

Keyword Research

Finde Themen, bei denen du Chancen hast und viele Klicks bringen - Volumen allein ist nicht dein Maß!

So findest du Themen, die wirklich ranken



Keyword-Research verbindet Sprache der Zielgruppe, Suchintention und Business-Ziel. Du suchst nicht nur Wörter, sondern echte Chancen für Content, Rankings und Klicks.



1. Kurz gesagt



Suchintention zuerst – nicht nur Suchvolumen



Bestehende Chancen in der Search Console prüfen



Keywords nach Business-Fit und Aufwand priorisieren



Jede Keyword-Gruppe einer klaren URL zuordnen

2. Der Ablauf



Seed Keywords sammeln



Suchintention erkennen



SERP prüfen



Keywords priorisieren



Keyword-Mapping erstellen



Content-Plan aufbauen



Monitoring mit Search Console



Ziel: aus einer Liste wird eine echte SEO-Strategie.

3. So bewertest du Keywords



Intent-Fit: Passt die Suchintention zur Seite?



Business-Fit: Bringt das Thema Leads, Verkäufe oder Markenaufbau?



Traffic-Potenzial: Wie groß ist das gesamte Themenpotenzial?



Wettbewerb: Ist die SERP realistisch angreifbar?



Seitentyp: Brauchst du Guide, Landingpage, Vergleich oder Kategorie?

4. Head vs. Long-Tail

Head Keywords



- breit
- mehr Suchvolumen
- oft härter umkämpft
- gut für Autorität

Long-Tail-Keywords



- spezifisch
- klarere Suchintention
- oft leichter zu ranken
- stärker für Conversions



Für neue Websites sind Long-Tails oft der beste Start.

5. Keyword-Mapping



Pillar: Keyword-Resaarch



Tools



Anleitung



Fehler



Long-Tail-Keywords

Eine Hauptseite + passende Unterseiten verhindern Kannibalisierung und stärken Themenautorität.

6. Häufige Fehler



Nur auf Suchvolumen schauen



Suchintention ignorieren



Mehrere Seiten auf dasselbe Keyword ansetzen



Difficulty-Scores blind glauben



Keine Updates und kein Monitoring

7. Praktischer Workflow



1. Starte mit 20 klaren Chancen



2. Hebe zuerst Potenziale im Bestand



3. Mappe jede Gruppe auf eine URL



4. Miss Klicks, Impressionen, CTR und Position

8. Nützliche Quellen

• Google Search Central

• Google Search Console

• Google Keyword-Planer

• Ahrefs

• Semrush

Gute **Keyword-Recherche** ist keine Wortliste mit Suchvolumen und Schwierigkeiten.

Sie ist ein System aus Intention, Priorisierung und Content-Plan.

Stoppt diese unübersichtlichen **Excel-Friedhöfe**