

von **Dipl. Kfm. Oskar Majzner**

Gastbeitrag zu Keywordrecherche – so funktioniert sie wirklich

Keywords stellen eine wichtige Grundlage für eine gut funktionierende Webseite dar. Bereits bei der Recherche der Keywords kann jedoch einiges schiefgehen. Daher sollte schon hier Wert darauf gelegt werden, eine solide und gute Keywordrecherche durchzuführen. Mit den folgenden Tipps kann die Recherche problemlos verbessert werden.

1. Die Sammlung der Daten

Der erste Schritt einer guten Keywordrecherche besteht darin, dass man so viele Daten wie möglich zusammenträgt. Auch hier gilt das Prinzip, dass mehr gleich mehr ist. Je mehr Keywords vorhanden sind, desto leichter ist es, einen guten Text zu erstellen. Wer schon einmal einen Text geschrieben hat der weiß, wie schwierig es sein kann, Keywords nachträglich in einem Text unterzubringen. Beim ersten Punkt der Keywordrecherche geht es noch nicht darum, irgendeinen Sinn in der Auflistung zu finden, sondern erst einmal eine Auflistung zu erstellen. Hier gibt es verschiedene Quellen:

- Mit dem Webmaster-Tool Suchanfragen stellen und hier alle Begriffe in eine Datei übertragen, die irgendwie relevant sein könnten.
- Mit Sistrix, Seolytics und Searchmetricks alle relevanten und rankenden Keywords finden und diese aus allen Tools zusammentragen.
- In Seolytics die wichtigsten Keywords einfügen und die Vorschläge, die daraufhin kommen, direkt exportieren.
- Übersuggest für die Suche nach Keywords nutzen und diese dann mit Hilfe vom „get“-Button ebenfalls in eine Datei exportieren.
- Longtail-Keywords lassen sich am besten mit dem Synonymizer von SeoDev finden. So werden auch Keyword-Kombinationen zusammengestellt, die wichtig sein können.

2. Die Analyse der Konkurrenz

Es ist immer lohnenswert, auch ein wenig Zeit zu investieren und sich auf den Seiten der Konkurrenz umzusehen. Das Hauptaugenmerk sollte in diesem Fall natürlich auf den Keywords liegen. Auch die beste Keywordrecherche findet nicht immer alle relevanten Kombinationen, die Konkurrenz dagegen vielleicht schon. Daher ist es wichtig, alle Keywords der Konkurrenz ebenfalls mit in die Liste aufzunehmen. Sollten welche doppelt vorkommen, ist das erst einmal egal, da diese später noch immer problemlos herausgestrichen werden können.

3. Die Zusammenführung der Daten

Nun kommt es darauf an, dass die Keywords alle zusammengeführt werden, denn nur so ist es möglich ein System zu erhalten. Dafür werden einfach alle zusammengestellten Keywords und auch Kombinationen in eine neue Excel-Datei kopiert und alle untereinander in derselben Spalte aufgelistet. Idealerweise sind nun mehrere hundert, wenn nicht sogar tausende Keywords zusammengekommen. Wer plant, einen Text mit einer Länge von 500 Wörtern zu schreiben, der bekommt nun wahrscheinlich ein wenig Panik. Aber an diesem Punkt sind wir noch lange nicht. Erst einmal geht es darum, wirklich alle relevanten Keywords gefunden zu haben, die für ein Thema gebraucht werden können. Sind alle Wörter der Keywordrecherche in die Tabelle übertragen worden, dann werden nun erst einmal die doppelten Keywords entfernt. Bei Excel gibt es hierfür unter dem Reiter „Daten“ den Punkt „Duplikate entfernen“. Dieser wird nun ausgewählt und durchgeführt. Bereits nach diesem Schritt wird deutlich, dass die Liste stark reduziert ist.

Nun werden alle Keywords in den Google Keyword Planner eingegeben. Je nach Länge der Liste kann es sein, dass dieser Vorgang mehrmals wiederholt werden muss, da hier nur 800 Keywords auf einmal abgefragt werden können. Auf diese Weise kann ein Suchvolumen für die einzelnen Keywords zusammengestellt werden. Das ist wichtig, um einschätzen zu können, welche der Wörter und Kombinationen auf jeden Fall in den Text eingebunden werden müssen. Das Suchvolumen wird dann in eine separate Spalte in der Excel-Datei übertragen. Hierbei handelt es sich natürlich erst einmal um eine Arbeit, die etwas Zeit in Anspruch nehmen kann aber durchaus lohnenswert ist. Das Suchvolumen darf zudem in der Keywordrecherche auf keinen Fall fehlen, auch wenn es erst einmal anstrengend ist, dieses herauszufinden.

Hinweis: Nicht alle Keywords haben auch ein Suchvolumen. Es kann also durchaus sein, dass es hier nicht für jedes Wort einen hilfreichen Wert gibt. In diesem Fall ist es empfehlenswert, die Keywords auf 0 zu setzen und somit an das Ende der Tabelle zu verfrachten. Werden sie aus der Tabelle gelöscht kann es sein, dass es später zu Unklarheiten kommt, ob und warum manche Keywords nicht aufgenommen wurden.

4. Das Katalogisieren der Keywords

Jetzt kommt Ordnung in die ganze Sache. An diesem Punkt angekommen geht es nun darum, die Keywords zu katalogisieren. Es ist nun notwendig, sich verschiedene Kategorien zu überlegen, in die alle Keywords dann eingeteilt werden können. Als Beispiel wird hier einfach eine Seite zum Thema Europa genommen. Hier könnte die Unterteilung wie folgt erfolgen:

- Land: Italien, Deutschland, Frankreich, Österreich
- Intention: Wetter, Anreise, Unterkunft

Für jede Unterteilung werden separate Spalten in der Tabelle erstellt. Nach und nach werden die Keywords nun gefiltert. Das Filtern funktioniert in mehreren Schritten:

- In der Excel-Datei wird auf „filtern“ geklickt.
- Es wird nach dem gewünschten Land gefiltert.
- Das erste Feld wird dann also beispielsweise mit „Italien“ ausgefüllt und alle darunter liegenden Felder durch einen Doppelklick auf die untere rechte Ecke der Zelle ebenfalls.
- Es wird nach „italienisch“ gefiltert und die Kategorie Italien eingetragen und kopiert.
- Das Filtern wird mit allen möglichen Kategorien nun weiter durchgeführt.

Auch hierbei handelt es sich natürlich um eine Arbeit, die jede Menge Zeit in Anspruch nimmt. Allerdings sollte man sich immer wieder bewusst machen, dass sich das Ergebnis nicht nur auf einen Text, sondern auf einen ganzen Bereich anwenden lässt. Die Keywordrecherche wird also meist nicht nur für einzelne Texte durchgeführt, sondern für ganze Webseiten. Steht die Liste erst einmal, dann kann sie vielseitig eingesetzt werden. Daher ist es wichtig, das Katalogisieren wirklich effektiv durchzuführen und auch ein System zu entwickeln, welches einer bestimmten Logik folgt. Je schwieriger die Themen, desto komplexer sind meist auch die Kategorien, die hier zusammengestellt werden müssen. Wer jedoch öfter eine Keywordrecherche durchführt, der wird bald ein Händchen dafür entwickeln, die passenden Kategorien zu finden und diese dann zu nutzen. Dieser Punkt macht natürlich nur für nicht-semantische Keywords Sinn. Dennoch kann das Katalogisieren eine große Hilfe sein und dafür sorgen, dass die Übersichtlichkeit der Tabelle erhöht wird.

5. Die Auswertung der Daten

Nachdem nun so viele Keywords wie möglich katalogisiert wurden, geht es nun daran, die Daten auszuwerten. Das wird mit Hilfe von einer Pivot-Tabelle durchgeführt. Damit die Tabelle genutzt werden kann, wird einmal die komplette Tabelle markiert. Im Anschluss einfach auf „einfügen“ gehen und hier „Pivot-Tabelle“ auswählen. Es öffnet sich ein Dialogfeld, das bestätigt werden muss. Es ist nicht notwendig, an dieser Stelle irgendetwas umzustellen oder anzupassen. Die Einstellungen sind bereits richtig gesetzt. Mit Drag and Drop werden nun die Kategorien in das linke, unterste Feld gezogen. Das Feld trägt die Bezeichnung „Zeilenbeschriftung“. Es ist möglich, verschiedene Kategorien miteinander zu kombinieren. Auf diese Weise kann eine Struktur entstehen. Zuerst wird das Land gewählt, dann kommt die Intention und dann folgen die Keywords bei der Einteilung.

Das Suchvolumen wird in das rechte, untere Feld gezogen, welches den Namen „Werte“ trägt. Wenn das Suchvolumen übertragen ist, dann wird es in diesem Feld angezeigt. Die Zeile ist mit einem Pfeil versehen. Nach diesem Klick muss die Wertfeldeinstellung auf „Summe“ angepasst werden. Mit diesem Vorgang wird erreicht, dass die Suchvolumina der einzelnen Keywordkombinationen zusammengefasst werden. Das ist wichtig, um später eine absteigende Sortierung vornehmen zu können. Nachdem diese Schritte durchgeführt wurden, ergibt sich eine logische Struktur, die auf einen Blick alle Keywords darstellt, die relevant sind. Die Keywords selbst sind dazu auch noch praktischerweise so sortiert, dass die Keywords auch nach ihrer Relevanz dargestellt werden.

Die Kombinationen von mehreren Keywords sind zudem eine sinnvolle Grundlage für die Erstellung von Landingpages.

Die Vorteile einer solch detaillierten Keywordrecherche überzeugen:

- Es lassen sich Nischenkeywords finden, die sonst vielleicht untergegangen wären.
- Die Liste kann mehrfach verwendet werden.
- Es lassen sich die lukrativsten Landingpages auf einen Blick finden.
- Es lassen sich wichtige Themenbereiche finden.
- Es ergibt sich ein logischer Seitenaufbau.
- Es lassen sich gefragte Themen passend zur Seite finden.

Damit stellt eine solide Keywordrecherche also auch eine Grundlage für die Erstellung und Befüllung einer Webseite dar. Wer keine Themenideen für seine Seite hat, der hat spätestens nach der Keywordrecherche eine Menge an verschiedenen Themen, die für die Seite verarbeitet werden können und sich auch noch positiv auf das Ranking der Suchmaschine auswirken, wenn die Keywords aus der Recherche bei der Texterstellung berücksichtigt werden.

6. Zusatzmöglichkeiten

Es ist nun eine hilfreiche Datei entstanden, die jedoch noch weiter ausgebaut werden kann.

Grundsätzlich ist alles verbesserungswürdig und das ist auch bei dem Ergebnis der Keywordrecherche der Fall. So gibt es noch einige Punkte, die durchaus eine zusätzliche Hilfe darstellen können.

- Die Verwendung von Rankings kann Sinn machen und wird über SVERWEIS durchgeführt. Die Tabelle lässt sich auf diese Weise noch besser unterteilen und wird übersichtlicher.
- Es macht ebenfalls Sinn, die Keywordnutzung zu dokumentieren. Dadurch entsteht nach und nach eine Übersicht darüber, welches Keyword in welcher Menge bereits auf einer Webseite untergebracht ist und welche Wörter vielleicht noch häufiger eingesetzt werden sollten.
- Mit Hilfe der Semantik wird die Gefahr gebannt, ausschließlich die direkten Keywords zu nutzen. Auch semantisch passende Wörter und Begriffe sollten unbedingt eingebaut werden. Hier kann es sich lohnen ein wenig über den Tellerrand zu schauen.

Autor:

Dipl. Kfm. Oskar Majzner