Yoast Premium – Macht eine Premium-Version besseres SEO?

Yoast Premium – Macht eine Premium-Version besseres SEO? – websiteboosting.com

Das Plug-in Yoast ist das Nonplusultra für SEO-Arbeiten an Webseiten mit dem Content-Management-System WordPress und TYPO3. Die niederländische Firma bietet seit 2014 eine Premium-Version für ihr SEO-Tool an. In diesem Artikel werden die kostenpflichtigen Funktionen genauer unter die Lupe genommen..…

Das Plug-in Yoast ist das Nonplusultra für SEO-Arbeiten an Webseiten mit dem Content-Management-System WordPress und TYPO3. Die niederländische Firma bietet seit 2014 eine Premium-Version für ihr SEO-Tool an. In diesem Artikel werden die kostenpflichtigen Funktionen genauer unter die Lupe genommen mit der Fragestellung: Kann SEO besser gemacht werden, wenn das Tool den Stempel Premium hat?

Die Erweiterung Yoast ist ein bekanntes SEO-Plug-in, welches bei der Suchmaschinenoptimierung Zeitersparnis schafft. Es können viele Hands-on-Anpassungen unproblematisch über das Backend von WordPress oder TYPO3 vorgenommen werden. Somit bleibt mehr Zeit, um sich auf das Wachstum und die Verbesserung der Webseite zu konzentrieren. Ein weiterer Vorteil ist, dass dank Yoast bei vielen vor allem technischen Anpassungen kein Programmierer mehr notwendig ist, um beispielsweise Optimierungen an der Sitemap vorzunehmen oder um das robots-Tag einer Seite auf noindex zu setzen. Während das SEO-Plug-in Yoast viele großartige Funktionen bietet, bringt die Premium- Version die SEO-Optimierung auf die nächste Stufe. Diese Funktionen bietet Yoast Premium:

- Interne Verlinkungen
- Weiterleitungs-Manager
- Focus Keyword Export
- Content Insights
- Vorschaumodus für Facebook und Twitter

In diesem Artikel werden die verschiedenen Funktionalitäten näher beschrieben, zielführend im Hinblick darauf, ob die Premium-Version von Yoast unbedingt notwendig ist für gute SEO-Arbeit. Die Yoast-SEO-Premium-Version für WordPress kostet aktuell 79 Euro im Jahr, wobei die Lizenz nur für eine Seite genutzt werden darf und Updates und Support (dieser wird 24/7 angeboten) für ein Jahr gewährleistet sind. Nach diesem Jahr sind alle Premium-Funktionalitäten und Einstellungen noch aktiv, jedoch können sie nicht mehr im gleichen Umfang genutzt werden. Zur Testphase lief das Plug-in in der Version 9.6. auf unserer Agentur-Webseite. Wer bereits mit der kostenfreien Version von Yoast vertraut ist, bekommt eventuell mit, in welchen engmaschigen Zeitrahmen Updates notwendig werden. Ein Blick auf die Change Logs zeigt, dass auch das Yoast-Premium-Plug-in regelmäßig geupdatet werden muss. Dabei ist darauf zu achten, dass nach Ablauf der Lizenz keine Updates mehr möglich sind.

Info

Seit Kurzem ist Yoast Premium auch für das Content-Management-System TYPO3 erhältlich. Es bringt leider nicht alle Funktionalitäten mit, die in der Version von WordPress enthalten sind. Beispielsweise ist ein Export der Fokus- und sekundären Keywords und des Yoast Scores (siehe Funktionalität „Focus Keyword Export”) kein Teil der Yoast-Premium-Version. Ein wenig abgespeckt ist die TYPO3-Version mit einer jährlichen Lizenzgebühr von 499 Euro erhältlich.

Die Installation von Yoast Premium ist einfach, wobei beim Kauf ein Account auf my.yoast.com erstellt werden muss. Das Premium-Plug-in muss auf der gewünschten Seite installiert und anschließend über das Kundenkonto verknüpft werden. Das normale Yoast kann parallel weiterhin genutzt werden. Die Premium-Version ist lediglich eine Erweiterung der Funktionalitäten.

Interne Verlinkungen

Die Yoast-Premium-Funktion für interne Verlinkungen ist relevant, um Seiten oder Blogartikel in thematischen Clustern zusammenhängend zu organisieren. Allein diese Funktion spart enorm viel Zeit, da das Plug-in beim Schreiben von Artikeln Verlinkungen vorschlägt. Wenn Ihre Webseite stetig wächst, wird z. B. anhand von Blogartikeln oder anderen neuen Inhalten diese Funktion nur noch wertvoller, da interne Verlinkungs-Konzepte für große etablierte Seiten sehr viel Zeit in Anspruch nehmen. Damit Yoast interne Verlinkungen vorschlagen kann, müssen die Inhalte vorab gescannt und analysiert werden. Dies muss in den Yoast-Einstellungen manuell angestoßen werden. Je nach Größe der Webseite kann dies einige Zeit in Anspruch nehmen, um die internen Verlinkungs-Vorschläge zu analysieren und zu erstellen. In der Regel ist dies ein einmaliger Vorgang. Bei neu erstellten Inhalten lernt Yoast sofort dazu. Die Vorschläge für passende Artikel liegen in der rechten Sidebar in der bekannten Editor-Ansicht. Die Vorschläge von Yoast Premium splitten sich in zwei Kategorien: zum einen die „Eckpfeiler-Inhalte" und zum anderen die „regelmäßigen Inhalte".

Info

Mit „Eckpfeiler-Content" oder auch „Evergreen-Content" genannt, definiert Yoast die Kerninhalte der Webseite. Diese bestehen aus den wichtigsten Artikeln der Webseite. In der Regel handelt es sich um lange, informative Artikel, die Erkenntnisse aus verschiedenen Blogbeiträgen kombinieren und alle relevanten Inhalte eines Themas behandeln. Der Fokus liegt darauf, die besten und umfassendsten Informationen zu einem bestimmten Thema bereitzustellen, anstatt Produkte zu verkaufen. Dennoch sollte sich das Kerngeschäft der Webseite widerspiegeln oder ihre Mission klar definiert sein.

Abbildung 1: Mithilfe des Features „interne Verlinkung“ lassen sich potenzielle Themen clustern

Die „Eckpfeiler”-Texte werden von Yoast gefunden, können aber auch für jeden Artikel manuell als „Eckpfeiler” aktiviert werden. Dies ist in der bekannten Yoast-Einstellung jeder Seite oder jedes Beitrages möglich. Die in der Sidebar dargestellten Links können mit einem Klick auf das Icon kopiert werden.

Leider funktioniert das Feature der internen Verlinkung nur im WordPress-Editor und im neuen Gutenberg-Editor. Sollte der Text in WordPress über den Visual Composer in Boxen angelegt werden, muss immer erst in den klassischen Textmodus geswitcht werden, um die interne Verlinkung aus der Sidebar zu nutzen.

Es ist wirklich sehr überraschend, welche Seiten Yoast für die internen Verlinkungen vorschlägt. Thematisch passen oft nur wenige Artikel. Hier sollte darauf geachtet werden, nicht wahllos zu verlinken, sondern strukturiert vorzugehen. Hilfreich ist das Tool dahingehend, dass es versteckte Artikel zeigt, an die Redakteure gar nicht mehr gedacht haben.

Weiterleitungs-Manager

Weiterleitungen sind wichtig, um zum einen die Webseite sauber zu halten, und zum anderen, damit der Traffic über die alten URLs nicht verloren geht und die Bots der Suchmaschinen nicht auf Fehlerseiten stoßen. Auch dieses Feature kann Zeit sparen, da keine Umleitungskonzepte manuell erstellt werden müssen.

Vielen ist wahrscheinlich die Problematik bekannt, dass Kunden Seiten oder Beiträge in WordPress löschen, ohne Bescheid zu geben, und nicht daran denken, Weiterleitungen einzurichten. Mithilfe des Weiterleitungs-Managers von Yoast Premium sollte so schnell keine Seite mehr verloren gehen. Sobald in WordPress eine bestehende Seite oder ein Beitrag gelöscht wird, greift Yoast Premium und erinnert den Redakteur daran, dass eine Weiterleitung eingerichtet werden muss. Auch wenn lediglich die URL einer Seite angepasst wird, erstellt Yoast automatisch eine Weiterleitung und informiert den Nutzer mit einem Hinweis darüber. Hier ist allerdings Vorsicht geboten, da durch wiederholte Anpassungen einer URL schnell Weiterleitungsketten entstehen können.

Folgende Weiterleitungs-Codes können über Yoast eingestellt werden:

- 301 – permanente Weiterleitung
- 302 – gefunden (temporäre Weiterleitung)
- 307 – temporäre Weiterleitung
- 410 – Seite gelöscht
- 451 – angeforderte Ressource aufgrund gesetzlicher Bestimmungen nicht gefunden

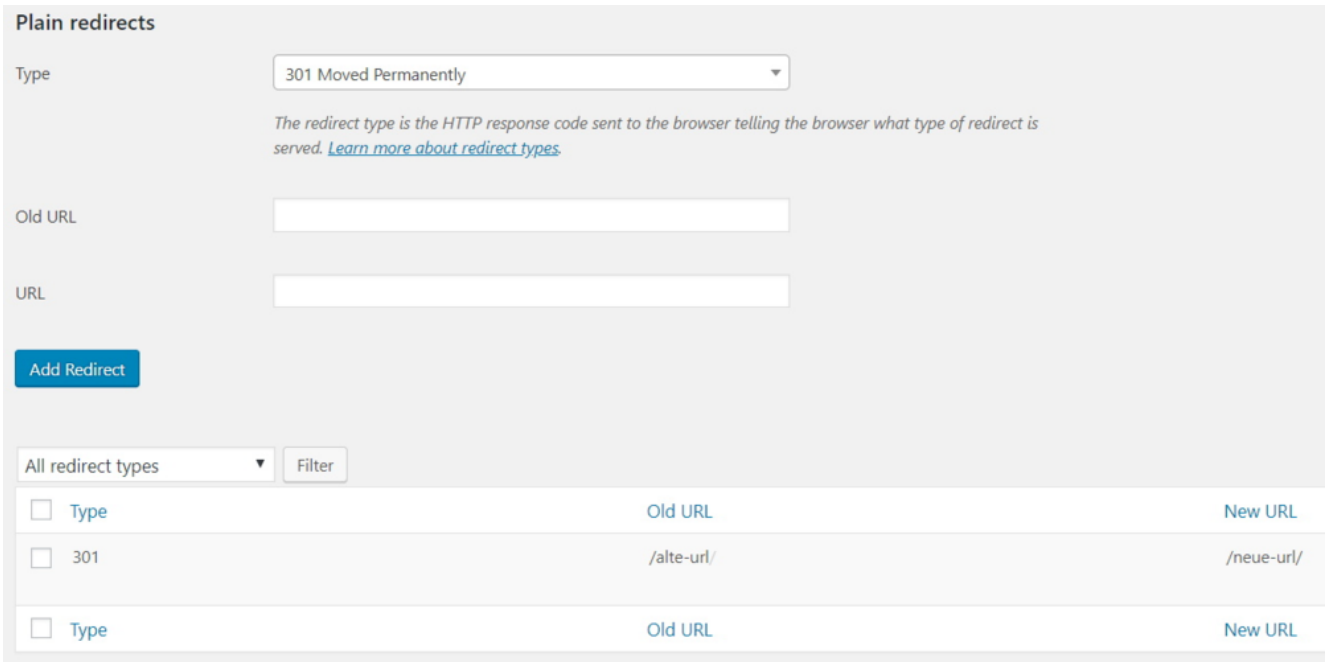

Abbildung 2: Der Weiterleitungs-Manager erstellt gewünschte Weiterleitungen und listet alle verfügbaren in der Übersicht auf

Der Weiterleitungs-Manager listet alle erstellten Weiterleitungen auf. Es kann sogar konfiguriert werden, ob die Weiterleitungen in die .htaccess geschrieben werden; vorausgesetzt, dass die Datei beschreibbar ist. Regex-Ausdrücke können auch genutzt werden, um z. B. mehrere URLs an eine Ziel-URL weiterzuleiten. Mit der Yoast-Premium-Version können Redirects direkt importiert und exportiert werden. Sollten bei Blogkategorien Anpassungen am Kategorienamen gemacht werden, richtet auch hier Yoast eine Weiterleitung ein. Hier ist Vorsicht geboten. Schnell geht der Überblick über alle bestehenden Weiterleitungen verloren und die Redakteure der Seite erstellen mit Löschungen, nachträglichen Änderungen an den URLs oder Kategorie-Zuordnungen Weiterleitungsketten oder sogar unendliche Schleifen. Bei sehr großen Seiten kann es im Weiterleitungs-Manager sehr schnell sehr unübersichtlich werden. Zusätzlich sollte bedacht werden, dass Weiterleitungen nach einer gewissen Zeit auch gelöscht werden sollten. Nichtsdestotrotz ist es ein tolles Erste-Hilfe-Tool, um keine Rankings zu verlieren. Jedoch sind regelmäßige Kontrollen in diesem Fall essenziell.

Focus Keyword Export

Mit dieser Funktion können alle Fokus-Keywords, Seitentitel, Meta-Descriptions und URLs in eine CSV exportiert und dort bearbeitet werden. Zusätzlich zum Export gibt es den Yoast-internen „Score” der Seiten, der die Lesbarkeit misst. So können Seiten, die mehr Aufmerksamkeit benötigen, besser identifiziert und klare Maßnahmen zur Onpage-Seitenoptimierung schnell umgesetzt werden.

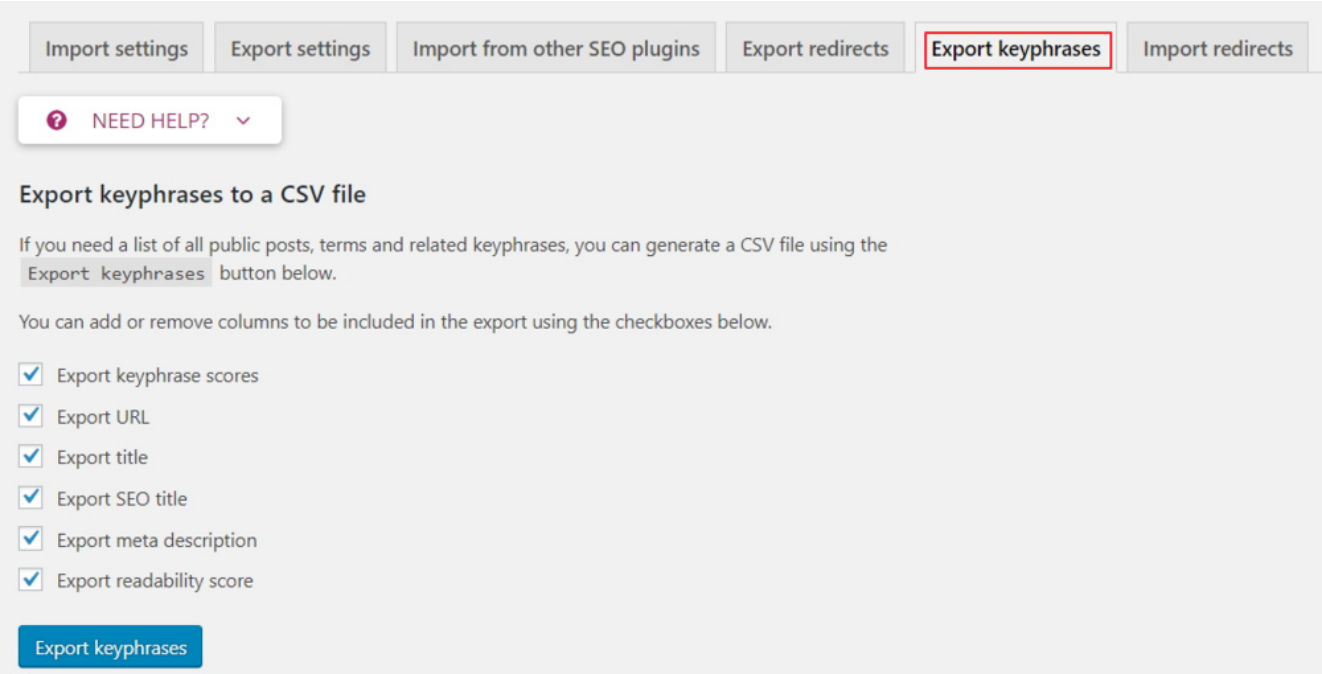

Abbildung 3: Export von CSV-Dateien mit den wichtigsten SEO-Daten ist nur mit Yoast Premium möglich

Wer wirklich nur URLs, Seitentitel und Meta-Description als CSV benötigt, kann sich diese Informationen aus anderen Crawlern wie Screaming Frog holen. Wer jedoch seine Texte mit Yoast dahingehend optimiert, dass die Fokus-Keywords genutzt werden, und die Content-Analyse bei Yoast immer auf Grün hält, kann den Export gut gebrauchen, um versteckte Goldschätze zu finden.

Content Insights

Dieses Yoast-Premium-Feature zeigt die fünf Wörter und Phrasen, die auf der Seite am häufigsten verwendet werden. Der Artikel wird in Echtzeit gescannt und stellt eine Liste der Keywords zusammen, die am häufigsten genutzt werden. So ist schnell zu kontrollieren, ob sich der Text auf die richtigen Keywords fokussiert. Dank der Echtzeitanalyse kann so flexibler reagiert werden.

Ein Beispiel: Ein Text, in dem inhaltlich um „Offpage-Optimierungen" geht (z. B. als Fokus-Keyword), sollte als Keyword, welches Yoast unter Content Insights anzeigt, nicht „Onpage-Optimierung" haben. So erkennen User an ihrem Text schnell, dass sie thematisch in eine falsche Richtung gehen,

und der Artikel kann dahingehend bearbeitet werden, dass der Fokus auf das Hauptkeyword oder unterstützende bzw. verwandte Keywords gelegt wird.

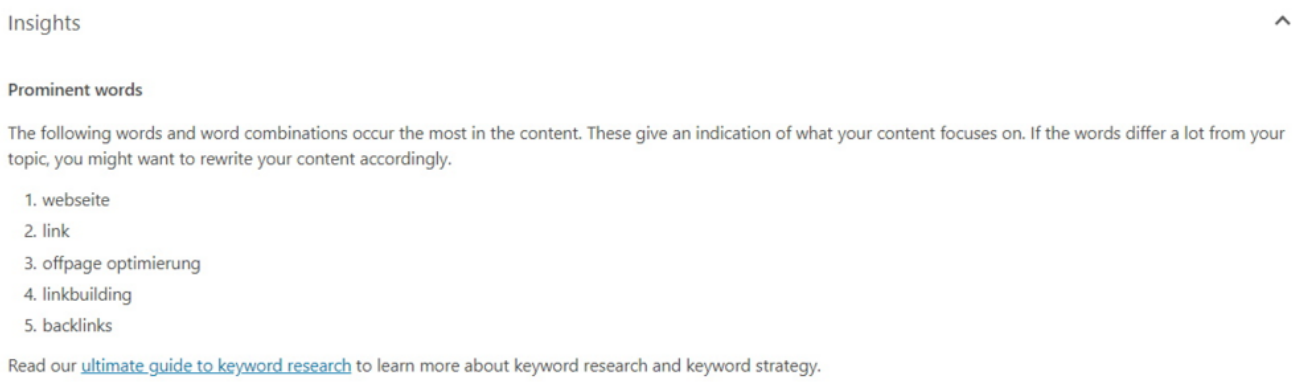

Abbildung 4: Das Feature „Content Insights“ zeigt neben dem Fokus-Keyword die fünf sekundären Keywords an

Die Lesbarkeits-Analyse ist bereits in der kostenfreien Yoast-Version vorhanden. Höhere Punktzahlen weisen auf Inhalte hin, die leichter zu lesen sind, während niedrigere Werte auf ein schwierigeres Leseerlebnis schließen lassen. Der Lesbarkeits-Score in Yoast wird mit dem sogenannten „Flesch Reading Ease”-Indikator bewertet und prüft, ob ein Artikel gut zu lesen ist. Der legendäre Lesbarkeitsexperte Rudolf Flesch hat die Partitur vor über 70 Jahren entwickelt. Diese Berechnung misst die Länge von Wörtern und Sätzen, um eine Punktzahl zu erzeugen, die die Komplexität eines Inhalts zeigt. Aus einer ganzheitlichen SEO-Perspektive ist es daher wichtig, dass die Texte für die Zielgruppe nicht zu schwer zu lesen sind. Kurz gesagt: Wenige schwierige Wörter und kurze Sätze. Da der Algorithmus von Google menschlicher wird und die Sprachsuche zunimmt, werden Lesefreundlichkeit und Lesbarkeit im Hinblick auf das Ranking wichtiger.

Das Ampelsystem, das Yoast für die Analyse des Textes eingeführt hat, gibt den Redakteuren einen gewissen Ansporn, alles den Yoast-Richtlinien anzupassen.

Vorschaumodus für Facebook und Twitter

Yoast Premium bietet ein Vorschaumodus für Facebook und Twitter an. Mit diesem Feature kann in der Vorschau gesehen werden, wie der Beitrag beim Teilen angezeigt wird. Auch ohne die Premium-Version ist es möglich, für jede Seite oder jeden Beitrag einen Titel, eine Beschreibung und ein Bild anzugeben. Wurde allerdings kein Bild ausgewählt, gab es keinerlei Kontrolle darüber, welches Bild Facebook ausspielt. Da kann es schon zu Überraschungen kommen, wenn ein beliebiges Bild aus dem Artikel gezeigt wird. Bei Yoast Premium kann mithilfe des Vorschaumodus genau kontrolliert werden, wie der Beitrag aussieht, wenn er auf Facebook oder Twitter geteilt wird. In der Regel nutzen andere Social-Media-Plattformen wie Pinterest oder LinkedIn die Open-Graph-Daten von Facebook, da oft keine spezifischen Daten angegeben wurden.

Abbildung 5: Der Vorschaumodus von Yoast Premium hilft, Fehler zu vermeiden

Eine URL in WhatsApp ist eine beliebte Möglichkeit, um Freunde oder Familie auf interessanten Content aufmerksam zu machen. Auch hier wird das Vorschaubild mit der Verlinkung über den Open Graph erstellt. Daher ist es in diesem Fall so wichtig, dass es einen Vorschaumodus gibt.

Mit dem Vorschaumodus für Social Media können Fehler von vornherein vermieden werden und der Social-Media-Auftritt bleibt fehlerfrei. Hier bietet die Premium-Version eine gute Möglichkeit, die allerdings auch durch andere kostenlose WordPress-Plug-ins abgedeckt werden kann.

Fazit

Es sollte nicht vergessen werden, wie mächtig Yoast ist, auch ohne den Stempel Premium. Kategorien, Tags und Autorenseiten sind in Yoast steuerbar für die Suche bei Google. Jeder Seite können optimierte Seitentitel und Meta-Descriptions hinzugefügt werden, eine Automation ist leicht umzusetzen. Eine Verknüpfung mit der Google Search Console ist schnell gemacht. Sitemaps können in ein paar Klicks konfiguriert und erstellt werden. Die wenigsten Yoast-Nutzer wissen, dass über den Yoast-Editor die robots.txt und .htaccess geändert werden können. Voraussetzung dafür ist, dass beide Dateien beschreibbar sind. Zusammengefasst ist also zu sagen: Eine effiziente SEO-Arbeit an der Webseite ist mit der kostenfreien Version von Yoast schon gegeben. Für Webseiten, die wirklich textlastig sind, bei denen regelmäßiger Content erzeugt wird und Social-Media-Beiträge im Vordergrund stehen, ist die Premium-Version von Vorteil. Zu empfehlen ist ein einjähriger Testlauf, indem alle neu erstellten Seiten mithilfe von Yoast Premium optimiert werden. Jeder muss für sich herausfinden, ob die Lesbarkeit der Texte von Menschen oder von Maschinen bewertet werden soll.