

Meta Description - Darum ist sie so wichtig!

Um die **Meta Description** als Teil der Suchmaschinenoptimierung ranken sich einige Mythen. Die einen sagen, sie wäre unverzichtbar, um bei Google in den Suchergebnissen gut platziert zu werden. Andere behaupten sie spielen keinerlei Rolle für das Ranking. Hier zeigen wir euch, warum sie für ein gutes Online-Marketing immer noch eine wichtige Rolle spielen.

- [Was ist eine Meta Description](#)
- [Warum ist die Description so wichtig für eine gute CTR?](#)
- [Wie sieht eine gute Meta Description aus?](#)
- [Diese Fehler solltest Du kennen!](#)
 - [Meta Description – Checkliste](#)

Was ist eine Meta Description?



Die Meta-Angaben einer Webseite waren ursprünglich dazu gedacht, die Durchsuchbarkeit von HTML-Dokumenten zu verbessern. Sie werden im Header-Bereich des HTML-Codes eingefügt. Somit werden sie im Browser üblicherweise nicht angezeigt. Im Meta-Bereich sollten die wichtigsten [SEO Keywords](#) hinterlegt werden, um die sich der Content auf der Seite dreht. Des Weiteren besteht hier die Möglichkeit das „robots tag“ einzufügen. Er wird verwendet, um der Suchmaschine Informationen darüber zu vermitteln, welche Inhalte durchsucht werden dürfen und welche nicht.

Google und andere Suchmaschinen nutzten die Meta Tags, um dem User eine Beschreibung einer Seite vorab anzuzeigen. Hierfür werden die (maximal) ersten 160 Zeichen aus den Meta Tags in Form eines Snippets angezeigt. Als Beispiel das von Kundenwachstum.de in den Google Suchergebnissen: Das Google Snippet enthält in der oberen Zeile den Meta-Title bzw. Title-Tag. Darunter findet sich die Beschreibung für den Content der Seite mit den Meta Keywords. Diese Meta Tags sind für den Browser normalerweise unsichtbar. Sie sind speziell für die Suchmaschinen gedacht.

Die Meta Tags waren in der Anfangszeit des Internets von sehr hoher Bedeutung für die Platzierung einer Webseite in den Suchmaschinen. Sie dienten als kurze Beschreibung des Inhalts und enthielt Informationen darüber, welche Art Content den User erwartet. Im Laufe der Jahre sank jedoch ihre Bedeutung. Google stellte fest, dass die Meta-Beschreibung häufig dazu verwendet wurde, um mit der Angabe von irreführenden Keywords Besucher auf Spam-Seiten zu locken.

Es ist also richtig. Mittlerweile ist die Meta-Beschreibung kein bedeutender Faktor für das [Ranking](#) mehr und wird von den Suchmaschinen weitestgehend ignoriert. Aber! in den Suchergebnissen dienen die kleinen Snippets immer noch als Vorschauenfenster für die jeweilige Seite.

Ebenso fungieren sie als kurzer Textausschnitt, wenn Inhalte in einem Social Media Kanal geteilt werden. Es lohnt sich also eine richtig gute Description zu erstellen. Sie kann die [CTR](#) für ein Projekt positiv beeinflussen.

Warum ist sie so wichtig für eine gute CTR?

Die in den Snippets vorgeblendete Inhaltsangabe ermöglicht es den Usern sich zielorientiert durch die Suchergebnisse zu klicken. Sie können im Idealfall anhand des Textes sofort erkennen, ob die angezeigten Seiten für ihre Zwecke hilfreich sind oder nicht. Suchmaschinen sind leider auch nicht perfekt. Die Eingabe einer bestimmten Suchphrase kann mehrdeutig interpretiert werden. Dadurch werden häufig auch Treffer vorgeblendet, von denen der User schnell merkt, dass sie absolut nicht brauchbar sind.

Mit Hilfe von präzisen und aussagekräftigen Meta Tags kann man sich als Seitenbetreiber positiv von den anderen Suchergebnissen abheben. Die Platzierung in der Trefferliste hat zwar eine bedeutende Auswirkung auf den Traffic. Aber wenn bei den höheren Rängen keine guten Beschreibungen vorhanden sind, dann kann es passieren, dass man mit einer niedrigeren Position mehr [Website Traffic](#) erhält als Seiten mit besserem Ranking. Denn im Endeffekt schauen viele Nutzer zumindest kurz auf die Vorschau, bevor sie klicken.

Social Media nicht vergessen!

Ein weiterer wichtiger Aspekt ist die Verwendung in den sozialen Medien. Wer bereits bei Facebook oder Xing einen Artikel in seiner Chronik geteilt hat, der kennt den Effekt. Es wird nicht nur eine blanke URL in den Post aufgenommen, sondern der Social Media Kanal importiert sich die Meta Description des Inhalts und blendet einen Teil des Textes vor. In diesem Fall kann eine optimale Beschreibung Gold wert sein. Eine Vorschau, die das Interesse und die Aufmerksamkeit der Menschen auf sich zieht, die kann gigantische Trafficströme in Gang setzen. Das sind gute Voraussetzungen, um mit seinen Inhalten viral zu gehen. Unter dem Strich kann man daher sagen, dass es sich lohnt eine perfekte Meta Description zu schreiben. Für das SEO ist die Bedeutung mittlerweile gering. Für den Traffic kann sie jedoch sehr wichtig sein.

Gratis-Download

Hilfreiche Anleitungen und Checklisten für Dein Onlinemarketing.

[Zum Download-Bereich](#)

Gratis-Sichtbarkeitsanalyse

Entdecke welches Potential in Deiner Webseite schlummert.

[Zur Analyse](#)

Kontakt

Du hast Fragen zum Onlinemarketing oder speziell zu diesem Thema?

[Kontaktiere uns!](#)

Wie sieht eine gute Meta Description aus?

ausfallen. Dadurch werden am Ende des Snippets Informationen abgeschnitten. So kann der Text für den Leser unverständlich werden und das „AIDA“-Prinzip scheitert.

Wichtige Aspekte und Elemente für den Text der Meta Description

[Content Marketing](#) ist heute eines der wichtigsten Mittel, um potenzielle Kunden für eine Nische zu gewinnen. Die [SEM Suchmaschinenoptimierung](#) ist die Grundlage dafür, dass eine Webseite gut auffindbar ist. Wir haben zudem festgestellt, dass die Meta Description positive Auswirkungen auf die Click-Through-Rate haben kann. Die Gestaltung der Description ist demnach ein wichtiger Teil der [OnPage-Optimierung](#). Daher möchten wir noch auf einige wichtige Faktoren bei der Gestaltung der SEO Meta Tags eingehen.

Viele Seitenbetreiber programmieren ihre Webauftritte nicht mehr selber, sondern verwenden ein Content-Management-System. Die bekanntesten Open Source Anwendungen sind WordPress, Joomla und Typo 3. Diese ermöglichen normalerweise direkt, oder mit Hilfe von [Caching Plugins](#) das einfache Einfügen der Meta Tags.

Für jede einzelne Seite oder Blogbeitrag, den man mit diesen Tools erstellt, lassen sich die Meta Beschreibungen individuell pflegen. Das heißt, die Angaben gelten nicht für alle Unterseiten, sondern jedes Dokument lässt sich individuell bearbeiten und für das SEO optimieren.

Die Gestaltung des Meta-Title / Title-Tag

Der Meta-Title bzw. Title Tag gilt als Titel für jedes HTML-Dokument. Im Quelltext ist er im HTTP-Header Bereich einer Seite zu erstellen. Er wird von den meisten Browsern in einer Zeile angezeigt. Somit ist die die Bezeichnung „Meta“ nicht ganz korrekt. In der SEO Praxis wird er jedoch als Teil der Meta Description Tags gesehen.

Der „Title“ bietet Platz für maximal 70 Zeichen. Im Idealfall enthält er das [Fokus Keyword](#) des Contents oder die Produktnamen, um die es auf der Seite geht. Soll das SEO das lokale Ranking verbessern, dann macht es auch Sinn den Namen der Stadt zu platzieren.

Wichtig ist, dass der „Title“ nicht nur eine sinnlose Aneinanderreihung von wichtigen Keywords enthält. Er sollte eher als kurzer Satz gestaltet werden, der einen Anreiz zu einer Aktion bieten soll.

Negatives Beispiel: „Fernseher / billig / günstig / Test / Vergleich / 3D / LED / HD / UHD „

Positives Beispiel: „Preisvergleich: die besten Fernseher finden“

Unser SEO Tipp: [Keyword-Stuffing](#) im Title sollte jeder Webseiten-Betreiber dringen vermeiden.

Die Gestaltung der Meta Description



Über die optimale Gestaltung der Meta Description für das SEO nachzudenken ist ein wenig, wie das Pferd von hinten aufzuzäumen. Zuerst sollte man sich immer Gedanken über das Ziel oder den Sinn des Contents machen.

- Wem soll er helfen?
- Was soll er bieten?
- Wie lässt sich der Vorteil in einem Satz formulieren?

Die Meta-Angaben sollten diese Fragen dann nur noch in einem kurzem Snippet beantworten können. Denn für weitere Informationen ist meist nicht mehr viel Platz. Das bedeutet: für gute Inhalte schreiben sich die Meta Tags eigentlich von selbst. Wenn der Text dann die wichtigsten Meta Keywords enthält und nach dem AIDA-Prinzip gestaltet ist, dann ist das Snippet optimal erstellt.

Positive Beispiele für eine optimale Description:

„Rückenscherzen behandeln – 10 einfache Übungen für das Büro. So vermeiden Sie Schäden an der Wirbelsäule.“

„Preisvergleich Beamer – hier finden Sie Testberichte zu den besten Beamern. Mit unserem Preisvergleich kaufen Sie zum günstigsten Preis.“

„Content Marketing – mit einfachen Mitteln gigantischen Traffic generieren. So erhöhen Sie die Verkaufszahlen auf Ihrer Webseite um das Doppelte.“

Bei diesen Lösungsvorschlägen sind die primären Keywords immer an den Anfang gestellt. Anschließend folgt eine Beschreibung, in welchem Zusammenhang der Content zu diesen Keywords steht. So kann der User bei Betrachtung der Google Suchergebnisse sofort sehen, ob die Inhalte zu seiner Suchanfrage passen.

Länge der Meta Description und welche Faktoren sie beeinflussen

Wie bereits erwähnt, liegt die maximale Länge einer Meta Description traditionell bei circa 160 Zeichen, inklusive der Leerzeichen. Eine Zeit lang hat Google sogar eine längere Description mit bis zu 320 Zeichen zugelassen. Von dieser Umstellung hat die Suchmaschine jedoch wieder Abstand genommen. Das zeigt, dass die Verarbeitung und Verwertung der Meta Informationen seitens Google nicht verlässlich festgeschrieben ist. Es könnten theoretisch jederzeit neue Meta-Description-Längen beschlossen werden.

Generell sind die oben genannten Werte somit nur als ungefähre Richtlinie zu sehen. Die maximale Title / Description – Länge wird in Wirklichkeit eh auf Basis von Pixeln berechnet. Das ist deshalb so notwendig, weil es viele verschiedene Web-Browser gibt, welche die Inhalte von Dokumenten leicht unterschiedlich darstellen.

Zudem verwendet man heute immer häufiger mobile Geräte. In der mobilen Suche werden die Trefferlisten anders dargestellt als auf einem Desktop-PC. Die Bildschirme von Mobiltelefonen sind unterschiedlich groß. Zudem verwenden die Nutzer teilweise sehr unterschiedliche Schriftgrößen. Daher werden die Snippets und die Länge der Meta-Beschreibungen von Gerät zu Gerät verändert.

Diese Fehler solltest Du kennen!



Hier einige Tipps, die dabei helfen sollen die häufigsten Fehler bei der Meta Description zu vermeiden:

Der Sonderzeichen Müllhaufen

Man liest immer wieder die Empfehlung, dass Sonderzeichen in den Meta Angaben eine höhere Klickbereitschaft auslösen sollen. Sicher, ein paar Sonderzeichen sind in Ordnung, wie in dem Beispiel weiter oben. Aber alles, was darüber hinaus geht, das nehmen viele als Spam oder zumindest als unseriös wahr. Das wiederum ist der CTR nicht zuträglich.

Eine Fehlende Meta Description

Solltest Du auf die Meta-Angaben und den Title verzichten, dann ist das für das SEO nicht weiter schlimm. Google und die anderen Suchmaschinen generieren eine eigene Meta Description. Die Beschreibung für das Snippet wird einfach anhand des Textes der Seite entnommen und vorgeblendet. Das Ranking verschlechtert sich nicht, wenn Du keine Meta Tags schreibst. Die Seite wird auch in den Suchergebnissen nicht schlechter platziert. Lediglich Deine CTR könnte etwas negativer ausfallen.

Falsche Meta-Description-Länge

Manche Seitenbetreiber verfallen in eine Art Schreibwahn. Sie vernachlässigen die Vorgaben an die optimale Länge einer Description. Der Grund ist häufig falsches Wissen in Sachen SEO. Sie versuchen krampfhaft so viele Keywords und Suchphrasen wie möglich unterzubringen, um bei den Suchergebnissen besser abzuschneiden. Wie bereits erwähnt, ist eine Description kein wichtiger Ranking-Faktor mehr bei Google. Auch nicht bei den meisten anderen Suchmaschinen. Es geht hier lediglich um die CTR. Daher sollte man immer ein Snippet erstellen, das die Keywords der Webseite so einbindet, dass der User sie als relevant für seine Suche wahrnimmt. „Klasse statt Masse“ ist das Mittel.

Irreführende Versprechungen

Es gibt nichts nervigeres im Internet, als auf Seiten zu klicken, die sich mit falschen Versprechungen Traffic verschaffen. Man sieht die Angaben im Snippet bei Google und freut sich das ideale Ergebnis gefunden zu haben. Die Vorschau verspricht eine schnelle Lösung für ein wichtiges Problem. Ruft man dann die Seite auf, dann erwartet einen etwas völlig anderes.

Es ist nicht illegal irreführende Descriptions zu schreiben. Wer jedoch seine Besucher verärgert, der darf auch nicht mit allzu hohen Verkaufszahlen auf seinen Webseiten rechnen. Schon aus Prinzip würden viele User dann nichts mehr bestellen. Stattdessen springen sie wohl eher sofort wieder ab.

Google registriert diese Zeichen ganz genau. Wenn die Besucher nach wenigen Sekunden die Flucht ergreifen, dann weiß die Suchmaschine, dass hier etwas faul sein muss. Die Folge ist dann eine Herabstufung im Ranking. Wenn man sich dann auf Trefferseite 3, 5 oder weiter hinten befindet, dann ist es vorbei mit dem Traffic. Egal wie gut die Angaben in der Description ist. Eine CTR wird es nicht mehr geben.

Die Meta Description Checkliste

Keywords:

Stelle sicher, dass die wichtigsten primären und sekundären Keywords im Snippet erscheinen. Google und sonstige Suchmaschinen stellen diese häufig fett dar, wenn sie mit der Suchanfrage zusammenpassen. Für die lokale Suche den Namen der Stadt / Region im Title nicht vergessen. Online Shops sollten den Nutzen ihrer Produkte in einer kurzen Beschreibung herausstellen. Zudem empfehlen sich auch [Rich Snippets](#). Dort können die Bewertungen von Kunden mit angezeigt werden.

Inhalt der Meta Description:

Vermeide Keyword Stuffing und irreführende Texte. Der Google-Nutzer muss sofort sehen, was ihn auf der Seite erwartet und welchen Nutzen ihm / ihr der Content bietet.

AIDA-Prinzip:

Betrachte die Meta Description als eine Art Werbebanner. Sie soll Aufmerksamkeit erzeugen, indem sie einen Nutzen für jemanden anbietet und ein Bedürfnis weckt.

Formatvorgaben:

Achte immer auf die Länge. Halte Dich grundsätzlich so kurz und bündig wie möglich. Es gibt gewisse Formatvorgaben seitens der Suchmaschinen. Diese könnten sich jedoch jederzeit verändern.

Lerneffekte:

Sieh nach in die [Search Console von Google](#), Google Analytics oder in anderen Tools für Webseiten-Betreiber. Miss damit Deine Erfolge. Prüfe, welche Seiten gut ranken, aber eine schlechte CTR haben. Eine neue Description zu schreiben oder zumindest die alte zu bearbeiten könnte sich als hilfreich erweisen. Mehr Traffic bedeutet mehr Geld.