



Das ultimative Meta-Tag-Kompendium

Mit Meta-Tags platzieren Sie Ihre Website optimal in den Suchmaschinen. Zudem zeigen Sie Ihren Besuchern stets die neueste Version Ihrer Webseiten und erstellen eine komplette Diashow.

Suchmaschinen streifen endlos durch das Web. Stoßen sie auf Meta-Tags, werten sie die dort angegebenen Informationen aus und speichern sie in ihrer Suchdatenbank. Passende und fehlerfreie Meta-Tags verhelfen Ihren Webseiten somit zu einer guten Platzierung in den Suchmaschinen. Meta-Tags sind also im Grunde Werbung für die eigene Website.

```

1 <html>
2 <head>
3 <title>Titel</title>
4 <META HTTP-EQUIV="Content-Type" content="text/html; charset=iso-8859-1">
5 <META NAME="author" content="Andreas Dumont">
6 <META NAME="keywords" content="...">
7 <META NAME="description" CONTENT="...">
8 <META NAME="page-topic" CONTENT="...">
9 <META NAME="page-type" CONTENT="Private Homepage">
10 <META NAME="audience" CONTENT="Alle">
11 <META NAME="robots" CONTENT="index, follow">
12 </head>
13 <body>
14 </body>
15 </html>

```

Die Meta-Tags stehen immer im <head>-Bereich einer Webseite.

Aktualisieren Sie Ihre Seiten häufig, umgehen Sie mit Meta-Tags den Cache und zeigen Ihren Besuchern stets die aktuellste Version. Als kleiner netter Nebeneffekt lässt sich sogar eine Diashow mit Hilfe von Meta-Tags realisieren.

Lesen Sie in diesem Artikel, welche Meta-Tags wichtig sind und wie Sie diese einsetzen. Außerdem stellen wir Ihnen Meta-Tag-Generatoren vor, die Sie dabei unterstützen, die Meta-Tags zu erstellen. Um Ihnen Tipparbeit zu sparen, finden Sie auf der Heft-CD eine HTML-Dateivorlage sowie für Neugierige eine Liste aller Meta-Tags.

Viele bunte Meta-Tags

Es gibt über 200 Meta-Tags, von denen aber für den Otto Normalwebmaster höchstens ein Dutzend interessant sind. Diese stellen wir Ihnen im Detail vor.

Zunächst ein paar Worte zum Aufbau der Meta-Angaben: Meta-Tags kommen immer in den **<head>**-Bereich einer Webseite. Die Reihenfolge ist dabei beliebig.

Meta-Tags haben meist zwei Attribute: Das eine ist *http-equiv* oder *name*, das andere ist stets *content*. Durch diese beiden Attribute entsteht ein Eigenschaft/Wert-Paar: So ordnen Sie beispielsweise der Eigenschaft „Datum“ den Wert „2002-01-30“ zu.

Http-equiv bedeutet dabei „äquivalent zum HTTP-Header“. HTTP steht für „Hypertext Transfer Protocol“. Das ist ein Kommunikationsprotokoll zwischen Web-Server und Web-Browser zur Übertragung von HTML-Daten.

Illustration: WERK87



Info **Tipp** **Links**

Dublin Core
 Verschiedene Expertengruppen versuchen, Ordnung in das Chaos der Meta-Angaben zu bringen. Der Nutzen für Webmaster liegt darin, dass die Webseiten besser kategorisiert und dadurch im Web leichter gefunden werden.
 Eine internationale Gruppe von über 50 Experten, vereint unter dem Namen Dublin Core, hat ein neues System für Meta-Angaben veröffentlicht. Der Name gründet in dem Ort, an dem diese Gruppe 1995 erstmals zusammentraf: Dublin, Ohio. Dieses System ist einfach zu handhaben und berücksichtigt alle wichtigen Angaben zu einem HTML-Dokument. Das W3-Konsortium, zuständig für Webstandards, hat die Meta-Angaben von Dublin Core als Basis für weitere Entwicklungen übernommen.
 Die populären Suchmaschinen erkennen die Meta-Angaben nach Dublin-Core mittlerweile und werten sie aus. Das führt zu einer sehr ordentlichen Suchtrefferanzeige.
 Nach Dublin Core gibt es 15 Meta-Tags, denen ein vorangestelltes DC gemeinsam ist. Wollen Sie mehr über Dublin Core wissen?
<http://dublincore.org>

In *http-equiv*-Tags stehen Meta-Angaben, die vorwiegend der Web-Server auslesen soll. Wollen Sie einmal den HTTP-Header Ihrer Homepage sehen, geben Sie auf der Seite www.delorie.com/web/headers.html die Adresse Ihrer Seite ein.

Die zweite, größere Gruppe mit den *name*-Attributen definiert allgemeine Eigenschaften und richtet sich an Clients wie Web-Browser und Suchmaschinen-Robots, die Webseiten auslesen, um ihre Datenbank zu füllen.

Cache umgehen

Webseiten landen im Web häufig auf so genannten Proxy-Servern und werden dort in einem Proxy-Cache zwischengespeichert. Auch Browser speichern aufgerufene Seiten, und zwar lokal auf dem Rechner des Anwenders. Dabei spricht man vom Browser-Cache. Die Cache-Speicher sparen in vielen Fällen Leitungswege und Ressourcen.

Ein Nachteil ist jedoch, dass dem Anwender möglicherweise Daten

angezeigt werden, die nicht mehr aktuell sind, weil auf der Originaladresse mittlerweile neue Daten liegen. Sie können jedoch mit Hilfe einer Meta-Angabe erzwingen, dass die Daten nicht aus einem Cache-Speicher serviert werden, sondern vom Original-Server.

Das funktioniert mit Hilfe des *http-equiv*-Attributs „*expires*“. Ein kleines Beispiel:

```
<meta http-equiv="expires" content="2002-03-01">
```

Eine HTML-Seite mit diesem Tag würde dann am 1. März 2002 neu aus dem Netz geladen. Die Datumsangabe erfolgt immer in der Form Jahr-Monat-Tag.

Sie können als *content* auch einen Wert in Sekunden angeben, etwa *content="3600"*. Das bewirkt, dass sich der Browser eine Webseite, die länger als eine Stunde im Cache liegt, frisch aus dem Netz fischt. Damit haben Sie den Browser-Cache ausgetrickst.

bleibt noch der Cache auf Proxy-Servern. Mit der Eigenschaft *pragma* verbieten Sie Proxy-Servern, Ihre Seiten zu cachen. Benutzen Sie dieses Tag zusammen mit *expires*, bekommen Ihre Besucher immer die neueste Version Ihrer Seite zu sehen. *Pragma* hat nur eine Form:

```
<meta http-equiv="pragma" content="no-cache">
```

Diese beiden Tags zu verwenden, ist vor allem dann sinnvoll, wenn Sie

Bei Webmasterplan bekommen Sie Schulnoten und Verbesserungsvorschläge.

Ihre Seiten häufig ändern und aktualisieren, oder auf Seiten mit einem Chatroom oder einem Forum.

Diashow mit Meta-Tags

Wollen Sie Ihre Besucher von der Startseite Ihres Webauftritts direkt zu einer anderen Seite führen, brauchen Sie sich nicht die Finger an einem Skript wund tippen: Mit dem Attribut *refresh* weisen Sie den Browser an, nach einer festgelegten Anzahl von Sekunden zu einer anderen Seite zu springen:

```
<meta http-equiv="refresh" content="10; url=http://www.seite.de">
```

In diesem Fall springt der Browser nach 10 Sekunden zu der Adresse www.seite.de. Wofür das gut ist? Damit können Sie etwa für ein paar Sekunden eine Werbeseite einblenden. Oder eine komplette Diashow erstellen, indem Sie auf jeder Seite ein Bild platzieren und alle x Sekunden eine Seite weiter springen.

Das häufigste und wichtigste Tag aus dieser Gruppe ist *http-equiv="content-type"*. Damit stellen Sie sicher, dass auf Ihrer Webseite Umlaute und Sonderzeichen korrekt erscheinen, indem Sie genau angeben, welchen Zeichensatz Sie benutzen. Webseiten mit kyrillischen oder chinesischen Schriftzeichen haben entsprechend einen anderen *content-type*.

In Deutschland gilt der Zeichensatz ISO 8859-1. Dieser Zeichensatz enthält die schriftspezifischen Zeichen für Westeuropa und Amerika und deckt die meisten europäischen Sprachen ab:

```
<meta http-equiv="content-type" content="text/html; charset="iso-8859-1">
```

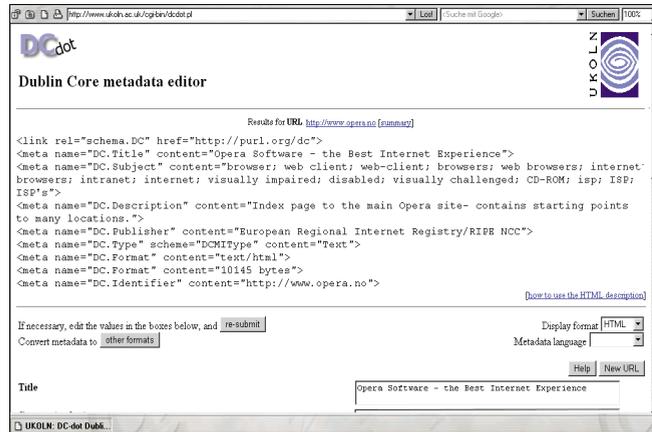
Gutes Ranking sichern

Die wichtigsten Meta-Tags, um Ihre Webseiten in den Suchmaschinen-Rankings nach oben zu hieven, sind *keywords* und *description*. In den *keywords* geben Sie Schlüsselbegriffe für Ihre Seite ein. Sucht ein Surfer nach einem dieser Begriffe, soll er auf Ihren Seiten landen.

Überlegen Sie sich, welche Stichwörter den Inhalt und das Thema Ihrer Seiten treffend beschreiben. Ordnen Sie die **keywords** in absteigender Reihenfolge, also die wichtigsten vorne. Ihre Liste sollte maximal 1.000 Zeichen lang sein – manche Suchmaschinen brechen bereits nach 256 oder 500 Zeichen ab. Vermeiden Sie es, Begriffe zu wiederholen, sonst ignoriert die Suchmaschine mitunter die gesamte Liste. Trennen Sie die einzelnen Schlüsselwörter durch Kommata:

```
<meta name="keywords"
content="bier, pils, kölsch,
altbier...">
```

In der **description** geben Sie einen kurzen beschreibenden Satz an, in dem Sie erklären, worum es bei Ihrem Webauftritt geht. Dieser Text taucht später in der Ergebnisliste der Suchmaschinen auf. Ist dieses Tag nicht vorhanden, geben die Suchmaschinen statt dessen die ersten 200 bis 300 Textzeichen auf der Seite aus – und das ist meistens weder



schön noch aussagekräftig. Das Tag hat die Form

```
<meta name="description"
content="Hier finden Sie alles
über Goldfische.">
```

Viele Webeditoren fügen beim Speichern der Webseiten automatisch ein Generator-Attribut ein in der Art

```
<meta name="generator"
content="MS Frontpage">
```

Damit können die Hersteller bequem das Web durchforsten und feststellen, wer mit ihrer Software arbeitet. Löschen Sie dieses Tag, es ist Platzverschwendung.

Unter **author** können Sie einen Vermerk auf sich selbst als Webmaster eintragen:

```
<meta name="author"
content="Rainer Wahnsinn">
```

Mit **copyright** setzen Sie einen Verweis auf die Urheberrechte:

```
<meta name="copyright"
content="Copyright 2002 by
Rainer Wahnsinn">
```

Damit Sie einen Eindruck bekommen: Auf der Heft-CD finden Sie eine Liste aller 48 *http-equiv*- und 173 *name*-Meta-Tags.

Meta-Tag-Generatoren nutzen

Wenn Sie nicht alles von Hand in Ihre Seiten eingeben möchten, können Sie sich online von einem Meta-Tag-Generator helfen lassen. Nachteil: Die erstellten Meta-Informationen sind nicht immer optimal. Auch sind häufig nicht alle wichtigen Tags berücksichtigt. Überprüfen Sie daher sorgfältig das Ergebnis. Wir zei-

gen Ihnen an einem Beispiel, wie Sie einen solchen Meta-Tag-Generator nutzen.

Surfen Sie zu der Seite www.suchfibel.de. Klicken Sie im Navigationsmenü auf *Suchmaschinen für Webmaster* und dort auf *Meta Editor*.

Sie gelangen zu einem Formular. Tragen Sie dort die gewünschten Angaben ein, und klicken Sie auf den Button *Meta-Tags Generieren*. In dem Feld *Meta-Tag-Container* taucht nun der automatisch generierte Code auf. Markieren Sie ihn, und fügen Sie ihn in den *<head>*-Bereich Ihrer Webseite ein.

Erfolg überprüfen

Nach getaner Arbeit können Sie die Qualität Ihrer Meta-Angaben testen lassen: Surfen Sie auf die Seite <http://de.webmasterplan.com>. Klicken Sie dort auf den Link *Voreintrags-Check*. Tragen Sie die URL Ihrer

Links Tipp Info

Weitere Meta-Tag-Generatoren
Die Programme haben verschiedene Schwerpunkte. Daher mag es sich lohnen, alle einmal auszuprobieren.

www.fireball.de/hilfe/metagenerator.html

Hier finden Sie ein Formular, in das Sie die Meta-Informationen eintragen. Die Angaben sind auf die Suchmaschine Fireball zugeschnitten.

www.topsubmit.de/scripts/metatag
Der Generator von topsubmit erstellt für Sie die wichtigsten Meta-Angaben.

www.metaner.de/metagen/metagenerator.html

Auch hier führt Sie ein Formular durch die wesentlichen Angaben, und mit einem Häkchen verwandeln Sie die Angaben in das Dublin-Core-Format.

www.ukoln.ac.uk/metadata/dcdot
Das Skript auf dieser Seite extrahiert Dublin-Core-Metadaten aus einer bestehenden Webseite.



Ein Meta-Tag-Generator unterstützt Sie, Meta-Tags anzulegen.

Seite in das gleichnamige Feld ein, und bestätigen Sie mit **Go**.

Auf der folgenden Seite bekommen Sie eine Schulnote für Ihre Meta-Tags. Außerdem listet das Programm auf, an welchen Stellen Sie nachbessern sollten. Ein weiterer Service: Die **Keyword-Datenbank** hilft Ihnen, passende Schlüsselwörter für Ihre Seiten zu finden.

Andreas Dumont