

serp overlap tool

Category: Online-Marketing

geschrieben von Tobias Hager | 30. Januar 2026



SERP Overlap Tool: Cleverer Keyword-Check für Profis

Du denkst, Keyword-Recherche sei ein Kinderspiel? Dann hast du entweder Zugriff auf ein neuronales Netzwerk mit Google-Insiderdaten – oder du hast das SERP Overlap Tool noch nie benutzt. Denn wer wirklich verstehen will, wie Google denkt, welche Seiten wirklich konkurrieren und warum dein Keyword-Set in Wahrheit reine Zeitverschwendung ist, braucht mehr als ein Bauchgefühl. Willkommen im Maschinenraum der Suchintention. Willkommen beim SERP Overlap Tool.

- Was das SERP Overlap Tool ist – und warum es mehr als nur ein nettes Gimmick ist
- Wie du mit SERP Overlap echte Keyword-Konkurrenz identifizierst
- Warum klassische Keyword-Recherche-Tools dich oft in die Irre führen
- Wie SERP Overlap funktioniert – technisch und strategisch

- Für welche Anwendungsfälle das Tool Gold wert ist
- Wie du damit Content-Cluster planst, die wirklich ranken
- Welche Tools das SERP Overlap Feature integriert haben – und wie du sie nutzt
- Schritt-für-Schritt-Anleitung zur Anwendung in der SEO-Strategie
- Warum SERP Overlap das Missing Piece für moderne Content-Strategien ist

SERP Overlap Tool erklärt: Was es macht und warum du es brauchst

Das SERP Overlap Tool ist kein weiteres Keyword-Tool, das dir Suchvolumen ausspuckt und CPC-Werte auflistet. Es ist auch kein SEO-Orakel, das dir sagt, ob du für ein Keyword “eine Chance” hast. Nein, das SERP Overlap Tool ist ein brutaler Realitätscheck. Es zeigt dir, ob zwei oder mehr Keywords tatsächlich dieselbe Suchintention bedienen – gemessen an den tatsächlichen Suchergebnissen. Keine Annahme, keine Bauchentscheidung. Nur rohe SERP-Daten.

Das Tool analysiert, welche URLs für verschiedene Keywords ranken und in welchem Maß sie sich überschneiden. Das bedeutet: Wenn Keyword A und Keyword B dieselben Top-Ergebnisse in Google ausspielen (also dieselben URLs), dann kannst du davon ausgehen, dass Google beide Keywords thematisch als identisch oder zumindest sehr ähnlich einstuft. Und genau das ist die Magie: Du erkennst sofort, ob du für zwei Keywords zwei Seiten brauchst – oder nur eine.

Diese Funktion ist vor allem in der modernen SEO-Welt relevant, in der Google semantische Zusammenhänge stärker gewichtet als exakte Keywords. Wer also noch in exakten Keyword-Matches denkt, spielt ein Spiel, das Google längst nicht mehr spielt. SERP Overlap bringt dich zurück ins Spiel – mit Daten, nicht mit Annahmen.

Das Tool eignet sich besonders für die Planung von Content-Strategien, bei denen es darum geht, Themencluster zu definieren, Keyword-Kannibalisierung zu vermeiden und die Suchintention sauber zu treffen. Und das Beste: Viele Tools wie Ahrefs, Sistrix oder Mangools haben mittlerweile SERP Overlap Funktionen integriert – du musst also nicht einmal ein neues Tool lernen.

Warum klassische Keyword-Tools oft versagen – und SERP

Overlap nicht

Die meisten Keyword-Recherche-Tools basieren auf Metriken wie monatliches Suchvolumen, Keyword-Difficulty und CPC. Das Problem? Diese Zahlen sagen dir nichts über die Suchintention. Sie verraten dir nicht, ob ein Keyword informationsgetrieben, transaktional oder navigational ist. Und sie zeigen dir erst recht nicht, ob zwei Keywords wirklich unterschiedliche Inhalte erfordern – oder nicht.

Beispiel: “SEO Audit” vs. “SEO Analyse”. Zwei Keywords, fast identisches Suchvolumen. Klassische Tools würden dir sagen: Mach zwei Seiten, doppelte Sichtbarkeit! Doch ein Blick in die SERPs zeigt: 8 von 10 URLs sind identisch. Google sieht keinen Unterschied – und wenn du zwei Seiten machst, konkurrieren sie gegeneinander. Keyword-Kannibalisierung lässt grüßen.

Genau hier kommt das SERP Overlap Tool ins Spiel. Es zeigt dir, wie hoch die SERP-Überschneidung ist. Je höher der Overlap, desto ähnlicher die Suchintention. Und je ähnlicher die Intention, desto eher solltest du auf eine Seite setzen, die beide Begriffe abdeckt. Das spart nicht nur Ressourcen, sondern erhöht auch deine Chancen auf Top-Rankings, weil du dich nicht selbst blockierst.

Mit anderen Worten: Klassische Tools zeigen dir die Oberfläche. SERP Overlap zeigt dir die Tiefe. Es ist der Unterschied zwischen “Ich denke, das könnte funktionieren” und “Ich weiß, das funktioniert (oder eben nicht)”. Wer in 2025 noch blind auf Volumen und Difficulty vertraut, fliegt in der SERP-Lotterie schneller raus, als er “Intent” buchstabieren kann.

So funktioniert das SERP Overlap Tool technisch und strategisch

Das Grundprinzip des SERP Overlap Tools ist brutal einfach – und gerade deshalb so mächtig. Es nimmt zwei (oder mehr) Keywords, ruft die Top-10-Ergebnisse bei Google ab und vergleicht die URLs. Daraus berechnet es eine Overlap-Quote, meist in Prozent: 100 % bedeutet vollständige Überschneidung, 0 % bedeutet komplett unterschiedliche SERPs.

Die technische Umsetzung ist dabei nicht trivial. Denn Google personalisiert Suchergebnisse, lokalisiert sie und spielt je nach Gerät unterschiedliche Rankings aus. Gute SERP Overlap Tools nutzen daher APIs oder Headless-Browser, um “neutrale” SERPs zu scrapen – oft mehrfach, aus verschiedenen Regionen und mit verschiedenen User-Agents. Nur so entsteht ein realistisches Bild.

Strategisch ist die Anwendung dann simpel. Du analysierst Keyword-Paare aus deiner Liste, prüfst die Overlap-Werte und entscheidest auf Basis dieser

Daten, ob du separate Landingpages brauchst oder nicht. Besonders spannend wird es bei Keyword-Cluster-Analysen: Welche Begriffe gehören wirklich zusammen? Welche können auf einer Seite kombiniert werden? Welche benötigen eigene Content-Hubs?

So sieht der Ablauf aus:

- Keyword-Liste erstellen (z. B. mit klassischen Tools)
- Keyword-Paare oder -Gruppen im SERP Overlap Tool analysieren
- Overlap-Werte interpretieren (z. B. >70 % = gleiche Seite, <30 % = getrennt behandeln)
- Content-Architektur darauf aufbauen
- Ergebnisse regelmäßig überprüfen (SERPs ändern sich!)

Wann du SERP Overlap einsetzen solltest – und wann nicht

Das SERP Overlap Tool ist kein Allheilmittel, aber es ist verdammt nah dran. Besonders hilfreich ist es in folgenden Situationen:

- Content-Planung: Du willst wissen, wie du deine Seitenstruktur aufbauen solltest? Overlap-Werte helfen dir dabei, Cluster zu definieren und Kannibalisierung zu vermeiden.
- Keyword-Mapping: Du willst Keywords korrekt auf einzelne URLs mappen? Ohne Overlap-Analyse ist das oft blindes Raten.
- Content-Migration: Du überarbeitest eine bestehende Website und willst wissen, welche Inhalte zusammengelegt oder getrennt werden sollten? Overlap-Werte liefern harte Daten.
- SEO-Audits: Du willst überprüfen, ob bestehende Seiten sich gegenseitig kannibalisieren? Das Tool zeigt es dir schwarz auf weiß.

Weniger sinnvoll ist der Einsatz, wenn du rein technische SEO-Probleme analysieren willst. Das Tool bewertet keine Ladezeiten, keine Core Web Vitals und keine Indexierungsprobleme. Es geht um inhaltliche Nähe – nicht um technische Gesundheit.

Auch bei sehr nischigen Keywords mit wenig oder gar keinem Suchvolumen kann das Tool an seine Grenzen stoßen – einfach weil es keine verwertbaren SERPs gibt. In solchen Fällen braucht es Erfahrung und das richtige Maß an Intuition.

Diese Tools bieten SERP Overlap – und so nutzt du sie

richtig

Das Konzept “SERP Overlap” ist inzwischen in mehreren SEO-Suiten integriert, allerdings oft unter anderen Bezeichnungen. Hier sind die bekanntesten Tools mit entsprechenden Funktionen:

- Ahrefs: Das “Keyword Comparison” Tool zeigt dir grafisch, wie sich die Top-Rankings zweier Keywords überschneiden. Super intuitiv, solide Datenbasis.
- Sistrix: Über die SERP-Snippets lassen sich manuell Überschneidungen prüfen – allerdings etwas umständlicher. Sistrix arbeitet an einer nativen Overlap-Funktion.
- Mangools (KWFinder): Bietet SERP-Vergleiche mit Ranking-URLs und SEO-Metriken. Gut für Einsteiger, aber limitiert in der Tiefe.
- Surfer SEO: Nutzt SERP Overlap in der Content-Editor-Logik, um relevante Begriffe zu gruppieren. Sehr praxisorientiert.
- Cluster.ai, Keyword Insights, Thruuu: Spezialisierte Tools für SERP Overlap und Content Clustering.

Unabhängig vom Tool lautet die Regel: Nutze Overlap-Daten immer als Entscheidungsgrundlage für Architektur und Content – nicht als Ersatz für Inhalte. Auch wenn zwei Keywords über 90 % Overlap haben, musst du den Content trotzdem sauber strukturieren, Suchintentionen bedienen und technische Basics beherrschen. Overlap ist der Kompass – nicht das Schiff.

Fazit: SERP Overlap ist kein Buzzword – sondern Pflichtwerkzeug

Das SERP Overlap Tool ist eines der unterschätztesten Werkzeuge im modernen SEO-Arsenal. Es liefert nicht nur Daten, sondern Klarheit. Es zeigt, wie Google denkt – und zwingt dich dazu, deine Keyword-Strategie endlich ernsthaft zu hinterfragen. In einer Welt, in der Suchintention wichtiger ist als Suchvolumen, ist Overlap die einzige Metrik, die zählt.

Wer Content produziert, ohne vorher SERP Overlap zu prüfen, baut auf Sand. Wer dagegen mit Overlap arbeitet, baut auf Daten. Und das ist der Unterschied zwischen blindem Aktionismus und strategischem SEO. Also: Bevor du deine nächste Landingpage schreibst – check den Overlap. Alles andere ist Rätseleuten.