KONTOR4
Agentur für neue Medien

E-BOOK · LEITFADEN

Bildoptimierung für Google: der Bilder-SEO-Leitfaden

So optimieren Sie die Bilder Ihrer Website für Google, schnelle Ladezeiten und Barrierefreiheit

Bildauswahl, Dateiname, Format, Größe, Alt-Text und Indexierung: Mit diesen Schritten werden Ihre Bilder mehr als reine Deko. Mit Bilder-SEO-Checkliste.

8 Hebel
von der Bildauswahl bis zur Indexierung

WebP & AVIF
moderne Formate für kurze Ladezeiten

Checkliste
für jedes Bild

INHALT

Was Sie hier erwartet

Unter Suchmaschinenoptimierung (SEO) versteht man die Optimierung der eigenen Website, um bei Google möglichst weit oben zu erscheinen. Was gern übersehen wird: Auch Bilder lassen sich optimieren. Wie das geht, erläutern wir in diesem Leitfaden.

1 **Warum Bilder-SEO?** EINLEITUNG

2 **Die Stellschrauben** SCHRITT FÜR SCHRITT

3 **Die Bilder-SEO-Checkliste** ZUM ABHAKEN

EINLEITUNG

Warum Bilder-SEO?

Eine Website besteht aus vielen Elementen, manche davon sind für Besucher:innen gar nicht sichtbar, wie der Quellcode. Neben dem Text sind Bilder der wichtigste Bestandteil: Im besten Fall sorgen sie dafür, dass Menschen länger bleiben und sich für Ihr Angebot entscheiden.



Ziel von Bilder-SEO ist, dass Ihre Bilder in der Google-Bildersuche, bei der Suche mit Google Lens und in Produkt- und KI-Ergebnissen gut gefunden werden, ähnlich wie bei der Optimierung von Texten. Gleichzeitig sorgen optimierte Bilder für schnelle Ladezeiten, und gute Alternativtexte machen Ihre Website barrierefreier.

SCHRITT FÜR SCHRITT

Die Stellschrauben

Bildauswahl

Je besser ein Bild das Thema eines Beitrags widerspiegelt, desto besser. Auf Produktseiten helfen viele Ansichten eines Produkts, in reinen Informationstexten können zu viele Bilder stören. Fragen Sie sich: Ist das Bild aussagekräftig? Versteht man das Thema auch ohne Text? Dann haben Sie alles richtig gemacht. Eigene Fotos sind Stockfotos meist überlegen. Binden Sie Bilder direkt im Beitrag als echtes Bild ein, nicht nur als Hintergrundbild oder als Link. Hintergrundbilder indexiert Google nicht.

Dateiname

Die Chance, dass ein Bild gefunden wird, steigt, wenn der Dateiname beschreibt, was zu sehen ist. Nutzen Sie sprechende Dateinamen. Beispiel: „img-2357.jpg“ sagt nichts, „giesskanne-blumen.jpg“ schon.

Unterstrich oder Bindestrich? Google empfiehlt Bindestriche als Trennzeichen. Verwenden Sie außerdem Kleinbuchstaben und ersetzen Sie Umlaute (ae, oe, ue).

Dateiformat

FORMAT	GUT FÜR	HINWEIS
WebP	Fotos und Grafiken	Deutlich kleiner als JPEG bei gleicher Qualität. Heute der Standard.
AVIF	Fotos	Noch kleiner als WebP, von allen aktuellen Browsern unterstützt.
JPEG	bunte, kontrastreiche Fotos	Funktioniert überall, gut als Rückfallebene. Keine Transparenz.
PNG	Logos, Grafiken mit Transparenz, Screenshots	Für Fotos meist zu groß.
SVG	Logos, Icons, einfache Grafiken	In jeder Größe scharf und sehr klein. Achtung: SVG-Dateien können Code enthalten, deshalb nur aus vertrauenswürdigen Quellen einbinden.

Bildgröße

Finden Sie einen guten Kompromiss zwischen Ladezeit und Qualität. Vor allem Smartphone-Nutzer:innen danken es Ihnen, und Google bezieht die Ladezeit in die Bewertung Ihrer Seite ein (Core Web Vitals).

- Laden Sie Bilder nicht größer hoch, als sie angezeigt werden. Faustregel: etwa doppelte Anzeigegröße für hochauflösende Bildschirme.
- Komprimieren Sie Bilder. Ein Foto im Text sollte meist unter 200 KB bleiben.
- Lassen Sie Ihr CMS mehrere Größen ausliefern, kleinere fürs Smartphone, größere für große Bildschirme.
- Bilder weiter unten erst laden, wenn man hinscrollt (Lazy Loading). Das große Bild ganz oben aber sofort.

Alt-Text

Der Alternativtext (alt-Attribut) ist der wichtigste Text an einem Bild. Er wird angezeigt, wenn ein Bild nicht geladen werden kann, von Screenreadern vorgelesen und von Suchmaschinen gelesen. Hinterlegen Sie eine kurze, konkrete Beschreibung dessen, was zu sehen ist. Die wichtigsten Begriffe dürfen vorkommen, aber natürlich formuliert. Aneinandergereihte Keywords wertet Google als schlechte Praxis. Reine Schmuckbilder bekommen bewusst einen leeren Alternativtext.

Schlecht

- „Bild“
- „Gießkanne Blumen gießen Garten Gießkanne kaufen“

Gut

- „Grüne Metall-Gießkanne beim Gießen von Tomatenpflanzen“

Title-Attribut

Das Title-Attribut wird angezeigt, wenn man mit der Maus über ein Bild fährt. Lange war unklar, ob Google es berücksichtigt. Heute ist klar: Für Google spielen Alt-Text, Dateiname und der Text rund um das Bild die entscheidende Rolle. Am Smartphone sieht man das Title-Attribut gar nicht. Unsere Empfehlung: Stecken Sie die Mühe lieber in einen guten Alt-Text.

Umfeld und Unterverzeichnisse

Platzieren Sie Bilder in der Nähe des passenden Textes, nutzen Sie, wo sinnvoll, eine Bildunterschrift. Legen Sie Bilder nicht alle in einen Ordner, sondern in sinnvolle Unterverzeichnisse nach Themen. Das schafft Ordnung und liefert Suchmaschinen einen zusätzlichen Hinweis.

Indexierung

Eingebundene Bilder werden von Suchmaschinen automatisch indexiert, es sei denn, das wird technisch verhindert, etwa in der robots.txt. Prüfen Sie also, ob Suchmaschinen Ihre Bilder überhaupt erfassen dürfen. Bei vielen Bildern hilft eine Bild-Sitemap, und mit einem Vorschaubild (Open Graph) sehen Links in sozialen Netzwerken gut aus.

> ACHTUNG
>
> Bildrechte immer klären: Lizenz, Urheberangabe, Einwilligung der abgebildeten Personen. Und KI-Bilder, die wie echte Fotos wirken, müssen gekennzeichnet werden.

Fazit

Wie man es dreht und wendet: Es lohnt sich, auch die Bilder einer Website zu optimieren. Nicht nur, weil Sie in der Bildersuche gefunden werden, sondern auch, weil Ihre Seite schneller lädt und Sie bei der Barrierefreiheit punkten. Bilder sind weit mehr als reine Deko.

ZUM ABHAKEN

Die Bilder-SEO-Checkliste

- [ ] **Bildauswahl**
  Das Bild spiegelt das Thema wider, möglichst ein eigenes Foto.
- [ ] **Dateiname**
  Sprechend, mit Bindestrichen, beschreibt das Bild.
- [ ] **Format**
  WebP oder AVIF, Logos als SVG.
- [ ] **Bildgröße**
  Nicht größer als nötig, komprimiert, Lazy Loading unterhalb des sichtbaren Bereichs.
- [ ] **Alt-Text**
  Kurze, konkrete Beschreibung, natürlich formuliert.
- [ ] **Umfeld**
  Bild beim passenden Text, ggf. mit Bildunterschrift.
- [ ] **Struktur**
  Sinnvolle Unterverzeichnisse statt eines großen Bilder-Ordners.
- [ ] **Indexierung**
  robots.txt prüfen, bei vielen Bildern Bild-Sitemap.

KONTOR4
Agentur für neue Medien

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

Gern schauen wir uns das an. Kontaktieren Sie uns einfach, und wir schauen, was wir machen können.

KONTOR4 GmbH
Georgstraße 48 · 30159 Hannover
Telefon: 0511 99 99 58 90
info@kontor4.de · www.kontor4.de

Kostenloses Erstgespräch vereinbaren