

KEYWORDRECHERCHE



AUF WAS MUSS ICH ACHTEN?

HANSERANKING

SEA WHITEPAPER



HANSERANKING GMBH



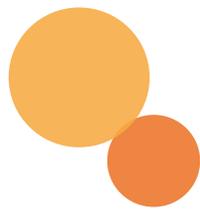
Admiralitätstraße 58, 20459 Hamburg



www.hanseranking.de



info@hanseranking.de



01	VORWORT	<i>Seite 3</i>
02	WAS SIND KEYWORDS ÜBERHAUPT?	<i>Seite 4</i>
03	WESHALB BRAUCHST DU DIE RICHTIGEN KEYWORDS?	<i>Seite 4-5</i>
04	WO KANNST DU PASSENDE KEYWORDS FINDEN?	<i>Seite 5-8</i>
05	WAS MUSST DU BEI DER KEYWORDRECHERCHE NOCH BEACHTEN?	<i>Seite 9-13</i>
06	FAZIT	<i>Seite 14-15</i>

VORWORT

Die Welt des Online Marketings ist komplex und vielfältig, und um erfolgreich zu sein, müssen zahlreiche Faktoren berücksichtigt werden.

Einer dieser entscheidenden Faktoren ist die Auswahl der richtigen Keywords für Deine Google Ads Kampagnen. Dies kann jedoch eine Herausforderung darstellen und viele Fragen aufwerfen.

In diesem Whitepaper möchten wir Dir einen umfassenden Einblick geben, wie Du die perfekten Keywords findest und worauf Du dabei besonders achten solltest. Hier erfährst Du, wie Du gezielt Deine Zielgruppe erreichst, Suchverluste minimierst und Deine Werbebudgets effizient einsetzt.

Tauche mit uns ein in die Welt der Keywords und optimiere Deine Google Ads Kampagnen für nachhaltigen Erfolg.

Bei Fragen oder
weiterführenden
Informationen stehen
Dir unsere Experten
jederzeit zur
Verfügung!



[Kontakt
aufnehmen](#)

WAS SIND KEYWORDS ÜBERHAUPT?

Keywords sind Begriffe oder Wortkombinationen, die Du in einer Anzeigengruppe hinterlegst, sodass Deine Anzeige ausgespielt wird, wenn ein Suchbegriff eines Nutzers mit einem Deiner Keywords übereinstimmt. Mit diesen Begriffen kannst Du Deine Produkte oder Dienstleistung beschreiben.

Wenn Du zum Beispiel ein Einzelhändler bist, der pinke Blumentöpfe verkauft, so wäre ein passendes Keyword für Dich 'pinke Blumentöpfe'. Wenn jemand nach einem Begriff, der Deinem Keyword wie z. B. 'pinke Blumentöpfe' entspricht, sucht, kann Deine Anzeige an einer sogenannten Auktion teilnehmen und wird je nach Ergebnis ausgespielt.



WESHALB BRAUCHST DU DIE RICHTIGEN KEYWORDS?

Die richtigen Keywords benötigst Du aus den folgenden 3 Gründen:

1. Zielgruppe erreichen

Du kannst so Deine richtige Zielgruppe erreichen. Durch das Auswählen der entsprechenden Keywords kannst Du beeinflussen, wer Deine Anzeigen ausgespielt bekommt. Wenn Du also qualitativ hochwertige und relevante Keywords auswählst, erreichst Du somit nur die Nutzer, die das größte Interesse an Deinen Produkten oder Dienstleistungen zeigen.

Hier ist dementsprechend auch die Wahrscheinlichkeit am höchsten, dass diese Nutzer eine Conversion, wie z. B. einen Kauf, abschließen werden.

2. Suchverluste vermeiden

Ebenso kannst Du Suchverluste durch die Auswahl der richtigen Keywords einschränken. Suchverluste treten dann auf, wenn Deine Anzeigen nicht so oft angezeigt werden, wie Du es gerne hättest. Das bedeutet, dass weniger Menschen auf Deine Webseite klicken und Du potenzielle Kunden verlierst.

Auch kann es bedeuten, dass z. B. Nutzer auf Deine Anzeigen klicken, die keine Kaufabsicht haben. Indem Du also Keywords wählst, die für Deine Google Ads Kampagnen relevant sind, kannst Du diese Verluste minimieren.

3. Budget effizient einsetzen

Die Suchverluste haben dementsprechend ebenfalls einen Einfluss auf Deine Kosten. Wenn schließlich Personen auf Deine Anzeigen klicken, aber keine Conversion abschließen, dann wurden zwar Kosten durch den Klick auf die Anzeige generiert, aber dieser Klick hat Dir keine Conversions, wie z. B. Käufe eingebracht. Also kannst Du durch eine gute Keywordliste die Leistung Deiner Anzeigen verbessern und somit hohe Kosten vermeiden.



WO KANNST DU PASSENDE KEYWORDS FINDEN?

Um die passenden Keywords zu finden, kannst Du unter anderem die folgenden Möglichkeiten in Anspruch nehmen:

MÖGLICHKEIT 1: Keywords über den Google Keyword-Planer finden

Der Keyword-Planer ist ein Tool von Google, welches Du kostenfrei nutzen kannst. Die einzige Voraussetzung ist hier, dass Du ein Google Ads Konto besitzt. Mithilfe dieses Tools kannst Du Daten zum Suchvolumen sowie Trends abrufen. Den Keyword-Planer kannst Du in Deinem Google Ads Konto wie folgt aufrufen:

Neue Keywords entdecken

Mit Keywords beginnen

Mit einer Website beginnen

Geben Sie Produkte oder Dienstleistungen mit engem Bezug zu Ihrem Unternehmen ein

Deutsch (Standard) Deutschland

Machen Sie möglichst keine zu spezifischen, aber auch keine zu allgemeinen Angaben. Für einen Lebensmittellieferdienst ist "lieferdienst" zum Beispiel besser als "lebensmittel".

[Weitere Informationen](#)

Geben Sie eine Website an, um irrelevante Keywords herauszufiltern

Wenn Sie Ihre Website angeben, werden Dienstleistungen, Produktmarken herausgefiltert, die Sie nicht anbieten

1. Öffne Dein Google Ads Konto
2. Klicke oben in der dunkelgrauen Menüleiste auf 'Tools und Einstellungen'
3. In dem Menü, welches sich anschließend öffnet, klickst du dann auf 'Keyword-Planer'. Diesen findest Du ganz links unter 'Planung'
4. Du kannst nun zwischen zwei Möglichkeiten wählen: 'Neue Keywords entdecken' und 'Suchvolumen und Prognosen abrufen'.

Planung

Leistungsplaner

Keyword-Planer

Reichweiten-Planer

Anzeigenvorschau und -diagnose

Hub für App-Werbung



Bei der ersten Option werden Dir neben dem Suchvolumen zu Deinen Keywordideen, weitere vorgeschlagen. Bei 'Suchvolumen und Prognosen abrufen' kannst Du das Suchvolumen und bisherige Messwerte sowie Prognosen zu zukünftigen Leistungen abrufen.

Dabei kannst Du im Keyword-Planer auf drei verschiedene Arten eine Keywordrecherche durchführen.

Als Erstes kannst Du Wörter oder Wortgruppen eingeben, die für Dein Unternehmen oder Deine zu bewerbende Website relevant sind. Der Keyword-Planer schlägt Dir im Anschluss weitere Keywords vor, an die Du vielleicht vorher nicht gedacht hast, die thematisch aber zu Deinen anderen Keywords passen.

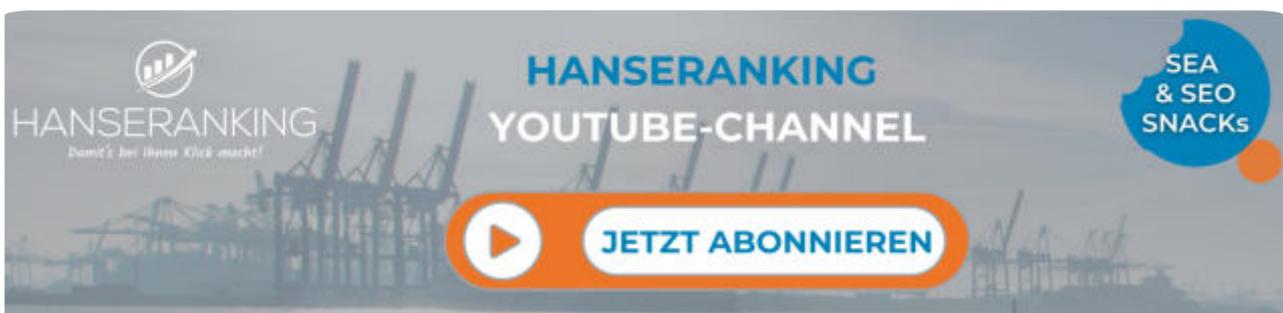
Als Zweites kannst Du nach neuen Keywords suchen, indem Du eine Kategorie eingibst, die Du bewerben möchtest. Hier schlägt Google Ads Dir passende Keywords vor, die zu Deinen Anzeigen passen könnten.

Die dritte Art, über den Keyword-Planer neue Keywords zu finden, funktioniert, indem Du eine spezifische Zielseite deiner Webseite, wie z. B. eine bestimmte Produktseite, eingibst. Der Planner analysiert die Zielseite und schlägt Dir relevante Keywords vor.

<input type="checkbox"/> Keyword (nach Relevanz)	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Änderung über drei Monate	Änderung im Jahresvergleich	Wettbewerb	Anteil an mi Anzeigenimpre	Gebot für obere Positionen (unterer Bereich)	Gebot für obere Positionen (oberer Bereich)
Von ihnen eingegebene Begriffe							
<input type="checkbox"/> onlinemarketing agentur hamburg	320	0 %	0 %	Mittel	–	4,31 €	10,18 €
Keyword-Ideen							
<input type="checkbox"/> online marketing unternehmen hamburg	10	-50 %	-89 %	Mittel	–	3,61 €	11,82 €

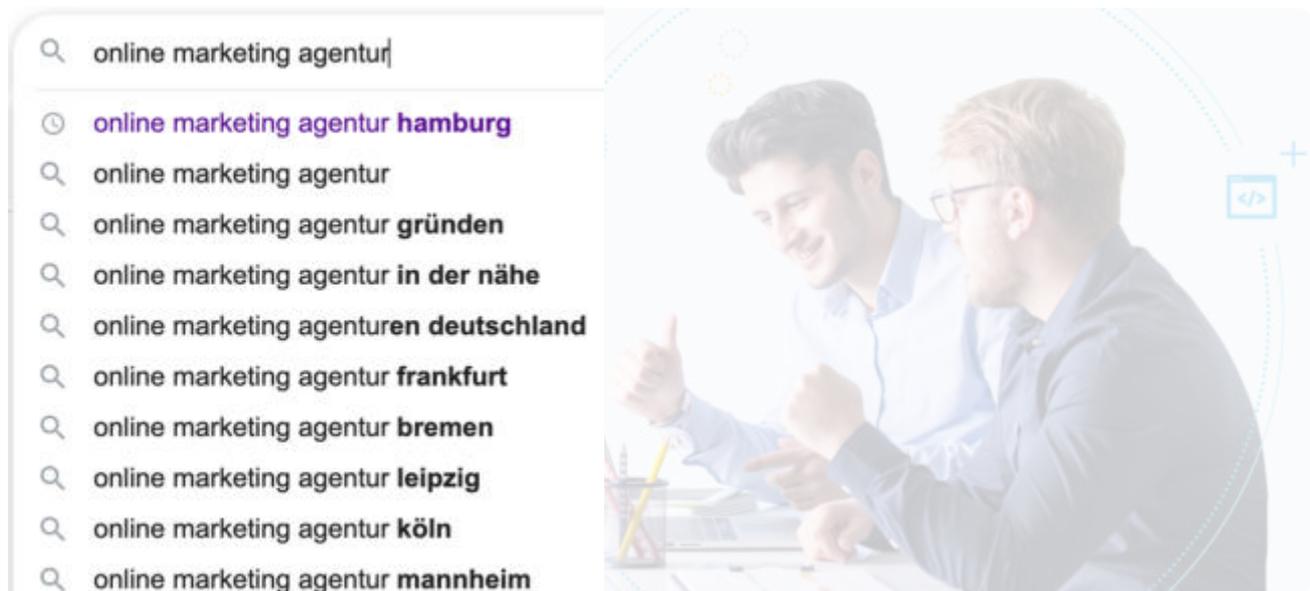
MÖGLICHKEIT 2: Keywords über Webseiteninhalte finden

Schaue Dir Deine Landingpages an, die Du bewerben möchtest. Lies Dir die Inhalte genau durch. Gibt es hier vielleicht Schlagwörter, die den Seiteninhalt bzw. die zu bewerbende Dienstleistung oder das Produkt signifikant beschreiben? Nutze gerne solche Begriffe als Keywords. Natürlich kannst Du auch diese in den Keyword-Planer von Google eingeben, um Daten zum Suchvolumen oder den Klickpreisen zu erhalten.

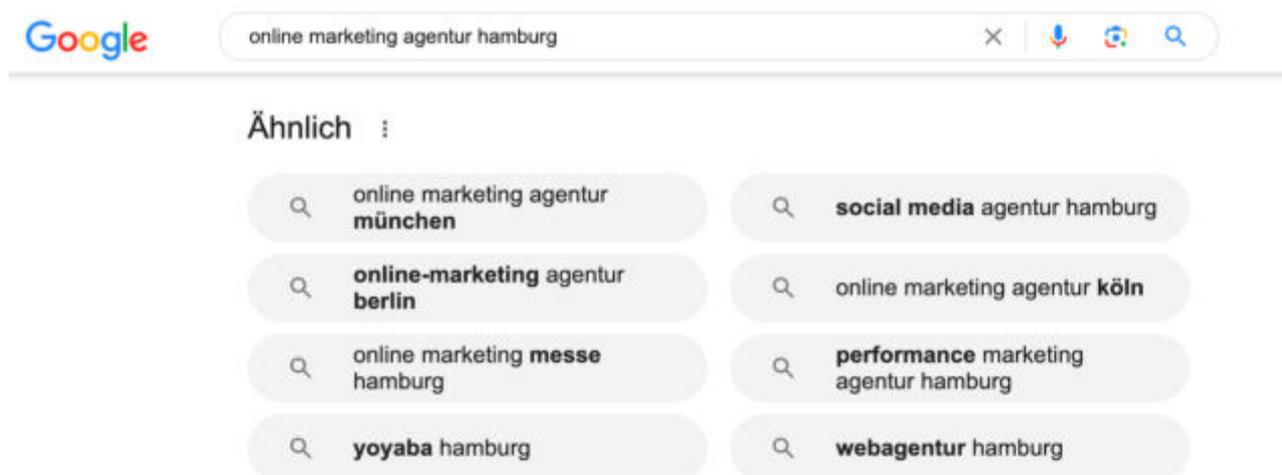


MÖGLICHKEIT 3: Keywords über die 'Google Suche - ähnliche Begriffe' finden

Eine weitere, aber eher unkonventionelle Möglichkeit, ist die nächste. Gib hierfür bereits passende Begriffe in die Google Suche ein. Hier werden Dir nun unter der Suchleiste weitere Suchanfragen angezeigt, welche zu Deiner passen könnten.



Ebenso findest Du am Seitenende ähnliche Anfragen. Schau einfach, ob es hier weitere Begriffe gibt, die zu Deinen Keywords passen könnten.



Versetze Dich bei dieser Suche in die Sichtweise Deiner (potenziellen) Kunden. Wonach würden sie suchen, um Deine Produkte oder Deine Dienstleistung zu finden? Auch die Begriffe, die Du hier findest, kannst Du im Anschluss im Keyword-Planner eingeben, um weitere Daten abrufen zu können.

WAS MUSST DU BEI DER KEYWORDRECHERCHE NOCH BEACHTEN?

KEYWORDOPTIONEN

Du kannst mit den sogenannten Keywordoptionen steuern, wie sehr das hinterlegte Keyword mit der Suchanfrage eines Nutzers übereinstimmen muss, um ausgespielt zu werden.

Bei Google Ads unterscheidest Du zwischen drei Keywordoptionen:

- Weitgehend passend
- passende Wortgruppe
- genau passend

Du kannst mit den sogenannten Keywordoptionen steuern, wie sehr das hinterlegte Keyword mit der Suchanfrage eines Nutzers übereinstimmen muss, um ausgespielt zu werden.

WEITGEHEND PASSEND

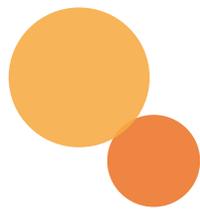
Bei **'weitgehend passend'** können Deine Anzeigen auch ausgespielt werden, wenn Suchanfragen nicht Deine Keywords enthalten, aber mit ihnen verwandt sind. Der Vorteil davon ist, dass Du von mehr Besuchern auf Deiner Webseite profitierst und weniger Zeit bei der Keywordrecherche aufbringen musst.

Wenn Du Keywords ergänzt hast, wird diesen standardmäßig die Keywordoption **'weitgehend passend'** hinzugefügt.



SEA WHITEPAPER:
SO FINDEST DU DAS RICHTIGE BUDGET FÜR DEINE KAMPAGNE

JETZT KOSTENLOS DOWNLOADEN



Weitgehend passendes Keyword:	Bei folgenden Suchanfragen können Anzeigen ausgeliefert werden:
diät plan wenig kohlehydrate	<input type="text" value="kohlehydratfreie lebensmittel"/> <input type="text" value="diäten mit wenig kohlehydraten"/> <input type="text" value="rezepte wenig kalorien"/> <input type="text" value="mediterrane diät bücher"/> <input type="text" value="diätkost geringer kohlehydratgehalt"/>



Was Du allerdings bei dieser Option beachten musst, ist, dass Du Smart Bidding, also Gebotsstrategien bei der die KI von Google unterstützt, verwenden musst. Zu diesen Gebotsstrategien zählen: Conversions maximieren, Ziel-CPA, Ziel-ROAS und Conversion-Wert maximieren. Durch die Verwendung von Smart Bidding kannst Du relevantere Suchanfragen womöglich besser erfassen.

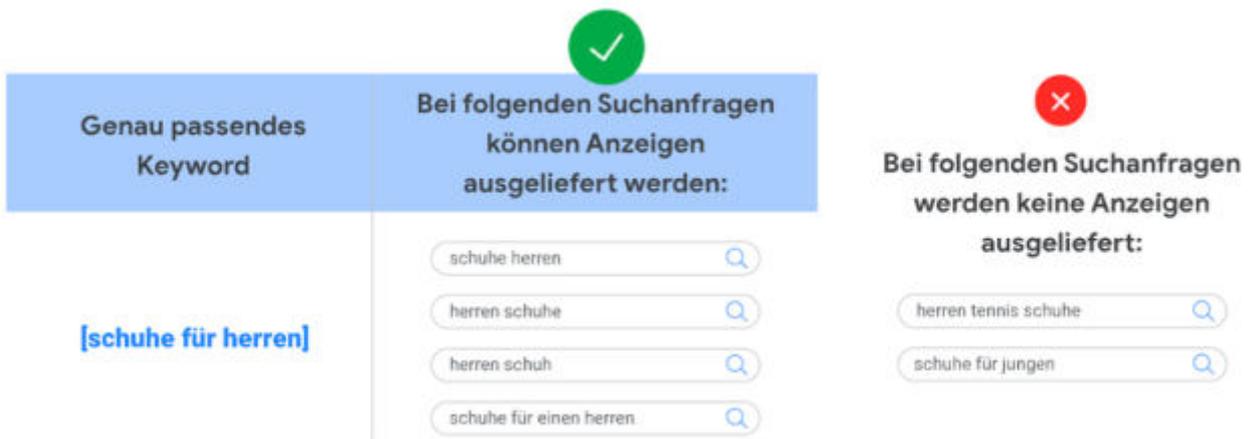
PASSENDE WORTGRUPPE

Mit der Keywordoption 'Passende Wortgruppe' können Deine Anzeigen ausgespielt werden, wenn eine Suchanfrage eine ähnliche Bedeutung wie Deine hinterlegten Keywords hat. Suchanfragen können eine präzisere Bedeutung haben, aus der die Bedeutung des Keywords abgeleitet werden kann. Mit dieser Option kannst Du mehr Suchanfragen abdecken als bei der Option 'Genau passend', aber weniger als bei 'Weitgehend passend'. Dementsprechend werden Deine Anzeigen nur dann ausgespielt, wenn die Suchanfrage Dein Produkt oder Deine Dienstleistung beinhaltet. Diese Keywordoption kannst Du in Google Ads einstellen, indem Du Dein Keyword in "Anführungszeichen" einpflegst.

<p style="text-align: center;"></p> <p>Keyword vom Typ „Passende Wortgruppe“:</p> <p style="text-align: center;">"tennisschuhe"</p>	<p style="text-align: center;"></p> <p>Bei folgenden Suchanfragen können Anzeigen ausgeliefert werden:</p> <input type="text" value="schuhe für tennis"/> <input type="text" value="günstige tennisschuhe kaufen"/> <input type="text" value="rote tennisschuhe"/> <input type="text" value="bequeme sneaker tennis"/>	<p style="text-align: center;"></p> <p>Bei folgenden Suchanfragen werden keine Anzeigen ausgeliefert:</p> <input type="text" value="tennis schläger und trainingsschuhe"/> <input type="text" value="kann man zum tennis lafschuhe tragen"/>
---	--	--

GENAU PASSEND

Die spezifischste dieser Keywordoption ist 'Genau passend'. Hier werden Deine Anzeigen nur dann ausgespielt, wenn die Suchanfrage eines Nutzers dieselbe Bedeutung oder Absicht wie Dein Keyword hat. Mit dieser Option hast Du also die meiste Kontrolle, an wen Deine Anzeige ausgeliefert wird. Insgesamt werden allerdings mit dieser Option weniger Suchanfragen einbezogen als bei den beiden vorherigen Optionen. Um diese Keywordoption zu verwenden, setzt Du ein Keyword einfach in `[schuhe für herren]` Klammern!



KLICKPREISE (CPC)

Wenn Du Keywords hinzufügen möchtest, musst Du auch immer die sogenannten Klickpreise, auch als durchschnittlicher Cost-per-Click (CPC) bekannt, beachten.

Der CPC ist der durchschnittliche Betrag, den Du bezahlen musst, wenn jemand auf Deine Anzeige klickt. Die Klickpreise kannst Du im Keyword-Planer in Google Ads nachvollziehen.

Wenn Du nun Keywords hinzufügen möchtest, achte auf den CPC. Denn es lohnt sich nicht, Keywords hinzuzufügen, die zum Beispiel einen Klickpreis von 7,00 € aufweisen, wenn Du nur ein Tagesbudget von 5,00 € zur Verfügung hast. Wie genau Du Dein Tagesbudget bestimmst, kannst Du in unserem Whitepaper ["Wie ermittelt man das richtige Budget für die Kampagne"](#) nachlesen.



PASSENDE KEYWORDS ZUM INHALT

Fasse am besten Deine Keywords nach Themen zusammen. Diese Themen können sich auf bestimmte Produktkategorien oder Dienstleistungen beziehen. Wenn Du zum Beispiel Hosen verkaufst, kannst Du eine solche Keywordgruppe für "Wanderhosen" und eine für "Anzugshosen" machen.

Die Gruppen kannst Du anschließend in unterschiedliche Anzeigengruppen separieren und für jede Gruppe spezielle Anzeigen für die jeweiligen Keywordgruppen erstellen. Achte also darauf, dass Du in einer Anzeigengruppe nicht thematisch unterschiedliche Keywords verwendest, sondern Begriffe, die dieselben Absichten haben. Die Keywords, die Du auswählst, sollten sich somit auf Deine Anzeige und Deine dazugehörige Landingpage beziehen.



AUSZUSCHLIEßENDE KEYWORDS

Wenn es Begriffe gibt, bei denen Du nicht möchtest, dass Deine Anzeigen ausgespielt werden, kannst Du 'auszuschließende Keywords' verwenden. Auszuschließende Keywords sind Begriffe, die Du auf Anzeigengruppen-, Kampagnen- oder auch auf Kontoebene durch globale Listen hinterlegen kannst.

Dadurch hast Du die Möglichkeit, Dich nur auf Keywords zu konzentrieren, die für Dich und Deine Kampagnen auch relevant sind. Wenn Du zum Beispiel Damenschuhe verkaufst, kannst Du Suchbegriffe wie 'Herrenschuhe' oder 'Schuhe für Hunde' ausschließen, damit Deine Anzeige bei solchen Suchbegriffen nicht ausgespielt wird.

Indem Du auszuschließende Keywords verwendest, kannst Du Streuverluste vermindern und somit Dein Kampagnenbudget effizienter für Suchanfragen verwenden, die sich für Dich lohnen. Die auszuschließenden Keywords kannst Du bereits im Zuge der Keywordrecherche aufschreiben und im Google Ads Konto hinzufügen. Ebenso kannst und solltest Du nach Aktivierung Deiner Kampagnen die Suchbegriffe regelmäßig prüfen und irrelevante Begriffe regelmäßig ausschließen.

FAZIT

In diesem Whitepaper hast Du gelernt, wie entscheidend die Wahl der richtigen Keywords für den Erfolg Deiner Google Ads Kampagnen ist. Keywords sind Begriffe oder Wortkombinationen, die bestimmen, wann und wo Deine Anzeigen geschaltet werden. Die Bedeutung der richtigen Keywords kann in drei Hauptgründen zusammengefasst werden:

ZIELGRUPPEN-ANSPRACHE

Durch die Auswahl relevanter Keywords kannst Du sicherstellen, dass Deine Anzeigen nur für Nutzer ausgespielt werden, die ein Interesse an Deinen Produkten oder Dienstleistungen haben. Dadurch erhöhst Du die Wahrscheinlichkeit von Conversions, wie z. B. Käufen.

SUCHVERLUSTE MINIMIEREN

Die richtigen Keywords helfen, Suchverluste zu verhindern, indem sie sicherstellen, dass Deine Anzeigen oft genug angezeigt werden und qualifizierte Nutzer auf Deine Website gelangen. Dies reduziert potenzielle Kundenverluste.



KOSTEN-KONTROLLE

Durch eine präzise Keywordauswahl kannst Du Klicks optimieren und unnötige Kosten vermeiden, insbesondere wenn Du ein begrenztes Budget hast.

Um passende Keywords zu finden, stehen Dir verschiedene Methoden zur Verfügung, darunter der Google Keyword-Planer, die Analyse von Webseiteninhalten und die Verwendung ähnlicher Begriffe aus der Google-Suche. Zusätzlich wurde erläutert, wie Keywordoptionen wie 'weitgehend passend', 'passende Wortgruppe' und 'genau passend' die Ausrichtung Deiner Anzeigen beeinflussen können. Die Wahl der richtigen Option hängt von Deinen Zielen und der gewünschten Kontrolle über die Auslieferung Deiner Anzeigen ab.

FAZIT

Abschließend wurde betont, wie wichtig es ist, den durchschnittlichen Klickpreis (CPC) im Auge zu behalten und Keywords nach Themen zu gruppieren, um effektive Anzeigengruppen zu erstellen. Das Auszuschließen von Keywords, die nicht zu Deinem Angebot passen, wurde ebenfalls als Strategie zur Budgetoptimierung vorgestellt.

Insgesamt zeigt die richtige Keywordrecherche und -auswahl, wie sie in diesem Whitepaper erläutert wurde, den Schlüssel zum Erfolg Deiner Google Ads Kampagnen. Durch das Verständnis und die effektive Nutzung von Keywords kannst Du nicht nur die Sichtbarkeit Deiner Anzeigen steigern, sondern auch die Qualität Deiner Zielgruppenansprache optimieren und Deine Werbebudgets effizient einsetzen.



EVA NISSEN

*Duale Studentin
Marketing Management*

[Mehr über die Autorin](#)

DEINE KOSTENLOSE SEA BERATUNG



[Jetzt Kontakt aufnehmen](#)

INTERESSIERST DU DICH FÜR EINE INDIVIDUELLE SEA BERATUNG?

SEA hilft Dir bei der Vermarktung Deiner Produkte im Internet. Mit dem Werbeprogramm von Google kannst Du jetzt noch schneller und einfacher Onlinekampagnen mit profitablen Ergebnissen für Dein Unternehmen erstellen. Spreche Unternehmen, Werbetreibende und Milliarden von Nutzern im richtigen Moment an: Also genau dann, während sie z. B. Anfragen in der Google Suche durchführen, Videos auf YouTube ansehen, neue Orte mit Google Maps erkunden, Apps auf Google Play entdecken oder Inhalte im Web durchforsten.

Lasse Dich von Deinem persönlichen SEA Experten über Deine Möglichkeiten beraten. In einem individuellen Beratungsgespräch finden wir gemeinsame Lösungsansätze für Deinen Erfolg im Internet. Und das Gute daran: Kostenfrei und unverbindlich!

DEINE VORTEILE

- Sorge für eine bessere Sichtbarkeit Deiner Produkte oder Leistung im Internet
- mehr Reichweite + Neukundengewinnung über Google
- mehr Traffic für Deine Website
- mehr Umsatz



[Jetzt Kontakt aufnehmen](#)