

Welche Keywordtools gibt es?

Stand: 17.10.2022

Teil einer Online-Marketing-Strategie ist immer auch eine umfangreiche Keyword-Recherche. Wichtig ist hierbei, sich in Interessenten und potenzielle Kunden hineinzusetzen und zu überlegen, mithilfe welcher Schlagworte sie nach Inhalten in den Suchmaschinen suchen. Keyword-Tools sind spezielle Programme, um bei der Recherche nach sinnvollen Keywords behilflich zu sein.

Es stehen mittlerweile eine Reihe an Tools zur Verfügung, die gute Ergebnisse liefern. Darunter auch eine Reihe an hervorragenden kostenlosen Keyword-Programmen.

Google-Keyword-Planer: Das Standard-Keyword-Tool

Das wohl bekannteste Tool ist der Keyword-Planer aus dem Hause Google. Da es allerdings vornehmlich für Anzeigenkunden konzipiert ist, ist eine reine Keyword-Recherche hiermit nicht unbedingt geeignet. Denn: alternative Keywords zum Hauptkeywords sind oft nicht passend. Auch kann es passieren, dass das Tool zum eingegebenen Begriff keinerlei Suchvolumen anzeigt und als „not provided“ angibt. Für einen ersten Überblick ist der Planer allerdings eine gute Wahl.

Google Suggest: Keywords aus der Auto-Vervollständigung

Wer bei Google etwas sucht, bekommt bei einem eingegebenen Suchbegriff von Google automatisch mögliche Vervollständigungen vorgeschlagen. Komfortable können auf diese Weise Keyword-Kombinationen gefunden werden – insbesondere passende Long-Tail-Keywords.

Hilfreich bei der Keyword-Recherche ist außerdem, bei den Begriffen am Seitenende unter „Verwandte Suchanfragen“ nach möglichen weiteren sinnvollen Keyword-Kombinationen zu suchen.

Google Trends: Wer sucht wo und wann was?

Google Trends ist ein Tool, um die Entwicklung von Suchanfragen zu erforschen. Wichtig und sinnvoll ist das beispielsweise, wenn bei Keywords saisonale oder andere Schwankungen im Suchvolumen zu erwarten oder möglich sind. Keyword-Tool Google Trends beantwortet genau diese Fragen. Gleichzeitig schlägt es „Verwandte Begriffe“ vor.

AnswerThePublic: Keywords übersichtlich dargestellt

AnswerThePublic ist hervorragend geeignet, um herauszufinden, welche Fragen rund um ein Keyword bei Nutzern aufkommen könnten. Dank des kostenlosen Tools werden jegliche denkbaren Fragen-Kombinationen mit dem Suchbegriff rund um die W-Fragen sowie Vergleichswörter wie und, gleich, versus, etc. ausgespuckt. Die visualisierte Darstellung der Ergebnisse hilft, die Nutzerintention durch die Verwendung des Suchbegriffes zu erkennen und zeigt die relevantesten Fragen, die bereits durch Nutzer gestellt wurden.

Keywordtool.io: Mehr Komfort

Keywordtool.io gibt es in einer kostenlosen und einer Zahlvariante. Während der Hauptteil des Tools nur in der kostenpflichtigen Version zugänglich ist, bietet auch das kostenlose Basisprogramm einigen Nutzen. Das Tool zieht Keywords zu Suchbegriffen aus Google Suggest, ähnlich wie Übersuggest, wartet jedoch mit mehr Funktionen und einer übersichtlicheren Strukturierung auf. Bei Bedarf können andere Suchmaschinen außer Google gewählt werden. So zum Beispiel YouTube, Amazon oder Ebay. Wer die Zahlversion wählt, erhält zum Suchbegriff jeweils noch das Suchvolumen sowie den Wettbewerb bzw. die Klickpreise dazu. Die Ergebnisse lassen sich unkompliziert direkt in Excel importieren.

Keyword-Finder: SEO-Schwierigkeit als Kriterium

Wer den Keyword-Finder verwendet, bekommt mehr als nur ein reines Keyword-Tool. Ausgespuckt werden außerdem nämlich noch verwandte Suchbegriffe, das Suchvolumen und die CPC. Einen kurzen Überblick über den Wettbewerb sowie Mitbewerber wird ebenfalls gegeben. Wer bei diesem Tool allerdings mehr als einige wenige Suchen pro Tag durchführen möchte und zudem tiefgreifendere Recherche wünscht, muss in die Tasche greifen.

Das Sistrix-Amazon-Keyword-Tool

Sistrix ist eines der Pflichttools für jeden SEO-Manager. Wer verstärkt in die Keywordrecherche für Amazon eintauchen möchte, für den ist das Sistrix-Amazon-Keyword-Tool das richtige Programm. Das Tool hilft, in der Welt von Amazon die Suche besser zu verstehen und das Shopping zu optimieren. Es werden beispielsweise verwandte Suchbegriffe ausgegeben – inklusive detaillierter Informationen, unter anderem zur Häufigkeit weiterer Bestandteile des Keywords, aber auch Bewertungen und durchschnittliche Preise rund um den Suchbegriff. Sinn ist, dass Onlinehändler Ihre Amazon Vermarktung optimieren können. Zudem können sie mithilfe des Tools auch Informationen zu Optimierungsmöglichkeiten für ihre Shopping-Strategie ableiten.