

Open Graph Tags für Ihren SEO Erfolg

Mit Open Graph Meta Tags übernehmen Sie die Kontrolle darüber, wie soziale Netzwerke Ihre Website Inhalte anzeigen.

In sozialen Netzwerken wie Facebook werden Website Inhalte durch das Teilen von Links anderen zugänglich gemacht. Open Graphs Tags sind Text-Angaben, die in der Website eingebunden werden und helfen dabei einer optimalen Darstellung das geteilte Bild, die Beschreibung und den Namen Ihrer Seite in den sozialen Netzwerken wie Facebook.

Wie werden Open Graphs Tags definiert?

In diesem Beitrag zeigen wir Ihnen wie Sie möglicherweise mehr Klicks durch eine überzeugende Bild-Vorschau bekommen.

Ihr Ziel: Die Besucher teilen Ihre Webseiten in den sozialen Netzwerken, weil ihnen die Inhalte gut gefallen. Die auf Facebook, Xing, LinkedIn, Twitter und anderen Netzwerken geteilten Links bringen neue Besucher auf Ihre Website. Je ansprechender Ihre Inhalte beim Sharing (teilen) dargestellt werden, desto größer sind die Erfolgschancen.

Es ist wichtig, nicht nur die Standard Suchmaschinen-Optimierungs-Angaben – Meta Tags wie „Title und Description“ optimal zu wählen. Nutzen Sie die Möglichkeit, sich mit überzeugenden Snippets in den sozialen Netzwerken zu präsentieren. Zusätzlich zu den allgemeinen Meta Tags bieten die meisten Content-Management-Systeme weitere Möglichkeiten.



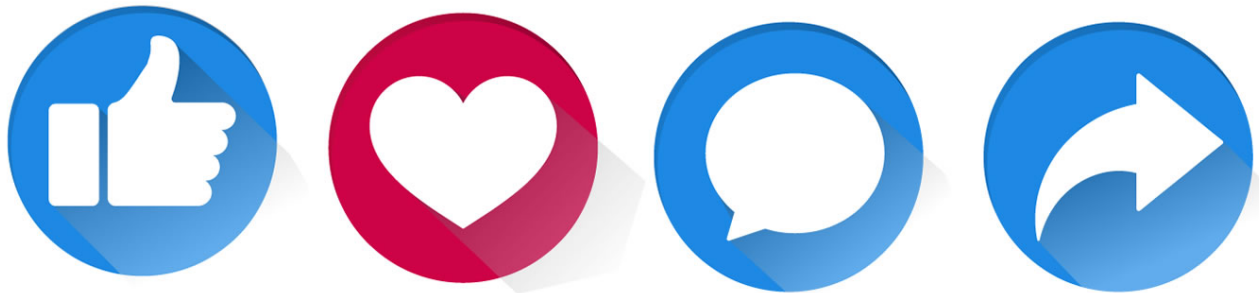
Optimieren Sie mit Open Graph Meta Tags die geteilten Informationen.

Tragen Sie in den dafür vorgesehenen Bereichen unbedingt die Meta Daten gemäß Open Graph Protocol ein. So definieren Sie neben Title und Description noch zusätzliche Elemente wie Bilder in Ihrer Vorschau.

Das Open Graph Protocol, kurz OGP, besteht aus einer Reihe von Anweisungen. Ziel ist es, Bild, Beschreibung und URL einer Website in den sozialen Netzwerken optimal zu präsentieren. Sie haben die Darstellung Ihrer Inhalte beim Teilen in den sozialen Netzwerken selbst in der Hand.

Das OGP wurde ursprünglich von Facebook eingeführt. Mittlerweile ist es weit verbreitet und wird auch von Social-Media-Plattformen wie Pinterest, LinkedIn, Twitter und Google Plus benutzt.

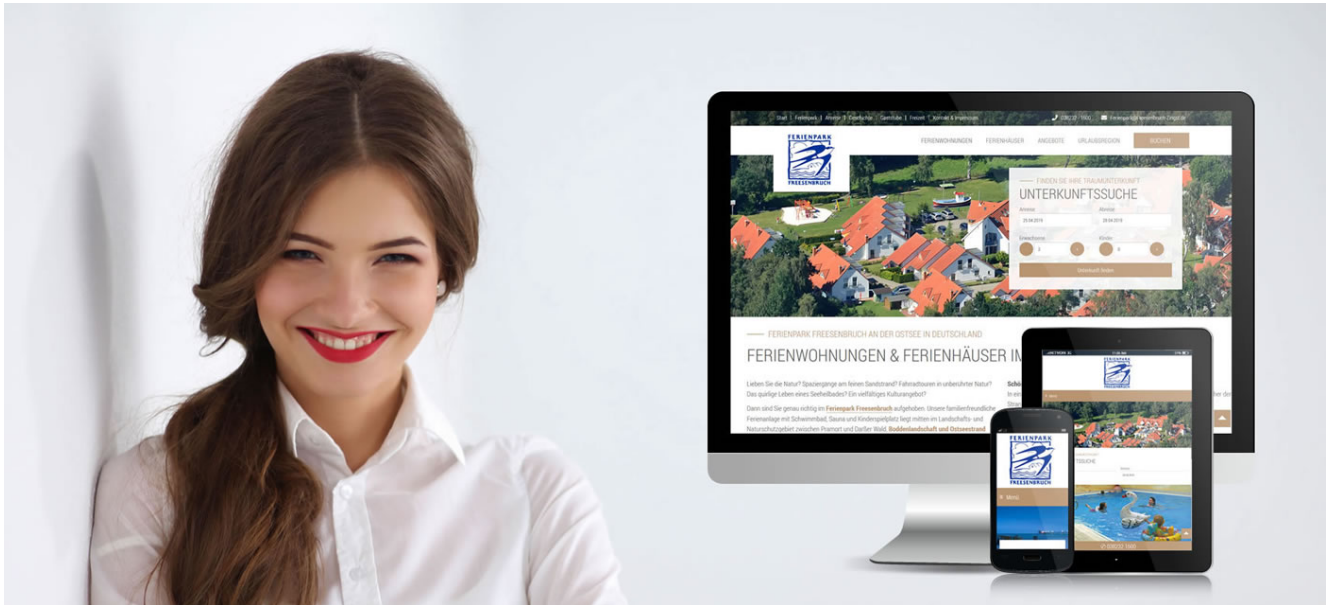
Achtung bei der Link-Vorschau auf Facebook



Früher konnten Sie die Link-Vorschau auf Facebook mit Link-Bild, -Titel und -Beschreibung überarbeiten. Dies lässt Facebook heute nicht mehr zu. Deshalb gilt: Optimieren Sie Ihr Facebook-Snippet mit dem Open Graph Protocol. Denn bei einer schlechten Vorschau kann es passieren, dass der Facebook-Nutzer die Vorschau beim Teilen entfernt. Verschwenden Sie nicht diesen wertvollen Werbeplatz.

Sie haben einen Beitrag auf Ihrer Website aktualisiert, aber Facebook zeigt immer noch das alte Vorschaubild oder gar kein Bild an? Facebook braucht einige Zeit, um die Seiten zu crawlen. Sie können die Vorschau mit dem Sharing Debugger von Facebook aktualisieren. Unter <https://developers.facebook.com/tools/debug/og/object> starten Sie manuell eine sofortige Aktualisierung. So bringen Sie die Ansicht des Beitrags auf den neuesten Stand.

Open Graph Check



Mit dem Tool Open Graph Check finden Sie schnell heraus, welche Angaben für Ihre URL aktuell erfasst sind. Zunächst lädt Open Graph Check den Quellcode der angefragten URL herunter. Dann sucht das Tool im Quellcode nach den Open Graph Tags und zeigt sie Ihnen an.

Ein Beispiel: Geben Sie auf <https://opengraphcheck.com/> beispielsweise Ihre URL oder <https://www.internet-erfolg.de> ein. Sie erhalten eine klare Übersicht zu den eingetragenen Open Graph Meta Tags der Website.

Die Open Graph Meta Tags im Einzelnen

Die sozialen Netzwerke übernehmen für die Vorschau unter anderem folgende OGP-Angaben:

- Sie geben bei **og:url** an, welche URL geteilt werden soll.
- Mit **og:title** legen Sie die hervorgehobene Überschrift fest.
- Unter **og:description** definieren Sie eine kurze Beschreibung.
- Bei **og:image** geben Sie die URL zum Bild an, das Sie verwenden möchten. Es spielt bei der Werbewirkung eine besonders große Rolle. Achten Sie auf das benötigte Format und die richtige Größe des Bildes. Als Ideal-Wert

werden **1200 x 630** Pixel allgemein empfohlen.

- Mit **og:type** legen Sie den Objekttyp fest. Handelt es sich zum Beispiel um eine Website oder einen Artikel? Oft passen die Typen `website`, `article` oder `blog`. Setzen Sie noch andere Medien wie zum Beispiel Videos oder Bücher ein, müssen Sie sich mit der Typen-Definition genauer auseinandersetzen. Detaillierte Informationen finden Sie auf der offiziellen OGP-Website unter <http://ogp.me>.



Das Open Graph Protocol als Erfolgsbaustein

Das OGP bietet umfassendere Möglichkeiten einer optimierten Darstellung als die allgemeinen SEO Meta Tags. Mithilfe des Open Graph Protocols optimieren Sie die Vorschau Ihrer Webseiten beim Teilen von Inhalten in sozialen Netzwerken. Das führt in aller Regel zu Verbesserungen der Click-Through-Rate, also der Klickrate. Lassen Sie diese Werbemöglichkeit nicht ungenutzt

***Ein Beitrag von Saleema Schönwald
Leiterin – Online Business Performance
city-map Stade***

Bei Fragen rund um der Optimierung Ihrer Website wenden Sie sich gerne an uns. city-map Stade – Ihre Internet-Agentur