

# HREFLANG-TAG

*Veröffentlicht am 7. August 2026 von Marie*

## Was ist das hreflang-Tag?

Das hreflang-Tag ist eine HTML-Auszeichnung, die Google und anderen Suchmaschinen mitteilt, für welche Sprache und welches Land eine bestimmte Seitenversion gedacht ist. Es sorgt dafür, dass Nutzer aus Deutschland die deutsche und Nutzer aus Spanien die spanische Seite ausgeliefert bekommen.

### Beispiel:

Eine Agentur betreibt ihre Website unter [media-company.eu](https://www.media-company.eu) (Deutsch) und [wisea.es](https://www.wisea.es) (Spanisch). Über hreflang-Tags im Quellcode signalisiert sie: „Die deutsche Version ist für DE, die spanische für ES.“

### Worauf es ankommt:

Jede Seitenversion muss auf alle anderen verweisen – inklusive auf sich selbst. Fehlerhafte hreflang-Tags gehören zu den häufigsten Ursachen für schlechte Rankings im Ausland. Ergänzend sollten [Canonical Tags](#) sauber gesetzt sein.

### Wann Du es brauchst:

Immer, wenn Deine Website in mehreren Sprachen oder für mehrere Länder ausgespielt wird. Ohne hreflang riskierst Du [Duplicate Content](#) und dass Google die falsche Version rankt.

### Fazit:

Für internationale Sichtbarkeit ist hreflang Pflicht – und gehört zur Grundausstattung im [technischen SEO](#).