

# Was sind Keywords?

Beschreibt euer Business mit drei Wörtern.

Zum Beispiel: Anfänger Yoga Kurse

Glaubt ihr, dass Kunden diese Suchbegriffe bei Google eintippen, um ein Unternehmen wie das eure zu finden? Falls ja, dann habt ihr gerade euer erstes Keyword gefunden.

Was ist ein Keyword?

Keywords sind Suchbegriffe, die eure Kunden bei Google eingeben, um eine Website mit einem bestimmten Angebot zu suchen. Zum Beispiel ein Produkt, einen Service oder eine Antwort auf eine spezielle Frage.

Die Menge an möglichen Keywords für eure Website ist gigantisch. Im nächsten Schritt sammeln wir so viele wie möglich, um die besten für eure Website zu finden.

## Sammelt Keyword-Vorschläge

Wie würden eure Kunden ein Business wie das eure beschreiben? Und welche Begriffe würden sie für euer Produkt oder eure Dienstleistung verwenden?

## Los geht's mit Brainstorming

Listet zuallererst 10 bis 20 Suchbegriffe auf, von denen ihr glaubt, dass eure Kunden sie nutzen würden.

Zum Beispiel:

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	<b>Keywords</b>							
2	yoga anfänger							
3	yoga abendkurs							
4	yoga innenstadt hamburg							
5								

Beginnt mit Brainstorming.

## Lasst euch von Google weiterhelfen

Bestimmte Suchanfragen stuft Google als miteinander verwandt an. Das hilft euch dabei, mehr potenzielle Keywords zu finden.

- Tippt jeden eurer 10 bis 20 Suchbegriffe bei Google ein
- Scrollt nach unten, bis ihr die Sektion "Nutzer fragten auch" bzw. "Ähnliche Suchanfragen" seht
- Kopiert diese "verwandten Suchbegriffe" und fügt sie eurer Liste hinzu

## Hört auf euer Zielpublikum

Zeit für ein paar menschliche Stimmen, bevor wir mit unseren Vorschlägen weitermachen. Denn schließlich versucht ihr echte Menschen zu erreichen, nicht Google.

Sucht online nach Plattformen, auf denen eure Zielgruppe unterwegs ist. Habt ihr diese gefunden, dann seht euch genau an, über welche Themen eure potenziellen Kunden sprechen und welche Worte sie dafür benutzen. So könnt ihr besonders gut erkennen, nach welchen Informationen sie suchen.

Die Worte, die sie dabei verwenden, sind potenzielle Keywords für eure Website.

Sucht in:

- Foren
- Facebook-Seiten
- LinkedIn-Gruppen
- Twitter
- Reddit Threads
- Instagram

Ihr könnt euch auch im “echten” Leben umsehen. Macht euch Notizen während ihr auf Netzwerk-Veranstaltungen seid oder ihr euch mit euren Kunden unterhaltet.

## Generiert hunderte von Keyword-Vorschlägen

Fügt eure Ideen in eines dieser Tools ein und generiert hunderte von Keyword-Vorschlägen:

- [Ubersuggest](#)
- [Keywordshitter 2](#)
- [Answerthepublic](#)
- [Keywordtool.io](#)
- [Google Keyword-Planer](#)

Eure Keyword-Vorschläge werde in etwa so aussehen:

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	<b>Keywords</b>							
2	yoga hosen							
3	yoga kurs hamburg							
4	anfänger yoga kurs							
5	yoga für einsteiger über 55							
6	yoga kurs preise							
7	wie man anfängern yoga beibringt							
8	wie man zu hause yoga macht							

Sammelt all eure Keywords in einer Tabelle.

Ihr habt bereits eine Website? Dann lest beim Abschnitt über die Google Search Console weiter. Dort seht ihr, anhand welcher Suchbegriffe eure Besucher eure Seite bereits gefunden haben. Nutze diese als Inspiration für neue Keyword-Ideen.

## **Verwende Suchbegriffe, nach denen auch tatsächlich gesucht wird**

Oft gesuchte Wörter und Sätze können zahlreiche Besucher auf eure Seite führen. Bei SEO gibt es den Begriff "Suchvolumen". Dieser beschreibt die durchschnittliche monatliche Anzahl an Suchanfragen für einen bestimmten Begriff bei Google.

Wir unterscheiden bei Keywords zwischen Short-, Medium- und Long-Tail:

- Short-Tail Keywords haben ein hohes Suchvolumen. Doch es ist sehr schwierig, mit ihnen unter den ersten Plätzen zu landen – besonders bei neuen Websites. Im Regelfall sind sie 1-2 Wörter lang. Z. B. "yoga stellung".
- Medium-Tail Keywords haben ein moderates Suchvolumen. Auch mit ihnen ist es schwierig, ganz vorne zu landen. Wenn auch nicht so schwierig wie mit Short-Tail-Begriffen. Meist sind sie 2-3 Wörter lang. Z. B. "yoga stellung namen".
- Long-Tail Keywords haben ein geringes Suchvolumen. Mit ihnen lassen sich relativ leicht gute Ergebnisse erzielen. Diese Suchanfragen sind meist länger als vier Wörter. Z. B. "yoga stellung gegen schmerzen im unteren rücken"

Erstellt ihr eine neue Website, lohnt es sich, euch auf Medium- und Long-Tail Keywords zu beschränken. Mit diesen habt ihr die bessere Chance, Besucher

über Suchmaschinen anzuziehen. Wird eure Website im Laufe der Zeit immer bekannter und ihr erzielt mit euren Medium- und Long-Tail-Suchbegriffen immer bessere Plätze, könnt ihr eure Keyword-Strategie um das ein oder andere Short-Tail-Keyword erweitern.

## Vergleicht Suchvolumina mit dem Google Keyword-Planer

Der Google Keyword-Planer ist vor allem bei Werbetreibenden beliebt, um die geschätzten Suchvolumina für bestimmte Begriffe zu sehen. Doch auch für euch eignet sich das Tool. So legt ihr damit los:

- Erstellt ein Google-Ads-Konto. *(Das Tool selbst ist kostenlos, ihr müsst nur bezahlen, wenn ihr Werbung schalten wollt.)*
- Wählt Tools & Einstellungen in der obersten Zeile.
- Unter Planung klickt ihr auf Keyword-Planer.
- Wählt die Option Suchvolumen und Prognosen abrufen.
- Fügt eure Liste mit Keyword-Vorschlägen ein und klickt auf Starten.
- In der obersten Zeile der Suchergebnisse stellt ihr die richtige Zielregion und Sprache ein.
- Klickt dann auf Bisherige Messwerte.

## Ladet eure Keyword-Liste herunter und räumt sie auf

Ihr seht nun eine Liste mit den durchschnittlichen monatlichen Suchvolumina für jedes Keyword in der ausgewählten Sprache und Land. Klickt auf den Download-Button oben rechts und wählt Bisherige Messwerte des Plans, um eure Keyword-Liste als .CSV-Datei herunterzuladen.

Bevor wir mit dieser Datei weitermachen, sollten wir sie etwas aufräumen. Die meisten Spalten sind nur für Werbetreibende interessant und helfen uns recht wenig bei unserer SEO.

- Entfernt alle Zeilen mit Keywords, die (fast) kein Suchvolumen haben

- Entfernt alle Spalten außer Keywords, Min Search und Max Search.

## Konkurrenz

Google Ads zeigt Werbetreibenden wie groß die Konkurrenz bei einem bestimmte Keyword ist. Eine große Konkurrenz bedeutet, dass Werber mehr Geld für Werbung zahlen müssen, die bei diesem Keyword erscheint. So bekommt ihr einen Eindruck davon, wie beliebt ein Keyword ist.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Keywords	Min search	Max search					
2	yoga hosen	1000	5000					
3	yoga kurs hamburg	100	1000					
4	anfänger yoga kurs	10	100					
5	yoga für einsteiger über 55	10	100					
6	yoga kurs preise	10	100					
7	wie man anfängern yoga beibringt	10	100					
8	wie man zu hause yoga macht	10	100					

Überprüft die Suchvolumina eurer Keywords.

## Wählt die besten Keywords für euer Business

Bis jetzt haben wir Keywords nur nach Suchvolumen sortiert. Nun wollen wir uns ansehen, welche Keywords relevant für eure Website sind. Wenn ihr keine Yoga-Hosen verkauft oder eure Seite auf irgendeine andere Art etwas zum Thema Yoga-Hosen beiträgt, dann braucht ihr Yoga-Hosen auch nicht als Keyword zu verwenden. Punkt. Ansonsten zieht ihr nur die falschen Leute an – nämlich die, die nach einer Yoga-Hose und nicht nach einem Yogakurs suchen.

Geht also durch eure Liste und entfernt alle Keywords, die nicht zu eurer Website passen. Das können andere Produkte sein, andere Themen oder andere Städte und Regionen.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	<b>Keywords</b>	<b>Min search</b>	<b>Max search</b>					
2	yoga hosen	1000	5000	FALSCHES ANGEBOT				
3	yoga kurs hamburg	100	1000					
4	anfänger yoga kurs	10	100					
5	yoga für einsteiger über 55	10	100					
6	yoga kurs preise	10	100					
7	wie man anfängern yoga beibringt	10	100	FALSCHES ZIELGRUPPE				
8	wie man zu hause yoga macht	10	100	FALSCHES ANGEBOT				

Verwendet nur Keywords, die für euch wirklich relevant sind.

Denkt wie ein Kunde, wenn ihr eure Keywords aufräumt: Sucht jemand, der nach diesem Suchbegriff googelt, wirklich eine Seite wie eure?

## Sortiert Keywords nach Themen

Seht euch eure Keyword-Liste genau an. Könnt ihr euch vorstellen, wonach die Leute suchen, wenn sie diese Begriffe googeln?

Im nächsten Schritt wollen wir Kategorien anlegen. Diese nennt man "Cluster". Jeder Cluster enthält nur Keywords, die dasselbe Thema beschreiben oder auf dieselbe Suchabsicht schließen lassen.

Fügt die folgenden Spalten zu eurer Tabelle hinzu:

- allgemeine Keywords – zu großen Themenbereichen wie "yoga"
- lokale Keywords – diese erwähnen eine Stadt, eine Region oder ein Land wie "yoga hamburg"
- Informations-Keywords – hier wird nach Informationen zu einem Produkt oder einem Thema gesucht, z. B. "schwitzt man beim yoga?"
- Kauf-Keywords – diese zeigen ein Kaufinteresse, z. B. "yoga kurs preis"
- Marken-Keywords – diese erwähnen euren Markennamen wie z. B. "yoga kurse bei yoga fun hamburg"

Ein Keyword passt womöglich in mehrere Kategorien. Zum Beispiel: “yoga gegen rüschenschmerzen hamburg”. In einem solchen Fall markiert ihr einfach mehrere Spalten.

	A	B	C	D	E	F	G	H
1	Keywords	Min search	Max search	Allgemein	Lokal	Kauf	Kauf	Information
2	yoga für einsteiger über 55	10	100					x
3	yoga für einsteiger senioren	10	100					x
4	yoga gegen rüschenschmerzen einsteiger	10	100					x
5	yoga kurs preise	10	100			x		

So erstellt ihr Cluster für eure Keywords.

## Verwandelt Themen in Seiten

Diese Struktur könnt ihr nun auf eure Website übertragen:

- allgemeine Keywords – verwendet diese auf eurer Startseite
- Informations-Keywords – macht daraus Unterkategorien und gebt jedem Thema eine eigene Seite
- Kauf-Keywords – diese passen auf eure [Preisseite](#)
- Marken-Keywords – diese gehören auf eure Über-uns-Seite

	A	B	C	D	E	F	G	H	I
1	Keywords	Min search	Max search	Allgemein	Lokal	Kauf	Kauf	Information	Seite
2	yoga für einsteiger über 55	10	100					x	Yoga für Senioren
3	yoga für einsteiger senioren	10	100					x	Yoga für Senioren
4	yoga gegen rüschenschmerzen einsteiger	10	100					x	Schmerzlinderung
5	yoga kurs preise	10	100			x			Preise

Gebt jedem Keyword-Cluster eine eigene Website.

Lokale Keywords bekommen nur dann eine eigene Seite, wenn ihr entsprechend guten Content dafür bieten könnt. Könt ihr das nicht, dann verteilt diese Keywords am besten auf eurer ganzen Website.

Wählt ein Haupt-Keyword für jede Seite. Zwar sollen auch andere Suchbegriffe auf einer Seite stehen, doch euer Haupt-Keyword sollte den zentralen Platz in den Überschriften und Texten einnehmen.

## Mehr ist nicht besser. Besser ist besser.

Denkt immer daran, dass jede Seite guten, hilfreichen Content benötigt, um bei Google gut abzuschneiden. Generell ist es keine gute Idee, jedem einzelnen Keyword eine eigene Seite zu spendieren. Denn im Regelfall gibt es einfach nicht genug Interessantes darüber zu erzählen. Der Wert eurer Website ist für eure Kunden größer, wenn sie hilfreich und auf den Punkt ist und nicht aus zu vielen Seiten mit zu vielen unnützen Informationen besteht.

## Seht euch bei eurer Konkurrenz um

Bevor ihr mit dem Schreiben eurer Texte loslegt, solltet ihr euch ansehen, wie eure Wettbewerber sich schlagen. Werden die ersten drei Ergebnisse bei einer Keyword-Suche von großen Unternehmen belegt, wird es für euch schwer mitzuhalten.

- Googelt jedes eurer Haupt-Keywords.
- Seht euch die ersten drei Suchergebnisse an.
- Seht euch die Suchbegriffe eurer Konkurrenten an und überlegt euch, ob ihr diese auch auf eurer eigenen Website verwenden wollt.

Achtet auch auf [Featured Snippets](#) in euren Google-Ergebnissen. Diese besonderen Antwort-Boxen eignen sich besonders gut dazu, Aufmerksamkeit zu erzeugen. Vielleicht gelingt es euch, dieses Featured Snippet für eure Website zu kapern.

Highlight: Suchergebnisse sind immer personalisiert. Google zeigt euch andere Ergebnisse, wenn ihr eingeloggt seid, und verwendet außerdem euren Standort, um euch Ergebnisse in eurer Nähe zu liefern. Um keine personalisierten Ergebnisse zu bekommen, könnt ihr SEO-Tools wie die [kostenlose MOZ-Bar](#) für euren Browser herunterladen.

Ist eure Konkurrenz zu stark, könnt ihr auf andere Suchbegriffe für eure Website umschwenken. Ihr könnt aber auch den Kampf aufnehmen, indem ihr eine noch bessere Seite für ein Keyword erstellt. Der SEO-Begriff dafür lautet "10X Content". Damit ist Content gemeint, der 10 mal so gut ist. Nur so gelingt es euch, jemandem vom ersten Platz zu stoßen.