PDF-**SEO**

Suchmaschinenoptimierung für PDF-Dateien

BESONDERS SEIN

In Zeiten von „Mobile First“ sind PDF-Dateien im Internet eigentlich ein Anachronismus. Trotzdem gilt: Google und andere Suchmaschinen können auch PDF-Dateien crawlen und indexieren.

Und sie tauchen immer wieder in Suchergebnissen auf. Gleichzeitig werden PDF-Dateien regelmäßig sehr stiefmütterlich behandelt. Zeit also für PDF-SEO.

Erfahren Sie hier:

Wann PDF-Dateien für SEO Sinn machen - und wann nicht 2

Wie PDF-SEO funktioniert 3-5

Wie Sie Traffic auf PDF-Dateien tracken können 6

Wann PDF-Dateien für SEO Sinn machen - und wann nicht

PDF-Dateien machen nur einen sehr kleinen Anteil an den Suchergebnissen bei Google & Co aus. In manchen Nischen funktionieren sie aber sehr gut. Das liegt daran, dass PDFs gegenüber html-Seiten Vorteile und Nachteile haben:

Größter Vorteil von PDF-Dateien: Sie sehen überall gleich aus. Ob Desktop, Tablet, Smartphone oder ausgedruckt auf Papier, PDF-Dateien bleiben bis hin zum Seiten- und Zeilenumbruch identisch.

Größter Nachteil von PDF-Dateien: Sie sehen überall gleich aus. Das ist das Gegenteil von Responsive Design und gerade auf Smartphones sind PDF-Dateien daher oft schwer lesbar. Außerdem können in PDF-Dateien keine der in html-Seiten üblichen Skripte ausgeführt werden. Das macht unter anderem das Tracking nicht gerade einfacher.

Das bedeutet, dass PDF-SEO vor allem dann Sinn macht, wenn die Nutzer bei ihrer Suche eine pdf-Datei erwarten. Das kann beispielsweise der Fall sein, weil sie das Ergebnis drucken wollen oder weil sie genaue Seitenangaben brauchen. Beispiele dafür sind:

- Das Keyword, auf das Sie als Website-Betreiber optimieren, enthält „pdf".
- PDF-Dateien tauchen (prominent) in den Suchergebnissen auf.
- Die Suchbegriffe deuten darauf hin, dass eine PDF-Datei Sinn machen kann. Beispiele dafür sind Suchanfragen nach Musterbriefen, Formularen, Gebrauchsanleitungen oder Keywords, die nahelegen, dass die Nutzer nach einem wissenschaftlichem Artikel suchen. (Bei letzteren braucht man Seitenangaben zum Zitieren.)

Ansonsten bleiben Sie besser bei html ...

Wie Sie PDF-Dateien für Suchmaschinen optimieren

Viel von dem, was gutes PDF-SEO ausmacht, empfehlen wir als SEO-Agentur auch bei html-Dateien – nur wird es bei Portable Document Files oft nicht gemacht – selbst bei Firmen, die sonst erfolgreiche Suchmaschinenoptimierung betreiben. Hier die wichtigsten Tipps für die Suchmaschinenoptimierung bei PDF-Dateien:

Überschriften

In PDF-Dateien können Sie zwar nicht die üblichen html-Tags für Überschriften (<H1> bis <H6>) einsetzen, Sie können aber trotzdem Überschriften definieren und so Ihre Inhalte strukturieren. Und ja: Die Überschriften sollten – wo sinnvoll – Ihre Haupt-Keywords enthalten. Am besten sollte vor der Haupt-Überschrift auch kein anderer Inhalt kommen.

„SEO-Text“

Suchmaschinen lieben Text und Text ist auch eine gute Gelegenheit, um Keywords in ein Dokument einzubauen. Wenn der eigentliche Inhalt Ihres PDF-Dokuments wenig Text enthält oder keinen Spielraum für „SEO“ bietet, könnten Sie einen Text voranstellen. Ein Beispiel wären Ausfüllhinweise, die vor ein Formular gestellt werden.

Ausgehende Links

Wer glaubt, dass PDF-Dateien der Ort sind, wo PageRank hingeht, um zu sterben, hat Recht – aber nur bei den vielen Dateien, bei denen es falsch gemacht wird. (Wer hier Bahnhof versteht: PageRank, Linkjuice usw. beschreiben das Konzept, dass besser verlinkte Seiten besser ranken. Dieses Qualitätsmerkmal wird an Seiten über ausgehende Links vererbt.) Bei der Erstellung von PDF-Dateien wird häufig vor allem an den Druck gedacht und da sind Links überflüssig. Für PDF-SEO haben ausgehende Links dagegen zwei Vorteile:

- Sie vererben PageRank, und das oft gezielter als html-Dateien, da diese i.d.R. auch eine Navigation und einen Footer haben, was die Links sehr breit streut.
- Sie bieten Nutzern, die auf die PDF-Datei gestoßen sind, einen bequemen Ausgang aus der Datei, der sie direkt zu weiteren relevanten Inhalten führt. Das kann auch mal ein „Call to Action“ (CTA) sein, der der Kundengewinnung dient.

Ohne Links wird es schwer, seiner Impressums-Pflicht nachzukommen.

JETZT KONTAKT AUFNEHMEN

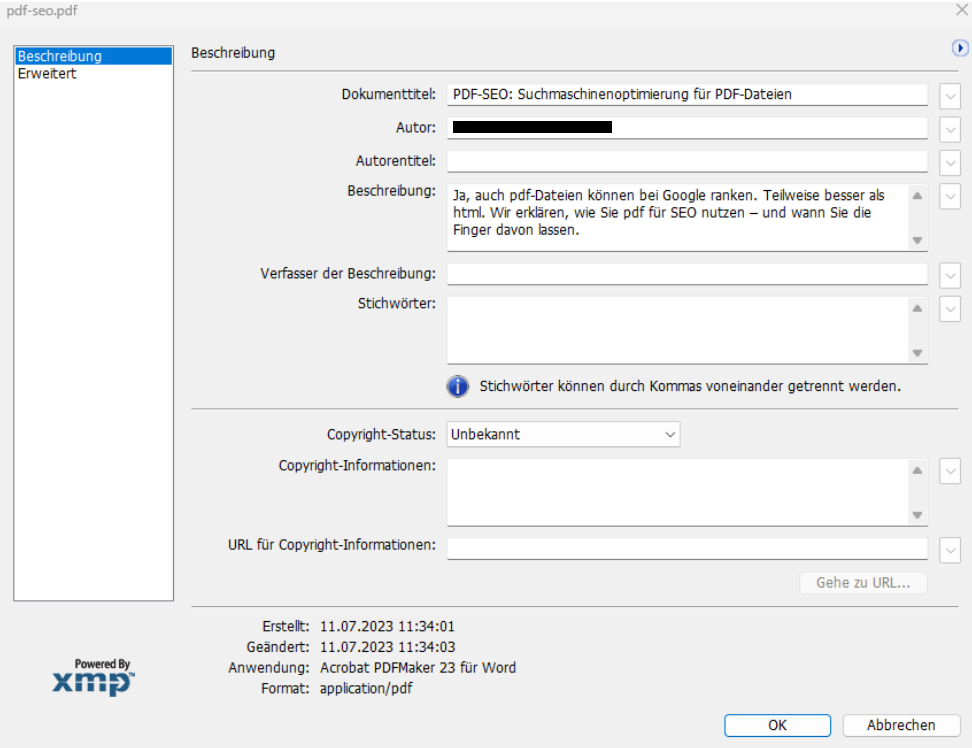
Wie Sie PDF-Dateien für Suchmaschinen optimieren

Eingehende Links

Genau wie bei anderen Inhalten ist PDF-SEO schwierig, wenn das Dokument schlecht verlinkt ist. Die internen Links hat man dabei selbst in der Hand, wobei man v.a. darauf achten sollte, dass man die PDF-Dateien nicht mit Ankertexten wie „Download“ oder „herunterladen“ verlinkt. Besser sind „sprechende“ Ankertexte, die auch wichtige Keywords enthalten. Gerade PDF-Dateien eignen sich außerdem oft gut zum Linkbuilding, da sie eher unverdächtig erscheinen und oft hilfreich sind.

Meta-Daten

Auch PDF-Dateien haben Meta-Daten. Title und Description haben dabei gute Chancen, von Google als Vorschau in die Suchergebnisse aufgenommen zu werden. Damit sind sie oft das erste, was Nutzer von einer PDF-Datei sehen, und sie sollten entsprechend mit Bedacht gewählt werden. Gibt es keinen Title, nutzt Google teilweise den Ankertext von eingehenden Links – ein weiterer Punkt, der gegen „Download“ als Ankertext spricht.



Wie Sie PDF-Dateien für Suchmaschinen optimieren

Dateigröße

Nicht nur für das PDF-SEO sollten die Dateigrößen möglichst klein gehalten werden. Dafür ist es hilfreich, wenn die Komprimierung aktiviert ist. Außerdem sollte man möglichst wenige eigene Fonts verwenden, da diese sonst in der Datei mit abgespeichert werden müssen.

Bilder

Gerade Bilder treiben oft die Dateigröße. Das bedeutet nicht, dass man sie weglassen sollte. Wo möglich empfiehlt sich aber die Verwendung von Vektorgrafiken. Bei Rastergrafiken muss man darauf achten, dass in der fertigen Datei die Bilder in einer angemessenen Auflösung enthalten sind. Da PDF-Dateien oft gedruckt werden, sollten das etwa 300 dpi sein.

Dateinamen und URL

Viele Firmen haben ausgeklügelte Systeme, wie Dateien intern zu benennen sind. Leider werden viele PDF-Dateien dann auch unter entsprechend kryptischen Namen hochgeladen. Und nach jeder Aktualisierung ändert sich die URL. Dabei gilt auch im PDF-SEO: Eine stabile, „sprechende“ und keywordreiche URL ist oft schon die halbe Miete. Auch Verzeichnisse (bzw. Ordner) wie /wp-content/uploads/2017/11/ sind weder für Nutzer noch für PDF-SEO besonders attraktiv.

Duplicate Content

Sofern der Inhalt einer PDF-Datei auch an anderen Stellen (z.B. im html-Format) veröffentlicht wird, kann es sein, dass Google dies als Duplicate Content ansieht. Hilfreich für SEO ist das normalerweise nicht. Lässt sich der doppelte Content nicht vermeiden, kann man den Suchmaschinen über ein Canonical-Tag zumindest mitteilen, welche Version die „Richtige“ ist. Bei html-Dateien geht das über den html-Header. Bei PDF-Dateien dagegen muss man das Canonical-Tag über den http-Header ausliefern.

Nicht zuletzt sollte man immer an den Nutzer denken. Bietet man beispielsweise Formulare an, dann sollten diese ausfüllbar sein und man sollte sie auch mit den eingegebenen Inhalten abspeichern können.

Sie brauchen Unterstützung beim PDF-SEO?

Rufen Sie uns an **0911 957 60 70** oder schreiben Sie uns an **ichwill@besonders-sein.de**.

Tracking für PDF-Dateien

Viele Analyse-Tools wie Google Analytics basieren auf Scripten – und die lassen sich in PDF-Dateien nicht so implementieren wie in html. Daher sind viele Websitebetreiber bei den PDF-Aufrufen „blind“. Und das beste PDF-SEO bringt nichts, wenn man dem Chef keine Zahlen liefert. Teilweise kann man aber Licht ins Dunkel bringen:

- Organische Zugriffe von Google werden auch für PDF-Dateien in der Google Search Console angezeigt.
- Klicks von der eigenen Website zu PDF-Dateien lassen sich über Events tracken.
- Klicks von PDF-Dateien zur Website kann man sichtbar machen, indem man Parameter an die Links in den Dokumenten anhängt.
- Mit etwas Programmier-Aufwand kann man zu jeder aufgerufenen PDF-Datei noch (kurz) ein Fenster mit einer html-Seite öffnen, das dann z.B. Analytics-Code ausführt.
- Für die Logfile-Analyse ist der Dateityp ohnehin egal.

Gut zu wissen:

Viele der Tipps zum PDF-SEO gelten auch für andere Dateitypen wie Word-Dateien (.doc, .docx), Excel-Tabellen (.xls, .xlsx) oder PowerPoint-Präsentationen (.ppt, .pptx).