

SEO Überschriften

Stand: 13.10.2022

Überschriften nehmen im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung eine wichtige Funktion ein. Die Überschriftenstruktur soll der Suchmaschine dabei helfen, den Inhalt von Webseiten möglichst präzise zu erfassen. Gute SEO-Überschriften haben zudem auch den User im Blick. Die Überschriftenstruktur zählt als ein wichtiger Rankingfaktor zu Onpage-Optimierung.

In diesem Beitrag zeigen wir, was gute Überschriften ausmacht.

SPANNENDER UND INFORMATIVER INHALT DER SEO-ÜBERSCHRIFTEN

Auch wenn Sie Inhalte für Suchmaschinen optimieren, so sollte immer der Leser im Mittelpunkt stehen. Content muss an erster Stelle für den User hergestellt werden, erst danach für die Suchmaschine. Ziel ist es deshalb, den Text einer **SEO-Überschrift** so zu gestalten, dass er sowohl für den User im Netz, als auch für die Suchmaschinen sinnvoll ist. Die Überschrift eines Textes oder Artikels ist das erste, das der Leser zu sehen bekommt: Dementsprechend sollte sie ihn zum Weiterlesen bewegen und nicht zum Wegklicken.

<h2>Suchmaschinenoptimierung: SEO Tools für Online Marketing

Um bei Google erfolgreich in den SERPs gelistet zu werden, benötigen auch die erfahrensten Suchmaschinenoptimierer eine Bandbreite nützlichen Online Marketing Tools, mit deren Hilfe man erfolgreich in der Suchmaschinenoptimierung durchstarten und seine Seite bei Google möglichst weit oben platzieren kann.

+ <h3>Sistrix

Sistrix ist DAS Tool für jeden Suchmaschinenoptimierer (und auch für SEM-Spezialisten). Sistrix hilft einem, den Sichtbarkeitsindex, relevante Keywords, Linkanzahl, Domainpopularität und vieles mehr auf der eigenen Webseite abzulesen. Darüber hinaus lassen sich auch beispielsweise mit dem Hreflang Webseiten bei Usern in den passenden Sprachversionen anzeigen. Außerdem zeigt das Dashboard dieses Online Marketing Tools auch Social Signals an – somit hat man als SEO-Manager alle suchmaschinenrelevanten Kanäle auf einen Blick.

► <http://www.sistrix.de/>



+ <h3>OnPage.org - Zoom

Durch OnPage.org lassen sich Domains einfach und schnell



Auch ist die Überschrift der erste Eindruck eines Textes, den der Leser erhält. Rechtschreib- oder Grammatikfehler müssen deswegen tabu sein. Kurz, prägnant, knackig: Das sind **Anforderungen an eine Überschrift**, die den Nutzer dazu animiert, weiterzulesen!

STRUKTURIERUNG: SEO-ÜBERSCHRIFTEN NICHT NUR FÜR GOOGLE

Um eine Überschrift tauglich für SEO zu machen, reicht es zum Beispiel nicht aus, sie einfach bei der Formatierung fett darzustellen. Für Texte, die suchmaschinenoptimiert sein sollten, gelten zusätzliche Formatierungsregeln.



DIE H1-ÜBERSCHRIFT

Überschriften werden in HTML in sogenannten **Tags** ausgegeben. Bei diesen Tags unterscheidet [HTML](#) hierarchisch 6 verschiedene, mit Abstufung von H1 groß bis zu H6 klein. Bei der Optimierung seiner Überschriften sollte das Haupt-Keyword in der H1-Überschrift in den HTML-Tags verwendet werden.

Es gilt, dass möglichst nur *eine H1-Überschrift pro Seite* existieren soll und der Artikel auch mit dieser Überschrift beginnt. Ansonsten kann es passieren, dass Ihre Website im Ranking abrutscht und nicht mehr bei den vorderen Plätzen zu finden ist. Natürlich dürfen auch mehr als eine H1-Überschrift benutzt werden, allerdings ist dies thematisch meistens nicht nötig. Wenn man die H1-Überschrift mit dem Titel eines Buches vergleicht, wird schnell klar, dass mehr als einer auch dort nicht nötig ist. Suchmaschinen wie Google nutzen diese Unterscheidung, um zu markieren, wie wichtig das in der Überschrift behandelte Thema ist.

```
<h1>H1 Überschrift</h1>  
<h2>H2 Überschrift</h2>  
<h3>H3 Überschrift</h3>
```

H1 Überschrift

H2 Überschrift

H3 Überschrift

BEDEUTUNG DER ÜBERSCHRIFTEN FÜR SEO

Nicht nur die Leser eines Artikels oder Dokuments beziehen ihre Informationen über die SEO-Überschriften, sondern auch die Suchmaschine. So kann also mit einem guten **Überschriften-Management** das Ranking bei Google verbessert werden. Gerade die ersten drei Ebenen der SEO-Überschriften (h1, h2, h3) in den HTML-Tag beeinflusst die Position in den SERPs. Die hierarchisch niedrigeren Überschriften H4 bis H6 haben kaum eine relevante Auswirkung auf das Suchmaschinenranking.

```
<h2 id="seo_tools">Suchmaschinenoptimierung: SEO Tools für Online Marketing</h2>  
<p class="bodytext">  
<h3 id="sistrix">Sistrix</h3>  
<div id="right_float" class="img_ratgeber_no_border">  
<p class="bodytext">  
<h3 id="onpage_org">OnPage.org - Zoom</h3>  
<div id="right_float" class="img_ratgeber_no_border">  
<p class="bodytext">  
<h3 id="xovi">XOVI</h3>  
<div id="right_float" class="img_ratgeber_no_border">  
<p class="bodytext">  
<h3 id="searchmetrics">Searchmetrics</h3>
```

WARUM SIND ÜBERSCHRIFTEN WICHTIG FÜR SEO?

User scannen Webseiten und bleiben nur an Abschnitten **hängen**, die **Aufmerksamkeit** erregen. Es kann sein, dass Sie diesen Abschnitt sogar überlesen und direkt zu den Beispielen springen. Im Grunde liegt dort der **Mehrwert** für Sie, wenn Sie direkt losstarten wollen.

Dennoch habe ich ein paar **Argumente** für Sie, damit Sie den Überschriften mehr Aufmerksamkeit entgegenbringen.

- Indirekte Einflüsse auf SEO durch Erhöhung der Verweildauer
- Mehrwertversprechen gegenüber dem Leser
- Botschaften clever transportieren

SEO-ÜBERSCHRIFTEN ODER USER-ÜBERSCHRIFTEN?

Viele Texte werden als SEO-Text abgestempelt. Deshalb erhalten auch die Überschriften nur einen generischen Aufbau, den alle anderen ebenfalls benutzen.

Klären Sie erst mal die folgende Frage: **Warum schreiben Sie Texte?**

Das Ziel der Texte ist, dass User die Informationen als **Verkaufsargumente** sehen oder **Fragen beantwortet** bekommen. Darum sollten Sie Überschriften nutzen, damit User dort hängen bleiben.

Sie benötigen für die Kategorien Ihres Onlineshops einen Text/Sie möchten Texte für die Kategorien Ihres Onlineshops platzieren?. Der Hardware Hersteller be quiet! hat das sehr schön auf seiner Seite umgesetzt.
Beispiel: <https://www.bequiet.com/de/powersupply>

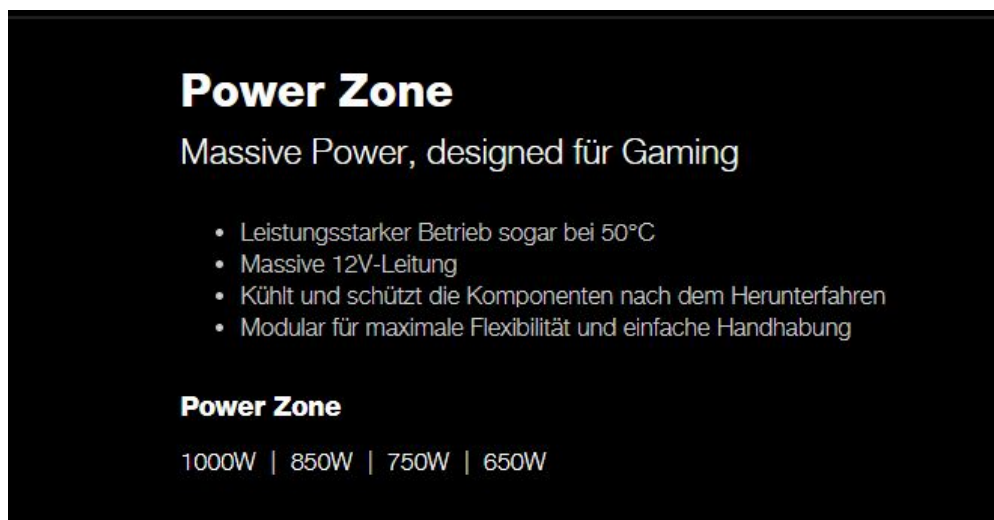


Abbildung 1 Überschrift und Unter-Überschrift auf be quiet!

Sie sehen die Serien der Netzteile und darunter eine Unter-Überschrift, die dann die **USPs der Produktserie** widerspiegelt.

Wenn Sie über Produkte schreiben, dann fassen Sie die USPs einer Kategorie zusammen und verarbeiten diese in einer Überschrift. Im Beispiel ist es eine „normale“ Überschrift mit dem Seriennamen und dazu die Unter-Überschrift, die die Nutzer ansprechen soll.

Das schafft Ordnung auf der [Landingpage](#) und gleichzeitig Anreiz, mehr zu lesen.

Wie beantworten wir die Frage nun?

Keywords in Überschriften sind **sekundär**. Wenn Sie ein relevantes Keyword sinnvoll einbauen können, ist das super, aber kein Muss.

Schreiben Sie Überschriften, um den **User anzusprechen**. Die allgemeinen Ideen und Konzepte lassen sich auf fast alle Seiten anwenden.

VORGEHEN BEI DER ÜBERSCHRIFT-GESTALTUNG

Bei der Erstellung der Texte gibt es zwei Vorgehensweisen, die sich anbieten.

1. Darauf losschreiben > Überschriften grob verfassen > umstellen > Überschriften verfeinern
2. Überschriften planen > Inhalte einpassen

Beide Vorgehensweisen haben Vor- und Nachteile.

Oft muss das Fachwissen einfach raus. In dem Fall hilft wirklich das Losschreiben in einer **kreativen Phase** und einfach immer weiter zu machen. Die **Sortierung** der Abschnitte kann im **Nachhinein** gut verfeinert werden. Auch die Überschriften lassen sich noch einmal **spritziger** schreiben, wenn der Textkorpus fertig ist.

Die zweite Variante ist in der Regel besser geeignet, wenn eine **große Recherche** ansteht. Hier kommt ein Großteil der Informationen aus anderen Beiträgen und Ressourcen. Sie stellen sich den fertigen Text **Stück für Stück in Stichpunkten** zusammen und formulieren die Überschrift bereits als Richtlinie für den Inhalt.

Überschriften müssen nicht direkt perfekt sein. Schauen Sie auch hier nach Inspirationen auf anderen Seiten. Oder lesen Sie unsere folgenden Tipps.

17 BEISPIELE FÜR GUTE ÜBERSCHRIFTEN LISTEN-ÜBERSCHRIFTEN

Listen werden oft als **Klickbait** bei/auf YouTube benutzt. Sie zeigen dem Leser im Vorfeld die grobe Menge an Content, die ihn erwartet. Menschen lieben Listen. Und zwar aus dem Grund, dass sie einzelne uninteressante Punkte überspringen können und selbst prüfen, wie viele Themen sie bereits kennen.

1. **Menge an Gründen, Wegen oder Geheimnissen**

„10 Wege erfolgreich SEO zu betreiben“

2. Expertenstellung herausstellen

„Erkennst du diese 7 Fehler, die jeder Onlineshop macht?“

3. Mit Lesern interagieren

„5 Probleme mit [Google Updates](#), die dir bekannt vorkommen“

4. Leser

„6 Typen von SEOs – zu welcher Gruppe gehörst du?“

5. Mix mit „How-to“-Überschriften

„Wie baue ich 2019 Links auf – 10 best practices“

6. Freies Angebot und GROSSE Zahlen

„10.000 mehr Besucher durch diese kostenlosen SEO-Tipps“

„HOW-TO“-ÜBERSCHRIFTEN

Eine sehr einfache How-to-Überschrift haben Sie wahrscheinlich schon selbst in Ihrer FAQ-Sektion gebildet. Auf Deutsch sind es die „Wie mache ich...“-Anfragen der Kunden.

Passende Inhalte sind Artikel und Tutorials, die sehr praxisnah geschrieben und aufbereitet sind.

„Wie wechsele ich Autoreifen?“ – Diese Überschriften selbst haben [Suchvolumen](#) und können optimiert werden.

7. Doppelter Vorteil

„Wie steigere ich meinen SEO-Traffic?“ – V1

UND

„Wie optimiere ich meine SEO-Überschriften richtig?“ – V2

Passen V1 und V2 zusammen?

In diesem Beispiel nicht. Hier lässt sich kein doppelter Vorteil generieren. Die Menschen suchen nach Shortcuts und wollen effizient ihre Zeit nutzen. Darum muss mit Maßnahme A Ziel V1 & V2 erreichbar sein.

Wichtig ist, dass kombinierte Überschriften inhaltlich Sinn ergeben.

„Wie optimiere ich meine SEO-Überschriften richtig und steigere die [Verweildauer](#) auf meinen Artikeln?“

8. Zielerreichung

„Wie schreibe ich SEO-Überschriften, um mein Ranking zu verbessern?“

Das Ziel im Beispiel ist die Rankingverbesserung, die mithilfe der Überschriften erreicht werden soll. Am erfolgreichsten ist die Überschrift, wenn das Ziel sehr hoch oder die Methode bisher unbekannt ist, sodass sich der Leser fragt: „Wie soll das denn bitte möglich sein?“.

Das Ziel im Beispiel ist leider nicht konkret genug. Bringen Sie konkrete Ziele mit Zahlen.

„Wie schreibe ich SEO-Überschriften, um meine Verweildauer um 2 min zu erhöhen?“

FEUERFESTE ÜBERSCHRIFTEN

9. Verlangen ansprechen

„Möchten Sie ohne viel Aufwand 50 % mehr SEO-Traffic erhalten?“

10. Geheimnisse und Insider Wissen

„SEO verrät Blackhat Taktiken, mit denen jeder auf [Platz 1](#) stehen kann.“,

11. Direkte Ansprache an Zielgruppe & Problem

„Dieser Wiki-Beitrag hilft dir als SEO, in Nullkommanix bessere Überschriften zu schreiben!“

12. „Kennt niemand“ Formel

„SEO-Rankingfaktoren, über die keiner spricht“

13. Schlimme Probleme

„Komme aus deiner Pinguin-Abstrafung – für immer!“

14. Schnelle Hilfe/Lösung

„Quickwins für SEO – funktionieren innerhalb einer Woche“

BONUS: VERKAUFENDE ÜBERSCHRIFTEN FÜR E-COMMERCE UND CO.

15. Direkte Überschriften (keine Extras)

„SEO-Betreuung - 1 Monat gratis!“

16. **Großer Vorteil**

„SEO-Kompletttool - alle Daten an einem Ort“

17. **Ähnlich zu News**

„7 SEOs haben letzte Woche den neuesten Linkaufbau-Trick gefunden“

FAZIT

Wie Sie sehen, ist es ganz einfach, die Inhalte seiner Internetpräsenz für SEO anzupassen. Mit nur einigen kleinen Tipps und Tricks können Sie Ihre **Sichtbarkeit bei Google** erhöhen und dadurch präsenter für Ihre Kunden werden und zusätzlich mehr Traffic generieren. Wichtig ist nur, die Inhalte und den Content der Website regelmäßig zu pflegen, analysieren und kontrollieren. Nur dann können Sie mit Unique [Content](#) beide überzeugen - den Leser und die Suchmaschine! Was außerdem bei der Content-Erstellung wichtig ist, erfahren Sie in unserem nächsten Ratgeber-Artikel zum Thema [SEO-Texte](#).

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