

pr-txt
Marco Michels
Jahnstraße 51
35394 Gießen
0641 – 5817427
mm@pr-txt.de
www.pr-txt.de

Gießen, den 02.12.2021

Pressemitteilung

Glossar? Na klar!

Was bringt der SEO-Trend Glossar und wie glossiert man richtig?

Im Content-Kampf um Google-Rankings erklimmen Glossare aktuell Top-Positionen. Denn sie bieten nahezu unbegrenzte Möglichkeiten, Websites mit Key-Words vollzustopfen, die Keyword-Dichte zu maximieren und Google-Algorithmen zu befeuern. Dabei sollte darauf geachtet werden, dass der Content auch passt: zum Produkt, zum Unternehmen und zum Anspruch der Marke. Denn was passiert, wenn ein Interessent zwar auf eine Seite gelockt wird, hier aber von schlechten Glossar-Texten nachhaltig verunsichert oder gar abgeschreckt wird?

Glossare sind mehr als Content- und Keyword-Speicher

Erfolgreiches Inbound-Marketing braucht unigen Content mit Mehrwert, um zu funktionieren. Glossare sind dafür echte Multi-Talente. Als Inhaltsbooster transportieren sie relevante Key-Words verpackt in sachliche Informationen und bieten viele Möglichkeiten, diese zu erweitern und zu aktualisieren. Interessierten Nutzern bieten Glossar-Texte überdies die Möglichkeit, sich gezielt über einzelne Fachbegriffe zu informieren und zu verstehen, welche technischen Grundlagen und inhaltlichen Schwerpunkte es in einem Unternehmen gibt. Darüber hinaus eignen sie sich, um die interne Verlinkung einer Seite mit Hyperlinks und Querverweisen zu optimieren. Das bietet Lesern einen relevanten Mehrwert und dem Algorithmus gute Gründe, die Seite besser zu ranken.

Braucht jetzt jeder ein Glossar?

Glaubt man den Web-Strategen, lautet die Antwort in jedem Fall: ja. Dabei liegt es auf der Hand, dass Glossare insbesondere dann sinnvoll sind, wenn es auch etwas zu glossieren gibt. Das ist naturgemäß bei technisch anspruchsvollen Themen, erklärungsbedürftigen Produkten und spezialisierten Dienstleistungen im B2B-Bereich der Fall. Hier tummeln sich in der Regel viele Fachbegriffe, die in der Tiefe erklärt werden wollen, Materialien, zu denen viel zu sagen ist, und Verfahren und Prozesse, die auf eine Erläuterung warten. Nicht zu vergessen sind dabei die ganzen Normen, Vorschriften, Regularien und Vorgaben, die sich hervorragend für Key-Words und Content eignen. Weiterhin werden Glossare umso wichtiger, je intensiver der Markt bereits von Wettbewerbern bearbeitet wird, also je mehr Content bereits im Netz kursiert.

Getretener Quark wird breit nicht stark.

Aber Achtung: Wie bei allen Texten gilt auch bei Glossar-Einträgen: Gute Texte helfen. So sind keyword-optimierte Glossar-Texte zwar tendenziell sperriger und trockener als klassische Webseiten-Texte, dennoch sollten sie sich an einigen Grundregeln orientieren. Vollständige Sätze gehören da ebenso dazu wie eine gute Struktur und eine klare Argumentation. Der Textaufbau darf Sinn machen und der Leser sollte den Gedanken folgen können. Und unique muss es natürlich sein. So nutzt es nichts, Teile der eigenen Website nochmal ins Glossar zu stellen, oder Wikipedia-Einträge zu kopieren. Gute Glossare überzeugen mit fach- und sachgerecht aufbereiteten Informationen, die gut recherchiert sind und inhaltlich natürlich in die Karten des veröffentlichenden Unternehmens spielen.

Zwischen Suchmaschine und gesundem Menschenverstand

Wer Suchmaschinenoptimierung betreibt, sollte auch seine Zielgruppen im Auge behalten. Ein potenzieller Interessent, der auf jedes Buzzword springt, ist genauso schnell wieder weg und möglicherweise auch nicht den guten Argumenten für ein hochwertiges Produkt zugänglich. Das gilt auch für Glossar-Einträge und bedeutet, dass diese zunächst gute Informationen strukturiert aufbereiten sollten. Daraus ergibt sich naturgemäß bereits eine hohe Key-Word-Dichte. Diese kann anschließend gezielt – und bis zur Grenze der Sinnhaftigkeit und Lesbarkeit – mit Fachbegriffen weiter angereichert werden. Für eine optimale Auffindbarkeit sollte überdies auch die Textlänge bewusst gewählt werden. Darüber hinaus darf ein Glossar-Eintrag auch mehr als nur Text enthalten: Bilder, Grafiken und Animationen mit entsprechenden Unterschriften und Erläuterungen veranschaulichen nicht nur das Glossar-Thema, sondern sammeln ganz nebenbei auch fleißig SEO-Punkte.

Licht ins technische Dunkel bringen

Die Textagentur pr-txt schreibt solche Texte. Sie ist auf technische Produkte und anspruchsvolle Dienstleistungen spezialisiert. Seit mehr als 20 Jahren textet pr-txt für namhafte Kunden unter anderem aus den Bereichen Maschinen- und Anlagenbau, Automotive, Pharma- und Medizintechnik sowie Foodservice-Equipment und nachhaltige Energie. Viele stammen aus dem Großraum Gießen und Mittelhessen. Dank Teams, Skype und Co. gibt es darüber hinaus auch überregional langjährige Partnerschaften unter anderem in Frankfurt, München, Hamburg und Österreich.

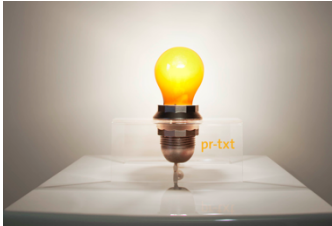
Weitere Infos unter: www.pr-txt.de

4.444 Zeichen inkl. Leerzeichen

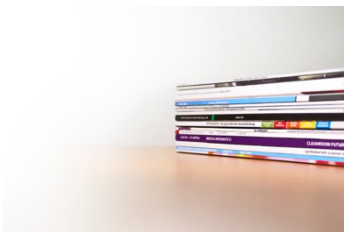
Abdruck honorarfrei, bitte geben Sie als Quelle pr-txt an. Bitte senden Sie einen Link oder ein Belegexemplar an obige Adresse. Hochauflösende Bilder auf Anfrage.



Wer schreibt, der bleibt: Seit mehr als 20 Jahren hängt Marco Michels an den Tasten.



Licht ins Dunkel bringen: Glossar-Texte sind weit mehr als billige Abladeplätze für ungelesene Keywords.



Content braucht Konzept: Vor dem Texten steht das Verstehen, um komplexe Inhalte zu vermitteln.