Keyword-Stuffing

Stand: 14.07.2022

Keywords erfüllen eine wesentliche Aufgabe bei der Suchmaschinennutzung. Durch die eingegebenen Suchbegriffe ist der Algorithmus der Suchmaschine in der Lage, passende Websites zur Suchintention herauszufiltern und in den SERPs darzustellen. Damit eine Website dort weit oben auftaucht, sollte sie viele relevante Keywords zu einem bestimmten Thema beinhalten. Dabei ist das richtige Maß wichtig, um Keyword-Stuffing zu vermeiden.

Definition

Der Begriff Keyword-Stuffing beschreibt die **überdurchschnittliche Wiederholung** von relevanten Suchbegriffen in den Inhalten einer Website. Ziel dahinter ist, die **Relevanz** für das jeweilige Keyword hinsichtlich der Platzierung in der organischen Suche **zu erhöhen**. Das kann sich sowohl auf die **Texte** als auch auf die **Meta-Angaben** beziehen. Es stellt eine unerlaubte Technik dar. Um Abstrafungen und Rankingverluste abzuwenden, empfiehlt die Suchmaschine Google, gänzlich auf die übermäßige Verwendung von Keywords zu verzichten.

Zudem kann sich das Anhäufen von Keywords im Content oder in den **ALT-Attributen** **negativ** auf die **User Experience (UX)** und die Usability der Website auswirken. Kommt in nahezu jeder Zeile dasselbe Wort vor, verlieren die Nutzer schnell das Interesse daran, den Text weiterzulesen.

Orientieren sich Webseitenbetreiber an den Google-Webmaster-Richtlinien, können sie den Lesern durch die Erstellung und Veröffentlichung hochwertiger einzigartiger Inhalte einen **Mehrwert bieten**. Das wiederum hat tatsächlich **förderliche Effekte** für die Platzierung der Website in der organischen Suche.

Methoden und Ziel des Keyword-Stuffings

Im Rahmen des Keyword-Stuffings versuchen Webmaster, **kurzfristige Rankingverbesserungen** durch die häufige Nennung von relevanten Keywords und Keywordkombinationen auf der Internetpräsenz zu realisieren. Die Technik lässt sich dabei auf unterschiedliche Arten umsetzen: Neben der Erwähnung in den Meta-Angaben können Administratoren **Meta-Tags** erstellen. Hierbei fügen sie im Quellcode möglichst viele Longtail-Keywords zusammen mit dem Hauptkeyword ein.

Durch die Einbettung von Suchbegriffen in den Quelltext nutzen sie **nicht sichtbare Webseitenelemente**, um die **Keyword-Dichte** zu **erhöhen**. Auch wenn diese Inhalte von Webseitenbesuchern nicht wahrgenommen werden können, werden sie dennoch von Crawlern und Bots ausgelesen und haben Auswirkungen auf das Ranking.

Ziel dabei ist, dass Webseitenbetreiber den **Anschein** erwecken möchten, **besonders hilfreiche Beiträge** auf ihrer Internetpräsenz zu haben, weswegen sie weit oben gerankt werden sollten. Dadurch fällt die Website eher ins Auge und die Wahrscheinlichkeit steigt, dass User sie anklicken.

Aufkommen des Keyword-Stuffings

Bis in die **frühen 2000er-Jahre** war es möglich, das Ranking einer Seite durch die übermäßige Nutzung von Keywords zu beeinflussen. Damals in der Anfangszeit der Suchmaschinen haben die Algorithmen Internetauftritte lediglich anhand einer **starken Linkstruktur** sowie der **Frequenz** und **Häufigkeit des relevanten Keywords** gerankt. Das Keyword-Stuffing stellte eine sehr praktikable und wirksame Lösung für die Verbesserung und Stärkung der Platzierung in der organischen Suche dar.

Keywords wurden sowohl in die Meta-Angaben als auch in den Quellcode eingebettet, um die Wichtigkeit der Webseite positiv zu beeinflussen. In diesem Zusammenhang griffen Webseitenbetreiber häufig auf **Hidden Content** zurück.

Heutige Situation

Heutzutage fällt das Keyword-Stuffing und die Verwendung von Hidden Content in den Bereich der **Black Hat SEO**. Durch die maßgebliche Weiterentwicklung und Verfeinerung der Algorithmen und Crawler kann die Methode **sehr schnell identifiziert** werden und führt in jedem Fall zu einer **Abstrafung** der Webseite, einer sogenannten **Google-Penalty**.

Je nach Härte des Vergehens erleidet die Webseite einen (vorübergehenden) **Rankingverlust** oder wird sogar vollständig aus dem **Index** der Suchmaschine **entfernt**, sodass sie nicht mehr in den Suchergebnissen dargestellt wird. Dadurch entfällt der Traffic über Suchmaschinen wie Google. Besonders für kommerzielle Vertreter aus dem Bereich des E-Commerce können mit den Abstrafungen erhebliche Umsatzverluste einhergehen.

Aufgrund der Abstufung der Keyword-Dichte als Rankingfaktor **verliert** das Keyword-Stuffing zunehmend **an Bedeutung** und gilt heutzutage vielmehr als **Spam-Maßnahme**, welche in der Regel nicht mehr zu kurzfristigen Erfolgen führt.

Keyword-Stuffing vermeiden

Die Kunst der Keyword-Optimierung besteht darin, relevante Begriffe so zu setzen, dass sie die **Wichtigkeit** der Seite für das jeweilige Thema signalisieren, **ohne** den Content damit zu **überladen**. Dabei ist die **Gesamtlänge** des Textes wichtig und wie häufig im Verhältnis dazu ein bestimmtes Short-

oder Longtail-Keyword fällt. Das ist die Keyword-Dichte.

Alternativ können Webmaster **Tools zur WDF*IDF-Analyse** heranziehen. Sie vergleichen die **Häufigkeit** des Suchbegriffes mit derjenigen in Texten **von anderen Websites** zum gleichen Thema. Gleichzeitig analysieren sie, wie häufig das Keyword im Gegensatz zu anderen Suchbegriffen **auf der gleichen Seite** vorkommt. Dadurch erhalten die Webseitenbetreiber einen Überblick und können gegebenenfalls handeln, sollte die Zahl zu hoch sein.

Generell gilt, dass User den **Text gut erfassen** sollten, ohne übermäßig auf einen bestimmten Ausdruck zu stoßen. Ergo sollten die Keywords auf eine **ungekünstelte Art** gesetzt werden. Der Content soll vorrangig Nutzer interessieren und ihnen Informationen ansprechend aufbereitet vermitteln.

Fazit für die SEO

Mittlerweile hat das Keyword-Stuffing **keinen positiven Effekt** mehr auf die Platzierung der Website in der organischen Suche. Daher hat sich der Schwerpunkt für die Webmaster verschoben. Im Rahmen der Suchmaschinenoptimierung konzentrieren sich Administratoren **heute** vielmehr auf die **Beschaffenheit des Contents** und **semantische Zusammenhänge** als auf die Anhäufung relevanter Keywords.

Darüber hinaus verspricht die Methode keine kurzfristigen Verbesserungen mehr. Das wirkt sich durchweg gewinnbringend aus. Der **Wettbewerb** um die Top-Platzierungen in der organischen Suche gestaltet sich **fairer**, da unerlaubte Spam-Maßnahmen zunehmend leichter erkannt und hart abgestraft werden.

Davon profitieren neben den Webmastern auch die **Suchmaschinennutzer**. Die neuen Rankingfaktoren tragen dazu bei, dass sie **bessere und relevantere Inhalte** zur Verfügung gestellt bekommen. Die Texte sind nicht mehr vorrangig für die Suchmaschinen verfasst, sondern für die User vor den Bildschirmen. Sie bekommen aufschlussreiche Inhalte, die ihnen wirklich weiterhelfen und die sich gut lesen lassen.