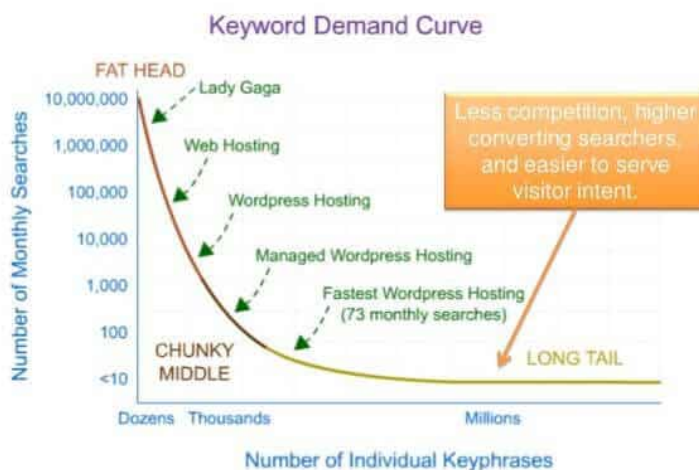


## Longtail Keywords – wieso ist das geil?



Longtail Keywords sind in Zeiten von Hummingbird und der immer besser werdenden semantischen Suche das Mittel der Wahl für mehr Traffic und exaktere SEO Optimierung. Wieso eigentlich?

Los geht es mit einer [Grafik von Rand Fishkin](#). Alter Hut, trotzdem empfehlenswerte Lektüre:



Im „long tail“ wird der Umsatz gemacht. Es mag zwar toll sein, für einen Suchbegriff wie „Schuhe“ auf Platz 1 zu ranken. Aber: da wollen wir nicht hin. Wir wollen auf Platz 1 für das Keyword „schwarze

italienische Anzugschuhe“. Wer „Schuhe“ eingibt, hat vermutlich noch keine genaue Vorstellung davon, welche Schuhe er will, sondern stöbert erst einmal, um sich für einen Schuhkauf zu inspirieren. Zwar ist es nicht schlecht, für „Schuhe“ auf den ersten Plätzen zu ranken – aber die Chance ist gering, dass der Nutzer bei mir kauft.

Nutzer informieren sich über ein Produkt, bevor sie es kaufen. Eben, indem sie das Keyword „Schuhe“ eingeben. Irgendwann wissen sie, was sie wollen und suchen nach „schwarze italienische Anzugschuhe“ – und dann wollen wir auf die ersten Plätze!

### Schauen wir uns das genauer an: Suchvolumen

„Schuhe“ haben ein hohes Suchvolumen, aber eine geringe oder ungenaue Intention.

Keyword (nach Relevanz)	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Wettbewerb	Vorgeschlagenes Gebot	Anteil an mögl. Anz.Impr.	Zu Plan hinzufügen
schuhe	201.000	Hoch	0,62 €	0 %	

„Schwarze, italienische Anzugschuhe“ haben: gar kein Suchvolumen. Das bedeutet unter 10 Suchanfragen im Monat. Google ist da nicht so genau. Es gibt aber solche Suchanfragen. Und bei denen kann man sicher sein, dass diese Nutzer eine sehr genaue Vorstellung und Intention haben.

Keyword (nach Relevanz)	Durchschnittl. Suchanfragen pro Monat	Wettbewerb	Vorgeschlagenes Gebot	Anteil an mögl. Anz.Impr.	Zu Plan hinzufügen
schwarze italienische anzugschuhe	-	-	-	-	

Und selbst wenn es wenig Suchvolumen gibt, ist es trotzdem gut, auf dieses Keyword zu optimieren, weil:

a) Es geht verdammt einfach!

und

### b) Hummingbird: Denke in Themen!

Eine Optimierung auf ein solches Keyword stärkt alle anderen Keywords meiner Unterseiten mit. Mit Hummingbird ist Google einen Schritt weiter auf dem Weg des semantischen Netzes. Genauer gesagt geht es um Topoi (gr. „Ort“, „Platz“) oder Themen und nicht um Keywords. Dreht sich meine Seite um Schuhe (ich verkaufe Schuhe oder stelle alle möglichen Informationen über Schuhe bereit), sollte man Googles Hummingbird Datenbank nicht nur ein Keyword für die Indexierung seiner Seite vorschlagen,

sondern möglichst viele. Wenn meine Keywords in Google Suggest auftauchen und ich gut mit diesen Suggest-Keywords ranke, kennt Google mein Topos. Siehe auch den recht guten Beitrag von Kate Morris bei MOZ: [Stop Thinking Keywords, Think Topics](#)

Man muss bedenken, „schwarze italienische anzugschuhe“ sind eine (1) Unterseite. Hat man 10 Unterseiten mit Keywords, deren Suchvolumen unter, sagen wir 100 ist, bekommt man immerhin <1000 Besucher, die exakt das suchen, was unsere jeweilige Seite liefert. Gleichzeitig stärkt man mit der Optimierung eines Longtail Keywords, alle anderen Keywords im “Platz” bzw. Themenfeld und man kann schneller mit neuen Keywords unseres Themas gut ranken. Es ist einfach effizienter, wenn man mit 100 Keywords ganz gut rankt, als mit einem Keyword ganz oben. Das eine Keyword mit hohem Suchvolumen, hier wäre es “Schuhe”, greift man an, wenn man eine breite Basis mit gut rankenden Keywords hat.

### **Return-Of-Investment: ROI**

Ein theoretisches Beispiel für Google Ads:

Ein Longtailkeyword welches 100 Suchanfragen hat, kostet mich x. Ein normales Keyword mit 10.000 Suchanfragen kostet mich y.

Aus den 100x Suchanfragen werden 40 Käufer.

Aus den 10.000 y Suchanfragen werden 400 Käufer.

Verhältnis von Kosten 1 /Käufer 1 zu Kosten 2 /Käufer 2 liefert die Entscheidung.

### **Für SEO jenseits von Google Ads gilt die selbe Rechnung:**

Was kostet es mich, mit „Schuhen“ auf Platz 1 zu ranken und wie viele Käufer bekomme ich dadurch?

Und wie viel kostet es mich, mit „schwarzen italienischen Anzugschuhen“ auf Platz 1 zu ranken und wie viele Käufer bekomme ich dadurch? Oder mit den ganzen anderen 100+ Longtail Keywords, die ich durch Suggest, Übersuggest o.ä. bekomme? Kurz: Keyword n / Käufer n.

Ich wette: Unter dem Strich rechnet es sich, auf viele Longtail Keywords zu setzen, als nur auf ein oder zwei “mächtige” Keywords.