ALLGEMEIN
Meta Description
Seitentitel (Title)
Seitenbeschreibung (Description)
Beispiele / Best Practise
Headlines
Alt-Atribut (Alt Tag)
Bildbeschreibung

STELLENANZEIGEN
Must Haves
Nice to haves

Meta Description

Die Meta-Description stellt eine kurze Vorschau des Inhalts einer Seite da und sollte für jede Seite hinterlegt sein, damit Google sie auf den Suchergebnisseiten anzeigt. Die Meta-Description besteht aus einem **Seitentitel** und einer **Seitenbeschreibung** und bietet den ersten Berührungspunkt der Webseite mit dem Suchenden. Sie sollte den Suchenden zum Klick animieren.

Seitentitel (Title)

Eigenschaft	Empfehlung	Warum wichtig?
Prio	1	
Länge	**max. 65 Zeichen** (**inkl. Leerzeichen**)	• Zu lange Titel beeinflussen den Rankingfaktor negativ! • Die Konzeption von Seitentiteln ist immer wichtig. Wird keiner vorgegeben, wird dieser durch Google und dem zugrunde liegendem Inhalt selbst zusammengestellt → Weniger Einfluss was angezeigt wird
Inhalt & Tonalität	Seitentitel müssen zum Inhalt der dahinterliegenden Seite passen und in wenigen Worten diesen Inhalt einleiten.	
Keywordanzahl	Hauptkeyword plus max. ein Nebenkeyword oder Synonym verwenden	Google bezieht bereits beim Seitentitel Schlüsse zum dahinterliegenden Inhalt – passt dieser neben weiteren Rankingfaktoren, wird die Seite höher geranked.
Keywordposition	spielt nach Google-Aussagen mittlerweile keine Rolle mehr. Aus Usability-Gründen so weit vorne wie möglich.	
Verhältnis zu H1	Der Seitentitel hat dieselbe Funktion wie die H1 als Hauptüberschrift → den User in die Seite einführen und mitteilen, worin sich es bei dieser Seite handelt – dennoch sollten diese **nicht 1 zu 1 gleich lauten**.	
Einsatz von Sonderzeichen	Folgende Zeichen funktionieren in Titeln: », •, → als Trenner bzw. Hervorhebung Unsere Empfehlung: • **nicht übermäßig verwenden** (das wird von Google insofern bestraft, dass dann gar keine Sonderzeichen mehr ausgegeben werden. • **Sonderzeichen nicht als erstes Zeichen** im Titel verwenden, das wird nicht angezeigt. • Sonderzeichen zählen ebenfalls zur Berechnung der Zeichenanzahl hinzu	Können in einzelnen Fällen Aufmerksamkeit erzeugen und lenken.

Seitenbeschreibung (Description)

Eigenschaft	Empfehlung	Warum wichtig?
Prio	1	
Länge	**max. 160 Zeichen** (**inkl. Leerzeichen**) in zwei Zeilen	• Zu lange Titel beeinflussen den Rankingfaktor negativ! • Die Konzeption von Seitentiteln ist immer wichtig. Wird keiner vorgegeben, wird dieser durch Google und dem zugrunde liegendem Inhalt selbst zusammengestellt → Weniger Einfluss was angezeigt wird
Inhalt & Tonalität	• Die Seitenbeschreibung muss **zum Inhalt** der dahinterliegenden Seite **passen** und in wenigen Worten diesen Inhalt einleiten und zum Klick einladen • Einen **CTA (Call-to-Action)** verwenden. Beispiel: "Jetzt bewerben!" • **USPs** auflisten und **Mehrwert** liefern.	Seitenbeschreibungen sind keine direkten Rankingfaktoren, fungieren jedoch als indirekte Rankingfaktoren. Ist diese gut auf die Suchintention des Suchenden aufgebaut, lädt diese zum Klick ein. Bleibt der Suchende nach dem Klick auf der Website, wird das als positives Usersignal gewertet und die Chance für ein höheres Ranking wird erhöht.
Keywordanzahl	• Hauptkeyword plus max. ein Nebenkeyword oder Synonym verwenden.	Google bezieht aus der Seitenbeschreibung Schlüsse zum dahinterliegenden Inhalt – passt diese neben weiteren

	• Das Hauptkeyword sollte genannt werden, da dieses "fett" markiert wird, sollte der Suchende dieses Keyword gesucht haben → mehr Aufmerksamkeit auf das Snippet.	Rankingfaktoren, wird die Seite höher geranked.
Keywordposition	Spielt nach Google-Aussagen mittlerweile keine Rolle mehr. Aus Usability-Gründen so weit vorne wie möglich.	
Verhältnis zu Seitentitel und H1	Die Seitenbeschreibung hat dieselbe Funktion wie die H1 / der Seitentitel → den User in die Seite einführen und mitteilen, worin sich es bei dieser Seite handelt – Seitenbeschreibung, H1 und Seitentitel sollten **nicht 1 zu 1 gleich lauten**.	
Einsatz von Sonderzeichen	Folgende Zeichen eignen sich in Seitenbeschreibung zur Hervorhebung: • ✓ eignet sich bei Aufzählungen von USPs etc. • ★ als Icon für Bewertungen, wie zB. ★5 = 5 Sterne-Service • ✆ und nachfolgend die Telefonnummer als Service bereits im Snippet Unsere Empfehlung: • **nicht übermäßig verwenden** (das wird von Google insofern bestraft, dass dann gar keine Sonderzeichen mehr ausgegeben werden. • **Sonderzeichen nicht als erstes Zeichen** im Titel verwenden, das wird nicht angezeigt. • Sonderzeichen zählen ebenfalls zur Berechnung der Zeichenanzahl hinzu	Können in einzelnen Fällen Aufmerksamkeit erzeugen und lenken.

Beispiele / Best Practise

Metadaten	Beispiel Stellenanzeige DevOps Engineer (EDDI)
Title	DevOps Engineer bei EDEKA: Werde ein Teil von EDDI
Description	DevOps-Engineer bei EDEKA DIGITAL (EDDI): ✓ Microservices für Millionen liefern ✓ große Eigenverantwortung ✓ viele Vorteile ▶️ jetzt bewerben

ALLGEMEIN
Headlines

Zuletzt geändert am Fri, 21. Feb 2025 06:36