

# SW Social Media Marketing: Ein Leitfaden um auf den sozialen Netzwerken durchzustarten

von Manuel Maringolo | Aug 25, 2021 | SEO Wiki



Der Begriff Meta Description fällt immer, wenn es um das Thema SEO geht. Doch was ist die Meta-Description eigentlich genau? Welche Aufgaben hat sie? Wie wird die Meta Description richtig verwendet. In diesem Artikel zeigen wir Dir, Schritt für Schritt den Weg zu einer guten Meta-Description.

PDF downloaden

1. Definition Meta-Description
2. Was ist das Ziel der Meta Description?
3. Wie funktioniert die Meta-Description?
4. Darum ist die Meta-Description so wichtig
5. So sieht eine perfekte Meta Description aus
6. Hilfreiche Tools zur Veranschaulichung von Meta Beschreibungen
7. Einbinden der Meta-Description
8. Warum wird meine Meta Beschreibung nicht so angezeigt, wie ich sie geschrieben habe?

f Facebook

YouTube

Instagram

Spotify

## Definition Meta-Description

Meta-Description ist Englisch und bedeutet übersetzt Meta Beschreibung. Sie ist im Snippet einer SERP unterhalb des Titels und der URL zu sehen. Ihre Aufgabe ist es den Inhalt der dahinter verborgenen Webseite **kurz zusammenzufassen**. Sie wird im head-Bereich der Website mithilfe des meta-Tags eingebettet. Sie ist neben Titel und der URL das das Einzige, was den **User motivieren** kann, auf Dein Snippet neben den vielen andern Suchergebnissen zu klicken.



SEO Blog

> zum Blog



SEO Podcast

> zum Podcast



SEO Wiki

> zur Wiki

## Was ist das Ziel der Meta Description?

Die Meta-Description soll den **Nutzer einladen** auf Deine Website zu kommen. Sie bietet eine Zusammenfassung von dem Inhalt der verlinkten Zielseite an.

## Wie funktioniert die Meta-Description?

Die Meta-Description muss von Dir **selbstständig eingefügt** werden. Machst Du das nicht, sucht Google selbstständig nach einem passenden Text auf Deiner Website. Diese Auswahl ist meist nicht die Beste. Genau aus diesem Grund ist es wichtig, dass Du Dich aktiv um eine Gute Meta Description kümmerst. Stellt der User eine Suchanfrage, werden zum passenden Suchergebnis in den SERPs neben Titel und URL auch die Meta-Beschreibung ausgespielt.

**Was bedeutet eigentlich SERP?**

Die Abkürzung SERP wird Dir im Zuge von Meta Descriptions auch immer wieder über den Weg laufen. SERP steht für Search Engine Result Page. Also die Suchergebnisseite einer Suchmaschine. Einfach formuliert sind SERPs die vorhin erwähnten Schaufenster einer Suchanfrage. Überlege Dir während des Schreibens einfach, was Du selbst als Kunde gern in den SERPs lesen würdest. Danach fällt einem das Schreiben meist leichter. Recherchiere vorab gründlich anhand eines bestimmten Keywords mehrere Suchanfragen und Du wirst Den Dreh schnell raus haben.



## Darum ist die Meta-Description so wichtig

### Ist die Meta Description ein Ranking-Faktor?

Nein, die Meta Description ist, anders als der Titel, kein direkter Rankingfaktor. Dennoch spielt sie eine wichtige Rolle. Sie ist das Aushängeschild bzw. das Schaufenster deiner Website. Dadurch bekommt der Nutzer einen Einblick, was ihn auf deiner Seite erwarten wird. Je aussagekräftiger und ansprechender diese ist, desto mehr Nutzer klicken darauf. Somit steigt die CTR. Dies beeinflusst das Ranking deiner Website positiv. Aber nur solange die Meta Description nicht etwas falsches verspricht. Ist dies der Fall, verlassen die Nutzer die Seite direkt wieder, da sie nicht finden, was sie dort erwarten. Dies hat negative Auswirkungen zur Folge: deine Seite fällt im SERP-Ranking weiter nach unten.

### Was bedeutet CTR?

CTR bedeutet Click-Through-Rate, also Klickrate. Sie ist eine wichtige Kennzahl im Online-Marketing. Dabei zeigt sie das Verhältnis der Klicks auf dein Snippet im zu dessen Impressionen. Anhand dieser kannst Du den Erfolg deiner Arbeit messen. Es gilt: Je höher die Rate, desto besser. Merke dir aber: Einen aussagekräftigen Wert kannst du nicht schon nach einer Stunde erwarten. Du musst warten, bis ein Großteil der Relevanten Zielgruppe das Snippet innerhalb den Suchergebnissen mit deiner Meta-Description gesehen hat. Neben den Snippet spielt die CTR bei Online-Anzeigen aller Art eine wichtige Rolle.



## So sieht eine perfekte Meta Description aus

Eine gute Meta Description zeichnet sich dadurch aus, dass sie dem Nutzer Lust auf deine Website macht und die dessen Aufmerksamkeit auf sich zieht.

Gleichzeitig muss sie aber auch den Inhalt der dahinter verborgenen Website **beschreiben** – daher auch ihr Name.

### **Schreibe aus der Sicht des Nutzers**

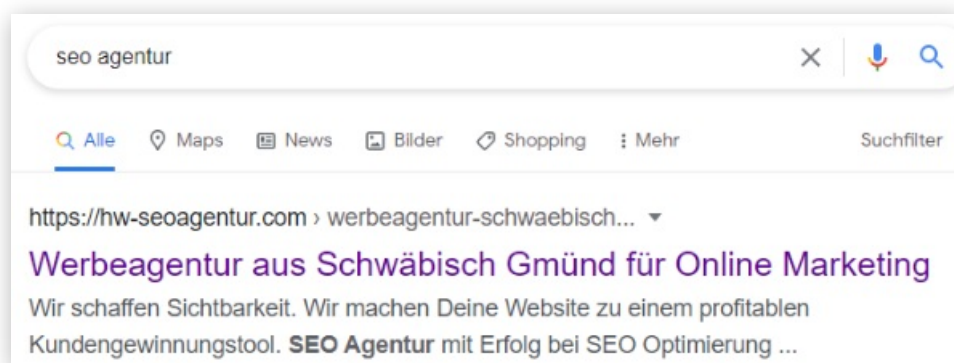
Das Ziel ist es eine Metadescription zu erstellen, die für den Benutzer ansprechend ist. Daher ist es wichtig, sich beim Erstellen in die **Sicht des Nutzers** zu versetzen. Nur so gelingt es den Nutzer auf die eigene Seite zu bringen. Schreibe in einer an die Zielgruppe angepassten Sprache und versuche die Fragen dieser in Deiner Meta-Beschreibung zu beantworten. Da niemand in den Suchergebnissen bereits lange Sätze zu lesen, hältst Du Dich am besten kurz. Beachte aber Dabei die Regel der Länge der Meta-Description.

### **Konkrete Handlungsaufforderungen**

Die Beschreibung der Internetseite sollte die Nutzer im besten Fall zu **einem Besuch einladen**. Der Grund, warum eine Meta Description ansprechend und gut verständlich gestaltet sein sollte. Sogenannte **Call-To-Action (CTA)** Aufforderungen sind wichtig. Das heißt: Fordere Deinen Nutzer **kurz und knapp** zu einer Handlung auf und sprich ihn bestenfalls **direkt** an. Beispiele dafür wären Sätze wie „*Unsere Produkte sind weit und breit die besten. Überzeug' Dich selbst*“ oder „*Bei uns steht der Kunde im Mittelpunkt. Wir helfen Dir gerne weiter*“ etc.

### **Keywords in der Metadescription**

Wie auch bei den SEO-optimierten Texten auf deiner Website solltest du auch in deiner Meta Description nicht auf Keywords verzichten. Denn jeder Suchbegriff welches ein User benutzt und sich gleichzeitig auch in der Meta-Beschreibung befindet wird von den Suchmaschinen **fett** dargestellt. So sticht es aus der Masse heraus. Dadurch **erhöht sich Aufmerksamkeit** und Klickrate.



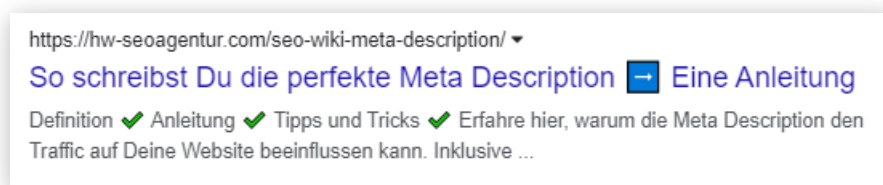
Eine Meta-Beschreibung, welche nur aus Keywords besteht, führt aber nicht zum Ziel. Möglichweise kann diese als Spam oder schlechte Qualität gewertet werden.

Dann wählen die Suchmaschinen selbstständig eine Meta Description aus.

## Wie lang darf eine Meta Descriptions sein?

Du hast schonmal etwas von einer Länge von 160 Zeichen gehört? Damit bist Du schon einmal auf dem richtigen Weg. Früher galt die Faustregel: Die Meta-Beschreibung muss im besten Fall maximal 160 Zeichen lang sein darf

Mittlerweile orientiert man sich an der Pixelbreite der Meta-Description. Google zeigt auf Desktopgeräten **maximal 920 Pixel** an. Auf Mobilien Geräten werden **680 Pixel** angezeigt. Lasse deine Beschreibung also nicht zu breit werden. Bedenke dabei, dass ein „w“ mehr Platz in Anspruch nimmt als ein „i“. Ist eine Metadescription zu lang wird sie im Normalfall **abgeschnitten** und durch „...“ ersetzt. Zwar hat dies für das Ranking der URL keinen nachweisbaren Einfluss. Allerdings wirkt das gesamte Snippet dadurch deutlich weniger **ansprechend**. Im schlimmsten Fall wird die Seite dann von weniger Nutzern angeklickt. Hält man sich im Bereich **zwischen 150 und 155 Zeichen** auf, dann hat man im Normalfall nichts zu befürchten.



## 🔗 Aufmerksamkeit durch Emojis 🗑️ und Sonderzeichen ✓

Emojis sind jedem aus Social Media und WhatsApp uns allen ein Begriff. Schritt für Schritt finden sie ihren Platz auch in der Meta-Description. Das Wichtigste gleich zuerst: **Übertreibe es nicht!** Du bist hier nicht in der WhatsApp-Gruppe mit seinen Freunden. Wähle demnach weise, welche Emojis und Sonderzeichen zu deiner Website und Branche passen. Sie sind nur ein Zusatz und dürfen **auf keinen Fall Wörter ersetzen**. Stattdessen ergänzen sie diese, indem Sie vor oder nach einem Keyword gesetzt werden, um diese für den Nutzer optisch relevanter zu machen. Es kann passieren, dass diese speziellen Zeichen nicht immer ausgespielt werden. Sollte dieser Fall eintreffen bleibt die Stelle einfach leer bzw. weiß.

Beliebte Symbole im Jahr 2021 sind zum Beispiel:

- →
- ✓
- ✔️
- 🔗
- ✗
- v.m

Du findest solche **Emojis** z.B. auf der Seite [emojipedia.org](https://emojipedia.org). **!! Wichtig !!** Ein

einzelnes Symbol besteht meistens aus vielen verschiedenen Zeichen. Dies **erhöht** daher die Länge der Description. Eine Meta-Description hat eine vorgegebene Länge. Man sollte die Verwendung von Symbolen daher immer mit der **Nutzerfreundlichkeit** auf der einen Seite und der möglichen Länge auf der anderen Seite abwägen.

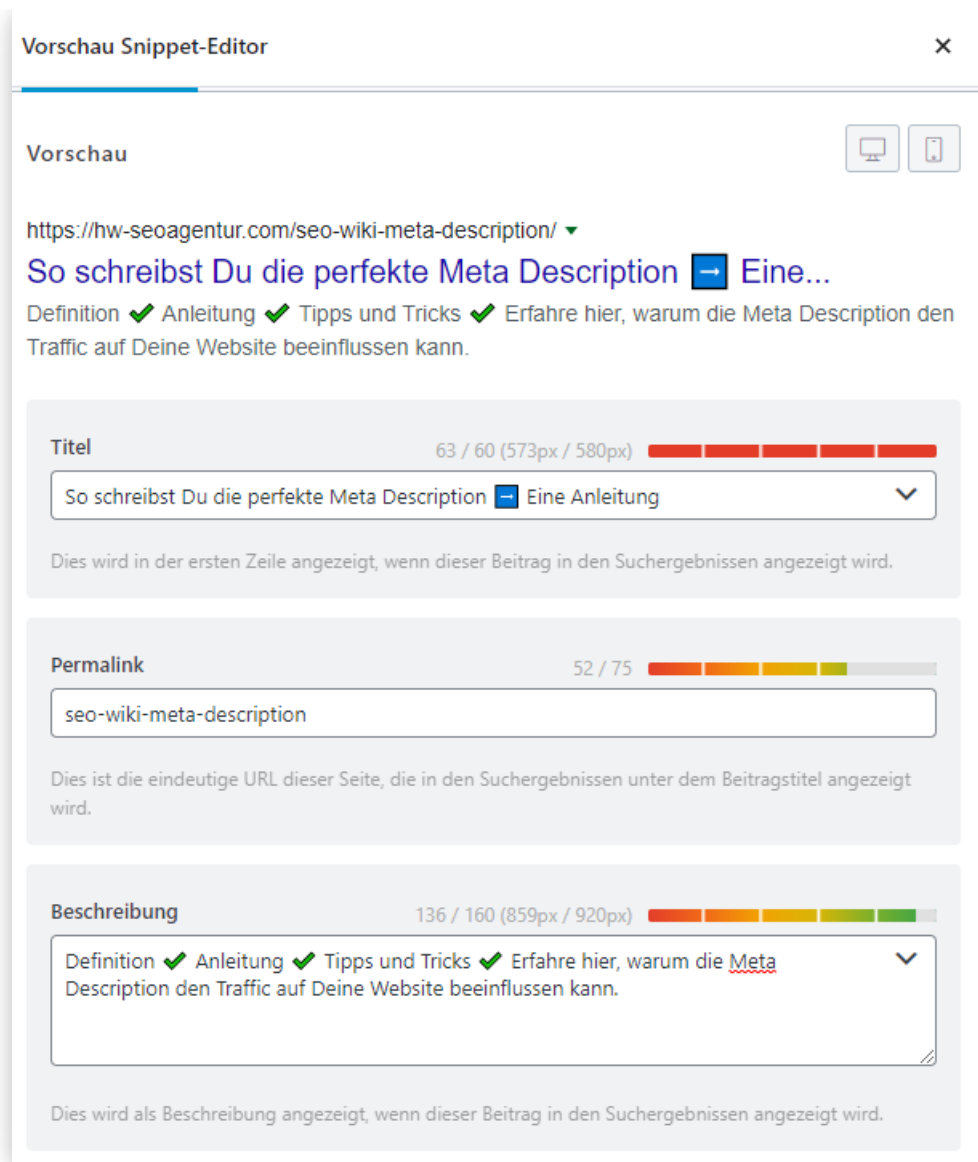
## **Hilfreiche Tools zur Veranschaulichung von Meta Beschreibungen**

Du hast alle Punkte bedacht und Dir eine super Text überlegt. Aber dir fehlt einfach die **Vorstellungskraft** oder das Verständnis für die richtige Meta Description Länge? Dafür gibt es zum Glück jede Menge **Tools** und **Plugins**. Anhand der folgenden Empfehlungen kannst Du vorab genau checken, ob alles passt und wie Deine Meta Description später in den Suchergebnissen wird. Wir haben Dir eine kleine Auswahl an solchen Helferlein in einer Übersicht zusammengefasst.

### **Meta Description Plugins für WordPress**

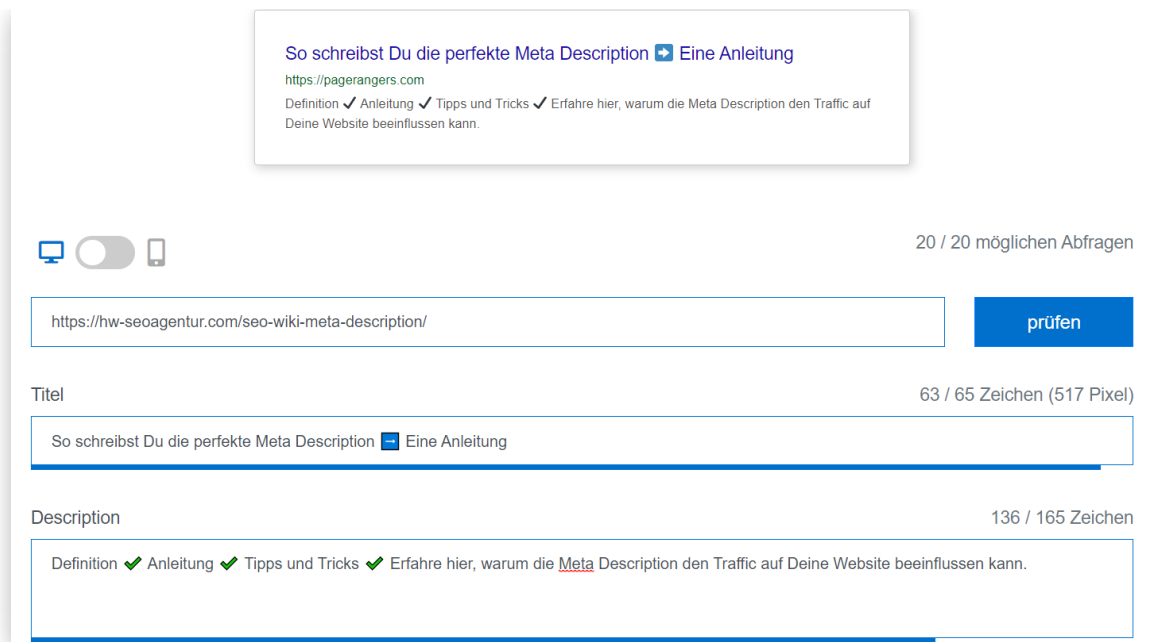
**Yoast SEO:** Hierbei handelt es sich um ein Plugin, dass Du direkt in WordPress implementieren kannst. Du kannst es [hier](#) herunterladen. Es gibt eine kostenlose und eine Bezahlversion. Das Plugin zeigt Dir an, wieviel Zeichen Du noch zur Verfügung hast, ob Du Dein **Keyword** eingebaut hast, und zeigt Dir eine Vorschau, wie Deine Meta Beschreibung **aussehen** könnte. Außerdem kannst Du mit Yoast generell Dein organisches Wachstum verbessern. Weil es Dir anzeigt, ob Du genügend [SEO-Optimierungen](#) vorgenommen hast.

**Rank Math:** Ebenfalls ein kostenloses Tool für WordPress zur Snippet-Optimierung. Du kannst es [hier](#) downloaden. Auch dieses Tool kann Deine **Klickrate** erhöhen, in dem er Dir generell Tipps in Sachen SEO gibt. Es enthält zusätzlich nützliche Funktionen wie die Gestaltung von **FAQ'S** oder **Rich Snippets**.

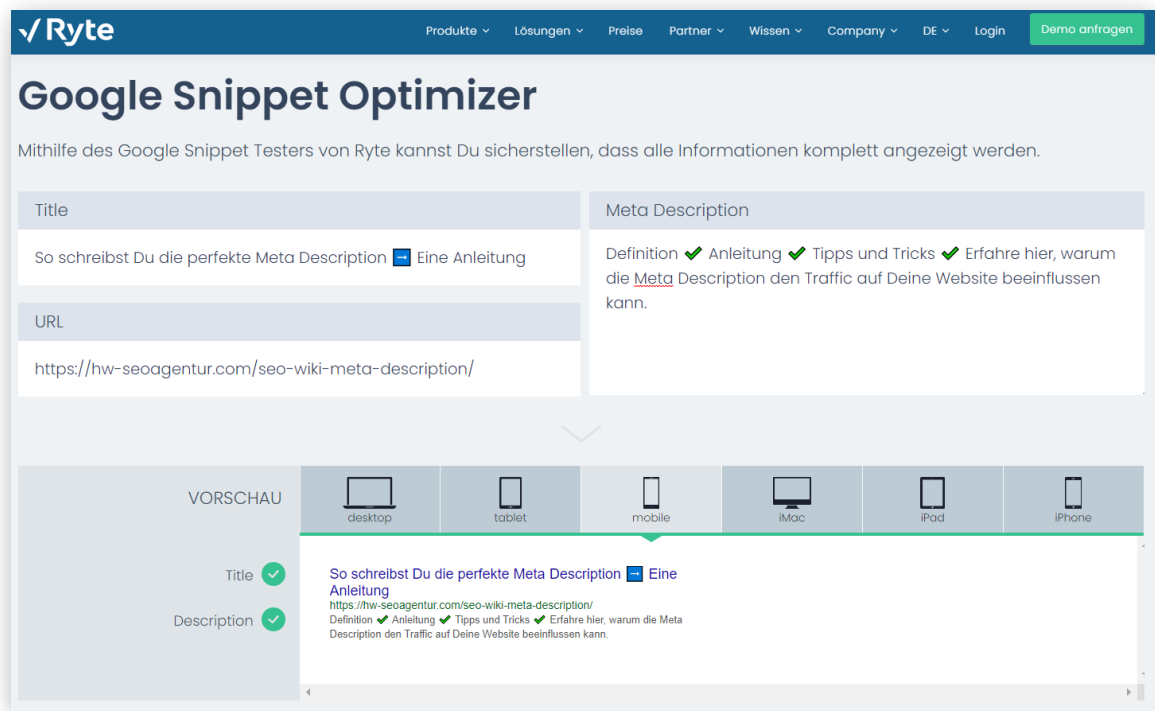


## Allgemeine Tools für die Meta Description

**Page Ranger Snippet Generator:** Du hast gar kein WordPress, willst aber trotzdem checken, wie Deine Meta Descriptions aussehen würden? Dann legen wir Dir den Page Ranger Snippet Generator ans Herz. Hier kannst Du direkt über den **Browser** Deinen Text eingeben und bekommst eine Vorschau angezeigt. Verbesser' so ganz einfach Deinen Ranking Faktor durch mehr Besucher auf Deiner Seite.



**Google Snippet Optimizer von Ryte:** Checke Dein Serp Snippet direkt im Browser. Dieses Tool von [Ryte](#) zeigt Dir eine Vorschau von Desktop, Mobile und sogar Tablets an.</p>



## Einbinden der Meta-Description

Nun ist es so weit. Du hast deine Meta-Description mit Hilfe eines Tools veranschaulicht und angepasst. Jetzt stellt sich die Frage: Wie füge ich die Meta-Description meiner Website hinzu? Auch hierfür haben wir die eine Übersicht vorbereitet:

### Allgemein gültige Methode

Falls du keine der genannten Methoden verwendest, kannst du jederzeit deine



erstellte Meta-Description **direkt per HTML** einfügen. Setze folgenden Code in den head-Bereich deiner Website. Zur besseren Übersicht positioniere es zu den bereits vorhandenen sogenannten meta-Tags:

```
<meta name="description" content="HIER_DEINE_METADESCRIPTION_EINFÜGEN"
>
```

**Hinweis:** Der meta-Tag hat keinen schließenden Tag

## Was bedeutet Tags?

Ohne Tags würde keine Website funktionieren. Im Deutschen werden sie auch oft Elemente genannt. Sie geben jeder Seite im Internet ihre **Struktur** und zeigen dem Internetbrowser den Hinweis, welche **Art von Content** (Text, Bild, Video, Audio, Auflistung, Tabelle,..) nun folgt. Der aktuelle Standard für das Internet ist HTML5. Hierbei werden die Tags in **spitzen Klammern** geschrieben. Meist gibt es einen öffnenden `<>` und schließenden Tag `</>`. Dazwischen steht der Inhalt. Ein normaler Textabsatz wird folgendermaßen gekennzeichnet: `<p>Ich bin ein Textabsatz</p>`



## Warum wird meine Meta Beschreibung nicht so angezeigt, wie ich sie geschrieben habe?

Es kann vorkommen, dass Google nicht die eigens angelegte Description für den Suchenden dargestellt. Das kann an einer **mangelhaften Seitenbeschreibung** liegen. Google zeigt dann häufig die ersten paar Zeilen der Meta-Angaben an. Mehr nicht. Zudem behält es sich Google immer vor, die Description im Quellcode nicht zu verwenden. Es gibt also **keine Garantie**, dass die hinterlegten Meta Beschreibungen verwendet werden. Warst Du bei der Bearbeitung Deiner Meta Beschreibung sorgfältig und hast sie gut erstellt, steigt aber auch die Wahrscheinlichkeit, dass Google die Descriptions verwendet. Darum ist es wichtig, stets auf einen qualitativ hohen Inhalt bei der Meta-Description zu achten.

 Facebook

 YouTube

 Instagram

 Spotify

**Manuel Maringolo**

SEO/SEA MANAGER



## Lust was zu lernen? Hier findest Du weitere Lektüre:



### Was unterscheidet einen SEO Freelancer von einer SEO Agentur?

von Jonathan Wagner | Apr 24, 2021 | SEO Basics

[mehr lesen](#)



### Social Media Marketing

von Laura Werner | Mrz 19, 2021 | SEO Basics

[mehr lesen](#)



## Local SEO: Lokale Sichtbarkeit für Dein Unternehmen erzeugen!

von Laura Werner | Mrz 2, 2021 | SEO Basics

[mehr lesen](#)

### Kommentar absenden

Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit \* markiert.

Kommentar

Name \*

E-Mail \*

Website

Meinen Namen, meine E-Mail-Adresse und meine Website in diesem Browser speichern, bis ich wieder kommentiere.

[Kommentar absenden](#)



## Standort

H&W//Brand  
Experience

Kronengäßle 5

73525  
Schwäbisch  
Gmünd

## Kontakt

**Telefon:** +49 (0)  
7171 9058809

**E-Mail:**  
info@hw-  
seoagentur.com

## Inhalte

Podcast

Blog

Wiki

## Navigation

Agentur

Leistungen

Inhalte

Karriere

Kontakt

[Inhalte](#)

[Kontakt](#)

[Datenschutz](#)

[Impressum](#)