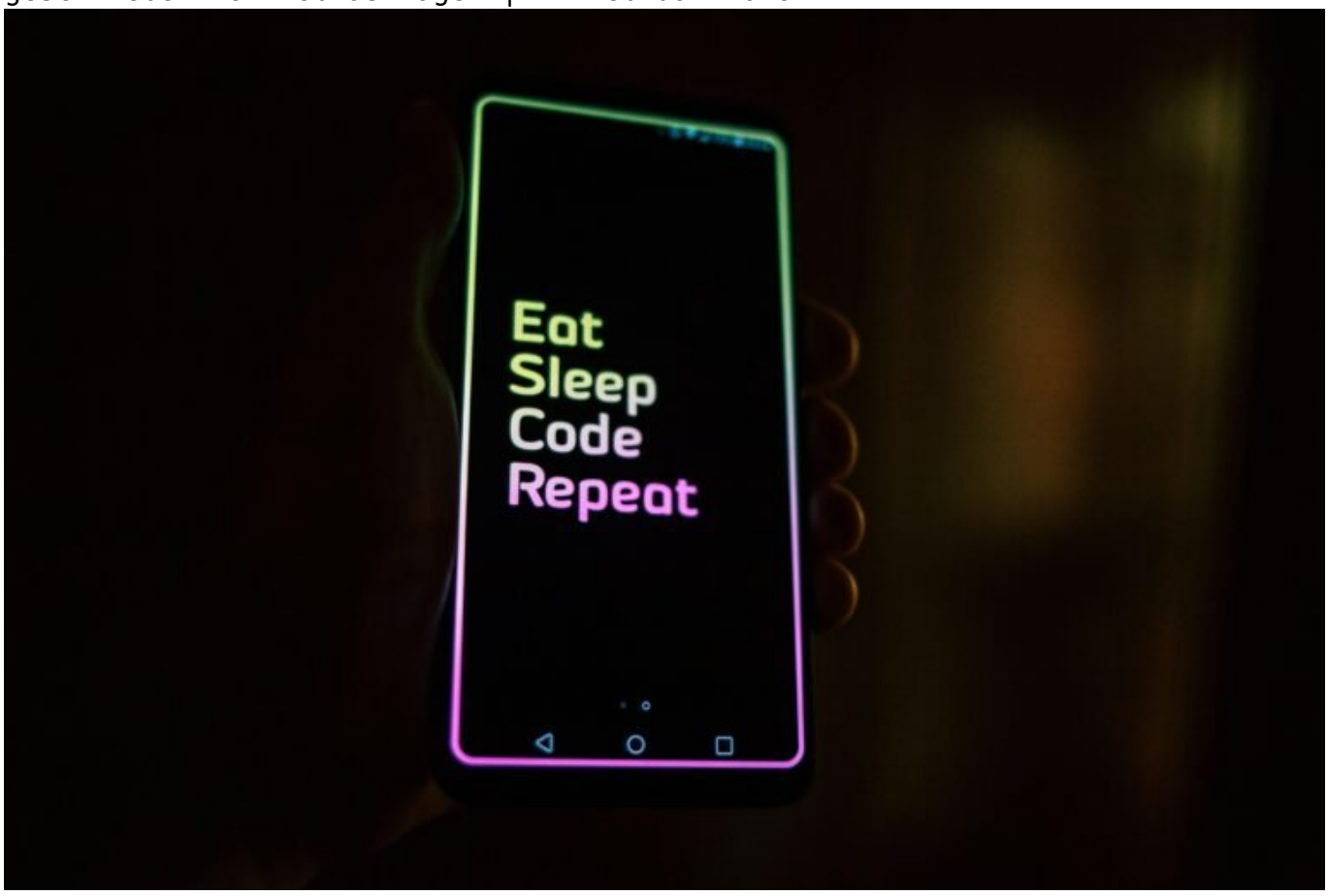
Alt Text: Geheimwaffe für bessere SEO-Ergebnisse nutzen

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 7. Februar 2026



Alt Text: Geheimwaffe für bessere SEO-Ergebnisse nutzen

Du willst bei Google ganz oben mitspielen, doch deine Bilder sprechen nicht mit? Willkommen im Club der Unsichtbaren. Alt Text ist die unscheinbare Waffe im SEO-Arsenal, die fast jeder ignoriert – und sich damit freiwillig aus dem Ranking schießt. Dieser Artikel zeigt dir, wie du mit ein paar Zeilen Text hinter dem Bild-Tag deine Sichtbarkeit dramatisch verbessern kannst. Kein

Bullshit, keine Märchen – nur knallharte SEO-Fakten mit Biss.

- Was Alt Text überhaupt ist und warum er mehr ist als nur Barrierefreiheit
- Wie Alt Attribute von Google gelesen, bewertet und genutzt werden
- Warum ohne Alt Text deine Bild-SEO tot ist – und deine Rankings gleich mit
- Wie du Alt Text strategisch einsetzt, um für relevante Keywords zu ranken
- Unterscheidung zwischen Alt Text, Title Tag und Caption – kein Einheitsbrei
- Die häufigsten Alt-Text-Fehler, die du unbedingt vermeiden musst
- Wie du mit Alt Text nicht nur SEO, sondern auch Conversion verbesserst
- Tools und Workflows, um Alt Text effizient in großen Websites zu skalieren
- Best Practices für Alt Text in E-Commerce, News, Blogs und Portalen
- Warum Alt Text 2025 ein entscheidender Faktor für KI-gestützte Suche ist

Alt Text Definition: Was ist Alt Text im SEO – und warum ist er so verdammt wichtig?

Alt Text – oder korrekt: das alt-Attribut – ist ein HTML-Attribut, das den Inhalt eines Bildes beschreibt. Klingt nach Barrierefreiheit und Screenreadern? Richtig. Aber eben nicht nur. Für Suchmaschinen ist der Alt Text eine der wenigen direkten Informationsquellen, um zu verstehen, was auf einem Bild dargestellt ist. Das alt-Attribut wird im <img>-Tag verwendet und ist damit Teil des HTML-Markups. Und genau dort beginnt seine Macht im SEO.

Google kann zwar mittlerweile Bilder erkennen – mit maschinellem Sehen, neuronalen Netzen und KI. Aber: Die Suchmaschine verlässt sich immer noch massiv auf Textinformationen, um Inhalte einzuordnen. Der Alt Text liefert genau das: Kontext. Relevanz. Semantik. Und das alles direkt am Bild. Wer auf Alt Text verzichtet, verzichtet auf eine der wenigen Möglichkeiten, Bilder in den Google-Index zu pushen – und damit auch auf potenziellen Traffic, Sichtbarkeit und Conversions.

Im Gegensatz zu Title-Tags oder Captions ist der Alt Text nicht sichtbar – zumindest nicht für den Nutzer. Er entfaltet seine Wirkung im Hintergrund: als Signal für den Crawler, als Backup bei Ladefehlern und als Grundlage für die Bildsuche. Und genau deshalb ist er so unterschätzt. Denn was man nicht sieht, vergisst man gerne. Große SEO-Fehler entstehen oft nicht durch das, was man tut – sondern durch das, was man weglässt. Und Alt Text ist das prominenteste Beispiel dafür.

In einer Welt, in der visuelle Inhalte dominieren, ist Alt Text deine Brücke zwischen Bild und Index. Ohne ihn bleibt dein Content stumm. Und Google hasst stummen Content. Wer SEO 2025 ernst nimmt, kommt an Alt Text nicht vorbei.

Punkt.

Wie Google Alt Text verarbeitet – und warum das dein Ranking beeinflusst

Alt Text ist nicht nur Nice-to-have – er ist ein direkter Rankingfaktor. Nein, nicht in der klassischen “100 Punkte Ranking-Liste”-Logik, aber im Zusammenspiel mit anderen Signalen. Google crawlt den Alt Text, wertet ihn semantisch aus und nutzt ihn, um die Relevanz einer Seite für bestimmte Suchanfragen einzuschätzen. In der Bildersuche ist er sogar essenziell – er entscheidet darüber, ob dein Bild in den SERPs auftaucht oder nicht.

Google verwendet Alt Text in Kombination mit dem umliegenden Content, den Dateinamen des Bildes, die Bildgröße, das Format und die Position im Dokument, um ein vollständiges Bild (Wortspiel beabsichtigt) vom Inhalt zu bekommen. Ein Bild ohne Alt Text ist ein schwarzes Loch im semantischen Geflecht deiner Seite. Ein Bild mit präzisem, keyword-optimiertem Alt Text ist hingegen ein starker semantischer Anker.

Besonders wichtig ist Alt Text im Zusammenhang mit der Google Bildersuche, dem Universal Search Feature (wo Bilder direkt bei normalen Suchanfragen eingeblendet werden) und bei der Barrierefreiheit – einem zunehmend wichtigen Faktor für Google, seit die Core Web Vitals auch UX-Kriterien umfassen. Alt Text erfüllt hier eine doppelte Funktion: Er verbessert die Accessibility und liefert gleichzeitig strukturierte, indexierbare Informationen.

Und jetzt kommt der Gamechanger: Mit der zunehmenden Integration von visuellen KI-Systemen, wie Google Lens oder multimodaler Suche, werden textuelle Bildbeschreibungen zu einem entscheidenden Teil der Suchstrategie. Wer Alt Text heute ignoriert, wird morgen im KI-Kosmos einfach nicht mehr gefunden.

SEO-Optimierung mit Alt Text: So nutzt du Alt Attribute richtig

Alt Text ist kein Platz für Keyword-Stuffing. Kein Platz für generische Phrasen wie “Bild1” oder “Headergrafik”. Alt Text ist genau das, was er vorgibt: eine Beschreibung. Kurz, präzise, informativ – und semantisch sinnvoll. Wer das beherrscht, kann Alt Text als SEO-Waffe einsetzen. Wer nicht, produziert digitalen Lärm ohne Wirkung.

Hier die goldenen Regeln für sauberen, SEO-wirksamen Alt Text:

- Beschreibend, aber prägnant: Sag in einem Satz, was auf dem Bild zu sehen ist. Kein Roman, kein Keyword-Gulasch.
- Relevante Keywords integrieren: Verwende das Hauptkeyword, aber nur, wenn es natürlich passt. Kein erzwungenes SEO-Blabla.
- Kontext beachten: Der Alt Text sollte zum umgebenden Content passen. Isolierte Optimierung bringt nichts.
- Funktionale Bilder auslassen: Icons, Design-Elemente, Bullet-Points – hier ist kein Alt Text nötig, außer sie transportieren Information.
- Keine Wiederholungen: Wenn das Bild schon textlich erklärt wird, muss der Alt Text nicht alles doppeln.

Ein Beispiel: Statt "Bild eines Produkts" lieber "Schwarze Lederhandtasche mit goldenen Details, Modell 2025 von XYZ" – das ist informativ, keyword-relevant und hilfreich für den Algorithmus. Und ja, auch hilfreich für Menschen mit Screenreadern. Win-win.

Wer Alt Text strategisch nutzt, kann damit nicht nur einzelne Bilder optimieren, sondern ganze Landingpages stärken. Denn Google bewertet die semantische Dichte und Relevanz einer Seite als Ganzes. Wenn Bilder, Überschriften, Text und Alt Attribute aufeinander abgestimmt sind, entsteht eine thematische Kohärenz, die dein Ranking nachhaltig verbessert.

Typische Fehler beim Alt Text – und wie du sie vermeidest

Alt Text ist wie ein Messer. Richtig eingesetzt: präzise, effektiv, unverzichtbar. Falsch eingesetzt: gefährlich, kontraproduktiv, peinlich. Leider ist der Alt Text auf 90 % aller Websites eine Katastrophe – entweder weil er fehlt, unsinnig ist oder einfach nur Copy-Paste-Müll enthält. Hier die größten Fehler, die du besser vermeidest:

- Kein Alt Text: Der Klassiker. Bilder ohne Alt Text sind für Google nicht existent. Gratuliere, du hast gerade Sichtbarkeit verschenkt.
- Keyword-Stuffing: "SEO, Online Marketing, Google, Sichtbarkeit, Ranking, SEO, SEO, SEO" – ernsthaft? Das killt nicht nur dein Ranking, sondern auch deine Glaubwürdigkeit.
- Generische Phrasen: "Bild1", "Grafik", "Foto" – das ist keine Beschreibung, das ist Faulheit im Code.
- Doppelte Alt Texte: Jeder Alt Text sollte einzigartig sein. Duplicate Content gilt auch für Alt Attribute.
- Widersprüche zum Content: Wenn dein Text über Schuhe redet, aber dein Bild eine Uhr zeigt (und der Alt Text "schicker Schuh" sagt), dann sagt Google: Nope.

Alt Text ist kein Ort für Faulheit oder Schnellschüsse. Er ist ein strategisches Instrument, das mit Bedacht eingesetzt werden muss. Wer hier halbherzig arbeitet, sabotiert sich selbst – und zwar nachhaltig.

Alt Text in der Praxis: Tools, Workflows und Best Practices

Du willst Alt Text nicht nur richtig machen, sondern skalieren? Willkommen in der Realität großer Websites. Hier zählt nicht nur Qualität, sondern auch Effizienz. Wer 1.000+ Bilder verwalten muss, braucht Systeme – nicht Bauchgefühl. Hier ein paar Tools und Workflows, die dir helfen:

- Screaming Frog SEO Spider: Scannt deine Website und zeigt dir, welche Bilder Alt Text haben – und welche nicht.
- SEMrush Site Audit: Gibt dir Warnungen zu fehlenden oder doppelten Alt Attributen.
- CMS-Workflows: Nutze Templates oder Pflichtfelder in deinem CMS (z. B. WordPress, TYPO3, Shopify), um Alt Text verpflichtend zu machen.
- Automatische Vorschläge: Tools wie Cloudinary oder ImageKit bieten automatische Alt-Text-Generierung via AI. Nicht perfekt, aber besser als nichts.
- Alt Text Guidelines: Erstelle interne Styleguides für Alt Attribute – inklusive Keyword-Strategie, Tonalität und Format.

In E-Commerce-Shops sollten Produktbilder mit markenspezifischen Beschreibungen versehen werden, in News-Portalen zählt der Informationsgehalt, bei Blogs der semantische Kontext. Unterschiedliche Formate, unterschiedliche Anforderungen – aber ein gemeinsames Ziel: Sichtbarkeit über visuelle Inhalte maximieren.

Fazit: Alt Text ist kein Beiwerk – er ist Basis

Alt Text ist mehr als ein SEO-Trick. Er ist ein fundamentales Element technischer und inhaltlicher Optimierung. Wer ihn ignoriert, verschenkt nicht nur Rankingpotenzial, sondern riskiert auch Barrierefreiheit, UX und semantische Integrität. In einer Zeit, in der Google Inhalte immer holistischer bewertet, ist der Alt Text der stille Held im Quellcode.

Ob du eine kleine Nischenseite betreibst oder ein globales E-Commerce-Imperium – ohne Alt Text redet dein Bild nicht mit Google. Und wenn dein Bild nicht spricht, wird es auch nie gefunden. Also hör auf, Bilder stumm zu schalten. Gib ihnen eine Stimme – mit Alt Text. Es ist wenig Aufwand mit maximaler Wirkung. SEO auf die smarte Tour.