

Keyworddichte

SEO Wiki | Jul 11, 2020 | von Jonathan Wagner



Ist die Keyworddichte heute noch wichtig um ein gutes Ranking in den Suchmaschinen zu erreichen? Hier erfährst Du alles, was Du wissen musst um mit dem Thema Keyworddichte in Deinen Texten richtig umgehen zu können:

PDF downloaden

1. Was bedeutet Keyworddichte?
2. Die Keyword Density
3. Wie messe ich die Keyword Dichte?
4. Herausforderungen bei der Keyworddichte
5. Keyword Stuffing
6. Die beste Alternative: WDF*IDF



Facebook



YouTube



Instagram



Spotify

Was bedeutet Keyworddichte?

Mithilfe der **Keyworddichte** (engl. *Keyword Density*) wird angegeben, wie oft ein bestimmtes Keyword im gesamten Text vorkommt. Die **Keyworddichte** ist also das **prozentuale Verhältnis** eines Keywords zur Gesamtheit des Textes.

Die Keyword Density

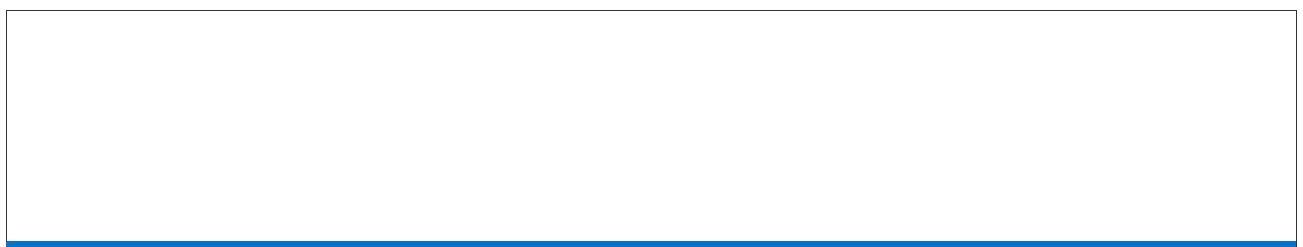
Der Begriff „**Keyword Density**“ wird im Deutschen mit **Keyworddichte** übersetzt und prozentual

angegeben. Dabei werden Keywords im Text mit der gesamten Zahl an Wörtern ins Verhältnis gesetzt. Bis vor ein paar Jahren wurde noch davon ausgegangen, dass sie ein besonders großer Rankingfaktor sei. Mittlerweile wird ihr deutlich weniger Wichtigkeit beigemessen, da für Google sehr viel andere Faktoren eine Rolle spielen.

Die optimale Keyworddichte

Gibt es so etwas wie eine **optimale Keyworddichte** überhaupt? Die Frage lässt sich nicht ganz einfach beantworten. Vieles war lange Zeit spekulativ. So waren manche der Meinung, die exakt benötigte Dichte zu kennen. Andere wiederum meinten, dass es keinen festen Wert geben würde. Aber was stimmt denn nun? Fest steht, dass der Google Algorithmus sehr weit entwickelt ist und er immer besser wird. Er ist in der Lage, einen Text genau zu analysieren und dessen Qualität zu beurteilen. Auch, ob er zum eingegebenen Suchbegriff passt. Es kann also davon ausgegangen werden, dass die Keyworddichte allein **kein entscheidender Faktor** ist. Entscheidend ist es, ein Thema möglichst gut, ausführlich und von verschiedenen Seiten zu betrachten. Ist ein Text länger, dann kommt das Keyword dementsprechend auch häufiger vor. Ist der Text kürzer, dann folglich weniger. Am wichtigsten ist, dass der Text möglichst ansprechend gestaltet und für den Nutzer gut lesbar ist. Werden zu viele Keywords verwendet, wirkt der Text schnell gekünstelt.

Keywords sollten an besonderen Stellen verwendet werden. Besonders ist in diesem Fall beispielsweise der **Titel** des Textes. Auch das Verwenden in der **Meta-Description** ist ratsam. Diese wird den Suchenden im Snippet der Suchergebnisse angezeigt. Sie verleitet Suchende zum Besuchen der Webseite. Auch macht eine Verwendung in der **Headline** und in dem **Hauptcontent** Sinn.



Wie messe ich die Keyword Dichte?

$(\text{Anzahl der Keywords} \times 100) / \text{Gesamtwortzahl} = \text{Keyworddichte in Prozent}$

Herausforderungen bei der Keyworddichte

Manche sind schon auf die Idee gekommen, den eigenen Text einfach mit dem gewünschten Keyword zu überfluten. Dies ist aber in in vielerlei Hinsicht nicht ratsam:

Deine User

Überlege Dir einmal selbst: Was möchtest Du, wenn Du eine bestimmte Webseite besuchst? Ich vermute, dass Deine Antwort recht vielfältig ist. Aber was möchtest Du ausnahmslos immer? Die Antwort: **einen guten Content** haben. Innerhalb weniger Sekunden nach dem Besuchen einer Webseite analysieren wir, ob uns der Content gefällt oder nicht. Spricht er uns an, dann entscheiden wir uns länger auf der Seite zu bleiben. Ansonsten wird die Seite bereits nach wenigen Augenblicken wieder verlassen.

Was also passiert, wenn Du eine Webseite schreibst, die technisch gesehen zwar gut optimiert ist, der Content aber, bitte entschuldige, Schrott ist? Kaum jemand wird auf Deiner Seite bleiben. Google wertet dies nicht als gutes Signal. Einen schlechten Content wirst Du vermutlich dann haben, wenn Du Dich ausschließlich auf Keyword und nicht auf die Qualität Deines Contents konzentrierst. Eine **viel zu hohe Keyword-Density** ist oft eine Folge von Überoptimierung und häufig merkt man das am Content. Der Text ist hier oftmals unleserlich und qualitativ minderwertig.

Wenn Du Dir nicht sicher bist, wie hoch Deine Suchwortdichte ist, dann kannst Du verschiedene **Keywordtools** verwenden. Viele davon zeigen Dir neben einigen anderen Daten auch deine Keyworddichte an. Nimm Dir für die Auswertung Deiner Webseite also genügend Zeit, die Dichte entweder selbst zu ermitteln oder Dich für sinnvolle Tools zu entscheiden. Welche Tools sich dafür eignen, haben wir Dir [auf dieser Seite](#) zusammengefasst.

Suchmaschinen wie Google

Google steckt enorm viel Arbeit in die Optimierung des Algorithmus hinein. Inhalte und Dokumente werden ganz gezielt analysiert, um die Relevanz des geschriebenen Textes für die User zu ermitteln. **Eine hohe Anzahl an Keywords wertet Google daher nicht einfach automatisch als gut ein.** Beim Onlinemarketing ist viel mehr die Platzierung entscheidend und nicht die bloße Anzahl der Keywords. Komme daher bitte nicht auf die Idee, einfach ganz oft das Keyword in den Text einzubauen. Dies wird dann **Keyword-Stuffing** genannt und ist das ist ein **äußerst schlechter Ranking-Faktor.**

Keyword Stuffing

Beim sogenannten **Keyword Stuffing** wird das gewünschte **Keyword** extrem häufig im Text eingebaut, um die Keyword-Dichte zu erhöhen. Dies ist allerdings sehr schlecht. Inhalte sollten für den User nützlich und relevant sein. Wenn zu viele Keywords sinnlos in den Text eingebaut werden, dann leidet die Lesbarkeit und die Qualität der Artikel darunter. **Niemand will einen schlechten Text lesen.** Suchmaschinen wollen den Nutzer das bestmögliche Ergebnis zu ihrer Suchanfrage bieten. Wenn Google & Co nun aber feststellen, dass eine Webseite keinen Mehrwert für ihre Nutzer bietet, dann wird Google diese Seite im Ranking abstrafen. Keywords müssen natürlich dennoch im Text vorkommen. Denn Suchmaschinen analysieren alle Wörter im Text und wenn kein Wort zum gesuchten Thema passt, dann wird eine Webseite auch kein gutes Ranking erhalten.

Mithilfe der **Keyword Dichte** kannst Du aber genau erkennen, wie oft Deine Schlüsselwörter im Text vorkommen und so ein mögliches Keyword Stuffing vermeiden. Als Tipp: Wenn ein Begriff sehr wichtig ist und im Text dementsprechend oft vorkommen muss, kannst Du auch einfach Synonyme verwenden. Bei diesen erkennt Google mittlerweile sehr gut, dass es sich um themennahe Begriffe des

Keywords handelt.

Die beste Alternative: WDF*IDF

Eine **sinnvolle Alternative** zur normalen Berechnung der Keyworddichte ist die **WDF*IDF-Formel**. Im Grunde genommen macht sie genau das gleiche wie die Formel zu Berechnung der Keyworddichte. Der Unterschied ist der, dass nicht nur die eigene Webseite analysiert wird, sondern ein ganzer Pool an weiteren Seiten. Diese Seiten sind aber nicht irgendwelche, sondern kommen in den Top Rankingergebnissen der Suchmaschinen vor. Nach der Berechnung von WDF*IDF erhältst Du eine **große Liste an Wörtern**, die Du in Deinen Text einbauen solltest. Gleichzeitig siehst Du in der Regel, wie oft das jeweilige Wort im Optimalfall eingebaut werden sollte. All diese **Wörter sind themenrelevant zum Hauptkeyword**. Mehr drüber kannst Du in unserem Blog-Artikel „[SEO-Texte schreiben](#)“ erfahren.

Du hast Fragen?

Dann lass uns persönlich sprechen. [Wir](#) helfen Dir bei allen Themen rund um Dein Online Marketing und stehen Dir als Partner zu Seite.



**KONTAKT
AUFNEHMEN**



Jonathan Wagner

SEO Manager/Content Marketing

Jonathan Wagner war schon immer begeistert von Texten und Sprachen. In seinem Germanistik- und Geschichtsstudium machte er seine Leidenschaft zum Inhalt seines späteren Berufslebens. Er liebt die kleinen Details und sprachliche Perfektion gepaart mit jeder Menge SEO Wissen.

Bereits während seines Studiums begann er bei H&W verschiedene Bereiche im Content Marketing auszufüllen. Bei seiner Arbeit kann er seine Begeisterung für die deutsche Sprache voll ausleben und kreativ sein.

Sein Wunsch war es, das Schreiben zum Beruf zu machen. Seit Januar 2020 ist Jonathan Wagner Head of Content Marketing bei H&W.

Das könnte Dich auch interessieren:



H&W
#SEO-AGENTUR

SEO
Basics

**WARUM DU AUF INBOUND
MARKETING SETZEN SOLLTEST**
Strategischer Mehrwert für Dein Unternehmen

Warum Du auf Inbound Marketing setzen solltest

von David Wagner | Feb 9, 2021 | SEO Basics

[mehr lesen](#)



H&W

SEO
Basics



Keyword-Recherche: Tipps, Tricks und Tools

von David Wagner | Jan 8, 2021 | SEO Basics

[mehr lesen](#)



Online Marketing Strategie

von David Wagner | Dez 13, 2020 | SEO Basics

[mehr lesen](#)

[« Ältere
Einträge](#)

Kommentar absenden

Deine E-Mail-Adresse wird nicht veröffentlicht. Erforderliche Felder sind mit * markiert.

Kommentar

Name *

E-Mail *

Website

Meinen Namen, meine E-Mail-Adresse und meine Website in diesem Browser speichern, bis ich wieder kommentiere.

[Kommentar absenden](#)

H&W
// BRAND EXPERIENCE

Kronengäßle 5
73525 Schwäbisch Gmünd

info@hw-seoagentur.de
www.hw-seoagentur.com



LEISTUNGEN

SEO
SEA
Social Media
Conversion
Optimierung

WISSEN

SEO Basics
SEO Experts
SEO Guides
SEO Wiki

UNTERNEHMEN

Kontakt
Strategie
Blog
Datenschutz
Impressum