

Snippet Optimierung: Bessere Rankings & mehr Klicks für deine Webseite

Das Snippet ist **Euer Aushängeschild** auf der [Suchergebnisseite \(SERP\)](#) von Google, warum es auch oft als **SERP-Snippet** bezeichnet wird. Dessen Gestaltung und Optimierung spielt eine entscheidende Rolle für die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen und letztendlich für die [Conversion Rate](#) (Klickrate).

Durch eine sinnvolle Snippet Optimierung kann es passieren, dass User nicht immer einen Link der Top 3 Platzierungen der SERPs wählen, sondern das optisch ansprechendere und informativere Ergebnis bevorzugt anklicken. Die Optimierung des SERP-Snippet ist eine wichtige Maßnahme und denkbar einfach. Wir zeigen Euch, wie Ihr schnell und unkompliziert ein perfektes Snippet erstellt.

Was ist ein Snippet?

Ein [Snippet](#) oder SERP-Snippet ist das Suchergebnis, welches bei Google auf der [Suchergebnisseite \(SERP\)](#) angezeigt wird. Übersetzt bedeutet Snippet „Ausschnitt, Schnipfel“ und meint im Grunde genommen die Vorschau, die zu einem Ergebnis angezeigt wird. Es ist demnach Euer Aushängeschild, das ein potenzieller Kunde als ersten Eindruck von Eurer Webseite und Eurem Unternehmen erhält. Im Grunde soll das Snippet einen Hinweis auf den Inhalt der Webseite und die Produkte bzw. Dienstleistungen geben.

Es setzt sich aus einer [URL](#), einer **Überschrift (Title)** mit maximal 60-70 Zeichen und einer **Beschreibung (Meta Description)** mit maximal 156 Zeichen zusammen.



Abb. 1: Einfaches Snippet in den Google Suchergebnissen.

Achtung:

Jede Unterseite, d.h. jede URL, benötigt ein individuelles Snippet. Um Duplicate Content zu vermeiden, darf der Inhalt des Snippets keinesfalls kopiert werden. Dies wirkt sich negativ auf Euer Ranking aus.

Was sind Rich Snippets?

Einige Snippets werden durch **weitere Elemente** ergänzt, z.B. durch Bewertungen oder weitere Angaben (Termine, Daten etc.). Neben einfachen Snippets gibt es auch [Featured Snippets](#) und Rich Snippets.

Rich Snippets können folgende Elemente enthalten:

- Bewertungssterne
- Verlinkungen
- Preisangaben
- Rezeptangaben
- Abbildungen
- datierte Events
- Produktmerkmale
- Terminangaben
- Produktverfügbarkeit

Wie man die jeweiligen Features in ein Rich Snippet integriert, erfahrt Ihr auf schema.org.

<https://www.chefkoch.de> » ... » Methoden » Wok ▾

Thai Green Curry Chicken von Timucin | Chefkoch



Dieses **Rezept** ist wirklich sehr lecker, allerdings für Leute, die noch nicht so viel Erfahrung mit exotischen Gerichten gemacht haben, gewöhnungsbedürftig.

★★★★★ Bewertung: 4,6 · 64 Ergebnisse · 30 Min.

Abb. 2: Rich Snippet mit zusätzlichen Informationen, z.B. Bewertungssterne.

Um ein gewöhnliches Snippet in ein Rich Snippet zu verwandeln, müsst Ihr es um Informationen

erweitern und strukturierte Daten auf Eurer Seite auszeichnen. Dies geht beispielsweise mit einem **schema.org Markup**. Dadurch können zusätzliche Daten wie Bewertungssterne und Termindaten oder Produkteigenschaften hinzugefügt werden. Damit Ihr Google diese Daten zur Verfügung stellen könnt, müssen sie auf Eurer Webseite auch vorhanden und korrekt im Code ausgewiesen sein. Das FAQ-Snippet ist besonders beliebt.



Abb. 3: FAQ-Snippet mit entsprechenden Fragen unterhalb des Suchergebnisses.

Was ist ein Featured Snippet?

Bei den **Featured Snippets** unterscheidet man nochmals zwischen Text-, Video-, Listen- und Tabellen-Snippets. Wer es direkt auf die Pole-Position schaffen möchte, muss ein Featured Snippet haben, um vor den bezahlten Anzeigen und organischen Suchergebnissen zu landen. Doch was ist ein Featured Snippet genau? Ein Featured Snippet kann unterschiedlich aussehen. Es kann demnach als Textblock, in Listen- oder Tabellenform, als Aufzählung oder als Video erscheinen.

Bei diesen Snippets handelt es sich oftmals um einen Textauszug, der dem User eine detaillierte Antwort auf eine Frage liefert. In vielen Fällen muss der Nutzer nicht mehr auf das Ergebnis klicken, da er alle Informationen erhält. Das Featured Snippet eignet sich meist für informationsorientierte Suchanfragen.

höchster Turm deutschlands



[Alle](#)
[Bilder](#)
[Maps](#)
[News](#)
[Shopping](#)
[Mehr](#)
[Einstellungen](#)
[Suchfilter](#)

Ungefähr 156.000 Ergebnisse (0,83 Sekunden)

Commerzbank Tower

Deutsche Wolkenkratzer sind jedoch im internationalen Vergleich klein: Der **höchste** Wolkenkratzer **Deutschlands** ist mit 259 Metern der Commerzbank Tower in Frankfurt am Main. Als einzige weitere Stadt ist Bonn mit dem 163 Meter hohen Post Tower in den Top 10 vertreten.

18.04.2012



<https://www.detail.de> › [blog-artikel](#) › [die-top-10-der-hoec...](#)

[Die Top 10 der höchsten Gebäude in Deutschland - DETAIL ...](#)

 Informationen zu hervorgehobenen Snippets •
  Feedback geben

Abb. 4: Featured Snippet in den Google-Suchergebnissen.

Warum ist Snippet-Optimierung wichtig?

Die Snippet-Optimierung ist ein wichtiger Teil des [Content Marketing](#) und eine effektive Maßnahme bei der [Suchmaschinenoptimierung \(SEO\)](#). Da der Mensch im digitalen Zeitalter nur eine geringe Aufmerksamkeitsspanne hat, ist es wichtig, dass ein potenzieller Kunde in wenigen Sekunden weiß, worum es auf einer Webseite geht. Des Weiteren ist es heutzutage schwieriger die Aufmerksamkeit der User auf das eigene Produkt zu lenken, daher ist das Snippet der erste Schritt neue Kunden zu gewinnen. Das Snippet ist der Beginn einer hoffentlich positiven [Customer Journey](#) und der erste Eindruck, den der potenzielle Kunde von Eurem Unternehmen erhält.

Da der Aufwand bei der Snippet-Optimierung sehr gering, aber äußerst effektiv ist, sollte man keinesfalls

auf diese Optimierungsmaßnahme verzichten. Wer mit seinem Aushängeschild – dem SERP-Snippet – in den Google-Suchergebnissen auffallen möchte, muss dieses unbedingt optimieren.

Eine gut formulierte Meta Description weckt die Neugier der User und erhöht die Chance, dass Eure Seite angeklickt wird. Die hohe [Click-Through-Rate \(CTR\)](#) ist hingegen ein positives Signal für Google, was wiederum mit einem besseren Ranking honoriert wird.

Wie kann man ein Snippet optimieren?

Für ein suchmaschinenoptimiertes Snippet sind mehrere Faktoren sowie die einzelnen Elemente zu berücksichtigen. In den nächsten Abschnitten erläutern wir Euch, wie Ihr die **Überschrift (Title)** und **Beschreibung (Meta Description)** am besten optimieren könnt. Anschließend zeigen wir Euch einige Snippet-Generatoren sowie hilfreiche Tools und geben Euch nützliche Tipps, worauf Ihr bei der Optimierung des Snippets unbedingt achten solltet.

Bestimmung der Suchintention (Search-Intent)

Bei der Wahl der Maßnahmen solltet Ihr unbedingt die **Suchintention** der User im Hinterkopf behalten, d.h. zunächst prüfen, ob der Nutzer eine **Transaktion** (do) durchführen möchte, **Informationen** (know) sucht oder eine **Navigation** (go) benötigt.


- Transactional Queries – transaktionsorientierte Suchanfragen
- Informational Queries – informationsorientierte Suchanfragen
- Navigational Queries – navigationsorientierte Suchanfragen
- Commercial Queries – kommerzielle Suchanfragen

Wer ein [Content Management System \(CMS\)](#) wie [WordPress](#) nutzt, kann in entsprechenden Feldern die notwendigen Angaben zum Snippet machen. Das Plugin [Yoast SEO](#) unterstützt Euch beispielsweise bei der Snippet Optimierung. Darüber hinaus gibt es auch Snippet Generatoren, welche die Erstellung eines optimierten Snippets erleichtern.

Google-Vorschau

Vorschau als:

Ergebnis für die mobilen Geräte Ergebnis für den Desktop


 www. .com › Google-Ranking-verbessern

Google-Ranking verbessern - Eure Anleitung für 2021

Jun 16, 2021 · Wie Ihr Euer **Google-Ranking verbessern** könnt, zeigen wir Euch in unserem Ratgeberbeitrag. Viele wichtige Tipps und Hinweise.

SEO Titel

Insert variable

Google-Ranking verbessern - Eure Anleitung für 2021 

Permalink

Google-Ranking-verbessern

Meta-Beschreibung

Insert variable

Wie Ihr Euer Google-Ranking verbessern könnt, zeigen wir Euch in unserem Ratgeberbeitrag. Viele wichtige Tipps und Hinweise.

Abb. 5:

Plugin Yoast SEO im CMS WordPress zur Optimierung des Snippets.

Title Optimierung

Sowohl der Title als auch die Meta Description Eures Snippets sollte das **Fokus-Keyword** der jeweiligen Unterseite sowie das **Thema der Seite** enthalten sein. Bestenfalls sind es vollständige Sätze und das Keyword ist an erster Stelle oder zumindest weit vorn platziert. Der User muss sofort wissen, worum es geht. Dabei ist es wichtig, dass Ihr vorab eine [Keyword-Recherche](#) macht und prüft, welche [Keywords](#) relevant sind. Darüber hinaus solltet Ihr unbedingt auf ein Keyword Stuffing verzichten, denn dies wird von Google abgestraft. Um die Arbeit zu vereinfachen, könnt Ihr hilfreiche [Keywords-Tools](#) nutzen.

Bei Online-Shops oder anderen Webseiten, die eine **Handlungsaufforderung** bzw. **Call-to-Action** haben können, sollte diese verwendet werden. Dies kann z.B. ein „*hier kaufen*“, „*jetzt eine Beratung vereinbaren*“ oder „*hier einen Termin buchen*“ sein. Welche Informationen im Titel erscheinen, ist wichtig vom Inhalt Eurer Webseite und dem Vorhaben Eures Unternehmens.

Überschreitet eine gewisse Pixelbreite nicht, damit die Überschrift vollständig dargestellt wird. Wird der Titel abgeschnitten, erscheinen am Ende drei Punkte in den Google-Suchergebnissen. Ein Richtwert ist hier 55 bis 60 Zeichen inklusive Leerzeichen.

<https://www.kaffee-partner.de> › magazin › lesen › brasi... ▼

Brasilien ist Weltmeister – zumindest beim Kaffee | Kaffee ...

16.08.2018 — Der Cafezinho, der „kleine Kaffee“, gehört zum festen Bestandteil der Kultur der Gastfreundschaft in **Brasilien**. Denn wer zum Cafezinho ...

Abb. 6: Snippet-Title ist zu lang und der fehlende Text wird mit Punkten dargestellt.

Meta Description

Die **Meta Description** (Beschreibung) soll Aufschluss über die **Inhalte der Unterseite** geben und dem User zeigen, welche Informationen, Dienstleistungen oder Produkte er finden kann. Wichtig ist, dass hier die **Neugier des Nutzers** geweckt wird.

Hier sollte auch das **Keyword** genutzt werden. Ferner sollten keine leeren Versprechungen gemacht werden, denn wird die Suchintention des Users nicht befriedigt, zeigt sich dies in der hohen [Absprungrate](#), die von Google im Hinblick auf das Ranking bestraft wird. Das Keyword des Nutzers wird in der Meta Description fett dargestellt.

<https://www.obi.de> › ... › Markisen & Sonnenschutz ▼
Sonnenschirme online kaufen bei OBI | OBI.de
Sonnenschirme bequem von zu Hause online bestellen ✓ Markisen & Sonnenschutz finden Sie online und in Ihrem OBI Markt vor Ort ✓ OBI - alles für Heim, ...
Schneider Sonnenschirm... · Doppel-Sonnenschirm Cloyna... · Ampelschirme · Rot

Abb. 7: Keyword wird in der Meta Description (Beschreibung) fett angezeigt.

Wählt hier **kurze und informative Sätze**, die Ihr durch **Sonderzeichen oder Emojis** trennt. Die **Zeichnlänge** (140 – 156 Zeichen) darf auch hier nicht überschritten werden, um sicher zu gehen, dass der gesamte Text angezeigt wird. Dabei wirken die schwarzen Sonderzeichen (z.B. &?) oftmals seriöser, bieten aber doch einen guten Eyecatcher. Stellt dabei **USPs und Alleinstellungsmerkmale** (Qualität, Expertise usw.) dar.

Nutzt **W-Fragen** und beantworte sie im Text, damit der Nutzer gleich weiß, worum es geht.

- **Was** verkauft das Unternehmen?
- **Warum** sind die Produkte besonders und warum sollte man hier einkaufen?
- **Welche** Produkte/Dienstleistungen bietet das Unternehmen an?
- **Wo** finde ich die Produkte/Dienstleistungen?

Je nach Unternehmen und Dienstleistung eignen sich andere **Call-To-Actions**, daher solltet Ihr diese stets auf die Bedürfnisse Eurer Nutzer anpassen.

Solltet Ihr auf Eurer Webseite **Structured Data** mit schema.org ausweisen, wird die Meta Description um weitere Informationen ergänzt. Dabei ist zu beachten, dass der Platz ein wenig verringert wird.

Die Verwendung von Sonderzeichen & Emojis

Seit einiger Zeit sieht man immer häufiger Emojis und Sonderzeichen in Snippets. Diese sollten Ihr unbedingt nutzen, wenn sie zu Eurem Produkt und/oder Eurem Unternehmen passen. Sie stechen sofort ins Auge und wecken das Interesse des Nutzers. Da sie optisch ansprechend sind, neigen User dazu, Snippets mit Emojis eher anzuklicken. Sie wecken Emotionen beim Nutzer und haben eine nicht zu unterschätzende Wirkung. Die Platzierung des Sonderzeichens oder Emojis kann aber eine Rolle spielen, denn nicht immer werden sie richtig am Anfang oder Ende des Snippets angezeigt.

<https://www.ab-in-den-urlaub.de> ▼

Urlaub jetzt mit bis zu 50% Rabatt bei ab in den urlaub

Urlaub zu Top Preisen auf ab in den urlaub vergleichen ✳ JETZT Urlaub buchen & bis zu 50% sparen! ✳ Mehrfach ausgezeichnet ✳ Für deine schönste Zeit.

Abb. 8: Snippet mit Sonderzeichen in der Beschreibung (Meta Description).

Ein Snippet mit Emojis würde dann wie folgt aussehen:

<https://www.urlaubspiraten.de> ▼

Urlaubspiraten: Urlaub & Reiseschnäppchen günstig buchen

Jetzt günstig deinen nächsten Urlaub buchen ✓ Top Auswahl ✓ Super Deals ✓ Bestpreisgarantie

🔍 Finde dein perfektes Angebot und spare mit den ...

Abb. 9: Snippet mit Emoji in der Beschreibung (Meta Description).

Im Title sieht man seltener Emojis und Sonderzeichen, allerdings kann man sie auch hier nutzen. Wie beim Keyword Stuffing sollte man es auch mit den Emojis und Sonderzeichen nicht übertreiben.

<https://emojikeyboard.top> › ... ▼

🤗📧 Online Emoji-Tastatur 🙌 – 👩‍💻 3521 Emojis zum ...

Online Emoji-Tastatur 🤗📧 für für den 🖥️ PC, das Tablet und das 📱 Smartphone – mit 3521 Emojis zum Kopieren und Einfügen.

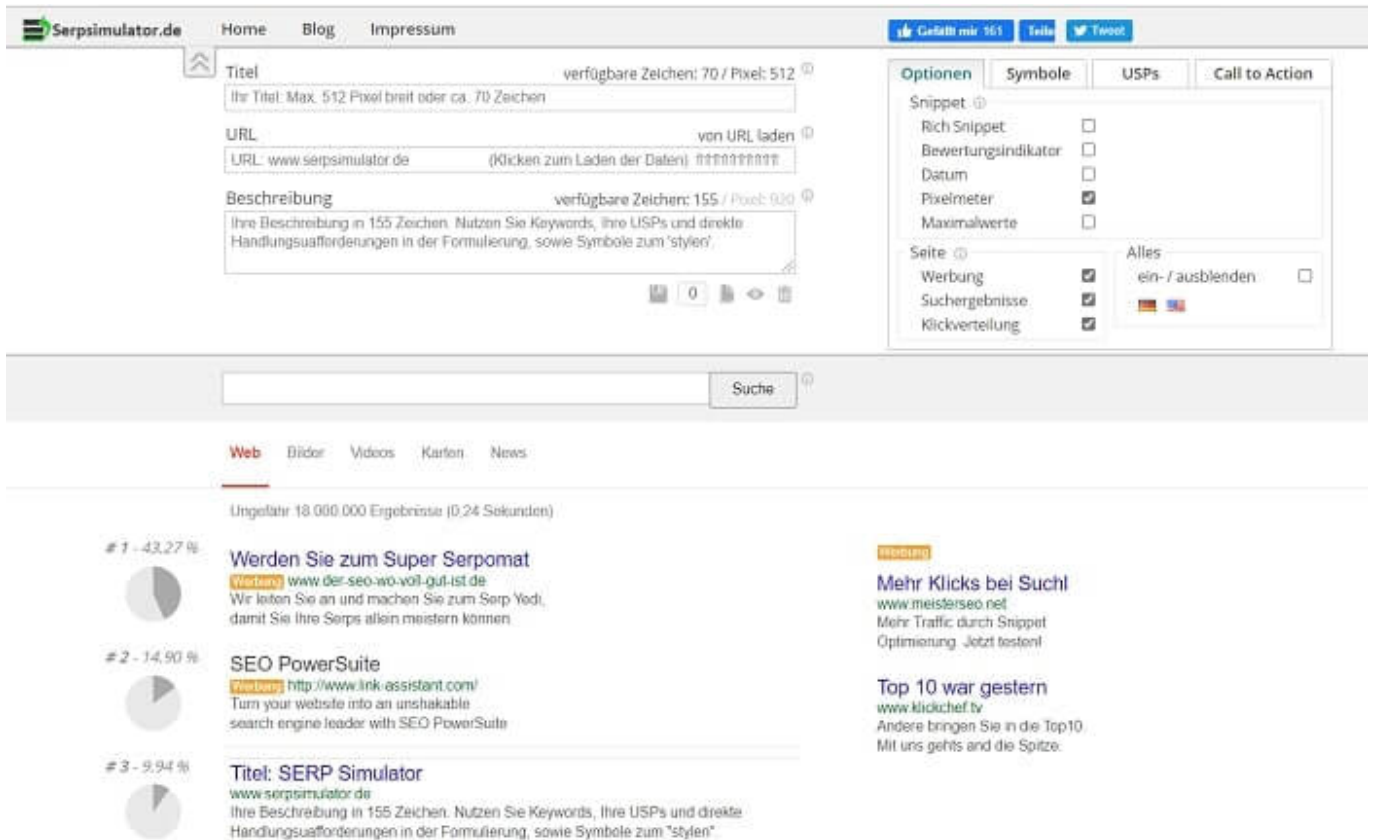
Abb. 10: Snippet mit Emojis in der Beschreibung (Meta Description) und im Title.

Tools: Snippet Generatoren

Wir haben bereits erwähnt, dass das Plugin Yoast SEO für WordPress besonders hilfreich bei der Optimierung eines Snippets ist. Aber es gibt noch weitere Tools, die Ihr einsetzen könnt. Da es nicht einfach ist, den Überblick über alle Snippets auf einer größeren Webseite zu behalten, gibt es Crawling Tools. Sie helfen Euch beim Erkennen von Fehlern bei der Snippet-Optimierung und zeigen an, wo kein Snippet vorhanden ist.

Nicht nur Plugins wie Yoast SEO, sondern auch die folgenden **Snippet Generatoren** können Euch bei der Erstellung des Snippets helfen. Zu nennen sind hierbei folgende Seiten:

1. [SERP-Simulator](#)



The screenshot shows the SerpGenerator tool interface. At the top, there are navigation links for Home, Blog, and Impressum, along with social media buttons for Facebook (161 likes), Twitter, and a share button. The main area contains three input fields: 'Titel' (Title) with a character limit of 70, 'URL' with a 'von URL laden' button, and 'Beschreibung' (Description) with a character limit of 155. A sidebar on the right offers various options for the generated snippet, including 'Rich Snippet', 'Bewertungsindikator', 'Datum', 'Pixelmeter', and 'Maximalwerte'. Below the input fields is a search bar and a search button. The results section shows a search for 'SerpGenerator' with approximately 18,000,000 results in 0.24 seconds. The top three results are: 1. 'Werden Sie zum Super Serpomat' (43.27%), 2. 'SEO PowerSuite' (14.90%), and 3. 'Titel: SERP Simulator' (9.94%). A 'Premium' badge is visible next to the first result. On the right side of the results, there are two promotional boxes: 'Mehr Klicks bei Such!' from www.meisterseo.net and 'Top 10 war gestern' from www.klickchef.tv.

Abb. 11: SerpGenerator von serpgenerator.de.

2. Snippet-Generator von Sistrix

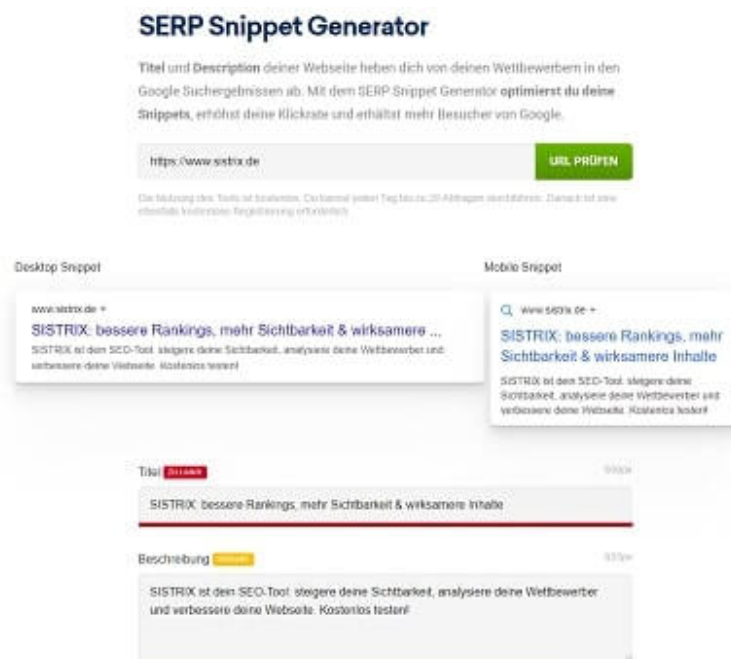


Abb. 12: Snippet Generator von Sistrix.

3. [Snippet-Optimizer](#)



Chrome automatically updates with the latest security features and fixes. [DOWNLOAD](#)

[Blog](#)

[Switch to old](#)

Google SERP Snippet Optimization Tool

Title (0px / 580px)

URL (0px / 385px)

Description (0px / 990px)

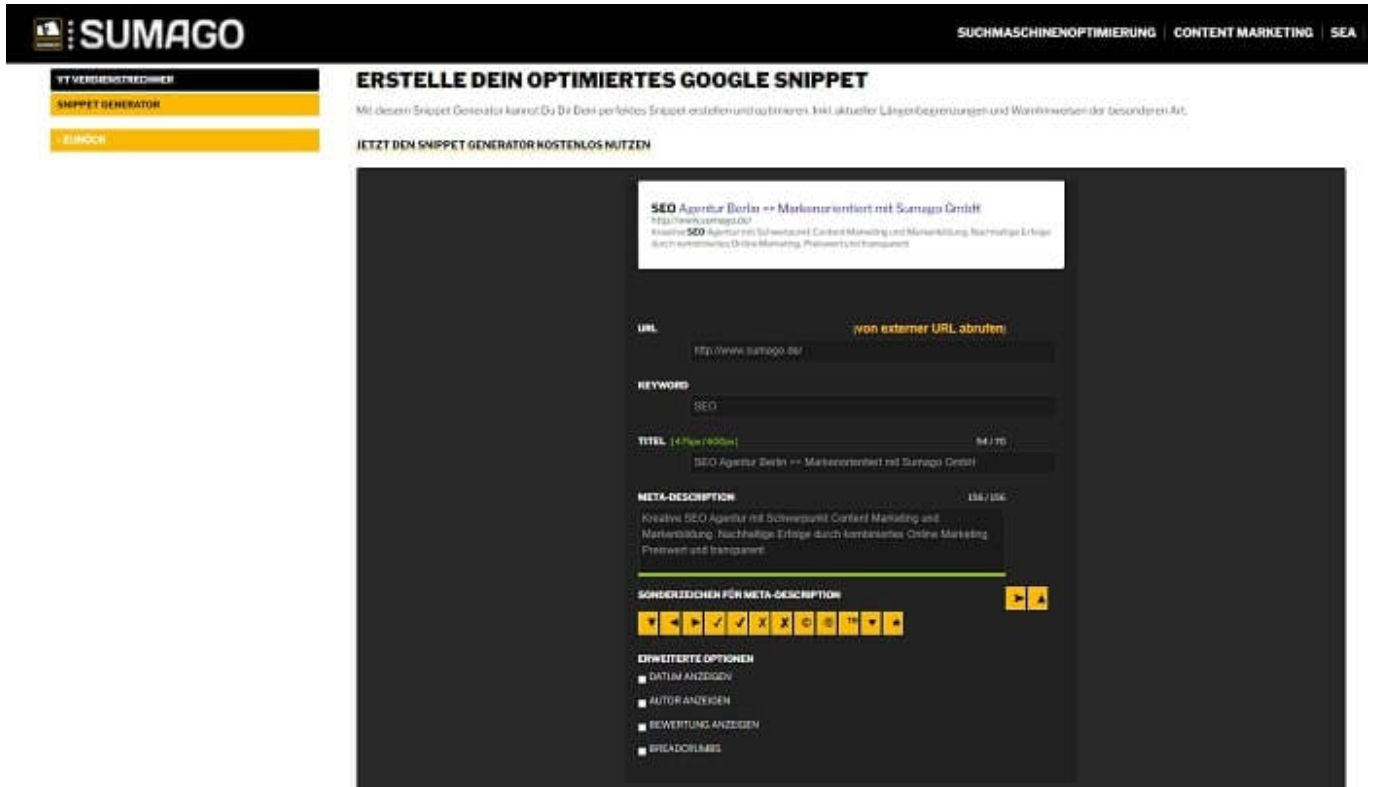
Rich Snippet
 Date

[Buy Guest Post & Niche Edit Links](#) [Learn More](#) →

[SEO-Friendly Hosting](#) [Read Our Guide](#) →

Abb. 13: SEOMofo Snippet Generator.

4. [Snippet Generator von Sumago](#)



Verbesserung über die Google Search Console prüfen

Sobald man alle Optimierungsmaßnahmen abgeschlossen hat, möchte man auch wissen, ob sie funktioniert haben. Hierfür könnt Ihr die [Google Search Console](#) nutzen, die Euch die Zahl der Klicks, Impressionen, [Klickrate \(CTR\)](#) und die Positionen der einzelnen Keywords zeigt. Sobald die Klickrate für ein Keyword mit optimiertem Snippet sehr hoch ist, kann man davon ausgehen, dass die Maßnahmen gefruchtet haben. Des Weiteren solltet Ihr prüfen, ob und wie Euer Snippet bei Google angezeigt wird.

Die wichtigsten Tipps im Überblick

- Das Snippet sollte sich am **Suchintentionstypen** (do, know, go) orientieren: kommerzielle, transaktions-, informations- oder navigationsorientierte Suchanfragen.
- Das Fokus-Keyword sollte in der Überschrift und der Beschreibung am Anfang stehen.

- Die Beschreibung soll die Neugier der User wecken und ansprechend formuliert sein.
- Nennt Euren Markennamen bzw. das Unternehmen.
- Kein [Keyword Stuffing](#) in der Beschreibung oder im Titel.
- Informiert den Nutzer darüber, was er sucht bzw. findet.
- Google-Snippets in einer angemessenen Länge erstellen; der gesamte Text sollte sichtbar sein.
- Überschrift soll informativ und einfach sein.
- Nutzt Emojis und Sonderzeichen, wenn sie zu Eurer Seite passen.
- Jede Unterseite benötigt ein eigenes Snippet; Inhalte nicht vervielfältigen, um Duplicate Content zu vermeiden.

Häufig gestellte Fragen

—

[Was ist ein Snippet?](#)

Ein Snippet besteht aus einer URL, einer Überschrift (Title) und einer Beschreibung (Meta Description) und erscheint als Ergebnis auf der Google Suchergebnisseite (SERP). Als erster Berührungspunkt der Customer Journey ist es wichtig für die CTR und das Ranking.

—

[Was ist Snippet-Optimierung?](#)

Bei der Snippet Optimierung wird das Snippet durch SEO-Maßnahmen optimiert. Hierbei liegt der

Fokus auf der Verwendung des Keywords im Title und der Beschreibung und der richtigen Formulierung und Gestaltung der jeweiligen Texte.

—

[Warum ist die Snippet-Optimierung wichtig?](#)

Die Optimierung des Snippets ist einfach und mit wenig Aufwand verbunden, erzielt aber als SEO-Maßnahme eine große Wirkung. Sie ist kostenlos und unkompliziert, daher sollte sie nicht außer Acht gelassen werden.

—

[Wie kann man ein Snippet optimieren?](#)

Bei einem Snippet werden vor allem die Überschrift und die Beschreibung optimiert. Um ein Rich Snippet oder Featured Snippet zu erstellen, können weitere Maßnahmen ergriffen werden.

Weiterführende Informationen & Quellen

- Laut [Ryte](#) haben Rich Snippets den Vorteil, dass sie ein Eyecatcher in den Suchanfragen sind und durch zusätzliche Elemente wie Bewertungen, Bilder oder Preisangaben mehr Vertrauen beim User erzeugen.
- Mit Aufwand und Liebe zum Detail können die Suchergebnistreiber bei Google für Nutzer attraktiver gestaltet werden; Ihr solltet Euch deutlich von der Konkurrenz abheben, so [Xovi](#).
- [Sistrix](#) empfiehlt, dass der Title eines Snippets nicht länger als 580 Pixel (Desktop) bzw. 920 Pixel (Mobile) sein sollte; Meta Description 990 (Desktop) bzw. 1.300 Pixel (Mobile).
- [OMT](#) betont, dass ein gut optimiertes Snippet wichtiger Bestandteil des organischen Traffics ist und durch Sonderzeichen, Emojis und strukturierte Daten prominenter dargestellt werden kann.