

So wirkt sich ein fehlerhafter hreflang-Tag aus

Der hreflang-Tag ist ein wichtiges Element für mehrsprachige Seiten. Denn mit diesem HTML-Code wird für Google das Verknüpfen dieser Seite vereinfacht. Vorausgesetzt, der hreflang-Tag ist korrekt strukturiert. SEMrush analysierte in einer groß angelegten Studie 20.000 Seiten auf fehlerhafte hreflang-Tags und die damit verbundenen Auswirkungen auf das Ranking.

Was ist ein hreflang-Tag?

Beim hreflang-Tag handelt es sich um sprachbezogene HTML-Auszeichnung. Dabei steht "href" für "Hyperlink Reference" und "lang" für "language", also Sprache. Zum Einsatz kommt dieser Tag immer dann, wenn eine Seite mehrsprachig ist oder mehrere gleichsprachige Länder bedient. So werden Kunden eines deutschen Onlineshops aus Österreich oder der Schweiz automatisch auf ihre "Länderseite" weitergeleitet. Der Einsatz unterschiedlicher Seitenvarianten bringt durch die individuelle Anpassung von Versandkosten, Mehrwertsteuer-Angaben oder Preisen zahlreiche Vorteile für Website-Betreiber.

Welche Fehler beim hreflang-Tag sind am häufigsten?

Wie die Analyse der verschiedenen Websites zeigt, kommt es häufig zu Fehlern beim Erstellen des hreflang-Tags, die sich indirekte auf den Traffic auswirken.

- Ländercode ist fehlerhaft
- Tippfehler im Tag
- Fehlerhafte Linkstruktur
- Fehlerhafte Verlinkung zur gewünschten Seite
- hreflang-Tag wird erst gar nicht gesetzt

Ein Ländertag setzt sich aus vier Buchstaben zusammen und entspricht dem ISO 3166-1-alpha-2-code. Dabei beziehen sich die ersten beiden Buchstaben auf die Sprache und die letzten zwei Buchstaben definieren das Land. Ein Ländercode für eine deutschsprachige Seite für die Länder Deutschland, Schweiz und Österreich sieht folgendermaßen aus: de-de, de-ch, de-at.

Ebenfalls ein Thema ist die fehlerhafte Linkstruktur. Denn gibt es unter einer einzelnen URL mehrere Website-Varianten, enthält der HEADER immer alle Varianten in einer eigenen Zeile. Ein weiteres



Problem ist die Weiterverlinkung, mit der Sie Nutzer auf die richtige Website lenken. Der gesetzte Link führt immer direkt zur Website ohne Umwege über eine Weiterleitungspage.

Prüfen Sie nach dem Erstellen des hreflang-Tags immer genau, ob sich auch kein Tippfehler eingeschlichen hat.

Fehlerhafte hreflang-Tags stellen ein Problem dar

Richtig strukturiert ist der hreflang-Tag ein wichtiges Element für Google, um die Websites korrekt als einzelne Website zu indexieren. Ist er fehlerhaft aufgebaut, führt dies einerseits zur falschen Verknüpfung durch Google und vor allem auf einsprachigen Websites für unterschiedliche Länder zum Duplicate Content, da sich die Inhalte zwangsläufig überschneiden. Daraus resultiert eine Abstrafung durch die Suchmaschinen gefolgt von einer schlechteren Bewertung und geringerem Traffic. Daher ist es sinnvoll, die eigenen Auszeichnungen immer kritisch auf Fehler zu prüfen.