

# WAS POSITIV DENKEN MIT SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG ZU TUN HAT

Veröffentlicht am 8. August 2012 von Annette

Soziale Netzwerke verändern unsere Medienlandschaft massiv. Die immer stärkere Nutzung von Plattformen wie [Facebook](#) oder [Google+](#) stellt andere Anforderungen an online veröffentlichte Texte - wenn diese zur Suchmaschinenoptimierung und zu [erfolgreicher Online PR](#) beitragen sollen. Aber wie "funktionieren" Texte, Artikel und Überschriften für Social Media am Besten?

## Positiv formulierte Titel bekommen mehr Resonanz

Dem **Titel eines Artikel**, den man bei Facebook und Google+ veröffentlicht, kommt offenbar eine viel zu oft übersehene **Schlüsselrolle** zu. Sie wollen, dass jemand "Gefällt mir" oder +1 klickt? Dann muss der Titel **positiv formuliert** sein.

Der Grund ist denkbar simpel: Kaum jemand klickt "Gefällt mir", wenn eine Überschrift "Schrecklicher Unfall auf der A45" lautet - es wird als moralisch zweifelhaft, wenn nicht gar makaber angesehen. Heißt es allerdings "5 Leute überleben Verkehrsunfall" ist die Wahrscheinlichkeit höher, dass der Link jemandem gefällt.

Menschen wollen in der Regel nicht mit negativen Schlagzeilen in Verbindung gebracht werden oder den Eindruck erwecken, sie seien taktlos, weswegen sie bei negativ formulierten Überschriften seltener "Gefällt mir" klicken. Das mag sich banal anhören, ist aber von **zentraler Bedeutung für die Konzeption von Inhalten in den sozialen Netzwerken**. Wenn Sie Resonanz erzielen wollen, müssen Sie sich also angewöhnen, Ihre Überschriften positiv zu formulieren oder eben so, dass man bedenkenlos "Gefällt mir" klicken kann.

## Mehr Resonanz bedeutet höhere Sichtbarkeit

Wieso ist es wichtig, dass viele Benutzer "Gefällt mir" klicken? Jeder "Gefällt mir"-Klick löst eine Kettenreaktion aus: Auf der Pinnwand des Facebook-Nutzers erscheint, was ihm gefällt - und das sehen andere Nutzer, die dadurch auf das Unternehmen aufmerksam werden. Und nicht nur das: Sogenannte soziale Signale von Facebook, Google+, Twitter etc. fließen zunehmend in den Suchalgorithmus von Google ein und beeinflussen so die Suchergebnisse. Das heißt: **Jedes "Gefällt mir" leistet einen Beitrag zur Suchmaschinenoptimierung und zum Online Marketing Ihres Unternehmens**.

Solange es also keinen "Gefällt mir nicht"-Button oder Ähnliches gibt, lohnt es sich, die Formulierung seiner Überschriften für Blogartikel und die [Inhalte in den sozialen Netzwerken](#) auf Ihren positiven Grundton hin zu überprüfen und eventuell anzupassen.

Was sagen Sie? Klicken Sie "Gefällt mir" bei negativen Nachrichten? Wir freuen uns auf Ihre Meinung!

