

## TYPO3: Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Mithilfe der Suchmaschinenoptimierung (kurz SEO für Search Engine Optimisation) können Sie selbst erheblich dazu beitragen, dass Ihre Webseiten schnell und effektiv von Google & Co. gefunden werden. Es erhöht nicht nur die Auffindbarkeit Ihres Webauftritts und der darin enthaltenen Informationen, sondern auch die Benutzerfreundlichkeit Ihrer Seiten. Den größten Anteil zur guten Auffindbarkeit Ihrer Seiten über Suchmaschinen leisten dabei Ihre gut strukturierten Inhalte und der Aufbau Ihrer Seiten.

Für einen besseren und effektiveren Webauftritt sind vor allem aussagekräftige Seitentitel, relevante Schlüsselwörter und gut strukturierte Seiten relevant (S. 2). Außerdem spielen für SEO die Überschriften-Hierarchie und „sprechende“ Links eine große Rolle (S. 3). Weitere wichtige Punkte, die Sie beachten sollten, sind die Bearbeitung der Seiteneigenschaften (S.3), die Setzung der Title-TAGs (S. 4), Bestimmung des Präfixes und Suffixes (S. 5). Da soziale Medien immer mehr an Relevanz gewinnen, wird dieses Thema ebenfalls behandelt (S. 5-7). Weitere relevante Felder der SEO sind die Meta-Description (S. 8) und Meta-Tags (S. 9).

### Inhalt

TYPO3: Suchmaschinenoptimierung (SEO) .....	1
Wichtige redaktionelle Tipps .....	2
Eindeutige und aussagekräftige Seitentitel verwenden .....	2
Schlüsselwörter auf der Webseite .....	2
Wiederholung der Schlüsselwörter auf der Seite .....	2
Gute Strukturierung und Aufbereitung Ihrer Seite.....	2
Barrierefreiheit beachten .....	3
Überschriften-Hierarchie beachten .....	3
„Sprechende“ Links verwenden .....	3
Sinnvolle Platzierung der Seite in der Navigation .....	3
Webseiten aktuell halten .....	3
Seiteneigenschaften bearbeiten.....	4
Seiteneinstellungen (SEO-Reiter).....	4
Title-TAG .....	4
Präfix und Suffix.....	5
Vorschaubild für soziale Medien .....	6
Neue Relation erstellen (Vorschaubild aus Dateiliste hochladen) .....	6

Verbergen und Löschen des Vorschaubildes .....	7
Eintragen der Beschreibung (Meta-Description) .....	8
Faustregeln für einen perfekten SEO-Teaser.....	9
Meta-Tags (Schlagworte) eingeben (optional).....	9
Kostenlose Tools zur Keywordrecherche .....	10
Ansprechpersonen .....	10

## Wichtige redaktionelle Tipps

### Eindeutige und aussagekräftige Seitentitel verwenden

Vergeben Sie Seitentitel, die den Inhalt der Seite in wenigen Worten zusammenfassen. Wichtige und relevante Schlüsselwörter zum Inhalt Ihrer Seite sollten nach Möglichkeit bereits im Seitentitel verwendet werden. Überlegen Sie im Rahmen dessen, welche Suchbegriffe von Interessierten verwendet werden könnten, um Ihre Seite über Google und Co. zu finden.

### Schlüsselwörter auf der Webseite

Schlüsselwörter haben eine hohe Relevanz für die Optimierung der Webseiten und erhöhen die Auffindbarkeit Ihres Webauftritts. Daher sollten sowohl die Überschriften als auch der restliche Text Ihrer Seite relevanten Inhalt abbilden. Damit Ihre Seite in den oberen Suchergebnissen erscheint, muss der auf Ihrer Seite dargestellte Inhalt zu dem von den Nutzern eingegebenen Suchbegriff passen. Deswegen müssen relevante Schlüsselwörter auf Ihrer Seite vorhanden sein. Für eine effektive Auswahl der Schlüsselwörter sind beispielsweise zwei Tools sehr hilfreich: von Google angebotenes Tool „[Keyword-Planer](#)“ sowie von Bing „[Schlüsselwort-Recherche](#)“ (Hinweis: um die Tools nutzen zu können, müssen Sie sich bei Bing Ads mit einem Microsoft Konto und für den Google Keyword Planer mit einem Google Konto anmelden). Außerdem eignet sich [Google Trends](#) als hilfreich, um aktuelle und ältere Suchen sowie Keywords und Themen zu erkunden.

### Wiederholung der Schlüsselwörter auf der Seite

Die Schlüsselwörter sollten zum einen im Seitentitel, zum anderen aber auch im restlichen Text auf Ihrer Seite aufgegriffen und wiederholt werden. Verwenden Sie statt zahlreicher Synonyme stets den gleichen Begriff, wenn es sich um ein Schlüsselwort handelt.

### Gute Strukturierung und Aufbereitung Ihrer Seite

Nicht nur die Besucher\*innen Ihrer Webseite profitieren von einer übersichtlichen Darstellung – auch im Sinne der Suchmaschinenoptimierung sollten Sie auf eine gute Seitenstruktur und eine organisierte Darstellung der Inhalte achten. Vergeben Sie aussagekräftige und hierarchisch organisierte Überschriften, stellen

Sie lediglich thematisch relevante, prägnante und qualitativ hochwertige Informationen auf Ihrer Seite online und nutzen Sie, falls vorhanden, barrierefreie Multimedia-Inhalte, um den Mehrwert Ihrer Seite zu erhöhen.

#### Barrierefreiheit beachten

Je besser die Barrierefreiheit auf Ihrer Webseite ist, desto relevanter ist Ihre Webseite für Suchmaschinen. Neben einer sinnvollen Überschriften-Hierarchie sollte Ihre Webseite über Titel- und Alternativtexte für Bilder, Fremdsprachen- und Abkürzungsmarkierungen sowie "sprechende" Links verfügen. Benennen Sie daher alle Dateien, Bilder und Videos, die Sie auf Ihrer Seite verwenden. Bitte verwenden Sie bei der Benennung keinen Fließtext, sondern Binde- und Unterstriche, z.B. wäre die Benennung eines Bildes „Luftbildaufnahme\_Campus\_Universität\_Passau“. Weitere Informationen finden Sie in den [TYPO3-Anleitungen zur Barrierefreiheit](#).

#### Überschriften-Hierarchie beachten

Suchmaschinen bewerten die Relevanz der Webseiten-Inhalte anhand der verwendeten Überschriften-Hierarchien. Schlüsselwörter und wichtige Informationen sollten dementsprechend direkt im Seitentitel (H1) oder einer großen Seitenüberschrift (H2) aufgegriffen werden. Informationen, die in kleineren Überschriften (H3 und H4) aufgeführt werden, sind für Suchmaschinen weniger relevant.

#### "Sprechende" Links verwenden

"Sprechende" Links sind Links, die den Inhalt der verlinkten Seite oder des verlinkten Dokuments zusammenfassen. Vermeiden Sie beim Verlinken also das Einfügen von kompletten URLs oder Formulierungen wie "Weitere Informationen finden Sie hier". Benutzen Sie stattdessen Formulierungen wie "Weitere Informationen finden Sie im Veranstaltungskalender der Universität Passau."

#### Sinnvolle Platzierung der Seite in der Navigation

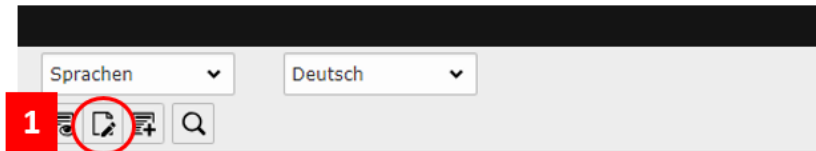
Ähnlich wie bei der Überschriften-Hierarchie ist es wichtig, dass relevante Seiten einen möglichst präsenten Platz in der Navigation erhalten. Stellen Sie wichtige Informationen also direkt auf die erste Seitenebene, anstatt auf eine Unterseite. Insgesamt profitiert Ihr Webauftritt von einer flachen Navigationshierarchie. Für Besucher\*innen interessante Inhalte sollten mit höchstens drei bis vier Klicks erreichbar sein.

#### Webseiten aktuell halten

Überprüfen und aktualisieren Sie Ihre Webseite regelmäßig, damit die dort hinterlegten Informationen aktuell und relevant bleiben. Augenmerk sollte hier vor allem auf Termine oder Fristen sowie auf Links gelegt werden. Interessierte werden dann von der Suchmaschine direkt zu aktuellen Informationen weitergeleitet, anstatt sie auf veraltete, wenn nicht sogar bereits gelöschte Inhalte, weiterzuleiten.

## Seiteneigenschaften bearbeiten

Zusätzlich zur redaktionellen Bearbeitung Ihrer Inhalte können Sie einige Maßnahmen ergreifen, die auf der Seite nicht sichtbar sind, die aber wichtige Informationen direkt an Suchmaschinen und soziale Netzwerke kommunizieren. Dafür müssen Sie die Seiteneigenschaften Ihrer Webseite bearbeiten (1).



## Kommunikation und Marketing

Abbildung 1: Seiteneigenschaften bearbeiten

## Seiteneinstellungen (SEO-Reiter)

In den Seiteneinstellungen im TYPO3-Backend finden Sie den Reiter "SEO". Dort können Sie weitere Informationen zur Suchmaschinenoptimierung eintragen.



Abbildung 2: Reiter "SEO"

## Title-TAG

In Typo3 wird für jede Seite ein automatisches Title Tag erzeugt. Dieser ist folgendermaßen aufgebaut: „Seitentitel • Universität Passau“, wobei der Seitentitel den tatsächlichen Seitentitel abbildet.

Grundsätzlich gilt:

- Wählen Sie kurze und präzise Title-TAGs, die den Inhalt Ihrer Seite wiedergeben.
- Beginnen Sie den Titel-TAG mit dem wichtigsten Schlüsselwort (z.B. Universität Passau – Studieninfotag).

- Eine gute Alternative für einen präzisen und originellen Title-TAG ist das Formulieren von Fragen, also z. B. „Wie bewerbe ich mich für einen Studienplatz?“ anstelle von „Bewerbung für einen Studienplatz“.
- Verwenden Sie keine Jahreszahlen in Title-Tags, also nicht „Universität Passau – Studieninfotag 15.10.2020“ und auch keine Abkürzungen, d.h. besser „Bachelor“ oder „Master“ anstatt „B.A.“ oder „M.A.“.

Im Feld "title-TAG" (1) können Sie den Titel der Seite überschreiben, der bei den Ergebnissen einer Google-Suche angezeigt wird. Dies ist sinnvoll, wenn Sie Ihre Seite für die Google-Suche optimieren und sie für potenzielle Besucherinnen und Besucher ansprechender gestalten möchten. Da der „title-TAG“ sich nach der Pixelbreite der Buchstaben richtet, sollte er nicht mehr als **60 Zeichen** enthalten. Für die Seite "Studium" (4) der Universität Passau könnten Sie so beispielsweise als Alternative "Entdecken Sie unser Studienangebot" wählen. 60 sind eigentlich überholt, weil es ja nicht nach Zeichen, sondern Pixelbreite der Buchstaben geht. Ich würde es trotzdem stehen lassen, damit man eine ungefähre Vorstellung hat, wie viel Zeichen es ca. sind.

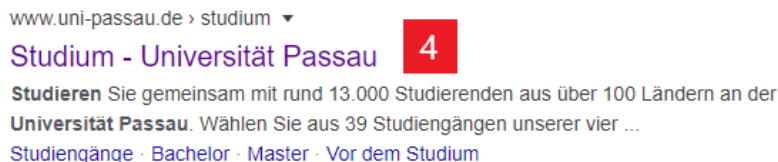


Abbildung 3: Ergebnis eines Title Tags auf der Google-Suche

**Hinweis:** Das Überschreiben eines Title Tags ist insbesondere dann sinnvoll, wenn:

- der Seitentitel zu lang ist. Das ist z. B. der Fall, wenn der Seitentitel im Navigationsmenü länger als zwei Zeilen ist. In diesem Fall sollten Sie den Title Tag überschreiben, eventuell mit demselben Titel, den Sie vielleicht schon als Alternativen Navigationstitel gewählt haben.
- der Seitentitel wichtige Schlüsselwörter nicht enthält, z. B. wenn der Seitentitel „Fachschaft“ lautet, wird als Suchergebnis bei Google „Fachschaft – Universität Passau“ angezeigt. In diesem Fall ist es sinnvoll eine präzisere Bezeichnung auch im Title Tag zu setzen, also z.B. „Fachschaft der Fakultät X – Universität Passau“. Dies gilt ebenfalls für weitere gängige Seitentitel wie „Kontakt“, „Dekanat“, „Publikationen“ etc. – auch hier sollten Sie den Kontext im Titel Tag nennen.

### Präfix und Suffix

Die Felder "Präfix" und "Suffix" (2) bieten Ihnen die Möglichkeit, jeweils vor und nach dem eigentlichen Seitentitel noch Text hinzuzufügen. Damit können Sie die Ergebnisse der Google-Suche ggf. noch ansprechender gestalten.

Unter "Vererbungsmodus" (3) können Sie einstellen, ob Felder wie "Präfix" und "Suffix" für alle Unterseiten vererbt werden oder ob die Einträge nur für die aktuelle Seite gelten sollen. Die Vererbung ist als Standard voreingestellt.

## Vorschaubild für soziale Medien

Wenn Sie für Ihre Webseite ein Vorschaubild für die Anzeige in sozialen Netzwerken hochladen wollen, können Sie dies über den Reiter „SEO“ (5) tun. Unter „Open Graph“ (6) können Sie ein Bild hochladen, das beim Teilen einer Webseite auf Facebook, Instagram und Co. als Vorschaubild angezeigt wird. So können Sie Ihren Posts visuell mehr Aufmerksamkeit verschaffen.

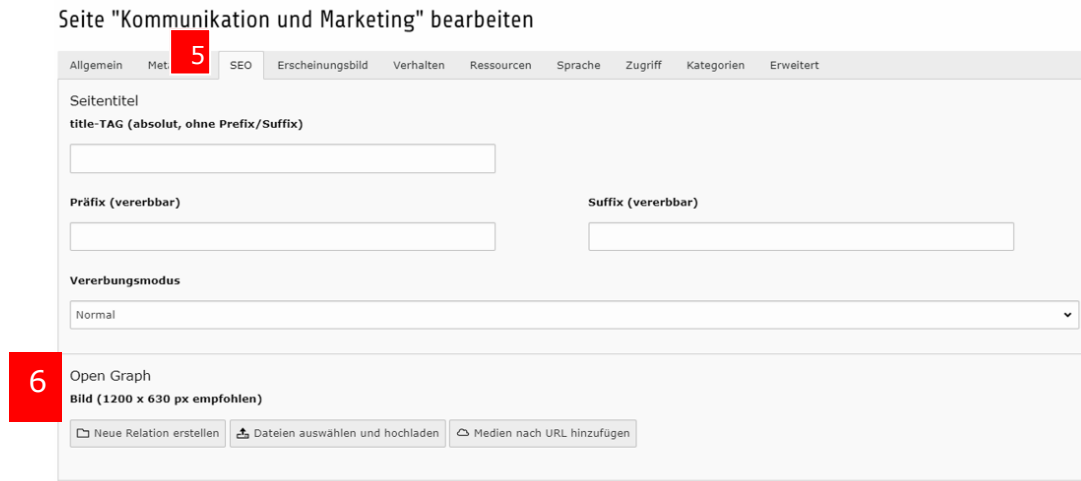


Abbildung 2: Reiter SEO

Wählen Sie die Option „Neue Relation erstellen“ (7), um ein Bild hochzuladen. Sie können nur Bilder über „Neue Relation erstellen“ hinzufügen, die sich bereits in Ihrer Dateiliste befinden.



Abbildung 3: Vorschaubild hochladen

### Neue Relation erstellen (Vorschaubild aus Dateiliste hochladen)

Nach dem Klick auf „Neue Relation erstellen“ (7) öffnet sich ein neues Fenster, in dem Sie das Bild aus dem entsprechenden Ordner aus der Dateiliste auswählen können: Wählen Sie im Verzeichnisbaum den Ordner, aus dem Sie das Bild hochladen möchten (8). Beachten Sie, dass das Bild bereits durch einen Klick auf das Bild selbst (9) in TYPO3 als neue Relation hochgeladen wird.

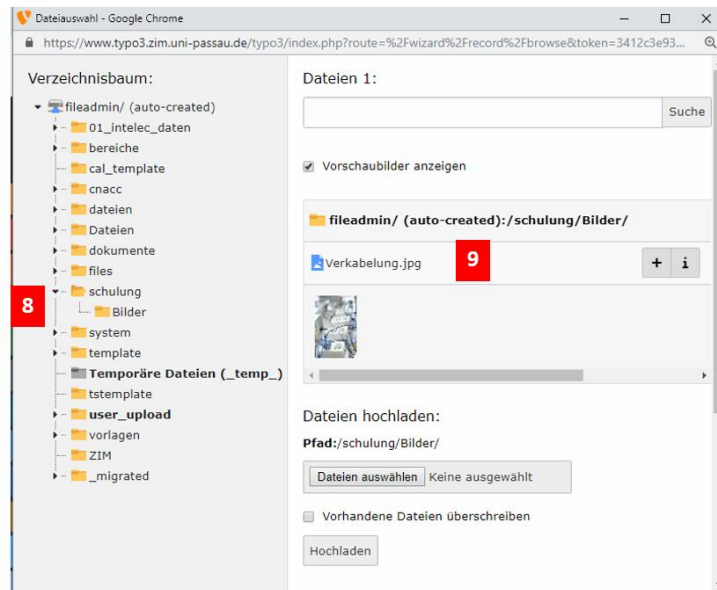


Abbildung 4: Vorschaubild aus Dateiliste auswählen

Nachdem Sie das Bild hochgeladen haben, können Sie es für die Bearbeitung öffnen (10). Im Feld „Titel“ (11) können Sie dem Bild nun einen entsprechenden Titel geben, wenn Sie die Option „Elementspezifischen Wert setzen“ anhaken.



Abbildung 5: Bild bearbeiten

### Verbergen und Löschen des Vorschaubildes

Wenn Sie ein hochgeladenes Vorschaubild verbergen bzw. wieder löschen möchten, wählen Sie hierzu den „On-/Off-Schalter“ (12), um das Bild zu verbergen. Für das Löschen eines Bildes wählen Sie das „Mülltonnen“-Symbol (13). Nachdem Sie das „Mülltonnen“-Symbol angeklickt haben, bestätigen Sie den folgenden Dialog mit „Ja, diesen Datensatz löschen“ für das endgültige Löschen des Bildes.



Abbildung 6: Verbergen oder Löschen des Vorschaubildes

### Eintragen der Beschreibung (Meta-Description)

Durch Klick auf „Seiteneigenschaften bearbeiten“ öffnen sich die Eigenschaften Ihrer Seite. Tragen Sie über den Reiter „Metadaten“ im Feld „Beschreibung“ (14) eine kurze Inhaltsangabe Ihrer Seite ein. Ihr Text wird im Wesentlichen auf den Suchergebnisseiten von Google & Co. als Kurzbeschreibung (15) zum Suchergebnis angezeigt.

www.phil.uni-passau.de › fakultaet-phil ▾

## Philosophische Fakultät - Universität Passau

14

04.08.2020 — Die **Philosophische Fakultät** ist die größte Fakultät der **Universität Passau** und umfasst insgesamt 56 Lehrstühle und Professuren. An der Fakultät ...

Abbildung 9: Kurze Beschreibung Ihrer Seite auf der Google-Suche

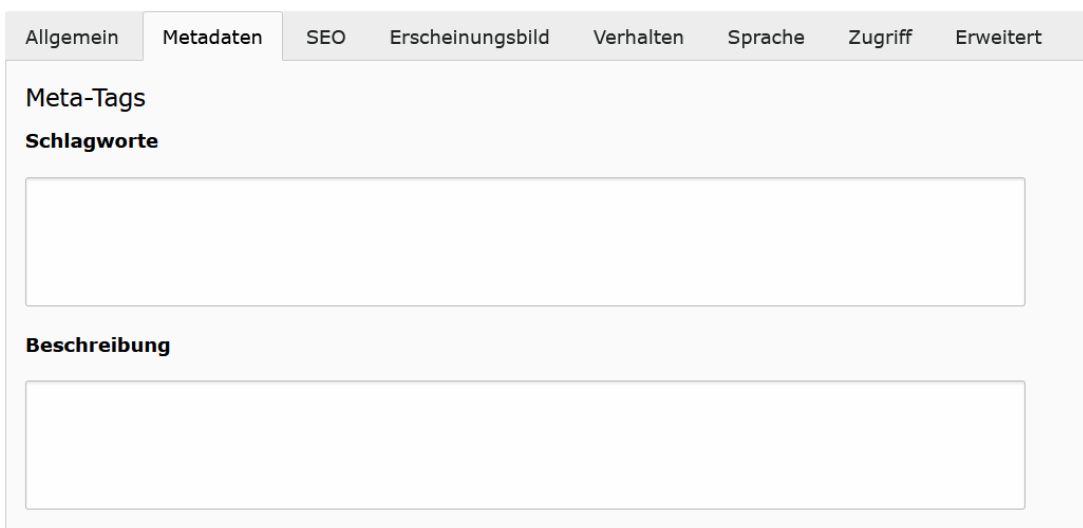


Abbildung 10: Beschreibung eingeben

Für einen perfekten SEO-Teaser, den Google zum Suchergebnis anzeigt, sind die Pixel entscheidend, sprich ist nicht die Anzahl der Buchstaben oder Zeichen entscheidend, sondern ihre Breite. Für den Text haben Sie daher ungefähr 100 Zeichen und knapp 60 Zeichen für die Überschrift zur Verfügung. Zur



Überprüfung der Breite der Buchstaben und Zeichen empfehlen wir Ihnen den Text in <https://app.sistrix.com/de/serp-snippet-generator> oder <https://mangools.com/free-seo-tools/serp-simulator> einzukopieren.

Faustregeln für einen perfekten SEO-Teaser

- Geben Sie Schlüsselwörter möglichst in der Grundform ein, also „Universität Passau erzielt spitzen Ranking-Werte“ und nicht „Die Rankings der Universität Passau sind spitze“.
- Setzen Sie wichtige Schlüsselwörter möglichst an den Anfang, z.B. „Universität Passau – die aktuellen Corona-Maßnahmen“.
- Verwenden Sie maximal zwei bis drei Schlüsselwörter.

**Wichtig: Die Beschreibung sollte nicht länger als 160 Zeichen sein, da längere Texte auf der Suchergebnisseite abgeschnitten werden.**

Wenn Sie den Reiter „Metadaten“ oder das Feld „Meta Description“ nicht sehen oder bearbeiten können, wenden Sie sich bitte an den ZIM-Support, um die erforderlichen Rechte anzufragen.

Meta-Tags (Schlagworte) eingeben (optional)

Wenn Sie auf Ihren Seiten einen automatisierten Index verwenden wollen, befüllen Sie zusätzlich das Feld „Schlagworte“ (16). Diese bilden die Datengrundlage für den A-Z-Index, den TYPO3 anbietet. Wichtig ist dabei, dass Sie bereits eingetragene Schlagworte **nicht** verändern oder löschen, da Sie damit einen bereits bestehenden Index ändern würden. Eine Ergänzung der Schlagworte ist jedoch jederzeit möglich. Für Suchmaschinen spielen Schlagworte keine größere Rolle mehr, trotzdem können Sie diese eintragen, da Suchmaschinen Seiten mit Meta-Keywords besser bewerten als Seiten, die keinen Eintrag in diesem Feld haben.

### Seite "Kommunikation und Marketing" bearbeiten

The screenshot shows the TYPO3 backend interface for editing a page titled "Kommunikation und Marketing". The "Metadaten" tab is selected. The "Schlagworte" field is highlighted with a red box, and a red "16" in a box is positioned to its left. Other fields visible include "Zusammenfassung", "Inhaltsangabe", and "Beschreibung".

Abbildung 7: Schlagworte eingeben

## Kostenlose Tools zur Keywordrecherche

Es gibt einige kostenlose Tools, die Ihnen dabei helfen, relevante Suchbegriffe zu identifizieren:

- **Google Suggest:** Bezeichnet die Funktion der Google-Suchmaschine, den Nutzer\*innen bereits bei der Worteingabe Vorschläge zum Vervollständigen der Suchanfrage zu machen. So sieht man, was andere bereits zu diesen Stichworten gesucht haben.
- **[Answer the Public:](#)** Basierend auf Google Suggest sammelt das Tool Suchvorschläge für ein bestimmtes Keyword und stellt diese visuell dar. Das Besondere dabei ist, dass auch Fragewörter und Präpositionen mit dem Keyword kombiniert werden und man so beispielweise einen Einblick bekommt, welche Fragen die Nutzer\*innen in Verbindung mit dem Keyword am häufigsten stellen.
- **[Keywordshitter:](#)** Das Tool liefert in Sekundenschnelle für das Schlüsselwort relevante „Long-Tail-Keywords“, d.h. umfangreiche Wortgruppen, die sich teilweise aus mehreren Keywords zusammensetzen. Oftmals wird ein Long-Tail-Keyword jedoch aus einer Aneinanderreihung nicht zwangsläufig sinnverwandter Wörter gebildet, was wiederum den Namen des Tools erklärt.
- **[Ubersuggest:](#)** Dabei handelt es sich um eine Google Chrome-Erweiterung, mit der Sie eine ausführliche Keyword-Recherche durchführen und gleichzeitig die Konkurrenz analysieren können. Das Tool zeigt außerdem das Suchvolumen für ein bestimmtes Keyword an, d.h. wie häufig der Begriff innerhalb eines Monats in Suchmaschinen eingegeben wurde. In der kostenlosen Version sind drei Suchanfragen pro Tag möglich.
- **[Sistrix:](#)** Zählt zu den meistgenutzten Tools zur Keyword-Recherche, Sichtbarkeitsanalyse und Wettbewerbsbetrachtung im deutschsprachigen Raum, ist allerdings nur bedingt kostenlos. Sie können sich einen kostenfreien 14-tägigen Test-Account anlegen, spätere Kosten belaufen sich auf 100,00 Euro pro Modul.
- **[WDF\\*IDF:](#)** Mit diesem Tool wird das Vorkommen eines Keywords und bestimmter, dem Keyword zugehöriger Terme auf einer Webseite in das Verhältnis zu allen anderen Webseiten, die mit diesem Keyword ranken, gestellt. Bei der WDF\*IDF-Analyse spielt weniger die Häufigkeit eines bestimmten Keywords eine Rolle, stattdessen gibt das Tool wichtige Hinweise, welche Terme neben dem eigentlichen Keyword ebenfalls im Text enthalten sein sollten.
- **[Isearchfrom:](#)** Dieser Webdienst erlaubt Ihnen, eine Google Suche aus anderen Ländern und Geräten zu simulieren und so lokale Ergebnisse unabhängig von Ihrem Standort zu sehen.

Ansprechpersonen

[web-redaktion@uni-passau.de](mailto:web-redaktion@uni-passau.de)