

Arne Stoschek

»Content-Strategien: Traffic mit News

Die Bedeutung von Nachrichten auf Webseiten ist seit der Einführung von Google News im Jahr 2002 kontinuierlich gewachsen. Dabei ist Google News keinesfalls nur ein exklusiver Dienst für Verlage und Nachrichtenseiten. Grundsätzlich kann jedes Unternehmen mit den Meldungen seiner Webseite bei Google News gelistet werden und den entsprechenden Verkehr kanalisieren, sofern bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind.

Gelten haltbare Textinhalte in der Google-Optimierung als probates Mittel, um gute Rankings in [organischen Ergebnislisten](#)* zu erzielen, so verändern sich die Anforderungen im Bereich der Newsoptimierung mit der zunehmenden Relevanz des Universal-Search-Index. Um bei trafficstarken Keywords Top-Platzierungen zu erzielen oder zu behaupten, muss man neben den organischen Ergebnisliste auch im Universal Search vertreten sein. Mit der richtigen Strategie können einzelne Universal-Search-Elemente wie der Newsbereich zu wichtigen und dauerhaften Trafficlieferanten werden. Die Wettbewerbssituation ist hier jedenfalls deutlich entspannter als im organischen Suchbereich. Im Juli 2010 waren nach den Searchmetrics-Daten gerade einmal 1.363 Unternehmen, Agenturen und Verlage mit ihren insgesamt rund 56.400 Nachrichtenmeldungen über den deutschen Newskanal von Google vertreten. Die Top-10-Publisher veröffentlichten mit 21.400 Artikeln zwar knapp 40 Prozent des gesamten Angebo-

tes, aber auch regionale Medien machen mit ihren Publikationen etwa 21 Prozent des Marktes aus. Dennoch ist im Longtail-Bereich des Nachrichtenmarktes noch deutlich Platz für andere Anbieter.

Bei nicht mal 1.400 deutschsprachigen Nachrichtenquellen ist es natürlich sehr interessant, seine Website in diesen Kreis einzureihen, und das nicht nur wegen der eingehenden Links von <http://news.google.com>. Das Listing als Nachrichtenquelle bringt gleich mehrere konkrete Vorteile. Die Geschwindigkeit der Indexierung ist hier ein wichtiges Stichwort. Neue Seiteninhalte, die dem Bereich der Webseite zuzuordnen sind, kommen innerhalb weniger Minuten in den Google-Index. Da Google News auch wegen seiner komfortablen Alert-Funktion von vielen Journalisten zur Recherche genutzt wird, können eben diese Besucher einen multiplizierenden Faktor darstellen, der für mehr qualifizierten Traffic aus der anvisierten Zielgruppe sorgen kann.

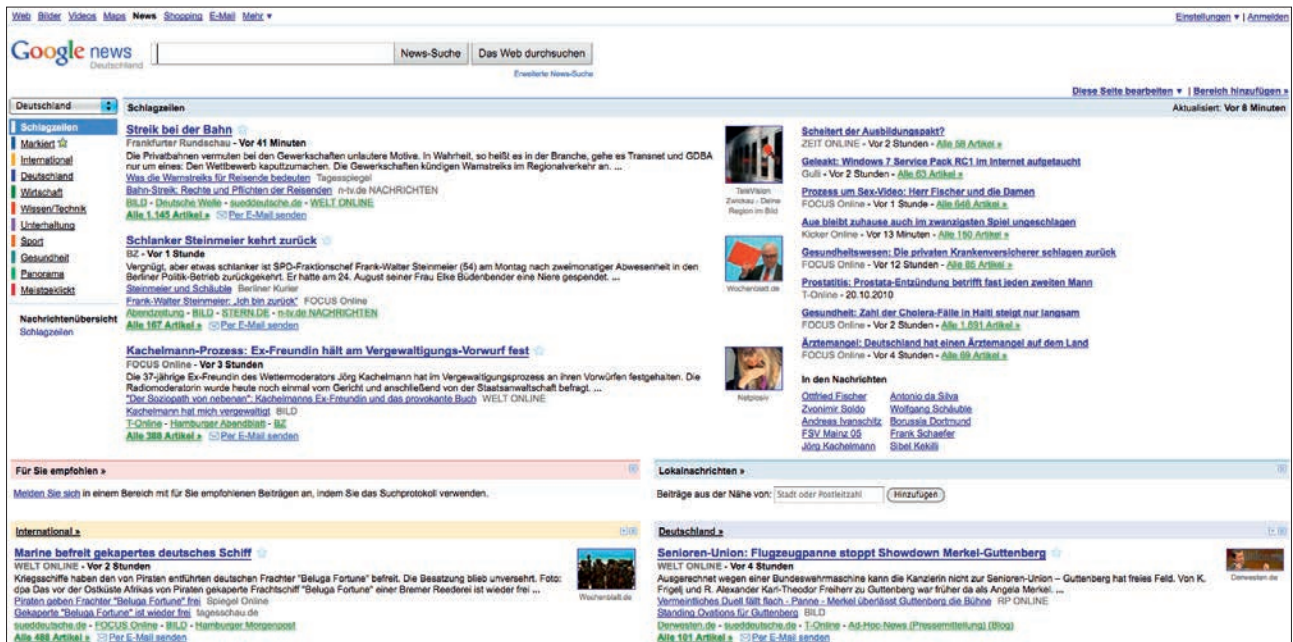


DER AUTOR



Arne Stoschek ist geschäftsführender Gesellschafter der Collective IQ ltd. Sein Unternehmen ist Betreiber von textprovider.de, einem Spezialanbieter für die Erstellung optimierter Inhalte.

* siehe Glossar Seite 96-98



Der Weg zur Google-Nachrichtenquelle

Als Voraussetzung für die Aufnahme als Google-Nachrichtenquelle sind einige Dinge zu beachten. Für Google muss beispielsweise ersichtlich sein, dass die Inhalte der Newsquelle redaktionell gepflegt werden. Es wird erwartet, dass dauerhaft und vor allem regelmäßig neue Inhalte vermittelt werden, die einen Aktualitätsbezug haben. Die Beiträge sollten zudem von mehreren Autoren – also von einer Redaktion – geschrieben und gewartet werden. Steht kein eigenes Redaktionsteam zur Verfügung, kann man hier professionelle Dienstleister einbinden. Obwohl die Inhalte von der eigenen angemeldeten Website stammen müssen, sollten nicht nur die eigenen Leistungen und Angebote beworben werden. Die Erstellung von mindestens ein bis zwei täglichen Meldungen mit einem echten nachrichtlichen Mehrwert zu einem bestimmten Themenkomplex sollte das Maß sein, um erfolgreich mehr Traffic auf die eigene Seite zu kanalisieren. Schon bei der Planung einer Aufnahme als Nachrichtenquelle sollte man einen relevanten Themen-Cluster identifizieren und sein Keywordset einarbeiten. Noch deutlicher als in anderen Teilen der eigenen Website muss im Newsbereich eine Stringenz in der themati-

schon Ausrichtung und dem semantischen Keywordraum abgebildet werden. Für die regelmäßige Erstellung aktueller Nachrichten empfiehlt es sich zudem, einige Primärquellen zu definieren, die die tägliche Recherche erleichtern. Alerts oder Meldungen von Nachrichtenagenturen bilden hier den Basisinput. Dieser ist filter- und sortierbar und kann so zu eigenen Nachrichten verdichtet, kommentiert oder journalistisch aufbereitet werden.

Um Google die Zuordnung zu einem Newsblock zu erleichtern, sollten nicht zu viele unterschiedliche Informationen in der eigenen Nachricht vorkommen. Daher sind auch eher kürzere Beiträge vorteilhaft und Erfolg versprechend. Hier sollte die Kerninformation aber deutlich herausgearbeitet werden. Der Überschrift kommt bei Nachrichten eine extrem wichtige Bedeutung zu. Nicht nur die relevanten Keywords sollten hier enthalten sein, von ihr muss auch eine zum Klicken animierende Wirkung auf den User ausgehen. Schließlich steht diese Überschrift im direkten Wettbewerb mit anderen Überschriften zu ähnlichen Themen oder Nachrichten im selben Newsblock. Trotz des tagesaktuellen Bezugs ist bei der Überschrift eine gewisse zeitliche Neutralität geboten, die Nachricht soll schließlich auch nach ein paar

Tagen oder Wochen noch hinreichend attraktiv sein, um angeklickt zu werden.

Neben der redaktionellen Komponente sind natürlich auch technische Voraussetzungen zu erfüllen, um als Google-Newsquelle aufgenommen zu werden. Über die Webmastertools kann eine Newssitemap bei Google gemeldet werden, damit alle Nachrichten erfasst werden können. Die Webseite sollte hier natürlich keine Barrieren für Bots beinhalten. In der URL eines jeden Newsbeitrages muss eine mindestens dreistellige Zahl, optimalerweise eine fortlaufende ID oder ein Datum enthalten sein. Der angemeldete Nachrichtenbereich auf der eigenen Domain sollte klar vom Rest der Website abgetrennt sein und idealerweise auch den Begriff „News“ als Verzeichnispfad oder Subdomain enthalten. Informationen zum Artikel, wie Autor, Ort oder Datum, sind am besten zwischen Titel und Body des Beitrages einzusetzen. Dies vermittelt auch die gewünschte journalistische Professionalität. Einige Wochen nach der Anmeldung und der Veröffentlichung regelmäßiger Nachrichten bewertet ein Google-Mitarbeiter den Newswert der Seite und entscheidet über die Aufnahme. Sollte es zu einer Ablehnung kommen, ist auch ein weiterer Anlauf bei der Anmeldung möglich. Nach der Aufnahme kann es aller-

dings auch noch einige Wochen dauern, bis die ersten eigenen Nachrichten angezeigt werden. Überprüfen kann man das Listing ganz einfach mit der „site“-Abfrage bei Google News.

Ranking-Kriterien und Erfolgsfaktoren

Bei der Bewertung und Anordnung der News unterscheidet Google zwischen einem „Article-Ranking“ und einem „Story-Ranking“. Das Story-Ranking erfasst und gewichtet das aktuelle Interesse an einem bestimmten Thema und bildet hierfür einen entsprechenden Cluster, in dem alle Artikel zum Thema gelistet werden. Wie oft die Nachricht nun angeklickt wird, ist maßgeblich entscheidend für ihren Bestand im Newsranking. So lange Keywords zum Thema noch häufig gesucht und entsprechende Nachrichten geklickt werden, bleiben die News auch auf einer prominenten Position. Innerhalb des Clusters bzw. des Newsblocks entscheidet dann das Article-Ranking über die Anordnung der einzelnen Beiträge aufgrund ihrer Themenrelevanz. Entscheidend ist für Google

auch hier die Anzahl und Qualität der Referenzen. Artikel werden nach ausgehenden Links durchsucht, die beispielsweise die eigentliche Primärquelle der Information markieren. Newsquellen, die mehrfach in anderen Nachrichtenartikeln referenziert und verlinkt werden, gelten als besonders relevant und werden entsprechend gerankt. Selbstverständlich liebt Google auch im Newsbereich integrierte multimediale Inhalte. Sind die Artikel mit Bildern oder gar mit Videos angereichert, so sind gute Positionierungen und deutlich höhere Klickraten sehr wahrscheinlich. Diese multimedialen Articlelemente sollten idealerweise über die Beschreibung oder einen Alt-Text inhaltlich mit dem Artikel in Bezug gebracht werden und sich in der Nähe der Überschrift befinden. Videos kommt als Universal-Search-Elementen somit eine weitere Bedeutung bei, da Sie nun auch aktiv in den Newsbereich von Google Einzug gefunden haben.

Abschließend bleibt festzuhalten, dass jeder Webseitenbetreiber Google News zur Traffic-Steigerung nutzen kann, sofern die Bereitschaft besteht, in die re-

Die Schritte zum erfolgreichen Newslisting:

- » Entwicklung einer Newsstrategie (Themenfelder, Positionierung, Zielgruppe)
- » Integration eines Newsbereiches in die entsprechende Kunden-Webseite
- » Schaffung der technischen Voraussetzungen für Google News (URL, Sitemap, etc.)
- » Anmeldung bei Google News
- » Recherche tagesaktueller und relevanter Themen (Definition valider Quellen)
- » Tägliche Artikelproduktion und Veröffentlichung
- » Erfolgskontrolle

gelmäßige Produktion von Nachrichteninhalten zu investieren. Die formalen und technischen Voraussetzungen einer Newsanmeldung sind leicht zu erfüllen. Die aktuell noch sehr geringe Wettbewerbsintensität im Newsbereich und die mögliche zusätzliche Positionierung durch Universal Search lassen einen hohen Nutzen für diese Maßnahme erwarten.¶

Einzelheftbestellung* unter: www.websiteboosting.com/einzelheftbestellung/

*so lange der Vorrat reicht...



05-06 2010



07-08 2010



09-10 2010