

Google Keyword-Planer

Stand: 28.02.2025

Der Google Keyword-Planer ist ein erweitertes Tool von Google Ads und **gilt als Werkzeug zur Keywordrecherche**. Nutzer identifizieren relevante Keywords durch Eigenrecherche und dank der Vorschläge des Planers, der auch die Suchvolumina analysiert und anzeigt. Außerdem ermittelt der Keyword-Planer Gebotsschätzungen. Auf Grundlage dieser legen die Nutzer einen **Keyword-Plan und das Werbebudget** für die geplante Kampagne fest.

Mithilfe des Keyword-Planers können Werbetreibende und ermitteln, **welcher Traffic mit einem bestimmten Budget und einer bestimmten Kampagne potenziell erzielt werden kann**. Auch lassen sich damit mögliche Kosten einer Anzeigengruppe abschätzen. Das Tool ist insgesamt jedoch nicht nur für die Anzeigenschaltung (SEA), sondern auch für die Suchmaschinenoptimierung (SEO) interessant.

Die Funktionen

Für eine umfassende und gute Keywordrecherche sind objektive Daten, die dank verschiedener [Online-Marketing-Tools](#) wie dem Keyword-Planer ein Muss. Das Tool aus dem Hause Google ist ein kostenloses Tool, das alle relevanten Informationen rund um Keywords liefert.

Das Tool, das in Google Ads implementiert ist, unterstützt Unternehmen und [Online-Marketing-Agenturen](#) dabei, die wachsende (oder sinkende) Beliebtheit von Keywords zu identifizieren, Potenzial-Keywords mit kleinem Volumen herauszufiltern und **Keyword-Kombinationen in Sekundenschnelle** auszugeben.

Der Keyword-Planer ist mit verschiedenen Keywordrecherche-Tools ausgestattet, mit denen folgendes möglich ist:

- mithilfe einer Wortgruppe, einer Website oder einer Kategorie nach neuen Keywords suchen
- Daten zum Suchvolumen und Trends abrufen
- Keyword-Listen vervielfachen, um neue Keywords zu erhalten
- Listen mit Keywords eingeben oder hochladen, um Prognosen abzurufen
- Prognosen für Kampagnen oder Keywords aus dem Konto abrufen

So funktioniert der Keyword-Planer von Google

Der Keyword-Planer von Google ist für viele SEO- und [SEA-Manager](#) die erste Adresse für die Keywordrecherche. Zu finden ist das Tool im Google-Ads-Konto unter dem Menüpunkt *Tools* im Bereich *Planung*. Voraussetzung ist also ein bestehendes Konto bei Google Ads. **Die Nutzung des Tools ist kostenfrei.**

Der Keyword-Planer ist in zwei große Bereiche gegliedert: die [Keywordrecherche](#) und das Abrufen von Suchvolumina und Traffic-Prognosen.

Keywords entdecken

Suchvolumina verschiedener Suchbegriffe können mithilfe des Planers untersucht werden. Zudem zeigt das Tool passende verwandte Keywords an. Um die Ergebnisse sinnvoller und zielorientierter einzugrenzen, sollte die Sprache entsprechend der Kampagne oder der Zielseite ausgewählt werden. Sie bezieht sich auf die Browsereinstellungen der Zielgruppe. Soll die geplante Kampagne zudem regional eingegrenzt werden, ist es empfehlenswert, die Keywordabfrage auf den jeweiligen Standort auszurichten.

Der Keyword-Planer zeigt nach einem Klick auf „Ergebnisse anzeigen“ **umfangreiche Daten zu den eingegebenen Suchbegriffen**, außerdem auch das durchschnittliche monatliche Suchvolumen der eingegebenen Begriffe. Außerdem schlägt der Keyword-Planer weitere verwandte Suchanfragen vor. Besonders hilfreich: Zu allen Keywords gibt es zudem eine **Einschätzung, wie groß der Wettbewerb und wie hoch das durchschnittliche Anzeigengebot ist**, um eine Position sehr weit oben zu erhalten.

Suchvolumina und Prognosen abrufen

Mit der Option „Suchvolumen und Prognosen abrufen“ können entweder einzelne Keywords eingegeben oder Keywordlisten als Datei hochgeladen und deren Suchvolumina analysiert werden. Der Google Keyword-Planer ermittelt die voraussichtliche Performance der eingegebenen und für Anzeigen geplante Keywords. Anders als in der Suche nach neuen Keywords werden mit dieser Funktion keine weiteren Suchbegriffsvorschläge gemacht.

Vorteile des Google Keyword-Planers

Eine sehr interessante Möglichkeit für SEOs bietet die Funktion, zwei Listen mit Keywords in das Tool zuladen. Der Planer liefert daraufhin eine Kombination aus beiden und gibt Vorschläge für mögliche neue Longtail-Keywords.

Bei der Keywordrecherche können **über einen Filter unerwünschte Neben-Keywords aus den Ergebnissen ausgeschlossen werden**. Wird das Tool für SEO-Zwecke eingesetzt, helfen diese Filter beim Tilgen unerwünschter Begriffe für den geplanten Content.

Grenzen des Google Keyword-Planers

Voraussetzung zur Nutzung des Keyword-Planers ist ein aktives Ads-Konto für Fortgeschrittene. Dessen Nutzung sowie die Keyword-Tools sind kostenlos.

2016 reduzierte Google die Genauigkeit der Suchvolumina-Angaben für Konten, die lediglich niedrige

Google-Ads-Umsätze generieren. Es werden **nur grobe Bereiche** angegeben, sodass die exakte Relevanz eines Keywords nur schwer herauszufinden ist. Mit einem Trick können aber dennoch genauere Werte zu den Suchvolumina abgerufen werden.

Dazu müssen in der Ergebnisliste der Keywordabfrage alle Suchbegriffe ausgewählt werden, zu denen Suchvolumina gewünscht sind. Anschließend wird auf „Keywords hinzufügen“ sowie auf „Prognose ansehen“ geklickt. Dank der voraussichtlichen Klickrate der Suchbegriffe können Rückschlüsse auf die Relevanz gezogen werden.

Weiterhin handelt es sich bei den im Tool angezeigten Begriffen nur um Wortkombinationen, für die Anzeigen über die Ads-Plattform geschaltet werden. Andere, von Usern eingegebene Varianten, werden nicht berücksichtigt.

Ein weiteres Manko des Google Keyword-Planers besteht darin, dass **relevante Fragen nicht abgedeckt** werden. So erhalten Nutzer zwar Ideen zu weiteren relevanten Begriffen, aber zum Beispiel keine Hinweise auf Fragen, die Suchende zu einem bestimmten Thema stellen.

Weiterführende Links:

https://ads.google.com/intl/de_de/home/tools/keyword-planner/

<https://support.google.com/google-ads/answer/7337243?hl=de>