KOSTENLOSE TOOLS FÜR DIE KEYWORD RECHERCHE

Veröffentlicht am 26. Juni 2020 von Karishma

Du bist auf der Suche nach passenden Keywords? Wir zeigen Dir die besten kostenlosen Tools für Deine Keyword Recherche.

Die besten kostenlosen Tools für die Keyword Recherche

Wir stellen Dir die besten **kostenlosen Tools** für Deine Keyword Recherche vor und geben Dir **praktische Tipps**, um die richtigen Keywords für Deine Suchmaschinenoptimierung zu ermitteln. Das Suchmaschinenranking Deiner Webseite oder Deines Online Shops wird es uns danken ;)

Eines vorab: Warum Suchmaschinenoptimierung und Keyword Recherche nicht ohne einander auskommen und was noch zu SEO gehört, erfährst Du in diesem Blogbeitrag.

INHALT

- Warum die Keyword Recherche so wichtig ist
  - Zielgruppenrelevanz
  - Suchmaschinenrelevanz
- Kostenlose Keyword-Recherche-Tools – das sind sie
  - Google Suggest & Related Keywords
  - Answer The Public
  - Google Keyword Planer
  - Ubersuggest
- Tipps für die optimale Keyword Analyse

WARUM DIE KEYWORD RECHERCHE SO WICHTIG IST

ZIELGRUPPENRELEVANZ

Erreiche **die richtigen Personen**, mach aufmerksam und neugierig – Wie das funktioniert? Dazu musst Du zunächst herausfinden, wonach Deine Zielgruppe bei Suchmaschinen wie Google sucht und welche **Bedürfnisse** sie hat: Möchten sie sich informieren, sich zu Deiner Webseite oder zu Deinem Standort navigieren lassen oder eine Transaktion (z.B. Kauf) ausführen? Alles Wichtige zu informations-, navigations- und transaktionsorientierten **Suchintentionen** findest Du in unserem Blogbeitrag „Was ist eine Suchintention und wie Du sie nutzt“. Greifst Du nun diese Suchanfragen gezielt ab und lieferst Nutzern die Antworten bzw. die Lösung, die sie so dringend benötigen, bist Du der Held. So legst Du die ideale Basis, User zur Kontaktaufnahme oder zum Kauf zu animieren und verhilfst Dir zu mehr Webseitenbesuchen, Neukunden und vor allem Wachstum.

SUCHMASCHINENRELEVANZ

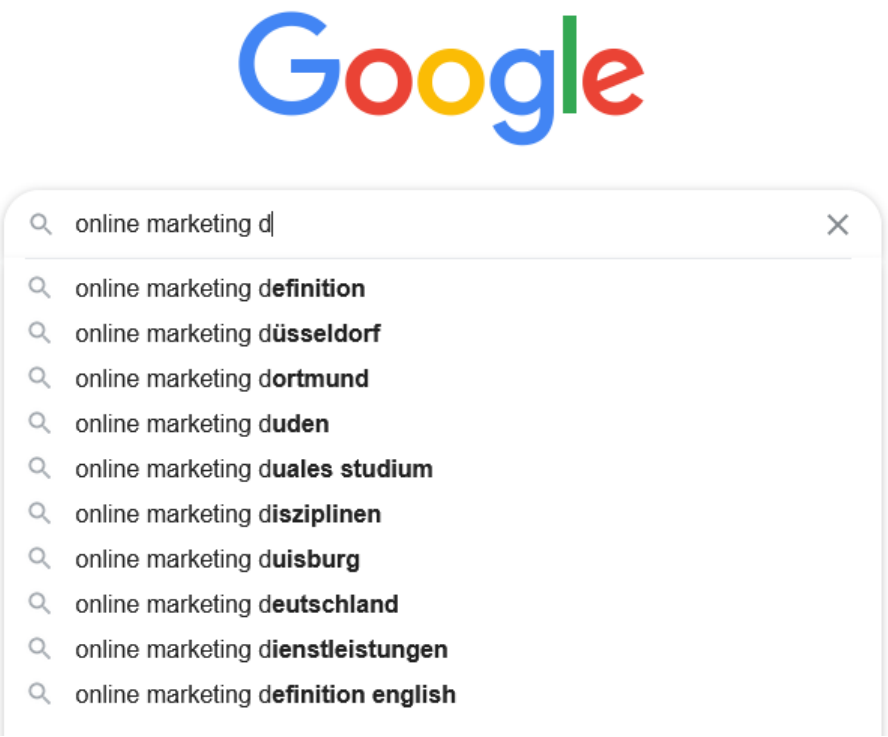
Keywords und Suchmaschinenranking gehen Hand in Hand: Denn Suchmaschinen wie Google & Co. werden zwar immer cleverer, trotzdem benötigen sie nach wie vor Anhaltspunkte, um Webseiten zu kategorisieren und zu bewerten. Keywords helfen also dem Algorithmus, den Content Deiner Seite zu verstehen und den passenden Suchanfragen zuzuordnen. Damit Deine Webseite bei bestimmten Suchbegriffen oben in den Suchergebnissen angezeigt wird, musst Du Deinen Content auf diese Keywords optimieren – Stichwort **Suchmaschinenoptimierung (SEO)**. Dazu gibt es verschiedene Tools, die die Top 20 der Suchergebnisse zu diesen Suchbegriffen analysieren und Dir sogar vorgeben, wie oft Du das Keyword durchschnittlich verwenden solltest, welche weiteren Begriffe relevant sind und wie lang der Text sein sollte. Die Vorstellung solcher Tools würde allerdings den Rahmen hier sprengen.

Was ebenfalls ins Ranking einfließt, ist die **Relation** zwischen dem gewünschten Keyword und dem Thema der Webseite bzw. Branche des Unternehmens. Ein Beispiel: Du hast eine Webseite für Deinen Friseursalon. Nun schreibst Du aber einen Blogbeitrag über giftige Pflanzen für Hunde und Katzen. Google erkennt, dass das gewählte Keyword und der entsprechende Beitrag nicht zu dem regulären Content Deiner Seite passt. Ein Gartencenter hat wesentlich bessere Chancen gut zu diesem Keyword zu ranken.

KOSTENLOSE KEYWORD-RECHERCHE-TOOLS – DAS SIND SIE

GOOGLE SUGGEST & RELATED KEYWORDS

Das einfachste Tool, um relevante Keywords zu ermitteln, ist die **Google Suche** selber. Fang dazu einfach an, einen Begriff ins Suchfeld zu tippen. **Google Suggest** vervollständigt den Suchbegriff bzw. Suchphrase (Long-Tail-Keyword) automatisch mit relevanten Vorschlägen.



Google Suggest: Autovervollständigung von Suchanfragen

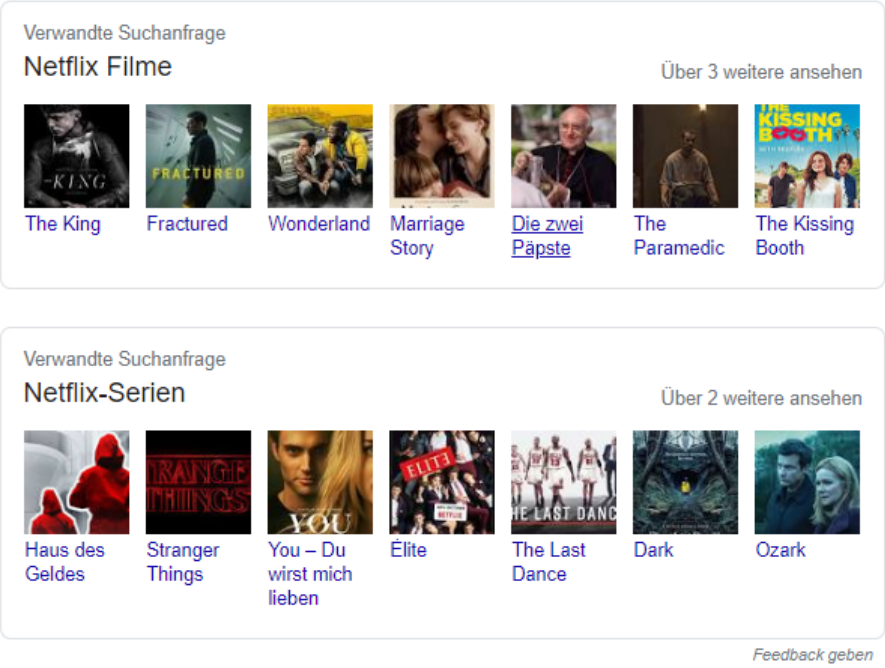
Woher Google diese nimmt? Die Vorschläge basieren auf Suchhäufigkeit (Suchvolumen), Suchverhalten und Standort des Suchenden. Wenn diese häufig gesuchten **Long-Tail-Keywords** auch zu Deinem Unternehmen und Deinen Leistungen passen, nimm diese in Deine Recherche auf.

Weitere Suchvorschläge findest Du unterhalb der Suchergebnisse:

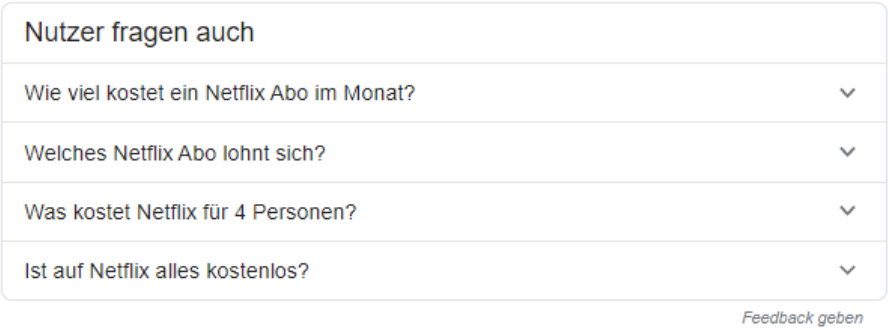
Google Related Keywords zu "Online Marketing Düsseldorf"

Hier empfiehlt Dir Google **ähnliche Suchanfragen** (Related Keywords), die Nutzer häufig eingeben und im semantischen oder thematischen Zusammenhang mit Deinem Suchbegriff stehen. Mit der **Nutzer-fragen-auch-Box** und der **Verwandte-Suchanfragen-Box** innerhalb der Suchergebnisse

auf Seite 1 gibt Google Dir weitere Ideen an die Hand.



Verwandte-Suchanfragen-Box zu "Netflix"

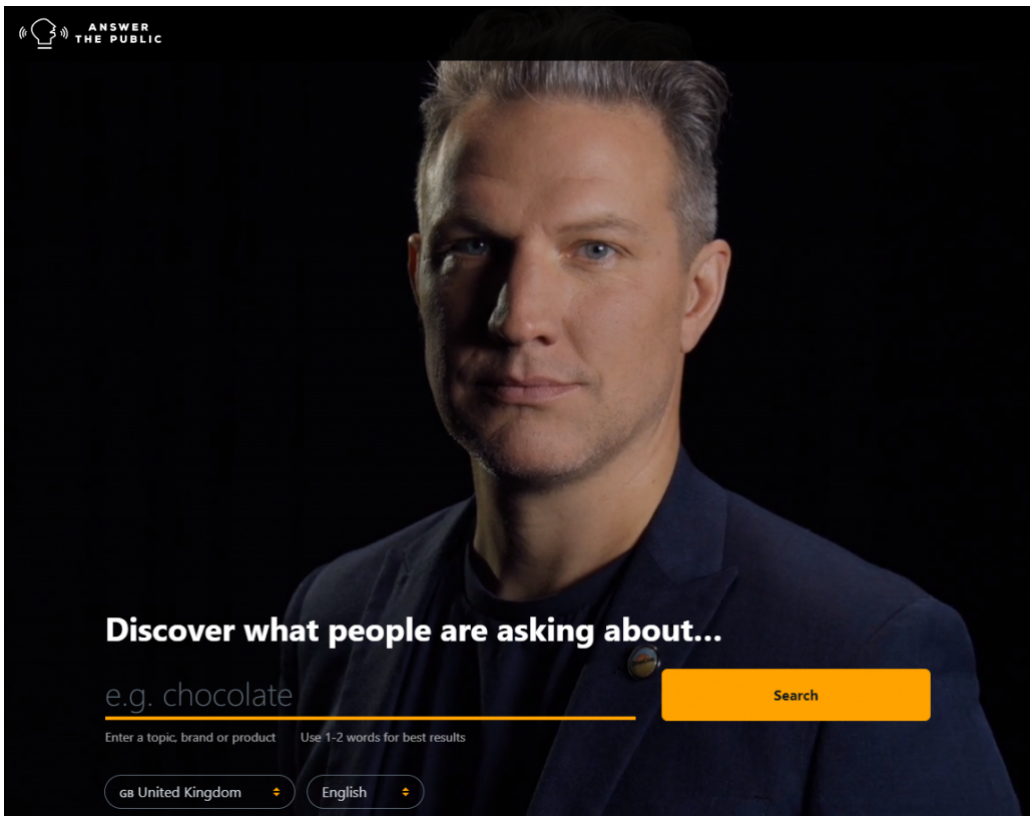


Nutzer-fragen-auch-Box zum Keyword "Netflix"

Nutze daher auch diese ähnlichen Keywords und verwandte Begriffe, um die Bedürfnisse Deiner Zielgruppe zu verstehen und darauf einzugehen. Dies ist vor allem für die Sprachsuche (Voice Search) interessant, denn hier werden häufig vollständig ausformulierte Fragen gestellt. Einziges Manko von Google Suggest und Google Related Keywords: Leider kannst Du nicht das monatliche Suchvolumen (Suchhäufigkeit) für die jeweiligen Keywords einsehen und so auch nicht absehen, inwieweit es sich tatsächlich lohnt, Deinen Text auf diese Suchbegriffe zu optimieren.

ANSWER THE PUBLIC

Dieses Tool unterscheidet sich komplett von den herkömmlichen Keyword-Recherche-Tools: Sobald Du die Website answerthepublic.com öffnest, starrt Dich ein Mann mit stechenden Augen an und wartet darauf, dass Du einen Suchbegriff eintippst.



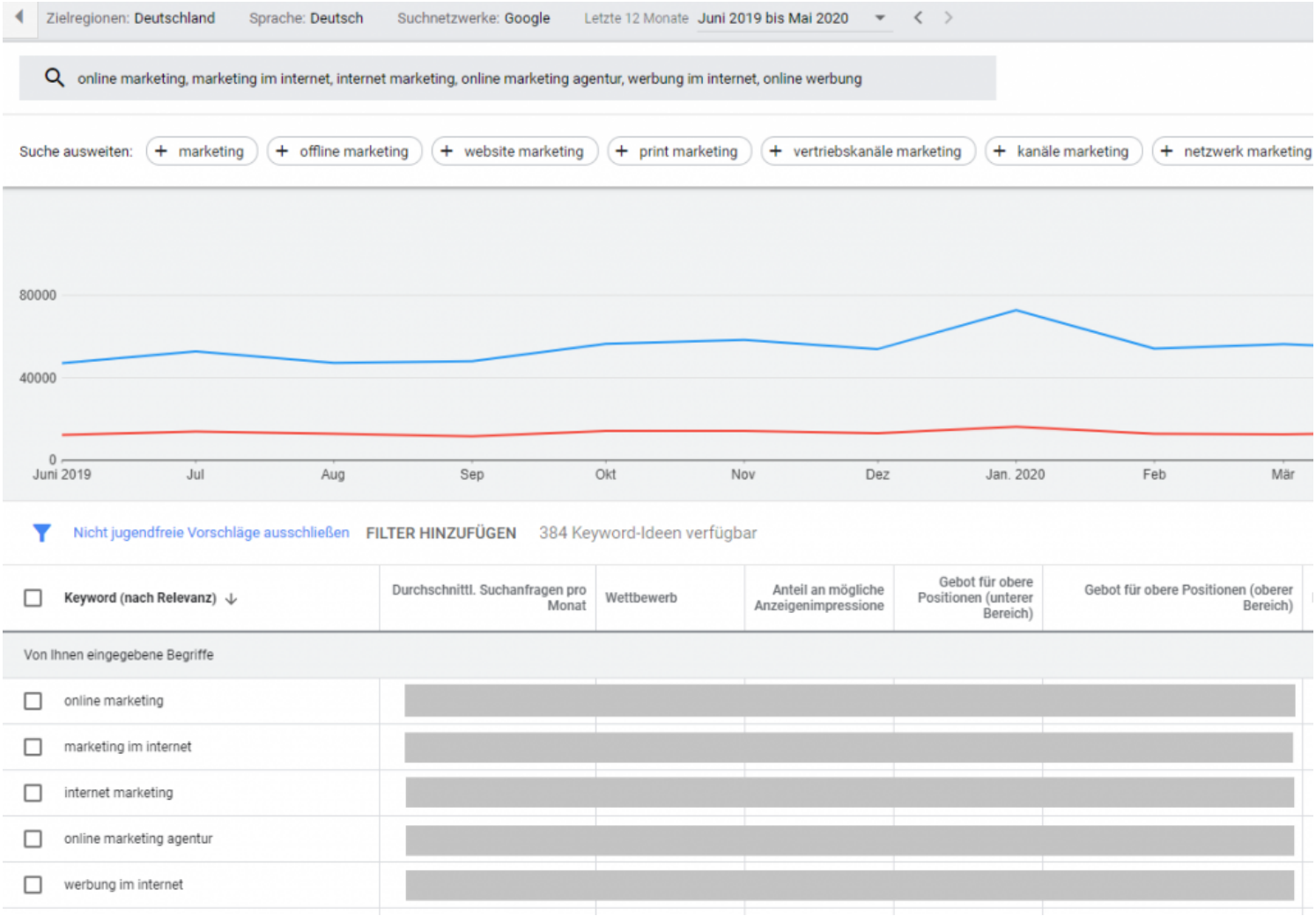
Answer The Public wartet auf Deine Eingabe

Nachdem Du Land und Sprache gewählt, das relevante Keyword eingegeben und auf „Suche“ geklickt hast, spuckt Dir das Tool passende **W-Fragen und Keyword-Variationen** zu Deinem Suchbegriff aus. Die Daten sammelt das Recherche Tool von den Suchmaschinen Google und Bing. Die W-Fragen und Keyword-Variationen werden kreativ visualisiert – keine schnarchige Liste. Nachteil auch hier ist, dass Du nicht das Suchvolumen sehen kannst. Die Fragen kannst Du aber perfekt nutzen, um Deinen Content für die Sprachsuche zu optimieren. In der **kostenlosen Version** steht Dir zudem pro Tag nur eine bestimmte Anzahl an Suchen zur Verfügung.

Darstellung der Vorschläge zum Keyword "Netflix"

GOOGLE KEYWORD PLANER

Der Google Keyword Planer ist wohl das beliebteste Tool für die Keyword Recherche. Eigentlich war es für die Suchmaschinenwerbung (SEA) auf Google – Google Ads (früher Google AdWords) - gedacht. Dennoch kannst Du die recherchierten Keywords auch ideal für SEO nutzen. Und wo lässt es sich besser nach Keywords und Suchvolumen suchen, als bei der größten Suchmaschine selbst? Einfach bis zu 10 Suchbegriffe bzw. Suchphrasen eingeben und das Tool ermittelt die jeweiligen **durchschnittlichen Suchanfragen pro Monat, den Wettbewerb und den ungefähren Klickpreis** (CPC, Cost-per-Click). Letzteres ist wichtig für SEA. Zudem werden Dir **weitere Keywords** zu dem Thema vorgeschlagen. Du kannst Zielregion, Sprache, Suchnetzwerk und einen bestimmten Zeitraum individuell festlegen und erhältst so entsprechende Ergebnisse.

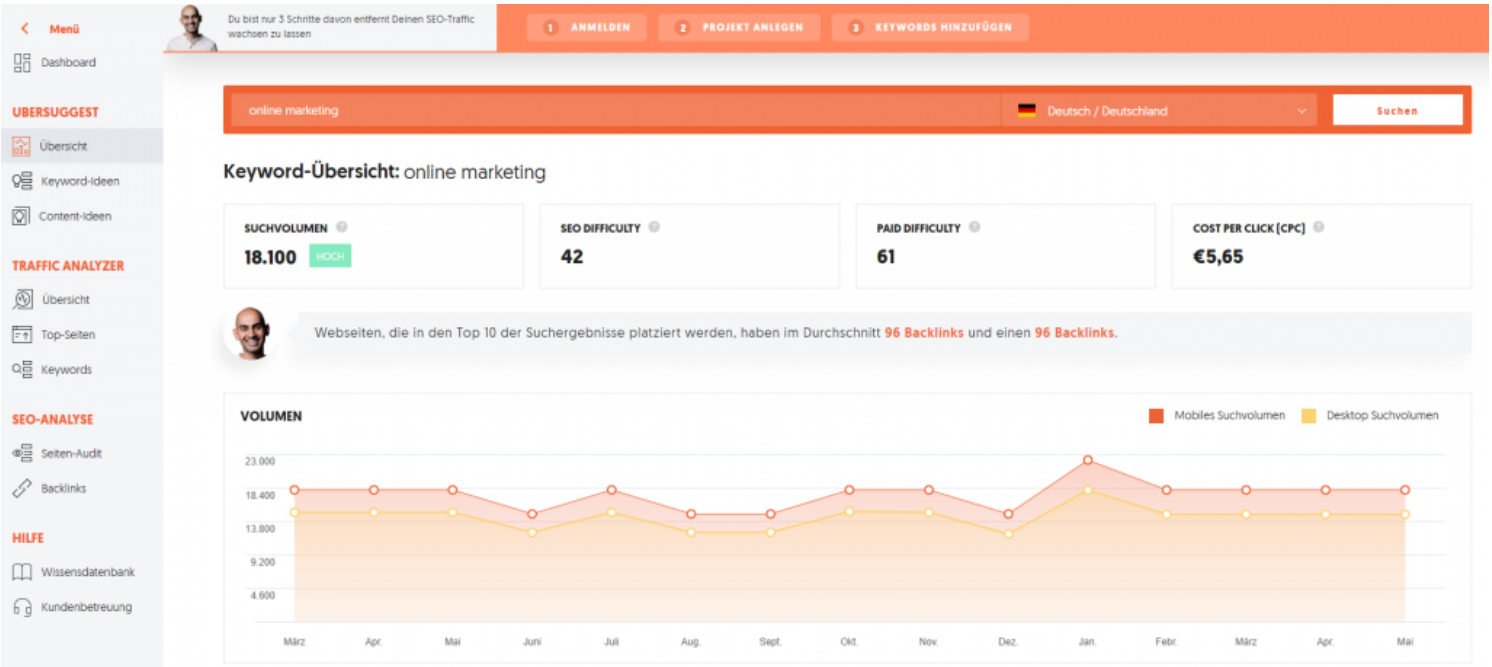


Google Keyword Planer: Übersicht der Keyword-Ergebnisse

Keywords mit niedrigem Suchvolumen (unter 50) kannst Du - je nach Thema - ideal **kombinieren** und für Deine SEO verwenden.

Um den Google Keyword Planer richtig verwenden und das genaue Suchvolumen für Deine Keyword Recherche einsehen zu können, benötigst Du ein Google Ads Konto und musst bereits eine Google Ads Kampagne geschaltet haben.

UBERSUGGEST



Tool Ubersuggest: Keyword Ergebnisse zu "Online Marketing"

Ubersuggest vom Online Marketer Neil Patel ist ein weiteres nützliches und kostenloses Tool zur Keyword Recherche. Es ist sehr **umfangreich** und schlägt Dir in verschiedenen Kategorien (Ähnlich, Fragen, Präposition, Vergleiche) themenverwandte **Keyword-Ideen** vor. Neben Suchvolumen, CPC und Saisonalität der Suchanfragen zeigt Dir das Tool die **Paid Difficulty** (PD) für SEA und die **SEO Difficulty** (SD) für organisches Ranking.

KEYWORD-IDEEN

VORSCHLÄGE | ÄHNLICH | FRAGEN | PRÄPOSITIONEN | VERGLEICHE

KEYWORD	TREND	VOLUMEN	CPC	PD	SD
online marketing		18.100	€5,65	61	42
online marketing agentur		3.600	€11,98	56	31
online marketing manager		2.900	€4,06	71	35
online marketing rockstars		2.900	€5,01	23	21
online marketing jobs		1.300	€3,09	60	32
online marketing manager gehalt		1.000	€1,26	30	15
online marketing beratung		720	€6,45	19	19

Keyword-Ideen zu "Online Marketing"

Das Tool schlägt Dir zudem im Bereich **Content-Ideen** einige Webseiten vor, die zu Deinem

eingegebenen Keyword ranken und als gute Quelle für Informationen eingestuft wurden.

Wenn Du mehr Keyword-Ideen und Content-Ideen einsehen möchtest, musst Du Dich mit einem Google Konto anmelden. Hier findest Du die verschiedenen Abo Varianten und Preise. Sobald Du angemeldet bist, kannst Du auch weitere Funktionen nutzen wie den **Traffic Analyzer**, um Deine SEO richtig voran zu bringen.

Zurück zur Keyword Recherche mit Ubersuggest: Das Tool ermittelt verwandte Suchanfragen für **mehrere Länder** und die Daten kannst Du samt Suchvolumen und mehr ganz einfach **exportieren** – das erleichtert Dir die Keyword Recherche und Analyse ungemein.

TIPPS FÜR DIE OPTIMALE KEYWORD ANALYSE

TIPP 1: DEINE ZIELGRUPPE VERSTEHEN

Um herauszufinden, ob die **Intention** des Users hinter dem Suchbegriff transaktionell, informationell oder navigationell ist, suche zunächst bei Google nach dem Keyword aus Deiner Recherche. **Anhand der Ergebnisse** zu Deiner Suchanfrage erkennst Du, welche Absicht sich dahinter versteckt. Werden beispielsweise Webseiten zur Information wie Wikipedia oder Blogs ausgespielt, hat Google erkannt, dass sich User, die nach diesem Keyword suchen, informieren möchten. Bestehen die Suchergebnisse überwiegend aus Online Shops und Google Shopping Anzeigen, geht die Suchmaschine bei dieser Suchanfrage von einem Kaufinteresse aus.

Generell heißt es: **Suchvolumen = Relevanz**. Je höher also das Suchvolumen ist, desto relevanter ist es für Deine Zielgruppe. Schenke dennoch auch den **Keywords mit geringem Suchvolumen** Beachtung und kombiniere sie für Deine wirksame Content-Strategie: Es gelangen vielleicht weniger User auf Deine Seite, allerdings sind das genau die qualifizierten potenziellen Kunden, die Du erreichen willst. Im besten Fall ist dann der Traffic Deiner Webseite geringer, aber Deine Absprungrate niedrig und Deine Conversion Rate höher.

Des Weiteren solltest Du Deine Zielgruppe und deren **Ausdrucksweise** genau kennen. Namen für dieselben Begriffe können nämlich je nach Region anders sein. Ein Kiosk wird in Berlin zum Beispiel „Späti“ und in anderen Städten „Büdchen“ genannt. Suchmaschinen wie Google werden zwar immer cleverer, sodass Du nicht mehr haargenau die Keyword Kombination und Synonyme in Deinen Texten unterbringen musst, dennoch solltest Du die unterschiedlichen **regionalen Begrifflichkeiten** in Deine Recherche integrieren.

TIPP 2: STANDORT EINBEZIEHEN

Sofern Du ein lokales Unternehmen führst, beziehe in Deiner Keyword Recherche Deinen Standort und die angrenzenden Städte mit ein. Mindestens seit der Verwendung von mobilen Endgeräten haben Suchanfragen oft einen **lokalen Bezug**. Entweder wird die Stadt direkt mit dem Keyword eingegeben oder aber Google erkennt den Standort des Suchenden. Local SEO ist ein wichtiges Thema, um Deine Zielgruppe zu erreichen und Dich als starke Marke zu etablieren.

TIPP 3: WETTBEWERB CHECKEN

Ein weiterer Tipp von unserer Seite ist, Deinen **Wettbewerb** unter die Lupe zu nehmen. Schau Dir an, zu welchen Keywords konkurrierende Webseiten ranken und welche Du davon in Deine SEO Recherche und Strategie aufnehmen solltest. Dazu kannst Du das **kostenlose Tool Ubersuggest** nutzen – es ist also nicht nur ein Keyword-Recherche-Tool sondern bietet sich auch an, um den Wettbewerb digital auszuspähen. Ein weiteres praktisches Tool ist von **Searchmetrics**. Das steht Dir allerdings nicht kostenlos zur Verfügung. Beide liefern Dir das aktuelle Ranking der jeweiligen Webseite sowie das monatliche Suchvolumen und den durchschnittlichen CPC der Keywords.

Du hättest gerne weitere Informationen oder Tipps zu den empfohlenen Keyword-Recherche-Tools oder brauchst Hilfe, um Dein Ranking zu verbessern? Sprich uns an – unsere SEO Experten helfen Dir weiter.