

Warum auch Sie unbedingt eine Keywordliste brauchen

☒ Wenn Sie Texte wie Produktbeschreibungen oder Artikel veröffentlichen, ist es wichtig, dass diese die richtigen Schlüsselworte enthalten. Warum? Suchmaschinen gewichten Sie dann bei den entsprechenden Suchanfragen deutlich besser. Aber wie kommt man auf diese Keywords?

Lesen Sie hier, wie eine gute Keywordliste aufgebaut wird.

Welche Informationen haben Sie schon?

Meist ist der Ausgangspunkt einer Artikelseite die Liste der Produkteigenschaften und technischen Daten sowie Marketing-Informationen. Manchmal auch Informationen zur Marke und Firma und einige mehr. Was man meistens aber nicht bekommt, sind die dazugehörigen suchmaschinenspezifischen Schlüsselworte. Diese sogenannten "Keywords" sind spezifisch auf die Zielgruppe ausgerichtete Worte, die häufig bei einer Suchanfrage nach dem zu entsprechenden Produkt benutzt werden.

Benutzen Sie wenn möglich die Sprache Ihrer Zielgruppe, um dem Kunden die Vorteile eines Produktes zu vermitteln. Stellen Sie fest, ob Ihre Kunden beispielsweise "Rad" oder "Fahrrad", "günstig" oder "preiswert" schreiben oder ihnen Worte wie "Spitzenqualität", "hochwertig" oder "Garantie" wichtig sind.

Woher bekomme ich die richtigen Keywords?

Um dies herauszufinden, lohnt es sich, überall dort, wo Kunden und andere Benutzer auf Ihrer Seite etwas schreiben genau hinzuschauen, welche Worte und Phrasen gewählt werden. Aber auch in Foren, bei Kundenhotlines oder Kommentaren wird man oft fündig. Wichtig ist, sich nicht nur auf Informationen von außen zu verlassen, sondern seine eigenen Analysen durchzuführen und dann eine Optimierung für die eigene, spezielle Zielgruppe durchzuführen.

Eine sehr gute Quelle für eigene Analysen kann Ihr Webcontrolling-Programm sein. Lösungen wie [etracker](#) zeigen Ihnen die Suchbegriffe an, über die Besucher gekommen sind. Diese Begriffe können Hinweise auf gute Keywords geben. Aber Achtung: Dieses Vorgehen ersetzt nicht die oben angesprochenen Quellen und eigene Kreativität, denn wirklich neue Keywords erhalten Sie naturgemäß nicht über die bisherigen Besucher.

Letztendlich ist das Ziel, eine Auswahl von Keywords und Wortkombinationen für jede Art von Text bereitzuhalten, die bei Texten oder Produktbeschreibungen eingesetzt werden können. Produktvorteile, Verkaufsargumente, Besonderheiten, Auszeichnungen etc. sollten hier stets erwähnt werden.

Wo platziert man die Keywords und Phrasen?

Wenn Sie Ihre Keyword-Liste aufgebaut haben, ist eine Platzierung an den richtigen Stellen Ihrer Website das A und O. Hierzu zählen:

Überschriften
der erste Absatz eines Artikels oder einer Beschreibung
der erste Punkt bei einer Aufzählung
die Nähe von Handlungsaufforderungen wie Links, Buttons etc.
Blog-Kategorien, Themen und Tags.

Vorgehensweise beim Verfassen von Texten

Wenn man die Keywordliste angefertigt hat, sollte man folgendermaßen vorgehen: Zunächst sollte man sich die Liste noch einmal anschauen und dann anfangen zu schreiben, ohne sich dabei zu sehr von den Keywords einschränken zu lassen. Hier geht es darum, erst einmal etwas zu Papier zu bringen.

Als nächstes sollte man dann noch einmal einen Blick auf sein Werk werfen und dabei die Stellen identifizieren, an denen Keywords von der Liste eingebaut werden können. Das kann manchmal das Austauschen eines Ausdruckes sein oder eventuell müssen auch ein oder zwei Worte hinzugefügt werden, um einen geeigneten Kontext herzustellen.

Oft kommt es vor, dass Texter besonders kreativ sein möchten und deshalb keine sich wiederholenden Phrasen und Worte verwenden. Denken Sie daran: Kaum ein Leser liest jedes Wort in einem Text. Vielmehr werden Texte meist nur überflogen und es wird vom Leser nach bestimmten Worten Ausschau gehalten, um an diesen Stellen mehr zu lesen. Wenn Sie sicherstellen möchten, dass Ihre Keywords wahrgenommen werden, verteilen Sie diese über den ganzen Text.

Struktur geht über Kreativität

Beim Verfassen von effektiven Texten auf Webseiten geht es oft weniger um das kreative Schreiben als darum, dem überfliegenden Auge eine gute Struktur und "Anhaltspunkte" im wahrsten Sinne des Wortes zu geben. Hierbei ist auch die Strukturierung von Texten mit Hilfe von Absätzen und Überschriften zu erwähnen, die sich übrigens bei richtiger Deklaration der Überschriften auch positiv bei Google auswirken kann.

Weitere Tipps rund um Suchmaschinen

Optimierung

[Warum Rang 1 bei Google?](#)

[Suchmaschinen Optimierung für Shops: Tipps, Tutorials, Checklisten](#)

[Suchmaschinen Optimierung für Shops: Gratis-Leitfaden](#)

[Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung: PDF Download](#)

[6 Tipps für nachhaltigen SEO Erfolg](#)

[8 Fragen, die man sich vor einem Redesign stellen sollte](#)

[5 Tipps von Google, wie Sie im Suchergebnis ganz nach vorne kommen](#)

[7 Tipps für URLs, mit denen Sie Ihre Konkurrenz ausstechen](#)