veröffentlicht durch *Bayerischer Journalisten Verband* (https://www.bjv.de)

Bezirksverband Augsburg-Schwaben

Schmackhaftes für Google & Co.

Augsburger BJV-Kollegen informieren sich über SEO-Marketing

Augsburg, 23.11.2017

Furcht vor fluffigen Floskeln und Abneigung auffälliger Anglizismen prägten die erste Kollision so manches altmodischen Texters mit der Welt des Digital Marketing und dem Thema SEO. Dass es dort überaus strukturiert zugeht, erfuhren Kolleginnen und Kollegen des Bezirksverbands Augsburg ? Schwaben beim Vortragsabend ?Performance in Digital Marketing? der Augsburger Agentur xpose360 [1]. Jeder von uns nutzt Suchmaschinen ? ob privat oder bei der Arbeit. Wie Inhalte für Suchmaschinen schmackhaft und somit noch besser auffindbar gemacht werden, erklärten drei Mitarbeiterinnen der Agentur.

Auf die Keywords kommts an
Über die Grundlagen der Suchmaschinen-Optimierung, englisch search engine optimization (SEO), sprach Lisa Purrucker. SEO ist ein Teilbereich des Suchmaschinenmarketings (SEM, Search Engine Marketing) und trägt zur verbesserten Platzierung einer Website bei der Auflistung der Suchergebnisse bei. Über relevante Suchbegriffe, die Keywords, sollen Seiten mit ihren Texten, Bildern, Videos und Grafiken auf besser sichtbarere Positionen in der Suchliste und somit für den Nutzer weiter vorne erscheinen.

Der Suchalgorithmus beispielsweise von Google wurde über die letzten Jahre immer weiter entwickelt, um dem Benutzer über mitlernende Algorithmus-Updates ein möglichst informatives Suchergebnis und beispielsweise Werbetreibenden damit ein effizientes Marketing seiner Ware oder Dienstleistung zu liefern.

Purrucker, Senior SEO Consultant bei xpose360, nannte vier Säulen der SEO:

- **Onsite**: Programmierung der Webseite, damit sie Google ?schmeckt?,
- **Offsite**: Pflege und Optimierung externer Backlinks auf die Webseite,
- **Content**: Optimierung des eigentlichen Seiteninhaltes und
- User Experience: Rückmeldungen der Benutzer-Erfahrung mit der Seite

In der Online-Redaktion hakt es oft

Hochwertiger Inhalt nach SEO-Prinzipien sei wichtig, weil die meisten Leser heute per Suchmaschine auf Websites und deren Inhalte geleitet werden, erklärte Lydia Hagen in ihrem Exkurs zu ?SEO in der Webredaktion?.

Das Optimieren für die Suchmaschinen funktioniere in der Online-Redaktion oft nicht, weil Redakteure sich nicht mit SEO nicht auskennen, sagte Hagen.

Die Journalisten meinten, keine Zeit für SEO zu haben oder hielten es für nicht relevant für ihre Arbeit ?für den Leser?. Texte würden heute häufig sowohl für Print als auch für Online geschrieben, aber oftmals nicht spezifisch genug angepasst, kritisierte Hagen.

Über die Funktionen des Pay Per Click-Marketings informierte abschließend Kerstin Neissl. Hier wird pro Klick auf ein Werbemittel wie zum Beispiel ein Banner oder eine Textanzeige abgerechnet. Auch hier sollte ein Texter spezifische Eigenheiten kennen und beachten.

Annette Zoepf[2]

Verwandte Artikel:

- ?Gebt den Leuten, was sie wollen!?[3]

Source URL: https://www.bjv.de/news/seo-im-digitalen-marketing-fuer-journalisten

Links:
[1] https://www.xpose360.de/
[2] https://sites.google.com/site/havecamerawilltravelde/
[3] https://www.bjv.de/news/gebt-den-leuten-was-sie-wollen-0