



Pressemeldung als erfolgreiches SEO-Instrument

Wie sich Pressemeldungen positiv auf das Ranking auswirken

Pressemeldung als erfolgreiches SEO-Instrument

Bereits beim kleinen Einmaleins des Contentmanagements lernt der SEO-Interessierte, dass Inhalt - Content - das Ranking bei den Suchmaschinen erheblich verbessern kann. Die Suchmaschinen lieben Content, aber neu - fresh - muss er sein. Fresh Content ist also angesagt und zwar regelmäßig, wenn sich beim Ranking kurz- und mittelfristig etwas bewegen soll. Pressemeldungen können eine Möglichkeit bei der SEO sein, diesen neuen Inhalt zu erzeugen und zu verbreiten. Dabei sind nicht nur Social Media Plattformen wie Google+ geeignete Instrumente, solche Mitteilungen ins Netz zu bringen oder Verlinkungen zur eigenen Webseite herzustellen. Im Web finden sich auch einige sehr ordentliche Presseverteiler und Artikelverzeichnisse. Manche sind kostenpflichtig, andere nicht. Außerdem sind bestimmte Grundregeln beim Verfassen, Posten und Verlinken der Mitteilungen hilfreich, um eine erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung zu erreichen.

Die Legende von der ständig neuen Seite oder was Fresh Content (nicht) ist

Nur kosmetische Maßnahmen auf der Webseite, durch kleine Textveränderungen oder Umstellungen, begründen keinen Fresh Content. Wer also meint, er müsse nur ständig seinen Text auf der eigenen Seite umstellen und dies seien vernünftige Maßnahmen im Rahmen seiner SEO Kampagne, unterliegt einem grossen Missverständnis. Neuer Content kann etwa durch regelmäßig hinzugefügte, inhaltlich tatsächlich und spezielle Verlinkungen erzeugt werden. Allerdings muss jedem dabei klar sein, dass einfach duplizierte Seiten, die von mehreren Webseiten im Wortlaut völlig identisch, mit der Webseite verlinkt werden, ebenfalls kein Fresh Content sind. Diese Falle lauert auch bei den Pressemeldungen. Grundsätzlich gilt: Es ist im Sinne der Suchmaschinenoptimierung anzustreben, für jeden Presseverteiler und jede Social Media Plattform einen eigenen Text einzustellen. Dies ist aufwendig, aber es wird belohnt. Es entsteht kein Duplicate Content. Dieser kann im denkbar schlechtesten Fall nicht nur dafür sorgen, dass keine Ranking-Verbesserung erreicht wird, sondern dass die Webseite im Ranking bewusst zurückgestuft, quasi nach unten strafversetzt wird.

Die Pressemeldung - Form, Stil und Recht

Muss man sich auch bei der SEO-Optimierung an die Regeln für Pressemeldungen halten? Man sollte es. Denn wenn es auch nicht ganz so streng zugehen mag wie bei den großen, journalistischen Presseverteilern, will man im Zweifelsfall inhaltlich etwas aussagen und nicht nur der Suchmaschine Content zuführen. Außerdem riskiert man mit schlechten Mitteilungen, durch die redaktionelle Prüfung bei den Verteilern zu fallen. Die klassische Pressemeldung berücksichtigt inhaltlich die 6 W-Fragen: Wer, wo, wann, was, wie, warum. Auch bei Mitteilungen im Bereich der Suchmaschinenoptimierung empfiehlt es sich, diese Fragen als Orientierung zu benutzen. Es gilt, sich kurz zu fassen, gerade auch in Zeiten des Internets mit seiner Informationsfülle nicht mehr als eine Seite zu schreiben. Pressemeldungen sind potentiell von hinten aufgerollt kürzbar. Das Wichtigste steht im ersten Satz. Die Rolle des rechtlich erforderlichen Impressums in der Pressemeldung übernehmen die folgenden Angaben: Name, Emailadresse und eine Telefonnummer einer tatsächlich erreichbaren Kontaktperson. Weiterhin ist die Pressemeldung kein subjektives Marketinginstrument. Stilistisch ist eine gewisse Nüchternheit angemessen. Man schreibt nicht in der ersten Person und vermeidet Superlative. Zitate beleben Pressemeldungen bei gezieltem Einsatz ungemein. Sie schaffen unter anderem den authentischen Eindruck, der für die Optimierung des Webseitenrankings gewünscht wird.

Artikelverzeichnisse, Presseverteiler und Co.

Nach wie vor kann man mit der Veröffentlichung in Artikelverzeichnissen unter anderem sehr gut die im Rahmen der SEO gewünschten Backlinks aufbauen. Gute Backlinks aus Presseverzeichnissen sind top Quellen und es lohnt sich daher sehr dort ein bisschen Zeit zu investieren. Man kann auch händisch einzelne Verzeichnisse aufsuchen und dort seinen Artikel veröffentlichen. Die Verzeichnisse arbeiten oft einen Katalog von Themen ab, manche sind hochspezialisiert. Es gibt Nutzungsbedingungen und meist wird eine Anmeldung des Autors verlangt. Seriöse Verzeichnisse legen viel Wert auf Unique Content und einen Mehrwert für den Leser. Gerade der Unique Content ist entscheidend, um Duplizierungen zu vermeiden. Häufig darf man auch im Text der Mitteilung ein oder zwei Links setzen.

Wer es sich einfacher machen will, bemüht Presseverteiler, die den Artikel in Verzeichnissen unterbringen. Im Netz finden sich einige Presseverteiler, die nichts kosten, zum Beispiel OpenPR. Andere verlangen mit mehr Service Gebühren wie etwa PRMaximus. Alle Verteiler haben den Nachteil, dass der Unique Content nicht mehr gewährleistet ist und der Artikel mehrfach in der gleichen Form erscheint. Gleichzeitig spart man bei dieser Massnahme aber extrem viel Zeit. So muss man einfach mal abwägen welche Strategie man fahren möchte aber die Verteiler sind damit nur die zweitbeste Möglichkeit, die Pressemeldung ins Netz zu stellen.

Facebook, Twitter und Co.

Die Social Media Plattformen bieten auch einige Möglichkeiten, sie für Pressemeldungen zu nutzen. Man sollte die allgemeinen, eher privaten Social Media Plattformen wie Facebook, Google+ von den eher spezialisierten wie XING und LinkedIn unterscheiden. Man schaue sich die Nutzungsbedingungen vorher gut an. Manchmal muss man mit indirekteren Aussagen arbeiten, und die klassische Pressemeldung ist nicht die passende Form. Twitter nimmt mit seinen Kurznachrichten eine Sonderstellung ein und erregt Aufmerksamkeit. Man kann auf einer Plattform etwa einen neuen Unique Content posten. Dann verlinkt man ihn mit verwandten Plattformen. Zum Beispiel Google+ mit Twitter oder Pinterest. Backlinks auf die eigene Seite werden auch gesetzt. Social Bookmarks tragen ihren Teil zu den Backlinks bei. Die spezielleren Plattformen eignen sich für unternehmensbezogene, thematisch eingegrenzte Posts und deren Backlinks gut.

Pressekontakt

webplaner.ch

Frau Angela Zbinden
Spinsmattweg 11 D
3250 Lyss

webplaner.ch
info@webplaner.ch

Firmenkontakt

webplaner.ch

Frau Angela Zbinden
Spinsmattweg 11 D
3250 Lyss

webplaner.ch
info@webplaner.ch

Angela Zbinden
Geschäftsinhaberin
Telefon (+41) 32 540 41 03
Mail: info@webplaner.ch