

## Holistischer Content

Stand: 05.10.2022

**Tatsächlich ist es kein Geheimnis, dass Google holistischen Content erkennt und besser bewertet als andere Inhalte. Doch genau daran scheiden sich die Geister. Holistischer Content ist in der Regel länger und umfangreicher. In der schnelllebigen Onlinewelt wollen die meisten User ihre Frage mit wenigen Worten beantwortet wissen, bei detailliertem Wissen müssen sie allerdings mehr Zeit zur Informationssuche aufwenden. Pro oder contra? Deshalb stellt sich die Frage, was holistischer Content ist, wie er aussehen muss und wann er eingesetzt werden sollte.**

### Was ist holistischer Content?

Der Begriff holistisch stammt von dem griechischen Wort „holos“ ab und bedeutet übersetzt „ganz“. Der Nutzer, der mit seiner Fragestellung das Internet und in dem Fall die [Suchmaschine](#) bemüht, möchte ganzheitliche Antworten. Mit holistischem Content wird die Problembehandlung facettenreich erörtert. Nicht die Länge des Textes ist dabei entscheidend, sondern die allumfassende thematische Abwicklung.

Ein Nutzer startet über [Google](#) eine Suchanfrage und bekommt eine Vielzahl an Ergebnissen angezeigt. Nun muss er eigenständig eine Auswahl treffen, wo er sich über sein Problem informieren möchte. Im idealen Fall klickt er sich durch die ersten Suchergebnisse und findet seine Antwort. Dann trifft er wahrscheinlich auf holistischen Content. **Umfangreiche Problembehandlung und Informationen mit Tiefgang machen hochwertige Inhalte aus**, die Nutzern einen absoluten Mehrwert bieten.

Dabei steht nicht allein die Abhandlung rund um ein fokussiertes Keyword im Vordergrund, vor allem geht es darum, dass der Nutzer alle Antworten auf alle seine Fragen zu einem komplexen Thema findet. In diesem Fall ein eindeutiges Pro für holistischen Content, denn der Inhalt ist bedürfnisorientiert auf den User abgestimmt. Mit dem holistischen Content belohnt Google all diejenigen, die bestrebt sind, dem Ziel des Suchmaschinenriesen näherzukommen. **Ein semantisches Web soll dabei erzeugt werden**, das Nutzern treffsicher alle nötigen Informationen auf detaillierte und allgemeine Fragestellungen zur Verfügung stellt.

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:  
GENODEF1WOB

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-NR.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:  
GENODEF1WOB

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-NR.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:  
GENODEF1WOB

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-NR.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:  
GENODEF1WOB

# HOLISTISCHER CONTENT

## BEISPIELE



## WICHTIGE KRITERIEN IM ÜBERBLICK

**UNIQUE** Informationen  
für großen Mehrwert



Fachliche **TIEFE**  
der Inhalte



**VERSTÄNDLICHE** Sprache und Semantik  
für unterschiedliche **ZIELGRUPPEN**



## Content

Die Besonderheit von holistischem Content ist nicht nur der mehrwertige Inhalt, auch die Sprache spielt dabei eine große Rolle. Zeichensetzung, Grammatik und Sprachstil laufen in die Qualitätsbewertung ein. Dabei kommt es nicht darauf an, dass die Inhalte hochwissenschaftlich sind, sondern eher, dass **Interessierte jedes Wissensstandes sich gut abgeholt fühlen** und ausführliche Informationen zu einem Thema sammeln können.

### Vorteile von holistischem Content:

- höherer [Traffic](#)
- Ranking für mehrere Keywords
- Generierung von Backlinks
- stärkere virale Verteilung

Ein kleines Contra gibt es selbstverständlich auch. Von vielen Textern und SEO-Experten werden holistische Inhalte nur erstellt, weil Google sie besser bewertet. Nicht selten sind darunter auch Texte zu finden, die zwar eine ansehnliche Länge aufweisen, **aber die nötige Informationstiefe vermissen lassen**. Holistischer Content um jeden Preis, aber vor allem der Google-Bewertung zuliebe, ist ein klares No-Go.

### Nachteile von holistischem Content:

- keine eindeutige [Meta-Description](#) zu unterschiedlichen Keywords möglich
- lange Textwüsten wirken abschreckend
- Gefahr von thematischem Abschweifen
- Suchintention und Snippet in den SERPs können abweichen

Soll holistischer Content auf einer Website abgebildet werden, ist es empfehlenswert, **im Vorfeld einen Content Audit zu machen** und damit alle vorhandenen Inhalte auf Rentabilität und Relevanz zu prüfen. Häufig lassen sich bereits bestehende Texte um neue Aspekte erweitern. Mithilfe einer Content-Strategie lassen sich die Zielstellung und [Kennzahlen](#) festhalten, nach denen die Inhalte erstellt und optimiert werden.

### Die wichtigsten Kriterien für holistischen Content im Überblick:

- fachliche Tiefe der Inhalte
- verständliche Sprache und Semantik für unterschiedliche Zielgruppen
- Unique Informationen für großen Mehrwert

**SEO-Tipp:** Nach dem Verfassen des holistischen Contents empfehlen sich Online-Tools, die die Lesbarkeit der Inhalte bewerten und einordnen. Der Flesch-Index ist ein guter Anhaltspunkt für die Verständlichkeit der geschriebenen Worte.

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

## Aufbau von holistischem Content

Mehrwertiger Content ist in der Regel länger als herkömmliche Kategorietexte oder auch Ratgeber. Die aufkommenden Fragen der Nutzer sollen aus allen Blickwinkeln betrachtet und beantwortet werden. Das Zauberwort für die Erstellung von holistischem Content ist: angemessen.

Wenn im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung holistischer Content verfasst wird, beginnt im ersten Schritt die Sammlung allgemeiner Informationen. **Definitionen, Vor- und Nachteile oder Einsatzbereiche sind ein erster Einstieg.** Um nun den Usern einen Mehrwert zu bieten, sind Online-Tools wie Answerthepublic hilfreich. Sie liefern zusätzliche Aspekte und W-Fragen zu einem bestimmten Keyword. Im Gegensatz zu semantischem Content, der ausschließlich auf die Suchmaschinenoptimierung ausgerichtet ist, soll holistischer Content mit einer extremen Detailtiefe überzeugen.

Soll beispielsweise ein Text über Urlaub als holistischer Content veröffentlicht werden, bieten sich verschiedene Herangehensweisen an. Nun ist Urlaub ein sehr allgemeingültiges Thema und rankt unterschiedlich. Urlaub mit Kindern, Sommerurlaub, Winterurlaub, Urlaub mit Haustieren – alles Inhalte, die separat abgearbeitet werden sollten. Nimmt man sich das Schlagwort Wintersport und den damit verbundenen Winterurlaub heraus. Um das Thema allumfassend – also holistisch – zu behandeln, können folgende Fragestellungen relevant werden:

- Welche Wintersportgebiete gibt es?
- Was möchte ich im Urlaub tun – Alpinsport oder wandern?
- Welche Destination ist ideal für meine Pläne?
- Welche Vorbereitungen muss ich erledigen?
- Wie bereite ich mein Auto vor?
- Welche Freizeitangebote habe ich noch vor Ort?
- Welche Unterkunft ist für mich die richtige Wahl?

Der Fragenkatalog lässt sich noch endlos weiterführen. Mit holistischem Content zu diesem Thema wird nicht nur ein vordefiniertes Keyword abgearbeitet, sondern gleich eine Vielzahl. Dafür ist im Vorfeld eine ausführliche Keyword-Recherche nötig, um sichtbarkeitsrelevante Treffer zu erzielen.

Um das Thema bestmöglich zu behandeln, **hilft idealerweise eine Mind-Map**, in der alle möglichen Fragestellungen enthalten sind und die anschließend nach ihrer Gewichtung sortiert werden. Eine sinnvolle Reihenfolge erleichtert dem Leser den Einstieg in das Thema. Um bei dem Winterurlaub zu bleiben, so ist es übersichtlicher, zuerst einen groben Überblick über Urlaubsgebiete und Freizeitmöglichkeiten zu geben, eine Checkliste zum Packen kann als weiterführende Information folgen. Diese lässt sich im Laufe des holistischen Contents unterbringen oder zum Herunterladen an das Ende stellen.

## Fesselnde Schreibweise

Stilistisch ist es wichtig, **den roten Faden des Themas durchgängig aufrechtzuerhalten**. Mit geschicktem Storytelling – und wenn es sich anbietet, mit einer emotionalen Schreibweise – wird der Leser länger auf der Seite verweilen. Das wiederum registriert Google in seinen Algorithmen wohlwollend.

Darüber hinaus wecken gezielt eingeworfene Fragestellungen Neugier beim Leser. Möglicherweise sind Aspekte dabei, die er gar nicht auf dem Schirm hatte.

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

## Strukturierter Aufbau

Neben schönen Worten ist eine inhaltliche Aufbereitung notwendig. So kann ein Inhaltsverzeichnis gleich einen Überblick über die Aspekte vermitteln und dem Leser einen Leitfaden an die Hand geben, was ihn erwartet. Holistischer Content lässt sich **übersichtlich mit Überschriften und Zwischenüberschriften gliedern**. Damit hat der Leser die Wahl, gleich zu seiner gesuchten Frage zu springen. Jedoch gibt es noch eine Vielzahl von weiteren Möglichkeiten, holistischen Content informativ und abwechslungsreich aufzubereiten:

- Inhaltsverzeichnis
- Gliederung mit [Überschriften](#) und Zwischenüberschriften
- Fettung von besonders wichtigen Aussagen
- Infoboxen, Infografiken oder Tabellen für eine kurze Lesepause
- Auflockerungen durch Bilder, Videos oder eingebundene Podcasts

## Stetiger Optimierungsbedarf

Um den holistischen Content jederzeit aktuell zu halten, sollten permanent inhaltliche Anpassungen vorgenommen werden. Das können für den Wintersport die neuesten Rankings der Skigebiete sein oder auch besondere Veranstaltungshinweise. Rechtliche Tipps zu Versicherungen und Autos sind ebenfalls Fragestellungen, die für den Leser von besonderem Interesse sind.

Nicht zu vergessen ist die **Optimierung auf Smartphones und Tablets**. Nicht selten sind gerade beim Thema Winterurlaub die Leser bereits auf dem Weg dahin und wollen sich mit dem holistischen Content auf die erholsamen Tage einstimmen.

## 5 Tipps für holistischen Content

Für Inhalte mit einem hohen Informationsgehalt müssen mehrere Anforderungen erfüllt werden. Zum einen wird tiefgründiger Content benötigt, zum anderen soll eine hohe Besucherzahl angelockt werden. Ein **ausführliches Textbriefing** nach folgenden Gesichtspunkten ist dabei notwendig:

1. **Intention des Textes festlegen:** Sollen die Inhalte verkaufsfördernd wirken oder sollen Informationen verbreitet werden?
2. **Analyse der Zielgruppe:** Es ist eine ausführliche Recherche, auch in Foren, notwendig, um die Nutzerintention zum Thema zu erkennen.
3. **Konkurrenzbeobachtung:** Es kann sich positiv auf das eigene Ranking auswirken, wenn Webseitenbetreiber auch wissen, was die direkten Mitbewerber veröffentlichen.
4. **User Experience vorantreiben:** Mobile Optimierung und eine klare Navigationsstruktur sorgen dafür, dass Leser auf der Webseite verweilen.
5. **alle Medienformate nutzen:** Nicht immer muss alles in Texten erläutert werden, manche Aspekte eines Themas lassen sich auch visualisieren.

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:  
GENODEF1WOB



## Best Practice für holistischen Content

Ein Blick ins Internet zeigt eine Vielzahl an Websites auf, die mit holistischem Content gute Rankingergebnisse erzielen wollen. Vor allem [Blogs](#) bieten häufig einen außergewöhnlichen Mehrwert zu vielen Themen. Zudem sind sie inhaltlich, semantisch und absolut interessant aufbereitet.

erlebenswuerdig.de ist ein Blog, der sich mit dem Einsatz von Videos beschäftigt. Darauf zu finden sind ebenfalls Reisetipps, bei denen sich der Einsatz einer Videokamera lohnt, Empfehlungen für Equipment und eben die vielen Facetten der Videobearbeitung. Ein Besuch auf dieser Website ist lohnenswert für diejenigen, die tief in das Thema einsteigen möchten.

Zuerst fällt auf, dass es ein sehr ausführliches Inhaltsverzeichnis gibt, welches wirklich alle Facetten berücksichtigt. Angefangen bei den einfachen Grundlagen für Laien – darunter fallen Tools, Bausteine oder auch die kreativen Gestaltungsmöglichkeiten – bis hin zum Workflow. Dieser ist in die einzelnen Schritte aufgeteilt. Somit können sich Leser einen ersten Überblick verschaffen oder gleich zu dem Punkt springen, der ihre Frage beantwortet.

Die einzelnen Kapitel beinhalten eine angemessene Textlänge. Es wirkt schon fast wie eine To-do-Liste. Innerhalb der Bearbeitungsschritte wird viel mit Screenshots, Grafiken oder Videos gearbeitet und so das Thema auch visualisiert. Expertentipps zu weiterführenden Links sind an den Stellen eingebaut, wo es sinnvoll erscheint.

Alles in allem ist dieser Blog eine wirklich runde Sache zum Thema holistischer Content. Die gewollten Unterbrechungen verschaffen beim Lesen eine Atempause und geben gleichzeitig detaillierte Anweisungen.

## Alternativen für holistischen Content

Das schnelllebige Internet fördert auch einige Möglichkeiten zutage, die für den Nutzer ebenfalls von Interesse sind. Anstatt lange und ausführliche Texte zu verfassen, bietet sich bei vielen Themen auch **snackable Content** an, der **Fragestellungen kurz und knapp beantwortet**. Für ein gutes Ranking in den Suchmaschinen ist die Wortanzahl kein Rankingfaktor, die Suchintention und die passende Lösung sind für Google und Co. wichtiger.

Eine weitere Option, auf holistischen Content zu verzichten, sind Pillar Pages. Diese fassen ein Thema aus diversen Perspektiven zusammen und widmen sich definierten Fragestellungen. Dabei wird auf weitere Seiten verlinkt, die sich der tiefergehenden Problematik widmen und sich damit einzeln auseinandersetzen. Somit haben Webseitenbetreiber die Möglichkeit, **mit dem Inhalt und der passenden Meta-Description mehrfach in den SERPs zu landen**. Denn die Übersichtsseite und die spezifische Unterseite können individueller ausgestaltet werden.

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

## Relevanz von holistischem Content aus SEO-Sicht

Neben Verständlichkeit und Informationsvermittlung sind die Gesichtspunkte der Suchmaschinenoptimierung nicht außer Acht zu lassen.

Das Fokus-Keyword kann mit diesen Inhalten präsent in Szene gesetzt werden. Darüber hinaus bietet es aber auch die Herausforderung, mit **Umkreis-Keywords oder Longtail-Keywords ein gutes Ranking zu erzielen**. Webangebote können damit in bestimmten Nischen enorm an Sichtbarkeit und [Reichweite](#) gewinnen.

Da aber auch Kriterien wie [Verweildauer](#) und Absprungraten für Google eine große Bedeutung haben, sieht es natürlich im ersten Moment positiv aus, wenn ein langer holistischer Content auf der Seite erscheint. Schließlich muss der Leser ihn erstmal durcharbeiten. So weit, so gut – aus SEO-Sicht. Jedoch kommt es an diesem Punkt wieder auf die Lesbarkeit an. **Je verständlicher die Inhalte vermittelt werden, desto größer ist die Chance, dass die Leser bis zum letzten Wort begeistert sind**. Sind sie es nicht, weil sie es nicht verstehen oder sind die Texte fachlich falsch, führt das ebenfalls zu zahlenmäßig hohen Ausstiegen. Und das registriert Google dann negativ.

Auch die technischen Eigenschaften müssen auf die ratgeberähnlichen Texte abgestimmt werden. Der Title und die Meta-Description sollten passgenau den Kern des Inhaltes treffen. Jedoch stehen dafür nur wenige Zeichen zur Verfügung, sodass in der URL genau das vorzufinden ist, was sich auch im Text widerspiegelt. So bietet es sich bei umfassenden Themengebieten an, mehrere holistische Inhalte zu erstellen, die maßgeschneiderte Antworten liefern.

**SEO-Tipp:** Wird ein Ratgeber über SEO-relevante Themen benötigt, ist die Leserschaft keinesfalls ausschließlich professionell in der Medienbranche tätig. Vielleicht suchen auch Schüler und Studenten genau nach diesem Thema. Um alle Interessenten zu erreichen, wird ein Sprachstil benötigt, der alle möglichen [Zielgruppen](#) abholt.

### SEO-Kriterien für holistische Inhalte:

- Einbeziehen von Umkreis- und Nischen-Keywords
- Nutzerinteraktionen beobachten
- optimierte URL

## Fazit: Sind mehrwertige Inhalte eine SEO-Wunderwaffe?

Wie immer gilt auch bei der Texterstellung in der SEO: Probieren geht über Studieren. Nicht jeder **holistische Content verhilft zu einer Top-Platzierung oder einer Verbesserung der Reichweite**. Jedoch registriert Google es wohlwollend, wenn Seitenbetreiber bemüht sind, mehrwertige Inhalte zu schaffen, die alle gewünschten Informationen ausführlich darlegen. Voraussetzung dafür ist die fachliche Relevanz und natürlich die fehlerfreie Abhandlung.

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC: GENODEF1WOB

Es müssen nicht immer ausschweifend lange Texte werden, um holistischen Content zu schaffen. Verhältnismäßig kurz, knackig und informativ reicht oftmals schon aus. **Ein strukturierter Aufbau unterstützt das Zurechtfinden.** Wichtig für die Google-Algorithmen und die Nutzeranalyse ist es, dass sich der Leser gut aufgehoben fühlt und alles findet, was er sucht.

Als [SEO-Agentur](#) stehen wir Ihnen mit unserer Expertise zur Seite. Kontaktieren Sie uns gerne!

**Löwenstark Digital Group GmbH**

**Geschäftsführung:** Hartmut Deiwick • Gerichtsstand: AG Braunschweig • Registernummer: HRB 205088  
• Ust-IdNr.: DE 250 332 694 • St.-Nr.: 14/201/16808

**Bankverbindung:** Volksbank Braunschweig • IBAN: DE61 2699 1066 185 2167 000 • BIC:  
GENODEF1WOB