



Keyword Density (2022): Wie wichtig ist die Keyworddichte?

Autor: Christina Kniewasser | Position: Head of Content Marketing | Zuletzt aktualisiert: 9. März 2022

Quelle: <https://www.evergreenmedia.at/ratgeber/keyword/density/>

Gut, die Überschrift ist schon ein ziemlicher Spoiler: 2022 hat die Keyworddichte (engl. *keyword density*) ihre goldenen Zeiten längst hinter sich. Aber warum ist sie dann für so viele SEOs immer noch so ein großes Thema?

Und generell: **Wie hoch sollte die Keyworddichte sein?** Wie kann man die **Keyworddichte messen** bzw. selbst ermitteln?

All diese Fragen klären wir hier.

Wie ist das überhaupt mit [Keywords und SEO](#)? Lies nach im Einsteiger-Guide!

Definition: Was ist die Keyworddichte?

Die Keyworddichte ist ein Prozentwert, der besagt, **wie oft ein bestimmter Suchbegriff (Keyword) im Verhältnis zur gesamten Textlänge** einer Webseite vorkommt. Sie wird auch Keyword Density oder Suchbegriffsdichte genannt.

Google braucht Text, um den Inhalt eines Dokuments zu verstehen. In der grauen SEO-Vorzeit war eine hohe Keyword Density daher *der* Trick schlechthin, um **Relevanz für einen Suchbegriff** vorzutäuschen. Du ahnst es – 2022 ist Google da schon ein bisschen schlauer.

SEO & Keyworddichte: Beeinflusst die Keyworddichte das Google-Ranking?

Ja, die Keyword Density *kann* einen Einfluss haben – jedoch **besonders im negativen Sinne**.

Bei einer zu **hohen Keyworddichte** spricht man nämlich von **Keyword-Stuffing**. Das ist eine veraltete Black-Hat-SEO-Technik, die 2022 wirklich ausgedient hat. Mehr noch: Du riskierst eine [Google-Abstrafung](#), wenn du absichtlich die Keyword Density nach oben treibst.

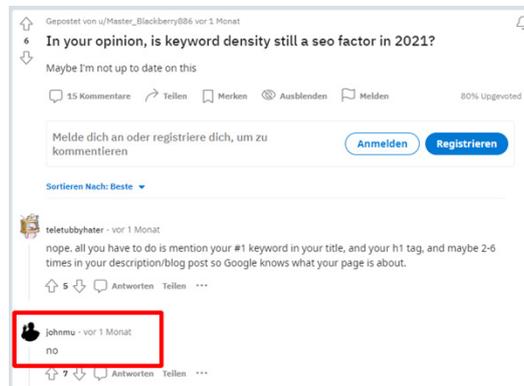
[Mehr über Keyword-Stuffing erfährst du im Ratgeber!](#)

Und wie ist das auf Domain-Ebene? Hilft es, wenn du wichtige Keywords generell öfter auf der gesamten Website verwendest?



Wirf für die Antwort am besten kurz einen Blick ins Video: https://youtu.be/g2KJBhpnZ_w

Als genereller Rankingfaktor ist die Keyworddichte allerdings irrelevant. Das bestätigt übrigens auch John Müller [in einem Reddit-Thread](#):



WDF*IDF statt Keyword Density?

Die [Termgewichtung](#) mithilfe der WDF*IDF-Formel hat die Keyworddichte als relevanten Faktor abgelöst, heißt es mittlerweile oft. WDF*IDF steht für „Within Document Frequency“ bzw. „Inverse Document Frequency“.

Gemeint ist damit: **Wie stark wird ein Keyword in einem Dokument gewichtet**, verglichen mit anderen relevanten Web-Dokumenten?

Durch eine optimale Gewichtung der wichtigsten Suchterme, wie sie auch die Top-10-Konkurrenz verwendet, soll die betreffende Webseite relevanter werden. So zumindest der Grundgedanke.

In der Praxis **lenkt der Fokus auf WDF*IDF schnell vom eigentlichen Ziel ab**. Das da wäre, die Suchintention bestmöglich zu bedienen.

Nehmen wir z. B. an, du erstellst einen Beitrag für das Keyword „wohnzimmer deko ideen“. Du könntest jetzt nach feinsten Steinzeit-SEO-Manier ein paar hundert Wörter in diesem Stil schreiben:

Sie suchen Wohnzimmer Deko Ideen? Hier finden Sie viele schöne Ideen für Wohnzimmer Deko. Ob Deko Ideen für das Wohnzimmer von Familien oder Ideen für die Deko von Wohnzimmern in kleinen Wohnungen, die Wohnzimmer Deko Ideen im Anschluss...

Würdest du damit ranken? Nie und nimmer.



Denn die Suchintention ist bei diesem Keyword eindeutig: *Ich will Bilder sehen*. Ein langer Fließtext ist **für die Suchenden irrelevant** – da könnte die Termfrequenz noch so ideal sein.

Dazu kommt, dass die Top 10 evtl. unterschiedliche Intentionen abdecken. Du vergleichst deine Seite also mit Kraut und Rüben. In der Praxis solltest du dich nur mit Seiten vergleichen, die deiner Suchintention entsprechen.

[Wie findet man die Suchintention heraus? Lies nach im Ratgeber!](#)

Oder sieh dir Alexanders Video an: <https://youtu.be/M9NL2NwMw68>

Zusammengefasst:

WDF*IDF vermittelt den Eindruck, dass du einfach nur ein bestimmtes Begriffsverhältnis im Text herstellen musst, um besser zu ranken. Doch solche **Shortcuts haben 2022 ausgedient**.

Die optimale Termfrequenz allein heißt nicht automatisch, dass du...

- ✔ ...ein Thema umfassend abdeckst,
- ✔ ...deinen Beitrag übersichtlich aufbereitest,
- ✔ ...die wichtigsten Entitäten untergebracht und
- ✔ ...die Intention hinter der Suchanfrage richtig gedeutet hast.

Verlass dich deshalb weder stur auf die Suchbegriffsdichte noch auf die WDF*IDF-Formel.

Was gilt als optimale Keyword Density?

Eine der häufigsten Fragen, die uns gestellt wird, ist: Wie oft müssen Keywords im Text vorkommen? Unsere Empfehlung ist eine **Keyword Density zwischen 0,5 und 2 Prozent im Fließtext**.

Aber:

Dieser Prozentsatz ist **immer relativ** zu sehen.

Soll heißen: Die pauschal perfekte Keyword Density für jede Suchanfrage auf der Welt existiert nicht. Für jede deiner Suchanfragen solltest du dir die Keyword-Dichte der konkurrierenden Seiten ansehen und dich daran orientieren. Unsere empfohlene Keyworddichte basiert auf unserer mehrjährigen Erfahrung.

Fakt ist: Es gibt keine offizielle Empfehlung von Google. In der SEO-Szene schwirren diverse unterschiedliche Meinungen herum. Die meisten davon basieren auf Halbwissen oder eigenen, nicht repräsentativen Tests.



Dementsprechend wirst du in anderen Ratgebern teilweise ganz andere Zahlen finden. Manche Beiträge sprechen von bis zu 10 Prozent. Davon würden wir definitiv abraten, weil hier schon die Keyword-Stuffing-Alarmglocken läuten.

Die Keyworddichte ist **nicht in Stein gemeißelt**. Ein stimmiges Gesamtbild und eine saubere Themenabdeckung ist viel, viel wichtiger.

Zerbrich dir bei einer Keyword Density über 2 Prozent nicht den Kopf.

Beantwortest du auf der jeweiligen Seite umfassend alle wichtigen Fragen? **Klingt der Text beim Vorlesen normal und verständlich?**

Dann hast du alles richtig gemacht, selbst wenn du die „optimale Keyworddichte“ vielleicht nicht erfüllst.

Keyworddichte berechnen: So geht's

Hast du Angst, dass du es mit der Keyworddichte doch ein bisschen zu gut gemeint hast? Dann mach am besten kurz den manuellen Check, nämlich mit einer **simplem Formel**.

Wenn du die Keyworddichte in deinem SEO-Text prüfen willst, brauchst du einerseits **die Gesamtwortzahl** und andererseits die Anzahl, wie oft dein **Fokus-Keyword** in diesem Text vorkommt.

Dann rechnest du wie folgt:

$$(100:\text{Gesamtwortzahl}) \times \text{Anzahl des Main Keywords im Text} = 0,5\text{--}2\% \text{ (im Idealfall)}$$

Machen wir das mal an einem Beispiel. Nehmen wir an, dein Text besteht aus insgesamt 1.800 Wörtern. Darin kommt das Main Keyword 20-mal vor. Wir rechnen:

$$(100:1800) \times 20 = 1,1$$

Die Keyworddichte liegt also bei 1,1%. Wunderbar!

Abgesehen davon gibt es natürlich auch eine Menge **Keyworddichte-Tools**, die dir die Rechnerei abnehmen. Dazu zählen z. B. Surfer SEO, Page Optimizer Pro oder das WordPress-Plugin Yoast SEO.

Ich empfehle dir aber, zur Vorsicht immer nochmal selbst nachzurechnen – das geht schnell und gibt dir einen Wert, auf den du dich garantiert verlassen kannst. Denn du weißt, wie er zustande gekommen ist.



Fazit: Die Keyworddichte ermitteln schadet nicht, ist aber nicht das Wundermittel.

Die Rolle der Keyworddichte wird 2022 oft maßlos überschätzt.

Kein Text rankt allein dadurch, dass du ihn „nachoptimierst“, indem du die Keyword Density mit aller Macht in die Höhe treibst.

Letztlich geht es nämlich immer nur um eine Sache: Der Text muss **das erfüllen, was die Suchenden brauchen**. Das verhilft dir zu positiven Nutzersignalen – und die sagen in Googles Augen mehr aus als die reine Keyworddichte.

Ja, viele gut rankende Seiten haben eine gewisse Keyword Density gemeinsam. Das streite ich gar nicht ab. Beim [Konkurrenzvergleich](#) solltest du jedoch nicht nur die Keywords prüfen.

Schau dir die jeweilige Seite als Ganzes an. Denn wer sagt dir, dass ein top-platzierter Artikel vor allem wegen der vermeintlich idealen Keyworddichte rankt – und nicht etwa, weil es einfach ein sehr guter Beitrag ist?

Wir empfehlen bezüglich Keyworddichte immer:

- ✔ **Konzentriere dich auf Relevanz und Vollständigkeit** statt auf prozentuelles Vorkommen von Keywords.
- ✔ **Platziere dein Main Keyword an strategisch wichtigen Stellen** und setze für den restlichen Text auf Secondary Keywords, Synonyme und [Long-Tail-Keywords](#).

Was diese strategisch wichtige Stellen sind, siehst du in der Grafik:

Hier solltest du deine Keywords platzieren

Main Keyword <small>(Fokus-Keyword, für das die Seite ranken soll)</small>	Secondary Keywords <small>(Synonyme oder Variationen)</small>
<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> im Title Tag<input type="checkbox"/> in der Meta Description<input type="checkbox"/> in der H1<input type="checkbox"/> in mind. einer H2<input type="checkbox"/> in der URL<input type="checkbox"/> als Dateiname des ersten Bildes<input type="checkbox"/> im ersten Bild als ALT-Attribut<input type="checkbox"/> im ersten Bild im Title-Attribut<input type="checkbox"/> in einer Bildunterschrift, falls zutreffend<input type="checkbox"/> in den ersten 100 Wörtern<input type="checkbox"/> im passenden Kontext im Fließtext<input type="checkbox"/> Keyword-Dichte: 0,5-1%	<ul style="list-style-type: none"><input type="checkbox"/> im Title Tag, falls es der Platz erlaubt<input type="checkbox"/> als Dateiname eines weiteren Bildes<input type="checkbox"/> in einem der weiteren Bilder als ALT-Attribut<input type="checkbox"/> in einem der weiteren Bilder im Title-Attribut<input type="checkbox"/> in mindestens einer H2<input type="checkbox"/> im passenden Kontext im Fließtext



Und wie du mehr Relevanz in deine SEO-Texte bringst, erfährst du im Video: https://youtu.be/B_AGO59hvz8