

Keyword-Kannibalismus - wenn du dir selbst Konkurrenz machst.

to show what key the piece is in (= the particular of notes that it uses) ↪ picture at music

keyword *noun* [C] **1** a word that tells you about main idea or subject of something: *When you're studying a language, the keyword is patience.* **2** a word or phrase that is used to give an instruction to a computer

kg *abbr. kilogram(s); weight 10kg*

khaki *adj., noun [U] (of) a pale brownish-yellow brownish-green colour. The khaki uniform of*

Keyword Kannibalismus (oder Keyword Kannibalisierung) entsteht, wenn **mehrere Seiten im Ranking um ein Keyword konkurrieren**. Dann steht die Suchmaschine vor der Frage: *Welche der Seiten ist denn nun die relevante Seite für diese Suchanfrage?* Durch das **abwechselnde und parallele Ranking verschiedener Unterseiten für ein Keyword**, kann die eigentlich (zum Keyword) passende Seite keine gute Position erreichen. Die Nutzernsignale, die du gern auf der passenden Seite hättest, werden auf verschiedene Seiten verteilt. Deine geplante Seite erreicht damit nicht die Stärke, die du dir gewünscht hättest. Es entstehen schlechte bzw. ständig schwankende Rankings.

Gründe können sein:

Du planst und strukturierst deine Inhalte kaum oder gar nicht. So erstellst du regelmäßig Inhalte, doch achtest du vielleicht nicht darauf, ob zum gleichen Keyword schon ältere Beiträge ranken und optimiert wurden. Schnell hast du mehrere Seiten, die auf dasselbe Keyword abzielen. Keyword Kannibalismus klingt dramatisch, aber ganz so schlimm wird es nicht. Vor allem **bei größeren Seiten** ist es **normal**, dass Unterseiten für mehrere Keywords ranken. Es ist grundsätzlich wichtig, dass du weißt worum es dabei geht und du damit auch diese Option der Suchmaschinenoptimierung im Blick hast.

Was kann passieren?

- Es kann generell **auch „positiv“** sein, **wenn du mehrere Positionen mit deiner Domain besetzt**. Bei einem Mehrfachranking solltest du dir in der [Google Search Console](#) die **Klickrate** (Click-Through-Rate) anschauen. Wenn diese (zusammengekommen) ein **gutes Ergebnis** abbilden, ist der **Effekt eher positiv**.
- Verschiedene Beiträge oder Seiten ranken abwechselnd zum gleichen Keyword? Auch das ist grundsätzlich nicht schlecht, wenn du zum Beispiel **Varianten deiner Inhalte zu einem recht allgemeinen (generischen) Keyword** anbietest.

Du schreibst über „gesunde Ernährung“. Zu diesem Keyword werden abwechselnd deine Beiträge zu „gesunde Ernährung für Student*innen“, „gesunde Ernährung für berufstätige Eltern“ oder „gesunde Ernährung für Schüler*innen“. Es passen alle Inhalte. Doch

wäre es vielleicht effektiver, aus SEO-Sicht, wenn du die Besuche auf einen Basis-Beitrag zur gesunden Ernährung konzentrieren könntest und damit ein stabileres und besseres Ranking erreichst. Hier lässt sich keine pauschale Aussage treffen, denn es hängt sehr von deiner aktuellen Situation ab und von dem was du mit deiner Website erreichen willst.

Wenn mehrere Seiten zu demselben Keyword ranken, musst du immer damit rechnen, dass **alle Kriterien und Signale**, die an die Suchmaschine gehen, **aufgeteilt** werden und sich **im Einzelnen** damit **verringern**. Das **Crawling Budget wird aufgeteilt** und den einzelnen Seiten kommt weniger Aufmerksamkeit zu. Der **Link-Juice** durch die internen und externen Links wird **auf mehrere Seiten verteilt**. Die **Autorität** wird auch **auf mehrere Seiten aufgeteilt**, statt sich auf einer Seite zu bündeln.

Es ranken Seiten und Beiträge die nicht wirklich zur Suchanfrage passen. Und dass, obwohl du eigentlich einen passenden Beitrag zum Thema geschrieben hast. Dann solltest du schauen, wie du das ändern kannst. Optimiere den bestehenden Beitrag und schaue, was du von den rankenden Seiten vielleicht übernehmen kannst. **Verlinke intern von den rankenden Seiten zum Blogbeitrag.** Prüfe, wo der Beitrag innerhalb deiner Website Struktur liegt. **Ist er zu sehr in den Tiefen deiner Website versteckt, dann sind die Signale für die Suchmaschine vielleicht zu unklar.**

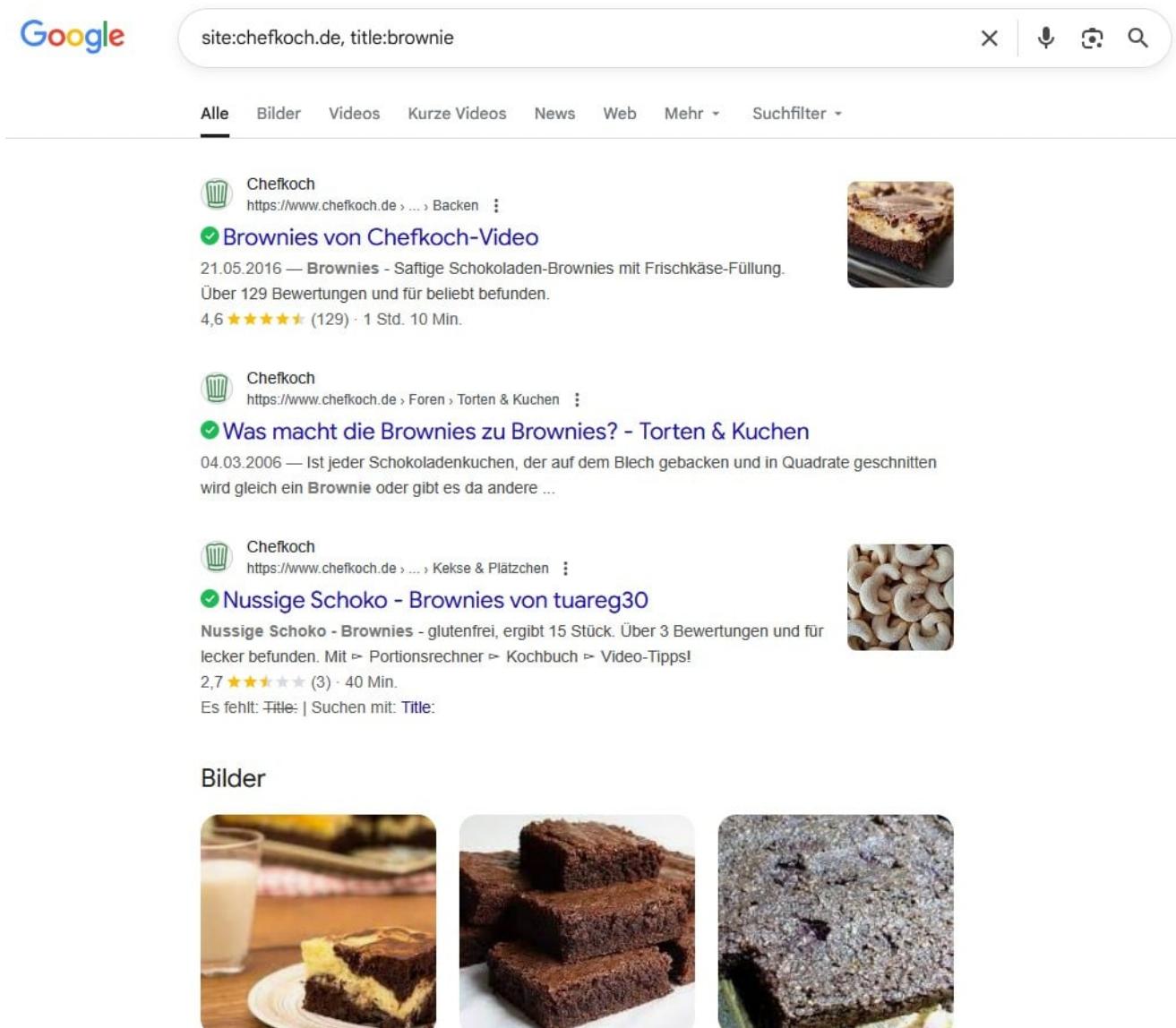
Verschiedene SEO Tools können dir helfen, die Keyword Konkurrenz auf der eigenen Website zu erkennen und zu analysieren.

Suche via Google Suchfenster

Du hast die Möglichkeit, mit sogenannten Suchoperatoren herauszufinden, wie viele URLs deiner Website zu einem Keyword ranken.

Beispiel:

„site:chefkoch.de“ – zeigt **alle Unterseiten der Domain** an, die im **<title>-Tag (Meta Daten) das Keyword „Brownie“** stehen haben. Mit dieser Überprüfung gewinnst du einen raschen Überblick, wie oft du ein bestimmtes Keyword du bereits als Fokus-Keyword eingesetzt hast.



The screenshot shows a Google search results page with the query "site:chefkoch.de, title:brownie". The results are filtered to show only pages from chefkoch.de that contain the word "brownie" in their title. There are three results listed:

- Chefkoch**
https://www.chefkoch.de › ... › Backen › :
✓ [Brownies von Chefkoch-Video](#)
21.05.2016 — Brownies - Saftige Schokoladen-Brownies mit Frischkäse-Füllung.
Über 129 Bewertungen und für beliebt befunden.
4,6 ★★★★★ (129) · 1 Std. 10 Min.
- Chefkoch**
https://www.chefkoch.de › Foren › Torten & Kuchen › :
✓ [Was macht die Brownies zu Brownies? - Torten & Kuchen](#)
04.03.2006 — Ist jeder Schokoladenkuchen, der auf dem Blech gebacken und in Quadrate geschnitten wird gleich ein Brownie oder gibt es da andere ...
- Chefkoch**
https://www.chefkoch.de › ... › Kekse & Plätzchen › :
✓ [Nussige Schoko - Brownies von tuareg30](#)
Nussige Schoko - Brownies - glutenfrei, ergibt 15 Stück. Über 3 Bewertungen und für lecker befunden. Mit ▷ Portionsrechner ▷ Kochbuch ▷ Video-Tipps!
2,7 ★★★★★ (3) · 40 Min.
Es fehlt: Title: | Suchen mit: Title:

Bilder





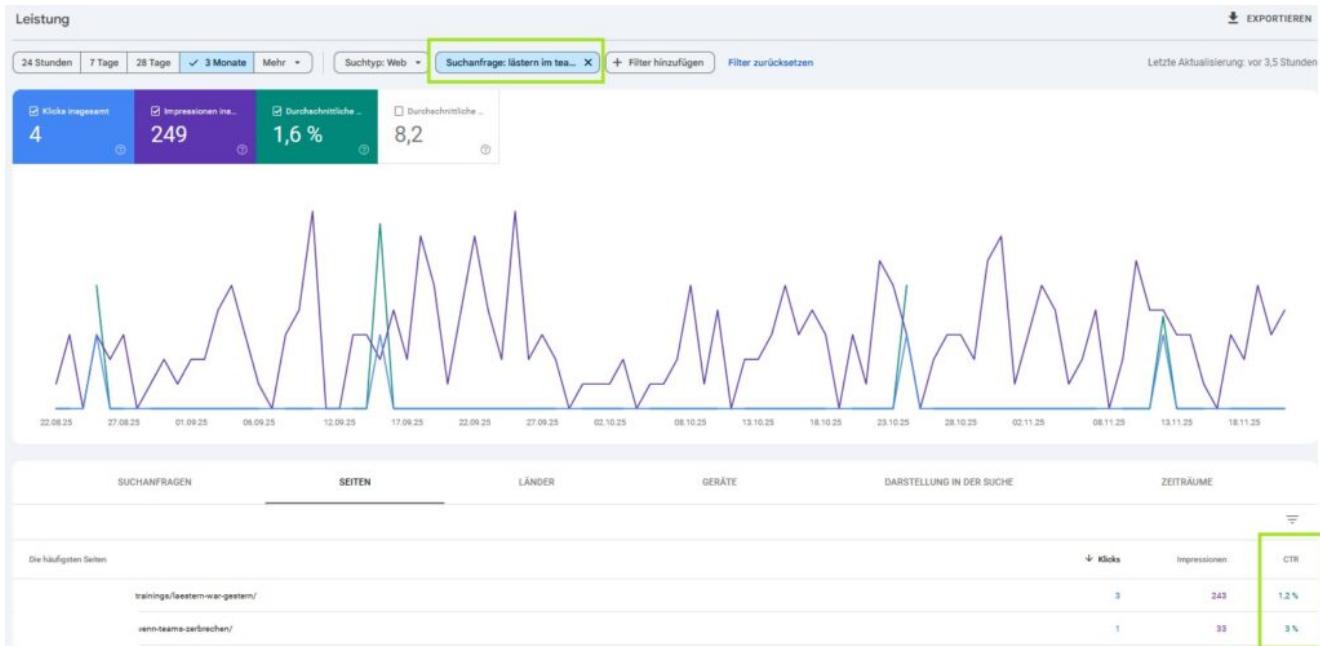


Die Google Search Console

Die [Google Search Console](#) ist ein sehr nützliches Tool und gibt dir eine Menge Informationen zum Status deiner Website.

Unter „**Leistung**“ kannst du den Zeitraum und das zu untersuchende „Keyword“ einstellen. Klickst du nun unten auf den **Reiter „Seiten“**, siehst du, welche Seiten mit welcher Klickrate zum Keyword ranken.

Eine geringe CTR (Klickrate) kann ein Zeichen dafür sein, dass du die Vorschau in den Suchergebnissen (Meta Daten) optimieren solltest oder dass hier verschiedene Seiten miteinander konkurrieren.



Screenshot aus der Google Search Console

Eine Angebotsseite und ein neuer Blogbeitrag ranken zum gleichen Keyword "lästern im team unterbinden".

SEO Tools

Viele externe SEO Tools bieten sehr komfortable und übersichtliche Funktionen, um möglichen Keyword Kannibalismus rasch auf die Spur zu kommen. So vielfältig die Ursachen und Auswirkungen von Keyword Kannibalismus sind, so differenziert können auch die Optimierungsmaßnahmen sein.

Hier eine **Auswahl der Optionen, welche du selbst umsetzen kannst.**

- Ist es schlüssig und sinnvoll, dass zwei Seiten auf ein Keyword optimiert sind? Wenn nicht, dann sollte die **schlechte rankende Seite umformuliert** werden, so dass das Keyword dort rausfällt. Vielleicht ist diese Seite gut geeignet, um die bessere rankende Seite inhaltlich zu ergänzen. **Verfeinere deine Keyword Auswahl und wähle Longtail Keywords.**
- Sind die unterschiedlichen Seiten noch aktuell oder sind es jährlich wiederkehrende und nahezu identische Seiten? Dann könnte es besser sein, dass du die **eine Seite jährlich auf den aktuellen Stand bringst**, statt immer wieder neue Seiten zum gleichen Keyword zu produzieren.
- Sehr **ähnliche Seiten können zu einer Seite zusammengefasst** werden. So dass eine Seite komplett gelöscht werden kann. Die URL dieser Seite sollte dann aber auf die „neue“ URL umgeleitet werden.
- Eine andere Möglichkeit ist, die „**schwächere**“ Seite auf die „**stärkere**“ Seite weiterzuleiten (301-Weiterleitung). So gibt die zweite Seite ihre Rankingpower noch auf die erste weiter.

Wichtig ist, dass du dir notierst wie du welche Seiten optimiert hast. Das **SEO-Tagebuch** hilft dir noch viele Monate später, nachzuvollziehen, welche Maßnahmen gut und effektiv waren.

Wie kannst du Keyword Kannibalismus vermeiden?

Die Behebung der Probleme mit konkurrierenden Unterseiten kann ziemlich kleinteilig und zeitaufwendig sein. Dokumentiere deine Keyword Einsatz zukünftig, so hast du immer im Blick, welche Seiten und Beiträge du optimiert hast.

Grundsätzlich hast du vielleicht schon eine Keyword Recherche gemacht. Wenn nicht, dann solltest du das unbedingt nachholen.

Du hast deine Keyword Liste zum Beispiel als Excel Tabelle gespeichert. Dort notierst du dir in der letzten Spalte auf welcher Unterseite, in welchem Blogbeitrag du das ausgewählte Keyword eingesetzt hast.

Nutze immer **möglichst konkrete Keyword Kombinationen** ([longtail keywords](#)) und weniger die generischen Keywords, dann erstellst du wirklich Content der auf den Punkt gebracht ist.

Zusammenfassung

Bei der Keyword Kannibalisierung ist es nicht so, dass Google die Seiten nicht versteht oder falsch interpretiert. Der unerwünschte Effekt ist eher, dass nicht die geplante Zielseite rankt.

Auch ist Keyword Kannibalisierung nicht automatisch schlecht. Wenn du feststellst, dass zwei Unterseiten für ein Keyword länger als ein halbes Jahr auf den ersten beiden Positionen in der Suchergebnisliste (SERPs) stehen, ändere diese Seiten nicht! Du hast zwei stabile und sehr gute Positionierungen erreicht.

Stehen deine Seiten in Konkurrenz, optimiere sie und dokumentiere zukünftig deinen Keyword-Fokus. So behältst du den Überblick und wirst zudem noch gute Impulse für neue Schnittmengen und interne Verlinkungen erkennen.

Nutze immer möglichst konkrete Keyword Kombinationen ([longtail keywords](#)) und weniger die generischen Keywords, dann erstellst du wirklich Content der auf den Punkt gebracht ist.



[Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an](#)

Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht)



[Sieh dir diesen Beitrag auf Instagram an](#)



Ein Beitrag geteilt von SEO - Manuela Kind (@seo.leicht.gemacht)



Keyword-Kannibalismus beheben - aber wie?

In meinem SEO-Training räumst du mit doppelten Rankings auf und baust eine klare Content-Struktur auf. Du lernst, wie du deine Expertise so sichtbar machst, dass Google (und deine Kunden) genau wissen, wofür du stehst.
[zum SEO-Training](#)

Schreibe einen Kommentar

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

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte füllen Sie dieses Feld aus.

Bitte gib eine gültige E-Mail-Adresse ein.

Meinen Namen, meine E-Mail-Adresse und meine Website in diesem Browser für die nächste Kommentierung speichern.
Sie müssen den Bedingungen zustimmen, um fortzufahren.

Kommentar abschicken