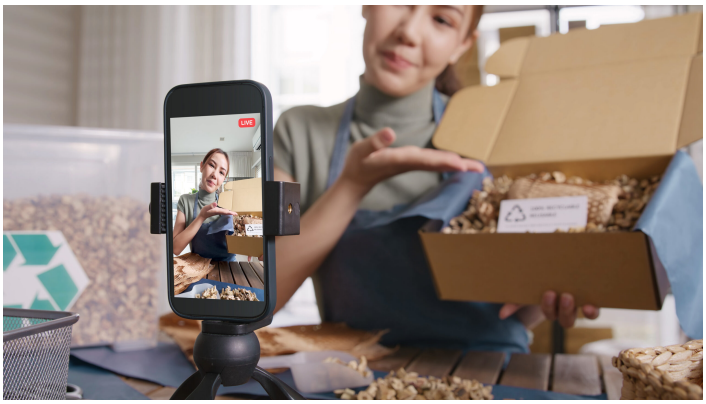
GOOGLE INDEXIERT INSTAGRAM POSTS SEIT JULI 2025: NEUE CHANCEN FÜR DEINE SICHTBARKEIT



Veröffentlicht am 22. Juli 2025 von Maya

Im Juli 2025 hat sich etwas Entscheidendes verändert – und fast niemand hat es bemerkt. Still und leise hat Google begonnen, öffentliche Beiträge von Instagram-Business-Accounts **in die Websuche zu integrieren.** Was das konkret bedeutet?
Deine Instagram Posts können jetzt nicht nur innerhalb der Plattform sichtbar sein, sondern auch in der Google-Suche auftauchen – inklusive Caption, Bild und Geo-Tag.

Das eröffnet eine neue Dimension der Sichtbarkeit. Vor allem für Selbstständige, lokale Anbieter und kleine Unternehmen ohne eigene Website ist das eine echte Chance: SEO direkt über Social Media.

In diesem Beitrag erfährst Du, wie das neue System funktioniert, was genau indexiert wird – und wie Du Deine Instagram-Strategie jetzt gezielt auf SEO und Local Visibility ausrichtest.

INSTAGRAM WIRD SEO-RELEVANT – WAS STECKT DAHINTER?

Bisher war Instagram vor allem ein Kanal für Community-Aufbau, Markenbindung und visuelle Inspiration. Für die Google-Suche spielten die Posts kaum eine Rolle – zumindest nicht direkt.

Instagram (und damit Meta) hat am oder um den 10. Juli 2025 herum eine Änderung eingeführt, die es Suchmaschinen wie Google und Bing ermöglicht, öffentliche Inhalte von **professionellen Konten** (Business- und Creator-Accounts) zu indexieren. Eine Pressemitteilung von Meta oder Google selbst gibt es dazu nicht.

Diese Änderung bedeutet: Einzelne Posts – insbesondere Reels, Bilder und Carousels mit aussagekräftiger Caption und Geo-Tag – **erscheinen in der klassischen Google-Suche und in der Bildersuche**. Ziel dahinter ist es, Suchenden schneller relevante, aktuelle Inhalte zu liefern. Dafür können Reels, Bilder und Captions auf Instagram einen besonderen Mehrwert liefern.

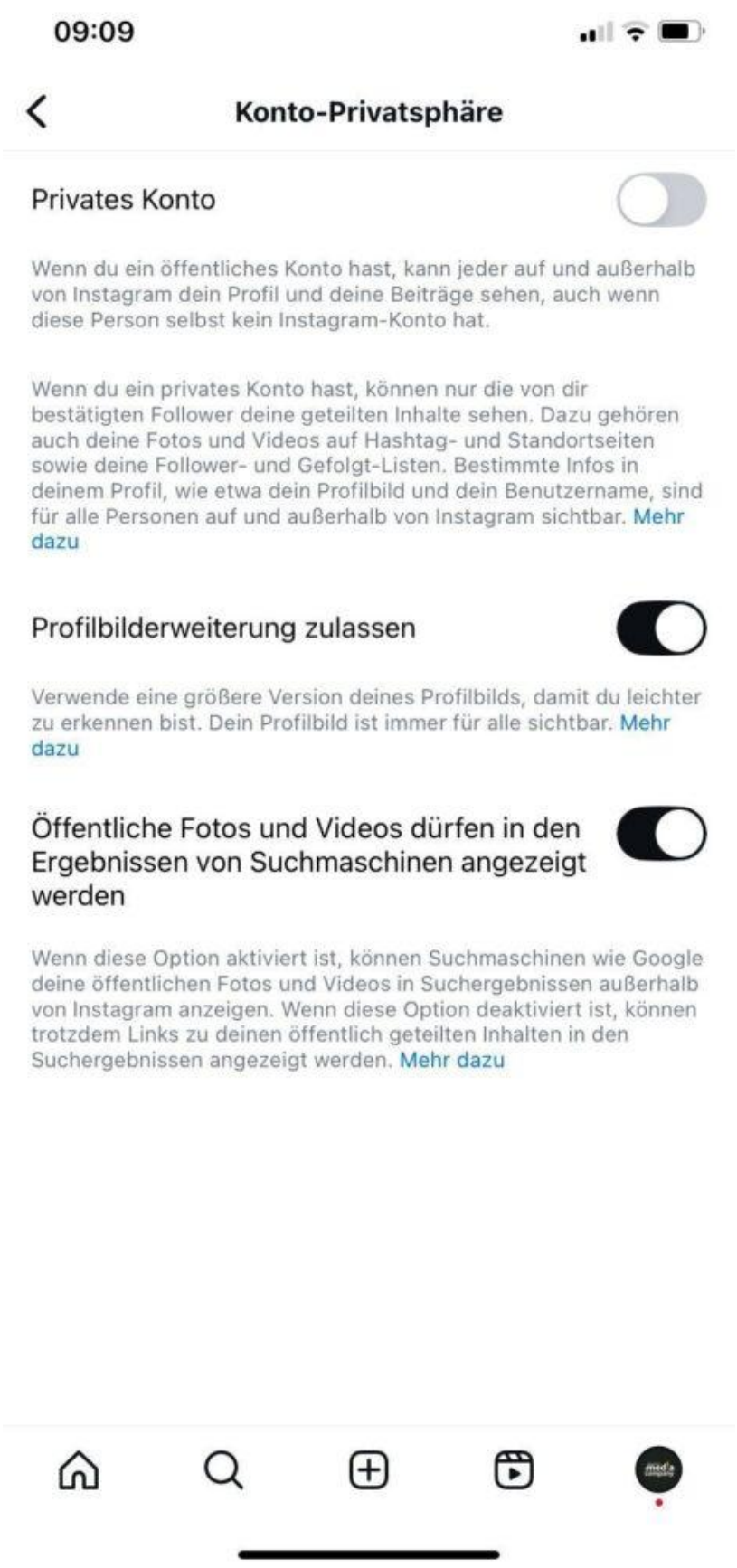
Und, besonders spannend: **auch AI Overview kann auf indexierte Instagram Posts zurückgreifen**. Das heißt, Deine Beiträge können künftig in KI-generierten Antworten auftauchen – neben Webseiten, Google Business Profilen oder Maps-Einträgen.

Instagram wird damit zu einem der wenigen Kanäle, die **Social + Search gleichzeitig abdecken**. Ein gut aufgebauter Instagram-Feed ermöglicht es damit, Deine Google-Präsenz gezielt zu stärken – **selbst ohne eigene Website oder Blog**. Google liebt Inhalte mit Mehrwert, und wenn Du Deinen Instagram-Account professionell nutzt, lieferst Du genau das.

WER PROFITIERT BESONDERS?

- Lokale Unternehmen ohne eigene Website
- Dienstleister mit starker Social-Media-Präsenz
- Selbstständige, Freelancer oder Praxisbetriebe
- Shops, Salons, Agenturen und Ateliers mit lokalem Kundenstamm

Für alle gilt: Wer regelmäßig postet, sinnvoll Keywords verwendet und klare Informationen bietet, kann über Instagram künftig auch **organischen Google-Traffic** erhalten.


09:09
Konto-Privatsphäre
Privates Konto
Wenn du ein öffentliches Konto hast, kann jeder auf und außerhalb von Instagram dein Profil und deine Beiträge sehen, auch wenn diese Person selbst kein Instagram-Konto hat.
Wenn du ein privates Konto hast, können nur die von dir bestätigten Follower deine geteilten Inhalte sehen. Dazu gehören auch deine Fotos und Videos auf Hashtag- und Standortseiten sowie deine Follower- und Gefolgt-Listen. Bestimmte Infos in deinem Profil, wie etwa dein Profilbild und dein Benutzername, sind für alle Personen auf und außerhalb von Instagram sichtbar. Mehr dazu
Profilbilderweiterung zulassen
Verwende eine größere Version deines Profilbilds, damit du leichter zu erkennen bist. Dein Profilbild ist immer für alle sichtbar. Mehr dazu
Öffentliche Fotos und Videos dürfen in den Ergebnissen von Suchmaschinen angezeigt werden
Wenn diese Option aktiviert ist, können Suchmaschinen wie Google deine öffentlichen Fotos und Videos in Suchergebnissen außerhalb von Instagram anzeigen. Wenn diese Option deaktiviert ist, können trotzdem Links zu deinen öffentlich geteilten Inhalten in den Suchergebnissen angezeigt werden. Mehr dazu

Was genau indexiert wird – und was nicht

Google crawlt nicht einfach „irgendetwas". **Indexiert werden aktuell:**

- Profilinformationen (Name, Adresse, Telefonnummer)
- Öffentliche Beiträge von Business-Profilen
- Captions und Hashtags
- Reels, Bilder und Carousels
- Alt-Texte der Bilder
- Standortdaten (Geotags)

Das wird nicht indexiert:

- Private Profile
- Stories und Live-Videos
- Inhalte, die nicht unter 18 Jahren geeignet sind
- Nachrichten oder Kommentare
- Archivierte oder gelöschte Inhalte
- Inhalte ohne öffentlichen Linkzugriff

Wichtig: Auch ältere Inhalte werden **teilweise rückwirkend indexiert** – wenn sie öffentlich sichtbar sind. Deine bisherigen Top-Posts können also mit etwas Optimierung ebenfalls in den Index wandern. Es lohnt sich deshalb auch, das Profil Schritt für Schritt zu überarbeiten – und alte Posts eventuell zu aktualisieren, zu archivieren oder zu löschen.

6 TIPPS, UM DEINE INSTAGRAM-POSTS GOOGLE-FREUNDLICH ZU MACHEN

1. SCHREIBE DEINE CAPTION MIT EINEM META-TITLE

Die erste Zeile Deiner Caption ist nicht nur für Instagram wichtig – sie ist auch das, was Google besonders stark bewertet. Sie sollte den Inhalt auf den Punkt bringen, mit Fokus auf ein Keyword, das wirklich gesucht wird. Ähnlich wie bei einem Meta-Title.

Beispiel:
„Haare färben in Düsseldorf-Pempelfort: Diese 3 Farbtöne sind 2025 angesagt“

Google erkennt darin:

- die Leistung („Haare färben“)
- den Ort („Düsseldorf-Pempelfort“)
- den Content-Nutzen („Trends 2025“)

Vermeide vage Einleitungen, Floskeln oder Emojis am Anfang. Klarheit und Relevanz sind entscheidend – wie bei einem Blogartikel. Leite präzise ein, worum es in Deinem Post geht.

2. NUTZE DEN ALT-TEXT SINNVOLL

Instagram bietet bereits seit einigen Jahren die Möglichkeit, Bilder mit einem Alt-Text zu versehen – ein Feld, das kaum jemand nutzt. Dabei ist sie ein SEO-Booster, da Alt-Texte wichtig für die **Barrierefreiheit** sind und deshalb die Relevanz in der Bildersuche erhöhen. Beschreibe konkret, was auf dem Bild zu sehen ist, und verwende dabei relevante Keywords.

Beispiel:
„Schaufenster eines Friseursalons in Düsseldorf-Flingern mit Logo und Passanten im Hintergrund“

Wichtig: Nutze natürliche Sprache, keine Keyword-Stuffing. Der Text sollte beschreiben, was wirklich zu sehen ist – am besten mit Ortsbezug. **Schreibe den Alt-Text für Screenreader, nicht für einen kurzen Sichtbarkeits-Boost.**

3. GEO-TAGS: MARKIERE DEINEN STANDORT – PRÄZISE!

Ein Instagram-Post ohne Ortsmarkierung verschenkt Potenzial. **Standortmarkierungen sind ein klares Local Signal**. Markiere nicht nur „Düsseldorf", sondern möglichst präzise den Stadtteil: „Düsseldorf-Unterbilk" oder „Düsseldorf-Pempelfort" zum Beispiel.

Lokale Suchanfragen wie beispielsweise „Kosmetikstudio Düsseldorf-Pempelfort" sind für Google besonders relevant – und mit einem passenden Geo-Tag können Deine Beiträge direkt ausgespielt werden. Wenn Du regelmäßig Posts mit diesem Geo-Tag veröffentlichst, erkennt Google Deine lokale Relevanz – und spielt Deinen Content bei solchen Suchanfragen aus.

4. KEYWORDS GEHÖREN IN DEN TEXT, NICHT NUR IN HASHTAGS

Hashtags sind für die Reichweite innerhalb von Instagram weiterhin wichtig. Für Google zählen aber vor allem gut formulierte Sätze mit klarer Aussage. Integriere Deine Keywords deshalb natürlich in den Fließtext – nicht nur als Schlagwort mit Raute davor.

Statt nur: #duesseldorfseo
Schreibe besser: „Wir unterstützen Unternehmen in Düsseldorf mit maßgeschneiderter SEO-Beratung."

So versteht Google nicht nur den Ort, sondern auch die Dienstleistung – und kann den Post bei passenden Suchanfragen anzeigen.

5. ACHTE AUF NAP-KONSISTENZ IM PROFIL

Dein Profil ist Teil des indexierten Inhalts. Deshalb ist es wichtig, dass Name, Adresse und Telefonnummer (NAP) **genau so** in deinem Instagram-Profil hinterlegt sind, wie sie auch in Deinem Google Business Profil stehen.

Auch kleine Abweichungen („Str." vs. „Straße") können die Zuordnung erschweren. Einheitliche Daten sorgen für Vertrauen – und für bessere Rankings. Deshalb sollten sie identisch sein, ohne Variationen: Keine Kürzel, keine Emojis, keine Tippfehler.

6. POSTE FORMATE MIT HOHEM INFORMATIONSWERT

Nicht jeder Instagram-Post hat das Potenzial, bei Google gut zu performen. Besonders gut funktionieren laut aktuellen Analysen Formate, die **informativ, lokal und strukturiert** sind. Das bestätigen auch mehrere Quellen aus der SEO- und Content-Marketing-Szene.

- Laut Forbes eignen sich vor allem Reels, die reale Services zeigen oder Fragen beantworten.
- Metricool empfiehlt How-to-Content, Mini-Guides und lokale Erfahrungsformate.
- Auch DQIndia bestätigt: Hochwertiger, gut beschrifteter Content wird besonders häufig vom neuen Google AI Overview übernommen.

Beispiele:

- **How-to-Posts**
  „So funktioniert dauerhafte Haarentfernung – Tipps vom Kosmetikstudio Düsseldorf"
- **Reels mit lokalem Bezug**
  „Ein Tag im Leben eines Zahnarztes in Düsseldorf-Unterbilk"
- **Mini-Guides & Tipps**
  „3 schnelle Nagelpflegetipps für den Sommer – Düsseldorf Edition"
- **Evergreen-Content**
  Inhalte, die auch in 6 Monaten noch aktuell sind (z.B. „Unsere Pflege-Routine im Kosmetikstudio Düsseldorf")

Der Schlüssel: Liefere echten Mehrwert, nutze klare Headlines, spreche ein lokales Publikum an – und formatiere den Text so, **dass Google ihn schnell erfassen kann**. Je informativer und strukturierter der Content, desto wahrscheinlicher erscheint er prominent in Google.

INSTAGRAM ALS MINI-WEBSITE? FÜR VIELE JETZT REALITÄT

Gerade für kleinere Unternehmen ist Instagram oft der zentrale digitale Auftritt. Die gute Nachricht: Mit der neuen Indexierung kann Dein Profil jetzt sogar **eine klassische Website ergänzen** – oder eine Art Mini-Website sein.

Mit strukturiertem Profil, durchdachtem, regelmäßigem Content und strategischer Optimierung kannst Du:

- bei Google gefunden werden
- im AI Overview auftauchen
- über die Bildersuche neue Kunden gewinnen
- Deine Dienstleistung auch außerhalb von Instagram präsentieren

Und das alles ohne zusätzlichen technischen Aufwand.

FAZIT: INSTAGRAM WIRD EIN SEO-TOOL – UND DU KANNST SOFORT DAVON PROFITIEREN

Die Verknüpfung von Instagram und Google **schafft neue Möglichkeiten für lokale Sichtbarkeit**. Du erreichst Deine Zielgruppe dort, wo sie sucht – und das ganz ohne zusätzliche Tools, Budget oder technische Hürden.

Vor allem lokale Unternehmen haben jetzt die Chance, **ein Stück vom Google-Kuchen** zu bekommen – **direkt über Instagram**.

Jetzt ist der perfekte Zeitpunkt, den Wandel zu nutzen und Dein Instagram-Profil strategisch aufzustellen. Denn wer jetzt optimiert, wird in Zukunft nicht nur in Feeds, sondern auch in Suchergebnissen gefunden.

Du brauchst eine Einschätzung deiner bisherigen Performance oder Hilfe bei der Optimierung Deines Profils und Deiner Inhalte? Wir helfen Dir dabei, Deine Instagram-Strategie so aufzustellen, dass sie in Google performt – und potenzielle Kunden direkt zu Dir bringt.