Keyword Recherche

geschrieben von Tobias Hager | 3. August 2025



Keyword Recherche: Die Kunst, Google (und deine Konkurrenz) auszutricksen

Keyword Recherche ist der blutige Anfang jeder SEO-Strategie – und das Fundament, auf dem erfolgreiche Online-Marketing-Kampagnen gebaut werden. Sie bestimmt, für welche Suchanfragen eine Website überhaupt gefunden werden kann. Wer das Thema unterschätzt, spielt SEO mit verbundenen Augen – und verliert. In diesem Glossar-Artikel erfährst du, was Keyword Recherche wirklich bedeutet, wie sie funktioniert, welche Tools und Techniken du brauchst und warum sie viel mehr ist als eine simple Liste von Wörtern. Willkommen im Maschinenraum der digitalen Sichtbarkeit.

Autor: Tobias Hager

Keyword Recherche: Definition, Bedeutung und der Unterschied zu Keyword-Listen

Keyword Recherche ist nicht das stupide Abklappern von Begriffen mit möglichst hohem Suchvolumen. Sie ist ein datengetriebener Prozess, der darauf abzielt, die Begriffe, Fragen, Synonyme und Phrasen zu identifizieren, die deine Zielgruppe tatsächlich bei Google eintippt. Ziel: Die tatsächliche Nachfrage verstehen – und nicht das, was du gern verkaufen würdest. Wer Keywords nur als „Liste von Schlagwörtern“ begreift, hat schon verloren. Es geht um Suchintention, Relevanz, Wettbewerb und Potenzial. Und um die Chance, mit cleverem Content die Konkurrenz auszumanövrieren.

Der Unterschied zwischen Keyword Recherche und klassischen Keyword-Listen ist gewaltig. Keyword Recherche ist analytisch, dynamisch und strategisch. Sie berücksichtigt Trends, Saisonalitäten, neue Suchbegriffe und das sich ständig verändernde Nutzerverhalten. Eine Keyword-Liste ist statisch, schnell veraltet und reicht vielleicht für einen Blog-Artikel – aber nicht für nachhaltigen SEO-Erfolg.

Ohne professionelle Keyword Recherche optimierst du ins Blaue hinein. Die Folge: Du verpasst Suchvolumen, bedienst die falschen Suchintentionen oder verschwendest Ressourcen auf Begriffe, die niemals konvertieren. Kurz: Du schießt mit Platzpatronen auf ein sich bewegendes Ziel.

Der Prozess der Keyword Recherche: Tools, Methoden und Best Practices

Keyword Recherche ist ein mehrstufiger Prozess – und kein magischer Knopfdruck in irgendeinem Tool. Wer glaubt, mit dem Google Keyword Planner allein alles abdecken zu können, hat das Thema nicht verstanden. Entscheidend ist die Kombination aus verschiedenen Datenquellen, logischem Denken und Kreativität. Hier die wichtigsten Schritte:

1. Seed Keywords identifizieren: Ausgangsbegriffe, die eng mit deinem Thema, Produkt oder Service verknüpft sind. Häufig der erste Schritt, um das Themenfeld abzustecken.
2. Keyword-Tools nutzen: Tools wie SEMrush, Ahrefs, Sistrix, Ubersuggest, Google Keyword Planner oder AnswerThePublic liefern Suchvolumen, Wettbewerb, SERP-Daten (Search Engine Result Pages) und Vorschläge für verwandte Begriffe.
3. Longtail Keywords finden: Lange, spezifische Suchanfragen mit geringem

Suchvolumen, aber oft hoher Conversion Rate. Beispiel: „Keyword Recherche für Online-Shops kostenlos“ statt nur „Keyword Recherche“.
4. Suchintention analysieren: Will der Nutzer kaufen, vergleichen, lernen oder navigieren? Nur wer die Intention versteht, kann Inhalte liefern, die konvertieren.
5. Wettbewerb analysieren: Wie stark ist die Konkurrenz für ein Keyword? Wer dominiert die Top-10? Wie gut ist deren Content?
6. Relevanz und Potenzial bewerten: Bringt das Keyword überhaupt qualifizierten Traffic, oder zieht es nur die falsche Zielgruppe an?

Die besten Ergebnisse entstehen, wenn du verschiedene Tools kombinierst, Wettbewerber analysierst und auch mal außerhalb der eigenen Filterblase suchst. Niemand hat die perfekte Datenbasis – aber wer die richtigen Fragen stellt, liegt vorn.

Wichtige technische Kennzahlen in der Keyword Recherche sind:

- Suchvolumen: Die durchschnittliche monatliche Anzahl der Suchanfragen. Aber Vorsicht: Suchvolumen allein ist wertlos, wenn die Intention nicht passt.
- Keyword Difficulty (KD): Ein Wert, der angibt, wie schwer es ist, für ein Keyword zu ranken. Je höher, desto härter der Wettbewerb.
- CPC (Cost per Click): Gibt an, wie viel Werbetreibende bei Google Ads für einen Klick zahlen. Indikator für kommerzielle Relevanz.
- Trend: Wie entwickelt sich das Suchvolumen über die Zeit? Saisonale Keywords können große Chancen oder Risiken bedeuten.

Keyword Recherche in der Praxis: Von Suchintention bis Content Mapping

Die beste Keyword Recherche bringt nichts, wenn sie nicht sauber in die Content-Strategie integriert wird. Hier trennt sich die Spreu vom Weizen: Wer seine Keywords einfach wahllos auf bestehende Seiten packt, produziert digitalen Lärm. Wer sie strategisch einsetzt, baut Themenwelten, die Google liebt. Das Zauberwort heißt Content Mapping.

Content Mapping bedeutet, für jedes relevante Keyword oder Keyword-Cluster eine eigene Landingpage oder einen eigenständigen Content-Bereich zu schaffen. Dabei wird das Haupt-Keyword mit semantisch verwandten Begriffen, Synonymen und typischen Nutzerfragen angereichert. Das Ergebnis: Google erkennt die inhaltliche Tiefe und Relevanz – und Nutzer finden genau das, was sie suchen.

Wichtige Schritte im Content Mapping:

- Keyword-Cluster bilden: Thematisch verwandte Keywords zusammenfassen, um Keyword-Kannibalisierung zu vermeiden und die interne Verlinkung zu

optimieren.
- Suchintention abgleichen: Für jedes Cluster prüfen, ob der Content wirklich die Nutzererwartung erfüllt. Informational, transactional, navigational oder investigativ?
- Content-Typen definieren: Wann reicht ein Blogpost, wann braucht es eine Produktseite, Kategorie, FAQ oder ein Glossar?
- Onpage-Optimierung: Keywords sinnvoll in Title Tag, Meta Description, H1-Hierarchie, Fließtext, Alt-Texten und strukturierten Daten (Schema.org) platzieren. Kein Keyword-Stuffing, sondern natürliche Integration.

Fortgeschrittene SEOs gehen noch weiter und setzen auf Entitäten, semantische Themenfelder und NLP (Natural Language Processing), um mit Google auf Augenhöhe zu kommunizieren. Das ist kein Hexenwerk, sondern Handwerk mit System.

Fehler, Mythen und aktuelle Trends der Keyword Recherche

Keyword Recherche ist kein statischer Akt, sondern ein kontinuierlicher Prozess. Wer die Recherche einmal durchzieht und dann nie wieder anfasst, lebt im digitalen Mittelalter. Hier die häufigsten Fehler – und wie du sie vermeidest:

- Nur auf Suchvolumen achten: Große Zahlen blenden. Besser: Relevanz, Conversion-Potenzial und Wettbewerb bewerten.
- Keyword-Stuffing: Übertriebenes Wiederholen von Keywords bringt keine Rankings – sondern Google-Abstrafungen.
- Ignorieren von Longtail Keywords: Die meisten Conversions passieren bei spezifischen Suchanfragen, nicht bei generischen Begriffen.
- Den Nutzer vergessen: Keywords sind kein Selbstzweck. Wer am Nutzer vorbei optimiert, produziert nur Traffic ohne Wert.
- Keine Aktualisierung: Keyword-Trends ändern sich. Regelmäßige Überprüfung und Anpassung ist Pflicht.

Aktuelle Trends in der Keyword Recherche sind:

- Voice Search: Suchanfragen werden länger, dialogischer und fragmentierter. Tools wie AnswerThePublic helfen, typische Fragen aufzudecken.
- Zero-Click Searches: Immer mehr Suchanfragen werden direkt in den Suchergebnissen beantwortet (Featured Snippets, Knowledge Panels). Hier zählen strukturierte Daten und präzise Antworten.
- Semantische Suche: Google versteht Zusammenhänge, Entitäten und Synonyme. Kontext schlägt exakte Wortübereinstimmung.
- KI-gestützte Tools: Tools wie SurferSEO oder MarketMuse analysieren nicht nur Keywords, sondern komplette Themenfelder und Content-Gaps.

Wer Keyword Recherche als ständiges Monitoring begreift und regelmäßig neue Chancen identifiziert, bleibt der Konkurrenz immer einen Schritt voraus.

Fazit: Ohne professionelle Keyword Recherche ist SEO wie Roulette – mit schlechten Karten

Keyword Recherche ist das Hirn jeder SEO-Strategie. Sie entscheidet, ob du für relevante Suchanfragen gefunden wirst – oder im digitalen Nirwana verschwindest. Wer auf Daten, Tools und Nutzerintention setzt, baut Reichweite, Sichtbarkeit und Umsatz auf. Wer sie ignoriert, optimiert ins Leere. Die besten SEOs sind Detektive, Analysten und Psychologen in einer Person. Ihr Werkzeug: Klare Prozesse, harte Daten, kritisches Denken – und die Bereitschaft, ständig dazuzulernen.

Unterm Strich: Keyword Recherche ist kein Hexenwerk, sondern Pflichtprogramm. Wer sie richtig macht, gewinnt – bei Google, bei der Zielgruppe und am Ende auch im Umsatz.