



PINTEREST SEO CHECKLISTE

Gewinne mehr Aufmerksamkeit und Traffic
durch die Optimierung deiner Bilder



Robert Weller



www.toushenne.de

PINTEREST: EIN IDEENKATALOG MIT MARKETING- & SEO-POTENZIAL

Pinterest erfreut sich steigender Nutzerzahlen und zählt derzeit über 175 Mio. weltweit. Fast alle aktiven Nutzer (96 Prozent) verwenden die Plattform zur **allgemeinen Recherche** und stolze 93 Prozent zur **Planung zukünftige Einkäufe**.

Dass 87 Prozent der Nutzer dann tatsächlich auch kaufen, spricht für den Einfluss von Pinterest auf die Customer Journey und letztendlich die Kaufentscheidung. 72 Prozent der Nutzer wurden durch Pinterest sogar an neue Marken herangeführt.

„Pinterest is a catalogue of ideas. I think that’s a very different thing than a social network. On a social network, you upload photos for other people to like. Pinterest, on the other hand, is self-serving.“

– Ben Silbermann (CEO of Pinterest)

Um dieses Potenzial zu nutzen und Pinterest zu einem wertvollen Teil deiner Content- und vor allem SEO-Strategie zu machen, hilft dir nachfolgende Checkliste. [Meinen Blogartikel](#) kennst du ja vermutlich schon...

Viel Spaß beim Lesen und Optimieren!

Und vergiss nicht, mir bei Pinterest zu folgen:

ROBERT BEI PINTEREST FOLGEN

PINTEREST SEO CHECKLISTE

- Schalte dein privates Konto auf ein **Unternehmenskonto** um. Dadurch erhältst du Zugang zu Features wie Analytics, Rich Pins und Promoted Pins (Anzeigen).

<ol style="list-style-type: none">1 Log in to your profile2 Go to Pinterest for Business3 Click Convert now4 Fill out your information and click Convert	Anleitung im Pinterest Help Center
---	--

- Deaktiviere die Einstellung »**Profil vor Suchmaschinen wie z.B. Google verbergen**«, damit deine Bilder künftig in den Suchergebnissen erscheinen.

Datenschutz bei Suchvorgängen

Nein Profil vor Suchmaschinen wie z. B. Google verbergen [Weitere Informationen](#)

- Benenne deinen Account** (ebenfalls in den Einstellungen) anhand deines Markennamens und ergänze ggf. dein wichtigstes Keyword zur thematischen Einordnung, z.B. »Bäckerei Werner's Backideen«.

Profil

Firmenname

- Nutze die verfügbaren 160 Zeichen um wichtige Keywords in deiner Kurzinfo (**Profilbeschreibung**) zu integrieren.

PINTEREST SEO CHECKLISTE

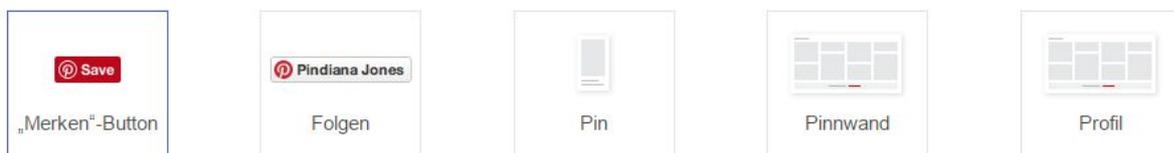
- Gib deine **Website** an und lasse sie verifizieren. Dadurch erhältst du Zugriff auf Website Analytics und alle Pins von deiner Seite werden deinem Profil zugeordnet.

Website <input type="text" value="http://www.toushenne.de/"/>	<input checked="" type="checkbox"/> Website bestätigt	Anleitung im Pinterest Help Center
--	---	--

- Füge deiner Website den »**Pin it!**«-Button (heißt inzwischen »Merken«-Button) hinzu, sodass Besucher deine Bilder über Pinterest teilen können. Binde ggf. auch [Board-Widgets](#) ein.

Widget Builder

Erstellen Sie Buttons und Widgets, die Sie in Ihre Website oder App einbetten können.



- Hinterlege bei eigenen Uploads einen **Backlink zu deiner Webseite** (z.B. passenden Blogartikeln), um Traffic zu generieren.

Von einem Gerät speichern

Wähle ein Pin-Bild aus

image.jpg

Bild hochladen

Ziel-URL

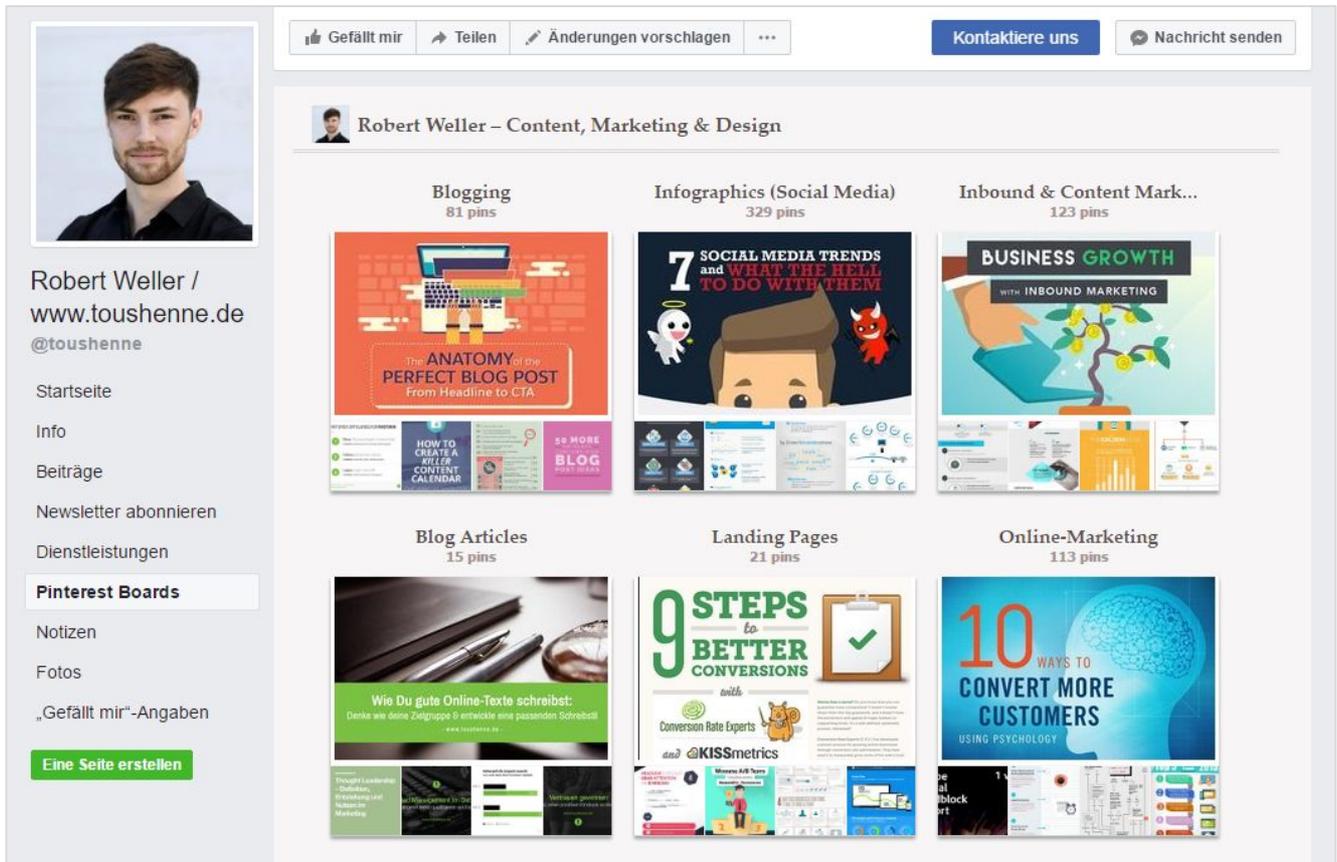
beispiel.de (optional)

Abbrechen

Weiter

PINTEREST SEO CHECKLISTE

- Bewirb deine Pins über andere Social Media Plattformen und nutze bspw. **Facebook Apps**, um deine Boards zu präsentieren (hier ein Screenshot meiner Boards).



- Organisiere deine Bilder in **thematischen Boards**. Verwende passende Keywords im Titel und in der Beschreibung (hier ein Beispiel von [Springlanes Boards](#)).



PINTEREST SEO CHECKLISTE

- Sortiere deine Boards**, sodass die wichtigen »above the fold« zu sehen sind und kollaborative Boards eher am Ende stehen.
- Achte auf **sprechende Dateinamen**, die das Keyword enthalten, bevor du Bilder hochlädst.

Von einem Gerät speichern

Wähle ein Pin-Bild aus

Ziel-URL ?

- Nutze Rich Pins**, um deine Pins um zusätzliche Infos zu erweitern (Artikel, Rezepte, Preise etc.). Das funktioniert über Meta-Daten auf deiner Website, die du entweder manuell oder per Plugin bzw. über dein CMS automatisch anlegen kannst. Unterstützung hierzu findest du im [Help Center](#).
- Beschreibe deine Pins** mittels Keywords so kurz und präzise wie möglich.



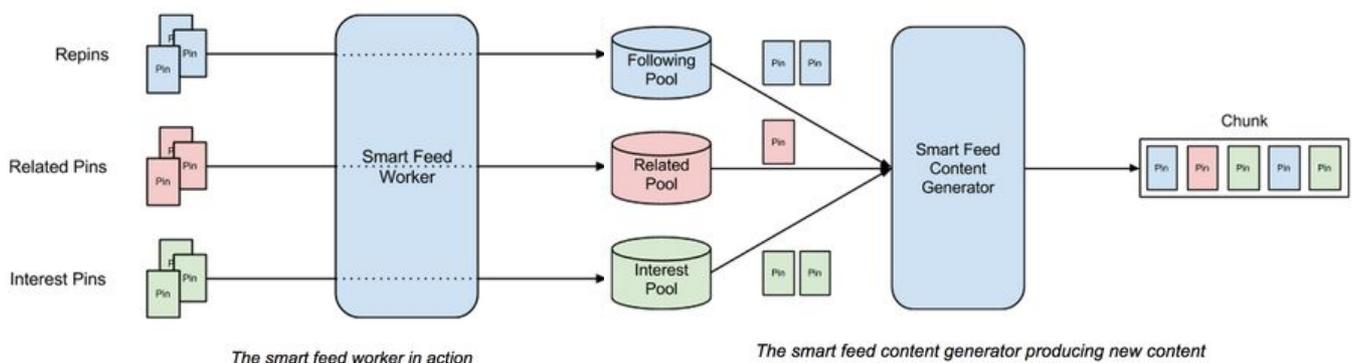
- Pinne regelmäßig** und beteilige dich aktiv an der Community (markiere, kommentiere andere repin Pins)
- Gestalte Pins** vertikal, um bestmöglich vom Plattform-Layout zu profitieren. Achte darauf, dass Titel auch auf Thumbnails zu lesen sind.

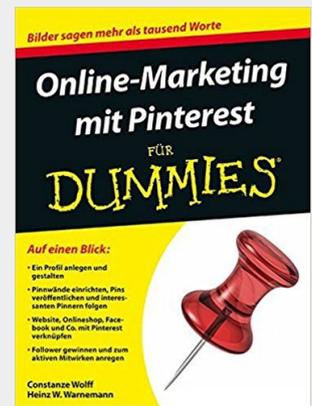
EXKURS: PINTEREST SMART FEED

Falls du Pinterest schon regelmäßig nutzt ist dir vielleicht aufgefallen, wie nützlich der Content im Stream ist. Das sind wir von anderen Plattformen nicht unbedingt gewöhnt. So schön das für Nutzer ist, bereitet uns dieser Umstand als Marketer große Kopfschmerzen, denn es bedeutet, dass unser Content nicht ungefiltert beim Konsumenten ankommt. Doch das ist genau das, was mir mit unserem [Visual Content](#) erreichen wollen. Wir erreichen wir das also?

Ähnlich wie Facebook oder Google nutzt auch Pinterest einen **Algorithmus** (bekannt als "Smart Feed"), um Nutzern das bestmögliche Erlebnis zu bieten, wenn sie durch ihren Content-Feed scrollen. Dieser ist darauf ausgerichtet Nutzern Content vorrangig auf Basis ihrer *persönlichen Interessen* auszuspielen, anstatt neue Inhalte chronologisch zu präsentieren. Der Smart Feed berücksichtigt dafür die angegebenen Interessen des Nutzers sowie dessen Aktivitäten, insbesondere dessen Likes und gefolgte Boards. Das Engineering-Team von Pinterest hat die Funktionsweise des Smart Feeds bereits 2014 in einem Blogartikel anschaulich erläutert: [Building a smarter home feed](#).

Aus den drei genannten Quellen aggregiert der Algorithmus mittels "Smart Feed Worker" Pins in unterschiedlichen Pools, innerhalb derer einzelne Pins bewertet und anhand eines internen Scores sortiert werden. Die besten Pins aus jedem Pool werden dir dann mittels "Smart Feed Content Generator" in sogenannten "Chunks" im Feed ausgespielt. Beginnst du im Feed zu scrollen, lädt der Algorithmus weitere Pins (in Chunks) nach – in der Reihenfolge des jeweiligen Scores.





Preisfrage: Nach welchen Kriterien werden Pins bewertet?

Hierzu gibt es – wir kennen das Problem von Google Ranking Faktoren bereits – keine klaren Aussagen. Das wäre ja auch zu einfach. Mittlerweile kursieren aber einige mehr oder weniger fundierte Annahmen:

- **Domain Qualität** – Die Herkunft von Pins spielt eine immer wichtiger werdende Rolle, insbesondere in Bezug auf bestimmte Themen. Je aktiver und länger du “pinnable” Content auf deiner Webseite bereitstellst, desto besser.
- **Pin Qualität** – Wie sich “Qualität” in diesem Kontext genau definiert, ist nicht ganz klar. Aktualität und historische Popularität spielen dem Anschein nach beide eine Rolle.
- **Pinner Qualität** – Pinterest wirft zur Bewertung von Content auch ein Auge auf den Pinner. Wie aktiv und glaubwürdig ist dieser in Bezug zu den von ihm gepinnten Content? Ergeben seine Aktivitäten ein stimmiges Gesamtbild, oder handelt es sich um einen Spammer? Vorsicht dürfte in dieser Hinsicht beim Pinnen an Group Boards geboten sein, sofern diese nicht aktiv moderiert werden.
- **Themenrelevanz** – Pins, die auf thematisch passende Boards gepinnt werden, dürften besser abschneiden als solche, die wir versuchen Board-Followern auf diese Weise “unterzujubeln”. Außerdem dürfte sich die thematische Relevanz auch in der Interaktion widerspiegeln. Ähnlich könnte es saisonal relevanten Pins ergehen.

Im Endeffekt gleicht Pinterest Google & Co. sehr stark. Es bleibt stets ein Rätsel, wie wir unseren Content bestmöglich an unser Publikum ausspielen. Befolge meine Checkliste und du bist vorerst bestens aufgestellt. Wie sich der Algorithmus in Zukunft verändern wird und wie wir am besten darauf reagieren, bleibt abzuwarten. [Folge mir auf Twitter](#) und du wirst Änderungen zeitnah mitbekommen. ;-)

PS: In meinem Blogartikel erwähne ich Tools zur zeitlichen Planung von Pins. Nach diesem Exkurs stellst du dir aber womöglich die Frage, inwieweit das noch relevant ist, wenn der Smart Feed die Sichtbarkeit beeinflusst?

Nunja, obwohl er natürlich nicht ganz neutral ist stimme ich in diesem Fall [Danny Maloney von Tailwind](#) zu, der u.a. folgende Argumente für die zeitliche Planung von Pins aufzählt:

- Sofern Interessen etc. übereinstimmen, sprich der "Content Score" hoch genug ist, werden Pins weiterhin in Echtzeit ausgespielt. Je besser du deine Zielgruppe kennst, desto besser kannst du deinen Zeitplan an ihrer Aktivitäten anpassen.
- Aktualität ist ein Rankingfaktor, auch bei Pinterest. Wenn du Sichtbarkeit gewinnen willst, solltest du deinen Content möglichst dann veröffentlichen, wenn deine Zielgruppe(n) auch aktiv sind, um frühzeitig User Engagement Signale zu senden.
- Und zu guter Letzt: Die Nutzung von Tools erleichtert dir die Arbeit und erspart dir in Summe enorm viel Zeit. Allein das sollte es dir schon wert sein, zumal du dadurch gleichermaßen Kontinuität gewährleistest.

*3 gute Gründe, warum sich Pin Scheduling trotz
Pinterest Algorithmus lohnt.*

CLICK TO TWEET! 

Über Robert Weller

Als Coach für Content, Marketing & Design berät Robert Kunden in Bezug auf Content Strategie & Design (Konzept). Daneben lehrt er Marketing an diversen Instituten und spricht regelmäßig auf nationalen und internationalen (Content-) Marketing Konferenzen. Seine Erfahrungen teilt er über seinen Blog www.toushenne.de sowie seine [Bücher](#).

