

Bildoptimierung

Bilder SEO



KONTOR 4
Agentur für neue Medien

Bildoptimierung für Google - der Bilder-SEO-Leitfaden!

Unter Suchmaschinenoptimierung, kurz SEO, versteht man umfassend die Optimierung der eigenen Website, um in den Suchergebnissen von Google möglichst hoch zu ranken. Was hier gerne übersehen wird: Auch mit Bildern kann man Suchmaschinenoptimierung betreiben und diese optimieren! Wie das gehen kann, erläutern wir in diesem Beitrag.

Eine Website besteht aus vielen Elementen, die zum Teil für die Nutzer:innen nicht sichtbar sind - wie bspw. der Quellcode. Neben dem Text sind Bilder der wichtigste Bestandteil einer Website und sorgen im Optimalfall dafür, dass Nutzer:innen entweder länger auf der Seite bleiben, oder sie das Kaufverhalten der Besucher:innen bewusst beeinflussen. Das Ziel von Bilder SEO ist es, dass die Bilddatei in der Google Bildersuche gut rankt - ähnlich wie beim herkömmlichen SEO für Texte.

Bildauswahl

Umso mehr ein Bild das Thema eines Beitrages widerspiegelt, desto besser. Bei Produktseiten können viele verschiedene Bilder eines Produktes wichtig und hilfreich sein. Bei rein informativem Inhalt können viele Bilder als störend empfunden werden. Kurz: Je nach Relevanz und Themenbereich sollte auf die Anzahl der Bilder geachtet werden. Wichtig ist auch: Ist ihr Bild aussagekräftig? Kann der User den Themenbereich mit Hilfe Ihres Bildes aber ohne Text verstehen? Wenn Sie diese Fragen mit "Ja" beantworten können, haben Sie alles richtig gemacht. Grafiken im sichtbaren Bereich werden - ähnlich wie Texte - besser gewertet als sogenannter Hidden Content (= versteckter Inhalt, den Suchmaschinen nicht lesen können). Platzieren Sie Bilder also direkt in dem Beitrag und nicht bspw. als Link.

Dateiname

Die Chance, dass ein Bild aus einem Beitrag in Suchmaschinen vorne rankt, erhöht sich, wenn der Dateiname mit einem oder mehreren Keywords versehen wird. Der Dateiname sollte den wesentlichen Kern des Bildes beschreiben, das heißt: *sprechende Dateinamen* nutzen.

Beispiel: "img-2357.jpg" ist kein sprechender Dateiname und sollte deshalb nicht verwendet werden, besser "giesskanne-blumen.jpg"

Bildoptimierung für Google - der Bilder-SEO-Leitfaden!

Unterstrich oder Bindestrich?

Grundsätzlich spielt es keine Rolle, welches der beiden Trennzeichen Sie nutzen:

Dateiformat

Die klassische Bild-Datei ist das JPEG-Format, dieses eignet sich besonders für bunte und sehr kontrastreiche Bilder. Ein weitere Vorteil ist, dass JPEG Formate einerseits von jedem Browser unterstützt werden und andererseits komprimiert werden können, sodass die Ladezeit verringert werden kann. Hat Ihr Bild allerdings transparente Bereiche, eignen sich JPEG-Formate nicht.

Für transparente Bereiche eignet sich das PNG-Format. Man unterscheidet zwischen dem PNG8 Format, welches 256 Farben darstellen kann und dem PNG24 Format, welches 16,7 Millionen Farben darstellen kann. Oft wird diese Art von Datei für Logos oder Bilder mit viel Text genutzt.

Des Weiteren gibt es die SVG-Dateien: Dieses Format basiert auf der Auszeichnungssprache XML und kann somit mittels HTML-Code auf der Seite integriert werden. Das wirkt sich auf die Ladezeit aus, da die Bilder direkt im Browser geladen werden können. Achtung: Es gibt aber auch eine negative Auswirkung - die Sicherheit. Es können z. B. ungewünschte Skripte von Dritten eingebunden werden, die sich dann auf die Website schädlich auswirken.

Bildgröße

Bei der Bildgröße sollte ein guter Kompromiss zwischen vertretbarer Ladezeit und angemessener Qualität vereinbart werden. Insbesondere Mobile-Nutzer:innen werden es Ihnen danken, wenn Sie keine lange Ladezeiten auf Ihrer Seite haben werden. Ebenso wird Google die kurzen Ladezeiten mit in die Bewertung Ihrer Seite aufnehmen und somit auch das Ranking beeinflussen.

Ein Bild sollte **mindestens 300px** Kantenlänge besitzen, weil Displays - egal in welchem Format - immer hochauflösender und auch größer werden. Zwischen **600** und **900px** sind in der Regel ausreichend!

Alt-Tag

Eine weitere Methode, Suchmaschinenoptimierung über Bilder zu betreiben ist die Verwendung des sogenannten Alt-Tags. In diesem Tag empfehlen wir eine kurze Beschreibung des Bildes zu hinterlegen - mit den wichtigsten Keywords. Der eingetragene Text wird Nutzer:innen nur dann angezeigt, wenn eine Grafik nicht dargestellt werden kann oder dieser einen Screenreader nutzt.

Title-Tag

Der Titel-Tag wird angezeigt, wenn die Nutzer:innen mit der Maus über das Bild fahren. Während die Wichtigkeit des Alt-Tag für die Bildersuche unstrittig ist, stand zumindest bisher nicht zu 100% fest, ob Google auch das Title-Atribut von Bildern mit in das Ranking einbezieht.

Auch der Tweet von Google Webmaster Trends Analyst John Mueller war da keine hilfreiche Antwort.

[@dawnieando](#) If you're changing the title with onmouseover, I doubt we'd pick that up. If it's just the title attribute: maybe. Test & tell?

— John ☆.o(≧▽≦).☆ (@JohnMu) 29. März 2016

Er empfahl, die Auswirkungen selbst zu testen - so geschehen von Twitter-Nutzer

*[@rustybrick](#) I ran a test to see if Googlebot can see / uses img="title" after [@johnmu](#) suggested it, and it does ;)
pic.twitter.com/cZFB219taz*

— Dawn A ℄(°_3 °)℄ (@dawnieando) 13. April 2016

Bildoptimierung für Google - der Bilder-SEO-Leitfaden!

Das bedeutet: Alle die Bilder-SEO betreiben möchten/wollen/müssen: Am besten setzt man parallel zum Alt- auch gleich das Title-Attribut. Formulieren Sie hier einen Satz und erklären Sie in kurzen Worten, was auf dem Bild zu sehen ist. Keywords sollten natürlich in den Satz mit aufgenommen werden. Hier gilt - umso kürzer und genauer, desto informativer und am Ende besser für das eigene Ranking.

Unterverzeichnis

Speichern Sie nicht alle Bilder im IMAGES-Ordner ab, sondern legen Sie sich zu jeder Kategorie passende Ordner an. Mit diesem Vorgehen steigern Sie die Chancen darauf, dass jemand bei der Suche nach einem Keyword (welches z.B. der Ordnername ist) auf Ihrer Website landet.

Indexierung

Auf einer Webseite eingebundene Bilder werden automatisch von Suchmaschinen indexiert. Es sei denn, Ihr Webmaster oder Sie selber treffen technische Voraussetzungen, diese Automatik zu verhindern. Beispielsweise durch entsprechende Angaben in der robots.txt oder in .htaccess-Dateien. Überprüfen Sie also, ob Suchmaschinen Ihre Bilder überhaupt indexieren dürfen.

Die Bilder-SEO Checkliste!

- **Bildauswahl:** Thema soll wiedergespiegelt werden
- **Dateiname:** soll Keyword enthalten
- **Bildgröße:** lange Ladezeiten vermeiden
- **ALT-Tag** Kurze Beschreibung zum Bild (inkl. Keywords)
- **TITLE-Tag:** Keyword-Synonyme verwenden
- **Bilderstruktur:** Unterverzeichnis Ordner-> Keywords
- **Indexierung:** robots.txt & .htaccess überprüfen

Die neue Google Bildersuche

2017 ist das Jahr der Google Bildersuche. Anfang Februar wurde die Bildersuche von Google überarbeitet - und für Webmaster nicht gerade ins Positive.

Aber was ist passiert?

Bildoptimierung für Google - der Bilder-SEO-Leitfaden!

So war es: Haben sich Nutzer:innen für ein Bild interessiert, konnten sie es zwar anklicken, mussten jedoch für die Großansicht entweder auf die Website des Bildanbieters oder das Bild direkt öffnen - über den Original-Link. So hatten beiden Seiten was davon. Die Nutzer:innen haben ihr Bild und der Webmaster seinen Traffic.

So ist es jetzt: Interessieren sich Nutzer:innen nun für ein Bild auf Google, kann er dieses weiterhin - wie vorher - anklicken, erhält aber im Anschluss das Bild direkt in Großformat in Google präsentiert. Durch einen Klick auf das Bild gelangen die Nutzer:innen zwar zum Originallink, aber wer braucht das noch, wenn es ja schon in Google in hoher Auflösung zu finden ist.

Urheberrechtlich sicherlich sehr verkehrt was Google da macht, aber was kann man nun gegen den "geklauten Traffic" machen?

Es gibt ein paar Dinge die derzeit heiß diskutiert werden.

Es gibt die Möglichkeit, Google falsche Bilder zu schicken. Via htaccess werden alle Bildaufrufe von Google abgefangen und zu einem PHP-Script weitergeleitet, welches einen Milchglaseffekt und einen Text á la "Klicken, um das Bild zu sehen" über das Foto legt. Natürlich kann man so Google zwar zeigen, was man von der neuen Bildersuche hält - aber wenn ein weichgezeichnetes Bild mit Text in der Bildersuche angezeigt wird, bleibt der Traffic dazu wohl oder übel eh aus.

Es gibt noch die ganz drastische Lösung - das De-Indexieren, also alle Bilder komplett aus dem Google Index zu löschen. Hier sollte man aber wirklich gut überlegen, ob man alles wovon man bisher profitiert hat, verlieren möchte.

Der letzte und wohl schlaueste Weg ist erstmal abzuwarten und zu beobachten, was genau noch in diesem Segment passiert. Es bringt jetzt nichts, drastische Wege einzuleiten. Vor allem wenn man versucht, Google auszutricksen.

Bildoptimierung für Google - der Bilder-SEO-Leitfaden!

Anfang April 2017 hat Google wieder zugeschlagen und ein neues Features der Bildersuche verpasst - vorerst nur über google.com und Google Chrome. Nutzer:innen ist es jetzt gestattet, Bilder mit einem Klick in ein eigenes Album zu speichern. Die dort abgelegte Bilder sind per Frame eingebettet und stehen den Nutzer:innen jederzeit zur Verfügung - ohne noch einmal die Website zu besuchen, oder den Originallink des Bildes zu nutzen

Fazit

Wie man es dreht oder wendet: Es lohnt sich in jedem Fall, auch mit den Bildern einer Website Suchmaschinenoptimierung zu betreiben. Nicht nur, weil damit die Website in den Rankings nach oben rutschen kann, sondern auch, weil die Performance der Seite einen lebhaften Schub bekommt und man in Bezug auf Barrierefreiheit ordentlich punkten kann. Dass sich die Wahrnehmung sowie der Traffic der Seiten durch optimierte Grafiken erhöhen, geht damit einher. Zukünftig wissen Sie nun also, dass Bilder weitaus mehr sind als nur reine Deko.

In Bezug auf die neue Bildersuche von Google sollten Sie erstmal abwarten und hoffen, dass sich vielleicht jemand Großes juristisch gegen wehrt. Es bleibt zu hoffen, dass Google bislang (nur) bei den Bildern bleibt und sich nicht im schlimmsten Fall auch noch das Wichtigste krallt - den eigenen Content!

Sie haben das Gefühl, dass Ihre Bilder nicht optimiert sind?

Gerne schauen wir uns das mal an. Kontaktieren Sie uns einfach - und wir schauen, was wir machen können;)

Unsere Kontaktdaten:

KONTOR4 GmbH
Agentur für neue Medien
Georgstraße 48
30159 Hannover
Tel.: 0511-99995890