Löwenstark Digital Group GmbH
Petzvalstr. 38
38104 Braunschweig
Tel.: 0531 21360 5500
Fax: 0531 21360 5795
kontakt@loewenstark.com

Meta-Description

Stand: 20.09.2022

Was ist eine Meta-Description?

Als Meta-Description – zu Deutsch Meta-Beschreibung – wird die knappe Zusammenfassung eines Website-Inhalts bezeichnet. Sie wird dem Nutzer in den Suchergebnissen von Google und anderen Suchmaschinen ausgespielt. Mithilfe der Meta-Description erhält der Nutzer einen Ersteindruck der Website, der ihm dabei hilft, eine Entscheidung für oder gegen den Besuch der Seite zu treffen.

Die Meta-Description ist zusammen mit dem Title ein erster Indikator, anhand dessen Google die Qualität einer Internetseite bewertet. Zwar hat sie keinen unmittelbaren Einfluss auf das Ranking der Seite, erfüllt jedoch als Aushängeschild die wichtige Funktion, Nutzer zum Besuch zu animieren und auf diese Weise die Click-Through-Rate (CTR) zu erhöhen.

Meta-Description einfach erklärt

Eine Meta-Description ist ein Teil des sogenannten Meta-Tags, den sie gemeinsam mit dem Title-Tag bildet. Suchmaschinen wie Google lesen die Meta-Tags gemeinsam mit der Website-URL aus. Aus der Kombination dieser Informationen entsteht das sogenannte SERP-Snippet. Anschließend verwendet die Search-Engine das Snippet dazu, um dem Nutzer einen Überblick über den Content der Websites zu geben, die in den Ergebnissen der Suchmaschine ausgespielt werden.

Wenn ein User eine Suchanfrage abgibt, werden – nachdem zuoberst Anzeigen dargestellt werden – die Snippets der Seiten angezeigt, die am besten zur Suchanfrage passen. Anhand der in den Snippets gebündelten Informationen kann der User nun die passende Seite herausfiltern und aufrufen.

Die Meta-Description erfüllt deshalb den Zweck, den Website-Inhalt auf den Punkt zu bringen und den Nutzer so zu animieren, die entsprechende Website zu besuchen. So wird auch die CTR erhöht.

Ist für eine Seite keine Meta-Description hinterlegt oder liegt lediglich eine Meta-Beschreibung vor, die unzureichend ist, nutzt Google alternative verfügbare Inhalte der Website, um die Meta-Description automatisch zu erstellen. Im Normalfall werden hierfür die ersten Sätze der Website herangezogen und als Beschreibung im Snippet dargestellt.

So funktioniert eine Meta-Description

Die Meta-Tags einer Internetseite werden als HTML-Tags im Head-Bereich des Quellcodes hinterlegt. Dort sind sie für User nicht auf den ersten Blick sichtbar, die Suchmaschine nutzt jedoch die Informationen und gibt sie dem Nutzer als SERP-Snippet aus.

Bei der Erstellung der Meta-Description muss diese deshalb so gestaltet werden, dass der Suchmaschinen-Crawler sie zweifelsfrei identifiziert. Für die Startseite von Löwenstark sind die Meta-Tags folgendermaßen aufgebaut:

Löwenstark Digital Group GmbH
Petzvalstr. 38
38104 Braunschweig
Tel.: 0531 21360 5500
Fax: 0531 21360 5795
kontakt@loewenstark.com

- – beinhaltet den Content der Meta-Beschreibung, der dargestellt werden soll und schließt das Meta-Tag

Warum ist die Meta-Description wichtig?

Das Aussehen der Meta-Beschreibung hat sich seit ihrer Einführung fortlaufend verändert. Während früher die Manipulation von Suchergebnissen mit der inflationären Verwendung von Keywords – dem sogenannten Keyword-Stuffing – die Regel war, hat Google mittlerweile seinen Algorithmus angepasst: Die Meta-Descriptions sind somit kein harter Ranking-Faktor mehr und punkten vor allem durch eine nutzerfreundliche Gestaltung.

Trotzdem hat die Meta-Beschreibung kaum an Bedeutung verloren und ist für die SEO noch immer ein wichtiger Faktor. Denn Meta-Title und -Description sind nach wie vor der erste Kontaktpunkt des Nutzers mit einer Website und somit ein entscheidender Einflussfaktor für Klickrate und Traffic.

Insofern übt die Meta-Description indirekt über die CTR einen indirekten Einfluss auf das Ranking einer Website aus.

Meta-Description: die wichtigsten Richtlinien

Eine Meta-Description sollte so geschrieben werden, dass die Suchmaschine sie optimal darstellen kann. Für die Erstellung der Beschreibung gibt es deshalb bestimmte Richtlinien, die Empfehlungen hinsichtlich der Länge, des Inhalts und der Keyword-Nutzung vorgeben.

Wie lang sollte eine Meta-Description sein?

Google gibt keine feste Länge für Meta-Beschreibungen vor. In der Praxis wird jedoch nur eine bestimmte Anzahl von Zeichen bzw. Pixeln in den SERP-Snippets dargestellt. Alles, was über eine gewisse Länge hinausgeht, wird abgeschnitten.

Als Richtwert für die Länge der Meta-Description haben sich deshalb 145 Zeichen inklusive Leerzeichen etabliert. Das entspricht auf dem Desktop 990 Pixeln.

Welche Informationen sollte eine Meta-Description beinhalten?

Die Meta-Description sollte die wichtigsten Informationen über den Inhalt einer Website für den Nutzer zusammenfassen. Da der User auch anhand des Inhalts der Meta-Beschreibung über einen Besuch der Seite entscheidet, kann die Beschreibung zusätzlich Anreize für einen Website-Besuch setzen und zum Klick animieren.

Wie sollten Keywords in der Meta-Description genutzt werden?

Die Keyword-Nutzung in der Meta-Description dient mehreren Zwecken. Zum einen zieht das Keyword die Aufmerksamkeit von potenziellen Website-Besuchern auf sich: Denn die User haben in der Regel gezielt danach gesucht. Zum anderen wird das gesuchte Keyword in den SERP-Snippets immer fett hervorgehoben. So erregt es zusätzliche Aufmerksamkeit beim Nutzer.

Löwenstark Digital Group GmbH
Petzvalstr. 38
38104 Braunschweig
Tel.: 0531 21360 5500
Fax: 0531 21360 5795
kontakt@loewenstark.com

Zu den Merkmalen einer guten Meta-Description zählen:

- kurze und prägnante Sätze
- AIDA-Prinzip (Attention, Interest, Desire, Action)
- USPs, die Klickanreize setzen
- keine falschen Versprechungen, da sonst die Verweildauer sinkt und die Absprungrate steigt
- das Wichtigste steht am Beginn
- Call-to-Action am Ende
- nicht zu kurz, aber auch nicht zu lang
- Sonderzeichen, UNI-Codes oder Emojis erregen Aufmerksamkeit

Benötigt jede Unterseite einer Website ihre eigene Meta-Beschreibung?

Für jede Website, die indexiert oder zur Indexierung angedacht ist, sollte ein individueller Meta-Title sowie eine -Description erstellt werden. Das ist vor allem deshalb wichtig, weil jede Unterseite für eigene Keywords rankt und in der Regel andere Produkte oder Informationen beinhaltet. Zudem wird durch einzigartige Meta-Tags sichergestellt, dass die Suchmaschine diese als relevant klassifiziert und in den SERP-Snippets darstellt.