



# Keyword-Stuffing einfach erklärt

Autor: Christina Kniewasser | Position: Head of Content Marketing | Zuletzt aktualisiert: 10. Februar 2022

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

Was haben Reisegepäck, alte Jeans und Weihnachtsessen gemeinsam?

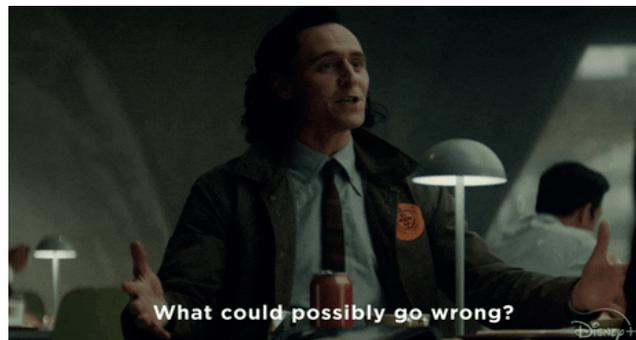
Genau: Reinstopfen ist nie gut.

Diese Lebensweisheit ist aber scheinbar auch 2022 noch immer nicht bei allen SEOs angekommen. Damit du die **SEO-Steinzeit aka Keyword-Stuffing** hinter dir lassen kannst, findest du im Anschluss einen Überblick,

- was Keyword-Stuffing ist,
- wie du es vermeidest und...
- warum du eine **Google-Penalty** durch Keyword-Stuffing

...wirklich nicht auf die leichte Schulter nehmen solltest.

Nein, selbst dann nicht, wenn du doch auf Seite XY gesehen hast, wie gut das mit dem Keyword-Spamming zu klappen scheint.



via Giphy

## Definition: Was ist Keyword-Stuffing?

Keyword-Stuffing ist eine Suchmaschinenoptimierungstechnik, bei der relevante Suchbegriffe (engl. *keywords*) **unverhältnismäßig oft** auf einer Seite genannt werden. Der Name kommt vom Englischen „to stuff“, auf Deutsch „stopfen“.

Die veraltete SEO-Technik fällt unter den **Black-Hat**-Bereich und **verstößt gegen die Richtlinien** sämtlicher Suchmaschinenanbieter.



Keyword-Stuffing kann auf **verschiedene Arten** passieren:

- im Fließtext (Main Content)
- als „Hidden Text“: Hintergrund und Schriftfarbe sind identisch
- in den Meta-Tags ([Title Tag](#) und [Meta Description](#))
- in den [ALT-Attributen](#)

Der Gedanke dahinter:

„Wenn der Googlebot Texte analysiert und Relevanz an Keywords festmacht... Dann wertet er doch mehr Keywords automatisch als mehr Relevanz! Ha, genius!“

Tja, das war es vielleicht anno dazumal, als die Spam-Maßnahme noch funktionierte.



Allerspätstens seit dem [Panda-Update](#) (2011) und dem [Hummingbird-Update](#) (2013) ist in der Hinsicht aber Schluss mit lustig:

✔ Mit dem **Panda-Update** sagte Google duplizierten, plagiierten und dünnen Inhalten den Kampf an. Dazu zählen auch nutzergenerierter Spam und Keyword-Stuffing. Webseiten wird eine so genannte „Qualitätsbewertung“, engl. Quality Score, zugewiesen. Dieser Wert wird dann als Ranking-Faktor verwendet.

✘ Seit dem **Hummingbird-Update** versteht Google den semantischen Zusammenhang hinter Suchanfragen.

Mit diesen fundamentalen Neuerungen war endgültig der Grundstein für **Googles neuen Fokus** gelegt: hohe Qualität und Suchintention.

[Suchintention? Was ist das? Mehr dazu im ausführlichen Ratgeber!](#)

Texte mit **unnatürlich hoher Keyworddichte** (siehe unten) erfüllen keins der beiden essenziellen Kriterien.

Ganz im Gegenteil, sie sind einfach nur **lästig und selten hilfreich**. Denn die Information, die du suchst, liegt irgendwo in einem Block aus den immer gleichen Phrasen vergraben – sofern sie überhaupt vorhanden ist.



Ein Beispiel:

SEO Österreich - SEO Agentur Österreich für Suchmaschinenoptimierung in Österreich

TEXTER & SEO ist offizieller Google Partner. Dabei wird man direkt von Google selbst zertifiziert. Als Google Partner Agentur verfügen wir über nachgewiesene Expertise und Professionalität bei Google Ads & Suchmaschinenmarketing.

SEO-Texte oder Online-Texte mit SEO - gibt es da einen Unterschied? TEXTER SEO glaubt schon, denn SEO-Optimierung verlangt hochwertigen Text-Content - von SEO-Textern mit Knowhow erstellt. Die Content SEO Agentur Österreich verfasst sogenannte Google-SEO-Texte. Wirkungsvolle und interessante Seotexte sind spezielle Textinhalte, die bei der Google-Suchmaschine hohe Suchmaschinen-Rankings erzielen können. Hochwertiger Text-Content ist der Schlüssel zum SEO-Erfolg. Ihr SEO-Texter unterstützt Sie bei Social Media Marketing, Google Ads, Inbound Marketing, Content Marketing, Online PR, Growth Hacking, Growth Marketing und der laufenden Content-Suchmaschinenoptimierung Ihrer Webpräsenz.

Mal abgesehen davon, dass „offizieller Google-Partner“ zu genau jenen Dingen, die professionelle SEOs nicht sagen, gehört – würdest du so eine Passage als hilfreich bewerten?

Google wird das langfristig jedenfalls nicht tun. **2022 sind faule Tricks das Schlimmste**, was du deiner SEO-Strategie antun kannst.

Natürlich stecken hinter Keyword-Stuffing **nicht automatisch immer Black-Hat-SEOs**, die sich für extra-schlau halten.

Genauso gut kann sich dieser „Kardinalfehler“ **unabsichtlich einschleichen**. Gerade am Anfang der SEO-Karriere, wenn du vielleicht noch unsicher bist, wie oft das Main Keyword tatsächlich im Text vorkommen sollte.

Was uns zur nächsten Frage bringt...

## Ab wann ist es Keyword-Stuffing?

### Ein paar Beispiele

Es ist Keyword-Stuffing, sobald die **Keyworddichte auf einer Seite unverhältnismäßig hoch** ist.

„Unverhältnismäßig“ bezieht sich auf die Textlänge, das Thema und auf den Vergleich mit den konkurrierenden Webseiten.

Falls du gerade zum ersten Mal von der Keyworddichte hörst:

### Was ist die Keyworddichte?

Mit Keyworddichte (auch Keyword Density) ist gemeint, wie oft das **Main Keyword im Verhältnis zur gesamten Textlänge** auf einer Seite vorkommt.



### Unsere Empfehlung:

Die ideale Keyworddichte sollte pro Suchanfrage basierend auf der Top-Konkurrenz individuell bewertet werden. Als Faustregel empfehlen wir **zwischen 0,5 und 2 Prozent**. (Wie du das herausfindest, erfährst du weiter unten.)

Aber:

**Bei manchen Keywords ist es so gut wie unmöglich**, unter der 2-Prozent-Hürde zu bleiben. Nämlich immer dann, wenn es keine/kaum passende Synonyme für den jeweiligen Begriff gibt.

Unser zweiter Tipp ist daher immer:

Lass dich nicht zu sehr von solchen Vorgaben einschränken. Wenn du auf einen **guten Lesefluss** und **klar formulierte Aussagen** achtest statt nur auf Keywords – dann musst du dir **keine Sorgen** um eine zu hohe Keyworddichte machen.

Verlass dich auf deine eigene Einschätzung und **lies dir den Text selbst laut vor**.

- ✔ **Alles richtig gemacht:** Der Text klingt normal, ist verständlich und aussagekräftig.
- ✘ **Lieber nochmal den Rotstift ansetzen:** Das Keyword ergibt in manchen Passagen keinen Sinn. Der Text klingt komisch und gestelzt.

Sehen wir uns am besten ein paar Beispiele an, angefangen mit dem Lieblingssatz aller SEOs: It depends!

## Beispiel 1: Keine Angst vor Keyword-Stuffing

In einem [Beitrag von ThoughtCo](#) zur Frage, wie man „It depends“ in einer Unterhaltung verwendet, liegt die Keyworddichte bei **über 5 Prozent**.

Das ist in dem Fall aber kein Weltuntergang, sondern **nur logisch**. Denn der Artikel enthält diverse Beispielsätze mit „it depends“:

Another common conversational reply to a **yes / no question** is 'It depends. Sometimes, yes. Sometimes, no.' However, as you can imagine answering a question with this doesn't provide much information. Here is a short dialogue as an example:

*Mary:* Do you enjoy playing golf?  
*Jim:* It depends. Sometimes yes, sometimes no.

Answering the question with a more complete version provides more information:

*Mary:* Do you enjoy playing golf?  
*Jim:* It depends. If I play well - yes, but if I play badly - no.



Exakt diesen Inhalt verspricht die Überschrift des Beitrags.

Die vielen Beispiele **erfüllen also lupenrein die Suchintention**. Somit dürfte Google ganz bestimmt kein Problem mit der hohen Keyworddichte haben.

## Beispiel 2: So lieber nicht...

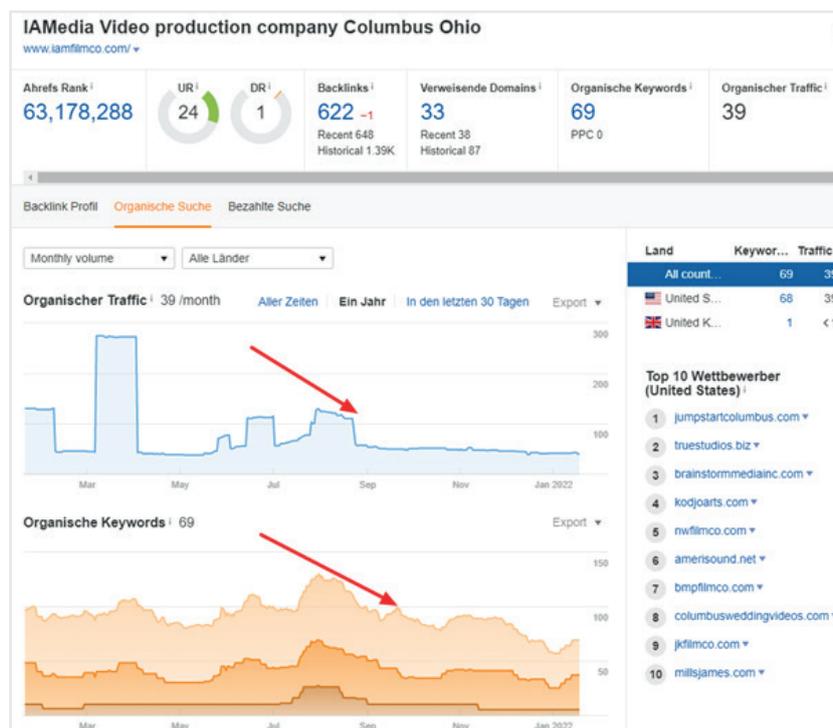
Am anderen Ende der Skala stehen [Seiten wie die einer US-Filmproduktionsfirma](#).

Auf den ersten Blick wirkt die Startseite unauffällig. Vielleicht kein top-aktuelles Design, aber ansonsten doch eh halb so wild... bis man nach unten scrollt.

Im Footer siehst du Keyword-Stuffing wie aus dem Bilderbuch. Die Keywords stehen dort **ohne jeglichen inhaltlichen Kontext**, ohne sinnvolle Verknüpfung – einfach nur, damit sie dastehen.



Ohne die betreffende Website näher zu kennen – der Ansatz dürfte irgendwann zum Problem werden. **Die Traffic- und Keyword-Entwicklung bei Ahrefs zeigt jedenfalls einen Trend**, den SEOs gar nicht gerne sehen:





# Der Keyword-Stuffing-Check: Keyworddichte ermitteln

Praktischerweise gibt es eine Menge Möglichkeiten, die Keyworddichte herauszufinden. Du kannst sie entweder **selbst berechnen oder ein Tool verwenden.**

## Variante 1: Keyworddichte selbst berechnen

Gehen wir mal davon aus, du hast einen **Text mit 1.600 Wörtern Länge**, in dem das **Main Keyword 14-mal** vorkommt. (Die Häufigkeit findest du mit Strg+F schnell heraus.)

Jetzt rechnen wir wie folgt:

- 100: die gesamte Wortzahl (in dem Fall also  $100:1600 = 0,0625$ )
- das Ergebnis x Keyword-Anzahl (also  $0,0625 \times 14 = 0,875$ )

Jetzt weißt du, dass die Keyworddichte bei rund 0,9 liegt. Alles im grünen Bereich!

### Die Formel zusammengefasst:

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

Und noch einmal mit unseren Beispielwerten:  $(100:1600) \times 14 = 0,9$ .

## Variante 2: Keyword-Stuffing-Check mit einem Tool

Keine Lust auf Rechnerei? Dann lässt du das am besten ein Plugin oder Tool erledigen.

Es gibt eine Menge **kostenloser Keyword-Stuffing-Checker**, hier nur eine kleine Auswahl:

- Yoast SEO (WordPress-Plugin)
- [Rank Math](#) (WordPress-Plugin)
- Surfer SEO
- Page Optimizer Pro
- das [Keyword-Tool von SEO Semantix](#)

Die Tools funktionieren alle relativ gleich: Du gibst das Keyword ein, dann den fertigen Text... und drückst die Daumen, dass ein schönes Ergebnis rauskommt.

Manche Tools beziehen zudem die [WDF\\*IDF](#)-Berechnung mit ein. Einfach gesagt, soll die Formel einen



Anhaltspunkt nicht nur über das Vorkommen, sondern auch über die **Relevanz eines Keywords** im gesamten Text geben.

Im Screenshot siehst du z. B. das Ergebnis vom SEO-Semantix-Tool zu dem „It depends“-Beitrag, den ich oben schon erwähnt habe.

**TEXTAUSWERTUNG:**

Die Anzahl der Wörter im Text: 626

Keyword 1: "it depends" (34 mal vorkommend) hat eine Dichte von: **5.43%**

Achtung:

Gib das jeweilige Keyword bei den Tools **wirklich exakt so ein, wie du es im Text verwendest**. Wenn ich z. B. als Suchbegriff „Keyword Stuffing“ angebe und im Text durchweg „Keyword-Stuffing“ schreibe, wird das Tool fälschlicherweise eine Keyworddichte von 0% ermitteln.

## Bestraft Google Keyword-Stuffing? Penalty ahoi...

Ja, mit Keyword-Stuffing fängst du dir vielleicht eine [Google-Abstrafung](#) (Penalty) ein. So eine Abstrafung kann **verschiedene Formen** annehmen:

- ⊗ **auf Keyword-Ebene** = Sichtbarkeitsabsturz für ein bestimmtes Keyword
- ⊗ **auf URL-/Verzeichnis-Ebene** = Sichtbarkeitsabsturz für eine bestimmte URL oder ein ganzes Verzeichnis
- ⊗ **auf Domain-Ebene** = Sichtbarkeitsabsturz der gesamten Website
- ⊗ **komplette Entfernung** aus dem Google-Index = denk lieber erst gar nicht dran...

Das ist keine Schwarzmalerei, sondern steht explizit so in den Webmaster Guidelines. Dort findest du [unter dem Stichwort „irrelevante Keywords“](#) folgende Aussage:

---

*„Zu viele Keywords oder Zahlen auf einer Seite sind nicht nutzerfreundlich und können zu einem schlechteren Ranking deiner Website führen.“*

---

**Irrelevante Keywords** 

[Feedback geben](#)

„Überflüssige Keywords“ beschreibt eine Methode, bei der eine Webseite mit Keywords oder Zahlen überladen wird, um das Ranking der Website in den Google-Suchergebnissen zu beeinflussen. Diese Keywords erscheinen häufig in einer Liste oder Gruppe oder ohne jeglichen Kontext, d. h. nicht als natürlicher Teil des Texts. **Zu viele Keywords oder Zahlen auf einer Seite sind nicht nutzerfreundlich und können zu einem schlechteren Ranking deiner Website führen.** Erstelle stattdessen nützliche und informative Inhalte und verwende adäquate, zum Kontext passende Keywords.



Keyword-Stuffing ist damit **offiziell als negativer Ranking-Faktor bestätigt**. Wer sich trotzdem dafür entscheidet, muss mit dem Risiko leben können.

Klar, eine Penalty ist nicht zwingend der Todesstoß für deine Website. **Sichtbarkeitsverluste werfen dich allerdings ordentlich zurück**. Und in der Zeit, die du für deine Fixes brauchst, rückt die Konkurrenz vielleicht schon in uneinholbare Entfernung.

Von Penalties mal ganz absehen: Denk an die [User Experience](#).

**Niemand schaut sich gerne Keyword-gestopfte Seiten an**. Das Ergebnis: eine hohe Absprungrate bzw. niedrige Verweildauer, eine geringe Scrolltiefe – allesamt Signale, die Google so deutet, dass **auf deiner Seite wenig Qualität** geboten wird. Das war's dann mit den Ranking-Chancen, auch ohne Abstrafung.

Also: Sag nicht, es hätte dich niemand gewarnt. Mach es lieber von Anfang an auf die saubere Art.



## Keyword-Stuffing & Local SEO: Aufgepasst bei Google My Business!

Dieser Punkt ist recht schnell abgehakt, aber trotzdem wichtig. Wenn du ein lokal tätiges Unternehmen hast, solltest du unbedingt auch einen **Eintrag bei Google My Business** haben.

Beim Anlegen des Eintrags füllst du mehrere Felder aus, darunter das wichtigste Feld überhaupt, nämlich „**Unternehmensname**“.

Es hat sich gezeigt, dass das Einbauen von Keywords an dieser Stelle zu Ranking-Verbesserung für die entsprechenden Begriffe führt. Aber: Du verstößt damit gegen die **Richtlinien von Google My Business**. Und wie immer kannst du dir selbst ausrechnen, ob das so klug ist.

Ende der Durchsage – lass uns zum nächsten Punkt übergehen. Falls du vorher mehr über die wichtigsten Felder beim Google-My-Business-Eintrag wissen willst, wirf einen Blick ins Video: [https://youtu.be/\\_EbGAp26npY](https://youtu.be/_EbGAp26npY)



## Keyword-Stuffing im ALT-Text: die Hintertür?

Bleibt noch ein letztes potenzielles Schlupfloch: der ALT-Text bei Bildern. Er ist prinzipiell dazu gedacht, den Bildinhalt zu beschreiben, sodass dieser **für sehbehinderte/blinde Menschen besser zugänglich** wird.

Das sagt eigentlich schon alles: **ALT-Texte sollen beschreibend sein**. Ist ein mit Keywords vollgestopfter Text wirklich beschreibend und aussagekräftig? Eher nicht.



[Giphy](#)

Heißt das also, auf keinen Fall Keywords im ALT-Text verwenden?

Nein, natürlich kannst du hier deine relevanten Suchbegriffe unterbringen. Nur eben (wie immer) in einem **sinnvollen Kontext und Ausmaß**.

Angenommen, es geht um Produktbilder in einem Online-Shop. Hier ein Beispiel, was sich anbietet und was nicht:

- ✓ „blaues t-shirt für herren“
- ✗ „t-shirt herren blau, blaues t-shirt herren, blaues herren t-shirt, herren t-shirt blau“

Wird dich Google sofort abstrafen, wenn du es trotzdem mit Version 2 versuchst? Nein, aber es bringt aus SEO-Sicht auch nichts.

Was ich dir jedenfalls mit Sicherheit sagen kann: **Version 2 ist alles andere als nutzerfreundlich**. Und damit keine Lösung, die sich in irgendeiner Weise auszahlt.



# Fazit: Mit Keyword-Spamming bzw. -Stuffing kommt niemand mehr weit

Es war einmal... Keyword-Stuffing.

Die Betonung liegt auf *war*.

**2022 verschwendest du mit Keyword-Stuffing deine Zeit** (und viele Nerven). Denn selbst wenn diese Methode für manche (!) Websites derzeit (!) noch funktioniert, stellst du dir damit langfristig nur selbst ein Bein.

**Hohe Seitenqualität** und Informationsgehalt bzw. **Erfüllung der Suchintention** sind längst Googles oberste Priorität. Keyword-Spam trägt zu keinem der Kriterien etwas bei, im Gegenteil.

Viel sinnvoller als eine hohe Keyworddichte ist es, deine Main Keywords prominent zu platzieren:

- in der H1
- in der URL
- im Intro
- im Outro
- in den H2-Überschriften, wo es passt
- im Fließtext, wo es passt
- Synonyme und Secondary Keywords im Fließtext

Deine **wichtigsten Leitlinien** sollten außerdem sein:

- passender semantischer Kontext
- ausgezeichnete Lesbarkeit
- angemessener Informationsgehalt

Solange du also „**ganz normal**“ **schreibst**, brauchst du dir absolut **keine Sorgen um Google-Abstrafungen** zu machen. Es ist in dem Fall nämlich sehr unwahrscheinlich, dass du Keyword-Stuffing betreibst.

Und solltest du dir am Ende denken, dass das Main Keyword jetzt sogar zu *selten* vorkommt: Du kannst es jederzeit **im Nachhinein noch ergänzen**.

Aber im Prinzip kannst du auch hier ganz beruhigt sein. Denn **Exact-Match-Kywords sind heute längst nicht mehr der einzige Faktor**, was den SEO-Erfolg angeht. Mehr zu den Nicht-SEO-Faktoren erfährst du im Video: <https://youtu.be/fbSghrR6VIE>

Und ansonsten bleibt nur noch eins zu sagen: Lieber Socken stopfen als Keywords!