Engineer

hreflang

Attribut, das eine Seite mit ihren Übersetzungen verknüpft

Was es ist

An einem Link gibt `hreflang` an, in welcher Sprache die Seite am anderen Ende verfasst ist. HTML erlaubt das Attribut an den Elementen `a`, `area` und `link`. Bekannt geworden ist jedoch die Verwendung als Satz von `link rel="alternate"`-Elementen im Kopf einer Seite, eines pro Sprachfassung. Damit teilt eine Website Suchmaschinen mit, dass mehrere Adressen denselben Inhalt in verschiedenen Sprachen enthalten.

```
<link rel="alternate" hreflang="en" href="https://example.com/guide/" />
<link rel="alternate" hreflang="da" href="https://example.com/da/guide/" />
<link rel="alternate" hreflang="x-default" href="https://example.com/guide/" />
```

Der HTML-Standard nennt das Attribut „rein informativ“. Sein Wert „muss ein gültiges BCP-47-Sprachkennzeichen sein“, und ein Browser muss die Sprache einer abgerufenen Seite aus der Seite selbst bestimmen, niemals aus dem Link, der dorthin führte. Zusammen mit `rel="alternate"` kennzeichnet ein `hreflang`, das von der Sprache des eigenen Dokuments abweicht, das Ziel als Übersetzung.

Suchmaschinen haben aus dem informativen Hinweis ein Protokoll gemacht. Google dokumentiert drei gleichwertige Möglichkeiten, den Satz bereitzustellen: Linkelemente im Kopf, einen HTTP-Header `Link` für PDFs und andere Dateien ohne einen solchen Kopf sowie Einträge in einer XML-Sitemap. Jede Fassung führt sich selbst und alle anderen Fassungen mit vollständigen Adressen auf. Ein Paar zählt nur, wenn beide Seiten einander nennen; eine fremde Website kann sich so nicht selbst zur Übersetzung Ihrer Website erklären. Die Codes bestehen aus einer Sprache nach ISO 639-1, optional gefolgt von einer Region nach ISO 3166-1. Eine Region allein ist ungültig. Der reservierte Wert `x-default` benennt die Seite für Leser, deren Sprache zu keiner anderen passt. Google weist darauf hin, dass er für Sprachauswahlseiten entworfen wurde.

Zwei benachbarte Begriffe lassen sich leicht damit verwechseln. Das Attribut `lang` benennt die Sprache des Textes, den der Leser vor sich hat; `hreflang` benennt die Sprache einer verlinkten Seite. Google erklärt, keines der beiden Attribute zur Erkennung der Seitensprache zu nutzen. `hreflang` kann eine Seite also nicht dänisch machen, sondern sagt der Suchmaschine, dass eine bereits als dänisch erkannte Seite zu einer englischen gehört. Und eine kanonische URL führt Duplikate zu einer einzigen indexierten Adresse zusammen, während `hreflang` Sprachalternativen kennzeichnet und einer Suchmaschine hilft, die anzuzeigende Fassung auszuwählen.

Das Konzept für eine Entscheidung nutzen

Nutzen Sie „Was ist hreflang?“ für eine konkrete Entscheidung. Wir können helfen, das Konzept mit dem System in Verbindung zu bringen, das Sie entwickeln oder einkaufen. Software, die in jedem Ihrer Absatzmärkte natürlich klingt — einschließlich Datumsangaben, Währungen und der Sortierung von Namen.

Unsere Leistungen entdecken Kontakt aufnehmen →

Die Annahmen hinter dem Begriff prüfen

Nutzen Sie die Erklärung und die verlinkten Arbeiten, um Fragen für Ihr Projekt zu formulieren. Wir können die Annahmen gemeinsam mit Ihnen prüfen, bevor ein Werkzeug ausgewählt wird. Englisch-dänisches i18n-System aufgebaut — 12,027 Nachrichten je Sprachversion, auf Englisch und Dänisch

Englisch-dänisches i18n-System aufgebaut Kontakt aufnehmen →

Warum es wichtig ist

Die mit `hreflang` festgehaltene Entscheidung ist, ob die Sprachfassungen einer Seite einen Cluster bilden oder als getrennte Seiten beurteilt werden. Bleiben sie getrennt, konkurriert jede Fassung für sich, und eine Suchmaschine zeigt einem dänischen Leser womöglich die englische Seite oder führt beide Fassungen in denselben Ergebnissen auf. Sind sie als Cluster deklariert, werden die Fassungen als ein zusammengehöriger Inhalt verstanden, und die Suchmaschine kann die zu den Spracheinstellungen des Lesers passende anbieten.

Der Cluster ist nur sinnvoll, wenn die Fassungen wirklich denselben Inhalt enthalten. Eine einsprachige Website benötigt überhaupt kein `hreflang`, und zwei Sprachbereiche mit wesentlichen inhaltlichen Unterschieden bilden ebenfalls keinen Cluster. Regionale Varianten mit kleinen Unterschieden gehören dagegen zusammen, etwa Seiten mit `en-GB` und `en-US`, die sich bei den Preisen unterscheiden.

Der Aufwand liegt in der Verwaltung und wächst mit dem Quadrat der Zahl der Sprachen. Jede Fassung jeder Seite trägt die vollständige Liste. Wird eine Übersetzung hinzugefügt, verschoben oder zurückgezogen, ändert sich damit

der Kopf aller zugehörigen Fassungen. Eine Liste, die auf den meisten Seiten stimmt und auf einigen nicht, versagt lautlos: Paare mit Verweisen in beide Richtungen werden genutzt, der Rest ohne sichtbaren Fehler verworfen. Deshalb eignet sich `hreflang` schlecht für Handarbeit und gut für einen Generator, der den Satz jeder Seite aus einer einzigen Liste ableitet. `hreflang` verändert, welche von mehreren Fassungen einem Suchenden gezeigt wird.

Wie es in der Praxis aussieht

Diese Website erzeugt ihre Sprachfassungen aus einem gemeinsamen Inhaltsbaum. Jede Seite hat deshalb einen Satz zugehöriger Übersetzungen, den sie bekanntgeben muss.

Eine Vorlage entscheidet, welche Übersetzungen bekanntgegeben werden, und mehrere Stellen lesen diese Auswahl: der `hreflang` -Satz im Kopf, die Tags `og:locale:alternate` für Linkvorschauen, die Alternativen in der Sitemap, die Angabe `inLanguage` in den strukturierten Daten und, nach einem weiteren Herausfiltern, die für Leser sichtbare Sprachenleiste. Die Liste enthält die Seite selbst und liefert damit den geforderten Selbstverweis. Die Codes benennen nur Sprachen, etwa `en` , `da` und `uk` . Jede Fassung wird dadurch jedem Leser dieser Sprache unabhängig von seinem Standort angeboten, und der englische Eintrag erscheint ein zweites Mal als `x-default` . Kopf und Sitemap enthalten denselben Satz aus dieser einen Liste und können deshalb nicht auseinanderlaufen.

Die Trennung zwischen Maschinen und Lesern ist beabsichtigt. In einem früheren Implementierungsstand wurde die ukrainische Fassung Crawlern bekanntgegeben und in den Sitemaps aufgeführt, während die Sprachenleiste im oberen Bereich sie ausließ. Ein einzelner Konfigurationsschalter steuerte diesen Unterschied: Crawler erhielten gegenseitige ukrainische Alternativverweise, während sich nur die Sprachenleiste für Leser änderte. Ein zweiter Schalter entfernt eine bereits erzeugte, aber noch nicht fertige Sprache aus beiden Listen und markiert ihre Seiten mit `noindex` . Eine Seite in einer solchen Sprache nennt ebenfalls keine zugehörigen Fassungen, weil ein `hreflang` von einer nicht bekanntgegebenen zu einer bekanntgegebenen Seite ein Paar ist, das die Suchmaschine nur von einem Ende sieht.

Für Kopien gilt dieselbe Überlegung. Eine Seite auf einer der thematisch fokussierten Subdomains, deren kanonische URL auf die Hauptwebsite verweist, gibt überhaupt kein `hreflang` aus. Der Satz wird auf der von der Suchmaschine

als kanonisch akzeptierten Seite ausgewertet; würde die Kopie Übersetzungen auf ihrem eigenen Host benennen, widerspräche das der Zeile darüber. Ihre Sprachauswahl funktioniert weiterhin, denn ein Leser, der Dänisch möchte, soll nach wie vor Dänisch bekommen.

Eine Prüfung der erzeugten Seiten stellt sicher, dass jede Seite mit Alternativen `x-default` und ihre eigene Sprache enthält und dass jede Alternative eine erzeugte Seite ist, einer bekanntgegebenen Sprache angehört und zurückverweist. Die Regel zum Selbstverweis hat ihren Grund. Der Generator bietet zwei ähnlich benannte Listen: `.Translations` lässt die aktuelle Seite aus, `.AllTranslations` schließt sie ein. Der Fehler in nur einem Wort entfernt die eigene Sprache jeder Seite gleichzeitig aus Kopf und Sprachenleiste, sodass beide weiter übereinstimmen. Bei einem absichtlich fehlerhaften Build war diese Prüfbedingung die einzige im Prüfprogramm, die 528 der 792 Seiten als fehlerhaft erkannte.

Wo es schiefgeht

Suchende sehen die Fassung in der falschen Sprache. Ein dänischer Leser landet auf der englischen Seite, oder beide Fassungen erscheinen nebeneinander. Die Verweise zeigen nur in eine Richtung: Die dänische Seite nennt die englische, aber die englische führt noch immer nur die zuvor vorhandenen Sprachen auf. Suchmaschinen ignorieren ein Paar ohne Rückverweis. Erzeugen Sie den Satz jeder Seite aus einer einzigen Liste, die auch die jeweilige Seite einschließt, und prüfen Sie die Gegenseitigkeit am erzeugten Ergebnis.

Die Hinweise einer ganzen Sprache bleiben wirkungslos. Das Markup ist vorhanden und gültiges HTML, trotzdem gelten die Fassungen als unabhängig. Die Codes bezeichnen das Falsche: `ua` oder `dk`, wo die Sprachen `uk` und `da` heißen; `be` soll Belgien meinen, steht aber für Belarussisch; oder `en-UK` steht dort, wo `en-GB` gemeint war, denn `UK` ist ein reservierter Regionscode, den Google ignoriert. Verwenden Sie eine Sprache nach ISO 639-1, ergänzen Sie eine Region nach ISO 3166-1 nur bei länderspezifischen Inhalten und beachten Sie, dass auch ein gültiges BCP-47-Kennzeichen von Google nicht unterstützt sein kann.

Übersetzungen verschwinden aus dem Index. Nur die ursprüngliche Sprache erscheint in der Suche, und die Übersetzungen gelten als ihre Duplikate. Jede Übersetzung nennt das Original als kanonisch und verlangt damit, als Duplikat

mit ihm zusammengeführt und nicht eigenständig indexiert zu werden, während ihr `hreflang` um ihre Anzeige bittet. Machen Sie jede Sprachfassung selbst kanonisch; nach Googles Empfehlung sollte die kanonische Seite in derselben Sprache verfasst sein.

Eine Seite, die nicht in der Suche erscheinen sollte, wird trotzdem bekanntgegeben. Eine mit `noindex` markierte Entwurfssprache erscheint unter den Alternativen veröffentlichter Seiten oder nennt diese in ihrem eigenen Kopf. Bekanntgabe und Anweisung wurden an unterschiedlichen Stellen festgelegt; dadurch erhält ein Crawler zwei Antworten zur selben Adresse. Entscheiden Sie pro Sprache zwischen Bekanntgabe in beiden Richtungen und keiner Bekanntgabe, halten Sie das in einer Einstellung fest, aus der jede Liste liest, und prüfen Sie die erzeugten Seiten dagegen.

Weiterführende Lektüre

- HTML-Standard: das Attribut hreflang — Was das Attribut an einem Link bedeutet und warum ein Browser sich nicht darauf verlassen darf.
- HTML-Standard: Linktyp „alternate“ — Wie `hreflang` und `type` eine Übersetzung oder ein anderes Format desselben Dokuments beschreiben.
- RFC 5646: Kennzeichen zur Identifizierung von Sprachen — Die BCP-47-Syntax, der der Attributwert folgen muss.
- Google Search Central: lokalisierte Fassungen Ihrer Seiten — Die drei Auslieferungsmethoden, die Regel gegenseitiger Verweise und `x-default`.

Glossar

Für Ihre tatsächlichen Rahmenbedingungen auswählen

Beschreiben Sie den Arbeitsablauf, die vorhandenen Schnittstellen und die Nutzer, die die Veränderung benötigen. Wir können eine prüfbare Lieferung definieren und die Übergabe so gestalten, dass Ihr Team die gelieferten Bestandteile warten kann.

Preise ansehen Kontakt aufnehmen →

Die Begriffe praktisch nutzbar machen

Fragen Sie, wie „Was ist hreflang?“ auf Ihre Organisation zutrifft. Ein konkretes Beispiel aus Ihrem bestehenden System reicht aus, um das Gespräch zu beginnen.

Unsere Leistungen entdecken

welcome@engineer.company +45 50 10 61 84 Kopenhagen, Dänemark

Nehmen Sie diese Seite mit

Kontaktkarte

Mit Sorgfalt und Liebe gestaltet von D.

CVR 45969703 · Tagensvej 105C, 3. th, 2200 København N

Copyright © 2025 – heute · Engineer ApS · Alle Rechte vorbehalten.

Gedruckt von https://engineer.company/de/glossary/hreflang/