

Searchenginemarketing SEO & SEM

Keywordanalyse

Keyword

Ein Keyword (*dt. Schlüsselwort*) bezeichnet im Online Marketing einen Suchbegriff, über den eine Suche ausgelöst wird.

→ SERP → Suchergebnisliste

Im Suchmaschinenmarketing dienen Keywords zur **Steuerung der Einblendung** von Werbeanzeigen und zur Suchmaschinenoptimierung einer Website.

→ Google Ads, Display-Anzeigen

Was ist eine Keyword-Recherche?

Als **Keyword-Recherche** bezeichnet man die Suche nach **sinnvollen Keywords**, auf die eine **Landingpage** (Webseite) oder eine ganze Domain (Website) optimiert werden soll.

Ziel ist es, für die richtigen Keywords und Keyword-Kombinationen in den **SERPs** (Search Engine Result Page = Suchergebnisseite) zu ranken (**Sichtbarkeit**), um **Traffic (Besucher)** auf die Seite zu bekommen.

Die Keywordrecherche für Google ist der erste und wichtigste Schritt einer guten SEO-Optimierung.

Ziel einer Keyword-Recherche?

Ziel jedes kommerziellen Unternehmens ist es den Gewinn zu steigern. Die Keyword Recherche hilft zu verstehen, wonach eure Kunden im Internet suchen und welches Angebot sie erwarten.

“Keywords, die viele Besucher auf die Seite bringen, sind nicht automatisch die Keywords, welche zu einer Umsatzsteigerung führen.”

Keywordarten & ihre Intentionen

Navigations-Keywords: Der User sucht allgemeine Informationen. Er oder sie kann eine Kaufabsicht haben, kann jedoch genauso gut nach Inspiration suchen.

Beispiel: "Schuhe" (generische ./ . spezielle Keywords)

Informations-Keywords: Der User sucht detaillierte Informationen.

Beispiel: "Schuhe Größentabelle", Handy Preise, Smartphone vergleichen

Recherche-Keywords: Der User hat eine Kaufabsicht, möchte sich jedoch zunächst absichern.

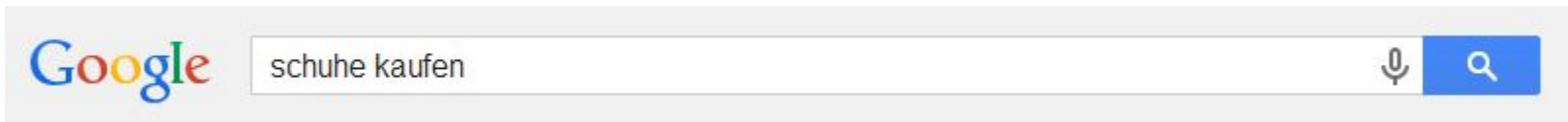
Beispiel: "Samsung Galaxy Testberichte", Nike Free Farbmodelle /Größen

Transaktions-Keywords (money-keys): Der User sucht detaillierte Informationen mit Kaufabsicht.

Beispiel: "Schuhe kaufen in Wilmersdorf", Nike Air 90 weiß kaufen Gr 38, Samsung Galaxy gebraucht online, iphone X kaufen, Flug lissabon buchen, zahnarzt wedding termin vereinbaren, zahnarzt notdienst wochenende

Long-, Mid- und Shorttail ?

Short-Tail: Short-Tail Keywords sind allgemeine Suchbegriffe mit sehr hohem **Suchvolumen**. Wenn du für diese Suchbegriffe ein gutes Ranking erreichen willst, benötigst du einen langen Atem.



- Long-Tail -> Langer Ausläufer, ab 3 Wörter +
- Mid-Tail: -> Mittlerer Ausläufer, 2-3 Wörter
- Short-Tail -> Kurzer Ausläufer, 1 Wort
- Je länger das Keyword, desto präziser die Suchanfrage
- Je präziser die Suchanfrage, desto wahrscheinlicher die Conversion

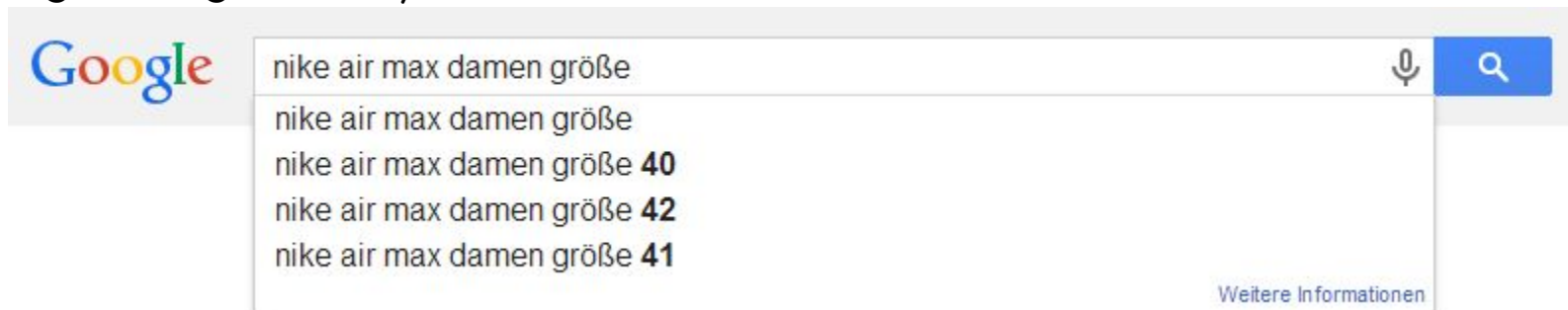
Short- vs. Long-Tail-Keywords*

Long-Tail: Ein Longtail-Keyword besteht aus mehreren relevanten Suchbegriffen. Diese Keywords können **heiß umkämpft** sein, da sie oft eine **höhere Conversion Rate*** haben.

Denn wer das besagte Keyword eingibt, hat ganz klar die Absicht diesen Schuh auch wirklich zu kaufen.

Ein weiterer Vorteil der Longtail-Keywords ist, dass meist weniger Konkurrenz vorhanden ist und somit die Homepage leichter und schneller zu optimieren ist.

Länge Long-Tail-Keywords: mehr als 3 Wörter



Was ist: Conversion ?

- Conversion -> Konversion / Konvertierungs- (rate)
- (Prozentuale) *Umwandlung* von Status x zu Status y
- z.B.: Umwandlung eines Interessenten in einen Kunden

von 100 Usern, die auf meine Homepage kamen, haben 10 Schuhe gekauft, also habe ich eine Conversion-Rate von 10%

Conversion-Messung → Newsletteranmeldungen, Kontaktaufnahme

Ein möglicher Messwert für meine KPI

- Key Performance Indicator
- Kennzahlen → Messbar, nachvollziehbar

Herangehensweise

1. Branche kennenlernen/verstehen
2. Landingpage / Website
3. Mitbewerbervergleich, Marktteilnehmer
4. Google Suggest

Tools zur Keyword-Recherche:

- Google Trends
<https://trends.google.de/trends/> (Unterschied Thema / Keyword <https://support.google.com/trends/answer/4359550>)
Berechnung/Darstellung: Statistischer Wert in Relationen gesetzt
(Google Trends funktioniert durch die Analyse eines Teils von Google-Suchanfragen. Dabei wird berechnet, wie viele Suchanfragen für die eingegebenen Begriffe eingegangen sind, bezogen auf die Gesamtzahl der Suchanfragen über die gleiche Zeit. Die Bezug "100" kann also 50 oder 5000 Suchanfragen bedeuten)
- Übersuggest ACHTUNG: funktioniert 3x/Tag
<https://ubersuggest.io/>
- Answer the Public, ACHTUNG: funktioniert 3x/Tag
<https://answerthepublic.com/>
(Sprache & Land: Germany & Deutsch)
- Keywordfinder
<https://app.kwfinder.com/>
→ Anmeldung erforderlich, sehr leistungsstark
Zum Keyword: Fragen, Ideen, Vergleiche, Content-Ideen
- Google Suggest & am Ende der SERP:
Ähnliche Suchanfragen zu
- Google Ads Keyword-Planner (zur Zeit wegen 2-Authentifizierung nicht nutzbar)
<https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>
Navigation zu dem Keywordplanner: Tools → Planung → Keywordplanner

Ähnliche Suchanfragen zu kredit online

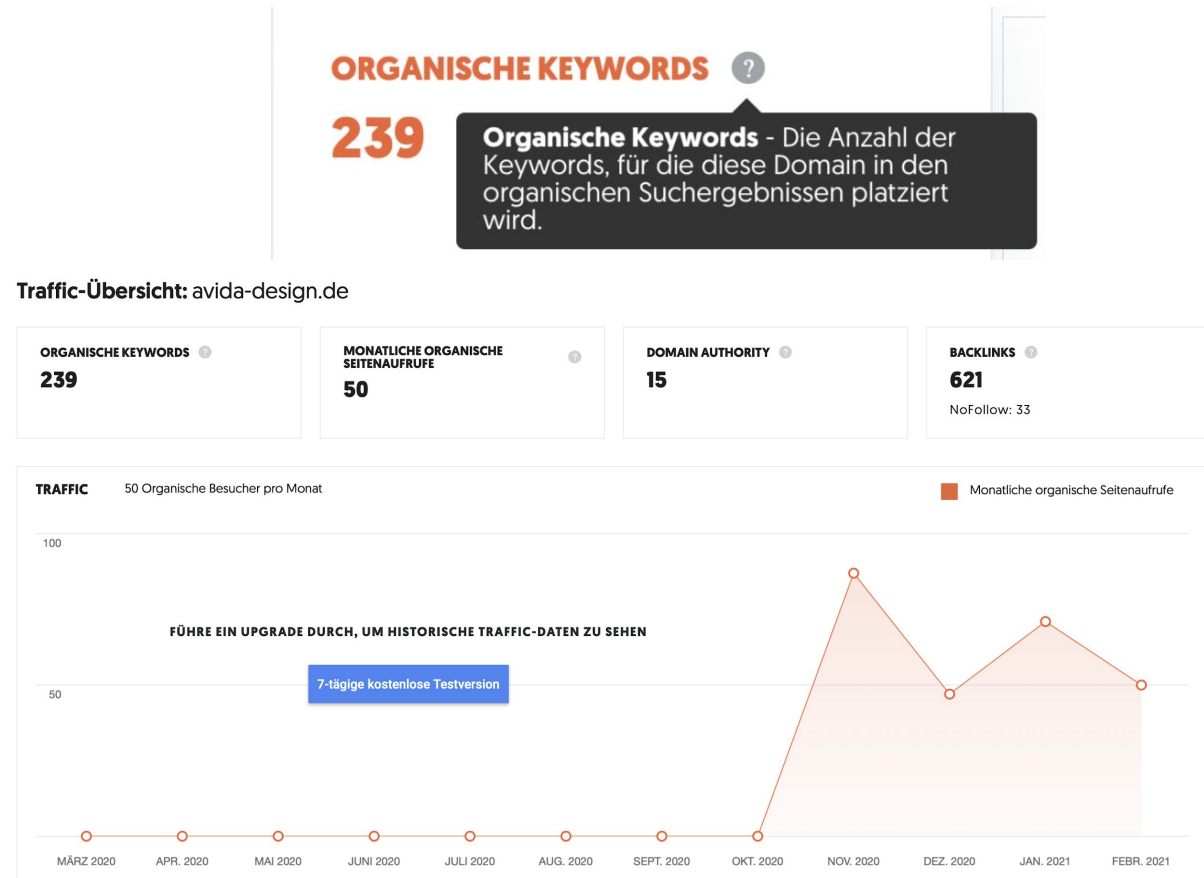
online kredit sofort	kredit online ohne schufa
online kredit mit sofortzusage	bester online kredit
kredit online abschließen	kredit 24 sofort
kredit online beantragen	online kredit erfahrungen

Übersuggest

Traffic-Übersicht

Maus auf das Fragezeichen gibt eine Erklärung, was Sache ist

Klick auf Element öffnet Unterseite mit den Inhalten, die dazu gehören



KW-Finder <https://app.kwfinder.com/>

Verwandte Keywords, Autocomplete von Google (Google Suggest), Questions, Mitbewerber, Domain-Analyse, Export der Ergebnisse als CSV-Datei

The screenshot displays the KW-Finder app interface. On the left, the 'Search by Keyword' tab is active, showing search results for 'mode mollige' in Germany. A red arrow points to the 'Related keywords' tab. The results table lists various keywords with their search volume, CPC, PPC, and KD. On the right, the 'mode mollige' profile is shown, including a keyword difficulty score of 34/100, a search volume of 320, and a SERP overview table. A red arrow points to the 'Export' button at the bottom of the left panel.

Search by Keyword | Search by Domain

mode mollige | Germany | German

Filter | **Related keywords** | Autocomplete | Questions

Keywords	Trend	Search	CPC	PPC	KD
mode mollige		320	\$1.00	100	34
mode für mollige		10,500	\$1.03	100	31
ausgefallene mode für große größen		5,300	\$0.46	100	35
italienische mode für mollige		3,100	\$0.43	100	20
mode für mollige frauen		3,700	\$1.01	100	31
ausgefallene mode für mollige		2,500	\$0.45	100	22
festliche mode für mollige hochzeitsgäste		3,300	\$0.54	100	21
ausgefallene mode in großen größen		3,300	\$0.51	100	37
festlicher hosenanzug für mollige		4,000	\$0.37	100	25
flotte mode für mollige		1,100	\$0.55	100	37
mode für kleine mollige frauen		1,100	\$0.60	100	23
ausgefallene mode für mollige günstig		790	\$0.49	100	28
festliche mode große größen		2,400	\$1.31	100	30
amerikanische mode für mollige		780	\$0.40	100	27

0 / 25 | There are more keywords available. [Upgrade](#) | [Refresh](#) | [Add to list](#) | [Export](#)

mode mollige
Germany | German

34 / 100 POSSIBLE
Keyword Difficulty

320
Search Volume

Monthly Searches | Trends

Hey! Here's the [quick guide](#) on how to kick-start your keyword research in case you closed the pop-up window. Enjoy!

SERP overview | Just now | [Analyze SERP](#)

URL	DA	PA	CF	TF	Links	FB	LPS	EV
1 happy-size.de/	44	51	42	57	43k	12k	72	95
2 wundercurves.de/	36	37	36	24	207	9k	48	39
3 navabi.de/mode/mode-fuer-mol...	46	35	16	0	9	N/A	28	21
4 yourscloting.de/	31	36	33	15	420	3k	41	13
5 otto.de/mode/?grossegroesse	86	46	26	0	152	2	45	< 10
6 mona.de/mode-fuer-mollige-ueb...	42	31	14	4	5	N/A	27	< 10
7 paprika-shopping.de/	25	37	32	10	153	2k	37	< 10
8 amazon.de/mode-mollige-fraue...	94	44	0	0	1	N/A	33	< 10
9 witt-weiden.de/inspiration/mod...	49	29	25	32	0	N/A	46	< 10
10 debbys.de/	24	48	33	5	34	19k	38	< 10

+ Load next page

Google Keyword Planer

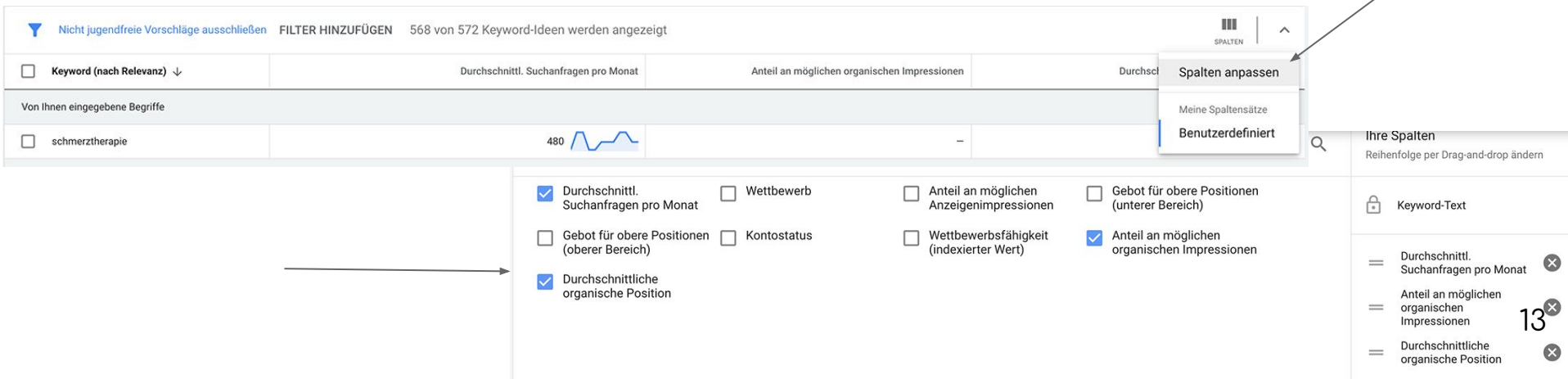
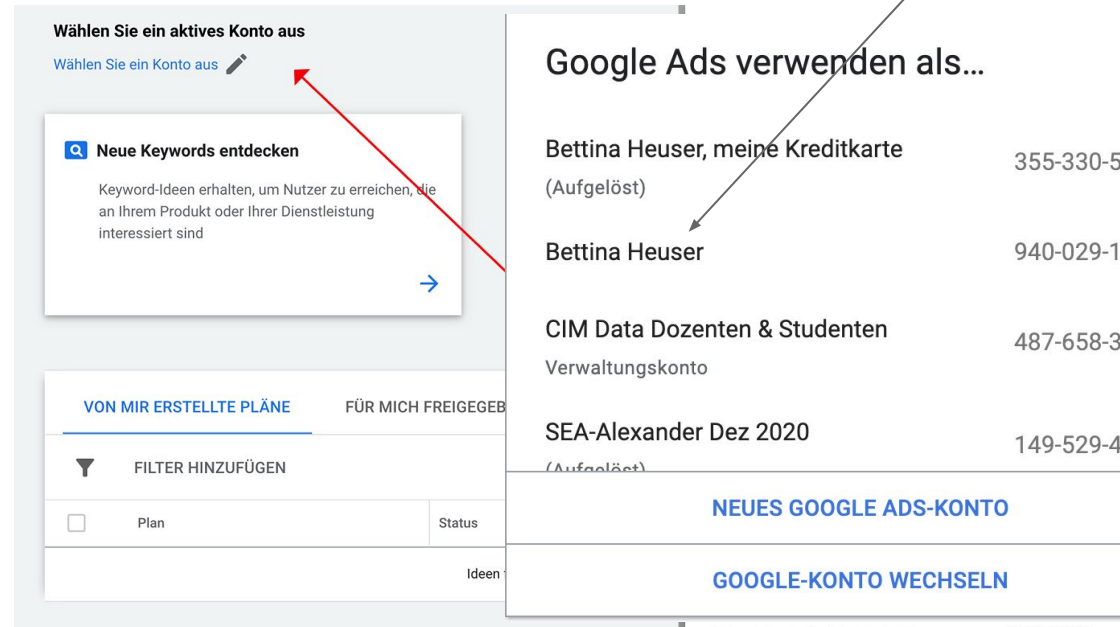
Wie logge ich mich ein?

<https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>

1. Link öffnen
2. Konto wählen

Spalten anpassen

1. Spalten anpassen wählen
2. Spalten aussuchen
3. uns reicht: Durchschn. Suchanfragen pro Monat
4. Speichern

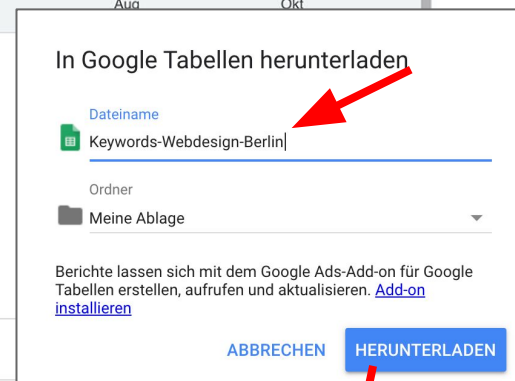


Google Keyword Planer

<https://ads.google.com/home/tools/keyword-planner/>



1. Keyword-Ideen herunterladen
2. evtl. Datum der Recherche bestimmen
3. Google-Tabellen öffnet ein Dok. im Google Drive
4. Sinnvollen Namen vergeben
5. Tabelle in Google Drive öffnen



☐	webdesignerin berlin	
☐	website design berlin	40
☐	webdesign erstellen lassen berlin	70
☐	berlin webdesign	

Bericht wurde in Google Tabellen heruntergeladen

TABELLE ÖFFNEN SCHLIESSEN

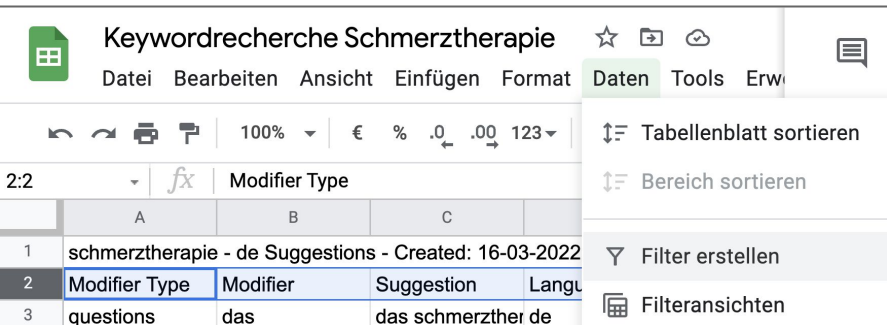
Keyword-Ideen

CSV

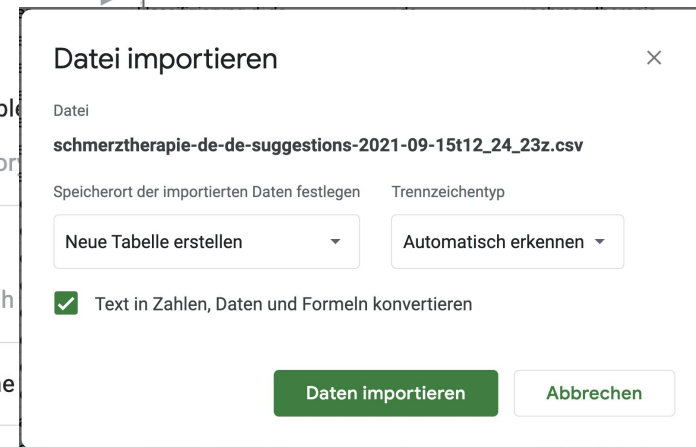
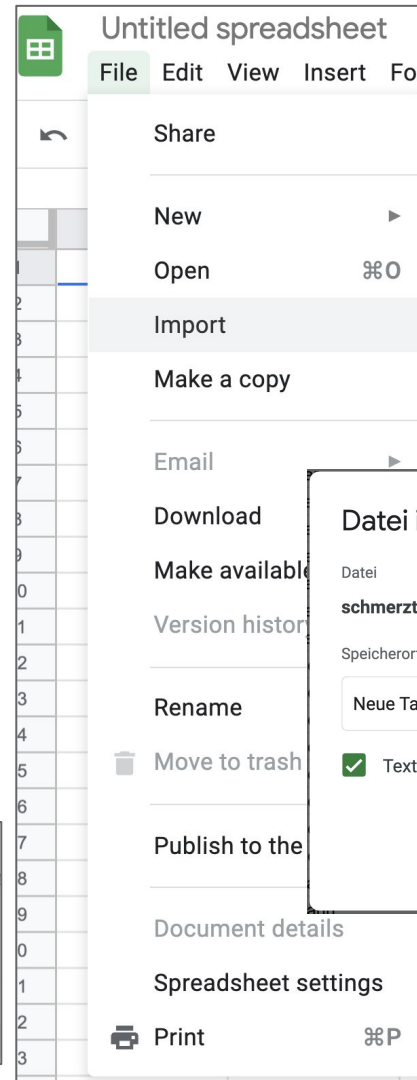
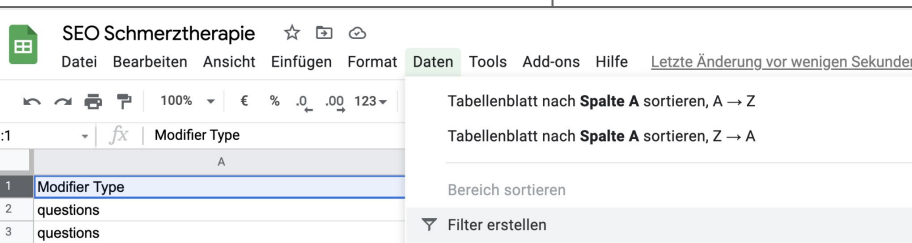
Google Tabellen

Google Drive: erzeugte CSV Datei importieren

1. Google Drive öffnen
2. Google Tabelle öffnen
3. Datei importieren (die gespeicherte CSV-Datei)
4. Import
5. Upload
6. okay!



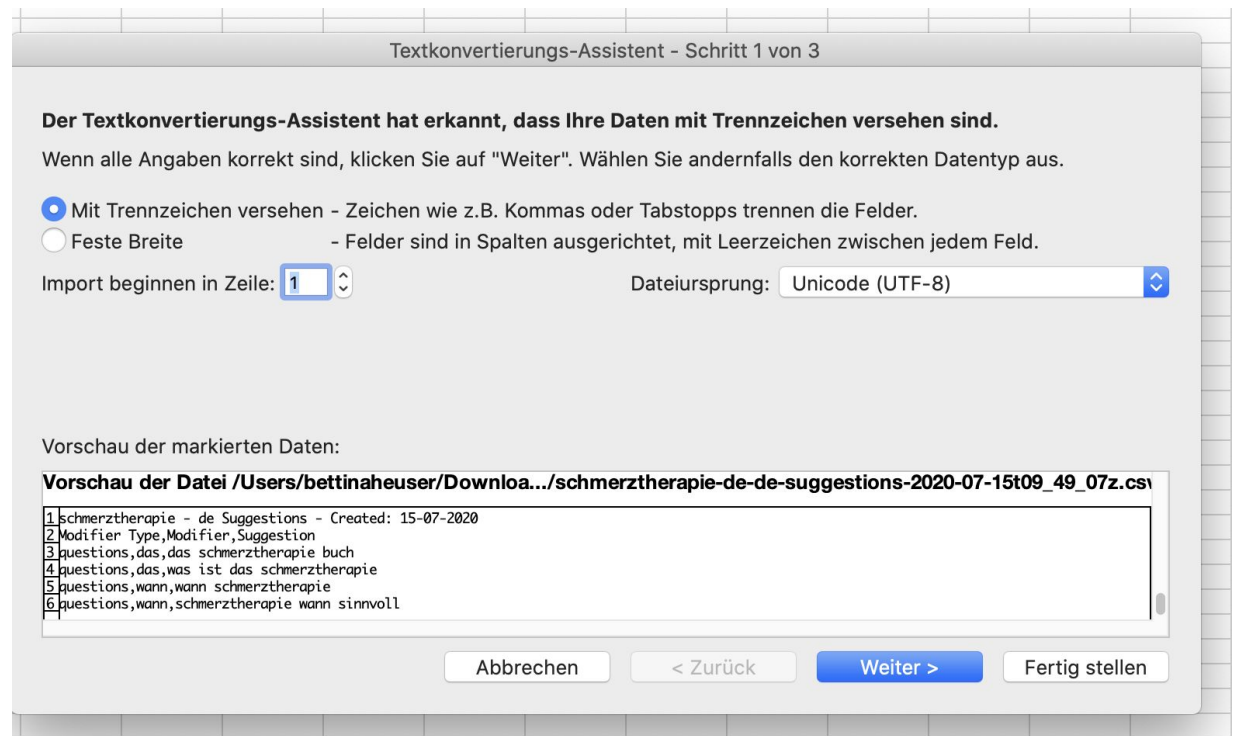
Filter erstellen und nutzen



Excel Mac:

erzeugte CSV Datei importieren

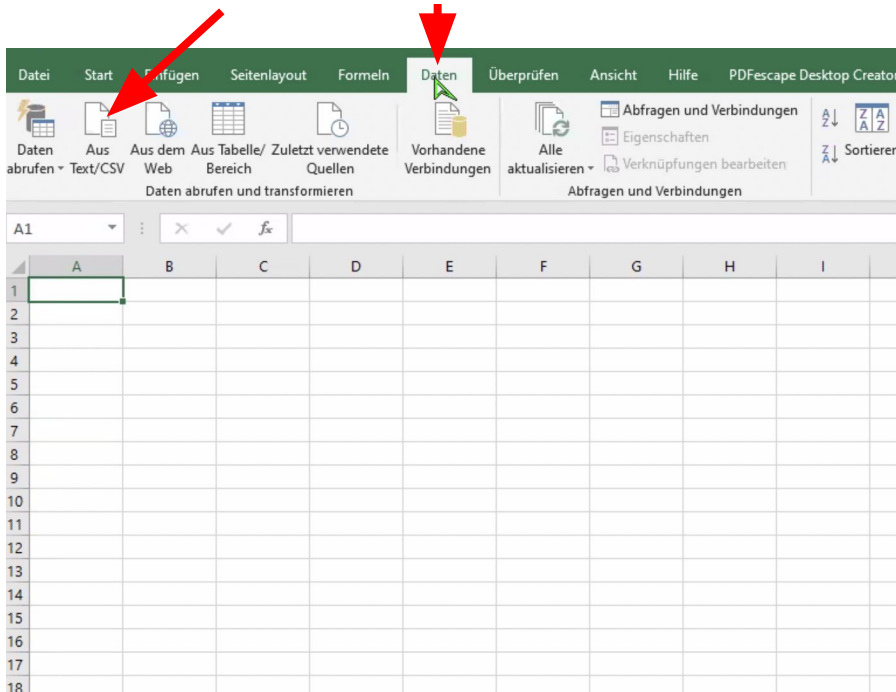
1. Excel öffnen
2. Datei importieren (die gespeicherte CSV-Datei)
3. siehe Screenshot → Weiter
4. **Kommas** als Trennung auswählen



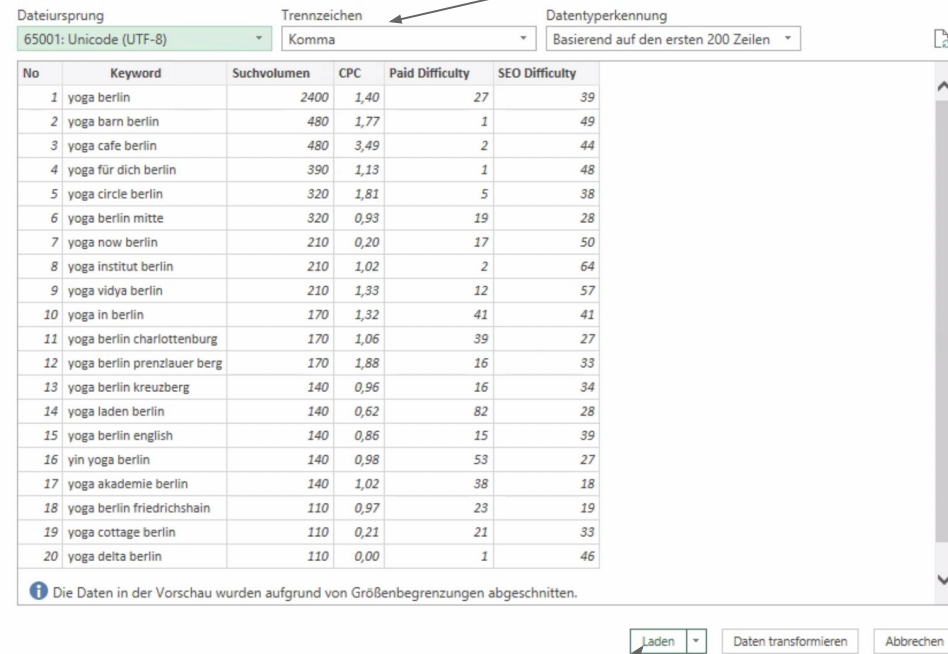
Excel Windows:

erzeugte CSV Datei importieren

1. Excel öffnen
2. Daten
3. Aus Text/CSV (die gespeicherte CSV-Datei)
4. ggf. Komma als Trennzeichen auswählen
5. siehe Screenshot → Laden



suggestions_ubersuggest_yoga_berlin.csv



Kriterien der Keyword-Recherche:

- die Relevanz der Keywords in Bezug auf das Unternehmen, die angebotenen Produkte und Dienstleistungen
- die Popularität der Keywords, d. h. wie oft kommt dieses Keyword in Suchanfragen vor (Suchvolumen auf Google)
- die Wettbewerbssituation: es gibt Keywords mit starkem und Keywords mit wenig Wettbewerb
- die Entscheidung zwischen
 - „Short-Tail-Keywords“ (z. B. Coach, Restaurant) und
 - „Long-Tail-Keywords“ (z. B. Coach Berlin für Stressmanagement, preiswerter Business-Lunch in Berlin-Wilmersdorf)

Tipps zur Recherche:

- **Entpersonalisiert:** in Startpage suchen <https://www.startpage.com/de/>
Brave Browser (Installation) → kann auf die Datensätze von Google, Bing, Duckduckgo z.B. zugreifen.
- während der Erstellung: **Keyword-Cluster laufend bereinigen** (Beispiel zum Thema „Backlinks“: Backlinks aufbauen, backlinks kostenlos aufbauen, backlinks kostenlos organisch aufbauen usw.)
- Suchvolumen beachten
- QWERTZ-Tastatur ausnutzen, “haarentfernung q” “haarentfernung w” rtz....
(Google Suggest)
- allgemein → spezifisch (“schuhe” → “Nike Größe 38 Farbe weiß”)
- jede Unterseite durchgehen (von der Website und auch bei Google → Mitbewerber)
- Singular & Plural, Schreibweise (zusammen, getrennt → Unterstrich = zusammengeschrieben)
- Transaktionalität (Money-Keywords → Transaktion abschließen, z.B. Online Urlaub buchen)
→ englischer Ursprung, finanzielle Interaktion

Final: Reduzierung auf 2-3 zentrale Keywords (pro Unterseite)

“Stop thinking in Keywords, start thinking in Topics”

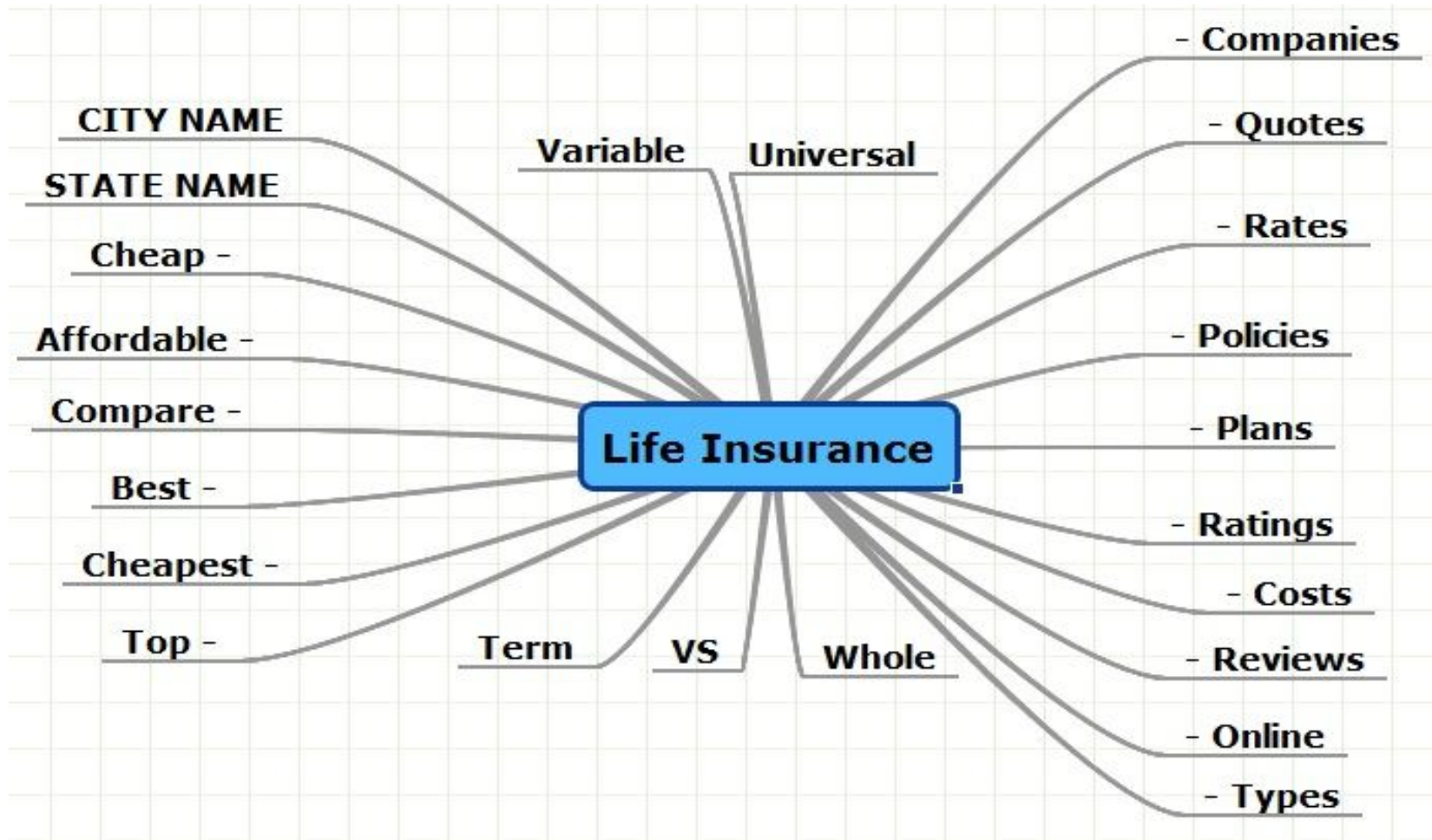
Wir müssen aufhören, nach Schlüsselwörtern zu suchen, und anfangen, Fragen zu suchen.

Kurz gesagt, wir müssen uns auf das konzentrieren, was der Benutzer sucht, und nicht auf alle Möglichkeiten, wie er es konkret formulieren kann.

Things not strings → Entitäten

etwas Ganzheitliches, nicht zerplückt in Einzelteile → In relevanten Themen denken, anstatt an einem Keyword kleben zu bleiben

KW-Knoten (KW-Varianten finden)



Z.B.

- Preiswerte Versicherungen
- Lebensversicherung Kosten
- Lebensversicherungen vergleichen

Keywords

Stelle dir bei jedem Keyword folgende Fragen:

- Ist die gewählte Keyword-Intentionen passend oder evtl. zu allgemein?
- Steckt auch tatsächlich eine Intention, Entscheidung (z.B. Kaufabsicht) hinter dem Keyword?
- Wie weit fortgeschritten ist der User bereits im Kaufprozess, wenn er dieses Keyword eingibt?
- Welchen Suchbegriff könnte der User stattdessen eingeben, um den Artikel zu kaufen bzw. die Dienstleistung in Anspruch zu nehmen?
- Was will der User mit Eingabe des Keywords erreichen?

Entscheidungsfindung:

1. Suchvolumen:

Je höher das Suchvolumen, desto mehr Mitbewerber

- a. Optimierte auf Keywords, die ein gutes Suchvolumen pro Monat haben (sortiere hierzu die Tabelle nach Suchvolumen) → *
- b. zu hohes Suchvolumen ist jedoch ein Indiz, dass die Anfrage vermutlich zu allgemein ist und ein Streuverlust entstehen kann
- c. zu kleines Suchvolumen ist eventuell zu gering und den Aufwand nicht wert

2. Mitbewerber:

- a. Beschreibt den Schwierigkeitsgrad
- b. Anzahl an Mitbewerber prüfen (in übersuggest, Keyword Planner, Google SERPs)
- c. Tipp: es ist einfacher, auf Keywords zu optimieren, die weniger Mitbewerber haben. Ebenso sind die Erfolgschancen höher.

* abhängig von Homepage Zielgruppe und gewünschter Suchradius, dh.

“Lebensversicherung günstig” → deutschlandweit

“Rückenschmerzen behandeln” → Buxtehude

Entscheidungsfindung:

1. SERPs prüfen:

- a. gibt es Google Ads Anzeigen zu den Keywords? Universal Search Elemente (Videos, Bilder, Maps, Shopping-Ergebnisse)
- b. *Info:* Die Klickrate reduziert sich, wenn es viele Elemente in den SERPs gibt (Knowledge Graphs, Answer Boxes etc.)

2. Keyword-Länge:

- a. längere Keywords haben meist weniger Konkurrenz und sind einfacher zu optimieren sowie zielgerichteter/detaillierter.

Bezeichnung	Länge	Beispiel	Konkurrenz
Short-Head	1 Wort	hefeteig	hoch
Mid-Tail	2-3 Wörter	hefeteig rezept	mittel – hoch
Long-Tail	> 3 Wörter	hefeteig rezept mit frischer hefe	niedrig

- ## 3. CPC Cost per Click: für SEO irrelevant (nur wichtig für SEA), gibt uns einen Hinweis auf die Konkurrenz → wie bereit ist diese, Geld auszugeben, um Kunden zu bekommen

Keywordrecherche - Sammeln

1. Keyword Sammlung

Google Keywordplanner etc

Keyword Stats 2020-05-14 at 09_10_50	
1. Mai 2019 - 30. April 2020	
Keyword	Monatliche Suchvolumen
Gedächtnistraining für Senioren	1600
gedächtnistraining senioren	2400
gehirnjogging für senioren	390
gedächtnistraining übungen für demenzkranke	260
senioren gedächtnistraining	210
gedächtnistraining für senioren methoden und spiele	260
mal alt werden gedächtnistraining	170
gehirnjogging senioren	170
gedächtnisspiele für senioren	260
gedächtnisübungen für senioren	110
gedächtnisspiele senioren	140
gedächtnistraining übungen für senioren	40
gedächtnistraining für senioren beispiele	30
ganzheitliches gedächtnistraining senioren	90
gehirntraining senioren	70
...	...

Keywordrecherche - Cluster

1. Keyword Cluster

<https://www.smava.de/>

Die Clusterung:

https://docs.google.com/spreadsheets/d/1qwVJxpkUncF02f66MfM8lA_PlhHdt4fwrSSKmTVaIF8/edit?usp=sharing

	A	B	C	D	E
1		Keyword	Anfragen	Festigungen	Gruppe
34		darlehen	12100	0	Darlehen
35		privatdarlehen	1900	1	Darlehen
36		günstige darlehen	480	1	Darlehen
37		mikrodarlehen	390	0	Darlehen
38		darlehen von privat	390	0	Darlehen
39		bankdarlehen	320	0	Darlehen
40		online darlehen	210	1	Darlehen
41		sofortdarlehen	170	0	Darlehen
42		nachrangiges darlehen	170	0	Darlehen
43		darlehen online	170	0	Darlehen
44					
45		privatkredit	14800	1	Privatkredit
46		kredit von privat	4400	1	Privatkredit
47		privatkredite	1900	0	Privatkredit
48		kredite von privat	1600	1	Privatkredit
49		privat kredit	1300	1	Privatkredit
50		kredit von privatpersonen	880	0	Privatkredit
51		kredite von privatpersonen	720	1	Privatkredit
52		privatkredit von privatpersonen	590	0	Privatkredit
53		privatkredit von privat	480	1	Privatkredit
54		kredit privat	390	1	Privatkredit
55		privat kredite	320	1	Privatkredit
56					
57		online kredit	9900	1	Onlinekredit
58		onlinekredit	3600	1	Onlinekredit
59		kredit online	1900	0	Onlinekredit
60		online kredite	1300	0	Onlinekredit
61		online kredit ohne Schufa	720	1	Onlinekredit
62		onlinekredite	590	1	Onlinekredit
63		kredite online	480	1	Onlinekredit
64		kredit online beantragen	260	0	Onlinekredit
65		online darlehen	210	1	Onlinekredit
66		online finanzierung	210	1	Onlinekredit
67		sofortkredit online	590	1	Sofortkredit Online
68		online sofortkredit	390	1	Sofortkredit Online
69		online sofort kredit	260	1	Sofortkredit Online
70					
71		sofortkredit	12100	1	Sofortkredit
72		sofort kredit	1600	2	Sofortkredit
73		sofortkredite	1300	1	Sofortkredit
74		kredit sofort	480	0	Sofortkredit
75		schnellkredit	1600	0	Schnellkredit
76		schnellkredite	390	0	Schnellkredit
77		schnell kredit	390	0	Schnellkredit

Keywordrecherche - Mapping

1. Keyword Mapping

Jede URL ist eine Landingpage

Keyword	Rankende URL	Live Pos.	SEO Pos.	Seite	Suvo.	CPC	Mitbewerber
hundefutter ohne getreide	https://www.fressnapf.de/ratgeber/hund/beitrag/hundefutter-ohne-getreide	2	2	1	2400	2,05	100
trockenfutter hund	https://www.fressnapf.de/c/hund/fuettern/trockenfutter/	2	1	1	3600	2,53	100
nassfutter hund	https://www.fressnapf.de/c/hund/fuettern/nassfutter/	1	1	1	1900	2,77	100
hochwertiges hundefutter	https://www.fressnapf.de/ratgeber/hund/beitrag/hundefutter-ohne-getreide	33	30	4	1000	1,74	100
bio hundefutter	https://www.fressnapf.de/c/hund/fuettern/biofutter/	3	3	1	1300	2,48	100
barf hundefutter	https://www.fressnapf.de/c/hund/fuettern/barf-frostfutter/	35	30	4	1300	1,69	100
hundefutter online bestellen	https://www.fressnapf.de/c/hund/fuettern/	5	5	1	170	1,98	100
bestes hundefutter	https://www.fressnapf.de/special/frischethekehund	26	27	3	1600	2,01	100
hund beste leckerlis und knochen	https://www.fressnapf.de/c/hund/fuettern/snacks/	4	n/a	1			
hund hochwertige nahrungsergänzungsmittel	https://www.fressnapf.de/ratgeber/hund/beitrag/nahrungsergaenzung-hund-winter	4	n/a	1			

<https://www.fressnapf.de/magazin/hund/ernaehrung/hundefutter-ohne-getreide/>