

Meta-Tags

Was sind Meta-Tags?

Mithilfe der **Meta-Tags** können Sie einer [Suchmaschine](#) Informationen zu Ihrer [Webseite](#) vermitteln. Die Meta-Tags sind im Kopfbereich eines [HTML-Dokuments](#) zu finden und für den Besucher Ihrer Webseite nicht sichtbar. Sie können Informationen wie z.B. zum Inhalt, Herausgeber, Autor und Copyright enthalten. Eine umfangreicher Definition zu Meta Tags sowie zahlreiche Beispiele gibt's im folgenden Artikel.

Bedeutung von Meta Tags

Die Technologie von Suchmaschinen hat sich in den letzten 20 Jahren deutlich gewandelt. Zum Ende der 90er Jahren war es viel schwieriger, eine thematische Einordnung der Seiten vorzunehmen und ein zur Suchphrase passendes Ergebnis zu liefern. Umso wichtiger waren die **Meta Angaben im HTML-Dokument**. In den Anfangszeiten der Suchmaschinen waren die Meta Tags dementsprechend auch ein wichtiges Rankingkriterium. Und wie bei anderen [Rankingkriterien](#) ([Backlinks](#), [Keywords](#) usw.) nutzten viele die Möglichkeit aus, ihre Seite mithilfe der Tags nach vorn zu bringen, und manipulierten sie. Manipulationen gab es z.B., indem mit dem Keyword-Tag Keywords hinzugefügt wurden, die nicht mit den Seiteninhalten im Zusammenhang standen.

Mit der weiteren Entwicklung der Suchmaschinen nahm die Bedeutung der Meta-Angaben nach und nach ab, auch aufgrund der [Black Hat SEO Maßnahmen](#) in diesem Zusammenhang. Heutzutage werden viele Meta Tags von den [Robots](#) einfach ignoriert, z.B. der Keyword-Tag. Andere werden zwar von den Robots "aufgenommen", haben aber keinen Einfluss auf das Ranking, wie z.B. bei der Meta Description.

Auf einen Blick: DIE WICHTIGSTEN META-TAGS

Was es ist: Vermitteln der Suchmaschine Informationen zu der Webseite.

Grundstruktur: `<meta http-equiv="name" content="content">`
`<meta name="name" content="content">`

Meta Description: `<meta name="description" content="Beschreibung" />`

Robots Tag: `<meta name="googlebot" content="noindex" />`
`<meta name="googlebot" content="nofollow" />`

Weitere Meta Tags:

Content Type // Language // Author //
Keyword // News-Keyword // Page-Topic //
Revisit

Mehr Infos in unserem Lexikon!

www.seo-kueche.de/lexikon/



DER SEO-Begriff Meta-Tag erklärt.

Gleicher Aufbau ermöglicht eindeutige Aussagen

Meta-Tags sind immer nach dem gleichen Prinzip aufgebaut. Sie bestehen aus dem **Meta-Namen (der Eigenschaft)** und dem **Inhalt** bzw. aus den zu Inhalt und Eigenschaften gehörenden Attributen.

Die Grundstruktur sieht folgendermaßen aus:

```
<meta name="name" content="content">
```

Die Meta Tags erlauben Ihnen im Prinzip beliebige Angaben zum Dokument. Neben diesem beschreibenden Aspekt können mit den Tags auch HTTP-Befehle für den [Browser](#) umgesetzt werden. Mit diesen Befehlen können Sie z.B. den Browser dazu auffordern, zu einer anderen Seite umzuleiten.

Tags, die als **Anweisungen für den Browser** dienen, haben folgende Grundstruktur:

```
<meta http-equiv="name" content="content">
```

Um den Meta-Angaben zu folgen, müsste der Browser allerdings das HTML-Dokument vor dem Ausliefern lesen, was viele Browser jedoch aufgrund der Performance-Auswirkungen unterlassen. Ob die Meta-Angaben ausgelesen werden, ist also vom Browser abhängig.

Beispiele für Meta-Tags

Die folgenden drei Meta Tags sind die wichtigsten Tags innerhalb der Suchmaschinenoptimierung:

Title-Tag – Seitentitel

- ist ein Rankingfaktor
- wird im Suchergebnis als Titel angezeigt
- kann Klickrate beeinflussen (siehe auch [Snippet-Optimierung](#))

Tipps zur Optimierung finden Sie unter: [Alt-Tag und Title-Tag](#)

Meta Description

- kurze Beschreibung der Seite
- erscheint in den SERPs unter Title und URL
- zwar kein Rankingfaktor, kann aber, wenn sie [gut gestaltet](#) ist, positiven Einfluss auf die [Klickrate](#) haben

Robots Tag

- zur Steuerung der [Indexierung](#)
- z.B. Indexierung einer bestimmten Seite verhindern (Wert: noindex), Aufforderung, einem Link nicht zu folgen (Wert: nofollow)

Weitere Meta Tags:

Content Type/Language

Definition des europäischen Zeichensatzes, wichtig für die richtige Darstellung von Umlauten

Author

Angaben zum Autor/Veröffentlicher der Seite

Keyword

- Angabe zu für die jeweilige Seite wichtiger Schlüsselwörter
- [wird von Google nicht verwendet](#)
- wird von anderen Suchmaschinen teilweise mit ins Ranking einbezogen, aber nur mit einem sehr

geringen Gewicht: [Is The Meta Keyword Tag Still Used By Google, Bing and Yahoo?](#)

News-Keyword

- nur für Websites, die als Quellen für Google News genutzt werden
- Angabe der wichtigsten Keywords für den News-Artikel
- Beispiel aus dem Google Support: Suchbegriffe und Suchanfragen für Newsbeiträge

Page Topic

- Thema der Seite – ein Schlagwort/eine Kategoriezuordnung für die Seite
- es sind Mehrfachnennungen möglich zur genaueren Eingrenzung

Revisit

- Angabe, wann der Suchmaschinenspider die Seite erneut crawlen soll

Bedeutung für die Suchmaschinenoptimierung

In den 90er Jahren, als Suchmaschinen noch nicht wie heute in der Lage waren, Seiten anhand ihrer Inhalte “selbstständig” einzuordnen, waren Meta Tags ein wichtiges Mittel, um die Suchmaschine mit Informationen zu versorgen und so das Ranking zu beeinflussen. Heute ist der [Algorithmus](#) jedoch so weit entwickelt, dass die Informationen der Meta Tags keine Rolle mehr für die Position in den Suchergebnissen spielen, zumindest **als direkter Rankingfaktor** (den Title Tag ausgenommen).

Indirekt können Meta Informationen jedoch einen Vorteil innerhalb der Suchergebnisse liefern, zumindest bei der Meta Description (und auch dem Title Tag), denn diese wird im Suchergebnis angezeigt. Heben sich Description und Title visuell von den anderen Ergebnissen ab oder ziehen sie durch geschickte Formulierungen die Aufmerksamkeit auf sich, kann das sehr wohl dazu führen, dass der Nutzer dieses Ergebnis bevorzugt, selbst wenn es nicht auf den vordersten Positionen steht.

Weiterführende Informationen:



[Meta Tags, die Google versteht](#)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDEMMXXX