



# WORDPRESS

## Installation und erste Schritte mit WordPress!

Version 1.2

Author: Markus Breitenstein

## Inhalt

Vorwort .....	4
Installation von WordPress .....	5
In 4 Schritten zum eigenen WordPress Blog .....	6
WordPress – Die ersten Schritte .....	10
Grundeinstellungen in WordPress vornehmen.....	11
Einstellungen .....	11
Einstellungen - Allgemein .....	11
Einstellungen – Schreiben .....	11
Einstellungen – Lesen .....	13
Einstellung – Diskussionen .....	14
Die Mediathek .....	16
Die Privatsphäre .....	16
Permalinks .....	17
Der Blogartikel.....	19
Titel für den Artikel festlegen.....	19
Editor Funktionen näher erläutert .....	20
Hochladen/Einfügen.....	22
Bild einfügen.....	22
Optionen der Artikel Sidebar.....	23
Artikel publizieren .....	23
Speichern.....	23
Vorschau.....	23
Publizieren.....	23
Publizieren – Status .....	24
Publizieren – Sichtbarkeit.....	24
Publizieren – Passwortgeschützt.....	24
Publizieren – Sofort .....	24

Kategorien .....	25
Neue Kategorie anlegen .....	25
Schlagwörter.....	26
Die ersten Schritte als Blogger .....	27
WordPress und Suchmaschinenoptimierung.....	33
10 Gebote für Suchmaschinenfreundliche Texte.....	33
Unique Content .....	33
Länge des Textes .....	34
Keyword-Dichte – Die richtige Mischung aus Textes und Keywords .....	34
Keywords.....	34
Keywords und Synonyme .....	35
Gliederung von Texten .....	35
Titel und Überschrift.....	35
Neugier wecken.....	36
Interne Verlinkung mit Bedacht .....	36
Verwendung von Bildmaterial in Artikeln .....	36
SEO Plugins für WordPress.....	37
Plugin wpSEO.....	37
Plugin: Platinum SEO Pack.....	38
Plugin: SEO Friendly Images .....	38
Yoast SEO Plugin.....	39
Wege zum gelungenen Blog Artikel .....	40

## Vorwort

WordPress ist das weltweit beliebteste Blogsystem, sowie die am häufigsten eingesetzte Open Source Applikation. Fast ein jeder kommt mit dieser Plattform auf irgendeine Weise in Berührung - ob nun als Betreiber, Gastblogger oder als Leser. Gerade für Unternehmen ist der Schritt ins Social Web unumgänglich. Vorzugsweise werden Blogs bislang jedoch für private Zwecke eingesetzt. Sportlich Aktive dokumentieren darin Ihre Touren, Heimwerker und Bastler veröffentlichen Anleitungen und Tipps. Andere wiederum stellen Gadgets vor oder berichten über Ihre Erlebnisse im Social Web oder ihre Erfahrungen.

Wahrscheinlich hat schon mal ein Bekannter darüber erzählt, dass er eine Webseite hat und wie toll diese doch ist. Dieser hat Sie regelrecht mit Schlagworten bombardiert, von denen Sie nicht wussten, dass es sie gibt und natürlich auch nicht was diese bedeuten. Sie kamen sich wahrscheinlich in dessen Gegenwart vor wie ein Niemand. An diesem Zustand kann man arbeiten.

Auch ich kam nicht mit diesem Wissen auf die Welt. Mein Wissen habe ich mir meist selbst angeeignet, oder mich in Webseiten oder Literatur eingelesen. Wichtig bei allem was man tut ist, dass dies mit Überzeugung und Begeisterung erfolgt, denn diese überträgt sich dann auch auf die Besucher.

Mit diesem elektronischen Ratgeber zeige ich zunächst, wie schnell und einfach Sie einen WordPress Blog einrichten können. Im Anschluss gehe ich dann auf die Bedienung des WordPress-Backend sowie nützliche Tipps zum Thema bloggen ein.

Das WordPress eBook wird regelmäßig aktualisiert und um weitere Bausteine ergänzt.

### *Tipp:*

Schauen Sie sich die [Angebote unterschiedlicher Webhosting Anbieter](#) auf unseren Seiten genau an.

Berücksichtigen Sie bei der Domainreservierung auch das Thema Suchmaschinenoptimierung. Weitere Informationen hierzu:

SEO-Search-Engine-Optimization.de: [SEO-Grundlagen: Die Domain](#)

## Installation von WordPress

WordPress ist das am häufigsten eingesetzte Blogsystem, welches im Netz zum Einsatz kommt. Das liegt mitunter daran, dass es für WordPress eine umfangreiche Auswahl an kostenlosen Plugins und Templates (Themes) gibt. Selbst die Installation ist ohne Vorkenntnisse möglich. Wie einfach die Installation von WordPress funktioniert möchte ich mit der nachfolgenden Anleitung zeigen.

Viele Anleitungen setzen bereits ein gewisses Maß an Grundwissen voraus, wie z. B. das Publizieren der Daten auf den Webserver, etc. Diese WordPress Anleitung zeigt den kompletten Weg der WordPress Installation, inklusive Download und Datentransfer.

### *Hinweis:*

*Dieses eBook wird regelmäßig überarbeitet und um weitere Bausteine ergänzt. Gerne informiere ich Sie, sobald eine neue Version zur Verfügung steht. Hierbei handelt es sich nicht um einen Werbenewsletter, denn diese erhalte ich selbst schon zu Genüge und möchte Sie als Leser nicht vergraulen.*

[Ja, ich möchte über das eBook Update informiert werden!](#)

## In 4 Schritten zum eigenen WordPress Blog

Die Installation von WordPress funktioniert denkbar einfach. Insbesondere, weil Ihnen ein Einrichtungs-Assistent Ihnen bei der Installation von WordPress behilflich ist.

### 1. WordPress herunterladen

Laden Sie unter [WordPress-Deutschland.org](http://wordpress-deutschland.org) die aktuelle WordPress-Version in deutscher Sprache herunter. Es handelt sich hierbei um eine gezippte Datei (latest.zip). Alternativ steht nun auch auf [WordPress-Magazine.com](http://www.wordpress-magazine.com) die aktuelle WordPress Version zum Download zur Verfügung. Der Unterschied zwischen hierbei liegt in der Anzahl an Plugins und Themes. Sie erhalten mit den WordPress-Magazine.com Paketen automatisch die dafür wichtigsten Plugins mitgeliefert.

Website: <http://wordpress-deutschland.org>

<http://www.wordpress-magazine.com/WordPress-Bundle>

### 2. Datei entpacken

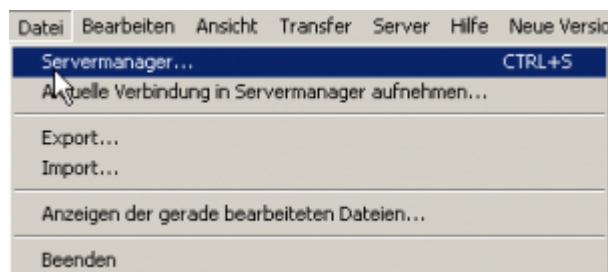
Entpacken Sie die Datei latest.zip.

### 3. FTP Zugang einrichten

Um WordPress auf Ihrem Webservice abzulegen, benötigen Sie ein FTP Programm. FTP ist die Abkürzung für File Transfer Protocol und dient zum Austausch von Dateien zwischen ihrem lokalen Rechner und dem Webserver. Sofern Sie noch kein FTP Programm auf Ihrem Rechner in Betrieb haben, empfehle ich das kostenlose FTP Programm [FileZilla](#). Dies ist sowohl für Windows, Linux als auch für **Mac Os X** verfügbar.

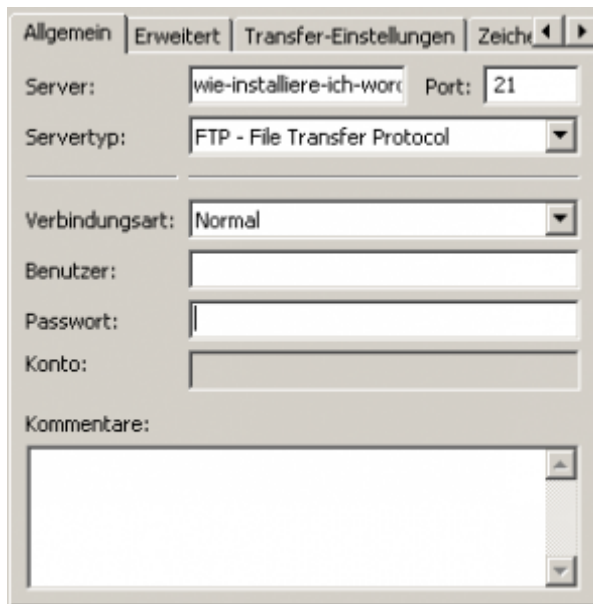
#### 3.1. Filezilla

Starten Sie FileZilla und erstellen Sie ein Serverprofil über den Servermanager.



FileZilla Servermanager

### 3.2. Filezilla Serverprofil anlagen



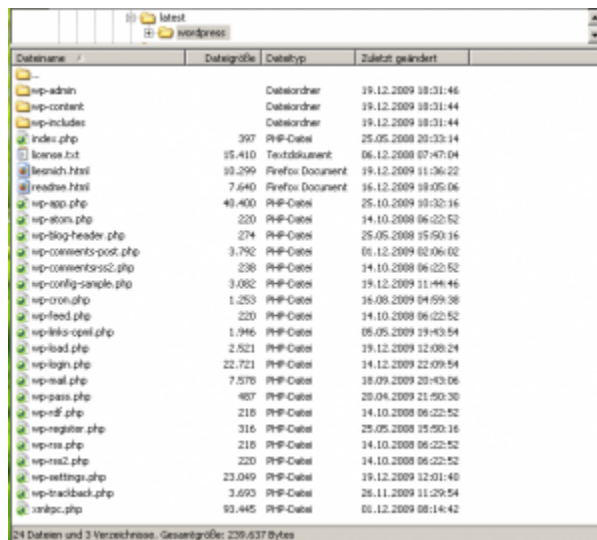
Unter Servername geben Sie nun die Domain an, unter welcher Ihr Blog erreichbar sein wird. Als Verbindungsart wählen Sie "Normal", geben im Anschluß die notierten FTP Benutzerinformationen (Benutzername und Passwort) an und klicken auf "speichern". Die FTP Zugangsdaten erhalten Sie normalerweise von Ihrem Webhosting-Anbieter.

### 3.3. Verbindung zum Server herstellen

Zum Publizieren der Daten wählen Sie zunächst das Profil aus, welches Sie zuvor erstellt haben. Klicken Sie hierzu auf das oben links platzierte



### 3.4. Daten publizieren



Bei FileZilla werden im linken Fenster die lokalen Verzeichnisse angezeigt, während im rechten Fenster die Inhalte des Webservers dargestellt werden. Suchen Sie hier nun im linken Fenster das Verzeichnis "latest" und das darin befindliche Verzeichnis "wordpress". In diesem liegen mehrere Dateien und weitere Verzeichnisse. Wählen Sie durch einen Klick eine Datei aus und drücken Sie **Strg+ "a"** um alle Dateien zu markieren. Nun ziehen Sie mit

gedrückter linker Maustaste die markierten Dateien in das rechts davon befindliche Fenster. Die Datenübertragung kann, in Abhängigkeit Ihrer DSL Performance, einige Minuten dauern. Der Vorgang ist abgeschlossen, sobald unten rechts "**Warteschlange: leer**" steht.

## 4. Installation von WordPress starten

Nachdem nun alle Daten auf den Webspace kopiert wurden, rufen Sie die Domain mit ihrem Webbrowser auf, welche Sie für den Blog vorgesehen haben. Starten Sie nun die Einrichtung ihres WordPress Blogs durch einen Klick auf den “...starten wir die Installation!” Button.



### 4.1. Datenbank Informationen in WordPress Installationsroutine

Eine Formularseite erscheint, auf welcher diverse Informationen abfragt werden. Mit diesen Daten kann WordPress eine Verbindung zur Datenbank aufbauen um dort Beiträge, Kommentare sowie weitere Daten lesen und speichern.

**Name der Datenbank** = Datenbankname (Bsp: db63835)  
**Name des Datenbankbenutzers** = Datenbankbenutzer (Bsp: dbo63835)  
**Passwort** = Datenbankpasswort  
**Datenbank-Host** = Hostname (Bsp: db124.1und1.de)

#### Tabellen-Präfix

Kann frei vergeben werden. Bitte keine Sonder- und Leerzeichen verwenden. Der Datenbank-Präfix ermöglicht das Betreiben unterschiedlicher WordPress Bloginstanzen auf einer Datenbank.

Nachdem Sie die Felder mit den Ihnen vorliegenden Daten versehen haben, drücken Sie den “Absenden” Button.

<b>Name der Datenbank</b>	<input type="text" value="wordpress"/>	Der Name der Datenbank, unter der WordPress laufen soll.
<b>Name des Datenbankbenutzers</b>	<input type="text" value="username"/>	Den MySQL-Benutzernamen.
<b>Passwort</b>	<input type="text" value="password"/>	...und Den MySQL-Passwort.
<b>Datenbank-Host</b>	<input type="text" value="localhost"/>	Mit 99%iger Wahrscheinlichkeit musst Du das nicht ändern. (MySQL-Serveradresse)
<b>Tabellen-Präfix</b>	<input type="text" value="wp_"/>	Ändere das Präfix, wenn Du andere Skripte oder mehrere WordPress-Installationen über Deine Datenbank laufen lassen möchtest.

## 4.2. Blogtitel

Abschließend geben Sie den Blogtitel sowie die E-Mail Adresse des Administrator Accounts an. An diese E-Mail Adresse werden Ihnen dann auch die Zugangsdaten Ihres WordPress Blogs gesendet. Zur Installation klicken Sie den Button "WordPress installieren".



The screenshot shows the WordPress installation form. At the top is the WordPress logo with the text "WordPress DE-Talman". Below it is a "Willkommen" section with a welcome message. The "Benötigte Information" section contains a "Blogtitel" input field, a "Deine E-Mail-Adresse" input field with a note to check the email address carefully, and a checkbox for "Ich möchte, dass mein Blog in Suchmaschinen wie Google oder Technorati erscheint." At the bottom is a "WordPress installieren" button.

## 4.3. WordPress Admin-Login

Das WordPress Dashboard erreichen Sie über Domainname/wp-admin. Hier loggen Sie sich nun mit den von Ihnen vergebenen Zugangsdaten ein.

Die Installation haben Sie nun abgeschlossen. Möchten Sie nun Erfahrung erste Einblicke mit WordPress gewinnen, nutzen Sie hierzu den WordPress Einsteiger Guide „WordPress – Die ersten Schritte“.

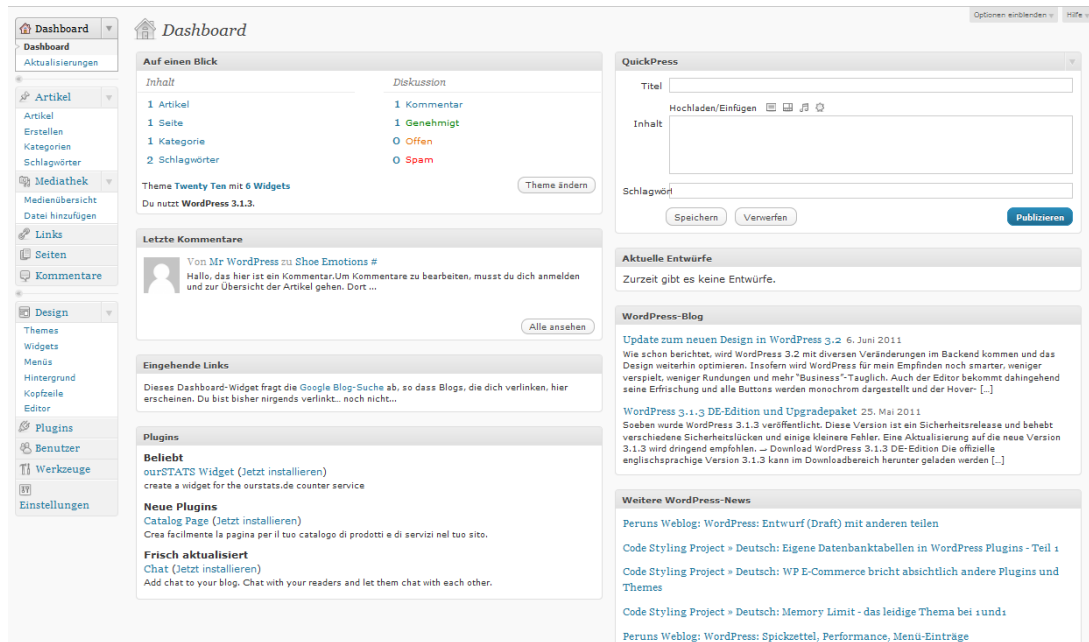
### *Hinweis:*

*Dieses eBook wird regelmäßig überarbeitet und um weitere Bausteine ergänzt. Gerne informiere ich Sie, sobald eine neue Version zur Verfügung steht. Hierbei handelt es sich nicht um einen Werbenewsletter, denn diese erhalte ich selbst schon zu Genüge und möchte Sie als Leser nicht vergraulen.*

*[Ja, ich möchte über das eBook Update informiert werden!](#)*

## WordPress – Die ersten Schritte

Nachdem Sie erfolgreich WordPress installiert haben, machen Sie sich zunächst mit den wichtigsten Funktionen vertraut, bevor Sie mit Schreiben beginnen.



Das Dashboard ist die Einstiegsseite Ihres WordPress Control Panels. Von hier aus können Sie neben dem Schreiben neuer Seiten oder Artikel auch Themes hochladen und editieren, Plugins installieren und verwalten, sowie viele weitere Funktionen steuern. In der Box „Auf einen Blick“ erhalten Sie Einblick über die Anzahl bereits publizierter Artikel/Seiten, in wie vielen Kategorien und mit wie vielen Schlagworten. Des Weiteren haben Sie hierbei im Blick, wie viele Kommentare bislang genehmigt wurden, wie viele auf Freigabe warten und wie viele Spam-Kommentare Sie erhalten haben. Hier können Sie zudem direkt mit dem Schreiben neuer Artikel beginnen, Kommentare freischalten, löschen, editieren oder als Spam markieren, bestehende Entwürfe sichten und an diesen weiter arbeiten. In der Plugin-Box werden beliebte, neue und frisch aktualisierte Plugins für WordPress angezeigt.

In der Admin-Bar (links) sind alle Funktionen aufgeführt, welche mit der Basis-Installation mitgeliefert werden. Die Auswahl der dort befindlichen Punkte wird erweitert, sobald sie ein Plugin/ Theme hinzufügen und aktivieren, in welchem Sie Anpassungen durchführen können.

Mit den ersten Schritten möchte ich Ihnen die wichtigsten Funktionen in WordPress erläutern und zudem einige wichtige Tipps mit auf den Weg geben.

## Grundeinstellungen in WordPress vornehmen

Bevor Sie mit dem Bloggen wirklich loslegen, sollten zunächst einige grundlegende Einstellungen vorgenommen werden.

### Einstellungen

In den Einstellungen kann man diverse Anpassungen vornehmen. Bei der Installation weiterer Plugins werden Sie feststellen, dass manche Plugins hier aufgeführt werden. Hierbei handelt es sich um Applikationen, welche über die Einstellungen näher konfiguriert werden können. Dem Thema Plugins widmen wir uns jedoch etwas später.



### Einstellungen - Allgemein

Klicken Sie auf „Allgemein“ um Basis-Einstellungen Ihres Blogs vorzunehmen. Blogtitel hatten Sie mit der Einrichtung bereits festgelegt. Definieren Sie einen Slogan oder löschen Sie den darin befindlichen.

Betreiben Sie den Blog für sich privat oder als Unternehmen, in welchem nur Firmenangehörigen das Bloggen gestattet ist, können Sie die Checkbox „Mitgliedschaft“ leer lassen. Die Zeitzone muss evtl. angepasst werden. Achten Sie hierbei auf das rechts stehende Datumsformat.

### Einstellungen – Schreiben

Größe der Textbox	<input type="text" value="20"/> Zeilen
Formatierung	<input checked="" type="checkbox"/> Wandle Emoticons wie :- ) und :-P in Grafiken um. <input type="checkbox"/> WordPress soll falsch verschachteltes XHTML automatisch korrigieren.
Standardkategorie für Artikel	Allgemein ▾
Standard-Artikelformatvorlage	Standard ▾
Standardkategorie für Links	Blogroll ▾

Hier können Sie diverse Einstellungen für das Schreiben von Artikeln vornehmen. Diese Einstellungen können jederzeit ohne Bedenken und Auswirkungen geändert werden.

Von der Funktion „VIA E-Mail Schreiben“ rate ich strengstens ab, oder haben Sie ein Postfach, dass niemand kennt und bei welchem Sie mit 100% Garantie sagen können, dass hier keine Spam-Mail eingeht? Sollten Sie diese Funktion dennoch nutzen, benötigen Sie die dort aufgeführten Informationen um eine Verbindung zum Mailserver herstellen zu können.

## Fernpublizieren

Um einen Artikel in WordPress mit einem Desktop-Blogging-Programm zu erstellen, das das Atom Publishing Protocol oder eine XML-RPC-Schnittstelle benutzt, musst du diese Schnittstellen hier aktivieren.

Atom Publishing Protocol

Atom Publishing Protocol aktivieren.

XML-RPC

Die WordPress, Movable Type, MetaWeblog und Blogger XML-RPC Schnittstelle aktivieren.

## Update Services

Wenn du einen Artikel veröffentlichst, kann WordPress verschiedene Dienste darüber informieren. Um mehr darüber zu erfahren, besuch die Seite [Update Services](#) im Codex. Bitte trenn mehrere URLs mit einem Zeilenumbruch.

```
http://rpc.pingomatic.com/
```

Die Funktion Fernpublizieren in WordPress ist gerade für Personen mit Smartphones und Tablet-PCs interessant, welche schnell mal mit Ihrem iPhone, iPad oder Android Smartphone einen neuen Artikel publizieren möchten. Damit diese Applikation mit Ihrem Blog sprechen kann, müssen Sie die XML-RPC Schnittstelle aktivieren.

Der Update Service informiert unterschiedlichste Dienste bei der Veröffentlichung eines neuen Artikels. Klicken Sie hierzu auf „Update Services“ um eine Liste aller Services zu erhalten.

Denken Sie daran am Ende der Seite Ihre Änderungen zu speichern.

## Einstellungen – Lesen

Der Reiter „Lesen“ wird für den Blogbetreiber schon wieder interessanter, da hier Einstellungen vorgenommen werden, die das Erscheinungsbild des Blogs beeinflussen.

Startseite	<input checked="" type="radio"/> Deine letzten Artikel
	<input type="radio"/> Eine <a href="#">statische Seite</a> (unten auswählen)
	Startseite: <input type="text" value="– Wähle –"/>
	Artikelseite: <input type="text" value="– Wähle –"/>
Blogseiten zeigen maximal	<input type="text" value="10"/> Artikel
Newsfeeds zeigen die letzten	<input type="text" value="10"/> Einträge
Zeige im Newsfeed	<input checked="" type="radio"/> ganzen Text
	<input type="radio"/> Kurzfassung
Zeichensatz für Seiten und Feeds	<input type="text" value="UTF-8"/> <small>Der Zeichensatz (<a href="#">character encoding</a>) deines Blogs (UTF-8 wird empfohlen, siehe auch <a href="#">other encodings</a>).</small>

Standardmäßig zeigt WordPress die letzten 10 Artikel auf der Startseite den Blogs an. Daran ist man jedoch nicht zwangsläufig gebunden. So kann man anstatt eines Artikels auch eine einzelne Seite festlegen, mit welcher beispielsweise der Besucher begrüßt wird. Dies ermöglicht jedoch auch WordPress als CMS (Content Management System) zu nutzen. Hierauf werde ich jedoch in einem eBook für Fortgeschrittene eingehen.

Möchten Sie die Anzahl der Artikel auf der Startseite ändern, tragen Sie einfach den entsprechenden Wert an Artikeln hier ein. Dieser sollte aber nach Möglichkeit zwischen 5 und 10 Artikel beinhalten, nicht wesentlich mehr.

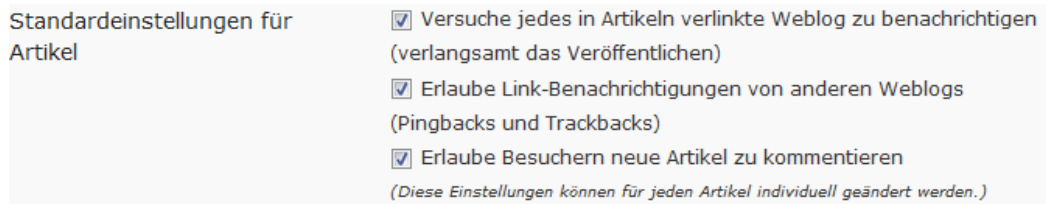
Auch die Anzahl der Feeds kann hierüber gesteuert werden. Möchten Sie Ihren Lesern den kompletten Artikel als RSS Feed anbieten oder lediglich eine Kurzfassung.

### *Tipp:*

*Versuchen Sie es mit der Kurzfassung. Beachten Sie hierbei jedoch, dass Sie gleich zu Beginn des Artikels die Neugier des Besuchers wecken müssen, sonst wird dieser nicht auf Ihre Website springen.*

## *Einstellung – Diskussionen*

Das wohl wichtigste Instrument, wenn es darum geht mit dem Besucher in Dialog zu treten ist die Kommentarfunktion in WordPress. Die hier vorgenommenen Einstellungen können Sie ohne Bedenken zu einem späteren Zeitpunkt auch verändern.



Die von WordPress ausgelieferten Standardeinstellungen für Artikel kann man so beibehalten, außer Sie möchten die Kommentarfunktion in Ihrem Blog generell unterbinden, dann müssten Sie das Häkchen bei „Erlaube Besuchern neue Artikel zu kommentieren“ entfernen. Damit würde jedoch auch die Attraktivität des Blogs verloren gehen.

### **„Versuche jedes in Artikeln verlinkte Weblog zu benachrichtigen“**

Schreiben Sie einen Artikel und verlinken innerhalb des Artikels auf einen Artikel eines anderen Weblogs, wird an diesen eine Benachrichtigung gesendet. Ein Auszug Ihres Artikels, wird dann im anderen Weblog entweder direkt in den Kommentaren oder als aufgeführter Trackback angezeigt.

### **„Erlaube Link-Benachrichtigungen von anderen Weblogs“**

Ist gerade umgekehrt. Verlinkt ein anderer Weblog auf einen Artikel ihres Blogs, taucht dieser, bei gesetzter Checkbox in Ihrem Kommentarbereich auf.

Ein Weblog ist Teil des Social Webs. Hierbei geht es um die Vernetzung und Verbreitung. Lassen Sie diese Funktion aus, werden Blogger Ihnen auch keinerlei Aufmerksamkeit schenken.

## „Weitere Kommentareinstellungen“ in WordPress

Weitere Kommentareinstellungen	<input checked="" type="checkbox"/> Benutzer müssen zum Kommentieren Name und E-Mail-Adresse hinterlassen
	<input type="checkbox"/> Benutzer müssen zum Kommentieren registriert und angemeldet sein
	<input type="checkbox"/> Kommentare zu Artikeln schliessen, die älter als <input type="text" value="14"/> Tage sind
	<input checked="" type="checkbox"/> Verschachtelte Kommentare in <input type="text" value="5"/> Ebenen organisieren
	<input type="checkbox"/> Breche Kommentare in Seiten um, mit <input type="text" value="50"/> Top-Level-Kommentaren pro Seite und zeige die <input type="text" value="letzte"/> Seite standardmäßig an.
	Die <input type="text" value="ältesten"/> Kommentare sollen oben stehen

Selbstverständlich ist es erforderlich, dass der Benutzer zum Kommentieren seinen Namen und E-Mail-Adresse hinterlässt. Die E-Mail Adresse wird auf der Webseite nicht ausgegeben und ist nur über das WordPress Admin-Panel sichtbar. Weshalb diese Funktion wichtig ist? Sie hält einerseits so manchen Benutzer davon ab, sinnlose und böartige Botschaften in Kommentaren zu hinterlassen, doch viel wichtiger ist, dass Sie hier auch direkt per Mail auf den jeweiligen Benutzer zugehen können.

### Wichtig:

*Der Besucher willigt mit dem Hinterlassen eines Kommentares nicht ein, dass Sie seine Daten an Dritte weitergeben, bzw. Sie selbst die Mailadresse für Marketing-Mailings missbrauchen. Dies sollten Sie auch so beibehalten, sonst werden Sie sicherlich mit unzufriedenen Besuchern und Anwälten in Berührung kommen.*

Möchten Sie nur einer begrenzten Gruppe das Kommentieren von Beiträgen gestatten, ist die Funktion „Benutzer müssen zum Kommentieren registriert und angemeldet sein“ sicherlich die richtige Wahl. Bedenken Sie, dass andere Benutzer dadurch ausgegrenzt werden, bzw. sich Personen einfach scheuen, sich überall registrieren zu müssen.

„Kommentare zu Artikeln schließen, die älter als x Tage sind“ ist meines Erachtens eine Funktion, die man bei aktuellen News gerne platziert. Betreibt man dagegen ein Blog mit Anleitungen, Tipps und Tricks, sollte man diese Funktion nicht aktivieren, da dadurch der Dialog mit dem Besucher älterer Artikel eingestellt wird.

Die weiteren Funktionen in den Kommentareinstellungen sind eher kosmetischer Natur, die jederzeit angepasst werden können.

Mir eine E-Mail schicken, wenn	<input checked="" type="checkbox"/> jemand einen Kommentar schreibt. <input checked="" type="checkbox"/> ein Kommentar auf Freischaltung wartet.
Bevor ein Kommentar erscheint,	<input type="checkbox"/> muss jeder Kommentar von einem Administrator überprüft werden. <input checked="" type="checkbox"/> Der Autor muss bereits einen genehmigten Kommentar geschrieben haben.
Kommentarmoderation	<p>Einen Kommentar in die Warteschlange schieben, wenn er mehr als <input type="text" value="2"/> Links enthält. (Eine hohe Anzahl von Links ist ein typisches Merkmal von Kommentar-Spam.)</p> <p>Wenn in einem Kommentar im Inhalt, Namen, URL, E-Mail-Adresse oder IP eines der unten aufgeführten Wörter oder Werte vorkommt, dann schiebe diesen Kommentar zum Freischalten in die <a href="#">Warteschlange</a>. Ein Wort oder IP-Adresse pro Zeile. Wortteile werden auch berücksichtigt, also wird durch "press" auch "WordPress" gefiltert.</p>

All diese Basis-Einstellungen können meiner Ansicht so übernommen werden. Sie erhalten bei jedem neu eingegangenen Kommentar eine Benachrichtigung an die von Ihnen bei der Einrichtung angegebene E-Mail Adresse. Möchten Sie jeden Kommentar freischalten, auch bei Personen, die bereits Ihre Meinung in Ihrem Blog erfolgreich hinterlassen haben, dann setzen Sie ein Häkchen bei „muss jeder Kommentar von einem Administrator überprüft werden“.

### Die Mediathek

#### Bildgröße

Diese Maße legen die maximale Größe in Pixeln von Bildern fest, die in einen Artikel eingefügt werden.

Größe der Miniaturbilder	Breite <input type="text" value="150"/>	Höhe <input type="text" value="150"/>
	<input checked="" type="checkbox"/> Beschneide das Miniaturbild auf die exakte Größe (Miniaturbilder sind normalerweise proportional)	
Mittlere Bildgröße	Maximale Breite <input type="text" value="300"/>	Maximale Höhe <input type="text" value="300"/>
Maximale Bildgröße	Maximale Breite <input type="text" value="1024"/>	Maximale Höhe <input type="text" value="1024"/>

Als Einsteiger können Sie die hier vordefinierten Größen so belassen. Auf die 3 unterschiedlichen Größen werde ich beim Thema „Artikel schreiben“ ausführlicher eingehen.

### Die Privatsphäre

Sichtbarkeit des Blogs	<input checked="" type="radio"/> Mein Blog soll für jeden, Suchmaschinen und Web-Archivierer eingeschlossen, sichtbar sein. <input type="radio"/> Ich möchte Suchmaschinen blockieren, aber normale Besucher zulassen.
------------------------	---

Hier müssen Sie lediglich die Frage beantworten – Soll mein Blogs für Suchmaschinen und Web-Verzeichnisse sichtbar sein, oder nicht.

## Permalinks

Eine wichtige Einstellung ist die Anpassung der Permalinks. Sorgen Sie für sprechende URLs und wählen Sie aus einer der genannten Formate aus. Selbstverständlich können Sie das Format auch selbst festlegen, wie nachfolgende Anleitung beschreibt.

Ein Basis WordPress System zeigt beim Aufrufen eines Posts Eure URL mit der Angabe der Post\_ID.

<http://www.wordpress-magazine.com/?p=123>

In der heutigen Zeit kann man jedoch mit dem Apache Modul Mod\_Rewrite einiges manipulieren, so auch URLs in dieser Form. Euer Beitrag kann, durch nutzen der Permalink Funktion, ab sofort auch so dargestellt werden.

<http://www.wordpress-magazine.com/2008/04/09/sample-post/>

Dieser Pfad wird aus folgenden Daten gewonnen:

<Domainname>/<Jahr>/<Monat>/<Tag>/<Titel des Posts>/

Schaut zwar deutlich besser aus als zuvor, aber immer noch nicht so, wie man sich das Ganze wünscht. Als Dritte und letzte Option stehen die benutzerdefinierten Einstellungen zur Verfügung. Damit Ihr versteht, wie und was Ihr da hinterlegt, habe ich mal die hoffentlich gängigsten Tags zusammengefasst.

## Übersicht der Permalink Tags

<code>%year%</code>	Hier wird das Jahr des Posts dargestellt – Bsp: 2008.
<code>%monthnum%</code>	Damit wird der Monat als Zahl angezeigt – Bsp April: 08.
<code>%day%</code>	Tag des Monats – als Beispiel 10.
<code>%hour%</code>	Stellt die Stunde dar, zu welcher der BlogPost erstellt wurde.
<code>%minute%</code>	Die Minute, in welcher der Post erstellt wurde.
<code>%second%</code>	Wie oben, nur die Sekunde.
<code>%postname%</code>	Wird der Titel des Posts dargestellt. Würde der Posttitel “Die besten WordPress SEO Plugins” lauten, würde dieser Titel in der Adresszeile als “die-besten-wordpress-seo-plugins” angezeigt werden.
<code>%post_id%</code>	Ist die ID, wie in der ersten Permalink Anwendung beschrieben.
<code>%category%</code>	Stellt die Kategorie dar, in welcher der Post veröffentlicht wird.
<code>%author%</code>	Listet den Autor, des Beitrages.

## Beispiele einer benutzerdefinierten Struktur

Das Definieren einer benutzerdefinierten Struktur ist nicht wirklich schwierig, stellt allerdings den Blogbetreiber vor eine Entscheidung. Um diese zu vereinfachen habe ich einige Beispiele vorbereitet und dokumentiert. Ich empfehle die benutzerdefinierte Struktur in WordPress bereits nach der Installation des Blogsystemes vorzunehmen, da nachträgliche Änderungen sich negativ (Fehler 404) auf bestehende Posts auswirken. Das Plugin [Permalinks moved Permanently](#) kann hierbei Abhilfe schaffen.

```
/%category%/%postname%/
```

Die URL könnte nun wie folgt aussehen **http://www.wordpress-magazine.com/wordpress-tipps/wordpress-seo-tipps/** . Zuerst wird die Kategorie gelistet, in welcher der Beitrag publiziert wurde. Bei Mehrfachauswahl von Kategorien wird nur eine aktiv übernommen.

```
/%category%/%postname%.html
```

Diese Variante ähnelt dem vorherigen Modell, bis auf den Unterschied, dass wir dem Postnamen ein Dokument mit der Endung .html zuweisen.

```
/%category%/%postname%/%post_id%/
```

### *Tipp:*

*Mit den in WordPress gelieferten Permalinks kann bereits der Grundstein zur Suchmaschinenoptimierung gelegt werden. Nehmen Sie sich für die Schaffung der Verzeichnisstruktur Zeit, da diese nach einmaliger Festlegung nicht mehr verändert werden sollte.*

Mit dieser Variante stellt Ihr sicher, dass Dokumente mit dem gleichen Titel veröffentlicht werden können. Dies wird durch die eindeutige Post\_ID gewährleistet.

```
/%day%-%monthnum%-%year%/%postname%.html
```

## Der Blogartikel

Widmen wir uns nun dem Schreiben eines Blogartikels.

Zunächst möchte ich alle Funktionen erklären, welche dem Anwender hier zur Verfügung stehen.

### Titel für den Artikel festlegen

Gib hier den Titel an

Wer ohne Schreibkenntnisse der Auffassung ist, dass man hier nichts falsch machen kann, der irrt. Bei der Titeldefinition können Ihnen folgende Punkte behilflich sein

- Neugier wecken
- Provokant sein
- Wichtige Keywords gleich zuerst (SEO)

Gerade in Bezug auf Suchmaschinen ist der Titel natürlich ein wichtiges Kriterium, welches Sie nicht vernachlässigen sollten.

#### *Tipp:*

*Folgende Artikel können Ihnen bei der Ausarbeitung des Titels sowie des Textes für Suchmaschinenoptimierung wichtige Informationen liefern:*

Wordpress-Magazine.com:

[Mehr Besucher durch besseres Bloggen](#)

SEO-Search-Engine-Optimization.de:

[Suchmaschinenoptimierung von Texten – Teil 1](#)














Darunter befindet sich bereits der WYSIWYG Editor. WYSIWYG bedeutet What You See Is What You Get und bedeutet, so wie Sie es hier schreiben, wird es auch veröffentlicht.

## Editor Funktionen näher erläutert



	Fettdruck	Strg + „b“
	Kursiv	Strg + „i“
	Durchgestrichen	ALT + Umschalttaste + „D“
	Liste	ALT + Umschalttaste + „U“
	Nummerierte Liste	ALT + Umschalttaste + „O“
	Zitat	AL + Umschalttaste + „Q“
	Linksbündig	ALT + Umschalttaste + „L“
	Zentriert	ALT Umschalttaste + „C“
	Rechtsbündig	ALT Umschalttaste + „R“
	Hyperlink setzen	ALT Umschalttaste + „A“
	Hyperlink entfernen	ALT Umschalttaste + „S“
	Weiterlesen	ALT Umschalttaste + „T“
	Sprache Rechtschreibprüfung	ALT Umschalttaste + „N“
	Vollbildmodus Ein-Aus	ALT Umschalttaste + „G“
	Werkzeugleiste Ein-Aus	ALT Umschalttaste + „Z“






	Textformatierung	keine
	Kursiv	Strg + „i“
	Blocksatz	ALT + Umschalttaste + „J“
	Textfarbe auswählen	
	Als unformatierten Text einfügen	
	Aus Word einfügen	
	Formatierung entfernen	
	Sonderzeichen einfügen	
	Ausrücken	
	Einrücken	
	Widerrufen	STRG + „Z“
	Wiederholen	STRG + „Y“
	Hilfe	ALT Umschalttaste + „H“

### Hinweis:

*Dieses eBook wird regelmäßig überarbeitet und um weitere Bausteine ergänzt. Gerne informiere ich Sie, sobald eine neue Version zur Verfügung steht. Hierbei handelt es sich nicht um einen Werbenewsletter, denn diese erhalte ich selbst schon zu Genüge und möchte Sie als Leser nicht vergraulen.*

*[Ja, ich möchte über das eBook Update informiert werden!](#)*

## Hochladen/Einfügen

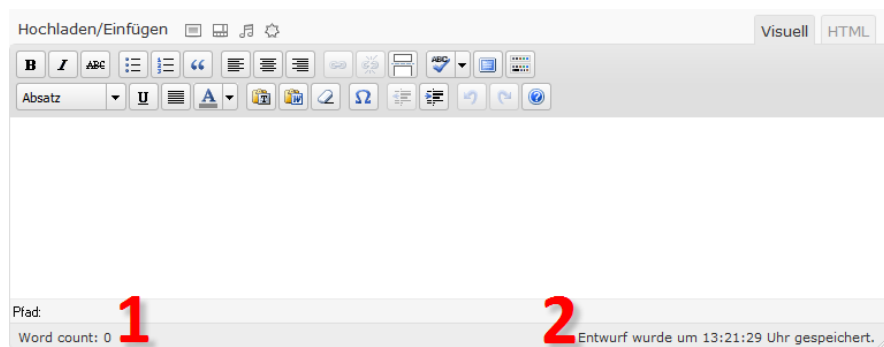
Hochladen/Einfügen    

### Bild einfügen

Zum Einfügen eines Bildes klicken Sie dieses Icon. Ein Fenster öffnet sich, in welchem Sie das Bild aus einer von 3 Bildquellen wählen können.



Aktiv ist hier bereits die Quelle „Vom Computer“ vorausgewählt. Schließlich geht man bei einem neuen Artikel auch von neuen Bild-, bzw. Grafikdateien aus. Zum Hinzufügen neuer Mediadateien den Button „Dateien auswählen“ klicken.



Möchte man dem Bloggen professionell nachgehen, sollten die Blog Beiträge von entsprechender Qualität sein. Neben dem Schreibstil ist hierfür auch der Umfang des Artikels von Bedeutung. Der Word count (1) zeigt Ihnen hierbei die Anzahl der bereits geschriebenen Worte an. Den letzten Speicherstand (2) des Artikels können Sie auf der rechten Seite einsehen.

### **Tipp:**

*Ein Artikel sollte aus mindesten 350 Wörtern bestehen. Denken Sie hierbei auch an das Thema Suchmaschinenoptimierung hinsichtlich Keywords und Keyword-Dichte.*

*Denken Sie daran – nicht die Suchmaschine steht im Vordergrund, sondern der Leser.*

## Optionen der Artikel Sidebar

WordPress bietet, für die Veröffentlichung der Artikel eine ganze Reihe an Optionen an, welche ich Ihnen als Anwender auch transparent machen möchte.



The image shows a screenshot of the WordPress article sidebar options panel. At the top, there is a header 'Publizieren'. Below it are two buttons: 'Speichern' and 'Vorschau'. The status is set to 'Entwurf' with a 'Bearbeiten' link. The visibility is set to 'Öffentlich' with a 'Bearbeiten' link. There is a 'Sofort publizieren' option with a 'Bearbeiten' link. At the bottom, there is a red link 'In den Papierkorb legen' and a blue 'Publizieren' button.

### Artikel publizieren

In der rechten Sidebar werden Ihnen mehrere Widgets angezeigt. Eines dieser Widgets dient der Veröffentlichung des gerade in Bearbeitung befindlichen Artikels. Die wichtigsten Buttons möchte ich zuerst erläutern, bevor ich dann ins Detail gehe.

#### Speichern

Mit dieser Funktion sichern Sie den aktuellen Stand Ihrer Arbeit im Zustand „Entwurf“, ohne diese für die Öffentlichkeit zugänglich zu machen. Der Artikel wird somit als Entwurf gespeichert und Sie können die Seite verlassen, ohne dass der Inhalt verloren geht. In der Artikelübersicht des Dashboards wird Ihr Artikel als Entwurf gekennzeichnet dargestellt.

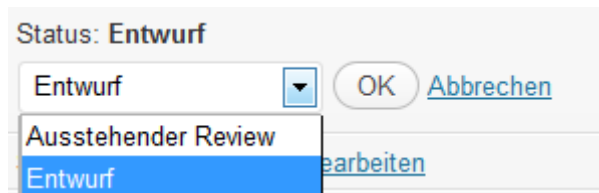
#### Vorschau

Möchten Sie wissen, wie der geschriebene Artikel sich in ihrem Blog anfühlt, wie er aussieht und ihn beim Publizieren der Leser sehen würde, klicken Sie den Vorschau-Button. Ein neues Fenster öffnet sich, in welchem der Artikel geladen wird. So haben Sie die Möglichkeit die Größe von Bildern/ Grafiken, aber auch eingebettete Videos nochmal anzupassen.

#### Publizieren

Sobald der Button „Publizieren“ geklickt wird, stehen die in diesem Artikel geschriebenen Inhalte dem Leser Ihres Blogs zur Verfügung. Diesen Schritt sollte man sehr behutsam wählen. Sicher, es besteht auch die Möglichkeit einen bereits publizierten Artikel wieder in den Entwurfsmodus zurückzusetzen, allerdings wurde dieser evtl. von Google bereits aufgenommen und würde somit nicht mehr gefunden werden. Seien Sie sich also sicher, wenn Sie auf diesen Button klicken. Inhaltlich können Sie jedoch auch nach der Publizierung noch Anpassungen vornehmen und diese dann Aktualisieren.

Das sind die Kern-Funktionen, welche dem Blogger sofort auffallen. Welche Funktionen das Publizieren-Widget noch bietet, möchte ich nun zeigen.



#### **Publizieren – Status**

Dies zeigt, in welchem Status der aktuell geöffnete Artikel sich befindet. Je nach Autoren-Berechtigung sind Sie beispielsweise nicht befugt einen Artikel

zu veröffentlichen. Ein Benutzer, mit dafür ausreichenden Rechten kann den Artikel, welcher mit dem Status „Ausstehender Review“ versehen ist, dann zur Publizierung freigeben.



#### **Publizieren – Sichtbarkeit**

Mit der Veröffentlichung eines Artikels, wird dieser regulär ganz oben positioniert. Jeder weitere Artikel, der im Anschluss veröffentlicht wird, würde diesen Artikel um eine Position nach unten verschieben, bis er von der Startseite auf eine der Unterseiten

verschwunden ist. Manchmal möchte man jedoch einen besonders wichtigen, evtl. informativen Artikel auf der Startseite behalten. Dies wird dadurch erreicht, indem Sie ein Häkchen in die Checkbox „Diesen Artikel auf der Startseite halten“ setzen.

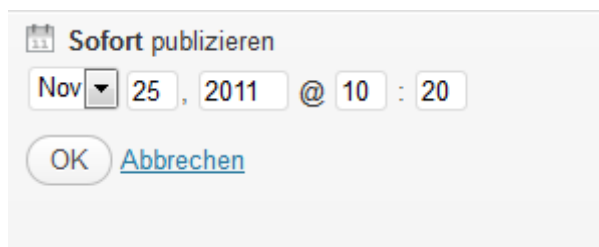
#### **Publizieren – Passwortgeschützt**



Wählen Sie diese Option aus, wird der Inhalt des Artikels nur durch Eingabe des Passwortes sichtbar. Diese Variante verwende ich persönlich beim Bloggen

nicht. Entweder schreibe ich für alle, oder für niemanden. Möchte ich es nur einer eingeschränkten Gruppe, bzw. einer Person zeigen, kann ich dieser es schließlich auch per E-Mail zukommen lassen.

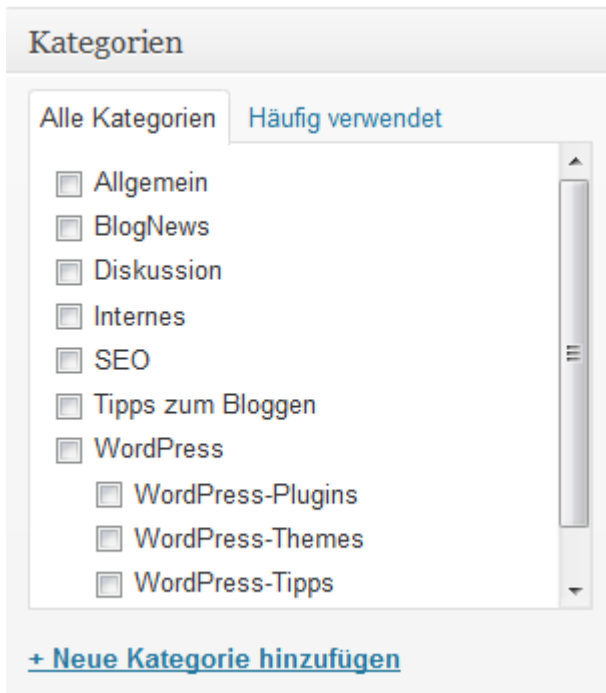
#### **Publizieren – Sofort**



Nicht immer möchte man einen Artikel dann publizieren, wenn man diesen zu Ende geschrieben hat. Das kann unterschiedliche Gründe haben. Beispielsweise möchte man, während man sich im Urlaub befindet, die Leser mit neuen Blogartikeln begeistern, oder

die Daily 20:00 Uhr News, welche man bereits um 14:00 Uhr abgeschlossen hat auch pünktlich um 20:00 Uhr ausliefern. Diese Option ist für mich eine weitere wichtige Funktion, wenn es um das Publizieren neuer Artikel geht. Hier kann das Datum und die Uhrzeit festgelegt werden, zu welcher der Artikel online geht.

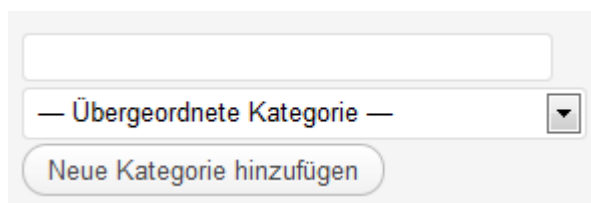
## Kategorien



Jeder von Ihnen publizierte Artikel gehört in eine gewisse Schublade. Schublade oder Kategorie, die es dem Leser einfacher macht, gezielt nach Inhalten zu stöbern. Ein neues, frisches Weblog weist außer der Kategorie „Allgemeines“ keine weiteren Kategorien auf. Mit Hilfe des Kategorie-Widgets können Sie einerseits neue Kategorien hinzufügen und den gerade verfassten Artikel einer, oder mehreren Kategorien zuweisen.

Das Anlegen von Kategorien funktioniert einerseits über den Artikel selbst, andererseits über das Dashboard. Die Option liegt unter dem Reiter „Artikel“.

### Neue Kategorie anlegen



Das Anlegen einer neuen Kategorie innerhalb eines Artikels erreichen Sie durch Klicken auf „+Neue Kategorie hinzufügen“. Hier kann nun eine neue Kategorie festgelegt werden. Zudem kann definiert werden, ob es

sich hierbei um eine Haupt- oder Unterkategorie einer bereits bestehenden Kategorie handelt. Durch klicken auf den Button „Neue Kategorie hinzufügen“ wird die von Ihnen festgelegte Kategorie angelegt und wird über die Kategorie-Auswahl bereits sichtbar und aktiviert angezeigt.

### Hinweis:

*Dieses eBook wird regelmäßig überarbeitet und um weitere Bausteine ergänzt. Gerne informiere ich Sie, sobald eine neue Version zur Verfügung steht. Hierbei handelt es sich nicht um einen Werbenewsletter, denn diese erhalte ich selbst schon zu Genüge und möchte Sie als Leser nicht vergraulen.*

[Ja, ich möchte über das eBook Update informiert werden!](#)

## Schlagwörter

Schlagwörter

Trenne Schlagwörter durch Kommas

[Wähle aus häufig genutzten Schlagwörtern](#)

[301](#) [Admin-Bereich](#) [Anleitung](#) [Artikel](#)  
[Besucher](#) [Blog](#) [BlogDesk](#) [BlogPost](#)  
[Client](#) [Diskussion](#) [Double Content](#)  
[Facebook](#) [Formatierung](#) [Geld verdienen](#)  
[Gravatar](#) [htaccess](#) [iPhone](#) [kostenlos](#)  
[Launch](#) [Link Checker](#) [Links](#) [Magazine](#)  
[Plugin](#) [Plugins](#) [Ranking](#) [Redirect](#)  
[SEO](#) [Sicherheit](#) [Social Media](#)  
[Tellerrand](#) [Theme](#) [Themes](#) [Tipps](#)  
[Titel](#) [Traffic](#) [Twitter](#) [Verlinkung](#) [Weblog](#)  
[Widget](#) [WordPress](#)  
[WordPress Magazine](#) [WP-Admin](#)  
[wp-config.php](#) [wpSEO](#) [übersetzt](#)

Tagging ist ein weiteres Kernelement des Bloggens. Die Verschlagwortung eines jeden Artikels dient mitunter dazu, dass Leser Ihres Weblogs gezielt sich Artikel nach Schlagworten umsehen können. Auf WordPress-Magazine.com werden Sie hier häufig das Schlagwort „WordPress“, „Bloggen“, „Plugins“, „Tipps“, oder „Themes“ finden. Je häufiger ein Schlagwort in unterschiedlichen Artikeln auftaucht, desto größer wird dies auch innerhalb der TagCloud dargestellt. Es signalisiert, dass hierzu mehr, oder die meisten Artikel vorliegen. Die einzelnen Schlagwörter werden, durch Komma getrennt, in das Textfeld eingegeben. Durch einen Klick auf „Wähle aus häufig genutzten Schlagwörtern“, zeigt WordPress, die bislang am häufigsten verwendeten Schlagwörter in Artikeln.

Bereits während der Eingabe kann man erkennen, ob dieses Schlagwort bereits verwendet, oder in ähnlicher Form eingesetzt wurde – in Form einer Auto-Vervollständigung.

Sobald Sie den Artikel fertiggestellt, eine oder mehrere Kategorien zugewiesen und Schlagwörter getaggt haben, ist der Artikel für die Öffentlichkeit bereit.

Selbstverständlich gibt es noch weitere Elemente, die auf der Artikelseite in Erscheinung treten. Diese werden jedoch zu einem späteren Zeitpunkt behandelt.

## Die ersten Schritte als Blogger

Jeder von uns möchte immer sein Bestes geben, natürlich auch als angehender Blogger. Um dies auch in die Tat umzusetzen hält das Internet zahlreiche Tipps und Tricks bereit. Dies möchte ich nutzen und bereits auf WordPress-Magazine.com veröffentlichtes Material in dieses Dokument einfließen lassen.



### Was sind die Ziele eines jeden Bloggers?

- Für den Leser interessante Inhalte bereitstellen.
- Leser, welches sich aktiv, in Form von Kommentaren, Tweets, oder Trackbacks einbringen
- Stets wachsende Anzahl an Besuchern
- Evtl. auch Geld verdienen.

#### *Anmerkung:*

Wer keine Ziele hat und auch keinen Plan, wofür er das macht, sollte sich damit jetzt auseinandersetzen.

Damit Sie gleich zu Beginn richtig durchstarten können, möchte ich Ihnen mit 16 Tipps dazu verhelfen, mehr Leser auf ihren Blog zu bekommen.

### 1. **Plugins**

Sicherlich kann man sich als Blogger auch ohne Integration weiterer Plugins versuchen, doch warum ein Auto, welches ein Getriebe mit 6 Gängen hat, immer nur im ersten Gang auf Hochtouren fahren! Zu diesen Plugins zählen Google Sitemap, [SEO Plugins](#) ([wpSEO](#) (kostenpflichtig), Platinum SEO, Yoast), [Social Media Plugins](#).

### 2. **Attraktivität**

Die Attraktivität eines Blogs ist nicht maßgeblich vom Design des Blogs, sondern von der Wirkung des Inhalts abhängig. Sicherlich mag das Design hierbei auch eine Rolle spielen, doch wenn Sie es schlicht halten, machen Sie nicht wirklich was falsch. Inhaltlich sollte sich das Schlichte jedoch nicht übertragen. Machen Sie keine Schnellschüsse um möglichst viele Beiträge zu platzieren. Weniger ist oftmals mehr. Lassen Sie sich Zeit, recherchieren Sie das Thema, über welches Sie schreiben ausgiebig und zeigen Sie dies auch dem Leser, den Sie von Anfang bis Ende des Artikels fesseln. Setzen Sie Bilder und Videos ein – sie lockern den Artikel etwas auf und geben dem Leser die Möglichkeit, das bereits Gelesene zu verarbeiten. Sprechen Sie eine Sprache! Häufig setzt man Themes ein, welche nur in englischer Sprache zur Verfügung stehen. Machen Sie sich dann wenigstens die Mühe und übersetzen das Theme.

### 3. **Nische ist nicht gleich Nische!**

Anfang 2011 habe ich über Facebook eine Freundschaftsanfrage einer mir unbekanntem Person erhalten. Was daran außergewöhnlich ist? Hierüber habe ich gebloggt und mein Blog zum Leben erweckt. Es ging um Internet Betrug der Ghana Connection.

### 4. **Format c:**

Manchmal ist es auch ratsam, das Alte hinter sich zu lassen und einen kompletten Neustart hinzulegen. Vielleicht haben Sie sich einfach festgefahren, Ihre Leser dauerhaft mit einem falschen Artikel vergrault. Dann bleibt nur noch das Bestellen einer neuen Domain, denn die Alte wird unter Ihrer Flagge so schnell nicht mehr in neuem Glanz erstrahlen.

### 5. **Formatierung**

Bringen Sie eine saubere Struktur in Ihre Artikel. Überschriften sollten auch als solche hinterlegt werden und nicht im Fließtext untergehen. Zitate werden eingerückt, etc. Machen Sie mehr aus Ihrem Text und er gewinnt an Wirkung. Im Artikel [10 Gebote für Suchmaschinenfreundliche Texte](#) wird beschrieben, worauf Sie beim Schreiben eines Artikels achten sollten.

## 6. Linkgeiz zahlt sich nicht aus

Hat Sie ein anderer Blog zum Schreiben eines Artikels inspiriert, oder sind Sie bei Ihrer Recherche auf andere Websites und Weblogs gestoßen, dann verlinken Sie doch darauf. Zeigen Sie, welche Blogs Sie inspiriert haben und aus welchen Artikeln Sie während Ihrer Recherche wertvolle Informationen schöpfen konnten. Einerseits schaffen Sie so eine gewisse Transparenz, die es dem Leser ermöglicht Ihrer Ansicht, ihrem Fazit zu folgen und zudem hinterlassen Sie auf anderen Blogs durch das Setzen eines Links einen Trackback. Dies bedeutet wiederum, dass Besucher dieser Blogs auch auf Ihre Seite aufmerksam werden, aber auch Suchmaschinen mitunter diese Art der Verknüpfung erkennen.

## 7. Interviews

Als ich vor 12 Jahren meine ersten Webseiten online gestellt habe, war ich im Umgang mit so manchem Thema noch sehr unerfahren. Anfangs habe ich noch im Netz mir Informationen zusammengesucht, dann aber schnell gemerkt, dass es auch noch andere Möglichkeiten gibt, dieses Wissen zu erlangen und zudem noch zusätzlichen Traffic zu generieren – Interviews. Mich hat damals das Thema Affiliate und Geld verdienen mit der Website brennend interessiert. Was gibt es da besseres, als Affiliate Netzwerke zu interviewen und diese Interviews online zu stellen. Die jeweiligen Unternehmen haben damals auf Ihrer Website einen Link zum Interview geschaltet und zudem das Interview im Newsletter erwähnt. Heutzutage verbreiten sich solche Informationen durch Facebook, Twitter und Co noch viel weiter und man erzielt binnen kürzester Zeit enorm viel Traffic.

### *Hinweis:*

*Dieses eBook wird regelmäßig überarbeitet und um weitere Bausteine ergänzt. Gerne informiere ich Sie, sobald eine neue Version zur Verfügung steht. Hierbei handelt es sich nicht um einen Werbenewsletter, denn diese erhalte ich selbst schon zu Genüge und möchte Sie als Leser nicht vergraulen.*

*[Ja, ich möchte über das eBook Update informiert werden!](#)*

## 8. Zeitlose Artikel

Ein zeitloser Artikel genießt den Vorteil, dass dieser auch Wochen, Monate, mitunter Jahre nach Veröffentlichung noch up-to-date ist, während reguläre Nachrichten bereits Stunden später schon veraltet sind. Zeitlose Artikel sind beispielsweise Anleitungen, Tipps, Ratschläge, aber auch Erfahrungen zu einem Thema. Mittel- und langfristig betrachtet erzielen Sie dadurch mehr Besucher, was jedoch nicht bedeutet soll, dass Sie ausschließlich zeitlose Artikel veröffentlichen müssen. Die richtige Mischung macht es. Peer Wandiger hat auf BLOGPROJEKT [Tipps für Zeitlose Blog-Artikel](#) veröffentlicht, in welchem weitere wertvolle Informationen vermittelt werden.

## 9. Web 2.0 und Multimedia

Im Web 2.0 Zeitalter hat sich eines durchgesetzt – YouTube! Integrieren Sie Multimedia in ihren Blog. zeigen Sie wer Sie sind, indem Sie beispielsweise Anleitungen, Reviews, oder Interviews mit einer Kamera einfangen und diese in Form eines YouTube Videos auf ihrem Blog präsentieren. Video Rezensionen, sprich Testberichte aber auch Anleitungen sind hier stark im Kommen. Wobei ich sagen muss, dass ich Anleitungen in Form von Screenshots immer noch attraktiver finde, als ein Video-Tutorial. Bei letzterem muss ich nämlich immer wieder Pause klicken, zurückspulen um an der Stelle anzusetzen, wo ich mich gerade befinde. Dagegen Rezensionen und Interviews halte ich als Video Post für einen echten Mehrwert des Blogs. Man sollte hier natürlich nicht das billigste Equipment für nehmen und sich zuvor auch auf entsprechenden Webseiten ausführlich informieren, damit der Schuss nicht nach hinten losgeht.

## 10. Gewinnspiele & Contests

Gewinnspiele und Contests stellen auch eine Möglichkeit dar, Aufmerksamkeit auf den Blog zu ziehen. Allerdings kann man hierbei auch davon ausgehen, dass über 90% der dadurch neu generierten Besucher, nicht erneut die Seite besuchen werden. Warum? Diese wollen lediglich am Gewinnspiel teilnehmen um einen Preis abzusahnen, sind jedoch nicht wegen des Inhalts hier. Kombinieren Sie das Gewinnspiel jedoch mit dem Schreiben eines Blogartikels, dem Senden eines Tweets, oder dem Liken, Sharen auf Facebook, erzielen Sie wiederum mehr Reichweite, d. h. die Teilnahme am Gewinnspiel gilt dann als Erfüllt, wenn der Teilnehmer etwas twittert, über den Artikel bloggt, oder diesen auf Facebook mit seinen Freunden teilt. Wichtig bei der ganzen Gewinnspiel & Contest Geschichte – schütten Sie bitte den Gewinn auch aus. Ich habe in der Vergangenheit an einigen Gewinnspielen teilgenommen. Natürlich gewinnt man nicht immer, aber in einigen, wenigen Fällen habe ich gewonnen und den Gewinn auch erhalten. Leider gab es auch schwarze Schafe, die den Gewinn nicht ausgeschüttet haben. Was macht man mit solchen Kandidaten – man stellt Sie an den Pranger, stellt Sie öffentlich zur Schau. Das habe ich getan, nachdem sich der Veranstalter mehrfach herausgeredet hat und sich dann in Schweigen hüllte.

### 11. Artikelserien

Gerade wenn man ein umfangreiches Thema recherchiert, macht es Sinn, Artikel in einer Artikelserie zu publizieren. Damit sichern Sie sich nicht nur wiederkehrende Besucher, Sie schaffen es dadurch auch, den Besucher länger auf Ihrer Website zu halten, denn häufig möchte der Besucher die kompletten Informationen einsehen und nicht nur einen Auszug – so zumindest bei mir. Dabei müssen Sie natürlich nicht die komplette Serie auf einmal publizieren, sondern den Folgeartikel zu einem späteren Zeitpunkt, der jedoch in nicht zu weiter Ferne liegt.

### 12. Social Media Aktivität

Haben Sie einen neuen Artikel veröffentlicht, dann sollten Sie diesen auch gebürtig bewerben. Nutzen Sie Social Media Kanäle wie Facebook, Twitter und Google Plus um mehr Reichweite zu generieren. Handelt es sich eventuell sogar um einen zeitlosen Artikel, können Sie diesen in regelmäßigen/ unregelmäßigen Abständen immer wieder über [Facebook](#), [Twitter](#) und [Google Plus](#) in Erinnerung rufen. Natürlich sollten Sie diese Kanäle nicht ausschließlich dazu nutzen Ihre eigenen Artikel zu promoten, sondern durchaus auch die Arbeiten anderer Blogger mit einem Tweet, Like oder Share würdigen. Dadurch, dass Sie die Leistung anderer Blogger würdigen, ist auch damit zu rechnen, dass diese auch ihren Blog positiv erwähnen.

### 13. Gastartikel auf anderen Blogs

Kennt man sich in einem Themengebiet richtig gut aus, kann es nicht schaden, dieses Wissen auch auf anderen Blogs zu veröffentlichen. Sicherlich liegt der Gedanke nah, dass dadurch Traffic flöten geht, doch wenn einem die Option geboten wird auf den eigenen Blog, bzw. einzelne darin veröffentlichte Artikel zu referenzieren, sollte man diese Möglichkeit wahrnehmen. Achten Sie dabei darauf, dass der Artikel qualitativ sich nicht von Ihrem eigenen Blog differenzieren sollte, sonst erweckt es den Anschein, als würden Sie sich als Gastblogger keine Mühe geben.

#### *Hinweis:*

*Dieses eBook wird regelmäßig überarbeitet und um weitere Bausteine ergänzt. Gerne informiere ich Sie, sobald eine neue Version zur Verfügung steht. Hierbei handelt es sich nicht um einen Werbenewsletter, denn diese erhalte ich selbst schon zu Genüge und möchte Sie als Leser nicht vergraulen.*

[\*Ja, ich möchte über das eBook Update informiert werden!\*](#)

#### 14. Kommentare hinterlassen

Man liest immer wieder, “dofollow” und “nofollow” in Zusammenhang mit dem veröffentlichen von Kommentaren. Ehrlich, mich interessiert es überhaupt nicht, ob ein Blog ein dofollow oder nofollow Attribut verwendet. Wenn ich einen Artikel interessant finde oder ich einfach nur meine Sicht der Dinge schildern möchte, dann interessiert es mich nicht, was hier eingestellt ist. Um es kurz zu machen. DoFollow bedeutet, dass der im Kommentarfeld mitgegebene Hyperlink für Suchmaschinen als weiterführender Link gekennzeichnet ist, während der nofollow Link besagt, dass die Suchmaschine diesem Link nicht folgen soll. Sozusagen eine Art Referenzsystem. Hinterlassen Sie so viele Spuren wie möglich, welche auf Ihren Blog verweisen, doch fangen Sie nicht an zu spammen. Einen Link im Kommentarfeld halte ich für weniger sinnvoll. Auch sollten Sie darauf verzichten, anstatt Ihres Namens ein Keyword einzusetzen. Solche Kommentare schalte ich beispielsweise erst gar nicht frei, markiere Sie als Spam, oder entferne die URL vor Freischaltung. Sicherlich hat man seine Stammblogs, die man gerne besucht und dort auch Kommentare hinterlässt, doch blicken Sie auch hier über den Tellerrand hinaus, schauen Sie sich Newcomer an. Nutzen Sie die [Google Blogsuche](#) um auf aktuelle Artikel eines Themenbereichs aufmerksam zu werden.

#### 15. Eintragung in Suchmaschinen

Natürlich kommt man um eine Eintragung in Suchmaschinen nicht herum. Entweder machen Sie das händisch, oder Sie warten darauf, dass Google Sie aufgrund Ihrer Blogaktivität automatisch findet und in den Index aufnimmt. Ich habe seit einigen Jahren meine Blogs nicht mehr selbst eingetragen und die neue Domain war dank Google Sitemap & Co. bereits binnen weniger Tage, manchmal sogar nur Stunden über die Google Suche zu finden.

#### 16. Social Bookmarking, Webverzeichnisse und Wikipedia

Ich persönlich konnte bislang keine signifikante Steigerung der Besucherzahlen aufgrund dieser Faktoren feststellen. Dennoch schadet es nicht, wenn man selbst aktiv wird. So beispielsweise seine eigenen Artikel auf [Mister Wong](#), [DIGG](#) und anderen [Social Bookmark Diensten](#) speichert und sich selbst in Webverzeichnissen einträgt. Als Blogger empfehle ich Blogverzeichnisse. Die Eintragung im [DMOZ](#) Verzeichnis ist eigentlich Pflicht, was jedoch nicht bedeutet, dass die Seite dort auch freigeschaltet wird, dies gilt natürlich auch für einen Link auf Wikipedia. Ein Referenzlink von [Wikipedia](#) zu erhalten ist natürlich Gold wert, bedeutet jedoch auch, dass dieser Hyperlink einen echten Mehrwert liefern sollte – also nichts, was andere bereits haben, sondern ein sehr gut ausgearbeitetes Dokument.

## WordPress und Suchmaschinenoptimierung

Wer seinen Blog im Netz publik machen möchte, kommt um Suchmaschinenoptimierung nicht herum. Für WordPress gibt es hierzu reichlich Plugins, welche den Blog und die einzelnen Seiten für Suchmaschinen optimieren. Damit ist es jedoch nicht getan. Wichtig sind nämlich auch die Content-Bestandteile eines jeden Artikels.

### 10 Gebote für Suchmaschinenfreundliche Texte



1. Du sollst kein Content-Klaubetreiben  
2. Du sollst kein ...  
betreiben

# 10 Gebote

für **Suchmaschinenfreundliche Texte**

Das Optimieren von Texten für die Suchmaschinen ist extrem wichtig, gerade was die Positionierung in den Suchergebnissen betrifft. Bei der Optimierung von Texten geht es im Wesentlichen darum, die relevanten Keywords, sprich die für den Artikel relevanten Suchbegriffe, gezielt zum Einsatz zu bringen, denn schließlich möchte man mit diesen Suchbegriffen bei Suchmaschinen wie Google & Co. möglichst weit vorne gefunden werden. Als ich vor Jahren mit dem Bloggen begann, habe ich meine Texte einfach nur runter geschrieben, da es mir darum ging, mein Wissen zu transportieren. Doch was bringt es, das eigene Wissen ins Netz zu stellen, wenn es dort nicht gefunden wird! Nun, ich hatte das Glück, dass selbst mit dem bloßen Schreiben meiner Artikel, dass von mir gewünschte Publikum erreichte. Im Laufe der Jahre hat das Netz jedoch einen Boom erlebt und ohne ein gewisses SEO – Content Wissen ist es nicht mehr möglich in der Liga der 1. Ergebnisseite mitzuspielen – zumindest nicht für jeden 😊.

Möchte man seine Texte SEO tauglich machen, bedarf es einzuhaltender Regeln.

### Unique Content

Seien Sie selbst und schreiben Sie selbst. Schmücken Sie sich nicht mit fremden Federn Ihres Wettbewerbs indem Sie Texte 1 zu 1 kopieren. Dies wird durch Google abgewertet, da es sich hierbei um “duplicate content” handelt. Seien Sie daher kreativ und bemüht unverwechselbare, einmalige Texte zu schaffen, dem nicht nur der Besucher, sondern auch die Suchmaschine nicht widerstehen kann. Wenn Sie nun Bedenken haben, dass Ihre Texte geklaut werden, dann empfehle ich Teile Ihrer Texte über Google Alerts einzustellen. Des Weiteren erkennt Google, welches das Original bzw. Duplicate Content ist.

## Länge des Textes

Wer hat den Längsten? Dieser Spruch ist Ihnen sicherlich schon einmal begegnet. So verhält es sich auch bei der Suchmaschinenoptimierung von Texten. Texte sollten daher aus mindestens 300, eher jedoch 500 Wörtern bestehen. Je mehr Wörter in einen Artikel einfließen, desto mehr relevante Keywords in der entsprechenden Keyword-Dichte können Sie darin unterbringen. Behalten Sie bei der Länge des Textes jedoch nicht nur die Suchmaschine, nein auch den Leser im Fokus. Dieser möchte nämlich Fakten präsentiert bekommen und nicht das Gefühl haben, man würde den Artikel nur künstlich in die Länge ziehen.

## Keyword-Dichte – Die richtige Mischung aus Textes und Keywords

Versuchen Sie nicht jedes 5. Wort im Text mit einem schlagkräftigen Keyword zu belegen. Entscheidend hierbei ist, dass die relevanten Keywords richtig positioniert sind, so dass auch Suchmaschinen die Relevanz dieser Keywords wahrnehmen. Gemessen an der Anzahl aller Wörter würde ich eine Keyword-Dichte von 4% nicht überschreiten. Ein überperformen der Keyword-Dichte kann zur Folge haben, dass Google diesen Content als Spam deklariert, weil der Anteil des Keywords gemessen an der Anzahl der Wörter des gesamten Textes zu hoch ist.

## Keywords

Das positionieren relevanter Suchbegriffe in Texten ist für Suchmaschinenoptimierung das wohl wichtigste Kriterium. Zunächst sollte man sich darüber im Klaren sein, welche Keywords für diese Seite am besten mit dem Inhalt matchen. Als User finde ich es immer wieder erstaunlich, welche Inhalte sich hinter manchen Suchbegriffen verbergen. Suchmaschinenoptimierung wird einzig und allein für Menschen betrieben, die ihre Inhalte lesen sollen. Achten Sie darauf, dass die Qualität des Textes nicht aufgrund lastiger Keyword-Optimierung leidet. Texte müssen nach wie vor einfach und verständlich zu lesen sein.

### **Kostenlose Keyword-Tools:**

- [Google Keyword Tool](#)
- [Ranking-Check](#)
- [Overture](#)
- [Suchmaschinentricks](#)
- [KSO Keyword Datenbank](#)
- [Webmasterplan](#)
- [Rankhigher](#)
- [7search](#)


## Keywords und Synonyme

Verwenden Sie nicht immer dieselben Worte, sondern variieren Sie durch ansprechende Synonyme. Diese werden zwar bei Suchanfragen nicht in der Häufigkeit abgefragt, bewirken durch ihre Einbindung in den Inhalt ein angenehmeres Lesen des Textes sowie die Erhöhung der Keyword-Reichweite. Synonyme eines Wortes lassen sich mit MS Word, aber auch mit [Woxikon](#) ermitteln.

## Gliederung von Texten

Menschen, die aufgrund einer Suchanfrage auf Ihre Website gelangen, möchten hier lediglich die von Ihnen gesuchte Information vorfinden. Eine gute Gliederung des Textes unterstützt den Suchenden dabei, schnell auf relevante Informationen Zugriff zu erhalten. Schaffen Sie ausreichend Platz mit Absätzen, heben Sie wichtige Informationen innerhalb des Textes durch Fettdruck hervor und fügen Sie Zwischenüberschriften (H2/H3 Tags) für mehr Transparenz ein. Achten Sie vor allem darauf, dass Sie innerhalb eines Absatzes/ einer Zwischenüberschrift keinerlei Überschneidungen zu anderen Absätzen/ Zwischenüberschriften bilden. Der Leser wird es Ihnen danken.

## Titel und Überschrift

[SEO Grundlagen: Suchmaschinenoptimierung für Bilder und Grafiken ...](#)   
28. Mai 2011 ... SEO Grundlagen: Suchmaschinenoptimierung für Bilder und Grafiken -  
Tipps und Anregungen zur Suchmaschinenoptimierung für die Google und Bing ...  
[seo-search-engine-optimization.de/seo-grundlagen-bilder-und-suchmaschinenoptimierung/](#) - Im Cache

Der Titel einer jeden Webseite ist gerade für die Suchergebnisse ein für den Suchenden wichtiges Kriterium. Je aussagekräftiger der Titel in Zusammenspiel mit den gesuchten Keywords im Titel sowie dem darunter befindlichen Text übereinstimmt, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass der Suchende auf Ihren Artikel gelangt. Achten Sie darauf, dass das wichtigste Keyword sowohl im Titel als auch bei der jeweiligen Überschrift an erster Stelle steht. “Die SEO Grundlagen” sagen nicht mehr aus als “SEO Grundlagen”, jedoch steht hier SEO im Vordergrund.

### **Hinweis:**

*Dieses eBook wird regelmäßig überarbeitet und um weitere Bausteine ergänzt.  
Gerne informiere ich Sie, sobald eine neue Version zur Verfügung steht. Hierbei handelt es sich nicht um einen Werbenewsletter, denn diese erhalte ich selbst schon zu Genüge und möchte Sie als Leser nicht vergraulen.*

[\*\*Ja, ich möchte über das eBook Update informiert werden!\*\*](#)

## Neugier wecken

Versuchen Sie gleich zu Beginn des Beitrags, die Neugier des Lesers zu wecken. Nutzen Sie hierzu eine aussagekräftige Überschrift und führen Sie in den ersten beiden Sätzen die wichtigsten Keywords, unter Berücksichtigung der Keyword-Dichte, auf. Um Neugier des Besuchers zu wecken, können Sie beispielsweise Fakten präsentieren oder die Eindrücke mit einer Grafik hervorheben. Der Text muss den Kunden fesseln, so dass die Neugier bis zum Schluss erhalten bleibt.

## Interne Verlinkung mit Bedacht

Hyperlinks sind eine feine Sache, gerade wenn es darum geht, den Besucher zu einem Begriff mit weiteren Informationen zu versorgen. Doch wählen Sie die Anzahl der Links innerhalb eines Textes mit Bedacht. Bedenken Sie, dass der User nicht ohne Grund auf dieser Seite gelandet ist. Links verleiten dazu, die Seite vorzeitig zu verlassen und somit die Folgeseite zur Ausstiegsseite wird. Nutzen Sie statt der Verlinkung eine Informations-/Hinweisbox, welche sich optisch vom regulären Content abhebt – beispielsweise andere Hintergrundfarbe. Stellen Sie auf 2, max. 3 Sätzen Informationen in komprimierter Form zur Verfügung. Möchten Sie Links dazu einsetzen, ausführliche Erläuterungen zu einem Wort zu liefern, dann sollten Sie diese durch ein Popup oder mit einem Layer präsentieren. Der Besucher gelangt dadurch schneller zur ursprünglichen Seite zurück.

Sie sollten nicht mehr als einen Link pro Absatz wählen, wobei ich auch hier noch Einsparpotential sehen würde – alle 2 – 3 Absätze ein Hyperlink. Verlinken Sie nicht mit den Worten “Weitere Informationen zur Suchmaschinenoptimierung von Texten finden Sie hier”. Nicht nur der Leser, nein auch die Suchmaschine nimmt das Wort “hier” als Hyperlink wahr. Nutzen Sie stattdessen Ihre wichtigste Waffe – relevante Keywords – für den Hyperlink – “Erfahren Sie mehr über das Thema **Suchmaschinenoptimierung von Texten**“.

## Verwendung von Bildmaterial in Artikeln

Bildmaterial dient nicht nur zur Veranschaulichung, es lockert gleichzeitig auch die Atmosphäre und gibt dem Besucher die Möglichkeit, bereits aufgenommene Informationen zu verarbeiten. Das Einbinden von Bildern wirkt sich auch positiv in der Suchmaschinenoptimierung aus. Sie sollten jedoch darauf achten, dass Sie wissen, woher das Bild stammt. Einfach aus dem Netz klauen, kann schnell eine Abmahnung zur Folge haben. Weitere Informationen zur Suchmaschinenoptimierung von Bildern habe ich im Artikel [SEO Grundlagen: Bilder und Suchmaschinenoptimierung](#) ausführlich beschrieben.

## SEO Plugins für WordPress

Schaut man sich bei WordPress die Auswahl an SEO Plugins – Erweiterungen zur Suchmaschinenoptimierung, des eigenen Weblogs an, weiß man an Einsteiger häufig nicht, welches Plugin man nutzen sollte.

### Plugin wpSEO



Möchten Sie Ihr Weblog erfolgreich etablieren, kommen Sie um das wohl bekannteste und beliebteste SEO Plugin – [wpSEO](#) nicht herum. Auch wenn das Plugin nicht kostenlos erhältlich ist, so ist dies preislich sehr erschwinglich. Mit dem Kauf des Plugins steht Ihnen zudem auch kostenloser Support für die Nutzung des Plugins zur Verfügung. Zudem kaufen Sie mit diesem Plugin ein wahrliches Meisterstück zur Suchmaschinenoptimierung. Nach der Installation des Plugins, finden Sie in der Sidebar

des Dashboards den Reiter „wpSEO“ und darunter zahlreiche Optionen der Einstellung. Hierzu sollten Sie sich ausgiebig Zeit für nehmen, da es sich um die Grundeinstellungen zur Suchmaschinenoptimierung Ihres Weblogs handelt. Innerhalb eines jeden Artikels steht es Ihnen dann frei, ob Sie diesen noch zusätzlich für Suchmaschinen optimieren möchten, oder nicht.

wpSEO

**Beschreibung** Wörter: 0 / Zeichen: 140 - 0 = 140

**Robots**

**Canonical URL**

**Redirect URL**

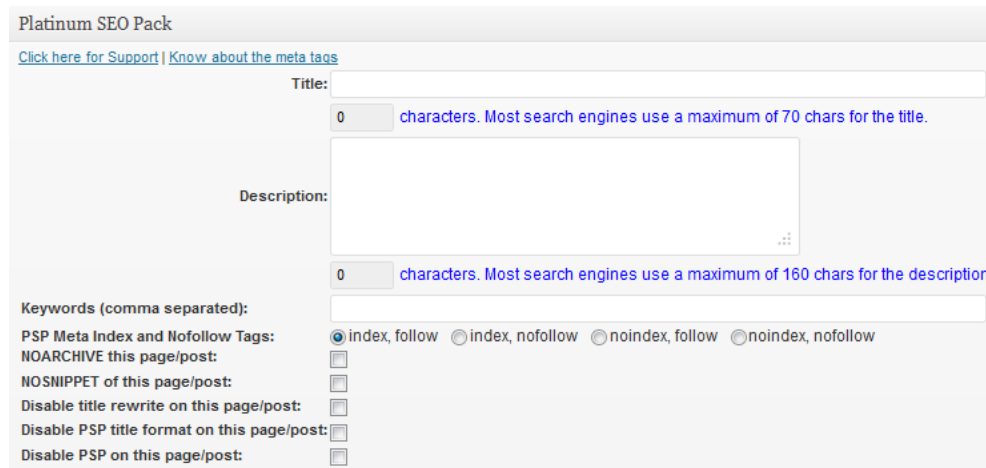
Keine Optimierung

Da man nicht gerne die Katze im Sack kauft, steht wpSEO für einen Testzeitraum kostenlos zur Verfügung. Das Plugin deaktiviert sich nach dem Testzeitraum automatisch. Zahlreiche Blogger haben sich bereits für wpSEO entschieden.

Neben dem kostenpflichtigen Plugin gibt es jedoch auch eine Reihe an sinnvollen, kostenlosen SEO Plugins für WordPress, die ich Ihnen nicht vorenthalten möchte.

## Plugin: Platinum SEO Pack

Das Platinum SEO Pack ist sicherlich eines der verbreitetsten, kostenlosen SEO Plugins für WordPress. Nach der Installation des Platinum SEO Packs können Sie dies über die Sidebar im Backend ansteuern, um dort die Grundkonfiguration vorzunehmen. Beim Schreiben eines neuen Artikels können Sie über den Platinum SEO Reiter, spezifische Angaben zum Artikel machen.



The screenshot shows the Platinum SEO Pack configuration interface. At the top, there are links for "Click here for Support" and "Know about the meta tags". Below this, there are three main input fields: "Title:", "Description:", and "Keywords (comma separated):". Each of these fields has a character count indicator (0) and a note: "characters. Most search engines use a maximum of 70 chars for the title." for the title, and "characters. Most search engines use a maximum of 160 chars for the description." for the description. Below the keywords field, there are several options with radio buttons and checkboxes: "PSP Meta Index and Nofollow Tags:" with options for "index, follow" (selected), "index, nofollow", "noindex, follow", and "noindex, nofollow"; "NOARCHIVE this page/post:" with a checkbox; "NOSNIPPET of this page/post:" with a checkbox; "Disable title rewrite on this page/post:" with a checkbox; "Disable PSP title format on this page/post:" with a checkbox; and "Disable PSP on this page/post:" with a checkbox.

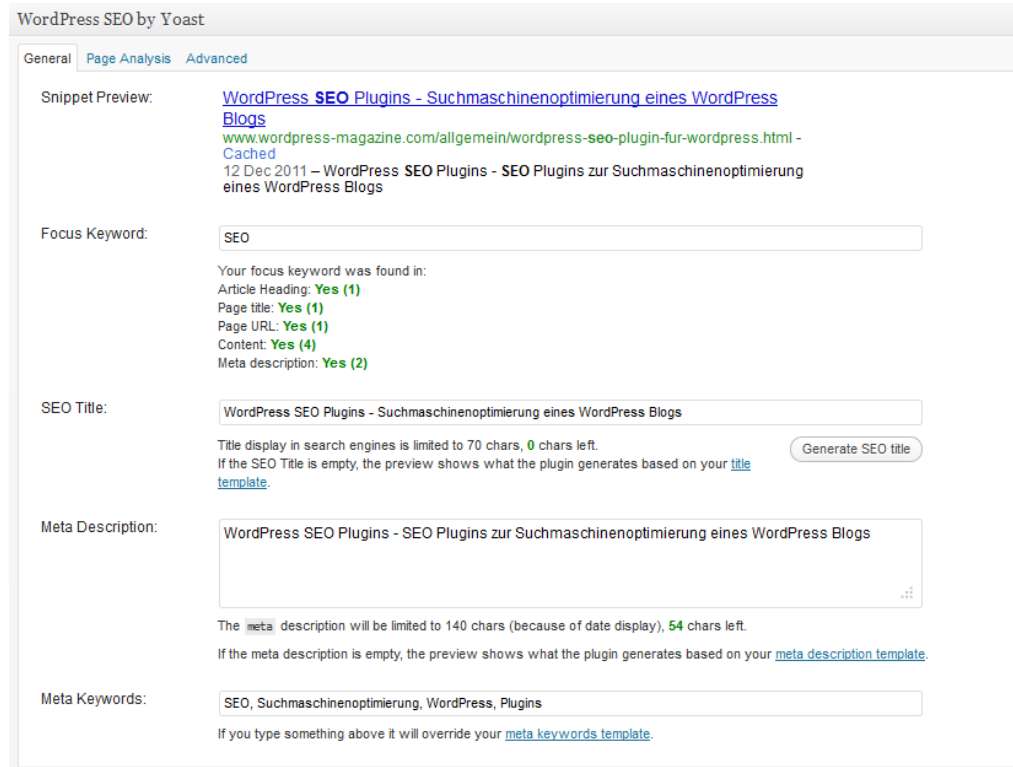
Normalerweise bildet der Titel des Blog-Artikels zeitgleich auch den Title-Tag. Dies können Sie hier jedoch verändern. Zudem wird Ihnen angezeigt, wie viele Zeichen Ihnen sowohl für den Title, als auch für die Beschreibung noch zur Verfügung stehen. Auch die Meta-Keywords, welche über die Jahre an Bedeutung verloren haben, können erfasst werden. Ein weiteres wichtiges Feature ist ob Suchmaschinen diese Seite indexieren und den darin enthaltenen Links folgen sollen.

## Plugin: SEO Friendly Images

Mit dem WordPress Plugin „SEO Friendly Images“ werden alle Bilder, welche Sie in Ihren Blog eingebunden haben, für Suchmaschinen optimiert, mit einem Alt- und Title-Tag, aufbereitet. Denn auch das Optimieren von Bildern trägt mitunter zum Erfolg eines Weblogs bei.

## Yoast SEO Plugin

Das Yoast SEO Plugin für WordPress muss nach der Installation gleich konfiguriert werden, da ansonsten auf allen Seiten nur der Sitename, sprich Name des Blogs erscheint und nicht der Titel des Artikels. Diese Einstellungen nehmen Sie über die Sidebar vor.



WordPress SEO by Yoast

General | Page Analysis | Advanced

Snippet Preview: [WordPress SEO Plugins - Suchmaschinenoptimierung eines WordPress Blogs](#)  
[www.wordpress-magazine.com/allgemein/wordpress-seo-plugin-fur-wordpress.html](#) - Cached  
12 Dec 2011 – WordPress SEO Plugins - SEO Plugins zur Suchmaschinenoptimierung eines WordPress Blogs

Focus Keyword:

Your focus keyword was found in:  
Article Heading: **Yes (1)**  
Page title: **Yes (1)**  
Page URL: **Yes (1)**  
Content: **Yes (4)**  
Meta description: **Yes (2)**

SEO Title:

Title display in search engines is limited to 70 chars, 0 chars left.  
If the SEO Title is empty, the preview shows what the plugin generates based on your [title template](#).

Meta Description:

The meta description will be limited to 140 chars (because of date display), 54 chars left.  
If the meta description is empty, the preview shows what the plugin generates based on your [meta description template](#).

Meta Keywords:

If you type something above it will override your [meta keywords template](#).

Im Artikel selbst findet, wie beim Platinum SEO Plugin, die Optimierung eines jeden Artikels statt. Was für dieses Plugin spricht, dass Sie als Betreiber des Blogs gleich sehen, wie Ihre hinterlegten Informationen auf der Suchergebnisseite bei Google aussehen würden. Zudem zeigt Ihnen das Plugin auch, wie häufig ihr wichtigstes Keyword im Title, Content, Meta-Description und als Meta-Keyword vorkommt. Zwei weitere Reiter stehen Ihnen zur Verfügung, über welche Sie definieren können, ob Suchmaschinen diese Seite indexieren dürfen und darin enthaltenen Links auch folgen können. Aber auch die Möglichkeit einen 301 Redirect zu platzieren wurden gut implementiert.

### *Tipp:*

*Weitere Informationen zu den jeweiligen Plugins erhalten Sie, indem Sie auf nachfolgende Links klicken:*

[SEO Friendly Images](#) | [Yoast](#) | [Platinum SEO Pack](#)

## Wege zum gelungenen Blog Artikel

# Wege zum gelungenen Blogpost!

Das Stehlen, manch einer versteht nur Kopieren 🤖, von fremden Inhalten (Content) ist für Profis ein Tabu. Ein Weblog ist ein OnlineTagebuch und in ihr eigenes Tagebuch schreiben Sie auch nicht die Gedanken anderer, sondern Ihre eigenen Gedanken nieder. Außerdem lässt sich geklauter Content sehr schnell erkennen. So begeistern Sie ihre Leser!

Wer beim Bloggen seinen Besuchern interessante Beiträge bieten möchte, muss schon mehr liefern als einen Dreizeiler. Doch selbst mit viel Content lauern noch zahlreiche Optionen zur Verbesserung.

### Content Klau ist Tabu

Das Stehlen, manch einer versteht nur Kopieren 🤖, fremder Inhalte (Content) ist für Profis ein Tabu. Ein Weblog ist ein OnlineTagebuch und in das eigene Tagebuch schreiben Sie auch nicht die Gedanken anderer, sondern Ihre eigenen Gedanken nieder. Außerdem lässt sich geklauter Content sehr schnell erkennen, da der Stil, mit welchem Sie ihre eigenen Artikel schreiben von geklauten Texten deutlich abweicht.

### Ideen, Gedanken & Impulse zu einem neuen Blogartikel

Die meisten Blogposts enden bereits nach weniger als 10 Zeilen. Grund dafür ist, dass der Autor sich schlecht, bzw. gar nicht mit dem Thema auseinandergesetzt hat. Gut ausgearbeitete Blogposts bringt langfristig mehr Besucher, als ein Artikel der kurzen Variante. Nehmen Sie sich zunächst ein Blatt Papier und schreiben Sie stichwortartig (Keywords) auf, was im Fokus des Artikels stehen soll. Beginnen Sie mit der Recherche zu diesem Artikel, blicken Sie über den Tellerrand hinaus und machen Sie sich mit Pro und Contra vertraut.

### Aussagekräftiger Titel

**Wählen eines aussagekräftigen Titels** – steht bewusst bei mir nicht an Position 1, denn ein Titel reift mit dem Beitrag welchen man schreibt. Der Titel eines Beitrages ist für dessen Attraktivität verantwortlich. Mit der Publizierung des Artikels sollte man allerdings keinen nachträglichen Änderungen am Titel mehr vornehmen. Der Titel sollte schlagkräftige Keywords enthalten.

### Formatierung des Blogposts

Mit einer vernünftigen Formatierung eines Blogposts schafft man eine Struktur was auch dem Besucher, durch eine saubere Beitragsgliederung zu Gute kommt. Die schafft man durch das Setzen von Überschriften <h1> bis <h6>. Ihr werdet schnell erkennen, dass Ihr alleine mit dieser Strukturierung einen Mehrwert für euren Blog geschaffen habt. Mit dem Platzieren der Überschriften TAGs <h1> bis <h6> innerhalb eines Artikels, leistet man auch einen Beitrag zur Suchmaschinenoptimierung.

## **Relevante Links**

Beim Schreiben von Beiträgen, wird zur Recherche sehr häufig Google zu rate gezogen. Ich empfehle das verlinken auf Websites, sowie Dokumente, welche zur Reifung des Artikels beigetragen haben. So können die Leser auch sehen, weshalb das so ist, wie es ist 😊. Gerade wenn es um Meinungen zu einem brisanten Thema geht, kann man mit der Verlinkung, sowohl Pro als auch Kontra anderer Blogger abbilden, selbst wenn man eine ganz andere Meinung zu diesem Thema einbringt.

## **Anfang und Ende**

Sowohl der Anfang, als auch das Ende eines BlogPosts spielen eine bedeutende Rolle, wenn es darum geht wiederkehrende Besucher zu "generieren", bzw. den Besucher zum Lesen des kompletten Beitrages aufzufordern.

## **Der Anfang eines BlogPosts**

Wer bereits zu Beginn des BlogPosts die falschen Worte wählt, nicht die aus dem Titel abgeleiteten Informationen übermittelt, riskiert, dass der Besucher nach den ersten 3 Sätze die Seite wieder verlassen wird. Wichtig ist, dass die wichtigsten Informationen bereits am Anfang des BlogPosts stehen. Alles was im Anschluss folgt, kann beispielsweise eine ausführliche Erläuterung zum Post sein. Überzeugt man den Besucher bereits mit der Zusammenfassung, wird er mit hoher Wahrscheinlichkeit auch den restlichen Beitrag lesen und ggf. auch relevante Artikel.

## Das Ende eines BlogPosts

Ein Blog Post beinhaltet ein Anfang und ein Ende. Wenn ich einen Blog Artikel lese, möchte ich nicht das Gefühl haben der Autor hätte abrupt aufgehört zu schreiben, als hätte er die Lust daran verloren oder keine Zeit mehr gehabt das Werk zu vollenden.

Ein Beitrag kann natürlich auch mit einer offenen Frage enden, um über die Kommentarfunktion in Diskussion mit dem Besucher zu treten.

Idealerweise endet der Artikel jedoch mit einem Fazit des Autors.

## Erläutern von Fachbegriffen

Auf Themenblogs tummeln sich viele Fachbegriffe, deren Bedeutung ein Teil der Besucher nicht kennt. Beschreibt diese Begriffe, entweder auf Seiten oder Beiträgen, vielleicht unter dem Titel “Was ist...?”, “Was bedeutet...?” oder “Was versteht man unter...?”. Um sich die Arbeit mit dem Verlinken zu erleichtern, sollte man dies dem Plugin **KB Linker** überlassen.

### *Hinweis:*

*Dieses eBook wird regelmäßig überarbeitet und um weitere Bausteine ergänzt. Gerne informiere ich Sie, sobald eine neue Version zur Verfügung steht. Hierbei handelt es sich nicht um einen Werbenewsletter, denn diese erhalte ich selbst schon zu Genüge und möchte Sie als Leser nicht vergraulen.*

[\*Ja, ich möchte über das eBook Update informiert werden!\*](#)

Wie bereits eingangs erwähnt, wird dieses eBook weiter ausgebaut, also nicht wundern, wenn Sie nun bereits am Ende angekommen sind. Über den WordPress-Magazine.com Newsletter informiere ich Sie, sobald eine neue Version des eBooks verfügbar ist.

Ich hoffe dennoch, dass ich Ihnen mit den von mir niedergeschriebenen Informationen, neben der Installation von WordPress, auch einen kleinen Einblick in den Betrieb sowie die Bloggerwelt gewähren konnte.

Das eBook ist kostenlos, dennoch würde ich mich nicht dagegen wehren, wenn Sie mir ein paar Groschen zukommen lassen würden ;-). Natürlich freue ich mich auch über einen Backlink oder die Erwähnung auf Facebook, Twitter oder Google Plus.



Vielen Dank!

Ihr Markus Breitenstein

<http://www.wordpress-magazine.com>