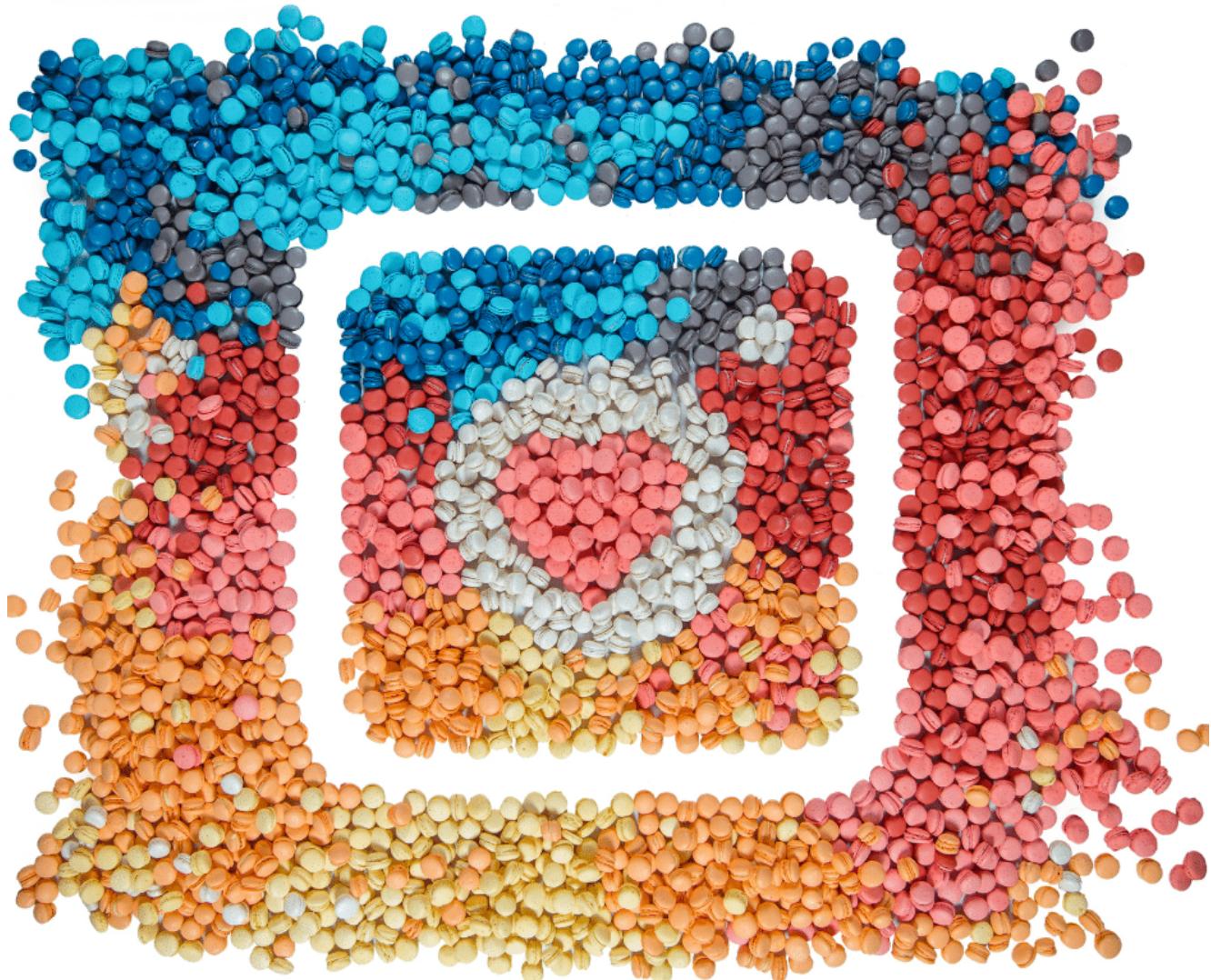


Instagram SEO: Deine Posts werden jetzt auch bei Google gefunden



Seit dem **10. Juli 2025** indexiert Google **automatisch öffentliche Instagram-Posts von Business-Accounts**. Eine interessante Entwicklung, aber keine völlig neue Idee. Google hat schon früher ähnliche Partnerschaften geschlossen – mit Twitter (2009 und 2015) für Echtzeit-Tweets und mit Pinterest, dessen Pins oft innerhalb von Tagen in der Google-Suche ranken.

Was konkret passiert: Dein **Instagram-Post kann jetzt bei Google gefunden werden** – gemeinsam mit allen anderen Posts seit etwa 2020/2022. Das bedeutet: Auch der spontane Post vom Betriebsausflug oder das unscharfe Produktfoto von vor drei Jahren können plötzlich in den Google-Suchergebnissen auftauchen. Meta verwendet diese öffentlichen Inhalte außerdem als **Trainingsmaterial für seine KI-Systeme**.

Der Grund für diese Öffnung ist vielschichtig: Jüngere Generationen nutzen

Instagram und TikTok zunehmend als Suchmaschinen statt Google. Gleichzeitig benötigt Meta riesige Datenmengen für seine **KI-Entwicklung** – und dafür müssen Inhalte öffentlich und durch Suchmaschinen auffindbar sein. **Die neue Realität**

- **Automatische Indexierung:** Öffentliche Posts von Business- und Creator-Accounts werden von Google erfasst
- **Professionelle Accounts only:** Private Profile und Stories bleiben ausgenommen
- **Rückwirkend aktiv:** Posts seit etwa 2020/2022 werden erfasst
- **Opt-out möglich:** In den Datenschutz-Einstellungen deaktivierbar

Instagram-Posts, Reels, Karussells und Captions werden erfasst. **Stories nicht**, da sie nach 24 Stunden verschwinden. **Profile mit Bio** und **Benutzername** können ebenfalls in Suchergebnissen auftauchen. Einzelne Anbieter berichten von **mehr Traffic für optimierte Profile**, aber die **Entwicklung ist noch zu neu für belastbare Aussagen**. Wie bei allen SEO- Änderungen wird sich erst mit der Zeit zeigen, was wirklich funktioniert.

- **Lokale Dienstleister:** Handwerker:innen, Friseure, Restaurants mit visuellen Arbeiten
- **Berater:innen und Coaches:** Die bereits strukturierte Expertise-Inhalte teilen

- **Visuelle Branchen:** Mode, Tourismus, Gastronomie
- **Unternehmen ohne große Website-Budgets:** Instagram als ergänzender SEO-Kanal

Ein Steuerberater oder eine Steuerberaterin erreicht seine Mandanten vermutlich besser über LinkedIn oder direkte Google-Suchen. Frag dich ehrlich: *Ist Instagram überhaupt die richtige Plattform für deine Zielgruppe?* Meta steht nicht gerade für vorbildlichen Datenschutz. Die Instagram-Integration dient primär Metas KI-Ambitionen. **Deine öffentlichen Posts werden für das Training von Meta AI verwendet** - ein **Widerspruch** ist nur zeitlich begrenzt möglich.

Konkrete Risiken:

- **Alte Posts werden indexiert** – auch die, die nicht mehr zu deiner Positionierung passen
- **Gelöschte Inhalte** können im Google-Cache **auffindbar** bleiben
- **KI-Training & Datenverwertung:** Meta nutzt die Inhalte für das Training seiner KI-Systeme. In Europa kannst du dem in engen Fristen widersprechen, aber das bietet keinen vollständigen dauerhaften Schutz
- **AI Overviews können Traffic „abfangen“** – Nutzer lesen Antworten bei Google, ohne dein Profil zu besuchen (betrifft vor allem informationslastige Inhalte)

Weitere Risiken könnt ihr außerdem in dem Beitrag „[Instagram zeigt deine Fotos bald in der Google-Suche?](#)“ von Hildegard O. lesen!

Frag dich zuerst:

- *Ist Instagram die richtige Plattform für meine Zielgruppe?*
- *An welcher Stelle der Customer Journey macht Instagram Sinn?*
- *Habe ich die Ressourcen für kontinuierliche, qualitativ hochwertige Inhalte?*

Caption = neuer Meta-Title

Deine Bildunterschrift wird vermutlich zum wichtigsten SEO-Element. Die ersten 125 Zeichen sind besonders relevant – hier sollte dein Hauptkeyword stehen.

Alt-Texte strategisch nutzen

Alt-Texte waren für Barrierefreiheit gedacht, sind zudem wahrscheinlich wieder ein SEO-Tool. Beschreibe präzise, was auf dem Bild zu sehen ist, und arbeite **1-2 Keywords natürlich** ein.

Die Hashtag-Frage bleibt offen

Manche Quellen sagen, Hashtags sind unwichtig geworden. Andere empfehlen weiterhin strategische Nutzung. Teste beides und beobachte die Ergebnisse.**1. Aufräumen vor Optimieren**

- Alte, unpassende Posts entfernen oder überarbeiten
- Datenschutz-Einstellungen bewusst prüfen
- Profile auf aktuellen Stand bringen

2. Profil-Grundlagen

- **Benutzername:** Hauptkeyword integrieren, falls sinnvoll
- **Bio:** 3-5 wichtige Keywords natürlich einbauen
- **Highlights:** Thematisch organisieren

3. Content-Strategie überdenken

Evergreen-Content bevorzugen: Anleitungen, FAQs und Ratgeber-Posts bleiben länger relevant.

Formate zum Testen:

- **Carousel-Posts** mit strukturierten Informationen
- **Reels mit Untertiteln** und klaren Titeln
- **Tutorial-Posts** mit Schritt-für-Schritt-Anleitungen

4. Lokales SEO nutzen

Standort-Tags und lokale Keywords sind vermutlich besonders wertvoll. „Friseur“

Hamburg Altona“ funktioniert wahrscheinlich besser als nur „Friseur“. Da Instagram SEO noch neu ist und Instagram Insights keinen direkten Google-Traffic ausweist, musst du indirekt messen:

- **Entwicklung der Profilbesuche:** Vergleiche die Zahlen vor und nach Juli 2025
- **Neue Follower-Quellen:** Beobachte, ob mehr unbekannte Profile folgen
- **UTM-Parameter nutzen:** Für Links aus der Bio oder Stories, um Google-Traffic zu deiner Website zu tracken

Erste Veränderungen siehst du vermutlich nach **4-8 Wochen**. Wie bei klassischer SEO dauern signifikante Erfolge meist Wochen oder

Monate. Ich empfehle schon seit Jahren, **Social Media und SEO zusammenzudenken**. Die Instagram-Integration ist nur ein weiterer logischer Schritt. Google entwickelt sich zum **umfassenden Informations-Aggregator**, der nicht mehr nur klassische Websites durchsucht.

Was das für dich bedeutet:

- **SEO und Social Media Teams sollten enger zusammenarbeiten**
- **Keywords-Strategien** über alle Kanäle abstimmen
- **Content-Formate plattformübergreifend** denken

Fazit: Beobachten, testen, anpassen - aber keine Hektik

Instagram SEO ist eine interessante Entwicklung, aber kein Grund für wilden Aktionismus. Wie bei allen SEO-Trends gilt: **Erst verstehen, dann strategisch nutzen**.

Meine Empfehlung:

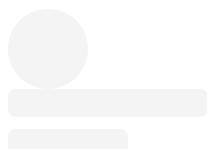
- Prüf ehrlich, ob Instagram zu deiner Zielgruppe und Customer Journey passt
- Falls ja: Optimiere schrittweise und beobachte die Ergebnisse
- Räum erst dein Profil auf, bevor du neue Inhalte produzierst
- Nutz die Datenschutz-Einstellungen bewusst

Instagram SEO ist ein weiteres Tool in deinem Marketing-Mix – kein Allheilmittel. Nutze es durchdacht oder lass es sein, wenn es nicht zu deiner Strategie passt.



SEO-Wissen – dein Wettbewerbsvorteil

Lerne, wie du deine Rankings verbessern und KI-Tools gezielt einsetzt, um Inhalte zu optimieren.
[zum SEO-Training](#)

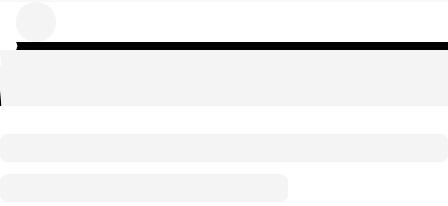


[Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an](#)

Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht)



[Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an](#)



Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht)

Schreibe einen Kommentar

Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit * markiert

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte gib eine gültige E-Mail-Adresse ein.

Meinen Namen, meine E-Mail-Adresse und meine Website in diesem Browser für die nächste Kommentierung speichern.
Sie müssen den Bedingungen zustimmen, um fortzufahren.

Kommentar abschicken