# ALT-Attribute

Stand: 04.07.2022

**Bilder und Grafiken zählen zu den wichtigsten sichtbaren Bestandteilen einer Webseite. Kann eine Bilddatei nicht richtig angezeigt werden, wird das hinterlegte ALT-Attribut in Form eines Alternativtextes ausgespielt. Im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung (SEO) stellen ALT-Attribute einen wichtigen Faktor innerhalb der OnPage-Optimierung dar.**

## Definition

Die Bezeichnung ALT steht in dem Begriff für die Abkürzung von Alternative – Attribut bezeichnet eine deutlich exaktere Beschreibung.

ALT-Attribute, auch ALT-Tags genannt, **beschreiben bestimmte Markierungen, die Bildern und Grafiken innerhalb eines HTML-Dokuments zugewiesen werden**. Das ALT-Attribut macht Bilder und Grafiken indexierbar: So ist es für Webcrawler wie den Google-Bot möglich, zusätzliche Informationen darüber, was auf dem Bild zu sehen ist, zu erfassen. Darüber hinaus unterstützt die Markierung die Bedienfreundlichkeit und Barrierefreiheit einer Webseite. **Kann eine Bilddatei nicht richtig angezeigt werden, wird stattdessen das hinterlegte ALT-Attribut ausgespielt**.

## Anwendung der ALT-Attribute

ALT-Attribute werden im HTML-Code einer Webseite für Bilder und Grafiken implementiert. Die **Markierung ist dabei für den Webseitenbesucher nur dann sichtbar**, wenn das entsprechende Bild nicht angezeigt werden kann. Title-Tags hingegen sind für den Nutzer sichtbar, wenn er den Cursor über das Bild oder die Grafik bewegt. Denn sie vermitteln die Inhalte in den meisten Fällen deutlich besser, sodass sie auch besonders dargestellt werden sollten.

Bilder und Grafiken lassen sich darüber hinaus einbinden, um die Lesbarkeit eines Textes aufzulockern oder eigenständige Inhalte zu visualisieren. Im Rahmen der barrierefreien Website können sich seheingeschränkte Nutzer die **Webinhalte durch einen Screenreader vorlesen lassen** – und erhalten somit den gleichen Zugang zum Content wie User ohne Sehbehinderung.

**Für folgende Optionen kommen ALT-Attribute zum Einsatz:**

- Bei fehlerhaften Bildanzeigen erscheinen die Alternativtexte.
- In Bildschirmleseprogrammen werden die Inhalte vorgelesen.
- Bei der Suchmaschinenoptimierung helfen sie, dass Crawler den Content erkennen.

- Beim Sparen von Datenvolumen unterstützen sie, wenn die Anzeige von Grafiken deaktiviert ist.

## Funktionsweise von ALT-Attributen

Um ALT-Attribute erfolgreich einzusetzen, sollten der **Bildinhalt oder die Grafik möglichst präzise und mit wenigen Begriffen beschrieben sein**. Die Markierung sollte im Fall, dass die Bilddatei nicht angezeigt werden kann, einen gewissen Mehrwert für den Webseitenbesucher bieten. Für sehbehinderte Webseitenbesucher stellt sich dieser Mehrwert in Form von Barrierefreiheit dar, da sie sich die Markierung mithilfe eines Leseprogramms vorlesen lassen können.

Wird ein Bild einem Webseitenbesucher nicht angezeigt, kann das mehrere Gründe haben. Ist der genutzte Browser veraltet, lassen sich bestimmte Informationen zu Bildinhalten nicht auslesen. Auch ein **aktivierter Trackingschutz oder eine deaktivierte Bildanzeige** können das Ausspielen eines Alternativtextes anstelle eines Bildes erzwingen. Weitere Gründen können allerdings auch in technischen Defekten liegen: Eine falsche Verlinkung zur Bilddatei oder eine Überlastung des Servers verhindern das Laden von Bilddateien.

Die **Pflege des ALT-Attributes wird in den meisten Fällen direkt im CMS vorgenommen** und kann an das jeweilige Bild angepasst werden. Auch eine automatische Implementierung ist dabei möglich. Für die Suchmaschinenoptimierung ist es empfehlenswert, das Hauptkeyword zu nutzen. Die Beschreibung des Bildes sollte kurz und prägnant erfolgen.

## ALT-Attribut als Rankingfaktor

2019 hat John Mueller von Google bestätigt, dass das ALT-Attribut ein offizieller Rankingfaktor ist. Wird der Image-Text optimiert, kann er also in der Suche ranken. Somit sind SEO-Experten angehalten, auch hier attraktiven Content zu verfassen. Nach dem damals ausgerollten Core-Update sind kleinere Veränderungen spürbar geworden, sodass sich das ALT-Attribut mittlerweile als unverzichtbar in der Suchmaschinenoptimierung darstellt. Doch auch hier ist auf eine sinnvolle Verwendung des Textes zu achten, Keyword-Stuffing ist nicht gern gesehen.

**Besonders für Onlineshops ist die Verwendung hilfreich**, um ein besseres Ranking zu erzielen. Vor allem in Verbindung mit der allgemeinen Integration von Bildern in Suchmaschinen kann sich die Positionierung enorm verbessern.

## Unterschied zum Title-Attribut

Das ALT-Attribut bleibt für den Nutzer unsichtbar und ist eine inhaltliche Alternative zu einem Bild. Kurz

und knapp wird darin der grafische Inhalt beschrieben und soll ein besseres Webranking erzielen.

Der **Title-Tag hingegen erscheint beim Mouseover**. Auch darin lassen sich wichtige Informationen mit einem Hauptkeyword festhalten. Hierbei ist allerdings eine Zeichenbegrenzung zu beachten. In der Regel liegt sie bei 70 bis 150 Anschlägen, kann aber auch mehr betragen.

ALT-Attribut und Title-Tag sind wichtige Bestandteile der Meta-Daten und dürfen in der erfolgreichen Suchmaschinenoptimierung nicht vernachlässigt werden.

## Varianten für ALT-Attribute

Auf Webseiten gibt es für unterschiedliche Bildtypen die Möglichkeit, ALT-Attribute zu setzen.

- **erläuternde Bilder:** fassen den Inhalt des eigentlichen Contents visuell zusammen
- **dekorative Bilder und Grafiken:** keine inhaltlichen Erläuterungen notwendig
- **eigenständige Bilder:** in Galerien oder Downloads
- **weiterführende Inhalte:** zur Erläuterung des Contents kann eine Kurzfassung helfen
- **Fließtext-Bilder:** Grafiken ersetzen Wörter – beispielsweise Emoticons

## Optimierungsmöglichkeiten für ALT-Attribute

Im Hinblick auf die Suchmaschinenoptimierung bieten ALT-Attribute sowohl aus Nutzersicht als auch aus Sicht des Webseitenbetreibers Vorteile. **Aus Nutzersicht wird die Usability einer Webseite nicht eingeschränkt, wenn ein Bild oder eine Grafik nicht geladen werden kann.** Sie sind wichtige Bestandteile der Bilder-SEO.

Da Webcrawler Bilddateien nicht selbstständig auslesen, unterstützen ALT-Attribute die Indexierung von Bildern und Grafiken. Dementsprechend gibt die Markierung dem Bot Informationen und Hinweise auf den Bildinhalt.

ALT-Attribute sollten so optimiert werden, dass die Markierung die für die Webseite relevanten Keywords enthält. **Durch die Hinterlegung innerhalb von Attributen wird die Fokussierung auf die wichtigen Keywords erhöht**, zusätzliche Informationen verstärken den Effekt. Darüber hinaus spielt auch die Größe der Bilddatei eine wichtige Rolle. Sie wirkt sich nicht nur auf die Ladezeit aus, sondern auch auf die Performance der gesamten Webseite.

## Beispiel für ein ALT-Attribut

Sowohl für informative als auch für zierende Grafiken ist ein ALT-Attribut erforderlich, um in der Websuche gefunden zu werden. Für beide Varianten gibt es standardisierte Ausgabeformate.

- ALT-Attribut für informative Bilder:

```
<img src="bilddatei.jpg" alt="was im Bild zu sehen ist">
```

- ALT-Attribut für Ziergrafiken wie Hintergründe oder Rahmen:

```
<img src="hintergrund.jpg" alt="">
```

In diesem Fall kann der Alternativtext ungefüllt bleiben, da keine Erläuterung notwendig ist.

**Im Normalfall existieren für die ALT-Attribute keine Beschränkung der Textlänge**. Der Inhalt kann präzise in wenigen Worten wiedergegeben werden, in manchen Fällen sind jedoch genauere Ausführungen sinnvoll. Keyword-Stuffing ist ein absolutes No-Go. Lieber sollte neben dem wichtigsten Schlüsselbegriff eine weiterführende Erläuterung eingebaut werden. Ist auf einem Bild eine Pflanze zu sehen, kann im Alternativtext auch das Vorkommen eingebaut werden.

```
<img src="aloe vera.jpg" alt="Aloe vera auf der arabischen Halbinsel"/>
```

In den gängigen Content-Management-Systemen lässt sich das ALT-Attribut jederzeit anpassen oder neue Inhalte hinzufügen.

## Relevanz des ALT-Attributes für die SEO

Durch die Verwendung von ALT-Attributen und die Anreicherung der Markierung mit entsprechenden Keywords wird das Ranking sowohl innerhalb der organischen Suche von Suchmaschinen wie Google als auch in der Bilder-Suche gestärkt. In der Regel sind die Crawler nicht in der Lage, den Content von grafischen Darstellungen zu erfassen, ein ALT-Attribut dient ihnen dabei jedoch als wichtige Hilfestellung. Somit können sie in den SERPs Treffer zur Suchanfrage abbilden, die passgenau sind.

Werden zu viele Keywords in ALT-Attributen zusammengefasst – das sogenannte Keyword-Stuffing –, werden sie von Webcrawlern als Spam beurteilt und wirken sich negativ auf die Gesamtbewertung der Webseite aus. Die Optimierung der ALT-Attribute stellt eine **wichtige OnPage-Verbesserung** dar. Das Hauptkeyword muss jedoch in den ALT-Attributen vorhanden sein, damit die Crawler den Bezug herstellen können. Bilder-SEO ist somit ein wichtiger Bestandteil der gesamten Suchmaschinenoptimierung und muss zuverlässig ausgeführt werden.

- ALT-Attribute stärken die gesamte Webseite.
- ALT-Attribute werden immer maßgeschneidert auf das Bild verfasst.

Als SEO-Agentur stehen wir Ihnen mit unserer Expertise zur Seite. Kontaktieren Sie uns gerne!