Exif Daten auslesen: Expertenwissen für Marketing und Technik

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 6. Februar 2026



Exif Daten auslesen: Expertenwissen für Marketing und Technik

Du glaubst, Exif-Daten seien nur was für Kamera-Nerds und Hobby-Fotografen? Falsch gedacht. Wer in Marketing, SEO oder Webentwicklung unterwegs ist und Exif-Daten ignoriert, lässt nicht nur wertvolle Metadaten liegen, sondern verschenkt echte Wettbewerbsvorteile – technisch wie strategisch. In diesem Artikel erfährst du, warum Exif-Daten mehr sind als ein paar langweilige GPS-

Koordinaten, wie du sie ausliest, analysierst und für deine Zwecke nutzt. Und ja, es wird nerdig. Aber es lohnt sich – versprochen.

- Was Exif-Daten sind – und warum sie für Marketing und Technik relevant sind
- So liest du Exif-Daten aus – mit Tools, Code und Browsern
- Wie Exif-Daten für SEO, Content-Strategie und Tracking genutzt werden können
- Warum du Exif-Daten besser entfernst, bevor du Bilder veröffentlichst
- Wie du Exif-Daten automatisiert auswertest – von Python bis Bash
- Die rechtlichen Fallstricke und Datenschutzprobleme bei Exif-Daten
- Exif-Daten als technisches Asset für Asset-Management und Medienarchive
- Strategien zur Optimierung von Bild-Metadaten im Online-Marketing

Was sind Exif-Daten? Metadaten mit Marketing-Potenzial

Exif steht für „Exchangeable Image File Format“ – ein Standard zur Speicherung von Metadaten in Bilddateien, insbesondere JPEGs, TIFFs und teilweise auch RAW-Formaten. Diese Metadaten enthalten Informationen wie Kameramodell, Belichtungszeit, ISO-Wert, Blende, Brennweite, Datum und Uhrzeit der Aufnahme – und, besonders spannend: GPS-Koordinaten.

Was für Fotografen eine nette Zusatzinfo ist, kann für Marketer, SEOs und Entwickler Gold wert sein. Denn Exif-Daten liefern Kontext – und Kontext ist im digitalen Raum Macht. Sie verraten, wo ein Bild aufgenommen wurde, mit welchem Gerät, unter welchen Bedingungen. Das klingt banal? Nicht, wenn du lokale SEO betreibst, visuelle Inhalte tracken oder Bildquellen verifizieren willst.

Für Webentwickler und CMS-Architekten sind Exif-Daten ein Werkzeug zur intelligenten Bildverwaltung. Automatisierte Sortierung, Kategorisierung nach Aufnahmezeit oder Geolocation, Bereitstellung im DAM-System – alles möglich, wenn man weiß, wie man die Daten ausliest und nutzt.

Und genau hier liegt das Problem: Die meisten Marketer haben von Exif-Daten entweder noch nie gehört oder ignorieren sie, weil sie zu „technisch“ wirken. Wer diesen Fehler macht, verschenkt wertvolle Insights, potenzielle SEO-Vorteile und riskiert im schlimmsten Fall sogar Datenschutzverstöße.

Exif-Daten auslesen: Tools, Code und Browser-Hacks

Exif-Daten sind in Bilddateien eingebettet – oft direkt im Header. Um sie auszulesen, brauchst du keine Raketenwissenschaft, aber ein wenig technisches Grundverständnis. Es gibt verschiedene Wege, wie du an die Daten kommst:

- Browser Extensions: Add-ons wie „Exif Viewer“ für Chrome oder Firefox zeigen dir Exif-Daten direkt im Browser an. Praktisch für schnelle Checks, aber limitiert in der Tiefe.
- Online-Tools: Websites wie exif.regex.info oder get-metadata.com ermöglichen das Hochladen von Bildern und zeigen die enthaltenen Metadaten. Achtung: Datenschutz beachten!
- ExifTool: Das Schweizer Taschenmesser für Exif-Analysen. Ein Kommandozeilen-Tool, das hunderte von Metadaten-Tags auslesen, bearbeiten und löschen kann. Syntax: exiftool bild.jpg
- Python: Mit Bibliotheken wie Pillow oder piexif kannst du Exif-Daten programmatisch auslesen und verarbeiten. Ideal für Automatisierung und Massenanalysen.
- macOS / Linux Terminal: Befehl wie mdls oder identify -verbose (ImageMagick) liefern Exif-Daten direkt im Terminal.

Je nachdem, ob du einzelne Bilder analysieren oder eine ganze Bilddatenbank durchleuchten willst, empfiehlt sich ein anderes Toolset. Für skalierbare Prozesse führt aber kein Weg an ExifTool oder einem eigenen Python-Skript vorbei.

Exif-Daten im Online-Marketing: Der unterschätzte Hebel

Warum sollten sich Marketing-Teams mit Exif-Daten rumschlagen? Ganz einfach: Weil sie helfen können, Content zu kontextualisieren, lokal zu optimieren und die Bildstrategie datenbasiert zu steuern. Hier ein paar konkrete Anwendungsfälle:

- Local SEO: GPS-Koordinaten in Bildern können genutzt werden, um lokalen Bezug zu signalisieren – etwa bei Standortseiten, Eventberichten oder lokalen Landingpages.
- Content Attribution: Exif-Daten enthalten oft den Autor oder das verwendete Gerät. Das hilft bei der Zuordnung, Rechteklärung und Nachverfolgung von Bildern.
- Automatisiertes Tagging: Aufnahmezeit, Kameratyp oder Geolocation können genutzt werden, um Bilder automatisch mit Tags zu versehen – z.B. „Sommer“, „Innenstadt“, „Smartphone“.
- Tracking & Monitoring: Wenn du eigene Bilder verbreitest, kannst du über eingebettete Metadaten später prüfen, wo sie verwendet wurden – vorausgesetzt, die Exif-Daten wurden nicht entfernt.

Natürlich sind das keine direkten Rankingfaktoren – aber sie verbessern Kontext, Relevanz und Nutzererfahrung. Und Google liebt Kontext. Vor allem, wenn er maschinenlesbar ist.

Warum du Exif-Daten besser entfernst – manchmal

So nützlich Exif-Daten auch sein können – sie sind nicht immer erwünscht. Und in vielen Fällen sogar ein ernstzunehmendes Risiko. Besonders im Hinblick auf Datenschutz und DSGVO.

Bilder, die mit dem Smartphone aufgenommen wurden, enthalten oft präzise GPS-Koordinaten – inklusive Uhrzeit und Gerätemodell. Wer solche Bilder ungeprüft auf Websites hochlädt, gibt potenziell sensible Standortdaten preis. Im Kontext von Pressefotos, Eventaufnahmen oder Mitarbeiterporträts kann das zum Problem werden.

Auch die Dateigröße leidet unter überladenen Metadaten. Wer auf Page Speed optimiert, sollte Exif-Daten entfernen, um Ladezeiten zu verkürzen. Und schließlich: Manche Plattformen (z.B. Social Media) strippen Exif-Daten automatisch – was zur Inkonsistenz in der Auswertung führt.

Die Lösung: Exif-Daten gezielt managen. Entferne sie automatisiert beim Upload (z.B. via CMS oder Bildoptimierungstools wie ImageOptim oder TinyPNG), wenn du sie nicht brauchst. Oder behalte sie gezielt, wenn du sie für die interne Analyse oder das DAM-System brauchst.

Exif-Daten automatisiert auswerten: Praxis mit Python & Bash

Manuell Exif-Daten auslesen ist okay – solange du es mit fünf Bildern zu tun hast. Wer aber hunderte oder tausende Bilder analysieren will, braucht Automatisierung. Zwei bewährte Wege: Bash-Skripte und Python.

Beispiel Bash (mit ExifTool):

```
#!/bin/bash
for file in *.jpg; do
  exiftool -DateTimeOriginal -GPSLatitude -GPSLongitude "$file"
done
```

Beispiel Python (mit Pillow):

```
from PIL import Image
from PIL.ExifTags import TAGS
```

```
image = Image.open("bild.jpg")
exif_data = image._getexif()

for tag_id, value in exif_data.items():
    tag = TAGS.get(tag_id, tag_id)
    print(f"{tag:25}: {value}")
```

Mit ein bisschen mehr Code kannst du die Daten in CSV-Dateien exportieren, Datenbanken füllen oder sogar Geolocations auf Karten plotten. Wer ernsthaft mit visuellen Assets arbeitet, sollte diese Tools im Griff haben – oder jemanden im Team haben, der es kann.

Rechtliche Fallstricke: DSGVO, Urheberrecht und Exif-Paranoia

Und jetzt kommt der unangenehme Teil. Exif-Daten sind nicht nur technische Spielerei, sondern auch rechtlich relevant. Wer personenbezogene Daten speichert oder verbreitet, muss sich an Datenschutzgesetze halten – und dazu gehören auch GPS-Koordinaten in Bildern.

Spätestens seit der DSGVO ist klar: Standortdaten, die Rückschlüsse auf Personen zulassen, gelten als personenbezogene Daten. Wer solche Daten speichert, muss das begründen – und wer sie veröffentlicht, muss vorher Einwilligungen einholen. Vor allem Unternehmen, die Bilder von Events, Kunden oder Mitarbeitern veröffentlichen, sollten hier genau hinschauen.

Auch aus urheberrechtlicher Sicht sind Exif-Daten relevant. Sie enthalten oft den Fotografennamen oder Copyright-Hinweise. Wer sie beim Upload entfernt, riskiert Abmahnungen – zumindest theoretisch. Und wer fremde Bilder nutzt, sollte prüfen, ob die Metadaten Hinweise auf die Quelle liefern.

Unser Tipp: Entwickle eine klare Policy für den Umgang mit Exif-Daten. Was wird gespeichert? Was wird entfernt? Wer darf darauf zugreifen? Und wie werden datenschutzrelevante Inhalte geprüft?

Fazit: Exif-Daten sind kein Nerd-Schnickschnack – sondern ein Marketing-Asset

Wer Exif-Daten ignoriert, ignoriert wertvolle Informationen. Im digitalen Marketing zählen Daten, Kontext und Automatisierung – und genau diese drei Dinge liefern Exif-Metadaten. Sie sind der unsichtbare Layer unter deinen Bildern, der viel über Herkunft, Inhalt und Nutzbarkeit verrät.

Ob für Local SEO, Bildverwaltung, Content-Strategie oder rechtliche

Absicherung: Wer Exif-Daten versteht und nutzt, verschafft sich einen Vorteil. Und wer sie einfach rauswirft, verschenkt Potenzial – oder riskiert Probleme. Unser Rat: Beschäftige dich damit. Heute. Nicht erst, wenn du vor Gericht oder im Traffic-Loch landest.