



LSI-Keywords – was ist dran an „LSI-SEO“?

Autor: Christina Kniewasser | Position: Head of Content Marketing | Zuletzt aktualisiert: 23. März 2022

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

„Bau LSI-Keywords in deinen [SEO-Text](#) ein“: Diesen [SEO-Tipp](#) hast du bestimmt schon hundertfach gelesen. Streng genommen ist das aber falsch formuliert.

Denn „LSI-Keywords“ **gibt es nicht**.

Hat... Hat sie das gerade wirklich gesagt?! Man bringe das Riechsalz!!

Im Anschluss erfährst du, was uns zu dieser Aussage bringt und was mit „LSI-Keywords“ *eigentlich* gemeint ist.

Und wenn du uns nicht glaubst, dann vielleicht John Müller von Google:



John
@JohnMu

Antwort an @klaudiofejzaj

There's no such thing as LSI keywords -- anyone who's telling you otherwise is mistaken, sorry.

10:01 nachm. · 30. Juli 2019 · Twitter Web Client

via [Twitter](#)

Was sind LSI-Keywords?

LSI-Keywords sind Begriffe, die **inhaltlich nah am Main Keyword** liegen. LSI steht für „Latent Semantic Indexing“. LSI-Schlüsselwörter sind also Begriffe, deren Bedeutung in einer **bestimmten semantischen Beziehung** zum Haupt-Suchbegriff stehen. Suchmaschinen wie Google ziehen solche [Keywords](#) heran, um Themenrelevanz innerhalb eines Dokuments zu identifizieren.

So jedenfalls die klassische Erklärung aus SEO-Sicht.

Zu dieser Definition müssen wir allerdings schnellstens ein paar Dinge klarstellen:

LSI ist ein mathematisches Verfahren aus den 1980ern.

Latent Semantic Indexing wurde als **mathematische Methode** zur Indexierung von statischen Datenbanken entwickelt. (Die Erklärung, [wie das Verfahren genau funktioniert](#), überlasse ich lieber Wikipedia.)



„Statisch“ ist schon ein wichtiges Stichwort, das uns zeigt, **wie wenig LSI eigentlich mit SEO zu tun hat** bzw. haben kann – Webseiten sind alles andere als statische Dokumente.

Bei allem, was die ausgefeilten Algorithmen heute können, wäre es extrem unlogisch, wenn Google ausgerechnet auf das relativ komplizierte LSI-Verfahren setzen würde.

Deshalb: **Von „LSI-Keywords“ zu sprechen, ergibt keinen Sinn.**

SEOs lieben Buzzwords.

Eben weil SEO so eine komplexe Angelegenheit ist und **viele Annahmen auf eigenen Tests beruhen**, setzen sich fancy „Fachbegriffe“ umso schneller und hartnäckiger durch.

Aus dem Grund wird trotzdem nach wie vor liebend gern die Bezeichnung „LSI-Keywords“ eingestreut. Korrekterweise müssten wir als SEOs aber von „**kontextuell relevanten Begriffen**“ reden.

(Auch ich spreche im Anschluss weiter von LSI-Keywords. Einfach deshalb, weil es kürzer ist. Du weißt ja jetzt, wie der Begriff zu verstehen ist. ;))

Und noch etwas: **LSI bedeutet nicht „synonym“**. „Laptop“ ist z. B. kein LSI-Keyword zu „tragbarer Computer“.

Google hat „LSI-Keywords“ nie offiziell bestätigt.

Ganz im Gegenteil – wie du oben schon gesehen hast, sagen John Müller und Co. sogar explizit, dass LSI-Keywords nicht existieren.

Mit anderen Worten: LSI who?



via [Giphy](#)

Ja, die [Natural Language API](#) existiert und liefert relevante [Entitäten](#) aus einem Text. Und ja, das ist für einen Überblick auf jeden Fall recht praktisch.



Doch die **Google-Algorithmen sind heute sehr viel ausgereifter**. Sie verstehen Inhalte auch dann, wenn eben nicht jedes vermeintliche LSI-Keyword eingestreut ist.

Diese Tatsache erkennst du u. a. daran, dass viele Seiten **für Keywords ranken**, die im jeweiligen Content **kein einziges Mal vorkommen**. Wenn es wirklich so wichtig wäre, dass möglichst viele vermeintliche LSI-Keywords im Text untergebracht sind – dann wären solche Rankings unmöglich.

Nehmen wir z. B. [eine der Seiten](#), die für „kaffeemaschine reinigen“ in den Top 5 bei google.de platziert ist (Stand 15.2.2022).

Die Seite rankt laut Ahrefs für Suchbegriffe wie „kaffeemaschine desinfizieren“ oder „filterkaffeemaschine reinigen“. Im Content finden sich die betreffenden Keywords kein einziges Mal. Und das ist nur einer von unzähligen Fällen.

Keyword	Volumen ¹	KD ¹	CPC ¹	Traffic ¹	Position ¹
reinigung kaffeemaschine	5	100	0	1.00	7 3
kaffeemaschine reinigen	5	1,200	0	0.90	159 3
kaffeemaschine sauber machen	5	100	0	0.60	12 3
kaffeemaschine säubern	5	90	0	0.60	9 3
kaffeemaschine reinigen hausmittel	5	40	1	0.30	3.2 5
kaffeemaschine reinigen	4	1,200	0	0.90	63 5 12
kaffeemaschine desinfizieren	3	60	0	—	4.4 5
kaffeevollautomat reinigen hausmittel	5	200	0	—	14 6
filterkaffeemaschine reinigen	5	150	0	0.70	6 8 15
kaffeemaschine wassertank reinigen	5	50	0	0.20	0.97 12 14

Wie kann man LSI-Keywords finden?

Wie verlässlich sind LSI-Keyword-Generator-Tools?

Nun ja, sie erfüllen exakt den gleichen Job wie jedes Keyword-Tool: Du bekommst eine **Liste von Suchbegriffen** und musst selbst beurteilen, was davon du wie einsetzen kannst. Und dass du sie einsetzt, ist nicht automatisch ein Ranking-Versprechen.

That said: Folgende Quellen helfen dir, **Wörter und Phrasen aus dem gleichen Themenumfeld** zu finden.

- ✔ automatische Suchvervollständigung (Google)
- ✔ „Andere suchten auch“-Funktion (Google)
- ✔ der [Keyword-Planer](#) (Google)
- ✔ „verwandte Terme“ im Keywords Explorer von Ahrefs
- ✔ „weitgehend passend“ im Keyword Magic Tool von SEMrush
- ✔ „related keywords“ beim KWFinder



Ich gehe hier absichtlich nicht im Detail darauf ein, wie du mit diesen Tools „LSI-Keywords finden“ kannst. Das würde nämlich wieder implizieren, dass es schon damit getan ist, eine Handvoll Begriffe zu sammeln und sie dann ohne Rücksicht auf Verluste auf deiner Seite einzubauen.



via [Giphy](#)

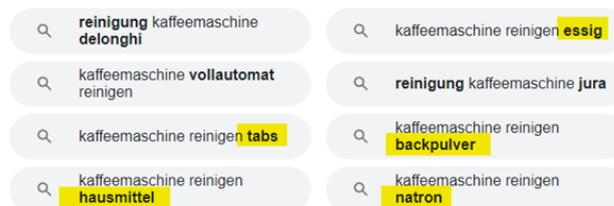
Vielmehr würde ich dir raten, **all die verwandten Suchanfragen durchzugehen**, die du mit diesen Tools bzw. Tool-Funktionen angezeigt bekommst. Entscheide selbst, was davon dir in welchem Kontext sinnvoll erscheint.

Aus jahrelanger Erfahrung kann ich dir versprechen: Mit ein bisschen gesundem Menschenverstand wirst du dann **automatisch einen Großteil aller inhaltlich relevanten Begriffe** in deinem Content unterbringen.

Ein Beispiel:

Wenn wir bei google.de nach „kaffeemaschine reinigen“ suchen, sehen wir bei den verwandten Suchanfragen, dass „Hausmittel“ ein Subthema ist.

Verwandte Suchanfragen



So manche SEOs würden jetzt vielleicht argumentieren, dass Begriffe wie „Essig“, „Natron“ etc. LSI-Keywords darstellen.

Aber ist das tatsächlich der Fall?

Nein, denn wie wir ja mittlerweile wissen, existieren „LSI-Keywords“ nicht. Vielmehr fallen solche Wörter einfach zwangsläufig, wenn von Hausmitteln zum Putzen die Rede ist. Sprich, es ist schlicht **aus inhaltlicher Perspektive unumgänglich**, diese Begriffe zu nennen. Deshalb wirst du diese Wörter wohl auch in vielen der Top-Beiträge zum Thema finden.



LSO statt LSI?

Statt Latent-Semantic-Indexing-Keywords sollte man sich auf „Latent Semantic Optimization“ (LSO) konzentrieren, heißt es in der SEO-Szene oft.

Auch das ist unserer Meinung nach ein heikler Tipp. Denn:

1. **Es ist ein reichlich schwammiger Ratschlag.** LSO klingt nach einem fancy Fachbegriff, aber was soll es in der Praxis konkret bedeuten?
2. **Der Gedanke dahinter bleibt gleich:** „Ich muss einfach nur diese Liste von Wörtern irgendwo unterbringen, dann rankt meine Seite.“

Ich kann dir hier und jetzt versprechen, **dass diese Annahme nur zu Enttäuschung führen wird.**

Hinter erfolgreicher SEO steckt heute so viel mehr, als eine Handvoll von bestimmten Keywords bzw. Wörtern irgendwo einzustreuen.

Im Vordergrund steht immer die Suchintention. Wenn du die Suchintention verfehlst, bringen dir die eingestreuten „LSI-Keywords“ rein gar nichts. Daher auch: Schreibe für User*innen und nicht für Suchmaschinen.

Die gründliche Keyword-Recherche inkl. Analyse der Suchintention ist allerdings die unverzichtbare Basis für alle weiteren Schritte, keine Frage.

Was alles zu so einer [Keyword-Recherche](#) gehört, lernst du im Ratgeber!

Was ist der Unterschied zwischen LSI- und Long-Tail-Keywords?

Der Unterschied ist, dass **Long-Tail-Keywords** jeweils mit einer Suchintention einhergehen und quasi die **Erweiterung eines Main Keywords** sind. Das kann man von inhaltlich verwandten Wörtern (= LSI) meist nicht behaupten. Sie dienen in erster Linie zur Beschreibung.

Ein Beispiel:

„Verklebte Laptop Tastatur reinigen“ ist ein klassisches Long-Tail-Keyword. (Ein passendes Short-Tail-Keyword, d. h. mit hohem Suchvolumen und generischer Intention, wäre etwa „Tastatur reinigen.“) Das Suchvolumen ist gering, aber die **Intention dahinter ganz klar erkennbar.**

LSI-Begriffe wären in so einem Kontext „Keyboard“, „Druckfläche“, „Tastaturprozessor“, „Wasser“ etc. Diese



Wörter würdest du vermutlich in einem Ratgeber-Beitrag ohnehin erwähnen. Sie **ergeben im inhaltlichen Kontext Sinn**, sagen jedoch als alleinstehende Wörter aus SEO-Sicht nicht wirklich etwas aus.

Als Fazit zu dieser Frage können wir festhalten:

Es ist sinnvoll, sowohl Long-Tail-Keywords als auch semantisch verwandte Begriffe in einen SEO-Text einzubauen. Aus SEO-Sicht haben **Long-Tail-Suchanfragen jedoch einen wesentlich größeren Effekt**, denn diese Schlüsselwörter werden ebenfalls aktiv gesucht. Das bedeutet, dahinter steckt eine Absicht, die du bedienen und somit Traffic generieren kannst.

Willst du die Absicht des Suchenden perfekt bedienen? Dann lies dir unseren Ratgeber über die [Suchintention](#) durch!

Fazit: Für LSI-Keywords optimieren macht wenig Sinn.

„Streu LSI-Keywords ein“ impliziert, dass es für gute organische Platzierungen **nur ein paar clevere Wortbasteleien** braucht. Das ist schlicht falsch; so einfach ist [SEO 2022](#) nicht mehr.

Denk immer daran: Nicht alles, was im Internet steht, ist wahr. Beiträge, die bei Google in den Top 10 ranken, können inhaltlich falsch sein.

Wenn 7 von 10 Suchergebnissen betonen, wie wichtig LSI-Keywords sind, ist **diese Information nicht automatisch richtig**. (SEO-)Inhalte werden von Menschen verfasst und Menschen können sich auch mal irren oder nur oberflächlich recherchieren.

Für „LSI-Keywords“ zu optimieren ist dann sinnvoll, wenn du diese Begriffe viel mehr **als Orientierungshilfe** betrachtest: **Wie deckst du ein Thema umfassend ab?** Was fehlt dir vielleicht noch im Content? Wo kannst du einzelne Begriffe ergänzen?

Dementsprechend sind unsere Tipps:

- ✔ **Achte auf Vollständigkeit und die Qualität des gesamten Beitrags** – dann wirst du automatisch inhaltlich verwandte Begriffe einbauen.
- ✔ Schau bei der [Konkurrenzanalyse](#) **nicht allein auf Text-Content**, sondern auf den Beitrag als Ganzes. Welche Medien werden verwendet? Worauf wird weiterverwiesen?
- ✔ **Denke in Themen statt in Keywords**. Das tut auch Google.
- ✔ **Schreib ganz natürlich**, statt eine Liste mit Wörtern abzuarbeiten.