

Longtail-Keywords

Stand: 29.11.2022

Um Keywords besser greifen zu können, werden sie anhand verschiedener Aspekte in Gruppen aufgeteilt. Kurze Suchbegriffe wie *Wandern Bayern*, die nur aus wenigen Wörtern bestehen, heißen Shorttail-Keywords, während mehrteilige Kombinationen wie *Windbreaker Jacke wasserfest Damen Größe 38* zu den Longtail-Keywords zählen.

Definition

Longtail-Keywords sind solche Suchbegriffe, die in Abgrenzung zu generischen Keywords **relativ speziell** auf eine Thematik angepasst sind. Durch die **spezifischen Merkmale**, die das gesuchte Produkt oder die Website erfüllen sollte, grenzen sie die Auswahl in den SERPs ein. Die User haben also eine klare Intention, mit der sie die Suchmaschine bedienen. Um nun für die Longtail-Keywords in den Ergebnissen dargestellt zu werden, sollten Firmen sie kennen und auf ihrer Website präsent haben.

Meist beinhalten die Suchbegriffe **Modellbezeichnungen** oder **Marken**, wenn es um Produkte geht, wie bei *Lenovo Yoga 9i kaufen* im Gegensatz zu *Laptop kaufen*. Auch bei Reisen oder Kochrezepten, neben vielen anderen Themen, können User die Websites in den SERPs konkretisieren.

Abgrenzung zu den Shorttail-Keywords

Nutzer greifen viel **schneller zu Shorttail-Keywords**, wenn sie sich kurz und knapp über etwas informieren möchten. Durch die wenigen Wörter ist ihr Anliegen schnell klar und der Algorithmus der Suchmaschine liefert ihnen eine **recht allgemeine Liste** mit relevanten Websites. Über die Art von Keywords generieren Webseitenbetreiber **vergleichsweise viel Traffic**, wenn ihre Internetpräsenz weit oben rankt.

Allerdings ist der **Wettbewerb** um diese beliebten Suchbegriffe in der Regel sehr **intensiv**, sodass zum Teil sehr hohe Gebote in der Suchmaschinenwerbung nötig sind, um für das jeweilige Keyword prominent zu ranken. Durch die hohe Konkurrenz ist die Suchmaschinenoptimierung zudem sehr zeitintensiv. Dementsprechend sind neben hohen finanziellen Ausgaben auch enorme zeitliche Ressourcen notwendig.

Vorteile der Longtail-Keywords

Eine wirksame Alternative zu den kurzen Keywords bieten **Nischen- oder Longtail-Keywords**. Zwar weisen die langen Keywords durch ihren tendenziell hohen Spezialisierungsgrad ein **geringeres Suchvolumen** auf und generieren so weniger Traffic für die Domain, allerdings sind sie weniger stark

umkämpft. Dadurch können Webmaster mit deren Nutzung **gute Rankingergebnisse** erzielen.

Longtail-Keywords haben noch einen weiteren Vorteil: Suchmaschinennutzer, die spezifische Suchanfragen stellen, sind hinsichtlich ihres Kaufprozesses oftmals schon weiter fortgeschritten, haben bereits eine **feste Kaufabsicht** und wissen genau, welche Suchergebnisse generiert werden sollen. Selbst, wenn Webseitenbetreiber meist zwar weniger Traffic mit der Verwendung von mehrteiligen Keywords erzielen, profitieren sie langfristig von **niedrigen Absprungraten** und **höheren Conversion-Rates**.

Optimierung der eigenen Website für Longtail-Keywords

Durch die Beschaffenheit der Longtail-Keywords ist die Platzierung im eigenen Content relativ komplex, aber in jedem Fall gewinnbringend. Zunächst sollten Webmaster mithilfe einer **umfassenden und fundierten Keywordrecherche** relevante Shorttail- und thematisch passende Longtail-Keywords herausfiltern und hinsichtlich ihres **Suchvolumens** bewerten. Für die Local-SEO empfiehlt sich in vielen Fällen die Herstellung einer **lokalen oder regionalen Verbindung** durch die Verknüpfung von Suchbegriffen mit Ortsangaben.

Webmaster sollten berücksichtigen, dass die User viele unterschiedliche Kombinationen der Suchbegriffe verwenden könnten, und entsprechend **thematisch relevante Begriffe und Synonyme** in die Inhalte einbetten. Genau wie bei anderen SEO-Maßnahmen gilt jedoch, dass der Mehrwert des Contents für die Webseitenbesucher eine höhere Relevanz hat als die strategische Suchmaschinenoptimierung.

Bedeutung für die SEO

Sowohl Short- als auch Longtail-Keywords haben ihre Vorzüge. Durch die unterschiedliche Komplexität der Suchbegriffe können sie User an **verschiedenen Stellen der Customer Journey** ansprechen. Da kürzere Suchbegriffe allgemeinere SERPs hervorrufen, werden sie meist am Anfang eingegeben, wenn noch keine klare Richtung beziehungsweise Absicht ersichtlich ist. Je informierter die Nutzer sind, desto spezifischer suchen sie nach Produkten oder Dienstleistungen. Longtail-Keywords kommen dann zum Einsatz, wenn sie schon ein passendes Produkt oder eine Dienstleistung vor Augen haben.

Durch eine ausgewogene **Balance** zwischen **themenspezifischen** und **generischen Keywords** können Webmaster langfristig ausreichend relevanten Traffic für die eigene Domain generieren und darüber hinaus eine gute Conversion-Rate realisieren. Gerade für kleinere bis mittelständische Unternehmen mit vergleichsweise geringeren Marketingbudgets empfiehlt sich der gezielte Einbau von Longtail-Keywords, um die verfügbaren Ressourcen optimal einzusetzen.

Profitieren Sie von unserer Expertise als [SEO-Agentur](#) und starten Sie mit uns durch!