



```
<meta name="description" content="Was es noch immer über Metatags zu sagen gibt.">
<meta http-equiv="language" content="de, deutsch">
<title>:::: Metatag - Tutorial ::::</title>
<meta name="author" content="Sigrid Gross">
```

```
<meta name="keywords" content="metatags, tutorial, language, author, description, copyright...">
```

Grundsätzlich:

Metatags sind unbedingt wichtig, wird die Webseite bei einer Suchmaschine angemeldet. Doch leider passiert es bei Abfragen immer wieder, dass irrelevante Seiten vor den tatsächlich passenden Ergebnissen gelistet werden. Doch wie ordnen Suchmaschinen die Ergebnisse? Bei einer Suche z. B. nach "Ferienwohnung Spanien" liefert jede Maschine ein anderes Ergebnis. Dies hängt sowohl mit verschiedenen zugrundeliegenden Datensätzen zusammen, als auch mit unterschiedlichen Methoden, nach denen die Maschinen die Datensätze sortiert. Eine Suchmaschine weist jedem gefundenen Ergebnis einen Wert zu, der den Grad der Relevanz widerspiegelt, und erstellt daraus die Reihenfolge der Einträge. Findet der Suchmaschinenroboter hingegen keinerlei Metatags, so wird er die Seite entweder nicht oder nur unvollständig indizieren, was dann ein schlechtes Ranking auf der Suchmaschinenliste mit sich zieht.

Bewertungskriterien:

Um den Bewertungskriterien der Suchmaschinen zu entsprechen, sollten wir folgendes beachten:

- Ein Suchbegriff im Titel der Indexseite ergibt einen höheren Relevanzwert als im HTML-Text. Einige Suchmaschinenprogramme berücksichtigen auch die ersten paar Sätze.
- Bei einer hohen Frequenz des gesuchten Wortes gehen Suchmaschinen von einer genaueren Abhandlung zum Thema aus. Wortwiederholungen zahlen sich also aus. Taucht das Wort allerdings viel zu oft in den Schlüsselwörter auf, wittert der Roboter Manipulation und schließt die Seite von der Indizierung ganz aus. Dasselbe gilt für Text, der in der Hintergrundfarbe angezeigt wird.
- Die Meta-Tags sind deshalb in der Lage, Suchmaschinen genauere Informationen über den Inhalt einer Seite zu geben, sodass sich die Platzierung indirekt beeinflussen lässt.

Strukturfehler:

Strukturfehler sollten wir unbedingt vermeiden, denn sie lassen sich nachträglich nur durch zeitaufwendige Veränderungen beheben. Daher sollten wir uns schon vor Beginn des Designs Gedanken über die folgenden Punkte machen:

- Suchmaschinen sind nicht in der Lage, Textgrafiken zu "lesen", ihr Inhalt kann also nicht mit indiziert werden. Nur die wenigsten Suchmaschinen lesen die ALT-Tags.
- Eine Vielzahl der Suchmaschinen weiß mit Image-Maps ebenso wenig anzufangen. Dies hat zur Folge, dass darin enthaltene Links nicht weiter verfolgt werden.
- Eine häufige Ursache für schlechte Platzierungen in Suchergebnissen sind ebenso Tabellen. Während der Surfer die Tabelle richtig sieht (Spalten nebeneinander), stehen sie für die Roboter meist nur Spalte für Spalte untereinander. Dadurch kann es passieren, dass belanglose Spalten höher als wichtige Spalten stehen und die Relevanz damit verfälscht wird. Besonders kritisch wird dies, wenn dadurch zum Beispiel eine passende Überschrift von der Suchmaschine nicht richtig indiziert wird, da sie im „Auge des Roboters“ ja viel weiter unten steht als normal.

- Frames sind den meisten Suchmaschinen immer noch fremd und werden daher ignoriert. Um schlechte Platzierungen zu umgehen, sollten wir daher Frames wenn möglich vermeiden, oder innerhalb des NOFRAME-Bereichs die Schlüsselwörter, Beschreibung und eventuelle Links zu den wichtigen Seiten setzen.
- Auch bei Javascript stehen manche Roboter vor einem Problem. Ein Skript, das automatisch einen „Refresh“ zu einer anderen Seite macht, wird von vielen Suchmaschinen nicht verstanden. Das kann zur Folge haben, dass wichtige Teile des Web-Auftritts nicht indiziert werden.
- Ähnlich verhält es sich mit Datenbanken und Seiten, die CGI-Skripte enthalten, welche ebenfalls nicht indiziert werden können, weil gewisse Actions vom Roboter nicht gelesen werden können.

Doch trotz dieser vielen Pro- und Contras müssen wir nicht Verzweifeln und in die Steinzeit der HTML-Programmierung zurückkehren. Wir machen uns einfach von vornherein Gedanken über suchmaschinenfreundliche Lösungen. Schließlich geht es ja um die Popularität der Sites unserer Kunden!

Hier nun die Aufstellung der wichtigen Metatags:

Titel:

Ein kurzer aussagekräftiger Titel, der mindestens 5, jedoch maximal 10 Wörter enthalten soll!

```
<title>:::: Metatag-Tutorial ::::</title>
```

Sprache:

Dieser Metatag gibt Aufschluss über die verwendete Sprache im Dokument. Bei englisch oder anderssprachigen Sites natürlich die jeweilige Landessprache.

```
<meta http-equiv="language" content="de, deutsch">       oder  
<meta http-equiv="language" content="english">
```

Schlüsselwörter:

Hier werden Informationen bezüglich der Firma, der Produkte etc. ausgelesen. Sehr wichtig! Die Länge darf jedoch 1000 Zeichen nicht überschreiten und möglichst wenige Wortwiederholungen beinhalten!!!

```
<meta name="keywords" content="Metatags, Tutorial, Titel, Sprache, Schlüsselwörter, Beschreibung, Autor, Copyright, Veröffentlicher, Roboter, Title, Language, Keywords, Description, Author, Publisher, Robots, Spiders">
```

Beschreibung:

Eine kurze prägnante Beschreibung der Website oder Firma – max. 255 Zeichen.

```
<meta name="description" content="Was es noch immer über Metatags zu sagen gibt!">
```

Veröffentlicher:

Hier sollte der Name des Veröffentlicher der Webseite stehen.

```
<meta name="publisher" content="Sigrid Gross">
```

Copyright:

Dies steht für das Copyright, welches meist bei der Firma selbst liegt.

```
<meta name="copyright" content="Sigrid Gross">
```

Autor:

In diesem Fall sind der Autor wir selbst, da wir die Site ja designen.

```
<meta name="author" content="Sigrid Gross">
```

Roboter:

Dies ist sehr wichtig – denn dort kann niedergeschrieben werden ob die Suchmaschinenroboter die Webseite weiter indizieren sollen als wie nur die Startseite.

Mittlerweile gibt es jedoch auch einen extra Befehl, der den Roboter / Spider auf ein .txt-Dokument auf dem Server verweisen kann in welchem dann die Metas liegen. Ist ungefähr so als wie als wenn wir auf ein .css oder .js verweisen.

Verweis innerhalb des Dokuments:

```
<meta name="robots" content="index, nofollow">
```

Beschreibung der einzelnen Indizierungsverweise:

INDEX	Seite soll indiziert (= aufgenommen) werden.
NOINDEX	Seite soll nicht indiziert (= aufgenommen) werden.
FOLLOW	Roboter soll einzelnen Links auf der Seite folgen.
NOFOLLOW	Roboter soll nur auf der Startseite verweilen ohne den Links zu folgen.

Verweis auf ein externes Roboterdokument:

```
<meta name="siteinfo" content="http://www.sefg.de/roboter.txt">
```

In diesem .txt-Dokument stehen dann alle Suchmaschineninformationen ohne den jeweiligen tag, sondern nur die Bezeichnung z. B. Autor und mit einer kleinen Abstandschaltung dann die Detailinformationen.

Ansonsten wäre noch zu erwähnen, dass wenn irgend möglich, die Firma für welche eine Webseite erstellt wurde die Schlüsselwörter, den Titel und auch die Beschreibung selbst liefert. Wir möchten doch später irgendwelche Probleme hierzu umgehen.