



# Suchhelden

[www.suchhelden.de](http://www.suchhelden.de)



# Keyword-Recherche Kapitel 2

**Suchhelden GmbH**

Franz-Lenz-Str. 1a | 49084 Osnabrück  
(0541) 200 69 822 | (0151) 50 650 764 | [info@suchhelden.de](mailto:info@suchhelden.de)  
[www.suchhelden.de](http://www.suchhelden.de)



## Inhalt

### KAPITEL 1

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | Die ausführliche Anleitung                                     | 4  |
| 2. | Nischen-Märkte: Wo Keyword-Recherche beginnt                   | 6  |
| 3. | Nischen-Wolken: Der einfachste Weg um Nischen-Märkte zu finden | 8  |
| 4. | Erstellung deiner ersten Nischen-Wolke Karte                   | 9  |
| 5. | Käuferprofile  | 10 |
| 6. | Foren  | 11 |
| 7. | Wikipedia  | 14 |
| 8. | The Head, Body and Tail  | 17 |

### KAPITEL 2

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | Wie man den Google Keyword-Planer einsetzt           | 4  |
| 2. | STEP 1: Greife auf den Google Keyword-Planer zu      | 5  |
| 3. | STEP 2: Wähle das richtige Tool                      | 7  |
| 4. | STEP 3: Die Ergebnisseite des Keyword-Planers nutzen | 15 |
| 5. | STEP 4: Tolle Keywords finden                        | 17 |

### KAPITEL 3

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | Wie man Long Tail Keywords findet                  | 4  |
| 2. | Verwandte Suchanfragen zu                          | 6  |
| 3. | Benutze Soovle.com um Long Tail Keywords zu finden | 8  |
| 4. | ÜberSuggest: Google Suggest Scapper                | 10 |
| 5. | Nutze ScrapeBox für Keyword-Vorschläge             | 12 |
| 6. | Google Webmasters Tools                            | 18 |
| 7. | Google Trends                                      | 21 |
| 8. | Google Correlate                                   | 24 |
| 9. | Quora  | 26 |

### KAPITEL 4

|    |   |    |
|----|---|----|
| 1. | Wie du die Kaufabsicht bestimmst                      | 4  |
| 2. | Kaufabsicht: Die vier Keyword Kategorien              | 6  |
| 3. | Objektive Informationen über die Kaufabsicht bekommen | 10 |

### KAPITEL 5

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | Keyword Wettbewerbsanalyse                         | 4  |
| 2. | Der erste Schritt: Installiere SEOQuake und MozBar | 5  |
| 3. | Page Rank und Page-Autorität                       | 6  |
| 4. | Verweisende Domains                                | 7  |
| 5. | Domain Autorität und Markenpräsenz                 | 9  |
| 6. | Markenpräsenz                                      | 10 |
| 7. | Link Profile                                       | 10 |
| 8. | On-Page SEO  | 14 |
| 9. | Content Quality                                    | 17 |

### KAPITEL 6

|    |  |    |
|----|--|----|
| 1. | Von Keywords zu SEO Content                | 4  |
| 2. | Hole bei deinen Title-Tags mehr raus       | 4  |
| 3. | Keyword Prominenz                          | 7  |
| 4. | Mache dir Benutzerfreundlichkeit zur Nutze | 7  |
| 5. | Optimiere Seiten für Google Hummingbird    | 10 |



## Kapitel 2

### Wie man den Google Keyword-Planer einsetzt



Es führt kein Weg daran vorbei: Ohne objektive Daten ist Keyword-Recherche ein Griff ins Leere.

Ein Glück, dass uns die SEO-Götter ein fantastisches, kostenloses Tool gereicht haben, das uns fast alle Informationen liefert, die wir brauchen um fundierte Entscheidungen darüber zu treffen, welche Keywords am besten zu unserem Unternehmen passen. Es nennt sich Google Keyword Planner.

Anders als das heute nicht mehr existierende Google Keyword Tool, liefert das neue Tool eine ganze Reihe an Funktionen. Diese helfen dir die wachsende (oder sinkende) Popularität eines Keywords zu identifizieren, Suchanfragen mit kleinem Volumen herauszufiltern und hunderte Keyword-Kombinationen in Sekundenschnelle auszugeben.

Klingt cool? *Ist es auch!*

Behalte im Hinterkopf, dass das Tool auch mit Blick auf Adword-Werbetreibenden design wurde. Das heißt, viele Funktionen des Tools (wie Gebote auf Keywords) sind für dich uninteressant.

In dieser Anleitung werde ich dir zeigen, wie du den höchsten SEO-Wert aus dem Google Keyword Planner erhältst.

So funktioniert es:



### Greife auf den Google Keyword Planner zu

- 1 Um den Google Keyword Planner nutzen zu können, benötigst du einen Google Adwords Account. Wenn du noch keinen hast, kannst du ihn [hier](#) anlegen:

Folge einfach den Anweisungen und mache ein paar Angaben über dich und dein Unternehmen.

#### Mit Ihrem Google-Konto anmelden



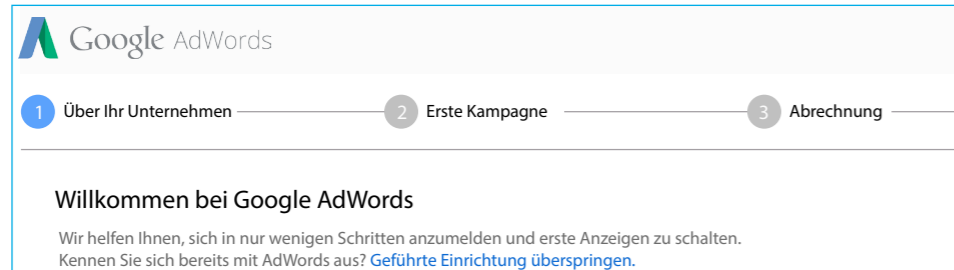

weiter

[Brauchen Sie Hilfe?](#)

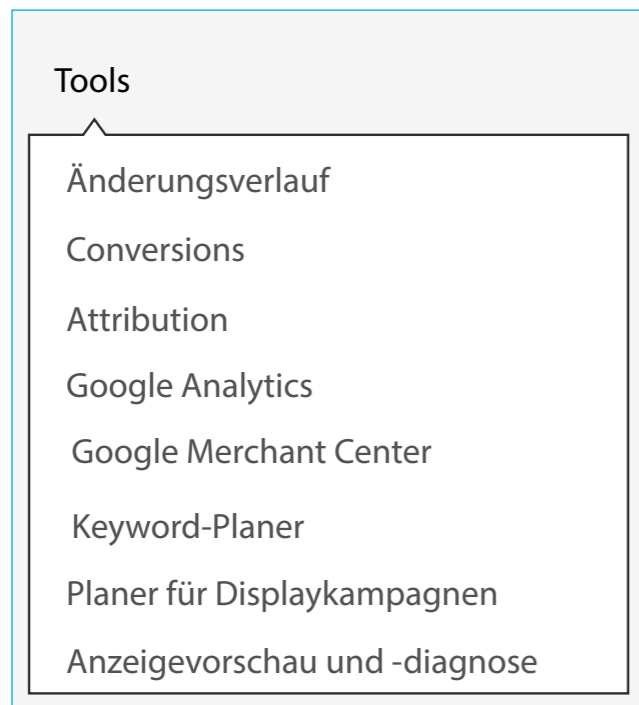
[Konto erstellen](#)



**2** Jetzt kannst du Google Adwords aufrufen und dich mit deinem neuen Konto anmelden. Google wird dir bei der Begrüßung eine geführte Einrichtungstour anbieten. Solange du keine eigene Kampagne starten willst, sondern erst mal nur mit dem Keyword Planner arbeiten möchtest, empfehle ich dir die geführte Einrichtung zu überspringen.



**3** Nachdem du deine E-Mail Adresse, sowie Herkunftsland und Währung bestätigt hast, kannst du auf alle Funktionen zugreifen. In der oberen Navigationsleiste findest du den Menüpunkt „Tools“. Wählst du diesen an öffnet sich eine kleine Liste von Funktionen. Hier kannst du den Google Keyword Planner auswählen.



**4** Dir werden drei verschiedene Tools innerhalb des Keyword-Planers präsentiert.

**Keyword-Planer**

Wo möchten Sie anfangen?

- 🔍 **Neue Keywords finden und Daten zum Suchvolumen abrufen**
- ▶ Mithilfe einer Wortgruppe, einer Website oder einer Kategorie nach neuen Keywords suchen

---

- ▶ Daten zum Suchvolumen und Trends abrufen

---

- ▶ Keyword-Listen vervielfachen, um neuen Keywords zu erhalten



### Wähle das richtige Tool

Der Keyword-Planer ist, wie ein Schweizer Taschenmesser, mit verschiedenen Keyword-Recherche Tools. Hier zeige ich dir wie du die drei Tools des Google Keyword-Planers einsetzt und fantastische Keyword Listen für deine SEO-Arbeit erhältst.

#### Suche mithilfe einer Wortgruppe, einer Website oder einer Kategorie nach neuen Keywords.

Dies ist das Standard-Tool um perfekt nach neuen Keywords zu finden. Denke daran, dass die Keywords die du hier erhältst in der Regel sehr nah an denen liegen, die du eingibst (siehe Kapitel 1 – der GKP ergibt in der Regel keine wirklich neuen Ideen). Wenn du „Mithilfe einer Wortgruppe, einer Website oder einer Kategorie nach neuen Keywords suchen“ auswählst, erhältst du ein Menü mit einer Reihe von Optionen.

**HABEN WIR IHR INTERESSE GEWECKT?  
SPRECHEN SIE UNS AN!**

**Andre Thyhatmer**  
Projektleiter  
Telefon: (0541) 200 69 822  
andre.thyhatmer@suchhelden.de



▼ Mithilfe einer Wortgruppe, einer Website oder einer Kategorie nach neuen Keywords suchen

**Nehmen Sie mindestens eine Eingabe vor:**  
Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung

Zum Beispiel blumen oder gebrauchtwagen

Ihre Zielseite

www.example.com/seite

Ihre Produktkategorie

Produktkategorie eingeben oder auswählen

Ausrichtung <sup>?</sup>

Alle Standorte

Deutsch

Google

Auszuschließende Keywords

Zeitraum <sup>?</sup>

Durchschnittliche monatliche Suchanfragen anzeigen für: letzte 12 Monate

Meine Suche anpassen <sup>?</sup>

Keyword-Filter

Mögliche Keywords

Alle weitgehend passenden Ideen anzeigen

Keywords in meinem Konto ausblenden

Keywords in meinem Plan ausblenden

Einzuschließende Keywords

Ideen abrufen

Lass uns einen genauen Blick auf die einzelnen Optionen werfen.

**Nehmen Sie mindestens eine Eingabe vor:**

Diese Optionen sind extrem wichtig. Den Nutzen, den du aus dem Google Keyword-Planer ziehst, hängt größtenteils an den Informationen, die du eingibst.

**Nehmen Sie mindestens eine Eingabe vor:**  
Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung

Zum Beispiel blumen oder gebrauchtwagen

Ihre Zielseite

www.example.com/seite

Ihre Produktkategorie

Produktkategorie eingeben oder auswählen ▼

So bekommst du die besten Ergebnisse:

**Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung:** Hierbei handelt es sich eigentlich um eine Liste an Keywords. Du solltest, anders als das Tool vorschlägt, keine allzu umfangreichen Begriffe wie „Blumen“ eingeben, sonst erhältst du eine Liste von Head Keywords mit sehr hohem Wettbewerb. Ich empfehle ein bis drei Keywords einzugeben, alle in leicht unterschiedlichen Nischen-Märkten. Folgen wir unserem Basketball-Beispiel aus der Einleitung (Kapitel 1), solltest du hier Keywords wie „Basketball Accessoires“ oder „Basketball Freiwurf“ eintragen.

**Ihre Zielseite:** Dies ist vor allem für Adwords-Nutzer. Manchmal finden sich hier aber einige solide Keywords wenn du deine Seite, oder einen Artikel auf deiner Seite eingibst.

**Ihre Produktkategorie:** Dieses Feld erlaubt es dir auf Googles interne Keyword-Datenbank für verschiedene Branchen zuzugreifen. Hier findest du manchmal Keywords, die du bisher übersehen hast. Es lohnt sich hier etwas auszuprobieren wenn man bei den anderen Methoden keine neuen Keywords findet.



Sobald du deine Informationen in eines der Felder oder mehr eingefügt hast, ist es Zeit die „Ausrichtung“ zu definieren. Die Ausrichtung bestimmt einfach das Land, die Sprache und die Suchmaschine auf der du Werbung betreiben willst. Diese Einstellungen sind automatisch auf deutschsprachige Personen, die mit Google suchen, festgelegt. Ist dies deine Zielgruppe, kannst du die Einstellungen so lassen. Die letzte Option heißt „Auszuschließende Keywords“

**Ausrichtung** ?

Alle Standorte ✎

Deutsch ✎

Google ✎

Auszuschließende Keywords ✎

Auszuschließende Keywords sind Keywords, mit denen du explizit nicht werben willst. Dies ist eine weitere Funktion die nur für Adwords-Nutzer wichtig ist.

### Meine Suche anpassen

**Meine Suche anpassen** ?

Keyword-Filter ✎

**Mögliche Keywords** ✎

Alle weitgehend passenden Ideen anzeigen

Keywords in meinem Konto ausblenden

Keywords in meinem Plan ausblenden

Einzuschließende Keywords ✎

Das bedeuten die einzelnen Optionen:

**Keyword-Filter:** Diese Option erlaubt es dir, Keywords herauszufiltern, die nicht deinen Kriterien entsprechen. Sagen wir, du bist nicht an Keywords interessiert, die weniger als 2000 Suchanfragen pro Monat haben. Klicke auf „Keyword-Filter“ um das Minimum an monatlichen Suchanfragen festzulegen.

**Durchschnittliche monatliche Suchanfragen** ?

≥ ⬆ ⬇ ⬇ ⬆

Dasselbe kannst du für das vorgeschlagene Gebot tun. Hier handelt es sich um eine Funktion, die eher für Adwords-Kunden interessant ist:

**Vorgeschlagenes Gebot** ?

≥ ⬆ ⬇ ⬇ ⬆  €

**Mögliche Keywords:** Dies vermittelt dem Tool einfach, wie breit gefächert deine Ergebnisse ausfallen sollen. Ich empfehle dir, die hier voreingestellten Einstellungen nicht zu verändern. „Keywords in meinem Konto ausblenden“ sind nur für Adwords-Kunden von Interesse.

Nur Keywords verwenden, die einen der folgenden Begriffe enthalten:

?

### Warum solltest du Keywords ausschließen?

Sagen wir du rankst bereits mit einigen Keywords zum Thema „blaue T-Shirts“. In diesem Fall willst du nicht, dass diese Keywords neue Ideen aus dem präsentierten Ergebnis verdrängen.



Wenn du eine Liste von Keywords hast, die du explizit sehen oder nicht sehen willst, klicke einfach auf „Einzuschließende Keywords“ und füge die Keywords dem entsprechenden Feld hinzu.

Auszuschließende Keywords eingeben

Sobald du fertig bist, klicke auf „Ideen abrufen“ um die Resultate zu sehen. Ich werde dir in einem späteren Punkt dieses Guides erklären, wie du diesen Teil des Google Keywords-Planers benutzt.

**Daten zum Suchvolumen und Trends abrufen:**

▼ Daten zum Suchvolumen und Trends abrufen

1. Option: Keywords eingeben

Geben Sie Keywords ein, entweder eines pro Zeile oder durch Kommas getrennt.

2. Option: Datei hochladen

Datei auswählen...

CSV- und TSV-Dateien sowie Textdateien zulässig. [Weitere Informationen](#)

Ausrichtung ?

Alle Standorte

Google

Auszuschließende Keywords

Zeitraum ?

Durchschnittliche monatliche Suchanfragen anzeigen für: letzte 12 Monate

Suchvolumen Abrufen

Diese Funktion ist praktisch, wenn du bereits eine lange Liste an Keywords hast und schnell ihr Suchvolumen checken willst. Mit anderen Worten: Dieses Tool wird dir nicht dabei helfen, neue Keyword-Ideen zu entwickeln.

Du kannst deine Keywords entweder per copy-paste einfügen, oder sie in einer CSV-Datei hochladen.

2. Option: Datei hochladen

Datei auswählen...

CSV- und TSV-Dateien sowie Textdateien zulässig. [Weitere Informationen](#)

Hier kannst du Sprache und Land deiner Resultate einstellen, wie schon zuvor bei dem Tool „Suche mithilfe einer Wortgruppe, einer Website oder einer Kategorie nach neuen Keywords“:

Klicke auf „Suchvolumen abrufen“, um zu erfahren, wie viele Leute nach den Keywords suchen, die du eingegeben hast.

Ausrichtung ?

Alle Standorte

Google

Auszuschließende Keywords

Suchvolumen Abrufen

HABEN WIR IHR INTERESSE GEWECKT?  
SPRECHEN SIE UNS AN!



Dimitri Prugow  
Leiter Backoffice  
Telefon: (0541) 200 69 822

prugow@suchhelden.de



## Keyword-Listen vervielfachen, um neue Keywords zu erhalten

Dieses Tool nimmt ganze Gruppen von Keywords und vermischt sie zu hunderten (oder sogar tausenden) möglichen Kombinationen. Viele von den Resultaten sind leider unsinnig, hin und wieder spuckt das Tool aber auch einen Schatz aus.

Dieses Tool ist besonders für die Keyword-Recherche im E-commerce praktisch, weil es dir hilft fast alle möglichen Kombinationen zu ermitteln, mit denen Kunden deine Produkte suchen.

**Liste 1**

blau  
rot  
grün  
gelb  
silber

Schreibe eine Liste von Keywords in Liste 1

**Liste 2**

Ford  
Mercedes  
BMW  
Toyota  
Honda

Und eine weitere in „Liste 2“

**Liste 2**

Ford  
Mercedes  
BMW  
Toyota  
Honda

Du kannst eine dritte Liste hinzufügen, indem du auf das graue „X“ klickst

**Liste 3**

Kombi  
Limousine  
SUV  
Kleinwagen

Hier kannst du weitere Keywords eintragen

Wenn du fertig bist, klicke auf „Suchvolumen abrufen“ und das Tool wird dir mögliche Kombinationen zeigen.

Prognose abrufen

Suchvolumen abrufen



## Die Ergebnisseite des Keyword-Planers nutzen

Alle drei vorgestellten Tools bringen dich zu der „Ergebnisseite“ der Keyword-Recherche, die so aussieht:

**Keyword-Planer** Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung  [Ideen abrufen](#) [Suche ändern](#)

Ideen zum Plan hinzufügen

**Ausrichtung**

Alle Standorte

Deutsch

Google

Auszuschließende Keywords

**Zeitraum**

Durchschnittliche monatliche Suchanfragen anzeigen für: letzte 12 Monate

**Meine Suche anpassen**

Keyword-Filter

**Mögliche Keywords**

Alle weitgehend passenden Ideen anzeigen

Keywords in meinem Konto ausblenden

Keywords in meinem Plan ausblenden

Einzuschließende Keywords

**Suchvolumen-Trends**

Durchschnittliche monatliche Suchanfragen

| Anzeigegruppen-Ideen   | Keyword-Ideen                         | Spalten    | Herunterladen         | Alle hinzufügen (22)                          |
|--|---------------------------------------|------------|-----------------------|---|
| Anzeigegruppe (nach Relevanz)  | Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat | Wettbewerb | Vorgeschlagenes Gebot | Anteil an mögl. Anz. impr. Zu Plan hinzufügen |
| <b>Basketballkorb Kaufen (5)</b><br>basketballkorb kaufen, basketballkörbe kauf... | 1.470                                 | Hoch       | 0,75€                 | - >>  |
| <b>Basketball Kaufen (11)</b><br>basketball kaufen, basketballle kaufen, bask...   | 2.780                                 | Hoch       | 0,88€                 | - >>  |
| <b>Outdoor (7)</b><br>basketballkorb outdoor, basketballle outdoor...              | 1.600                                 | Hoch       | 0,70€                 | - >>  |
| <b>Basketballanlage (9)</b><br>basketballanlage, basketballanlage outdoor...       | 630                                   | Hoch       | 0,63€                 | - >>  |
| <b>Basketballnetz (7)</b><br>basketballnetz, basketballnetz kaufen, bask...        | 530                                   | Hoch       | 0,37€                 | - >>  |
| <b>Korbanlage (8)</b>  | 460                                   | Hoch       | 0,73€                 | - >>  |

Schauen wir uns die einzelnen Sektionen der Seite genauer an.

Auf der linken Seite findet du eine Sidebar mit denselben Optionen zur „Ausrichtung“ und zum Filtern deiner Ergebnisse, die wir auch schon vom Anfang kennen.

Der Vorteil, die Optionen hier zu verwenden liegt darin, dass du deine Ergebnisse nach Ausführung der Recherche anpassen kannst. Wenn du also viele Keywords mit niedrigem Suchvolumen angezeigt bekommst, kannst du diese einfach herausfiltern und ein Minimum setzen.





Als nächstes hast du zwei Kategorien:

Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung

Basketballkörbe

Anzeigegruppen-Ideen    Keyword-Ideen

Die meisten Leute werden dir erzählen, dass du direkt zu „Keyword-Ideen“ wechseln sollst und „Anzeigegruppen-Ideen“ ignorieren kannst. Dies ist ein großer Fehler. Wie du gleich sehen wirst, lassen sich auch hier tolle Keywords finden.

Wenn du auf „Keyword-Ideen“ klickst, wirst du folgendes sehen:

| Suchbegriffe  | Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat | Wettbewerb | Vorgeschlagenes Gebot | Anteil an mögl. Anz. impr. | Zu Plan hinzufügen |
|---|---------------------------------------|------------|-----------------------|----------------------------|--------------------|
| basketballkörbe                                       | 720                                   | Hoch       | 0,68€                 | -                          | >>                 |
| Zeilen anzeigen 30 ▾ 1 - 1 von 1 Keywords  <  >  <  > |                                       |            |                       |                            |                    |
| Keyword (nach Relevanz)                               | Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat | Wettbewerb | Vorgeschlagenes Gebot | Anteil an mögl. Anz. impr. | Zu Plan hinzufügen |
| basketballkorb  | 12.100                                | Hoch       | 0,65€                 | -                          | >>                 |
| basketballkorb kaufen                                 | 1.300                                 | Hoch       | 0,75€                 | -                          | >>                 |

Das bedeuten die einzelnen Begriffe:


**Suchbegriffe:** Hier findest du exakt die Keywords, die du in Step 2 eingegeben hast.

**Keyword (nach Relevanz):** Das ist die Liste von Keywords, die Google als am relevantesten betrachtet in Bezug auf den Suchbegriff.

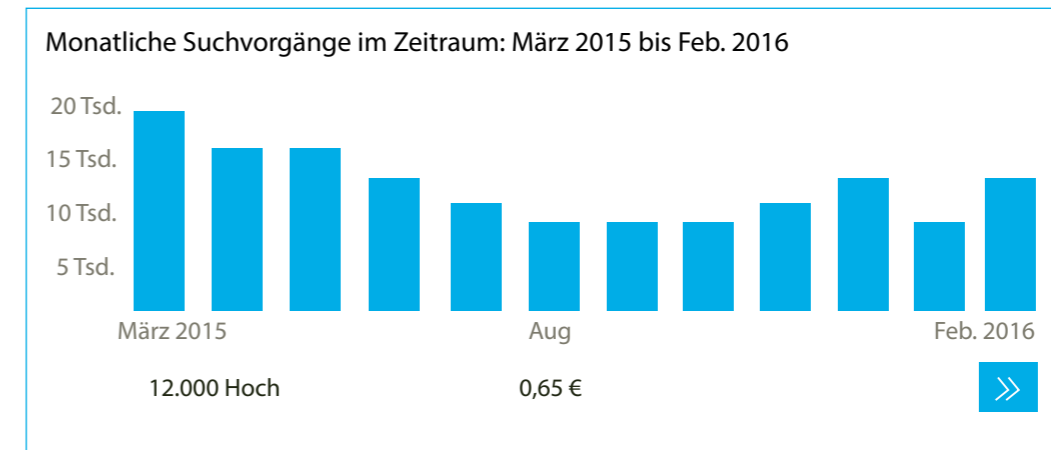
**Durchschnitt. Suchanfragen pro Monat:** Eigentlich selbsterklärend. Behalte aber im Hinterkopf, dass es sich hierbei um grobe Angaben handelt und keine super genauen Zahlen. Darüber hinaus können Saison-Keywords wie „Halloween Kostüme“ im Monat Oktober 30.000 Anfragen haben, aber im Mai nur 100.

Deshalb können die durchschnittlichen Suchanfragen in einigen Fällen irreführend sein.

Graph Icon: Fährst du mit der Maus über dieses kleine Icon

 12.100 Hoch

Das Tool wird dir den Suchtrend des letzten Jahres anzeigen:



Dies ist hilfreich, um Keywords mit einer hohen monatlichen Fluktuation zu identifizieren. Es zeigt dir auch, ob ein Suchbegriff im Laufe der Zeit insgesamt populärer oder unpopulärer wird.

**Wettbewerb:** Hier wird aufgezeigt, wie viele Werbetreibende auf ein Keyword bieten. Mehr zu dem Thema erläutere ich in Kapitel 3.

**Vorgeschlagenes Gebot:** Eine weitere Determinante des Monetarisierungspotenzials eines Keywords. Je höher das vorgeschlagene Gebot, desto lukrativer ist der damit verbundene Traffic.



## Tolle Keywords finden

Jetzt wo du weißt, wie man all die Tools, Einstellungen und Optionen innerhalb des Google Keyword-Planer nutzt, ist es Zeit für den letzten Schritt: Gute Keywords finden nach denen du den Content deiner Seite ausrichten kannst.

Für diesen Step werde ich das Tool „Suche mithilfe einer Wortgruppe, einer Website oder einer Kategorie nach neuen Keywords“ benutzen, weil ich es für das beste halte um neue Keywords zu finden.



### Keyword-Planer

Wo möchten Sie anfangen?

[Neue Keywords finden und Daten zum Suchvolumen abrufen](#)

- ▶ Mithilfe einer Wortgruppe, einer Website oder einer Kategorie nach neuen Keywords suchen

---

- ▶ Daten zum Suchvolumen und Trends abrufen

---

- ▶ Keyword-Listen vervielfachen, um neuen Keywords zu erhalten

Überlege dir ein Keyword, das einigermaßen umfassend ist, dein Produkt, Dienstleistung oder Content aber dennoch beschreibt.

(Wenn du bei der Einleitung eine Liste von Nischen-Märkten entworfen hast, kann sie hier gut genutzt werden)

Sagen wir du betreibst eine E-commerce Seite die Bio-Lebensmittel vertreibt. Wolltest du einen Blogpost zu den gesundheitlichen Vorteilen von Bio-Kaffee schreiben, solltest du nicht das Keyword „Kaffee“ (zu breit) oder „gesundheitliche Vorteile von Bio-Kaffee“ (zu speziell) nutzen. Ein Keyword wie „Bio-Kaffee“ würde gut funktionieren.

Gib dieses Keyword in das Feld „Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung“ ein.

▼ Mithilfe einer Wortgruppe, einer Website oder einer Kategorie nach neuen Keywords suchen

Nehmen Sie mindestens eine Eingabe vor:  
Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung

Bio-Kaffee

Klicke unten auf „Ideen abrufen“:

Ideen abrufen

Als erstes willst du dir einige der Anzeigengruppen ansehen:

| Anzeigengruppen-Ideen   | Keyword-Ideen |
|---|---------------|
| Anzeigengruppe (nach Relevanz)  |               |
| <a href="#">Kaffeebohnen</a> (16)<br>kaffeebohnen test, kaffeebohnen für vollauto           |               |
| <a href="#">Fairer Kaffee</a> (7)<br>fair trade kaffee, fairer kaffee, kaffee fair trade... |               |
| <a href="#">Fairtrade</a> (12)<br>fairtrade kaffee, kaffee fairtrade, fairtrade onli...     |               |
| <a href="#">Kaffee Bestellen</a> (7)<br>kaffee bestellen, kaffee online bestellen, kaff...  |               |
| <a href="#">Kaffee Test</a> (7)<br>kaffee test, bio kaffee test, fairtrade kaffee te...     |               |
| <a href="#">Entkoffeiniert</a> (10)<br>espresso entkoffeiniert, kaffeebohnen entkoff...     |               |

Manchmal findest du hier fantastische Nischen-Märkte oder Keyword-Ideen von den Titeln der Anzeigengruppen selber.

Klicke daraufhin auf einen der Titel:

| Anzeigengruppen-Ideen   | Keyword-Ideen |
|---|---------------|
| Anzeigengruppe (nach Relevanz)  |               |
| <a href="#">Kaffeebohnen</a> (16)<br>kaffeebohnen test, kaffeebohnen für vollauto           |               |
| <a href="#">Fairer Kaffee</a> (7)<br>fair trade kaffee, fairer kaffee, kaffee fair trade... |               |
| <a href="#">Fairtrade</a> (12)<br>fairtrade kaffee, kaffee fairtrade, fairtrade onli...     |               |



Schaue dir an, aus welchen Keywords diese Anzeigengruppe besteht:

**Anzeigengruppe: Fairer Kaffee**

←

**Keyword (nach Relevanz)**

|                          |
|--------------------------|
| fairer kaffee            |
| kaffee fair trade        |
| fair trade kaffee preis  |
| fair kaffee              |
| kaffee fair              |
| fair trade kaffee preise |

Ein weiterer Ort um tolle Keywords zu finden, die nicht zwangsläufig unter „Keyword-Ideen“ auftauchen.

Notiere dir alle Keywords, die zu deinem Blogpost oder anderem Content auf deiner Website passen.

Klicke daraufhin auf den Reiter „Keyword-Ideen“:

Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung

Bio-Kaffee

Anzeigengruppen-Ideen    Keyword-Ideen

Schaue dir die Liste der Keywords an, die daraufhin präsentiert wird:

Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung

Bio-Kaffee

Anzeigengruppen-Ideen    **Keyword-Ideen**    Spalten

| Suchbegriffe |   | Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat | Wettbewerb [?] |
|--------------|---|---------------------------------------|----------------|
| bio-kaffee   | ↘ | 880                                   | Hoch           |

Zeilen anzeigen:

| Keyword (nach Relevanz) |   | Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat | Wettbewerb [?] |
|-------------------------|---|---------------------------------------|----------------|
| kaffee                  | ↘ | 60.500                                | Niedrig        |
| kaffeebohnen test       | ↘ | 2.900                                 | Mittel         |
| fair trade kaffee       | ↘ | 880                                   | Hoch           |

Woher weißt du, welche Keywords du wählen solltest?

Es gibt dutzende verschiedene Faktoren, die man in Betracht ziehen kann, doch *ich evaluiere Keywords lieber anhand drei Hauptkriterien:*

**Suchvolumen:** Das ist einfach – je höher, desto besser.

**Kaufabsicht:** Das Potential zur Monetarisierung festzustellen ist große Kunst. Deshalb habe ich dem Thema ein komplettes Kapitel gewidmet (Kapitel 4). Grob gesagt, je höher der Wettbewerb und das vorgeschlagene Gebot, desto leichter ist es den Traffic dieser Keywords in zahlende Kunden zu verwandeln.



**SEO Wettbewerb:** Wie bei der Kaufabsicht, ist es nicht so einfach den Wettbewerb eines Keywords zu evaluieren. Man muss etwas tiefer budeln um die wichtigen Informationen zu erhalten. In Kapitel 4 zeige ich dir alles was du wissen musst um deinen Wettbewerb richtig einzuschätzen.

So einfach ist es. Zu diesem Zeitpunkt solltest du bereits eine stattliche Liste potentieller Keywords haben. Gute Arbeit!

### **Der nächste Schritt: Wie man Long Tail Keywords findet**

Bist du auf der Suche nach mehr Seed Keywords, die du in den Google Keyword-Planer eintragen kannst? Dann wirst du Kapitel 3: „Wie man Long Tail Keywords findet“ lieben.

HABEN WIR IHR INTERESSE GEWECKT?  
SPRECHEN SIE UNS AN!



André Hehemann  
Geschäftsführer  
Telefon: (0541) 200 69 822

hehemann@suchhelden.de