Index	26
Textanalyse	26
Duden	27
Browseo	27
<b>Printable: Gliederung</b>	<b>27</b>
<b>Wichtiges zum Schluss</b>	<b>27</b>

## SEO-Tipps

Wie schreibe ich authentische SEO-Texte? - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - [www.super-sabine.de](http://www.super-sabine.de)

## Los geht's!

Ich verrate dir jetzt ein Geheimnis: Den SEO-Text gibt es gar nicht. Ein suchmaschinenoptimierter Text ist einer, den Leser\*innen mögen. Texte, die **oft und gerne gelesen** werden, die den Suchenden wirklich nutzen und die echte Inhalte bieten, stuft Google als hochwertig ein. Die Suchmaschine zeigt solche Texte deshalb in den Suchergebnissen weit oben an, wenn ein Suchender ein entsprechendes Keyword eingibt.

Das **Keyword** ist jedoch nur eines der **wichtigen Signale**, die ein solcher Text hat. Tatsächlich kommen sehr gut geschriebene Texte sogar ohne das Keyword aus und werden inzwischen dennoch von Google gefunden. Wie das geht? Dazu komme ich später.

Zunächst stelle ich dir wichtige Punkte vor, die für einen Super-Text ausschlaggebend sind. Es sind Technik-Know-hows, die dich dabei unterstützen, deinen **eigenen Schreibstil** beizubehalten oder zu entwickeln. Und es sind Gewusst-Wie-Informationen, um gleichzeitig **lesbare Texte** zu erstellen. Die folgenden Faktoren dienen dazu, diese wichtigen Basics zu lernen. Mit authentischen und zugleich sehr gut lesbaren Texten auf deiner Website bist du erfolgreich – auch, was die Rankingplätze bei Google betrifft.

## Begriffsdefinition SEO-Text



SEO heißt Suchmaschinenoptimierung (Englisch: Search Engine Optimization). Ein SEO-Text ist folglich einer, der für eine Suchmaschine optimiert wurde. Früher gab es einen Unterschied zwischen Texten, die „für SEO“ geschrieben wurden oder für Leser\*innen. Heutzutage ist das nicht mehr der Fall!

Du **schreibst niemals für eine Suchmaschine**. Immer erstellst du deinen Text und Content für Menschen. Die Leser\*innen entscheiden darüber, ob dein Artikel oder Beitrag gut für sie ist und ihnen Antworten bringt oder nicht. Das allein ist wichtig.

Genau das ist auch das Kriterium, das Suchmaschinen heutzutage zugrunde legen, wenn sie deine Texte und somit deine Website auf **guten Rankingpositionen** anzeigen oder nicht. Sie filtern quasi danach, ob deine Inhalte den Business-Lieblingmensen – der Zielgruppe – gefallen, ob sie ansprechend sind und ob sie nützlich für die Leser\*innen sind. Dann stuft die Suchmaschine deine Texte dementsprechend ein:



SEO-Tipps

1. Bringt der Text vielen Menschen **Antworten** auf ihre Suchanfrage und ist er verständlich, **leicht lesbar** und **informativ**, wird er weit oben angezeigt.
2. Ist er nicht so aufschlussreich, hat er also wenig Mehrwert, oder ist er schlecht lesbar, wird er als weniger wertvoll eingestuft und bekommt einen schlechteren Rankingplatz.

Ein sogenannter guter SEO-Text richtet sich immer nach den Leser\*innen und den User\*innen, die nach etwas im Internet suchen, nicht nach der Suchmaschine.

Das bedeutet, dass es einen wirklichen SEO-Text nicht mehr gibt oder anders formuliert: **SEO-Texte und super geschriebene Texte sind dasselbe**. Denn die Suchmaschine (Google, weil es mit Abstand die größte ist) orientiert sich an dem, was Internetnutzer\*innen mögen. Und das sind Webseiten und Internet-Texte, auf die Folgendes zutrifft:

- thematisch sinnvoll zur Website passend
- interessant und unterhaltsam
- informativ mit Mehrwert und echtem Nutzen
- gut und leicht lesbar
- strukturiert
- orthografisch und grammatikalisch einwandfrei geschrieben

Anders als bei einem gedruckten Text ist beim Internet-Text vor allem wichtig, dass die **Struktur** sehr deutlich erkennbar ist. Denke an den kleinen Smartphone-Bildschirm, auf dem dein Text immer noch gut lesbar sein muss! Zudem ist es wichtig, dass schnell klar wird, **worum es geht**. Im Internet nehmen sich Menschen nicht so viel Zeit wie bei einem Buch, um sich in ein Thema einzulesen. Du bist bei deinen Texten somit herausgefordert, präzise dein Thema zu erörtern, schnell deutlich zu werden und klar zu strukturieren.



### Learning:

Einen Unterschied zwischen einem „SEO-Text“ und einem toll lesbaren Text für Leser\*innen gibt es nicht. Ein hervorragender Internet-Text, der von Menschen gerne gelesen wird, ist gleichzeitig suchmaschinenoptimiert.



## Die Vorarbeiten

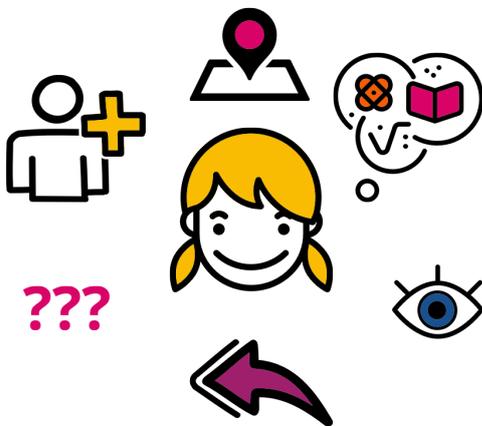
Es geht beim Internet-Text für eine Business-Website um die Kunst, **aus Zielgruppensicht zu denken**, gleichzeitig authentisch zu bleiben und entsprechend zu texten. Das ist das Einzige, was für eine Platzierung in den Top-Positionen bei Google nötig ist. Versetze dich also konsequent in deine Business-Lieblingsemenschen (auch als Zielgruppe bekannt), analysiere sie und kenne sie.

Wenn du diese einfache und zugleich **wichtigste Marketingregel** beherrschst, wirst du deinen Blog oder deine Website von selbst so erstellen, dass sie suchmaschinenoptimiert ist. Du tust das nicht, weil Suchmaschinen, eine SEO-Beraterin wie ich ;- ) oder ein Marketingkurs dir das nahelegen. Sondern, weil das die logische Konsequenz ist, wenn du wirklich ein Business machst und Menschen etwas geben (verkaufen/informieren) möchtest.

### Thema finden

Zuerst überlege dir: **Worüber** willst du schreiben?

Manche\*r schreibt einfach drauf los. Doch wenn deine Website deinem Business dient, dann verwechsle deine Homepage nicht mit einem Tagebuch oder mit einem Notizbuch! Es geht darum, über ein **Thema** zu schreiben, dass für deine potenziellen Kund\*innen **nützlich** ist und ihnen Informationen bietet.



In den Unterseiten deiner Website bist du herausgefordert, **alle Fragen** in deinen Texten zu beantworten, die Interessent\*innen an dich und dein Business haben könnten. Ein nützliches SEO-Tool ist das **W-Fragen-Tool**. Gute Texte informieren nicht nur zu offensichtlichen Fragen, sondern gehen zusätzlich auf Ängste oder Glaubenssätze ein, die oftmals unbewusst in den Köpfen der Menschen herumschwirren.

Mache dir also klar, mit welchen **Vorurteilen** deine Business-Lieblingsemenschen beispielsweise zu kämpfen oder welche **Erwartungen** oder **Ängste** sie in Bezug auf dein Thema haben könnten. Deine Texte sind dann erstklassig, wenn sie diese entkräften oder zumindest darauf eingehen, ohne dass User\*innen diese formulieren müssen.

### Beispiel:

Deine Leser\*innen glauben vielleicht, dass sie etwas „sowieso nicht können“ (zum Beispiel bei Trainings, neuen Methoden, modernen Lern-Techniken und vielem mehr) oder dass sie „zu alt/



zu jung“ wären, etwas „zu teuer“ ist oder sie haben Angst, etwas nicht zu verstehen oder dass deine Unterstützung ihnen nicht (genug) hilft. Gehe in deinen Texten darauf ein! Das zeigt, dass du deine Leser\*innen verstehst und ihre Situation sehr gut kennst.

**Frage:**

Welche Fragen, Vorurteile, Ängste oder Glaubenssätze könnten deine potenziellen Kund\*innen haben?

**Deine Antwort:**

.....  
.....  
.....

**Relevante Themenbereiche**

Je nach Business können beispielsweise folgende Themenseiten relevant sein, zu denen du informative Texte schreiben kannst:

**Begriffsdefinition**

„Was ist ....?“ Nach **Definitionen oder Bedeutungen** suchen die Menschen fast immer, vor allem, wenn du eine besondere Technik anwendest, einen speziellen Firmennamen oder ein erklärungsbedürftiges Thema hast. Widme der Definition einen ausführlichen Text, damit allen klar ist, was du darunter verstehst.



**Über dich**

Erstelle unbedingt eine **ausführliche und authentische Über-Mich-Seite** (alternativ: Über-Uns-Seite, wenn du ein Team hast). Auf dieser hast du die Chance, dich mit deinen Werten und deiner Motivation für dein Business zu zeigen – ehrlich, echt, authentisch. Informiere nicht nur über deinen Werdegang und über deine Ausbildungen, sondern zeige vor allem deine Begeisterung für dein Business. Werde emotional und erzähle deine **Story**, wie es dazu kam, dass du tust, was du tust.

**Produkte/Dienstleistungen**

Stelle ausführlich vor, was du anbietest. Fange bei Null an. Damit meine ich, dass dir selbst ja sonnenklar ist, was du tust oder was du anbietest – einem Neuling aber nicht. Erkläre genau, was beispielsweise in einer Therapie- oder Coachingsitzung passiert (wenn du Coach bist), oder was das Spezielle an deinem Produkt ist, woraus es hergestellt wird und welchen Nutzen es für



**SEO-Tipps**



die Käufer\*in hat. **Erläutere akribisch**, was **dein Angebot** ist und stelle dir dabei vor, jemand hätte noch nie von dem gehört, was du machst.

## Blog

Beim Blog kann dein Thema ein **aktuelles Ereignis** sein oder eines, das deine Business-Lieblingsmenschen beschäftigt. Bleibe jedoch bei deinem Gesamthema! Vermische in deinem Blog keine Inhalte miteinander und schweife nicht zu sehr ab. Halte deinen **Fokus** und gehe mit Texten besser in die **Tiefe** als in die Breite. Trendthemen können für Blogtexte ebenfalls relevant sein. Das **Google Trend-Tool** oder das **Hashtagify-Tool** können dir beim Finden aktueller Trends helfen.

Mein Tipp: Mache dir immer wieder Notizen in einer eigenen Tabelle, die beispielsweise „Themenideen“ heißt (oder ähnlich). Dort sammelst du alle Ideen, Themen und Fragen, die dir im alltäglichen Business über den Weg laufen. So entsteht im Laufe der Zeit eine **große Themensammlung**. Aus dieser kannst du schöpfen, wenn du einen neuen Beitrag verfasst.



**Learning:**  
Lege eine Themensammlung an!

### Frage:

Welche Themen beschäftigen deine Business-Lieblingsmenschen? Erstelle eine Themensammlung und ergänze sie ständig!

### Deine Antwort:

.....

.....

.....

### Inhalte mit Mehrwert - Verschenke dein Wissen gerne!

In einem exzellenten Text steht **wirklicher Inhalt** drin, also Content mit Mehrwert, der deinen Leser\*innen dient und sie in irgendeiner Form weiterbringt, inspiriert oder fördert. Das können Informationen sein oder Unterhaltsames – je nachdem, welches Gesamthema dein Business hat. Content Marketing ist der Schlüssel zu deinem Erfolg.

Mach dir keine Sorgen darüber, ob noch genug Wissen für deine Produkte oder Leistungen übrig bleibt, wenn du in Texten kostenlos dein Know-how weitergibst. Denn:

1. Nicht alle Menschen lesen alles.
2. Es gibt sämtliche Informationen ohnehin schon im Internet oder in Büchern zu lesen. Jeder



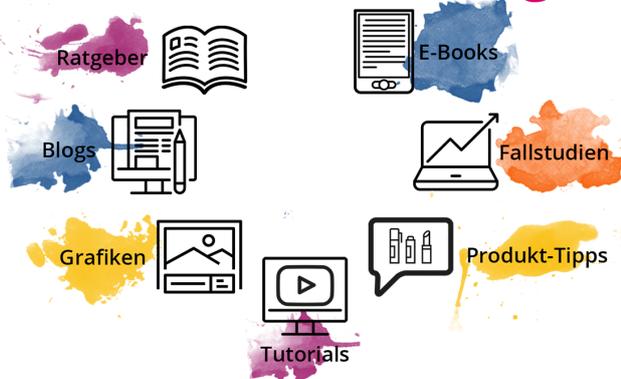
**SEO-Tipps**



Mensch könnte sich immer über alles kostenfrei informieren, wenn er wollte. Es ist nur aufwendig.

3. Dein Produkt oder deine Dienstleistung hängen stark von dir und dem Kontakt mit dir ab – und nicht nur von deinem Wissen.

## Content Marketing



Ein Text ist sozusagen als eine Art **erste Begegnung** zu verstehen. Nehmen die Leser\*innen nichts Tolles aus diesem Erstkontakt mit, suchen sie sich eine andere spannende Begegnung, das heißt einen anderen Text und damit eine andere Website. Dann kommt es erst gar nicht zu einem Verkauf oder zu einer Buchung bei dir.

Gib also **gutes Wissen** in deinen Texten weiter und hab Freude dabei. Das zeigt zugleich, dass du viel von deinem Thema verstehst und

es entsteht **Vertrauen** zwischen deinen Usern und dir. Schreibst du guten Content, lernen dich die Leser\*innen als Expert\*in kennen – und schätzen. Zudem ist es wichtig, dass es dir Spaß macht, zu schreiben. Überlege dir also, zu welchem Content du richtig gerne schreibst und was daran nützlich für deine Webseitenbesucher\*innen ist.



### Learning:

**Dein Text ist die erste Begegnung zwischen dir und deinen Leser\*innen. Begeistere und überzeuge durch dein Wissen!**

### Recherche – die Basis für gute SEO-Texte

Du musst nicht alles neu erfinden ;- ) Eine gute Recherche ist für das Schreiben wichtig, denn sie bietet dir Inhalte, Anregungen und **Inspirationen**. Deshalb surfe zu deinem Thema durch das Netz und lasse dich inspirieren. Das ist eine sehr kreative Phase. Nimm dir Zeit, um viele Informationen zusammenzutragen.

Sammele alles, was dir beim Recherchieren auffällt. Du kannst sofort **alle Ideen aufschreiben** und manchmal formen sich daraus die ersten Sätze. In dieser Etappe des Textschreibens sammelst du wirklich alles: bestehenden Content anderer Webseiten, deine Meinung dazu, neue Ideen, Formulierungen, Zitate und so weiter. Nutze auch echte Bücher oder Zeitschriften, wenn du welche zu deinem Thema hast.

Wenn es sich um ein sehr **persönliches Thema** handelt, fällt die Recherche meistens kleiner aus. Lasse dich selbst dann inspirieren und schaue dir an: Wie machen das andere? Wie setzen die das Thema, ein sehr ähnliches Thema oder das Gegenteil davon um? Lasse dann deine Ideen sprudeln und schreibe in der Brainstormingphase alles auf.



### SEO-Tipps



**Frage:**

Was schreiben andere zu deinem Thema? Notiere dir während des Brainstormings alles, was dir auf- oder einfällt!

**Deine Antwort:**

.....  
.....  
.....

**Content nach Themenbereichen sortieren**

Dann kommt das schwierigste Stadium: Was bleibt drin, was schmeißt du raus? Verschiebe jetzt deine Notizen und fasse sie zu **einzelnen Unterthemen** zusammen. Oftmals stellt sich dabei heraus, dass es zu einem Bereich sehr viel Spannendes gibt, zu anderem wenig.

Was fehlt noch? Diese Frage ist sehr wichtig, denn du möchtest ja möglichst alle Aspekte zu dem gewählten Thema beleuchten, um den Menschen echten Mehrwert zu bieten. Manchmal merkst du, dass die **Sammlung zu groß** ist. Dann kannst du das Thema **splitten**. Teile den Beitrag beispielsweise auf 2 Blogtexte auf oder mache Fortsetzungsreihen daraus.

Wirf noch einmal einen Blick ins W-Fragen-Tool, um an alle Fragen deiner Business-Lieblingmenschen zu denken und Informationen sowie Antworten zu ihren möglichen Fragen zu finden. Versuche, diese Fragen in deiner Sammlung aufzugreifen oder die Recherche-Notizen jetzt zu **ergänzen**.

**Frage:**

Welche Aspekte fehlen zu deinem Thema noch? Hast du genug oder zu viel in deiner Themensammlung? Ergänze oder streiche entsprechend.

**Deine Antwort:**

.....  
.....  
.....

**Keyword bestimmen**

Wenn du das Thema hast, ist das Keyword in der Regel sehr schnell klar, um das sich der sogenannte SEO-Text dreht. Denn die beiden gehören zusammen: **Thema und Keyword**. Oftmals ist das Keyword zugleich das Thema und umgekehrt. Lege also ein Keyword fest und suche dir dazu passende Synonyme oder semantische Begriffe heraus.

Während SEO-Texte früher mit Keywords bis obenhin zugestopft waren, kann ein sehr gut geschriebener Webseitentext inzwischen sogar ohne das jeweilige Keyword auskommen. Er wird dennoch zum Keyword gefunden, wenn er wirklich gut getextet wurde. Wie geht das?

Google „erkennt“ (Stichwort: **künstliche Intelligenz** = AI, Artificial Intelligence) durch eine Viel-



zahl an Faktoren, worum es bei deinem Text geht. Bleibst du also wirklich bei einem Thema, beleuchtest du dieses aus allen Blickwinkeln und dreht sich deine gesamte Website um diesen Themenbereich, kann Google deinen Text zuordnen. Die Suchmaschine kann ihn unter Umständen zu den passenden Schlüsselbegriffen anzeigen – selbst wenn diese nicht im Text vorkommen. Das **Keyword 1 - 2 Mal im SEO-Text** zu nennen, ist dennoch ratsam, da sich der Prozess mit künstlicher Intelligenz für die Suche noch stark entwickelt.



Damit du den Fokus beibehältst, nimm dir nur **ein Keyword pro Text** vor. Schreibe also nicht über mehrere Unterthemen gleichzeitig, sondern vertiefe lieber einen Begriff oder ein Mini-Thema, das zu deinem Gesamthema passt. Wo du das Keyword sinnvoll verwendest und mehr zum Keywordfinden, erfährst du in meinem Workbook „Wie finde ich meine Keywords?“.



### Learning:

Das Keyword stellt dein Text-Thema gebündelt in einem Suchwort dar. Es reicht aus, es maximal 1 - 2 Mal im Text zu verwenden.

### Frage:

Wie lautet das Haupt-Keyword zu deinem Text?

### Deine Antwort:

.....

.....

.....

### Synonyme und semantische Begriffe ergänzen

Synonyme sind Wörter mit gleicher oder ganz ähnlicher Bedeutung. Ich nenne dir unten in der SEO-Text-Tool-Liste mehrere Möglichkeiten, wo und wie du leicht **Synonyme finden** kannst. Versuche viele verschiedene sinnverwandte Begriffe in deine Texte einzubauen. Das macht den Text lesbarer und ist gleichzeitig für Google ein Indiz dafür, dass du dich umfassend mit dem Thema beschäftigt hast.

**Semantische Begriffe** sind solche, die im Umfeld eines Wortes genannt und erwartet werden. Wenn du beispielsweise über das Thema „High Heels“ schreibst, wären zugehörige semantische Begriffe folgende:

Schuhe, Pumps, Stöckelschuhe, Absätze, Stiefel, Sandaletten und so weiter.



### SEO-Tipps



Welche verwandten Wörter im Umgebungsfeld deines Keywords und Themas du im Text verwenden solltest, kannst du ebenfalls über ein Tool herausfinden, wie zum Beispiel Semager. Doch überlege dir einfach zunächst selbst: Welche Wörter spielen eine Rolle? Sammle sie in einer Liste und verwende diese Begriffe in deinen Texten.

**Frage:**

Welche Synonyme und semantische, also bedeutungsverwandte Wörter, fallen dir zu deinem Keyword/Thema ein?

**Deine Antwort:**

.....  
.....  
.....

## Die Gliederung

### Arbeitstitel festlegen: die h1 als wichtigste Überschrift

Ich rate dir, ziemlich früh eine **Hauptüberschrift (h1) festzulegen**, die sich dann noch ändern kann, wenn der Schreibprozess voranschreitet. Dies ist aus meiner Sicht wichtig, damit du dein Schlüsselwort – und damit dein Thema – immer vor Augen hast. So kannst du dich beim Schreiben besser fokussieren.

Die h1 ist wie der Titel eines Buches, das heißt: Sie ist einmalig und auf jeder URL (bei jedem Text) gibt es **eine einzigartige h1**. Es ist die Hauptüberschrift und sie kommt nur einmal auf einer URL vor.



**Learning:**

Es gibt **IMMER NUR EINE h1!**

**Frage:**

Wie lautet deine vorläufige Hauptüberschrift?

**Deine Antwort:**

.....  
.....  
.....



**SEO-Tipps**



## Gliederungsstruktur für Texte

Um einen Inhalt wirklich lesbar zu machen, brauchst du neben erstklassigen Formulierungen und Top-Inhalten die **richtige Gliederung**. Ein Fließtext mit 2000 Wörtern ohne Überschriften ist in einem Buch vielleicht noch machbar. Im Internet allerdings nicht mehr. Gute Autoren gliedern ihren Text hervorragend und achten immer auf eine übersichtliche und fachlich korrekte Gliederung.

Der Monitor – gerade beim Smartphone oder iPhone – ist klein und die Aufmerksamkeitsspanne ist im Internet gering. Im Netz suchen Menschen nicht nach einem Roman, sondern nach Informationen, Inspirationen oder Spaß. Entsprechend wichtig ist dein gut gegliederter Content, der mit **interessanten Überschriften** durch den Text leitet.

Sortiere deine gesamten Notizen und deine Themenpunkte nun nach sinnvollen Einheiten. Gib allen Bereichen eine eindeutige Überschrift. Dein **Keyword** sollte dabei **einmal** in deiner Hauptüberschrift vorkommen (h1) und einmal in einer Unter-Überschrift h2.

Eine gute Gliederung ist einer der oft sträflich vernachlässigten **Rankingfaktoren**. Der gegliederte SEO-Text macht es nicht nur den Leser\*innen leichter, sich zu orientieren, sondern auch Google erkennt darin, dass du einen sehr guten Artikel geschrieben hast.

Gegliedert wird der Text in thematisch zueinander gehörige Abschnitte mit je einer Überschrift darüber. Diese Überschriften werden mit „h“ gekennzeichnet wie „headline“. Die Hierarchie startet mit 1 und geht bis maximal 6 absteigend. Ich persönlich nutze nur **h1, h2, h3**. Tiefere Gliederungen machen für mich selten Sinn, denn kaum einer meiner Texte ist derartig umfassend, dass ich bis auf 6 Ebenen gliedern müsste.

So sieht eine gute Gliederung für Texte aus:



## **h1 - Die Hauptüberschrift gibt es nur ein einziges Mal. Sie kommt als Erstes!**

Formuliere die h1 knackig und verwende das Keyword möglichst weit vorne. Darunter kann ein kurzer Einleitungstext im Fließtext stehen. Das sieht nicht nur gut aus, sondern ist zudem hilfreich, um in dein Thema einzuführen. Oft wird dieser Text als Teaser-Text genutzt.

## **h2 - Zwischenüberschriften kommen am besten mindestens 2 Mal vor.**

Auch nach einer h2 kann ein kurzer Text als Einleitung oder Übergang eingefügt werden. Eine deiner h2 Überschriften sollte ebenfalls das Keyword enthalten. Der Text unter der h2 führt zu den folgenden Absätzen, die wiederum mit h3-Zwischenüberschriften (Sublines) unterteilt sein können.

### **h3 - Unter einer h2-Überschrift kann eine weitere Subline eingefügt werden.**

Jetzt wird das Thema – passend zur h2 Überschrift – mit einem längeren Fließtext näher beleuchtet. Du kannst hier ausführlich deine Inhalte darlegen.

### **h3 - Die nächste h3-Subline muss dann hier erscheinen.**

Wieder belegt der Text, worauf die Subline bereits hindeutet. Wenn du eine h3 bildest, musst du auch eine zweite h3 erstellen.

### **h4 - Theoretisch kannst du unter eine h3 noch mehrere (!) h4 ansiedeln.**

Dazu muss es dann ebenfalls stets Text geben. Neben den h4-Sublines kannst du bis auf die Ebene h6 gliedern.

### **h4 - Es muss stets mehrere (!) h4 geben, wenn du bis auf diese Gliederungsebene gehst.**

Jede bekommt eigenen Text.

### **h4 - Du kannst so viele h4 bilden, wie du magst.**

Schreibe dazu immer einen Text.

## **h2 - Nun kannst du die zweite h2-Zwischenüberschrift einfügen.**

Auch hier muss Text stehen. Es müssen keine weiteren h3-Sublines eingesetzt werden. Du kannst jeweils neue Unter-Überschriften bilden - musst du aber unter einer h2 nicht zwingend.

## **h2 - Bei Bedarf können so viele h2-Zwischenüberschriften genutzt werden wie nötig.**

Immer folgt unter einer solchen Zwischenüberschrift jedoch Text! Das ist wichtig, denn eine Überschrift allein macht keinen Sinn.



Es gibt viele Theorien, wie die perfekte Gliederung für SEO-Texte auszusehen hat. Ich habe in meiner Zeit als SEO-Texterin (seit 2008) stets gute Erfahrungen damit gemacht, dass ich immer dort, wo es eine h2 gibt auch eine zweite h2 bilde. Sonst macht die Untergliederung für mich keinen Sinn. Das Gleiche gilt für die h3: Wenn es *eine* h3 gibt, sollten unter dieser h2 *weitere* h3 folgen.

**Frage:**

Wie sieht deine Gliederung aus? Sortiere deine Notizen und schreibe dazu 1 x h1, mehrere h2 und gegebenenfalls mehrere h3, optional h4, h5 und h6.

**Deine Antwort:**

.....

.....

.....

## Das Schreiben

Nachdem du nun eine sinnvolle Gliederung erstellt hast und deine Notizen jetzt unter der jeweiligen Zwischenüberschrift liegen, startest du mit dem Schreiben.

Begib dich in den **Schreib-Flow**. Das heißt: Zensiere und korrigiere dich in dieser Schreibphase möglichst wenig. Schreibe am besten an einem Stück – ohne lange Pausen. Nimm dir Abschnitte oder kleinere Themenbereiche vor, wenn du ein Mensch bist, der eher kurze Konzentrationsphasen hat.

Lass zunächst alles aus dir heraussprudeln, was dir rund um deine Notizen einfällt. Formuliere **emotional** und verwende viele verschiedene **Verben**. Der Verbalstil (viele Tätigkeitswörter) macht einen Text lebendiger als der Nominalstil (viele Substantive).



**Learning:**

Zensiere dich während des Schreibens nicht. Schreibe flüssig und an einem Stück.

### Authentisch schreiben

Authentizität ist das, was den Ausschlag darüber gibt, ob ein Web-Text gut ist oder nicht. Denn es kommt auf **deine Einzigartigkeit** an. Möglicherweise ist der Inhalt nicht neu, über den du schreibst. Die Art, wie du formulierst oder wie du auf die Dinge blickst, ist allerdings immer einmalig.

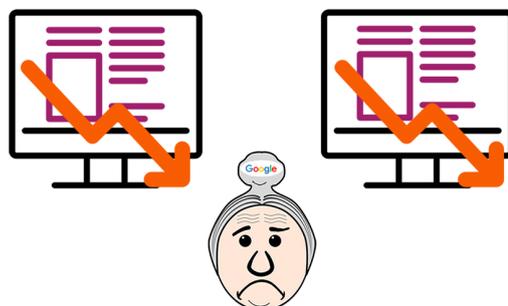


**SEO-Tipps**

Schreibe niemals von anderen ab! **Kopiere keine Texte**, auch keine Textphrasen, keine Überschriften und keine Storys. Contentdiebstahl ist eine Verletzung des **Urheberrechts** und **strafbar**. Zudem langweilt es die Menschen, die 1000. Kopie eines Textes zu lesen.

Wenn du **Text zitierst**, tue das richtig und **informiere dich umfassend**, denn wahllos verwendete Zitate sind unter Umständen strafbar. Ein Zitat muss beispielsweise eine Aussage von dir belegen und einen Zweck erfüllen. Es muss mit einer richtig wiedergegebenen Quellenangabe (hierzu gibt es exakte Vorschriften!) versehen sein, durch die es eindeutig auffindbar ist, und es muss mit deinem Thema zu tun haben. Es reicht also nicht aus, dass du dieses oder jenes Zitat gut findest, um es auf deiner Website zu veröffentlichen! Achtung: Dies ist keine Rechtsberatung, sondern es sind nur Tipps aus meiner Texter-Praxis. Bitte informiere dich zum **rechtlich richtigen Zitieren!**

Google geht rigoros mit **Duplicate Content** (doppelten Inhalten) um und zeigt abgeschriebene Texte nicht oder auf sehr schlechten Rankingpositionen an. Schlimmstenfalls wirft dich Google vollständig aus seinem Index raus, also aus der Sammlung aller Webseiten, die in Google angezeigt werden können. Dann findet dich via Google niemand mehr.



Erstelle deinen eigenen, einzigartigen Text und schreibe authentisch aus deiner Sicht. Erläutere, wie du zu einem Thema stehst. Deine Meinung ist gefragt! Die **Ich-Perspektive** eignet sich dafür besonders gut und die direkte Ansprache der Leser\*innen stellt eine höhere Verbindlichkeit her als die man-Formulierung.

### Beispiel:

Man sollte 5 Mal täglich tief atmen, um entspannt zu bleiben.

Ich rate dir, täglich 5 Mal tief zu atmen, um entspannt zu bleiben.

*Man* und *sollte* sind Formulierungen, die du aus deinem Wortschatz getrost streichen darfst, um authentisch zu schreiben. Bei *sollte* gehen die meisten Menschen sofort in den Widerstand und bei *man* fühlt sich niemand wirklich angesprochen. Bleibe also konkret und schreibe aus deiner eigenen Perspektive.

Ob du *du* oder *Sie*, *Euch* oder *Ihr* als Leser\*innenansprache wählst, hängt von dir und deinem Business ab. Wichtig ist: Behalte einen **einheitlichen Stil** bei! Und das nicht nur auf deiner Website, sondern ebenso auf den Social Media Portalen, auf denen du mit deinem Business vertreten bist. Es irritiert und befremdet Menschen, wenn sie auf deiner Website gesiezt und bei Facebook plötzlich geduzt werden.



SEO-Tipps

Die Leser\*innenansprache *du* stellt mehr Nähe her und wird gerade im Internet schnell verwendet. Überlege dir jedoch, ob das *du* auch im Realkontakt passt, wenn du live mit Kund\*innen zu tun hast. *Sie* wirkt förmlich und distanziert, was für den Erstkontakt nicht immer schlecht sein muss.

Zudem ist die **Ansprache** manchmal eine Frage des Alters deiner Business-Lieblingsmenschen: Manager über 50 in der IT-Branche möchten vielleicht lieber gesiezt werden, wohingegen 25-jährige Gründer aus der Start-up-Szene das Sie befremdlich finden könnten.



**Learning:**

**Kopiere keine Texte! Schreibe einen einzigartigen Text aus deiner Perspektive und behalte die gewählte Leser\*innenansprache durchgängig bei.**

**Frage:**

Wie möchtest du deine Leser\*innen ansprechen – du oder Sie, Euch oder Ihr?

**Deine Antwort:**

.....  
.....  
.....

**Fokus halten**

Fokussiere dich auf dein Thema und baue all deine Texte rund um diesen **Fokus** auf. Eine der Schwächen auf vielen Webseiten ist, dass zu viel Verschiedenes darauf zu lesen ist. Das macht dich als Autor\*in unglaubwürdig, weil du dich dadurch in keinem Thema intensiv als Expertin zeigst.

Menschen vertrauen Spezialist\*innen, wenn sie sich zu einem Thema informieren, beraten lassen oder weiterbilden wollen. Auch beim Kauf von Produkten bevorzugen viele das Fachgeschäft, wenn sie etwas Konkretes suchen. Überlege stets **aus Sicht deiner Business-Lieblingsmenschen** und frage dich selbst: Würdest du deine neue hochwertige Küche für mehrere tausend Euro zwischen Orangen, Bierflaschen und Tomatendosen im Supermarkt um die Ecke kaufen (dem „Alleswisser“) oder doch eher beim Küchenexperten?

Bleib deinem **Thema treu** und steige tief in einen einzigen Themenbereich ein. Selbst dann, wenn du viele Begabungen hast. Mach dir diese Vielfalt in deiner Beratung oder im Umgang mit deinen Kund\*innen zunutze. Auf deiner Webseite bleib jedoch so klar und thementreu wie möglich.



**SEO-Tipps**



## Learning: Bleibe deinem Webseitenthema treu.

### Frage:

Erinnere dich stets an den Fokus deiner Webseite: Um welches Hauptthema drehen sich alle deine Texte?

### Deine Antwort:

.....  
.....  
.....

### Die richtige Textlänge

Gute SEO-Texte sind lange Texte mit mindestens circa **1000 Wörtern bis zu 2000 Wörtern**, die hochwertigen Content vermitteln. Es kommt nicht auf die Länge allein an, aber auch. In Einzelfällen können Texte weniger Wörter haben, wie zum Beispiel kleine Kategorietexte, wenn es sich um eine nicht so wichtige Kategorie handelt, Impressum, Kontakt-Seite oder ähnliches. Ein Minimum von circa 300 Wörtern, besser circa 500 bis 600 Wörtern sollte nie unterschritten werden.



Wörter jeder Text

Wörter tolle Blogtexte



Die besten Google-Platzierungen in der **Studie von Brian Dean und Eric Van Buskirk** über Rankingfaktoren 2016 hatten Webseiten inne, deren Texte durchschnittlich 1890 Wörter beinhaltet haben. Das heißt: Menschen lesen gerne lange Texte! Versuche also, **lange und authentische Texte** zu erstellen, die richtig spannenden Inhalt vermitteln.

Bei hervorragendem Content, einer Top-Darstellung (Gliederung, Fotos, Videos usw.) und einem Text, bei dem Leser\*innen wirklich etwas Großartiges mitnehmen, nach dem sie lange gesucht haben, kommt **keine Langeweile** auf. Du kennst das sicher von einem guten Buch, das du verschlingst: Plötzlich sind 1000 Seiten durchgelesen und du wünschst dir, dass du noch ewig weiter lesen hättest können.

So ist es mit einem hervorragenden Webseitentext: Die Frage nach „zu lang“ stellt sich nicht, wenn du ihn gut und ansprechend schreibst! Dann wird ihn niemand als langweilig empfinden. Langweilige Texte haben nichts mit der Länge zu tun, sondern mit deinem Schreibstil oder mit einer nicht **ansprechenden Darstellung** des Textes (zu lange Absätze, zu wenig Bildmaterial



### SEO-Tipps

und so weiter). Ein guter Autor verbessert seinen Stil und seine Texte immer weiter und macht sie informativ und unterhaltsam.



### Learning:

**Zu lange Texte gibt es nicht, nur zu langweilige. Sorge dafür, dass deine Texte spannend sind, und schreibe am besten zwischen 1000 und 2000 Wörtern je Text.**

## Nach dem Schreiben

Die **Formatierung und Korrektur** deines Textes nimmst du erst nach dem Schreiben vor. Halte dich während des Schreibens nicht mit korrekter Schreibweise oder richtiger Formatierung auf. Das lenkt dich nur ab und hindert den Fluss deiner Kreativität. Wenn du ins Stocken kommst, weil du nicht sicher bist, wie ein Wort geschrieben wird, markiere es beispielsweise gelb. So weißt du später, was du nachschlagen möchtest.

### Gute Textstruktur bilden

Im Folgenden erläutere ich die 7 wichtigsten Aspekte für einen **optisch gut lesbaren Text**. Sie alle sind Indizien für einen guten Webseitentext und fließen in die Bewertung einer Suchmaschine mit ein. Denn nur ein sehr gut lesbarer Web-Text ist ein sehr guter SEO-Text.

#### 1. Absätze

Neben der übersichtlichen Gliederung, die das Lesen vereinfacht, sind **kurze Abschnitte** wichtig. Gerade für die Mobil-Ansicht rate ich dir, wenige und zudem knappe Sätze zu einem Abschnitt zusammenzufassen. Solche Texte lassen sich leichter verarbeiten und laden eher zum Lesen ein.

Mach es deinen User\*innen so leicht wie möglich! Dazu gehört auch eine hervorragende Lesbarkeit, die zum Beispiel durch kurze Absätze, Leerzeilen und Sätze mit wenigen Wörtern entsteht.

#### 2. Leerzeilen

Gib dem Auge Entspannung und füge zwischen den Abschnitten **Leerzeilen** ein! Es ist enorm wichtig, dass du die einzelnen Absätze durch Leerraum optisch entzerrst.

#### 3. Schriftgröße

Bei einem Internet-Text sollte die **Schriftgröße** für deinen Fließtext mindestens 12 Punkt (pt), das entspricht **16 Pixel** (px), betragen, damit dieser optimal gelesen werden kann. Überschriften werden entsprechend größer dargestellt.



## SEO-Tipps

## 4. Zeilenabstand

Ist der Zeilenabstand zu klein gewählt, wird der Text als „eng“ empfunden und kann schwer gelesen werden. Auch hier gilt wie auf deiner gesamten Website: Mach es deinen Leser\*innen leicht! Ein **Zeilenabstand von 1,5 bis 2** ist am besten, um einen optisch gut lesbaren Text für das Internet zu erstellen.

## 5. Schriftart

Typografie ist ein eigenes Fachgebiet. Grundsätzlich sind im Internet **Schriften ohne Serifen** (Sans Serif), also schnörkellose Schriften, **leichter zu lesen** als solche mit Serifen oder Handwriting-Schriften. Für den Haupttext rate ich dir deshalb zu gängigen Sans Serif Schriften, wie Arial, Tahoma, Open Sans oder ähnlichen.

Für die **Überschriften** kannst du eine etwas **ausgefallenerere Schrift** mit Serifen oder eine Schreibschrift nutzen, oder einfach die gleiche Schrift wie für den Haupttext in bold (fett) oder semibold und mit mehr Pixeln verwenden. Achte jedoch immer auf gute Lesbarkeit – auch dann, wenn deine Überschrift viele Wörter hat!

## 6. Fette und/oder kursive Markierungen



Markiere die **wichtigsten Begriffe fett**. Dazu gehören Keywords, Synonyme, semantische Begriffe. Achte darauf, nur alle paar Zeilen eine kurze (maximal 4 Wörter!) Textpassage fett zu markieren. Das Hauptkeyword sollte 1 x fett im Text markiert werden.

Mit strong (fett) gekennzeichnete Wörter erkennt das Auge (und damit auch Suchmaschinen) als besonders wichtig. Sie laden Leser\*innen ein, deinen

Text quer zu lesen und ihn als interessant oder uninteressant einzustufen. Erst nach dem **Querlesen** entscheiden wir, ob wir den Text ganz lesen oder nicht. Dieser Prozess geschieht in (Milli-) Sekunden, sodass dies nicht als bewusste Entscheidung wahrgenommen wird, sondern eher unterbewusst stattfindet.

Kursive Wörter werden im Internet als Betonung wahrgenommen. Setze diese Markierungsart sparsam ein.

Ich gebe dir noch einen **Tipp aus meiner Praxis** als Texterin. Um zu prüfen, ob die fett markierten Wörter eines Textes wirklich gut verteilt sind und den Sinn des Textes zusammenfassen, wenn Leser\*innen ihn überfliegen, mache Folgendes: Gehe etwas weiter weg von deinem Bild-



schirm und **kneif die Augen leicht zusammen**, sodass du nur noch die fetten Stellen siehst. Lies sie laut vor. Geben die fetten Wörter den Inhalt gut wieder? Mit diesem einfachen Test kannst du sehr gut erkennen, ob es genug oder zu viele und vor allem die richtigen Fettmarkierungen sind.

## 7. Aufzählungen

Verwende wenigstens einmal eine Aufzählung (Bulletpoints) pro Text. Kennzeichne diese eindeutig. Solche Listen werden von Menschen öfter gelesen als Standardtext und sind deshalb auch für Suchmaschinen ein Zeichen für einen guten Web-Text.



### Learning:

**Optimiere die Lesbarkeit durch das richtige visuelle Erscheinungsbild deines Textes. Ein guter Text ist ein leicht lesbarer Text.**

### Text Korrektur lesen

Sei achtsam – vor allem bei der Rechtschreibung und Grammatik. Lies deine Texte mehrfach Korrektur, denn fehlerfreie Texte sind ein Rankingfaktor für Google. **Korrekturlesen ist enorm wichtig!** Ich rate dir eindringlich, mehrere Korrektur-Durchgänge zu machen. Diese Kriterien sind beim Korrigieren wichtig:

1. Liest sich der Text **flüssig** und wiederholst du nichts?
2. Ist inhaltlich alles stimmig und **interessant**?
3. Hast du den Text **orthografisch korrekt** geschrieben?
4. Stimmen alle **Kommata** und sonstigen Satzzeichen?
5. Welche **Füllwörter** kannst du streichen?
6. Extra-Korrektur-Durchgang für deine **größte Schwachstelle**

Gerade, wenn du weißt, dass du beim Schreiben immer wieder die gleichen Fehler machst, nimm dir nur für diese Schwachstelle einen Extra-Korrektur-Durchgang vor! Wenn du beispielsweise dazu neigst, Bandwurmsätze zu schreiben, prüfe in einem Extra-Korrektur-Durchgang, ob deine Sätze zu lang sind. Im Einzelfall (!) kann ein Satz im Internet aus bis zu 24 Wörtern bestehen. In der Regel sollten alle **Sätze wesentlich kürzer** und dein Satzbau abwechslungsreich sein: mal mit, mal ohne Nebensätze.

Viele Schreibfehler entstehen aus Unachtsamkeit. Diese Flüchtigkeitsfehler zeigen den Leser\*innen (und Google), dass du dir für den Text nicht wirklich Zeit genommen hast. Oder dass du nicht bei der Sache warst. Deine **Unachtsamkeit** nehmen Leser\*innen oft als **Störgefühl** wahr, ohne genau zu wissen, was sie stört.



Egal, wie toll deine Inhalte sind: Wenn es vor Flüchtigkeitsfehlern nur so wimmelt, liest deine Texte niemand gern. Eine **fehlerfreie Rechtschreibung** ist ein Kriterium für sehr gute Webseitentexte und trägt zur Entscheidung über deinen Google Ranking Platz bei.

**Frage:**

Welche größte Schwachstelle hast du beim Schreiben, für die du einen Extra-Korrektur-Durchgang machst?

**Deine Antwort:**

.....  
.....  
.....

**Streiche Füllwörter und schreibe angemessen**

Überprüfe deinen Text außerdem in einem Extra-Korrektur-Durchgang auf Füllwörter. Einen richtig guten Internet-Text macht aus, dass er **klar, präzise und ohne unnötigen Ballast** formuliert ist. Füllwörter kannst du weglassen. Dazu gehören beispielsweise:

- eigentlich (Kann komplett weg. Nichts ist bedeutungsloser als das Wort eigentlich.)
- auch (Kann viel öfter weg, als du denkst. Probier es aus!)
- im Grunde genommen (Ja oder nein? Werde klar!)
- eben (Dehnt den Satz unnötig und kann weg.)
- allemal (Kann genauso weg wie seine Ersatzwörter „durchaus“, „sowieso“ oder „absolut“.)
- ein wenig (Beziehe klarer Position – „ein wenig“ schwächt die Aussage.)
- möglichst (Ja oder nein? Werde klar!)
- meines Erachtens (Wessen sonst? Es ist immer deine Meinung, die du schreibst.)
- ... und viele mehr.

Mit diversen SEO-Prüftools (siehe unten) kannst du deinen **Text auf Füllwörter untersuchen** lassen. Um deinen Sprachstil zu schärfen, rate ich dir, zu Beginn viel mit diesen Tools zu arbeiten. **Wortliga** finde ich sehr gut, um damit besser schreiben zu lernen.

Der **Flesch-Index** (benannt nach Rudolf Flesch, dem Erfinder der Formel für die Lesbarkeit von Texten) ist ein weiteres Indiz für einen guten Text und kann ebenfalls mit Hilfe eines **Flesch-Tools** geprüft werden.

Dieser Flesch-Code gibt dir Auskunft darüber, ob der **Schwierigkeitsgrad** deines Textes für deine Business-Lieblingsemenschen angemessen ist. Texte in einem Magazin dürfen beispielsweise anspruchsvoller sein als solche, die du für 8-jährige Girls schreibst. Ein Artikel für ein Architektur-Fachblatt hat einen anderen Schreibstil als ein Blogbeitrag für Trendsetter. Achte darauf, dass du klare und zugleich angemessen schwere beziehungsweise leichte Texte formulierst.



## Frage:

Bevor du Füllwörter weglassen kannst, schau dir zunächst deinen Schreibstil an: Welche Füllwörter verwendest du besonders oft (und daraus folgt: Was kannst du zukünftig weglassen? ;- )?)

## Deine Antwort:

.....

.....

.....

## Überschriften prüfen und anpassen

Ganz am Schluss feile dann an deiner vorher erstellten h1 und an allen anderen Zwischenüberschriften. Achte darauf, ob du das Keyword einmal in der h1 und einmal in einer Zwischenüberschrift verwendet hast. Oft zeigen sich **gute Headlines** erst während des Schreibens oder danach.

Ich rate dir also: Sei offen dafür, deine Überschriften komplett über Bord zu werfen und daraus neue zu bilden. Es ist nicht immer leicht, eine Headline zu verwerfen. Das lohnt sich jedoch, wenn dir stattdessen ein Knaller einfällt. Eine gute **Überschriftenlänge** sollte übrigens **mindestens 3 und maximal 9 Wörter** haben. Sie lädt deine Leser\*innen ein, sich in deinen Text zu vertiefen, ist pfiffig und macht neugierig.

Weitere Infos zu guten Headlines findest du in meinem [SEO-Blog](#).



### Learning:

Nimm dir Zeit, um sehr gute Überschriften zu schreiben!

## 8 Tipps aus meiner Texterinnen-Schatzkiste

Zum Schluss gebe ich dir 8 Tipps aus meiner jahrelangen Arbeit als Texterin. Sie können dich unterstützen, um großartige Texte zu schreiben. Probiere meine Tipps aus und finde heraus, was für dich funktioniert! Es sind **Anregungen** - keine Dogmen ;- ) Ich vertraue auf deine Selbstverantwortung, meine Tipps sinnvoll für dich zu nutzen oder abzuändern.

### Tipp 1: Schreibe am schönsten Platz!

Ein innerer Widerstand gegen den Platz, an dem du sitzt und schreibst, hemmt den kreativen Fluss und deine Konzentration.

Ich habe deshalb den **schönsten Platz** in meinem Zuhause zum **Schreibplatz** gemacht. Überlege dir, was der Platz haben muss, an dem du wirklich gut schreiben kannst. Manche sind im



## SEO-Tipps



Garten kreativ, andere im stillen Kämmerlein. Die eine braucht ihre Edelsteine um sich, die nächste einen möglichst cleanen Schreibtisch. Es ist wichtig, dass du weißt, in welchem Umgebungsfeld du am besten Texte schreiben kannst – und dir genau diesen Platz erschaffst und dort in den Schreib-Flow gehst.

### **Tipp 2: Geh zu deiner persönlichen Best-Zeit in den Biest-Modus!**

Der Biest-Modus ist dein **Arbeitsmodus**, in dem du nichts anderes tust, als dich um deinen Text zu kümmern (alternativ funktioniert der Biest-Modus auch für alle anderen Arbeitsbereiche ;-)). In diesem Biest-Modus bin ich **unansprechbar**. Ich bin vollkommen fokussiert und habe mich ganz auf meine Tätigkeit ausgerichtet. In diesem Zustand werde ich zum wahren Biest: leidenschaftlich, besessen (vom Schreiben), verzaubert (nicht von dieser Welt, sondern in meiner Kreativwelt) und abgetaucht in meinen PC.

Wie du in den Biest-Modus kommst? Nutze die Zeit fürs Schreiben, in der du am kreativsten bist! In der Regel sind dies bis zu maximal 4 Stunden, eventuell weniger. Ich meine damit die Zeit, in der du wirklich am **leistungsstärksten im Kopf** bist. Das ist von Mensch zu Mensch verschieden.

Kennst du **deine Biest-Modus-Best-Zeit** nicht, beobachte dich und teste verschiedene Uhrzeiten und Situationen aus. Ich bin beispielsweise früh morgens ab 7 Uhr bis circa 13 Uhr am kreativsten und produktivsten. Das heißt: In dieser Zeit habe ich die meisten Ideen, kann schnell und strukturiert schreiben, bin konzentriert und am ehesten im Flow.

### **Tipp 3: Schalte alles aus!**

Wenn du wirklich einen hervorragenden Text schreiben willst, **schalte sämtliche Ablenkungen aus**: Facebook, Mailprogramm, Smartphone (lautlos!) und so weiter. Das hilft, um in den Biest-Modus abzutauchen. Inspirationen sind flüchtig. Sie flackern manchmal nur kurz wie ätherische Wesen auf. Wenn du in diesem Moment nicht präsent bist, sondern von Facebook & Co. abgelenkt bist, dann verflüchtigen sich Inspirationen wieder. Halte deinen Geist also **wach und fokussiert** auf dein Thema und nimm Ideen, Impulse und Inspirationen dankbar auf.

### **Tipp 4: Dehne dich in kleinen Pausen und atme!**

Mache kurze Pausen und nutze diese, um dich zu dehnen. **Dehnübungen** helfen nicht nur der Muskulatur und den Sehnen, sondern ebenso deinem wachen Geist. Dieser dehnt sich mit und weitet sich, um effektiv arbeiten zu können. Atmen kurbelt die Blutzirkulation und damit die Konzentration an.



**SEO-Tipps**



### Tipp 5: Trinke viel Wasser!

Wasser bringt alles in Fluss – auch deine Gedanken. Stelle dir deshalb reichlich Wasser an deinen Arbeitsplatz und **trinke** dieses. Es spült dich durch, erfrischt und sorgt für Lebendigkeit in deinem Kopf.

### Tipp 6: Verstelle die Schrift beim Korrekturlesen!

Damit du deinen Kopf überlistest und nicht immer wieder über die gleichen Fehler hinwegliest, habe ich einen Spezial-Tipp für dich: Stelle in wenigstens einem Korrekturdurchgang eine **andere Schrift** ein oder vergrößere das Schriftbild oder gib dem Text eine neue Schriftfarbe. Du kannst das anschließend wieder rückgängig machen ;-)

Die veränderten Sehbedingungen lassen dich Fehler leichter erkennen, die du bisher nicht wahrgenommen hast. Denn das Auge gewöhnt sich an die Lesebedingungen. Forderst du es durch eine andere Schrift(-größe, -farbe) heraus, wird der Kopf neu inspiriert und dir **fallen Fehler leichter auf**.

### Tipp 7: Schlaf eine Nacht darüber!

Bei wichtigen Texten schlafe ich eine Nacht darüber und korrigiere die SEO-Texte dann am nächsten Tag noch einmal. Im Laufe des Schreibens, Feilens, Korrigierens passiert es mir nämlich schnell, dass ich mich im Text-Universum verliere. Korrigiere ich zu lange an einem Text, kann ich nicht mehr wirklich unterscheiden, was tatsächlich eine Verbesserung ist und was so stehen bleiben darf, wie ich es geschrieben habe. Da hilft **Schlaf und Ruhe**, um dann mit frischer Energie **erneut an den Text** ranzugehen. Das wirkt Wunder!

### Tipp 8: Belohne dich!

Gerade, wenn dir das Schreiben nicht so leicht fällt, ist eine Belohnung nach einem erfolgreich erstellten Webseitentext eine tolle Sache. **Feiere den Erfolg!** Wenn es dich motiviert, überlege dir vorher, was du dir nachher gönnst: ein Bad, eine besondere Ich-Zeit, Nichtstun, einen guten Film anschauen oder oder oder.

#### Frage:

Welcher meiner Tipps spricht dich am meisten an, sodass du ihn direkt einmal ausprobieren möchtest?

#### Deine Antwort:

.....  
.....  
.....



## SEO-Tool-Liste für Texte im Internet

Es gibt zahlreiche SEO-Text-Tools, die dir das **Schreiben erleichtern**. Die nachfolgenden sind zum Zeitpunkt der Erstellung dieses Workbooks kostenlos nutzbar. Die Verwendung erfolgt natürlich auf eigene Gefahr und ich gebe keine Gewähr, sondern mache dir hier nur Vorschläge. Du entscheidest, was du wie nutzt.

### W-Fragen

<http://www.w-fragen-tool.com>

Gib ein für deinen Text relevantes Wort (eines deiner Keywords) ein und du bekommst **Fragen**, die mit W beginnen (wie, was, warum usw.). Die Fragen, die im W-Fragen-Tool erscheinen, werden tatsächlich von Suchenden in Google gestellt! Es ist also ein sehr nützliches Tool, da es dir viele Longtail-Keywords in Form von Fragen liefert. Zu diesen Fragethemen solltest du auf alle Fälle Antworten (Texte) schreiben, denn für diese Inhalte interessieren sich die Menschen besonders.

### Semager

<https://www.semager.de>

Dein langer, einzigartiger Content mit Mehrwert sollte themenrelevante Keywords plus Synonyme plus **Wörter aus dem semantischen Umfeld** enthalten. Damit meine ich Begriffe, die mit den Hauptkeywords in Verbindung stehen und eine Bedeutung haben, die zum jeweiligen Keyword gehört (wie Wald zu Baum). Wie du diese findest, zeigt dir Semager.

### Google Trends

<https://trends.google.com/trends/home/all/DE>

Hier erfährst du, ob dein **Thema gerade Trend** ist oder du kannst dir aktuelle Trendthemen heraussuchen. Für deinen Blog ist dieses Tool beispielsweise interessant. Stelle das entsprechende Land, zum Beispiel Deutschland/Schweiz/Österreich, ein, um wirklich Interessantes für deine Leser\*innen zu finden. Jedes Land hat andere regionale Trendthemen!

### Hashtagify

<http://hashtagify.me/popular/de>

Wenn es für dich relevant ist, welche Twitter-Hashtags zur Zeit in sind, bekommst du hier Informationen. **Viel benutzte Hashtags in Twitter** sind oftmals ein Indiz dafür, welches Thema aktuell besonders interessant ist. Es kann dir helfen, um wichtige Thematiken in deinem Blog aufzugreifen und darüber zu schreiben.



SEO-Tipps



## Synonyme Woxikon

<http://synonyme.woxikon.de>

## Synonyme Wie-sagt-man-noch

<http://www.wie-sagt-man-noch.de>

## Synonyme Openthesaurus

<https://www.openthesaurus.de/>

Synonyme sind wichtige Zutaten für einen suchmaschinenoptimierten Text und machen ihn **lebendig**. Sie zeigen zudem, dass du verschiedene Begriffe rund um dein Thema kennst. Dein Hauptkeyword solltest du nämlich nicht zu oft in deinen Super-Texten verwenden. Benutze stattdessen unterschiedliche **Synonyme**. Hierbei helfen dir diese Tools.

## Wortschatz

<http://wortschatz.uni-leipzig.de>

Das Online-Tool gibt dir sein **umfassendes Wissen** zu einem Wort, inklusive Verwendung und teils inklusive des semantischen Umfeldes. Für deine Recherche und eine erste Sammlung an Wörtern ist es toll.

## Schreiblabor

<http://www.schreiblabor.com/fuellwoerter-test>

Hier kannst du deinen Text auf **unnötige Füllwörter testen**. Je weniger Füllwörter du verwendest, umso klarer wird deine Aussage und umso besser lässt sich dein Text lesen.

## Flesch-Index

<http://www.fleschindex.de/berechnen> oder  
<http://www.leichtlesbar.ch/html/fleschformel.html>

Mit diesen Tools kannst du den Flesch-Index prüfen, also den **Lesbarkeitswert** deines Textes (benannt nach Rudolf Flesch, dem Erfinder dieses Berechnungscodes). Der Schwierigkeitsgrad deines Textes richtet sich nach deinen bevorzugten Leser\*innen. Akademiker wünschen sich einen anderen Lesbarkeitslevel als Schülerinnen der zweiten Klasse!

## Textanalyse

<http://www.textanalyse-tool.de> oder  
<http://wortliga.de/textanalyse>

Mit diesen Analyse-Tools kannst du deinen Text in Bezug auf dein Keyword prüfen. Zudem analysieren diese Online-Tools deinen Text hinsichtlich Phrasen, Wenn-Dann-Sätzen, Schreibstil und



## SEO-Tipps



vielmehr. Doch vertraue diesen Tools nicht blind! Nicht jede Verwendung eines Füllwortes ist falsch. Schalte deinen Verstand also nicht ab, wenn du ein Analysetool benutzt ;-) Es gibt dir immer nur Hinweise, wo du deinen **Text verbessern** könntest. Wie sinnvoll dies ist, entscheide selbst!

## Duden

<http://www.duden.de>

Der Duden ist das Hauptnachschlagewerk, wenn du nicht weißt, wie ein **Wort geschrieben oder deklariert** wird. Sei dir nicht zu schade, dort immer wieder nachzulesen und denke nie: „Ach, das weiß ich doch.“ Wenn du dir nicht 100 % sicher bist, prüfe das Wort im Duden.

## Browseo

[www.browseo.net](http://www.browseo.net)

Mit Browseo kannst du deine Webseite so sehen, wie Google sie sieht. Du erkennst darin, wie viele Wörter du auf dieser URL verwendet hast, ob in deiner Gliederung (Heading) die **Überschriften in der richtigen Reihenfolge** angelegt sind, wie sie lauten und vieles mehr.

## Printable: Gliederung

Hier kannst du dir die Übersicht einer richtigen **Gliederung** ausdrucken.

## Wichtiges zum Schluss

Die Erstellung eines suchmaschinenoptimierten Webseitentextes erfolgt demnach in diesen Schritten:

- Thema finden
- recherchieren
- Keyword festlegen
- Ideen sortieren
- Gliederung erstellen
- authentisch schreiben
- Text formatieren
- Korrekturlesen, Korrekturlesen, Korrekturlesen

Was ich dir vor allem mit auf den Weg geben möchte, ist dies: **Starte!** Fang an. Denn jeder geschriebene und veröffentlichte Webseitentext ist besser als kein Text. Du kannst jeden Text zu jeder Zeit erneut korrigieren und optimieren – auch dann, wenn er bereits auf deiner Website steht.



**SEO-Tipps**

Ich rate dir sogar, von Zeit zu Zeit deine **Texte zu prüfen und zu überarbeiten**. Alle paar Monate einen Text-Check zu machen, bringt Schwung auf deine Website. Denn sie ist nichts Statisches, sondern deine digitale Präsenz, die sich genau wie du **entwickelt** und wandelt. Entsprechend passt du deine Texte im Laufe der Zeit immer weiter an deine Entwicklung an.

Ich wünsche dir viel Freude beim Schreiben und Optimieren deiner Webseite.

**Super Sabine**

[www.super-sabine.de](http://www.super-sabine.de)



Text- und SEO-Expertin für Business-Frauen & Fachfrau für Sichtbarkeit

Online-Kurse, Lebenskicks, Beratung & Vorträge

Mehr Workbooks für Business-Frauen:

[www.super-sabine.de/seo-tipps-workbooks](http://www.super-sabine.de/seo-tipps-workbooks)



**SEO-Tipps**

Wie schreibe ich authentische SEO-Texte? - Workbook für Frauen

© Sabine Krink - [www.super-sabine.de](http://www.super-sabine.de)

