

Phillip Groschup / Marc Jandt

SO OPTIMIEREN SIE IHRE WORDPRESS-WEBSITE FÜR SUCHMASCHINEN!



Eine Website mit WordPress ins Leben zu rufen, ist vergleichsweise einfach. Weltweit nutzen Privatpersonen und Unternehmen aller Größenordnungen WordPress, um sich im Internet zu präsentieren. Doch mit der eigenen WordPress-Website im Internet auch gefunden zu werden – vornehmlich vor den Mitbewerbern – ist beileibe kein Selbstläufer. Auch wenn die Inhalte selbst ein wesentlicher Faktor der Suchmaschinenoptimierung sind, so bietet WordPress bzw. seine Erweiterungen ein Sammelsurium an Einstellungsmöglichkeiten und Werkzeugen an, die zu einem besseren Ranking beitragen können oder auch bei der Inhaltserstellung unterstützen. Und um die hoffentlich schon bald erzielten Erfolge von Google-Suchmaschinenrankings zu überwachen, gibt es neuerdings die Plug-in-Erweiterung „Site Kit by Google“, die direkt von Google für das WordPress-System entwickelt wurde.

DER AUTOR



Phillip Groschup ist Geschäftsführer der User-Mind GmbH und berät WordPress-Websites und deren Entwicklung. Zudem ist er Teil der WordPress Community und engagiert sich hier ehrenamtlich.

SEO mit den hauseigenen WordPress-Bordmitteln

Eine der wichtigsten WordPress-Einstellung zur Suchmaschinenoptimierung befindet sich im WordPress-Adminbereich unter dem Menüpunkt Einstellungen > Lesen. In der Option „Suchmaschinen davon abhalten, diese Website zu indizieren“ lässt sich durch Setzen eines Hakens das Robots-Meta-Tag global auf allen Unterseiten einstellen (Abbildung 1). Ist der Haken gesetzt, wird der Wert des Tags auf „noindex“ geschaltet, womit alle Seiten der WordPress-Website von der Indexierung durch Suchmaschinen ausgeschlossen werden sollten. Gerade bei neuen Projekten, die sich noch in der Entwicklungsphase befinden und dabei auf einem Webserver entwickelt werden, wird dieser Haken gerne gesetzt. Allzu oft wird das Entfernen dieses Hakens nach dem finalen Livegang einer Website jedoch schlichtweg vergessen. Es ist also sicherzustellen, dass dieser Haken wieder entfernt wurde, um die Indexierbarkeit der Website zu gewährleisten.

Überwachung der Inhaltsstruktur mit „Gutenberg“

Ein recht neues Hilfsmittel zur SEO-Optimierung kommt mit dem neuen WordPress-Block-Editor einher, der auch als „Gutenberg-Editor“ bekannt ist (siehe vergangene Website-Boosting-Ausgabe #61). WordPress analysiert dazu die genutzten Worte, Überschriften, Absätze und Blöcke im Editor und fasst diese in einem neuen Infobereich zusammen (Abbildung 2). Dies ist gerade zur Überprüfung des hierarchisch korrekten Aufbaus der Überschriften hilfreich.

URL-Struktur mit Permalinks steuern

Wie bei vielen anderen Website-Systemen generiert auch WordPress automatisiert bestimmte URLs (Uniform Resource Locator = eine eindeutige Adresse), die gemeinhin auch als Webadresse oder Hyperlink bezeichnet werden. Solche URLs sehen in ihrer ursprünglichen Version oft recht kryptisch aus, da für die Seitengenerierung oft Daten wie zum Beispiel

DER AUTOR



Marc Jandt arbeitet seit zehn Jahren als selbstständiger Entwickler an WordPress-Websites und unterstützt bei Anpassungen und Neuentwicklungen von Themes und Plug-ins.

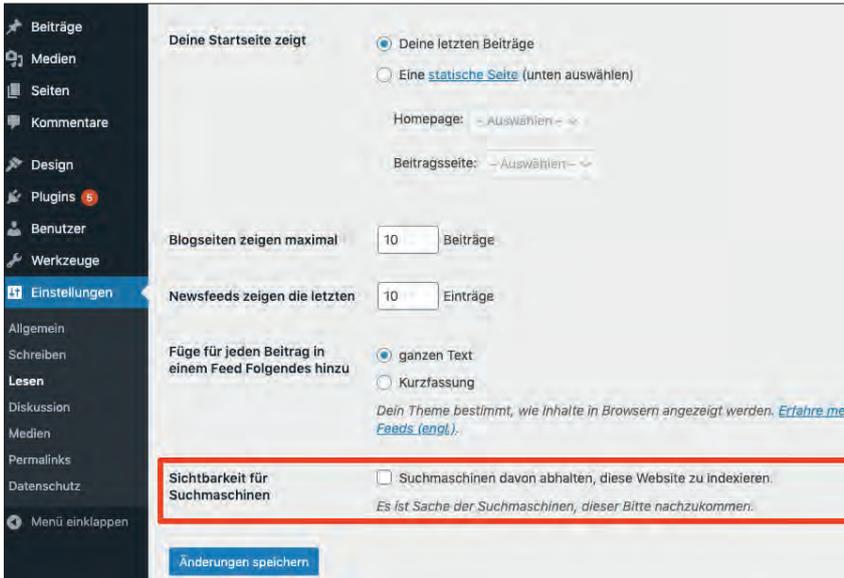


Abb. 1: Suchmaschinen davon abhalten, diese Website zu indexieren



Abb. 2: Überschriftenhierarchien mit „Gutenberg“

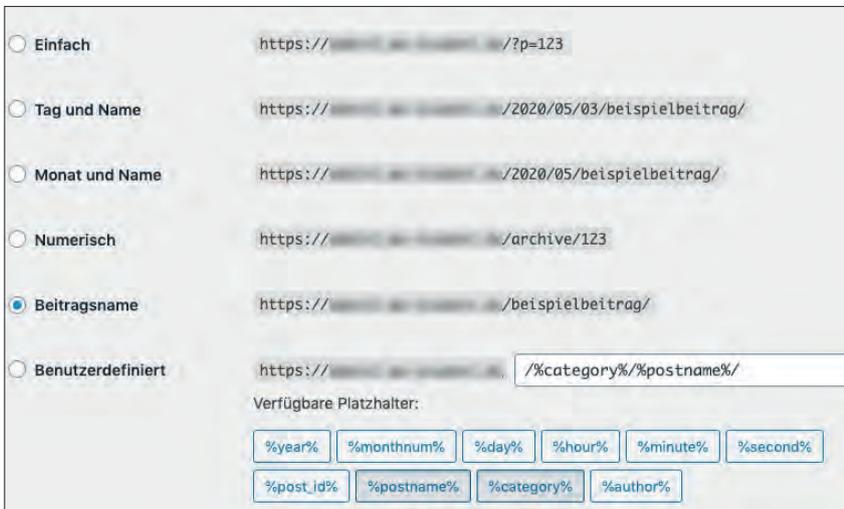


Abb. 3: Festlegung der Permalinks

eine Seiten-ID per Parameter übergeben werden (z. B. *website.de/?p=123*). Zwar können Suchmaschinen solche kryptischen URLs problemlos lesen, jedoch bietet es einige Vorteile, statt kryptischer Parameter sprechende URLs wie z. B. */beispielbeitrag/* einzusetzen. WordPress verfügt hierfür über ein entsprechendes System, um das Aussehen dieser URLs zu ändern. Unter dem Menüpunkt *Einstellungen > Permalinks* gibt es eine Reihe an Optionen zur Definierung der URL-Darstellung (Abbildung 3). Empfehlenswert ist die Option „Beitragsname“, bei der der Titel einer Seite in URL-Struktur gebracht und verwendet wird. Solche „sprechenden“ URLs sind in der Regel anspre-

chender für den Nutzer und schaffen somit gegenüber nichtssagenden URLs ein höheres Vertrauen. Eine saubere URL-Struktur kann zudem dazu beitragen, dass Suchmaschinen eine Website effektiver analysieren und indexieren können. Bei größeren Seiten kann es durchaus auch Sinn machen, Kategorien in die URL einfließen zu lassen. So könnte der benutzerdefinierte Wert */%category%/%postname%/* festgelegt werden, womit stets die Kategorie eines Artikels vorangestellt wird. Bei der Auswertung mit SEO-Analyse-Tools lassen sich dann bestimmte Bereiche einer Seite anhand der URLs eigenständig betrachten und auswerten.

WordPress-SEO mit Plug-in-Erweiterungen

Wie bisher aufgezeigt, sind die Einstellungsmöglichkeiten mit den WordPress-Bordmitteln relativ überschaubar. Erst mit entsprechenden Plug-in-Erweiterungen lässt sich eine Fülle an weiteren SEO-Einstellungen im WordPress-System vornehmen. Im WordPress-Plug-in-Verzeichnis (*https://de.wordpress.org/plugins/*) findet man unter dem Suchbegriff „SEO“ die beiden am meisten verbreiteten Plug-in-Erweiterungen: „All in One SEO Pack“ und „Yoast SEO“ (Abbildung 4). Beide Plug-ins weisen mit über zwei Millionen Installationen eine hohe Verbreitung auf, werden regelmäßig gewartet und verdienen sich mit vielen guten Bewertungen ein hohes Vertrauen. Zudem

WICHTIG!

Ändern Sie Permalinks bei einer bestehenden Seite nur, wenn Sie genau wissen, was Sie tun. Die Änderung einer URL bedeutet für Suchmaschinen, dass ein Inhalt unter der vorherigen URL nicht mehr existiert. Ohne eine Weiterleitungsregel zur neuen URL ist auch für die Suchmaschine nicht ersichtlich, unter welcher Adresse der Inhalt nun zu erreichen ist. Dadurch könnte eine Website Ranking-Verluste erfahren.



Abb. 4: Die Plug-ins „Yoast SEO“ und „All in One SEO Pack“

sind beide Plug-ins in ihrer Basisversion kostenlos und oft in dieser Version auch völlig ausreichend. Allgemein gilt, dass SEO-Plug-ins für WordPress in ihren Basisversionen alle ähnliche und zudem die wesentlichsten Einstellungsmöglichkeiten bieten, sodass es nur eine untergeordnete Rolle spielt, welches Plug-in sich tatsächlich im Einsatz befindet. Wer auf einen deutschsprachigen Entwickler und Support setzen möchte, der kann zudem einen Blick auf das (kostenpflichtige) Plug-in von wpseo.de werfen.

Seitenspezifische SEO-Einstellungen

Ist eines der SEO-Plug-ins installiert, erscheinen in der Regel jeweils unter dem Inhaltseditor im WordPress-Adminbereich zusätzliche Einstellungsmöglichkeiten, die speziell für die gerade zu bearbeitende Seite gelten. Zu den wichtigsten gehört hier beispielsweise die Möglichkeit zur Festlegung eines individuellen Seitentitels und einer individuellen Seitenbeschreibung, die Suchmaschinen meistens als Quelle für ihre Suchergebnis-Snippets heranziehen (Abbildung 5).

Bei Änderung der Titel- und Beschreibungstexte bieten die genannten Plug-ins eine Live-Vorschau des Suchergebnis-Snippets an und zeigen dabei, wie viele Zeichen für die ideale

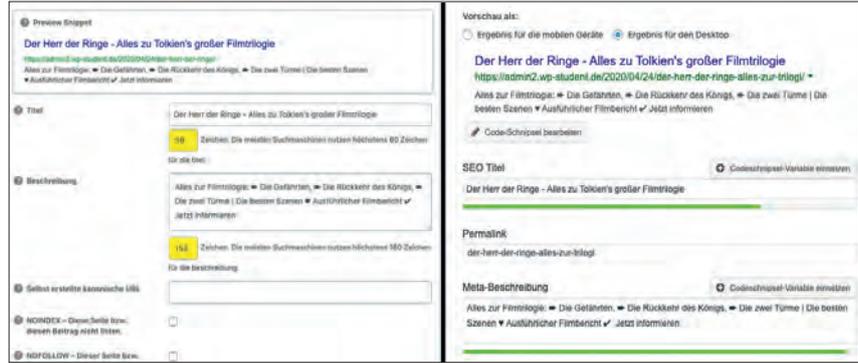


Abb. 5: Seitenspezifische Festlegung von Titel und Beschreibung mit Suchergebnis-Snippet-Vorschau im „All in One SEO Pack“ (links) gegenüber „Yoast SEO“ (rechts)

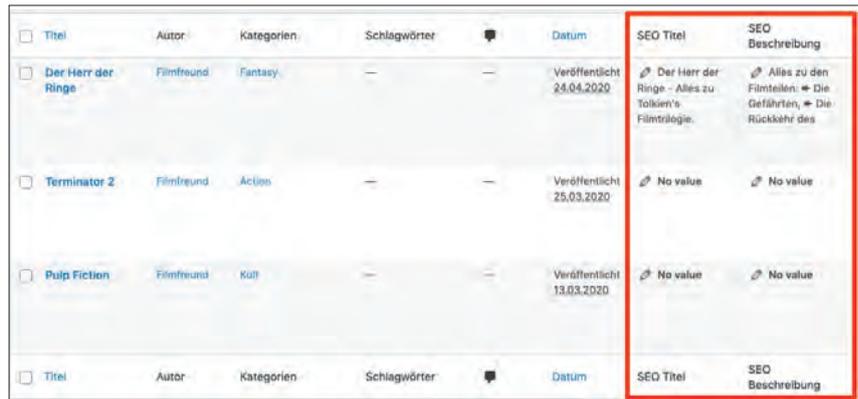


Abb. 6: SEO-Titel und SEO-Beschreibung auf einen Blick einsehen und in der Übersicht ändern

Textlänge noch verfügbar sind. In diesem Einstellungsbereich lassen sich neben Titel und Beschreibung auch noch andere individuelle Seiteneinstellungen definieren. So zum Beispiel:

- » Die **Indexierbarkeit** der jeweiligen Seite (legt fest, ob die aktuelle Seite in den Suchergebnissen erscheinen soll oder nicht)
- » Die Einstellungen **Robots follow/nofollow** (zeichnen aus, ob Google den Links auf der aktuellen Seite folgen soll oder nicht)
- » Das **Canonical-Tag** (hier kann eine URL hinterlegt werden, wenn die Seite als Duplikat einer anderen Seite zu bewerten ist)

Das „All in One SEO Pack“ bietet zusätzlich die Möglichkeit, Titel und Beschreibungen aller Seiten auf einen Blick in der Seitenübersicht einzusehen und die Werte direkt hier zu verändern (Abbildung 6). „Yoast SEO“ bietet diese Möglichkeit in der kostenpflichtigen Version ebenfalls an.

Inhaltsanalyse mit „Yoast SEO“

Gegenüber dem „All in One SEO Pack“ bietet „Yoast SEO“ zusätzliche Funktionen zur Analyse des erstellten Inhalts. Dazu wird auf der jeweiligen Seite eine sogenannte Focus-Keypphrase definiert, ein Suchbegriff, auf den der Inhalt optimiert werden soll. Basierend auf dieser Keypphrase untersucht „Yoast“ die bereits erstellten Inhalte und gibt diverse Tipps zur Optimierung. Erkennt das Plug-in zum Beispiel, dass die Focus-Keypphrase nicht im Titel und der Beschreibung vorkommt, gibt es hierzu einen entsprechenden Hinweis. Die aufgezeigten Tipps verweisen dabei stets auf einen englischsprachigen Hilfeartikel des Plug-in-Herstellers auf yoast.com und unterstützen in ausführlich beschreibender Weise bei der Lösung des aufgezeigten Problems (Abbildung 7).

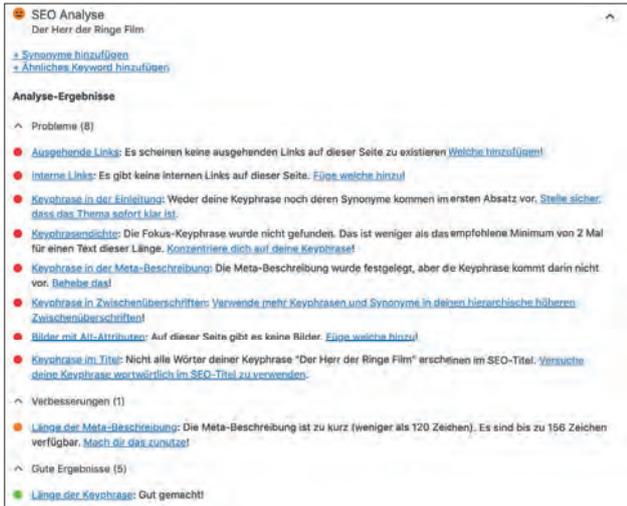


Abb. 7 (links): Verbesserungsvorschläge der „Yoast SEO“-Analyse

Abb. 8 (oben): Verbesserungsvorschläge der „Yoast“-Lesbarkeitsanalyse mit Verweis auf betreffende Textstellen

Lesbarkeitsanalyse

Neben den überwachten SEO-Einstellungen bietet „Yoast SEO“ zusätzlich eine Lesbarkeitsanalyse. Diese ist in den Sprachen Englisch, Deutsch, Französisch, Spanisch, Portugiesisch und Russisch verfügbar. Gegenüber den allgemeinen SEO-Einstellungen

wird hier der erstellte Text hinsichtlich seiner Lesbarkeit überprüft. Einige Überprüfungen sind zum Beispiel die Nutzung von Bindewörtern, Absatz- und Satzlängen sowie die Ermittlung des „Flesch Reading Ease Scores“, der die Lesbarkeit eines Textes mit einem Wert zwischen 1 und 100 bewertet.

„Die ‚Yoast-Ampel‘ dient nur als Hilfestellung und ist nicht als Maß aller Dinge zu verstehen.“

Timme Cloud 2.0

Leistung satt!

NEU

Die Timme Cloud ist einfach bedienbar und individuell erweiterbar.
Ohne Vorkenntnisse.
Und wann immer Sie wollen!

**Mehr Power.
Einfach zu bedienen.**



timmehosting.de/cloud

Bei manchen Vorschlägen lässt sich zudem durch Klick auf das Auge-Symbol (Abbildung ~ 8 der Text im Editor markieren, durch den „Yoast“ zu einer der aufgezeigten Bewertungen kommt. Die Lesbarkeitsanalyse funktioniert allerdings nur mit Inhalten, die direkt im WordPress-Editor erstellt wurden. Texte, die innerhalb eines im Theme mitgelieferten Pagebuilders erstellt wurden, werden i. d. R. nicht von „Yoast“ untersucht.

Nahezu alle von „Yoast SEO“ aufgestellten Vorschläge werden stets mit einem Ampelsystem in den Farben Rot, Gelb und Grün visuell unterstützt. Die Darstellung in einem Ampelsystem kann durchaus hilfreich sein. Zu berücksichtigen ist allerdings, dass „Yoast“ den Inhalt nach bestimmten Algorithmen untersucht. Und Algorithmen lassen sich bekanntermaßen auch austricksen. So könnte der Ampelstatus auch dann grün angezeigt werden, wenn die durch den Algorithmus definierten Anforderungen ganz exakt erfüllt werden, der Inhalt selbst aber völlig unsinnig ist und vom Thema abweicht. Insofern ist die „Yoast“-Ampel eine gute Hilfestellung, sollte aber nicht als Maß aller Dinge angesehen werden. Es müssen also nicht zwangsläufig alle Punkte auf Grün geschaltet sein, dies kommuniziert übrigens auch der Plug-in-Hersteller auf seiner Website so. Eine ordentliche

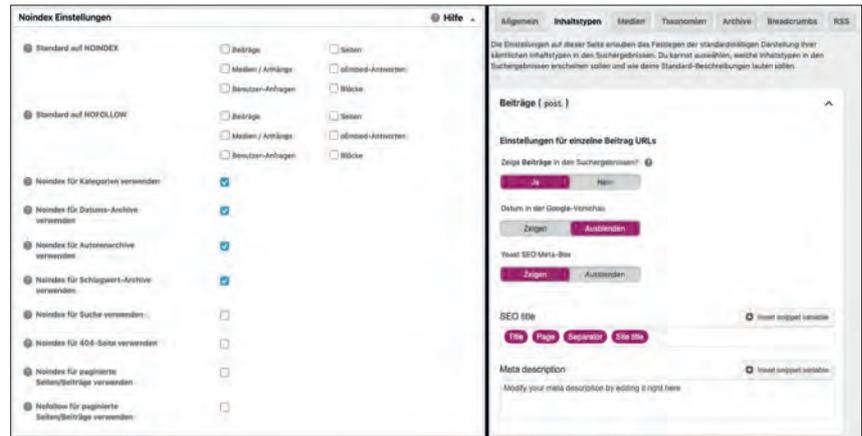


Abb. 9: Globale SEO-Einstellungen im „All in One SEO Pack“ (links) gegenüber „Yoast SEO“ (rechts)

Portion gesunder Menschenverstand bei der Erstellung von Inhalten gehört also immer dazu.

Globale SEO-Einstellungen

Wird mit WordPress ein neuer Beitrag erstellt, so lässt sich vermuten, dass auch genau dies passiert. Je nach genutzten WordPress-Funktion, Plugins oder Theme, legt WordPress jedoch einige zusätzliche Seiten an, die auf dem ersten Blick gar nicht ersichtlich sind. Werden beispielsweise für einen Beitrag eine neue Kategorie und ein neues Schlagwort festgelegt, so erstellt WordPress für eben jene Kategorie und/oder das Schlagwort eine eigene Übersichtsseite (sogenannte Archivseite). Auf dieser erscheinen alle Beiträge einer Kategorie bzw. eines Schlagwortes. Werden zudem noch Bilder im Artikel eingesetzt, erstellt WordPress für jedes Bild eine eigenständige Seite ohne weiteren Inhalt.

Mit einem einzigen neuen Artikel können so direkt mehrere erreichbare URLs generiert werden, die i. d. R. auch für Suchmaschinen zu finden und zu indexieren sind. Solche Seiten sind oftmals für den Benutzer zur Orientierung sinnvoll, bieten aber wenig Mehrwert für die Suchmaschinen oder produzieren gar Duplikate von Inhalten, die es zu vermeiden gilt.

WordPress-Seiten unter Kontrolle bringen

Um diese automatisiert generierten Seiten hinsichtlich Ihrer SEO-Einstellungen unter Kontrolle zu behalten, lassen sich globale Einstellungen für die unterschiedlichen Seitentypen



Abb. 10: Erstellung dynamischer Seitentitel mit Varianten auf unterschiedlichen Seitentypen

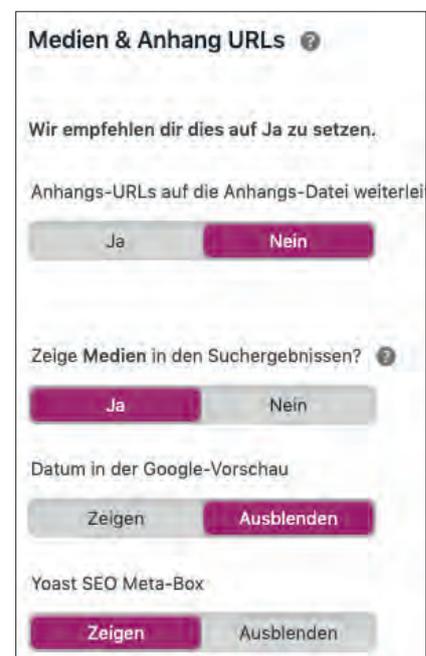


Abb. 11: „Yoast“-Einstellung zu Medienseiten



Abb. 12: „Site Kit by Google“-Plug-in im WordPress-Plug-in-Verzeichnis

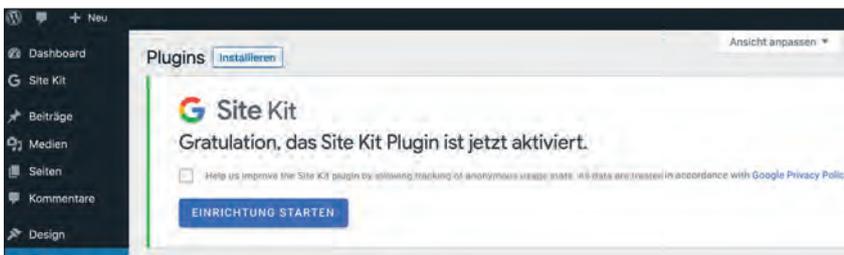


Abb.13: Onboarding-Hinweis nach Plug-in-Aktivierung

festlegen. Im „Yoast SEO“-Plug-in finden sich diese Einstellungen in Reitern organisiert unter dem Punkt Darstellung in der Suche, im „All in One SEO Pack“ auf der Seite Haupteinstellungen (Abbildung 9). Die Einstellungsmöglichkeiten sind bei den genannten Plug-ins zwar unterschiedlich aufgebaut, bieten im Prinzip aber die gleiche Funktionalität. So gibt es für beide Plug-ins Konfigurationsmöglichkeiten für die standardmäßigen Seitentypen „Beiträge“ (post) und „Seiten“ (page). Auch individuelle Inhaltstypen, wie zum Beispiel „Filme“, werden hier

aufgezeigt, sofern diese im System registriert wurden. Gleiches gilt für sogenannte Taxonomien. Hierunter fallen Artikel-Übersichtsseiten, die aus zugeordneten Beitragskategorien und Beitragsschlagwörtern generiert werden. Analog zu den benutzerdefinierten Seitentypen werden hier auch benutzerdefinierte Taxonomien (z. B. „Regisseure“) gelistet, sofern im System vorhanden.

Bei allen Seiten lässt sich jeweils festlegen, welche für den Suchmaschinenindex indiziert werden sollen und welche nicht. Somit ist dies ein recht

mächtiges Werkzeug. Am sinnvollsten ist hier meistens, diejenigen Seiten mit hohem inhaltlichen Mehrwert indexierbar zu machen und Seiten mit geringem inhaltlichen Mehrwert von der Indexierung auszuschließen.

Bei beiden Plug-ins lassen sich hier zudem für den jeweiligen Seitentyp Titel und Beschreibung global definieren. Achtung: Wird hier lediglich ein Text hinterlegt, erscheint genau dieser Text auch auf allen Seiten des jeweiligen Seitentyps. Da Suchmaschinen jedoch auf jeder Seite einen individuellen Seitentitel bevorzugen, macht es an dieser Stelle Sinn, die verfügbaren Platzhalter zu nutzen (Abbildung 10).

Neben den Inhalts- oder Taxonomieseiten lassen sich auf gleiche Weise auch automatisch generierte Autoren-, datumsbasierte Archivseiten und Medienseiten steuern. Oft sind diese nicht im Index der Suchmaschine erwünscht. „Yoast SEO“ geht bei Medienseiten sogar noch einen Schritt weiter und bietet eine Einstellung, die Medienseiten direkt auf die Medien-URL weiterleiten lässt (Abbildung 11).

Bei all diesen getroffenen Einstellungen ist stets zu beachten, dass seitenspezifische Einstellungen die globalen Einstellungen überschreiben. So macht es durchaus Sinn, erst ein-

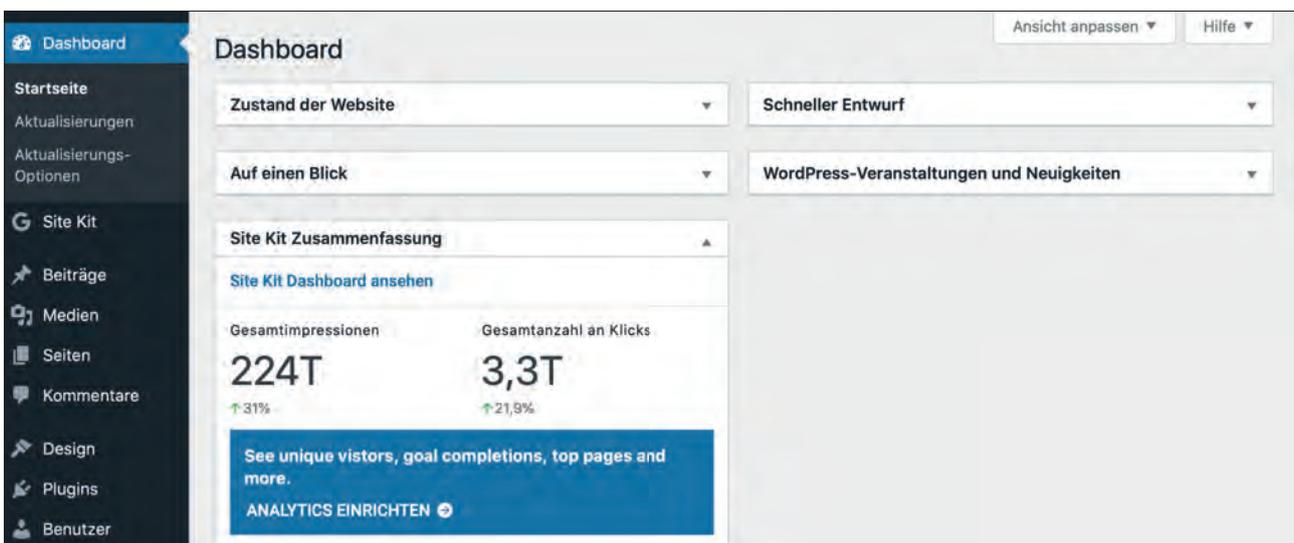


Abb.14: Dashboard-Überblick über Impressionen und Klicks

mal die globalen Einstellungen sauber zu definieren, um zumindest ein gewisses Maß an SEO-Basiseinstellung zu gewährleisten. Wichtige Inhaltsseiten lassen sich dann ganz individuell und spezifisch konfigurieren und überschreiben wiederum die globalen Vorgaben.

Das „Site Kit by Google“ – WordPress-SEO überwachen

Zur Überwachung der SEO-Performance hatte der Suchmaschinenbetreiber Google im Rahmen der Fachkonferenz „WordCamp Europe“ das WordPress-Plug-in „Site Kit by Google“ in seiner Beta-Version präsentiert und dieses im Oktober 2019 veröffentlicht. Das Plug-in weist bereits mehr als 300.000 aktive Installationen auf und wurde in den ersten sechs Monaten gut von interessierten WordPress-Seitenbetreibern angenommen. Regelmäßige Aktualisierungen erweitern den Funktionsumfang in kurzen Abständen. (Abbildung 12).

Das „Site Kit“ verbindet sich dabei mit dem Google-Dienst „Search Console“, einer Plattform, auf der Daten zu den Google-Suchergebnissen einer Website direkt von Google protokolliert werden. Die Daten aus der Search Console werden durch das Plug-in direkt im WordPress-System angezeigt und bieten einen Überblick über gestellte Suchanfragen, Positionen in den Suchergebnissen sowie Impressionen und Klicks.

Neben den Informationen aus der Search Console umfasst das Plug-in zudem noch eine Reihe weiterer Funktionen, wie zum Beispiel die Verknüpfung des Google-Analytics-Kontos oder die Auswertungen des Google-Diensts „PageSpeed Insights“.

Verwendung des Plug-ins

Das Plug-in erleichtert die Verbindung mit der Search Console enorm, indem aus dem Plug-in heraus eine



Abb. 15: Search-Console-Daten samt grafischer Auswertung



Abb. 16: Schnell-Überblick über Impressionen und Klicks aus der Admin-Bar heraus

Anmeldung bei Google stattfindet und hierdurch direkt die Bestätigung der Eigentümerschaft übernommen wird. Dies ist mitunter zu Fuß durchaus etwas mühselig. Auch die Einbindung der genannten Dienste kann vollständig ohne Code-Anpassungen umgesetzt werden und reduziert durch die Nutzung eines einzigen Plug-ins die Komplexität der WordPress-Installation.

Nach der Installation und Aktivierung wird zum Onboarding ein Hinweis mit „Einrichtung starten“-Button angezeigt (Abbildung 13), nach dessen Klick durch die komplette Einrichtung über die Google-Seite geführt wird. Mit vorhandenem Google-Konto lässt sich dies durch Anmelden mit den Zugangsdaten und wenige Klicks vollständig erledigen. Leider muss derzeit noch für jeden Administrator eine eigene Google-Konto-Anbindung erfolgen, sodass auch andere Nutzer Einblick in die Daten der Search Console haben. Eine Möglichkeit, diese mit anderen Benutzerkonten zu teilen, wird aber bereits diskutiert und könnte in einer zukünftigen Version des Plug-ins Bestandteil werden.

Im Anschluss ist das Plug-in einsatzbereit und stellt im WordPress-Dashboard einen Überblick über die Impressionen und Klicks bereit (Abbildung 14). Wurde die Seite das erste Mal bei der Search Console angemeldet, dauert es einige Zeit, bis sich hier Daten ansammeln. Im „Site Kit“-Dashboard (Site Kit > Dashboard) lassen sich darüber hinaus die häufigsten Suchanfragen und die Ergebnisse der Geschwindigkeitsmessung einsehen. Von dieser Seite aus können für jede einzelne Seite oder jeden Beitrag die detaillierten Seitenstatistiken durch Eingabe eines passenden Suchbegriffs unter „Search for individual page or post information“ abgerufen werden.

Unter Site Kit > Search Console werden die Klicks, Impressionen, durchschnittliche CTR (Click Through Rate, Rate der Klicks bezogen auf die Anzahl Impressionen) und durchschnittliche Position aufgelistet (Abbildung 15). Die Daten werden aus Googles Search Console direkt im WordPress-Dashboard eingeblendet, um sie am Ort des Geschehens im Blick zu haben und berücksichtigen zu können. Es wird jeweils die Änderung

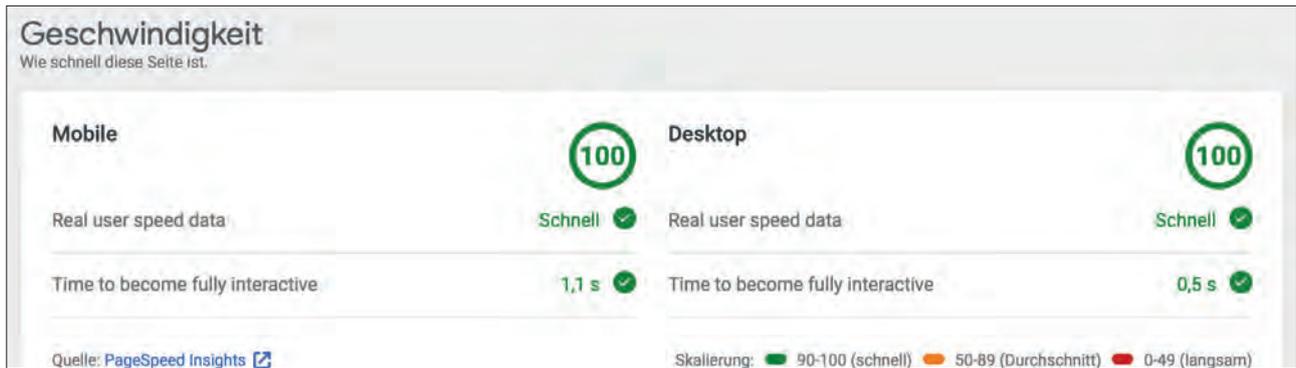


Abb. 17: PageSpeed-Insights-Ergebnisse im Überblick

zum letzten Vergleichszeitraum dargestellt, um sofort die Erfolge oder Misserfolge der letzten Anpassungen oder einfach der zeitlichen Entwicklung erkennen zu können. Die zeitliche Entwicklung der ersten beiden Werte wird in einem Diagramm dargestellt. Der Zeitraum lässt sich zwischen den letzten 7, 14, 28 und 90 Tagen wählen. Hier sind die Entwicklung und eventuell markante Zeitpunkte auf einen Blick zu erkennen.

Auch lässt sich durch die Plug-in-Nutzung beim Bearbeiten von Beiträgen und Seiten ein schneller Blick auf die Werte werfen, um direkt passende Maßnahmen ergreifen zu können: Sei es die Anpassung der Meta-Description, um eine höhere Konversion von Impressionen zu Klicks zu erreichen, eine inhaltliche Ergänzung, um mehr Impressionen zu erzeugen, oder gar Maßnahmen, um eine hohe Klickrate in

die gewünschten Kanäle wie Kontakt oder Verkauf zu leiten.

Dazu lässt sich oben in der WordPress-Admin-Leiste über den „Site Kit“-Button hovern, um einen Überblick über die aktuell sichtbare Seite zu erhalten (Abbildung 16). Ein Klick auf „Mehr Details“ führt zur vorgenannten detaillierten Seitenstatistik.

Ladezeit mit Google PageSpeed Insights überwachen

Am Ende jeder Statistikseite werden die Ergebnisse der PageSpeed Insights angezeigt (Abbildung 17). Nicht nur die Suchmaschinen werden sich über die Verbesserung der Seitenperformance freuen, sondern vor allem die Seitenbesucher und nicht zuletzt der Seitenbetreiber, dem diese Verbesserung nun auch schön aufbereitet im WordPress-Dashboard dargestellt wird.

Fazit

WordPress bietet mit seinen Basisfunktionalitäten bereits erste Einstellungsmöglichkeiten, die zur SEO-Optimierung einer Website beitragen. Erweiterbar sind die SEO-Einstellungen in WordPress durch verschiedene SEO-Plug-ins, die bereits in ihrer kostenlosen Basisversion zusätzliche und die wesentlichsten Einstellungsmöglichkeiten abdecken. Zudem bietet „Yoast SEO“ eine Analyse der erstellten Inhalte und bewertet diese in einem Ampelsystem. Mit dem „Site Kit by Google“ hat der Suchmaschinenriese kürzlich eine interessante Erweiterung geliefert, mit der Suchmaschinenrankings und andere Dinge direkt im WordPress-System überwacht werden können. ¶

WE LOVE BOOSTING

STUDENTEN-ABO*

51,- EUR

6 Ausgaben / Jahr

(Ausland: 63,- EUR)

www.websiteboosting.com/studentenabo

Bei Fragen: abo@websiteboosting.com

* auch für Schüler/Innen und Auszubildende (entsprechende Bescheinigung mitschicken!)