



KONTOR 4
Agentur für neue Medien

Warum Sie nicht auf das Suchvolumen eines
Keywords achten sollten

Warum Sie nicht auf das Suchvolumen eines Keywords achten sollten

Das Suchvolumen ist einer der wichtigsten und wahrscheinlich am häufigsten verwendeten Metriken im SEO-Bereich. Viele Keyword-Entscheidungen werden allein durch die Höhe des Suchvolumens entschieden und dabei kommen immer mehr Keyword-Recherche-Tools auf den Markt. Vergleicht man die Ergebnisse der verschiedenen Tools fällt schnell auf: nahezu jedes Tool zeigt unterschiedliche Suchvolumen für dieselben Keywords.

Suche ich zum Beispiel im Google Keyword Planner nach dem Begriff "blumen kaufen", wird mir ein anderes Suchvolumen angezeigt als bei XQVI.

In XQVI hat das Keyword "blumen kaufen" ein Suchvolumen von 3.600. Im Google Keyword Planner zwischen 1000 und 10000. Nicht ganz übereinstimmend, oder?

[Die Ergebnisse von dem Keyword "blumen kaufen" im Google Keywordplanner.](#)
[Die Ergebnisse von dem Keyword "blumen kaufen" in XQVI.](#)

Der Google Keyword Planner

Viele User nutzen den Google Keyword Planner (GKP). Damit sind sie ja auch auf der sicheren Seite, denn wie der Name schon sagt, stammt der Keyword Planner schließlich von Google und sollte demnach genaue Ergebnisse erzielen, richtig? FALSCH!

Warum Sie nicht auf das Suchvolumen eines Keywords achten sollten

Wie wird das Suchvolumen eigentlich berechnet?

Das Suchvolumen, das im GKP angezeigt wird, ist ein gerundeter Jahresdurchschnitt, der Monat für Monat neu berechnet wird. Der Jahresdurchschnitt ist allerdings nicht für jedes Keyword sinnvoll.

Gehen wir vom Keyword "christmas" aus.

Der Google Keywordplaner zeigt hier ein durchschnittliches monatliches Suchvolumen von "673.000" Suchanfragen.

Wenn man sich nun aber den zeitlichen Verlauf des Suchbegriffs anschaut, stellt man fest, dass im Dezember sehr viele nach diesem Keyword suchen und an den anderen Monaten weitaus weniger Suchanfragen als 673.000 zu erwarten sind.

Warum sollte bei der Keywordrecherche nicht nur das Suchvolumen beachtet werden?

Kurzum: Es macht keinen Sinn sich den gerundeten Jahresdurchschnitt anzuschauen. Sich einen groben Überblick mit Hilfe des Suchvolumens zu verschaffen, ist für manche Keywords eine Hilfe. Für andere, vor allem saisonale Keywords, empfehlen wir, zusätzlich andere Recherchequellen zu nutzen.

Woher kommen die unterschiedlichen Zahlen?

In vielen Köpfen müsste es jetzt brodeln: "Dann nutze ich eben ein anderes Tool, um mein Suchvolumen zu recherchieren!" Um diese Aussage zu bestätigen, sollte man zunächst in Erfahrung bringen, wie Keyword-Recherche-Tools ihre Daten beziehen, denn es ist kein Geheimnis, dass die meisten Werkzeuge ihre Daten vom GKP erhalten. "Und wie kommt es dann zu den unterschiedlichen Ergebnissen, wenn alle die selbe Quelle beziehen?" diese Frage brennt zurecht in Ihrem Kopf. Die Antwort: Dadurch, dass der GKP einen gerundeten Jahresdurchschnitt angibt, wird er jeden Monat neu berechnet. Das heißt: Jedes Tool sollte monatlich aktualisiert werden. Da dies für einige Recherche-Tool-Anbieter:innen eine große Herausforderung ist, wird jedes Tool unterschiedlich aktualisiert und das führt dann zu unterschiedlichen Ergebnissen.

Fazit:

Es ist immer besser sich nicht nur auf einen Wert zu stützen, sondern mehrere Quellen für die Keywordrecherche hinzuzuziehen. So bekommt man einen ganzheitlichen Überblick über die Keywords.

Warum Sie nicht auf das Suchvolumen eines Keywords achten sollten

Ergänzende Recherchequellen

Im folgenden stellen wir euch ergänzende Recherchequellen vor:

- **Google Trends** stellt die Nutzung der Keywords im zeitlichen Kontext da. Durch einen Filter ist es möglich die Ergebnisse nach Kategorie, Länder, einer gewissen Zeitspanne und verschiedenen Sucharten (wie die Websuche / die News-Suche / die Shopping-Suche / etc.) zu kategorisieren.
- **Google Suggest / Google Autocomplete** zeigt Nutzer:innen bereits bei der Eingabe der ersten Buchstaben Vorschläge zu verschiedenen Keyword-Ideen bzw. Keyword-Kombinationen. Es handelt sich hierbei um die meistgenutzten Keywords. Um einen ersten Anhaltspunkt über mögliche Suchbegriffe zu haben, sollte man auf Google Suggest zurückgreifen.
- **keywordtool.io** ist ein kostenpflichtiges Tool. Es generiert für einen eingegebenen Suchbegriff hunderte verwandte Keywords, die sich mit einem Mausklick in deine Keywordtabelle kopieren lassen. Dabei kann man nicht nur verschiedene Sprachen, sondern auch verschiedene Suchmaschinen (Beispiel: Google, Bing, Amazon, etc.) auswählen.
- **Ahrefs** ist ebenfalls ein kostenpflichtiges Tool und eigentlich als Backlink-Prüfer:in bekannt. Doch seit 2016 hat sich Ahrefs auch auf Keywords konzentriert. Mit diesem Tool können Keyword-Ideen ermittelt werden, Suchvolumen auf Basis von Clickstream Daten abgefragt werden und eine Konkurrenzanalyse der Seiten, die für das jeweilige Keyword bereits gut ranken aufgestellt werden.

Warum Sie nicht auf das Suchvolumen eines Keywords achten sollten

- **Answer the Public** ist ein kostenloses Tool, welches themenrelevante Fragen und Aussagen zum jeweiligen Suchbegriff liefert. Die Ergebnisse erscheinen auf Basis der Google und Bing Suchanfragen. Die Ergebnisse lassen sich verschieden aufbereiten, wobei sich die Fragen nach W-Fragen und Präpositionen aufteilen lassen. Aber Achtung: Zahlen werden hier außen vorgelassen!
- **Hypersuggest** ist ein kostenloses Tool, welches ebenfalls zur Keyword-Recherche geeignet ist. Man gibt das Keyword ein und bekommt dann folgende Ergebnisse: "Keyword - weitere Suchwörter" und "weitere Suchwörter + Keyword".
- **openthesaurus** ist auch kostenlos und liefert Assoziationen für das eingegebene Keyword. Das Tool dient demnach ebenfalls zur Ausweitung der eigenen Keyword-Liste.
- **Buzzsumo** ist hingegen wieder ein kostenloses Tool zur Generierung passender W-Fragen. Hier können die Fragen nach Themen geclustert werden, sodass auch verwandte Suchbegriffe generiert werden können.
- **XOVI** ist ein kostenpflichtiges Tool, auch hier können Keyword-Recherchen durchgeführt werden. XOVI gibt nicht nur das Suchvolumen für Keywords an, sondern auch sogenannte "Chancen-Keywords". Das sind Begriffe, die entweder auf Basis des Rankings oder auf Basis des Values vorgestellt werden. Es besteht zusätzlich die Möglichkeit sich die Keywords der Wettbewerber:innen anzuschauen und sich inspirieren zu lassen.
- **Mangools Keyword Finder** ermittelt einen Wettbewerbsindex. Das Tool ist ebenfalls kostenpflichtig. Der Keyword Finder bietet Longtail-Keywords mit einem geringem Wettbewerb. Man gibt also ein beliebiges Suchwort ein und das Tool ermittelt automatisch nahestehende Keywords.

Warum Sie nicht auf das Suchvolumen eines Keywords achten sollten

- **Moz Pro** hat ebenfalls ein kostenpflichtiges Keyword-Tool auf den Markt gebracht. Hier kann das Suchvolumen abgefragt werden, welches etwas genauer angezeigt wird, als im Keyword-Planner. Des Weiteren können Nutzer:innen sich einen Überblick über die mögliche CTR des Keywords verschaffen.
- **SECOckpit** greift pro Minute auf bis zu 200 Keywords zurück - so kann in kürzester Zeit verschiedene Keywords zu einem Thema gesammelt werden. Der Vorteil: das Tool bedient sich an Daten von Google AdWords, Google Suggest und Google verwandte Suchbegriffe. So hat man in einer Auswertung mehrere Quellen. Der Nachteil: Das Tool ist kostenpflichtig - je nach Preisklasse kostet es zwischen 250 und 700 EURO im Jahr.
- **Metrics.tools** ist ebenfalls ein kostenpflichtiges Tool. Neben Suchvolumen und Konkurrenzeinschätzung bietet das Tool eine Relevanzeinschätzung zu den eingegebenen Keywords.
- **Termexplorer** findet Alternativen zu schon bereits gut rankenden Keywords. Das Tool ist kostenpflichtig und auch dafür geeignet schon in tiefere Keywordanalysen zu gehen.
- **Soovle** mit diesem Tool können Sie sich einen Überblick darüber verschaffen, welche Keywords auf bestimmten Plattformen (wie YouTube, Amazon, etc.) genutzt werden. Achtung: Die Keywords lassen sich nicht exportieren - aber einen ersten Eindruck bekommt man trotzdem.
- **WDF*IDF Analyse Tool** wie der Name schon sagt, kann man mit diesem Tool eine WDF*IDF-Termgewichtungs-Analyse starten. So können Sie herausfinden, wie häufig bestimmte Keywords im Text vorkommen und welche Keywords für Ihren Bereich eventuell noch interessant sein können.

Warum Sie nicht auf das Suchvolumen eines Keywords achten sollten

- **Keywordpro** ist ebenfalls ein Tool zum Recherchieren von Keywords. Nachdem Sie Ihr Keyword eingegeben haben und eine Sprache ausgewählt haben, zeigt Ihnen das Tool verschiedene Keyword-Vorschläge an, die nach Ober- und Unterthemen gegliedert sind. Diese Einteilung kann schon für die ersten Inspirationsquellen möglicher Anzeigen auf Google Ads dienen.
- **EyePlorer** stellt verwandte Themen zu dem jeweiligen Keyword in einer Mind Map da. Sodass Sie sich bei komplexen Suchbegriffen schnell einen ersten Einblick verschaffen können.
- **Sonar** ist ein Tool, welches die Plattform Amazon in den Fokus rückt. Wenn Sie Produkte anbieten, die Amazon ebenfalls in einer gleichen oder ähnlichen Art und Weise anbietet, dann ist es von Vorteil sich das Suchverhalten der Nutzer:innen in Amazon anzuschauen.

Sie brauchen Unterstützung bei der Suche nach passenden Keywords?

Nutzen Sie uns als externe "Sparringspartner". Denn wir schauen von außen auf Ihr Unternehmen - das erleichtert den Perspektivwechsel und bringt neue Erkenntnisse, abseits der eigenen Sicht.

KONTOR4 GmbH

Agentur für neue Medien

Georgstraße 48

30159 Hannover

Tel.: 0511-99995890

Telefonisch erreichen Sie uns wochentags am besten in der Zeit von 9:00-17:30 Uhr. Sollten wir nicht persönlich zu erreichen sein, sprechen Sie Ihr Anliegen bitte auf unseren Anrufbeantworter.