

## Definition ALT-TAG

Der **Alt-Tag** (für "Alternativer Tag") wird von [Suchmaschinen](#) verwendet, falls Bilder oder Grafiken einmal nicht angezeigt werden. Der hinterlegte Alternativtext ist eine kurze Beschreibung des nicht geladenen Bildes. Er gehört zu den Meta-Angaben und ist für den User nicht sichtbar.

Der Code für den Alt-Tag wird als [HTML](#)-Element im Quelltext für eine Bilddatei hinterlegt. Dabei ist es entscheidend doppelte Kodierungszeichen anstatt einfacher Anführungszeichen zu verwenden:

```

```

Die meisten CMS bieten eine automatische Implementierung des Alt-Tags an. Bei der Beschriftung ist darauf zu achten, das Hauptkeyword zu nennen und eine möglichst kurze und sinnvolle Beschreibungen zu wählen. [Keyword Stuffing](#) wird nicht empfohlen! Google könnte die gehäufte Verwendung von Schlüsselwörtern als Spamming ansehen.

Der Alt-Tag ist aus [Usability](#) Sicht unverzichtbar. Sehbehinderte Menschen erlangen so barrierefreien Zugang zu allen Inhalten, denn der Alt-Tag ermöglicht Screenreadern bzw. Voicebrowsern den Informationsgehalt des Bildes vorzulesen. Diese Technik wird in Zukunft immer wichtiger werden und Barrierefreiheit wird von Google auch belohnt.

## Das ALT-Attribut und SEO

Für Suchmaschinen ist das Alt-Attribut wichtig, um den Inhalt des Bildes zuzuordnen. Suchmaschinen Robots können ein Bild nicht erfassen und indizieren. Sie brauchen aussagekräftige Texte, die der [Crawler](#) finden und verwerten kann. Die richtige Kennzeichnung der Bilder gehört zu einer professionellen [OnPage](#) Arbeit. Wer seine User durch fehlende Alt-Tags im Problemfall irritiert, muss mit dem Verlassen der Seite rechnen. Häufig wird das Alt-Attribut auch dafür benutzt, bei der Bildersuche von Google gut zu ranken.

## Title-Attribut bei Bildern

Der Title-Tag eines Bildes, ist der Titel der angezeigt wird, wenn man mit dem Mauszeiger auf dem Bild stehenbleibt. Der Title-Tag wird wie folgt im HTML-Format an einem Bild oder einer Datei hinterlegt:

```

```

Ähnlich wie der Alt-Tag, ist der Titel-Tag für die Suchmaschinenoptimierung wichtig, damit Google den Inhalt der Seite und des Bildes besser erfassen und genauer indexieren kann.

## Definition Title-Tag

Der Title-Tag ist ein unverzichtbarer Teil einer jeden HTML Seite. Der im [Browser](#) angezeigte Seitentitel ist für jede URL individuell zu setzen. Bei der Indexierung einer Seite beachtet Google auch die Title-Tags. Ein kurzer aussagekräftiger Text hilft beim hohen Ranking in den [SERP's](#) und verleitet den User die Website zu besuchen.

Im HTML Code sieht der Title-Tag im <head> Bereich und sieht wie folgt aus:

```
<head><title>Online Marketing Dresden - SEO Küche Internetagentur</TITLE></head>
```

## Title-Tag Optimierung

Die präzise Beschriftung aller Title-Tags ist das A und O der Suchmaschinenoptimierung. Es gilt jeder [URL](#) einen einzigartigen individuellen Title-Tag zu geben. Für Google ist dies ein maßgeblicher Rankingfaktor.

Die Title-Tag Länge kann über Erfolg und Misserfolg der Optimierung entscheiden. Die alte Regel, dass er nicht länger als 70 Zeichen sein darf, ist längst durch Google Updates außer Kraft gesetzt. Der Umfang des Titel-Tag wird nun in Pixeln berechnet. Das heißt die Buchstaben des Titles dürfen eine Gesamtbreite nicht überschreiten, sonst wird er mittendrin gekürzt und schreckt den potenziellen Besucher der Seite vielleicht ab.

Der potenzielle Besucher der Seite sollte auf natürlichem Wege gut informiert werden. Eine unnatürliche Aufzählung aller Keywords ist nicht aussagekräftig und somit kontraproduktiv, da Google es als Keyword Stuffing erkennen wird.

Da der Title-Tag in den Snippets der SERP's zu sehen ist, können User hier bestens vorab über das zu Erwartende informiert werden.

### Beispiel:

**Online Marketing Dresden - SEO Küche Internetagentur**

[www.seo-kueche.de/dresden/](http://www.seo-kueche.de/dresden/) ▼

Die SEO-Küche betreut Sie als Agentur für **Online Marketing Dresden** vor Ort!

Profitieren Sie von Experten in Ihrer Umgebung und hängen Sie die Konkurrenz ...