

# Inhalt als Schlüssel zum Erfolg einer Webseite

Suchmaschinenoptimierung ist für den Erfolg einer Website ohne Zweifel unerlässlich. Doch bei allen Optimierungsmaßnahmen lassen viele Webseitenbetreiber einen entscheidenden Aspekt oft vollkommen außer Acht: Die Webseite soll den Besuchern Informationen vermitteln. In diesem Artikel möchte ich deshalb näher auf das Thema "gute Inhalte" eingehen und zeigen, wie der Inhalt einer Webseite zum Erfolgsfaktor werden kann.

## 1. Inhalt oder Layout? Henne oder Ei?

Vielen Webdesignern und Agenturen wird folgende Aussage des Kunden bekannt vorkommen: „*Machen Sie erst einmal das Layout fertig, und wir liefern dann die Texte nach und nach.*“

Je nach Skalierbarkeit des entworfenen Layouts und Umfang des finalen Inhalts wird dieser Workflow auch mehr oder weniger gut funktionieren. Doch was passiert, wenn das schönste Screendesign, das je entworfen wurde, durch eine Maße an eingehenden Bildern, Videos, Texten und sonstigen Inhalten überladen wird?

Zum einen verändert sich gegenüber dem Entwurf mit Platzhaltertexten die optische Wahrnehmung des Layouts. Zum anderen geht die Übersicht und somit auch die Benutzerfreundlichkeit der Webseite Schritt für Schritt verloren. Spätestens wenn durch eine Vielzahl an neu hinzugefügten Unterseiten die Navigationsstruktur und Menüs über den Haufen geworfen werden müssen wird einem als Screendesigner bewusst, dass diese nicht der richtige Weg gewesen sein kann.

**Qualitativ hochwertiges Webdesign zeichnet sich dadurch aus, Informationen den Besuchern übersichtlich, in kürzest möglicher Zeit (mit wenigen Klicks) und optisch ansprechend zu vermitteln.**

Besprecht also zunächst mit den Kunden die inhaltlichen Aspekte so detailliert wie nur irgendwie möglich und klärt u.a. folgende Fragen:

- Welchen Seitenumfang soll die Webpräsenz später besitzen und wie soll die Seitenstruktur des Webauftritts gegliedert sein? (Kategorisierung)
- Welchen Umfang werden die Inhalte der einzelnen Seiten besitzen?
- Welche Inhaltstypen werden verwendet? Sollen 10 DinA4 Seiten Text untergebracht werden oder doch nur wenige Absätze mit Bildern?
- Sollen die Inhalt auch auf mobilen Endgeräten vollständig darstellbar sein? Flash-Präsentationen, aufwendige Videos und Inhalte, die auf mobilen Endgeräten nicht darstellbar sind, sind dann natürlich zu vermeiden.

Je mehr Informationen in diesem wichtigen Konzeptionsgespräch bekannt werden, desto präziser kann der Screendesigner das Layout, Navigationsstruktur und Seitenaufbau auf die Inhalte abstimmen.

## 2. Warum ist die Qualität der Inhalte so wichtig?

Der Erfolg einer Webseite beruht auf der Qualität der angebotenen Inhalte. Content beeinflusst sich auf verschieden.

### Präsentation der Marke, Informationsvermittlung

Die Webseite ist ein zentrales Marketinginstrument und aus dem modernen Marketingmix nicht mehr wegzudenken. Sie ist die virtuelle Visitenkarte des Unternehmens, Person oder einer Marke und somit für Besucher (oder deutlicher ausgedrückt, für potentielle Kunden) die erste Anlaufstelle, um Informationen über das Angebot einzuholen.

Werden aus Sicht der Interessenten möglichst viele der ev. auftretenden Fragen beantwortet, so ist schon einmal ein erstes, primäres Ziel erreicht: den Besucher ausreichend mit Informationen zu versorgen.

Welche Inhaltsart in welchem Umfang allerdings für eine ausreichende Informationsvermittlung geeignet ist, hängt maßgeblich von den gesetzten Zielen der Webseite ab. Hierauf werde ich späterer noch gesondert eingehen.

### Suchmaschinenranking

Dass das Suchmaschinenranking einer Internetpräsenz eng verknüpft mit der Qualität der Webseiteninhalte ist, klingt zunächst vielleicht ein wenig verwunderlich. Wie soll eine Suchmaschine schon entscheiden können, ob Webcontent hochwertig oder nichtssagend ist?

In der Tat können Google und Co. derzeit nur in sehr begrenztem Maß durch direkte Codeanalyse feststellen, ob es sich beim Content einer Webseite um hochwertigen oder gar sinnvollen Inhalt handelt. Zwar verfügt Google bereits heute über einige einfache Algorithmen zur semantischen Analyse (z.B. Messung und Bewertung der Keyword-Dichte, Wiederholung von Texten und Passagen, gefährdendes Material usw.), doch um die genaue Qualität zu bestimmen, benutzen Suchmaschinen eine andere Methode.

Unter der Annahme, dass andere Webauftritte nur auf die eigene Seite verlinken, wenn auch der Inhalt qualitativ hochwertig ist, werden Backlinks als entscheidendes Kriterium zur Bewertung herangezogen. Je mehr (themenrelevante) Seiten also einen Link zur eigenen Website einbauen und somit eine Art Empfehlung aussprechen, desto sicherer ist es für Suchmaschinen, dass die angebotenen Inhalte qualitativ hochwertig sind, wodurch sich das Ranking verbessert.

Auf indirektem Weg trägt somit die Qualität des Inhalts entscheidend zur Verbesserung des Suchmaschinenergebnisses bei.

### Suchmaschinenoptimierung

Wie bereits angedeutet sind Inhalte die Basis jeglicher Suchmaschinenoptimierung. Sowohl On- als auch Off-Page Optimierung kann nur dann funktionieren, wenn Inhalte in ausreichendem Umfang und Qualität vorhanden sind.

Während Flashanimationen, Bilder und Videos kaum positive Auswirkungen auf das Ranking von Suchmaschinen besitzen, basiert die Indizierung fast ausschließlich auf den textuellen Angeboten.

Das bekannte Sprichwort „content ist king“ hat sich im Laufe der Zeit dabei immer mehr in Richtung „Klasse statt Masse“ gewandelt. Im Vordergrund stehen nun nicht mehr Ansammlungen an wertlosen (ev. kopierten) Inhaltselementen, sondern echter Content, von dem sich Besucher der Webseite einen gewissen Mehrwert versprechen können.

Für die Suchmaschinenoptimierung bedeutet das vereinfacht ausgedrückt, Texte weniger auf die Suchmaschinen- Bots zuzuschneiden, sondern originellen, einzigartigen Content zu konzipieren, der von Besuchern als Bereicherung empfunden wird und sich von Inhalten konkurrierender Webseiten abhebt.

### User binding

Ähnlich wie im realen Geschäftsleben, in dem es neben der Akquise von Neukunden insbesondere auf die Pflege der Bestandskunden ankommt, muss es auch für Betreiber von Webseiten ein Anliegen sein, User dazu zu bewegen, in regelmäßigen Abständen die Webseite zu besuchen. Qualitativ hochwertiger Content hilft dabei einerseits, die Verweildauer auf der Webseite zu erhöhen und andererseits im Gedächtnis der Besucher zu bleiben.

## 3. Was zeichnet „gute“ Inhalte aus?

Welche Inhalte gut oder schlecht sind, hängt zugegeben auch ein Stück weit vom subjektiven Empfinden des Besuchers ab. Ich möchte Euch im folgenden Abschnitt einige Merkmale vorstellen, anhand derer Ihr die Qualität von Inhalten etwas genauer abschätzen könnt.

### Vermeiden von Plagiaten und Wiederholungen,

Was bereits Karl-Theodor zu Guttenberg zum Verhängnis wurde, gilt auch für Webseitenbetreiber: Nicht nur, dass das Kopieren von Inhalten ohne Genehmigung des Urhebers untersagt ist, Google verfügt über einen ausgefeilten Mechanismus, der „duplicate content“ sofort entdeckt und negativ bewertet.

Doch nicht nur aus diesem Grund sollte auch auf das Kopieren von einzelnen Textpassagen verzichtet werden: Bekommen Besucher der Webseite immer wieder identische Information vermittelt, so werden diese kaum bereit sein, längere Zeit auf der Page zu verweilen.

### Thematisch einzigartig

Zugegeben ist es, abhängig von Thematik und Art der Seite oft nicht gerade einfach, vollkommen neuartige Themen zu finden. Insbesondere um sich von Konkurrenten abzuheben und aus der Masse herauszustechen bedarf es hierbei Einiges an Kreativität.

Gerade bei sehr allgemeinen und aktuellen Themen ist es nicht immer möglich, das Rad neu zu erfinden. Existieren im Web bereits vergleichbare Ausführungen, so sollte der Anbieter zunächst überlegen, ob und wie der Inhalt sinnvoll ergänzt werden kann. Als Stütze können folgende Fragen dienen:

- Welche Informationen fehlen in bereits existierenden Inhalten? (Ergänzungen)
- Welche Angaben sind überflüssig oder falsch? (Richtigstellungen)
- Werden alle Konsequenzen, Ergebnisse oder Zusammenfassungen angesprochen? (Auswirkungen)
- Lassen sich die Ausführungen auch auf andere Situationen oder Sachverhalte ausweiten? (Übertragung)
- Werden in den Darstellungen alle Details und Sachverhalte ausführlich und verständlich erklärt? (Vertiefung, Veranschaulichung)
- Werden alle wichtigen Zielgruppen angesprochen (Optimierung, Anpassung an Zielgruppe)?

Mit eigenen Worten wiedergegeben und mit verschiedensten Details ergänzt entsteht so authentischer „unique content“, der den Besuchern der Webseite gegenüber der Konkurrenz einen echten Mehrwert verspricht.

## Service und Mehrwert

Bei der Konzeption von Inhalten vergessen Webseitenbetreiber oft, sich auch in die Lage der Besucher hinein zu versetzen und zu hinterfragen, welche Aspekte aus deren Sicht von zusätzlichem Interesse sein könnten. Einige Inhalte, die häufig als ergänzender Service für Benutzer angeboten werden, sind beispielsweise:

### ***Glossare, Lexika, Wikis***

Nachschlagewerke eignen sich einerseits hervorragend, den Usern die wichtigsten Fachbegriffe verständlich zu machen. Zum anderen bieten sie aus Sicht der Suchmaschinenoptimierung die Möglichkeit, themenrelevante Keywords im Text zu integrieren.

### ***Top 10- / Bestenlisten***

Top 10 - und Bestenlisten sind ein ideales Mittel, um aus einer Fülle von Angeboten die wichtigsten oder besten, je nach Auswahlkriterium, zu kennzeichnen. Für einen Onlineshop könnten das etwa die durch Besucher am besten bewerteten Produkte, für einen Blog die am meisten kommentierten Artikel und für eine Infosite die wichtigsten Informationen sein.

### ***Linksammlung***

Verlinkungen zu themenverwandte Seiten sind insbesondere dann sinnvoll, wenn deren Inhalte für die Besucher eine echte (kostenlose) Ergänzung zum eigenen Angebot darstellen. Bei der Aufnahme von Links sollte man jedoch stets die Gefahr im Hinterkopf behalten, dass Besucher auf die verlinkten Sites abwandern könnten.

#### Tip 1:

Ich empfehle daher nur auf Kooperationspartner oder themenrelevante Seiten zu verweisen, die einen Backlink auf die eigene Seite setzen.

#### Tip 2:

Um tote Links („dead links“) zu vermeiden, sollte man die Erreichbarkeit aller ausgehenden Verlinkungen von Zeit zu Zeit überprüfen.

### ***Blogs / Tagebücher***

Auch Blogs bieten dem Webseitenbetreiber einen vielfachen Nutzen. Einerseits demonstrieren branchenspezifische Fachartikel ein hohes Maß an Fachkompetenz und Seriosität. Andererseits können wichtige Suchbegriffe im Text untergebracht und der Umfang einer Website vergrößert werden.

Darüber hinaus lassen sich mit Blogeinträgen bestimmte Themengebiete / Sachverhalte aus dem Angebot der Webseite explizit herausheben und subjektiv bewerten. Last but not least bietet ein Blog die Möglichkeit, zeitnah auf aktuelle Entwicklungen, Ereignisse und Neuigkeiten zu reagieren und kann so für mehr Aktualität der Webseite sorgen.

### ***Interaktion: Quiz, Wissenstest, Umfragen, Gewinnspiele***

Vorbei sind die Zeiten, als das Web noch aus leblosen Texten und einzelnen Bildern bestand. Statt passiver Informationsaufnahme steht mehr denn je das aktive Eingreifen des Besuchers im Vordergrund. Interaktive Elemente, beispielsweise ein kurzes Quiz, Wissenstest, Gewinnspiel oder Umfrage, sind unterhaltsame Möglichkeiten, User zur Interaktion aufzufordern, für mehr Abwechslung zu sorgen und zugleich Anreize für Besucher zu schaffen.

### ***FAQ***

Für die Beantwortung von immer wieder auftauchenden Fragen erweist sich eine FAQ Liste als äußerst hilfreich. So kann schnell und benutzerfreundlich auf die offenen Fragen der Besucher eingegangen und der Aufwand für die Bearbeitung einzeln eingehender Supportanfragen reduziert werden.

## Zielgerichtet und strategisch

Wie bereits angedeutet gibt es für „guten“ Inhalt kein Patentrezept. Ob Infosite für Hobbyimker, Reiseportal, Selbstporträt oder ein Blog über Briefmarken, eines haben aber alle Seitentypen gemeinsam: Sie verfolgen ein (oder auch mehrere) Ziele. Gute Inhalte sind stets die entscheidenden Puzzleteile, um die gesetzten Zielvorgaben zu erfüllen.

Allerdings sollte man als Webseitenbetreiber Zielvorgaben nicht immer allzu eng sehen. Inhalte können beispielsweise informativ, humorvoll, attackierend, authentisch / transparent, wertend, aktuell, werbend etc. ausfallen. Es spricht nichts dagegen, diese Eigenschaften auch miteinander zu kombinieren und so für mehr Abwechslung auf der Seite zu sorgen.

Eine Infosite für Hobbyimker verträgt sicherlich auch den ein oder anderen humorvollen Beitrag, nur sollte dabei eben das übergeordnete Ziel, die Besucher über die Imkerei zu informieren, nicht gänzlich aus den Augen verloren werden.

## Linkbaiting / Aufbau von Backlinks

Im Hinblick auf den Erfolg einer Internetpräsenz sind Backlinks auf die eigene Webseite ein entscheidendes Hab und Gut. Warum sollten andere Seiten allerdings ausgerechnet auf meine Seite verlinken? Genau um diese Frage dreht es sich beim Linkbaiting (engl. to bait: ködern).

Nicht jeder Inhalt eignet sich für erfolgreiches Linkbaiting. Hochwertiger Content sollte in Bezug auf Linkbaiting in der Regel mindestens zwei der folgenden Attribute aufweisen können:

beeindruckend, nützlich/ hilfreich, einzigartig, dauerhaft

Je mehr dieser Eigenschaften erfüllt sind, desto eher werden andere Seitenbetreiber bereit sein, einen Backlink auf deren Seite zu veröffentlichen.

In der Praxis haben sich insbesondere folgende Inhaltstypen als bewährt:

nützliche Tools /give aways, eBooks, whitepapers, Gewinnspiele, Quiz, Listen, Auszeichnungen uvm.

## Grammatikalische und orthografische Korrektheit

Nicht jeder von uns, der textuelle Inhalte im Web veröffentlicht, muss ein zweiter Goethe oder Schiller sein und es bedarf auch keines Romans, um einfachste Sachverhalte darzustellen.

Wichtig ist, Informationen in einem flüssigen, für die Zielgruppe verständlichen Stil darzustellen und bei seinen Ausführungen insbesondere auf Grammatik, korrekte Rechtschreibung und Sinn zu achten.

Gerade in Zusammenhang mit der On-Page Suchmaschinenoptimierung entstehen oftmals haarsträubende Textkonstrukte. Einige Beispiele gefällig? Bitte schön:

- „Dienstleistung XYZ Bamberg nach Maß“
- „Kostenlose Lieferung der XYZ - Waren frei haus“
- „Onlineshop für XYZ – XYZ bestellen und kostenlos rund um die Uhr“

Bei allem (teils blinden) Optimierungs-Aktionismus sollte man die Verständlichkeit der Inhalte zu keinem Zeitpunkt aus den Augen verlieren. Die Kunst ist es, die Keywords in nicht übertriebener Anzahl und auf natürliche Art und Weise im Text so zu platzieren, dass die Lesbarkeit stets erhalten bleibt.

## Zielgruppenorientiert

Guter Content orientiert sich stets an die Zielgruppe der Webseite. Kein Kind der Welt möchte eine dreiseitige Abhandlung zum Thema Auftrieb lesen, wenn es lediglich wissen möchte, wie man ein Papierschiff bastelt. Ebenso sollte man überlegen, ob und wie sehr die Zielgruppe Kaninchenzüchter wirklich an einer Bilderserie "Designgrundlagen nach Maß" interessiert ist.

Sprache von Texten, Bildern, Präsentationen und Videos sollten also genauestens der Zielgruppe angepasst sein und ein gewisses Maß an Themenrelevanz aufweisen. Nur so können Interessenten gezielt angesprochen werden und ein reibungsloser Kommunikationsfluss stattfinden.

## Barrierefreiheit (Accessibility)

Der Begriff Barrierefreiheit beschreibt die Eigenschaft von Webinhalten, von allen Anwendern, unabhängig von ihren körperlichen und technischen Möglichkeiten, genutzt werden zu können.

Körperliche Einschränkungen sind dabei nicht ausschließlich als Behinderung, wie etwa Sehschwäche, zu verstehen. So besitzen beispielsweise auch Kinder bis zu einem gewissen Alter eine körperliche Barriere, da sie nicht lesen und die textuelle Informationen einer Webseite nicht aufnehmen können.

Technische Einschränkungen beziehen sich dagegen meist auf Hard und Software des Users. Eine häufig auftretende Barriere ist in diesem Zusammenhang etwa die Notwendigkeit, einen bestimmten Browsertyp bzw. eine bestimmte Browser-Version verwenden zu müssen, um Inhalte erfassbar darstellen zu können.

Ein in der Praxis immer wieder auftretendes Problem sind Flashinhalte und Videotypen, die insbesondere von mobilen Endgeräten oft nicht unterstützt werden. Um es klar zu formulieren: Barrierefreiheit bedeutet nicht, dass man auf solchen Content zwangsweise verzichten muss.

Werden in diesen Flashinhalten allerdings Informationen dargestellt, die für das Verständnis von essentieller Bedeutung sind, so sollte man über alternative Varianten nachdenken, beispielsweise eine für mobile Endgeräte optimierte Version einer Webseite.

## 4. Weiterführende Links, Material

[Linksammlung zum Thema Linkbaiting](#)

<http://www.cornwallseo.com/search/2007/02/09/the-enormous-linkbait-list/>

[Literaturempfehlung : Texten für das Internet \(U. Grafberger, T. Hörner\)](#)

<http://www.amazon.de/Texten-für-das-Internet-erfolgreichen/dp/3423509236>

[W3C Richtlinien für barrierefreie Inhalte](#)

<http://www.w3.org/Translations/WCAG20-de/>