

WELCHE BEDEUTUNG HAT DIE GOOGLE BILDERSUCHE FÜR DEINE WEBSITE?



Veröffentlicht am 15. Februar 2018 von Carsten



Du hast den Inhalt Deiner Seite optimiert und auf Hochglanz poliert? Gut, dann solltest Du Dich jetzt um Deine Bilder kümmern. Die Bildersuche wird immer wichtiger für Dein Ranking bei Google. Wenn Du hier keine Zeit investierst, wirst Du später das Nachsehen haben. Wir verraten Dir, was Du dabei beachten musst.

CONTENT NAVI

Bei Bildern auch an SEO denken

- [Bildersuche in Gegenwart und Zukunft](#)
- [Wie arbeitet die Bildersuche von Google?](#)
- [Wie funktioniert SEO für Bilder?](#)
- [Die wichtigsten Punkte für Bilder SEO](#)
- [Die Mühe lohnt sich](#)

Stell Dir vor, Du hast Hunger und stehst vor zwei Restaurants. Du weißt nicht, in welchem davon Du essen sollst. Also zückst Du Dein Smartphone und öffnest die Google Bildersuche. Mit der Smartphone-Kamera visierst Du eines der Restaurants an und bekommst sofort die Speisekarte, die Google Rezensionen und die Auslastung um diese Uhrzeit angezeigt. Beim anderen Restaurant erhältst Du keine Infos zu Deiner Bildersuche. In welches Restaurant wirst Du wohl gehen, in das mit Deiner Lieblingspizza, das 4,5 Sterne bei Google hat und gerade nicht zu voll ist, oder das, von dem Du außer dem Namen nichts weißt? Genau, denn wir verlassen uns immer mehr auf die Suchergebnisse von Google.

Wenn Du der Restaurantbesitzer bist, sollte es Dir natürlich wichtig sein, dass Dein Restaurant optimal mit der Bildersuche von Google gefunden werden kann.

Ein anderer Fall: Du siehst jemanden mit einer tollen Jacke auf der Straße, die Du auch gerne kaufen möchtest. Du machst ein Foto von der Jacke und Google zeigt Dir über die Bildersuche sofort an, in welchen Onlineshops oder bei welchem Einzelhändler in Deiner Nähe Du die Jacke kaufen kannst. Bist Du ein Shopbetreiber, willst Du natürlich, dass Deine Website ganz oben bei Google angezeigt wird.

BILDERSUCHE IN GEGENWART UND ZUKUNFT

Noch ist nicht alles von dem oben Beschriebenen möglich. Google arbeitet aber stetig daran, die Bildersuche zu verbessern und in Zukunft eine Live Bildersuche zu ermöglichen. Auf der Google I/O 2017 conference keynote im Mai 2017 wurde Google Lens vorgestellt.

Google Lens basiert auf einer künstlichen Intelligenz, die versteht, was Du Dir durch die Linse Deines Smartphones anschaut. Google Lens hilft Dir dann, Entscheidungen zu fällen, wie in dem Beispiel mit den Restaurants.

Eine flächendeckende Live Bildersuche wird aber wahrscheinlich neue Diskussionen über Datenschutz mit sich bringen. Heute lässt sich längst in der Bildersuche von Google ein Bild hochladen, woraufhin Google daraus einen Suchbegriff ableitet und eine entsprechende Suche startet. So kannst Du zum Beispiel anhand eines Standbildes herausfinden, zu welchem Film es gehört. Google wird dann den Film erkennen, Shopping-Ergebnisse liefern und ähnliche Bilder anzeigen. Diese Art der Bildersuche ist auch sehr nützlich, wenn die Quelle eines Bildes gefunden werden soll. Dies kann sehr entlarvend sein, wenn sich zum Beispiel Profifotos oder Bilder von gut gelaunten Angestellten auf eine Stockfoto-Datenbank zurückführen lassen.

WIE ARBEITET DIE BILDERSUCHE VON GOOGLE?

Damit Google weiß, was auf dem Bild zu sehen ist, muss es dieses erst einmal verstehen. Dazu zerlegt Google das Bild in kleine Flächen und vektorisiert diese. Die darin enthaltenen Farbwerte werden einem Algorithmus zugeführt. Dieser sorgt dann dafür, dass Google ähnlich aussehende Bilder erkennt.

Diese ähnlichen Bilder werden dann als Ergebnis der Bildersuche mit angezeigt. Doch damit Google bei einer Bildersuche nach dem Brandenburger Tor auch wirklich dieses anzeigt, muss Google wissen, welche Bildmuster auf die Sehenswürdigkeit hindeuten. Dafür sind die Titel und Beschreibungen der Bilder wichtig. Dadurch lernt Google über die Zeit, welche Bilder jemand sucht, wenn er „Brandenburger Tor“ bei Google eingibt. Je öfter ein Motiv mit der richtigen Beschreibung im Internet auftaucht und vom Google Bot gefunden wird, desto genauer die Ergebnisse der Bildersuche. So zeigt Google nicht nur das Brandenburger Tor, sondern kann auch für spezialisierte Anfragen wie „Brandenburger Tor bei Nacht“ oder „Brandenburger Tor von oben“ die passenden Bilder ausgeben.

Sachlich falsche Bildbeschreibungen leiten demnach die Google Bildersuche auf die falsche Fährte. Hätte sich ein Großteil der Internetnutzer irgendwann einmal darauf geeinigt, Bildern vom Brandenburger Tor den Titel „Kölner Dom“ zu geben, würde man, wenn man den Kölner Dom bei Google sucht, das Brandenburger Tor angezeigt bekommen. Um solche Fehler zu vermeiden, muss

Google seinem Algorithmus beibringen, was wirklich auf den Bildern zu sehen ist. Dabei kann jeder helfen, der ein Konto bei Google hat. Über [Google Crowdsourcing](#) kann jeder ehrenamtlich Googles künstlicher Intelligenz beim Lernen helfen. Dort werden eine Reihe von Fotos zu einer bestimmten Kategorie, z. B. Fahrräder, angezeigt. Der Benutzer muss nur bei jedem Bild antworten, ob auf diesem Fahrräder zu sehen sind. Dies soll Google davor bewahren, sich falsche Suchbegriffe zu Bildern anzulernen.

WIE FUNKTIONIERT SEO FÜR BILDER?

Ist der Seiteninhalt mit thematisch passenden Bildern angereichert, bewertet Google das positiv. Selbst wenn die eigene URL nicht unter den vorderen Plätzen bei der Google Suche mit angezeigt wird, kann ein Bild davon weiter oben unter der Bildersuche auftauchen und so Besucher auf die eigene Seite lenken.

Die Optimierung ist dabei gar nicht so aufwendig. Als Erstes ist es wichtig, die Bilder im Internet nicht bloß „Foto01“ zu nennen. Der Name muss einen exakten Hinweis auf das Bild geben. Ein Foto von einem roten Apfel sollte also mit „roter-apfel“ benannt werden. Du solltest dabei Umlaute und Großbuchstaben vermeiden. Die einzelnen Begriffe trennst Du mit Binde- und nicht mit Unterstrichen.

Google erkennt inzwischen auch immer besser, was auf dem Bild wirklich zu sehen ist. Daher würde die Suchmaschine keine grüne Banane als roten Apfel oder den Kölner Dom nicht als Brandenburger Tor listen. Google weiß inzwischen, wie diese Dinge aussehen.

Mindestens genauso wichtig wie ein passender Titel ist ein zutreffender Alt-Tag. Dieser beschreibt genauer, was auf dem Bild zu sehen ist. Das hilft Google beim Einordnen des Bildes. Der Alt-Tag wird ausgegeben, wenn das Bild nicht angezeigt werden kann oder der Bildschirminhalt für Blinde aufbereitet wird. Dies könnte zum Beispiel „roter Apfel in einer Schale“ sein.

Daneben spielt auch der Kontext des Bildes eine wichtige Rolle. Es nützt nichts, das Bild einfach irgendwo auf der Seite einzubinden. Du solltest das Bild vom roten Apfel eher im Kontext von gesunder Ernährung als in einem Artikel über Tiefseetauchen verwenden.

Wenn Du Bilder einbindest, musst Du auch auf die Ladezeiten achten. Bilder, die zu viel Speicherplatz verbrauchen, reduzieren die Geschwindigkeit der Seite. Dies führt zu einer Abwertung durch Google. Besonders wichtig ist dies im Hinblick auf den kommenden [Mobile First Index](#) von Google. Zudem haben Seiten, bei denen die Bilder ewig zum Laden brauchen und den Datenverbrauch somit in die Höhe treiben, eine hohe Absprungrate. Bei der visuellen Größe solltest Du jedoch nicht knausern. Thumbnails, also Miniatur-Vorschaubilder, bringen den meisten Nutzern nichts, das weiß auch Google. Es gilt daher, die richtige Balance zwischen Ausgabegröße und Auflösung zu finden. Dabei sollten gängige Bildformate wie JPG, PNG oder GIF verwendet werden. Wie auch bei anderen Inhalten solltest Du vermeiden, das selbe Bild öfters hochzuladen. Das ist jedoch nicht damit gleichzusetzen, ob das eine Bild auf verschiedenen Unterseiten eingebunden wird. Das zeigt Google eher an, dass dieses Bild besonders relevant ist. Zum Beispiel eine Infografik, die an mehreren Stellen einen Mehrwert zum Text liefert. Die

[SEO Profis](#) von Webweisend -die Media Company- wissen, wie Bilder für Suchmaschinen optimiert

werden müssen.

Jeder, der SEO betreibt, sollte daher Zeit und Sorgfalt in die Optimierung seiner Bilder stecken, damit Google diese weiter oben anzeigt.

DIE WICHTIGSTEN PUNKTE FÜR BILDER SEO:

- passender Name des Bildes
- passender Alt-Tag, der das Bild beschreibt
- passender Bildkontext
- die richtige Bildgröße, lange Ladezeiten vermeiden, dabei auch an Mobile First denken
- ein Bild nur einmal auf dem Server ablegen
- eine Bilddatei öfter einbinden, wenn sinnvoll

DIE MÜHE LOHNT SICH

Alle Bilder auf der eigenen Website für Google zu optimieren, sollte sorgfältig geplant und durchgeführt werden, um Deine Besuchszahlen zu erhöhen, auch wenn es viel Zeit kostet.

Du willst, dass Deine Bilder von Profis für SEO optimiert werden? Dann melde Dich bei den Experten von der [Media Company](#).