



SUCHMASCHINENOPTIMIERUNG (SEO)

METATAG

- Titel
- Description
- Robots
- Keywords

Meta-Angaben

Im sogenannten Head-Bereich jeder Internetseite befinden sich META-Angaben. Dort werden Dokument-Informationen und Anweisungen für Webserver, Browser oder Suchmaschinen untergebracht. Für Suchmaschinen spielen nur die folgenden drei Meta-Angaben eine Rolle:

```
<head>
1. <title>...</title>
2. <meta name="description" content="...">
3. <meta name="robots" content="index,follow">
...
</head>
```

1. TITEL

Mit Abstand am wichtigsten ist das <title>-Element! Der Seitentitel wird in den Suchergebnissen direkt angezeigt, und zwar als anklickbare Überschrift von jedem Suchergebnis. Der Seitentitel ist beim Surfen im offenen Browserfenster zu sehen, entweder im Balken ganz oben oder im Karteireiter des jeweiligen Tabs.

Beim Setzen eines Lesezeichens wird der Seitentitel als Beschreibung gespeichert.

Aus diesen Gründen sollte der Seitentitel für Suchmaschinen und Besucher gleichermaßen aussagekräftig sein.

Geben Sie jeder Seite einen individuellen Seitentitel, der

- durch den Domain-, Firmen- oder Website-Namen den Inhalt der Seite deutlich macht und
- den Inhalt der Seite kompakt, lesbar und ansprechend beschreibt, unter Berücksichtigung wichtiger Suchbegriffe dieser Seite

Aber übertreiben Sie nicht, indem Sie den Titel mit Keywords (Schlüsselwörter für die Suchmaschinen) vollstopfen. Das macht keinen guten Eindruck auf Besucher und kann außerdem von Suchmaschinen als Spam bewertet werden.

Des Weiteren sollten Sie auf Slogans, Begrüßungen und andere, nicht suchmaschinenrelevante Füllwörter verzichten.

Außerdem sollte der Seitentitel nicht länger als 60-70 Zeichen sein, da längere Titel abgeschnitten und nicht vollständig in den Suchergebnissen angezeigt werden.

2. DESCRIPTION

Die Meta-Description wird oft von Suchmaschinen in den Ergebnislisten als Beschreibung des Treffers angezeigt. Sie sollte daher in 1-2 sachlichen Sätzen (ca. 150 Zeichen) das Angebot der Website bzw. den Inhalt der betreffenden Unterseite beschreiben und so den Besucher auf die Seite neugierig machen. Eine optimale Meta-Description erhöht somit die Klickrate. Wichtig ist, dass jede Unterseite eine individuelle Meta-Description bekommt. Bei der Formulierung sollten die Haupt-Keywords der jeweiligen Seite in den Text mit einfließen, gegebenenfalls ergänzt durch wichtige allgemeine Keywords.

In Google's Webmaster-Blog gibt es einen Artikel mit sehr guten Tipps zur Meta-Description. Dort steht übrigens auch, dass die Meta-Description keinen Einfluss aufs Ranking hat.

3. ROBOTS

Die Meta-Robots-Anweisung mit dem Inhalt "index,follow" bedeutet, dass Sie den Suchmaschinen-Bot anweisen, die aktuelle Seite zu indizieren und allen darin enthaltenen Links zu folgen. Da dies der Bot aber automatisch macht, können Sie diese Anweisung auch weglassen. Sie ergibt im Grunde nur Sinn, wenn Sie dem Robot verbieten möchten, die aktuelle Seite zu indizieren bzw. allen Links zu folgen (mit noindex bzw. nofollow)

Eine relativ neue Meta-Angabe ist das nofollow-Attribut für externe Links, mit dem man Suchmaschinen das Verfolgen einzelner Links verbieten kann.

Legen Sie eine Datei robots.txt an. Sie spielt zwar keine Rolle für das Suchmaschinen-Ranking, jedoch für die Aufnahme Ihrer Website in den Suchmaschinen-Index.

4- KEYWORDS

Die Meta-Keywords werden nur noch von wenigen Suchmaschinen berücksichtigt. Bei Yahoo soll das der Fall sein, der Einfluss auf das Ranking dürfte aber eher gering sein. Marktführer Google wertet die Meta-Keywords nicht aus. Von daher ist mein Rat, die Angabe ganz wegzulassen.

Falls Sie die Meta-Angabe der Vollständigkeit halber dennoch verwenden möchten, sollten Sie dort aber auf keinen Fall Keywords eintragen, die nichts mit dem Seiteninhalt zu tun haben! Tragen Sie nur relevante Suchbegriffe ein, beschränken Sie sich dabei auf die wichtigsten (5-10), und trennen Sie die Wörter mit Kommas.

[Mit den ebenfalls zu den Meta-Angaben zählenden Geo-Tags können Sie Suchmaschinen den geographischen Standort Ihrer Website mitteilen.]

Quellen: Google Analytics
 Googles Richtlinien für Webmaster
 Stephan Dörner Wie Unternehmen bei Google glänzen
 Michael Sattler Website- und Suchmaschinenoptimierung, Freiburg]