Meta Angaben

Stand: 21.07.2022

Wo befinden sich die Meta Angaben?

Meta-Elemente werden bei der Erstellung von HTML-Dokumenten verwendet. Sie geben Informationen zum Inhalt einer Website an den Suchmaschinenralgorithmus weiter. Die Daten, die sich in Meta-Elementen befinden, werden im HTML-Dokument im **Head-Bereich** notiert.

Aufbau der Meta Angaben

Beispiel:

```
<html>
    <head>
    <! - - Hier stehen die Meta Angaben - - >
    </head>
        <body>
        [Inhalt/Content der Website]
        </body>
</html>
```

Die wichtigsten Meta Angaben für SEO

Title

Für Ihre Website benötigen Sie einen aussagekräftigen Titel, der direkt in den Suchergebnissen bei Google angezeigt wird. Er ist sozusagen **Ihre Seitenüberschrift**, die für den User auch anklickbar ist und danach auf Ihre Seite führt. Des Weiteren wird der Titel auch in dem Browserfenster des geöffneten Tabs angezeigt. Zusätzlich wird der Titel *ebenfalls beim Setzen eines Lesezeichens* verwendet, um diesem einen Namen zu geben.

Folgende Faktoren sollten beim Setzen des Title-Elements der Meta Angabe berücksichtigt werden:

- Am besten sollten Sie die **Domain-, Firmen- oder Website-Namen** benutzen, um den Kontext der

Seite deutlich hervorzuheben
- Ihr Haupt-Keyword sollte **an den Anfang des Titels** gesetzt werden oder so weit vorn wie möglich stehen
- Achten Sie auf die Verwendung von natürlichen und **gut lesbaren Sätzen** Die Zeichenlänge darf *nicht mehr als 65 betragen*, ansonsten wird der Titel in den SERPs nicht korrekt dargestellt
- Auf gar keinen Fall sollte eine bloße Aneinanderreihung von Keywords stattfinden
- Setzen Sie gekonnt **Sonderzeichen** ein, um Ihr Ergebnis von dem der Konkurrenz abzuheben
- Verwenden Sie keine Wörter wie „günstig“ oder „preiswert“. Diese Angaben **filtert Google** mittels eigenen Algorithmus selber heraus.

Beispiel:

```
<head>
    <title> Hier steht der Titel der Website </title>
    ...
</head>
```

Description

Neben dem Titel ist vor allem auch die Beschreibung des Seiteninhalts, also **die Description in den Meta Angaben für SEO entscheidend**. Denn *nicht nur der Titel, sondern auch die Beschreibung* ist Teil des Treffers in den Suchmaschinenergebnissen bei Google. Stellen Sie sich die Beschreibung als „Teaser“ vor, der den *User dazu animieren soll, Ihre Website zu besuchen*. Dementsprechend überzeugend sollten Sie Ihre Description formulieren.

Die Description sollte wie die anderen Inhalte von Meta-Tags **regelmäßig** und **redaktionell** gepflegt werden. Eine gute Meta-Description *kann zu besseren Klickraten und so zu mehr Traffic führen*. Machen Sie Ihre potentiellen Kunden mit einer aussagekräftigen und relevanten Description auf sich aufmerksam.

Folgende Faktoren sollten beim Setzen des Description-Elements der Meta Angabe berücksichtigt werden:

- Überzeugen Sie mit einer aussagekräftigen Beschreibung Ihrer Website! Die Description ist **Ihr Aushängeschild in den Suchmaschinenergebnissen** und sollte fehlerfrei sowie gut formuliert sein.
- Verwenden Sie **höchstens 155 Zeichen**. Dieser Wert wird auch von Google selbst empfohlen, da

bei höherer Zeichenanzahl das Ergebnis abgeschnitten wird.
- Auch in der Description sollten Sie Ihr **Haupt-Keyword** verwenden.
- Allerdings: Die Aneinanderreihung von Keywords ist auch in diesem Fall **tabu**.
- Benutzen Sie **Sonderzeichen**, um Ihre Beschreibung in den Suchmaschinenergebnissen hervorzuheben. Nutzen Sie sie als Eye-Catcher!
- Ein **mögliches Schema** könnte folgendes sein: Haupt-Keyword –> Call-To-Action an den User
- Für jede Unterseite Ihrer Website sollte eine **eigene, passende Description** gewählt werden

Wenn Sie keine Meta Angaben zum Titel und der Beschreibung Ihrer Seite hinzufügen, *generiert die Suchmaschine Google selbst aus dem Inhalt Ihrer Seite diese Elemente*. Teilweise kann es auch vorkommen, dass Google trotz gesetzter Angaben auf die automatisch generierten Meta-Tags zurückgreift. Das ist unter anderem der Fall, wenn Sie **qualitativ nicht so hochwertig** sind. Oft sind die Angaben von Google nicht schlecht gewählt, allerdings ist es sinnvoller, selbst zu steuern, was dort stehen soll.

Beispiel:

```
<head>
<title>...</title>
    <meta name="description" content="Hier steht der Inhalt, der in Suchmaschinen angezeigt
    wird." >
</head>
```

Meta Angabe Keywords



Stichwörter oder Keywords können ebenfalls durch Meta-Elemente definiert werden. Hier werden alle

Begriffe, die für die Website relevant sind, durch Komma abgetrennt in das *passende Meta-Element gesetzt*.

Bis vor nicht allzu langer Zeit war es üblich, das Ranking einer Website mittels vieler Keyword-Angaben in den Meta-Elementen zu manipulieren. *Bis zu 100 Keywords konnte man in einigen HTML-Dokumenten finden*. Diese Art von „SEO" funktionierte so lange, bis Google seinen Core-Algorithmus 2012 dahingehend veränderte, dass Seiten mit solch einem hohen Keyword-Aufkommen in den Suchergebnissen benachteiligt wurden. Diese Veränderung ist als Google Update mit dem Namen **Penguin** bekannt.

So wurden Seiten *aufgrund der offenkundigen Manipulation im Ranking herabgesetzt* oder sogar aus dem Suchindex entfernt. Seitdem werden Keywords in den Meta-Elementen nur noch **sparsam eingesetzt**.

Meta Angabe robots

Neben der Beschreibung Ihrer Website können Sie mit Meta Angaben auch den Algorithmus der Suchmaschine so steuern, dass er *gewisse Bereiche oder Teile Ihrer Seite nicht indexiert*. Solche Maßnahmen machen unter anderem dann Sinn, wenn auf manchen Unterseiten der gleiche Inhalt angezeigt wird. Damit Sie nicht durch eine schlechte Bewertung seitens Google Ihre Position im Ranking einbüßen müssen, können Sie diese Seite von der Indexierung mihilfe der Robots Steuerung ausnehmen.

Beispiel:

```
<head>
<title>...</title>
        <meta name="robots" content="noindex, nofollow">
</head>
```

Wenn Sie bei den Meta Angaben unsicher sind, können Sie auf einen **Meta-Tag-Generator** zurückgreifen. Durch ihn haben Sie die Möglichkeit, die *Titel- und Beschreibungsangaben einer Seite automatisch generieren zu lassen*. Hierfür müssen Sie meist nur die Keywords kennen, die für Ihre Seite relevant sind.

Fazit

Um Informationen an Suchmaschinen weiterzuleiten, sind **Meta-Elemente**

eine sehr gute Möglichkeit. Die Relevanz ist jedoch in den letzten Jahren durch vermehrten Missbrauch nicht mehr so groß, wie noch vor kurzem. Dennoch liest der Crawler die Angaben der Meta-Elemente aus und verwendet sie. Deswegen lohnt es sich weiterhin, die *Meta-Angaben regelmäßig zu überprüfen* und inhaltlich zu pflegen.

Profitieren Sie von unserer Expertise als SEO-Agentur und starten Sie mit uns durch!