

Meta Keywords

geschrieben von Tobias Hager | 3. August 2025



Meta Keywords: Relikt, Mythos und SEO-Fallstrick

Meta Keywords sind ein Meta-Tag-Element im HTML-Head einer Webseite, das ursprünglich dazu diente, relevante Suchbegriffe für Suchmaschinen zu deklarieren. In den Anfangsjahren von SEO galt es als essenziell, Meta Keywords sauber und umfangreich zu pflegen. Heute ist das Meta-Keywords-Tag ein digitales Fossil – von Google ignoriert, von Spammern missbraucht und in aktuellen SEO-Strategien bestenfalls ein Running Gag. Wer sich mit Meta Keywords beschäftigt, sollte wissen, warum sie praktisch keine Bedeutung mehr haben, wie sie überhaupt funktionieren und warum sie trotzdem noch ab und zu auftauchen. Hier bekommst du die ganze Wahrheit – ohne Nostalgie und ohne Bullshit.

Autor: Tobias Hager

Meta Keywords: Definition,

Funktionsweise und historischer Kontext

Meta Keywords sind HTML-Metatags, die im <head>-Bereich einer Webseite platziert werden. Ihre Syntax ist simpel:

```
<meta name="keywords" content="keyword1, keyword2, keyword3">
```

In den Neunziger- und frühen 2000er-Jahren war dieses Tag ein direkter Rankingfaktor für Suchmaschinen. Webmaster konnten damit explizit angeben, für welche Suchbegriffe eine Seite relevant sein sollte. Die Idee klingt aus heutiger Sicht naiv, war aber damals revolutionär: Maschinenlesbare Relevanzsignale, direkt von den Seitenbetreibern geliefert.

Das Problem: Diese Selbstdeklaration lud zum massiven Keyword-Stuffing, also zur übertriebenen und oft auch irreführenden Anhäufung von Begriffen, ein. Spätestens als Suchmaschinen wie AltaVista, Yahoo und die frühen Versionen von Google von Black-Hat-SEOs geflutet wurden, begann das Ende der Meta Keywords als ernstzunehmendes SEO-Element. Google hat bereits 2009 offiziell bekanntgegeben, dass das Meta-Keywords-Tag für das Ranking keine Rolle mehr spielt. Die meisten anderen relevanten Suchmaschinen folgten diesem Beispiel.

Heute existiert das Tag fast nur noch aus Tradition, Unwissenheit oder im Rahmen von sehr speziellen Anwendungsfällen, etwa für bestimmte Intranet-Lösungen oder Nischen-Suchmaschinen. Für den Google-Index und praktisch alle modernen SEO-Strategien ist es irrelevant.

Meta Keywords und SEO: Einfluss, Irrtümer und Risiken

Wer heute noch Meta Keywords als SEO-Rankingfaktor betrachtet, hat den Anschluss an die Realität verpasst. Google, Bing und Co. ignorieren das Tag komplett. Das hat mehrere Gründe:

- Manipulationsanfälligkeit: Da Betreiber selbst bestimmen, welche Keywords sie angeben, ist Missbrauch vorprogrammiert. Suchmaschinen verlassen sich lieber auf eigene Crawler und semantische Analysen.
- Entwicklung von Algorithmen: Moderne Suchmaschinen bewerten Inhalte, Nutzersignale, Backlinks, strukturierte Daten und technische Faktoren. Meta Keywords sind in diesem komplexen Ökosystem schlicht überflüssig.
- Transparenzfalle: Wer seine wichtigsten Keywords im Klartext im HTML-Head einträgt, liefert Wettbewerbern eine kostenlose Keyword-Recherche – nicht gerade smart.

Die einzigen realen „Risiken“, die mit MetaKeywords verbunden sind, bestehen

darin, dass sie als Zeichen von Inkompetenz interpretiert werden oder dass sie Wettbewerbern einen Einblick in die Keyword-Strategie geben. In seltenen Fällen können Meta Keywords sogar als Spam-Signal gewertet werden, wenn sie maßlos übertrieben sind – etwa bei minderwertigen Nischensuchmaschinen oder automatisierten Qualitätsprüfungen.

Eine häufige SEO-Legende behauptet, dass Meta Keywords weiterhin von exotischen Suchmaschinen oder Social-Media-Plattformen genutzt werden. Das ist überwiegend Unsinn. Nur sehr wenige, meist irrelevante Crawler oder Intranet-Tools werten das Tag überhaupt noch aus. Für das offene Web gilt: Meta Keywords sind tot – Punkt.

Meta Keywords in der Praxis: Aktuelle Relevanz, Migration und Alternativen

Wer heute professionelle SEO betreibt, lässt Meta Keywords konsequent weg. Das Tag verursacht keinen direkten Schaden, aber auch keinen Nutzen. Wer es trotzdem einsetzt, sollte wissen, dass dies bestenfalls wirkungslos ist – und schlimmstenfalls als peinlicher Anachronismus wahrgenommen wird. Moderne Crawler und SEO-Tools schenken dem Tag keinerlei Beachtung.

Falls du eine alte Website migrierst oder überarbeitest, kannst du Meta Keywords gefahrlos löschen. Es gibt keinen Grund, Ressourcen in die Pflege dieses Tags zu investieren. Aus technischer Sicht ist es sogar sinnvoll, unnötigen HTML-Ballast zu entfernen – minimaler Overhead, bessere Wartbarkeit.

Statt Meta Keywords zählen heute andere Onpage-Faktoren – zum Beispiel:

- Title Tag: Der wichtigste Platz für das Hauptkeyword, limitiert auf ca. 60 Zeichen.
- Meta Description: Für die Click-Through-Rate (CTR) entscheidend, aber kein Rankingfaktor.
- Semantische Auszeichnung: Kontextuelle Begriffe, Synonyme, Entitäten im Fließtext und in Überschriften.
- Strukturierte Daten (Schema.org): Maschinenlesbare Markups, die Inhalte klassifizieren.
- Interne Verlinkung: Kontext-Links zu verwandten Themen.
- Technische SEO-Aspekte: Pagespeed, Mobilfreundlichkeit, Indexierbarkeit, saubere URL-Struktur.

Wer seine Keyword-Strategie im Griff hat, arbeitet mit fundierter Keyword-Recherche, Content Mapping und semantischer Optimierung – nicht mit obsoleten Meta-Tags.

Meta Keywords: Fazit und Klartext für Praktiker

Meta Keywords sind ein Paradebeispiel dafür, wie schnell sich SEO-Technologie und Suchmaschinen-Logik entwickeln. Was früher als „Best Practice“ galt, ist heute ein Relikt aus der digitalen Steinzeit. Wer noch Meta Keywords pflegt, verschwendet Zeit und signalisiert Unkenntnis – zumindest im Kontext moderner Suchmaschinenoptimierung.

Die echten SEO-Hebel liegen längst woanders: Nutzerfokussierte Inhalte, technische Exzellenz und eine saubere Seitenstruktur sind das, was zählt. Wer auf Meta Keywords setzt, hat das Spiel nicht verstanden. Die goldene Regel lautet: Lass sie weg. Konzentrier dich auf relevante, hochwertige Inhalte, die echte Probleme lösen und nutzerzentriert aufgebaut sind – dann klappt es auch mit dem Google-Ranking.

Und falls du doch noch irgendwo ein Meta-Keywords-Tag findest: Lösch es. Oder lass es als Mahnmal stehen, wie absurd SEO in den Anfangsjahren manchmal war. Aber setze es nie wieder bewusst ein. Willkommen in der Gegenwart.