



Keyword Difficulty checken: Definition, Tools & Tipp

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

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

SEO ohne Keywords ist wie Schwimmen ohne Wasser. Dementsprechend zählt die Keyword-Recherche zu den wohl wichtigsten Schritten deiner SEO-Maßnahmen.

Das kleine Problem dabei: So eine Recherche verleitet schnell mal zu Wunschträumen. *Wäre doch geil, wenn wir dafür ranken könnten, das muss ja irgendwie gehen...* Tja, in der SEO enden große Träume leider oft in Zeitverschwendung.

Ein Anhaltspunkt, der dir **hilft, deine Zeit sinnvoll einzusetzen**, ist die **Keyword Difficulty**. Im Anschluss erfährst du alles, was du darüber wissen musst:

- Was besagt der Wert genau?
- Wie kommt er zustande?
- Mit welchen Tools kannst du die Keyword Difficulty checken?
- Und wie verlässlich ist die Metrik überhaupt?

Definition: Was ist die Keyword Difficulty?

Die Keyword Difficulty (*keyword competition*) besagt, **wie schwierig es wird, für ein bestimmtes Keyword gute Platzierungen** in den organischen Google-Suchergebnissen zu erzielen. Sie wird mit einem Wert von **0-100** angegeben. Auf Englisch spricht man auch von *keyword competitiveness* oder *SEO difficulty*.

Achtung:

Die Keyword Difficulty ist etwas anderes als der Keyword Competition Score bei [Google Ads](#). Letzterer hat mit organischen Suchergebnissen nichts zu tun.

Und was bringt das?

Ganz einfach: **eine Antwort auf die Frage** „Können wir in den Suchergebnissen für dieses Keyword vorne mitmischen?“



Das ist eine der **Leitfragen bei jeder Keyword-Recherche**. Diese Recherche wiederum ist die unverzichtbare Grundlage für deine Content- und SEO-Strategie.

Dementsprechend sollte das Dokument wirklich **nur Suchbegriffe** enthalten, **die für deine Ziele relevant sind** und mit denen du deine Zeit sinnvoll einsetzt.

Wie du eine Keyword-Recherche machst, lernst du hier in diesem Video: <https://youtu.be/SluPcNdaQAw>

Wie wird die Keyword Difficulty berechnet?

In der Regel wird die Keyword Difficulty berechnet, indem die **bestplatzierten URLs auf folgende Faktoren analysiert** werden:

- Page Authority
- Domain Authority
- Backlinks

Im [Backlink-Ratgeber](#) lernst du, was einen guten Backlink ausmacht und warum Links so wichtig sind!

Autorität und Linkprofil (= Qualität und Quantität der Backlinks) sind also bei den meisten Tools die beiden zentralen Aspekte.

Lies dir am besten auf der Seite der Tool-Anbieter durch, was jeweils als Basis für die Berechnung dient.

Bei [Ahrefs](#) z. B. steht explizit:

„Keyword Difficulty takes into account only one variable: backlinks.“

Abgesehen davon können **auch noch diese Punkte** eine Rolle spielen:

- Keyword Competition bei [Google-Anzeigen](#)
- Anzahl & Umfang von SERP-Funktionen, wie z.B. Knowledge Cards
- Seiten- bzw. Content-Qualität

Sie sind aber eher als **Orientierungshilfe für die manuelle Überprüfung** zu verstehen. Denn wie sollte ein Tool z. B. aussagekräftig die Content-Qualität beurteilen? Nein, das musst du selbst erledigen.

Keyword-Difficulty-Software gibt es wie Sand am Meer. Das wirft natürlich die Frage auf, welches Tool denn nun am besten ist. Im Anschluss zeige ich dir ein **Beispiel aus den drei Tools, die wir gerne verwenden**, um die Schwierigkeit eines Keywords einzuschätzen.



Keyword-Difficulty-Checker von SEMrush, Ahrefs & KWFinder: SEO-Tools im Überblick

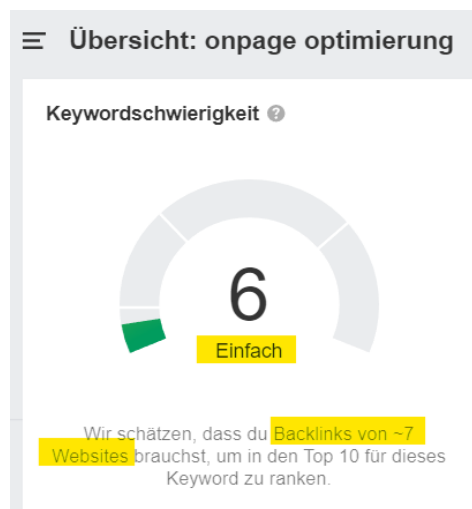
Wir haben die Erfahrung gemacht, dass sich für deutsche Keywords der KWFinder oder SEMrush empfehlen. Ahrefs ist dafür eher nicht optimal (mehr dazu gleich).

Im Anschluss siehst du, wie die Tools jeweils die Difficulty für das Keyword „onpage optimierung“ bewerten.

Ahrefs

Das Tool gibt immer eine Einschätzung, wie viele Backlinks für ein Top-10-Ranking nötig sind. Je mehr Domains auf die jeweilige Seite verweisen, desto schwieriger die Keyword Difficulty.

In diesem Fall schätzt Ahrefs den Suchbegriff als „einfach“ ein:



Das Problem aus unserer Sicht ist, dass durch diese Art der Anzeige die meisten Keywords bei Ahrefs „einfach“ erscheinen.

Insgesamt wirkt der Keyword-Difficulty-Checker etwas weniger differenziert als bei der Konkurrenz, weshalb wir für die Keywordschwierigkeit lieber auf andere Tools zurückgreifen.

SEMrush

Auch SEMrush bewertet „onpage optimierung“ als Keyword, für das man relativ leicht ranken kann.

In der Tabelle siehst du, dass SEMrush sechs Schwierigkeitskategorien kennt; bei Ahrefs sind es „nur“ vier.



Keyword Magic Tool: onpage optimierung

Datenbank: Deutschland | Währung: USD

Alle | W-Fragen | Weitgehend passend | Passende Wortgruppe | Genau passend | Ähnliche | Sprachen **Beta**

Suchvolumen | KD % | Suchintention **new** | CPC (USD) | Keywords einschließen | Keywords ausschließen

Nach Anzahl | Nach Schwierigkeit | Suchvolumen gesamt: 800 | Durchschn. KD: 32 %

Kategorie	KD %	Suchvolumen	Trend	KD %
Sehr schwer	85-100%			
Schwer	70-84%			
Schwierig	50-69%			
Möglich	30-49%			
Leicht	15-29%			
Sehr leicht	0-14%			

Individueller Bereich

von bis

Anwenden

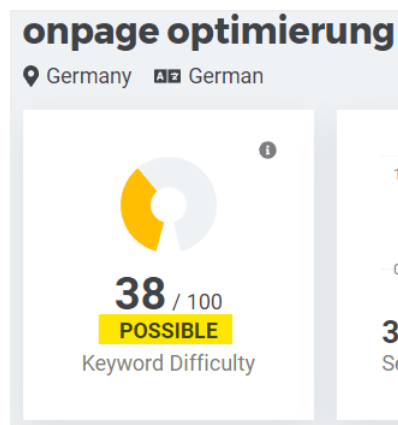
Keyword	Suc...	Suchvolu...	Trend	KD %
onpage optimierung	i	320		24
onpage optimierung tool	c	90		40
onpage	n/v	40		n/v

KWFinder

Der KWFinder unterteilt Schwierigkeitsgrade in exakt die gleichen sechs Kategorien wie SEMrush. Auch hier ist die **Stärke des Linkprofils** das einzige Bewertungskriterium:



Interessanterweise fällt „onpage optimierung“ für den Keyword-Difficulty-Checker vom KWFinder aber schon in die Kategorie „möglich“:





Wie verlässlich sind Keyword-Difficulty-Scores?

Die schönsten Metriken sind wertlos, wenn du sie nicht richtig einzuschätzen weißt. Deshalb möchte ich dir ein paar Hinweise mitgeben, wie die Keyword Difficulty zu verstehen ist.

Das Wichtigste zuerst: **Verlass dich nicht allein auf eine Zahl aus einem Tool.**

Keine Frage, Keyword-Difficulty-Checker sind hilfreich. Zusätzlich solltest du dir allerdings in einer [Konkurrenzanalyse](#) selbst ein Bild von der Situation machen.

Schau dir also zumindest die Top 5 eigenhändig an und **stell dir folgende Fragen:**

- **Wie viel Autorität haben die rankende URL und die gesamte Domain jeweils?**

Ist es insgesamt eine sehr starke Domain? Oder ist nur die URL stark?

- **Welche Domains verlinken auf die rankende URL?**

Enthält das Linkprofil viele Spam-Links bzw. irrelevante Links? Oder handelt es sich durchweg um relevante Backlinks von starken Websites, die nicht so leicht nachzubauen sind?

- **Wie steht es um die Content-Qualität?**

Könntest du mit angemessenem Aufwand einen ähnlichen oder höherwertigen Beitrag bieten? Findet sich das Main Keyword bei den top-rankenden Seiten im Title Tag, in HTML-Überschriften, in der URL etc. – sprich, wurde ganz offensichtlich OnPage-Optimierung betrieben?

- **Wird die Suchintention getroffen?**

Falls nein oder nur teilweise: Könnte *dein* Beitrag die Suchintention perfekt erfüllen?

Letztendlich steht und fällt alles mit dem letzten Punkt.

Angenommen, du findest ein Keyword mit niedriger Schwierigkeit und hohem Suchvolumen – wenn du die **Intention dahinter nicht bedienen** könntest, wäre der Suchbegriff für deine Zwecke **völlig wertlos**.

Eben weil es so ein zentraler Punkt ist, empfehle ich dir einen Blick in [dieses Video](#).

Was ist eine gute Keyword Difficulty?

Die Keyword Difficulty ist dann gut, wenn bei einem Suchbegriff **mehrere Faktoren zusammenkommen:**

- Du kannst **die Suchintention** hinter dem Keyword erfüllen.
- Das Keyword ist **relevant für deine Zwecke** bzw. deine Zielgruppe.



- Du schätzt deine Chancen gut ein, das **Linkprofil der Top-Seiten nachzubauen** oder zu übertreffen.
- Du bist dir sicher, zu dem Suchbegriff (mit **angemessenem Zeitaufwand**) mindestens so einen guten Beitrag erstellen zu können wie die top-rankenden Seiten.

Sei dir bewusst, dass eine niedrige Keyword Difficulty allein **nicht automatisch der Lotto-Hauptgewinn** ist. Denn dass du ranken *könntest*, heißt nicht, dass dir der so generierte Traffic zwingend in irgendeiner Weise *nützen* würde.

Willst du mehr qualifizierten Traffic generieren? Im [Ratgeber](#) findest du hilfreiche Tipps!

Im Idealfall gesellen sich zu einer **niedrigen Keyword Difficulty** eine **hohe Conversion Rate** und ein **hohes Suchvolumen**. Aber gleich vorweg: Die Realität sieht meistens anders aus.

Nämlich so: abwägen, ausprobieren, abwarten, nachjustieren.

Wie so oft in der SEO hilft es auch bei der Keyword Difficulty am meisten, **eigene Erfahrungen** zu sammeln.

Takeaway:

Stürz dich nie einfach so auf die richtig großen Keywords mit viel Suchvolumen, selbst wenn die Keyword Difficulty machbar scheint. Frag dich immer zuerst, ob sich die Arbeit lohnt. **Was hättest du davon**, für besagte Keywords zu ranken?

Was ist besser, hohe oder niedrige Keyword Difficulty?

Auf den ersten Blick ist eine **niedrige Keyword Difficulty** besser. Denn ein hoher Wert heißt, dass es schwer werden dürfte, zu ranken.

Doch der erste Blick täuscht manchmal. Es kann z. B. sein, dass ein Tool die Keyword Difficulty als hoch einstuft, weil die Top-Seiten sehr viele Backlinks haben.

Aber du weißt ja: **Qualität vor Quantität**. Wenn z. B. viele Links wenig relevant oder leicht nachzubauen sind, ist das für dich von Vorteil. Denn die vermeintlich hohe Keyword Difficulty wird so deutlich relativiert.

Genauso kann es sein, dass die Keyword Difficulty als sehr niedrig bewertet wird und dich zur **fälschlichen Annahme** verleitet: „Da ranken wir in Nullkommanichts!“ Auch in dem Fall hast du unterm Strich leider deine Zeit verschwendet.



Fazit: „Schwer“ ist relativ – auch bei der Keyword Difficulty

Die Keyword Difficulty ist ein **wichtiger Orientierungswert bei jeder Keyword-Recherche.**

Aber: Lass dich auf keinen Fall von einer einzelnen Zahl abschrecken bzw. in die Irre führen.

Was ein Tool als „schwer“ bewertet, ist für dich vielleicht trotzdem gut machbar, weil du genug **Erfahrungswerte, Skills und Kapazitäten** hast. So schlau Keyword-Difficulty-Checker sein mögen, die eigenhändige Analyse ersetzen sie nie.

Vergiss nicht: „Schwer“ ist immer relativ.

Wenn ich gerade erst mit dem Lauftraining anfangen, kommen mir 20-km-Strecken schwer vor. Marathon- oder sogar Ultratrail-Strecken mit 60 km aufwärts? No thanks, unmöglich. Wenn ich aber schon eine Weile im Training bin und 20 km mein Standard sind – dann wirkt der Marathon auf einmal gar nicht mehr so unrealistisch.

Genau wie beim Trainieren wirst du auch in der SEO mit der Zeit **ein Gespür dafür entwickeln, was für dich „schwer“ bzw. „leicht“ ist**, kurz: wie verlässlich die angegebene Keyword Difficulty ist. Abgesehen davon gilt, du weißt ja – Probieren geht über Studieren!