Kopflos bei Headlines! – Wie setzt man die Hx richtig ein?

SEO Basics: Kopflos bei Headlines! – Wie setzt man die Hx richtig ein? – websiteboosting.com

Aufgrund vieler Anfragen und Anregungen unserer Leser starteten wir in Ausgabe 68 erneut eine kleine Serie mit SEO-Basics für Einsteiger und motiviert Fortgeschrittene. In diesem ersten Teil ging es um die Überschriften für HTML-Dokumente, also die „Headline“ H1 bis H6. Diese Tags sind vorgesehen,..…
Aufgrund vieler Anfragen und Anregungen unserer Leser starteten wir in Ausgabe 68 erneut eine kleine Serie mit SEO-Basics für Einsteiger und motiviert Fortgeschrittene. In diesem ersten Teil ging es um die Überschriften für HTML-Dokumente, also die „Headline“ H1 bis H6. Diese Tags sind vorgesehen, Überschriften eine Reihenfolge gemäß einer Hierarchie zuzuweisen. Leider kann man in einem HTML-Text auch manuell oder auf andere Arten optisch (!) Überschriften erzeugen, ohne das Headline-Tag zu verwenden. Ebenso kann man es hierarchisch falsch einsetzen, und was sieht man auf der Webseite im Browser? Keinerlei Fehler! Daher das „leider“ zwei Sätze wieder oben, denn sie tun es fast alle – die Headlines falsch einzusetzen. Man merkt es beim Betrachten eben nicht, nichts fällt auf. Nur wer wie Maschinen in den Quellcode sieht bzw. sehen muss, dem stellt sich oft ein völlig anderes, leicht oder komplett falsches Bild dieser Überschriften dar. Wie häufig gibt es in der SEO-Community auch hier keine komplette Einigung, wie wichtig das korrekte Ausgestalten der Hx-Tags für das Ranking ist. Nachdem Google aber mit dem sog. Passage-Ranking und zuletzt mit dem „Title-Update“ (siehe diese Ausgabe) gezeigt hat, dass man auch einzelne Abschnitte für ein Ranking heranziehen oder den Title einer Seite mit dem Eintrag in der H1 im Suchergebnis ersetzen kann, sollte man vielleicht doch eher sicherheitshalber auf diejenigen hören, die das Optimieren der Hx schon immer empfehlen. Ein Ignorieren der Hx schadet dem Ranking nicht im eigentlichen Sinn – aber man vergibt wie immer Gestaltungsmöglichkeiten, um

mitzubestimmen, welche Wörter für eine Seite besonders wichtig sind. Mit anderen Worten verzichtet man auf gewisse Bonuspunkte, die tatsächlich leicht zu bekommen sind.

Was ist Hx überhaupt?

In HTML kann und sollte man Überschriften über Textblöcken entsprechend mit Tags kenntlich machen. Möchte man eine Überschrift auf der ersten, obersten Ebene verwenden, kleidet man den Text z. B. einer H1-Überschrift mit einem öffnenden <h1> und einem schließenden </h1> ein. Das sieht dann in der Praxis so aus wie derzeit auf galeria.de für einen Adidas-Sportschuh:

```
<h3 class="g-pds__brand-logo product-brands">
 <a href="https://www.galeria.de/search?q=adidas"> […] </a>
</h3>
[…]
<h1 class="g-headline g-headline--level1">
  adidas Hallenschuh &quot;Court Team Bounce&quot;, Halt, flexibel, D&auml;mpfung, f&uuml;r Damen
</h1>
```

Hier werden die Überschriften übrigens nicht konform eingesetzt, aber dazu später mehr.

Wie sieht eine korrekte Dokumentenstruktur aus?

Für HTML stehen sechs Überschriftenlevel zur Verfügung und die Tags unterscheiden sich lediglich in der Ziffer 1 bis 6 für die einzelnen Levels:

```
<h1>Headline Level 1</h1>
 <h2> Headline Level 2</h2>
 <h3> Headline Level 3</h3>
 <h4> Headline Level 4</h4>
 <h5> Headline Level 5</h5>
 <h6> Headline Level 6</h6>
```

Wie diese Überschriften dann auf der Seite selbst optisch dargestellt werden, größer, fett, kursiv, farblich, Schriftart etc., wird vom Contentmanagement bestimmt, vom Template (Vorlage) oder hinterlegten CSS-Dateien. Man kann also auch eine H1 optisch genauso wie normalen Text darstellen bzw. nach Belieben anders. Wichtig hierbei ist zu verstehen, dass im Quelltext eben der Zusatz <h1> verwendet wird, was einer Maschine per Mustererkennung anzeigt, dass der folgende Text kein „normaler“ Fließtext ist oder ein abgesetzter Satz, sondern wirklich eine Überschrift für den kommenden Absatz. Oder eben eine Ober-Überschrift für weitere, tieferliegende Absätze. Eine Gliederung.

Es versteht sich von selbst, dass eine H2, also eine Überschrift auf der zweiten Ebene, auch die tieferliegenden Abschnitte mit H3, H4 etc. miteinschließt. Die folgenden Unterpunkte sind stets eine Art Untermenge oder Unterteilung der darüber liegenden Überschrift. Insofern hat die Gliederung nicht nur die Funktion, mit wenigen treffenden Worten eine Zusammenfassung/Vorschau auf den jeweiligen Fließtextinhalt dieses Kapitels zu geben, sondern eben auch eine Hierarchieinformation. In Abbildung 1 kann man das recht gut erkennen. H3: Marktanteile erhält mehr Sinn, weil darüber in der H2 Apple steht. Es handelt sich um Marktanteile von Apple. Nimmt man noch die H1 dazu, erfährt man, dass es um die Smartphones der (nachfolgenden) Hersteller geht. Das Beispiel ist sicherlich dahingehend nicht optimal, weil die Überschriften eigentlich viel zu knapp sind. Um die Zusatzinfo besser zu verdeutlichen, die durch die Hierarchie entsteht, wurde dies aber hier absichtlich so knapp gehalten. Gleichzeitig zeigt das Beispiel auf der rechten Seite auch, dass eine falsche Strukturierung dies gerade nicht leisten kann. Würde man hier auflösen, wäre „Apple“ mit H1 die oberste Instanz und z. B. Samsung und Huawei Unterpunkte davon.

Abbildung 1: Welche Gliederung kommt Ihnen schlüssig(er) vor – links oder rechts?

Wie kann man die Überschriften schnell mit Bordmitteln prüfen?

Möchte man nun prüfen, ob die eigenen Webseiten die Überschriften-Tags strukturell richtig einsetzen, was in den Überschriften eigentlich steht bzw. ob überhaupt Überschriften verwendet werden, kann man entsprechend SEO-Tools verwenden. Das schnellste und noch dazu kostenlose Tool ist wahrscheinlich das Browser-Plug-in „Webdeveloper“ von Chris Pederick (https://chrispederick.com/work/web-developer/), das sowieso auf jeden Computer eines Online-Verantwortlichen gehört. Es ist eines der nützlichsten Tools, eine Art Schweizer „Online-Messer“, um schnell Dinge auf einer Webseite zu prüfen oder zu verändern. Ein Klick auf das Zahnrad-Symbol (Abbildung 3, Ziffer 1) für das Plug-in nach der Installation, anschließend auf die Registerkarte „Information“ (Ziffer 2) und dort auf „View Document Outline“ (Ziffer 3) rippt aus der im Browser sichtbaren Webseite alles bis auf die Überschriften ab.

Das Beispiel in Abbildung 3 zeigt auch sofort, wo hier das Problem liegt. Man hat nicht mit H1 und H2 (Markierung A)

begonnen, sondern mit dem Level 3, also der H3. Dort steht etwas in Klammern, was nie und nimmer eine aussagekräftige Überschrift für die willkürlich gewählte Seite (www.galeria.de/adidas-Hallenschuh-Court-Team-Bounce-Halt-flexibel-Daempfung-fuer-Damen/55490166.html) sein dürfte (Abbildung 2).

GALERIA

Damen · Herren · Kinder · Spielzeug · Sport · Küche & Haushalt · Möbel · Technik
Uhren & Schmuck · Beauty · Taschen & Koffer · Reisen · Premium · Marken · Sale

Sport > Sportarten > Fitness & Training > Hallenschuh "Court Team Bounce", Halt, flexibel, Dämpfung, für Damen, weiß/eisblau, 39 1/3

adidas

adidas Hallenschuh "Court Team Bounce", Halt, flexibel, Dämpfung, für Damen

(0) Jetzt Produkt bewerten

-42%

Ehrepreis: 42 %: ~~69,99 €~~*

39,99 € inkl. 19% MwSt. zzgl. Versand

Standardlieferung: lieferbar - in ca. 3-5 Werktagen bei Ihnen

Verkauf + Versand durch GALERIA

Versandkosten geschenkt ab einem Einkaufswert von 49 €.

Farbe: weiß/eisblau Größe:

39 1/3

In den Warenkorb

Filialverfügbarkeit prüfen & reservieren

Artikel merken

✓ Online shoppen, kostenlos in der Filiale abholen ✓ Mit jedem Einkauf Punkte sammeln

Produktdetails Bewertungen 0.0 (0)

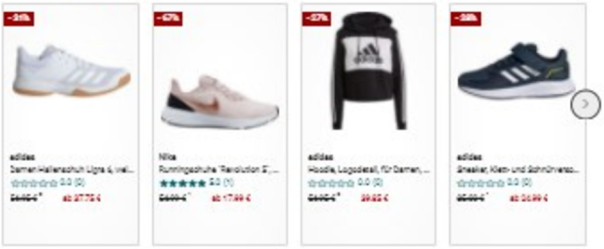
Du springst nach dem Ball. Und landest nach jedem Spielzug wieder sicher auf dem Boden. Der Court Team Bounce Schuh gibt dir mit seiner perfekten Passform dafür optimalen Halt. Seine leichte flexible Zwischensohle ermöglicht dir volle Power, damit du kraftvoll abspringen kannst und garantiert gleichzeitig eine gute Dämpfung, wenn du wieder den Boden berührst. Außerdem sorgt das Obermaterial aus Mesh für ein angenehm kühles Tragegefühl, wenn du in einer stickigen Halle um den Sieg kämpfst.

- Schnürsenkel
- Zweiteiliges Obermaterial aus Mesh; TPU-Overlay im Vorfußbereich
- Sockenähnliche Passform
- Leichter, stabiler Sportschuh für die Halle
- Flexible und dämpfende Bounce Zwischensohle

Sportart	Fitness & Training
Produktart	Schuhe
Produkttyp	Hallenschuhe
Zielgruppe	Damen
Farbe	weiß/eisblau

Mehr Produktdetails anzeigen

Kunden interessierte auch



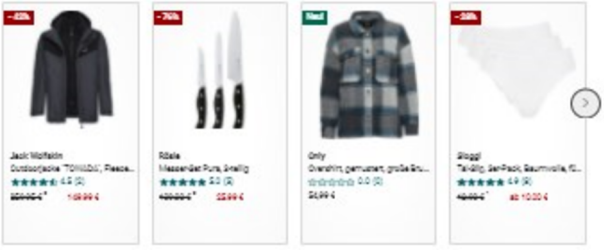
-34% adidas Damen Hallenschuh Ligra 6, weiß... 0.0 (0) ~~54,99 €~~* ab 27,72 €

-67% Nike Runningschuhe "Revolution 5"... 5.0 (1) ~~54,99 €~~* ab 17,99 €

-57% adidas Hoodie, Logodetail, für Damen,... 0.0 (0) ~~84,99 €~~* 39,62 €

-38% adidas Sneaker, Klett- und Schnürverso... 0.0 (0) ~~85,99 €~~* ab 53,99 €

Kunden haben sich auch angesehen



-33% Jack Wolfskin Outdoorjacke "TOPAZIO", Fleece... 4.5 (2) ~~229,99 €~~* 149,99 €

-76% Rösle Messerset Pure, 3-teilig 5.0 (2) ~~49,99 €~~* 12,99 €

Neu! Only Overshirt, gemustert, große Gru... 0.0 (0) 34,99 €

-38% Sloggi "Tai Slip", 3er-Pack, Baumwolle, fl... 4.9 (9) ~~49,99 €~~* ab 19,99 €

* = unser ehemaliger Verkaufspreis
** = unverbindliche Empfehlung des Herstellers
*** = ehemalige unverbindliche Empfehlung des Herstellers

Haben Sie noch Fragen?
Wir freuen uns auf Ihren Anruf.
0201/977 97 977
Montag bis Samstag von 8 Uhr bis 22 Uhr

- Service & Beratung
- Lieferung
- Retouren
- Aktuell und Informativ
- Kundenkarte
- Kontakt
- Online- und Filial-Services
- FAQ - Fragen & Antworten
- Geschenkkarten
- Filialfinder

Zahlungsmöglichkeiten

Klarna. · PayPal · VISA

Sicher Online-Shoppen bei GALERIA

Abbildung 2: So sieht die Seite für Besucher aus

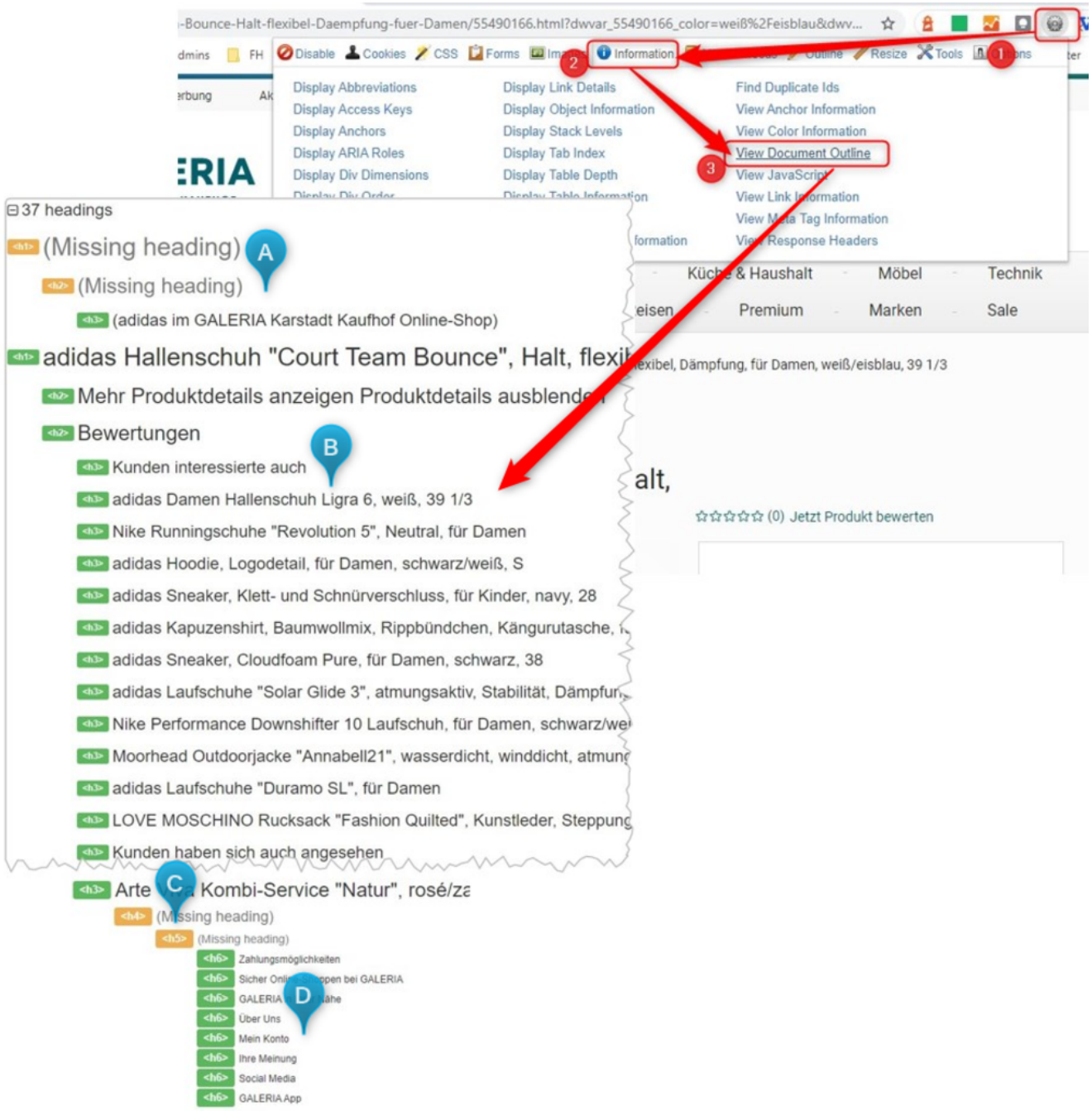


Abbildung 3. Einfacher gehts nicht mehr – Webseite aufrufen und mit drei Mausklicks sehen, was Hx-Sache ist (Webdeveloper-Plug-in von Chris Pederick)

Die Markierungen B, C und D in Abbildung 3 lassen ganz eindeutig erkennen, dass die meisten Überschriften gar keine Überschriften für das Produkt sind, sondern die Namen von anderen „Kunden interessierte auch“-Produkten. Headline 4 und 5 wurden ausgespart und unter H6 (Markierung D) wurde ein Teil der Navigation („Über uns“, „Mein Konto“ etc.) als Überschrift deklariert. Als Fazit bleibt festzuhalten, dass man mit den hier hinterlegten Überschriften außer der an vierter Stelle

stehenden H1 „Adidas Hallenschuh…“ für das Ranking rein gar nichts anfangen kann. Im Gegenteil, hier steht in den Überschriften Text, für den die Seite gerade NICHT ranken sollte, weil es um andere Produkte geht oder schlicht um generische Navigationstexte im Footer.

Was würden Sie tun, wenn Sie als „Maschine“ auf eine solche Struktur stoßen? Ausgelassene Levels, alles völlig durcheinander, ein Teil der „Überschriften“ ist auf allen Seiten gleich (Footernavigation)? Falls Sie den Missbrauch der Überschriften-Tags zur reinen Formatierung und eben nicht zur Strukturierung erkennen können, würden Sie sich wohl merken, die Hx-Einträge auf dieser Domain besser zu ignorieren, oder? Was würde Google tun?

Ignorieren bedeutet wie erwähnt nicht, dass es hier ein negatives Signal gibt oder so eine Seite am Ende sogar nicht rankt, das wäre ein Trugschluss. Sie kann natürlich „trotzdem“ ranken, da Google viele Hundert Signale auswertet. Hier hat man einfach darauf verzichtet, ein Dokument für Maschinen nicht nur nicht gut, sondern eben überhaupt vernünftig zu strukturieren – und damit auf einen möglichen Bonus verzichtet.

Die Domain wurde tatsächlich willkürlich ausgewählt. Es ist nicht schwer, Seiten zu finden, die Headlines falsch einsetzen, wie Sie selbst mit der Nutzung des oben erwähnten Tools testen können. Im Gegenteil ist es sehr schwer, gut strukturierte Dokumente zu finden. Die meisten Webmaster wissen offenbar nicht, was Hx tatsächlich bedeutet, und nehmen die Standardvorlagen ihrer Shopsoftware oder ihres CMS. Und dort sind sie fast immer out-of-the-box falsch definiert. Programmierer und Designer sind halt in der Regel keine SEOs und wollen es auch nicht werden.

Was empfiehlt Google im Leitfaden für SEO-Anfänger?

Überschrifts-Tags verwenden, um wichtigen Text hervorzuheben
Verwende aussagekräftige Überschriften, um wichtige Themen zu kennzeichnen und dadurch eine hierarchische Struktur für deine Inhalte zu schaffen. So hilfst du Nutzern, sich in deinem Dokument zurechtzufinden.

Sich vorstellen, eine Gliederung zu schreiben
Mach dir, ähnlich wie beim Schreiben einer Gliederung für ein umfangreiches Dokument, Gedanken darüber, welches die inhaltlichen Haupt- und Unterpunkte auf der Seite sind, und lege fest, an welchen Stellen die Verwendung von Überschrifts-Tags angemessen ist.

Zu vermeiden:

- Platzieren von Text in Überschrifts-Tags, der bei der Definition der Seitenstruktur nicht hilfreich ist
- Verwenden von Überschrifts-Tags an Stellen, an denen andere Tags wie und sinnvoller sind
- Unregelmäßiger Wechsel zwischen verschiedenen Überschrifts-Tag-Größen

Nicht zu viele Überschriften auf einer Seite verwenden
Nutze Überschrifts-Tags dort, wo es sinnvoll ist. Eine zu große Anzahl von Überschrifts-Tags auf einer Seite kann es Nutzern erschweren, sich einen Überblick über den Inhalt zu verschaffen und zu erkennen, wo ein Thema endet und ein anderes beginnt.

Zu vermeiden:

- Verwenden übermäßig vieler Überschrifts-Tags auf einer Seite

- Sehr lange Überschriften
- Verwenden von Überschrifts-Tags als reines Gestaltungselement für Text, ohne dass eine Struktur erkennbar wird

Quelle: https://developers.google.com/search/docs/beginner/seo-starter-guide

Missverständnisse und Fehlschlüsse?

Wie wichtig ist denn nun das korrekte Gliedern? Darf man eine H1 mehrfach verwenden? Bekommen Wörter in einer Hx-Überschrift tatsächlich mehr Gewicht? Das ist durchaus nicht unumstritten. Zumindest früher war Google noch stärker auf einzelne HTML-Elemente bzw. deren Ausgestaltung angewiesen, um die echten Topics einer Seite für die Relevanz für das Ranking bestimmen zu können. Diese Bedeutung hat im Lauf der Zeit abgenommen, nicht zuletzt, weil man heute über Machine Learning und semantische Analysen sehr viel mehr herausrechnen kann, als das früher der Fall war. Das bedeutet allerdings noch nicht, dass man Hx und seine Struktur einfach links liegen lassen kann.

John Müller von Google hat mehrmals betont, dass man kein Problem damit hätte, wenn eine H1 mehrfach auf einer Seite vorkäme. Auch als man ihn gefragt hat, ob eine Seite ohne H1 mit dem Text aus einer H2 ranken könne, hat er geantwortet: „Of course […] it can. It can absolutely.“ Daraus hat die SEO-Gemeinde eigentlich unzulässig abgeleitet, dass eine H1 nicht wichtig wäre. Das hat Müller nicht gesagt. Nur dass sie auch ohne H1 gut ranken kann. Müller meinte auf Nachfrage, die H1-Headings „aren’t critical“ für das Ranking. Nun, wann hat Google ehrlicherweise schon mal öffentlich erklärt, ob ein einzelner Rankingfaktor „kritisch“ für das Ranking ist? Bei mehreren Hundert Signalen ist wohl keines alleine besonders kritisch und das macht auch Sinn.

In einer Webmaster-Sprechstunde am 11.08.2020 ging er ausführlicher auf das Thema ein. Wesentliche Teile seiner Antwort waren:

„So headings on a page help us to better understand the content on the page. Headings on the page are not the only ranking factor that we have. We look at the content on its own as well. But sometimes having a clear heading on a page gives us a little bit more information on what that section is about. […] So in particular when it comes to images, that's something where headings and the context of that image helps us a lot to understand where we should be showing that image in search",

und später:

„And when it comes to text on a page, a heading is a really strong signal telling us this part of the page is about this topic. […] whether you put that into an H1 tag or an H2 tag or H5 or whatever, that doesn't matter so much. But rather kind of this general signal that you give us that says… this part of the page is about this topic. And this other part of the page is maybe about a different topic."

Was nicht gesagt wurde bzw. worauf Müller (noch) nicht eingegangen ist, wäre die Frage, ob ein unstrukturiertes Dokument im Sinne eines falschen Einsatzes der Hx „schlechter" zu verstehen ist für die Suchmaschine. Man erfährt nur, dass es weniger wichtig ist. Umgekehrt sind „clear headings" wohl durchaus ein wichtiger Punkt, den Content und die Teil-Topics besser zu verstehen. Auch im Zusammenhang mit der Interpretation mit Bildern sind die Hx wichtig. Herauszuheben ist sicherlich hier nochmals die Aussage: „*A heading is a really strong signal.*"

Man muss und sollte bei Aussagen von Google-Mitarbeitern wirklich immer vorsichtig und genau hinhören. Heißt es da „ich glaube" oder „nach meiner Einschätzung", bedeutet das nicht

unbedingt, dass man wirklich genau wüsste, dass A oder B tatsächlich von den Algorithmen für ein Ranking verwendet würde. Auch die oft verwendete Redewendung „mache es so, wie es für deine Besucher gut ist“ ist kein eindeutiges Signal, dass das Gefragte nicht rankingrelevant wäre. Natürlich (!) sagt niemand von Google, das oder jenes ist ein starkes Rankingsignal und wenn du das nicht hast, wirst du kein gutes Ranking bekommen. Zudem weiß man dort, dass jedes Wort, jeder Satz tausendfach (über-)interpretiert wird, und ist auch entsprechend vorsichtig.

Fazit

Man kann sich sicherlich trefflich streiten, ob die Auswirkungen einer korrekten Hx-Ausgestaltung heute wirklich noch messbar sind beim Ranking. Umgekehrt macht es fast keine Mühe, es richtig zu machen und der Maschine bessere Signale zum Verständnis des nachfolgenden Fließtextes an die algorithmische Hand zu geben. Sicherlich wenig Sinn macht es, sich Hx-Formatierungen zu bedienen für Dinge, die tatsächlich in gar keiner Weise Überschriften darstellen, wie Footernavigationen, die Bread-Crumb-Navigation oder sogar noch Empfehlungen für anderes, was genau ja eben auf dieser Seite NICHT zu finden ist, sprich Produktempfehlungen. Viele SEO raten daher, die Hx anständig zu setzen, vernünftigen Überschriftentext zu verwenden und damit ein Dokument maschinenlesbar sauber zu strukturieren. In der Regel muss oft nur eine oder wenige Vorlagen angepasst werden, die vorher unbedacht mit falschen Hx-Strukturen programmiert wurden. Wer etwas neu aufsetzt, kann natürlich ohne Zusatz-/Änderungsaufwand gleich von Beginn an korrekte Überschriften erzeugen. Ohne Not sollte man wohl nicht darauf verzichten.