



M – META-TAGS

KURZ ERKLÄRT:

Meta-Tags liefern Suchmaschinen Informationen über deine Seite – z. B. Titel, Beschreibung oder wie eine Seite indexiert werden soll. Sie sind im Quellcode sichtbar. Gut gepflegte Meta-Tags verbessern Klickrate, Sichtbarkeit und Verständnis über deine Inhalte.



3 TIPPS:



Klares Hauptkeyword nutzen: Platziere dein wichtigstes Keyword im Meta-Titel – am besten am Anfang.

Nutzer ansprechen: Schreibe Meta-Beschreibungen so, dass sie neugierig machen und den Nutzen klar zeigen.

Markenname gezielt einsetzen: Füge deinen Markennamen hinzu. Das stärkt Wiedererkennung und Professionalität.



Schreibe in einem Satz auf:

(5 Minuten - Meta-Tags finden)

AUFGABE:

„Spiegeln Meta-Tags das wider, was der Inhalt verspricht?“



M – META-TAGS



IMPULS

„Je eindeutiger deine Webadresse, desto leichter und schneller werden die passenden Informationen bereitgestellt und gelangen zum Nutzer.“

6 Punkte-Checkliste – Meta-Tags optimieren



Ein Hauptkeyword definieren: Wichtigstes Keyword formuliere im Meta-Titel. Das stärkt Relevanz und Klickrate.



Meta-Titel soll ansprechen: Im Meta-Titel präzise beschreiben, worum es geht. Je klarer der Nutzen, desto stärker die Wirkung.



Meta-Beschreibung nutzenorientiert: Die Beschreibung sollte verständlich kurz erklären, was Besucher auf der Seite erwartet.



Richtige Länge einhalten: Google kürzt bei Zeichenlänge über 60 Zeichen bei Titel und Beschreibung ab 155 Zeichen.



Jede Seite individuell: Verzichte auf Duplikate. Jede Seite braucht einen eigenen Meta-Titel und eine eigene Beschreibung.



Nicht übertreiben: Überladene Meta-Tags mit Keywords werden von Google negativ bewertet.



Frage zur Reflexion:

Welche Meta-Tags im Quellcode sind für Google nicht relevant?
