WDF*IDF-TEXTEN:

Schritt für Schritt erklärt

Ursula Martens

WDF*IDF-Texten:

Schritt für Schritt erklärt

Ursula Martens

Inhalt

Hinweis 5

Was bedeutet WDF*IDF? 6

Wofür ist WDF*IDF gut? 7

WDF*IDF anwenden 8

Mit einem WDF*IDF-Tool arbeiten 10

- WDF*IDF-Tools richtig nutzen 11
- Irreführende Keyword-Vorschläge 13
- Proof-Keywords, Kookkurrenzen und relevante Begriffe 14

Unique und unvergleichliche Texte 16

Weitere Maßnahmen für Ihre SEO-Strategie 17

SEO mit WDF*IDF im Detail 18

- Wie Suchmaschinen arbeiten 18
- Wie WDF*IDF berechnet wird 20
- Diagramme in WDF*IDF-Tools 22
- Ergänzende Tools 24

Was passiert eigentlich mit den Texten? 27

Vorteile von WDF*IDF 28

Nachteile von WDF*IDF 29

Zusammengefasst 30

Beispieltext 31

Ohne WDF*IDF 31

Mit WDF*IDF (optimiert für „Zimmerpflanzen“) 35

Links zu WDF*IDF-Tools 40

Impressum 41

Hinweis

Im Internet werden zahlreiche Tools für die WDF*IDF-Optimierung von Webtexten angeboten, doch die wenigsten erlauben einen Blick hinter die Kulissen. Der Algorithmus bzw. die Abläufe und Auswahl der untersuchten Seiten bleiben meist versteckt. Selbst wenn Anbieter ihr Tool wie hier etwas ausführlicher erklären, braucht man genug Wissen in Mathematik, um die statistischen Berechnungen dahinter zu verstehen. Unserer Meinung nach lohnt es sich trotzdem, zumindest für bestimmte Texte ergänzend mit einem WDF*IDF-Tool zu arbeiten. Sie sollten aber – wie für alle Ihre Texte – eine Strategie haben, was Sie damit erreichen wollen und wie Sie den Erfolg bewerten können.

Die nachfolgenden Hinweise sind als Information für interessierte Texter und Unternehmen gedacht. Wir haben die hier wiedergegebenen Hinweise und Informationen sorgfältig geprüft, erheben aber keinen Anspruch auf Vollständigkeit oder Aktualität.

Was bedeutet WDF*IDF?

WDF*IDF ist die Abkürzung für „Within document frequency * inverse document frequency“, also zu Deutsch „Frequenz im Dokument * inverse Frequenz im Vergleich zum Dokument“. Mit der Frequenz ist die eines Keywords in einem Text gemeint, die mit der von anderen relevanten Texten im Internet verglichen wird.

Diese Berechnung wird als Grundlage für Tools genutzt, die die Onpage-Optimierung von Webseiten unterstützen. Die Annahme ist, dass ein Webtext, mit

- allen relevanten Keywords
- in einer natürlichen Frequenz
- im Vergleich zu bestehenden Websites

bei den Suchmaschinen besser abschneidet.

Wofür ist WDF*IDF gut?

Eine Website sollte Suchmaschinen und Leser gleichermaßen ansprechen. Ihr Stil kann noch so gut sein, wenn er die Suchmaschinen nicht interessiert. Was denen gefällt, ist teilweise ein Geheimnis. Und auch der Publikumsgeschmack hält einiges an Überraschungen bereit. Aber Erfahrungswerte, Tests und Insider-Informationen geben einen guten Hinweis darauf, was man für SEO und Leserfreundlichkeit tun sollte.

WDF*IDF ist ein Hilfsmittel für Onpage-SEO. Die Berechnung von Keyword-Frequenzen hilft Ihnen, Ihren Webtext mit den Seiten zu vergleichen, die in den Suchergebnissen an den ersten Stellen stehen. Dafür untersuchen Sie einen vollständig geschriebenen Text und passen die darin vorkommenden Keywords an.

Ein positiver Nebeneffekt ist, dass Sie sich dabei intensiv mit einem Text beschäftigen. Allerdings kann diese Beschäftigung auch dazu führen, dass Sie Ihren Text überoptimieren und die Lesbarkeit darunter leidet.

WDF*IDF anwenden

Sie könnten die praktische Arbeit mit WDF*IDF auch von Hand erledigen, allerdings würde das ziemlich lange dauern. Trotzdem sollten Sie es zumindest einmal selbst ausprobieren. Um einen nach WDF*IDF optimierten Text zu verfassen, kann man nach folgendem Schema vorgehen:

1. Ein Haupt-Keyword oder eine Kombination festlegen: Seien Sie dabei so spezifisch wie möglich und gehen Sie auf die Gewohnheiten Ihrer potenziellen Besucher ein. Sie sollten wissen, ob Ihre Zielgruppe per Sprachsuche auf einem mobilen Gerät oder über Tastatur auf einem PC sucht. Der Unterschied kann gravierend sein: Im ersten Fall lautet die Keyword-Kombination vielleicht „Wo kann ich heute italienisch essen gehen?" im zweiten „Italiener München".

2. Einen ansprechenden Text dazu verfassen: Ihr Hauptaugenmerk sollte auf dem Nutzen Ihrer Besucher liegen. Geben Sie ihnen alle notwendigen Informationen kompakt und gut lesbar. Das Keyword und sekundäre Keywords sollten vorkommen, aber den Text nicht unbedingt dominieren.

3. Vergleichen: Geben Sie das Haupt-Keyword in eine Suchmaschine ein und rufen Sie die Seiten mit den besten Ergebnissen auf. Sie können zum Beispiel eine Excel-Tabelle verwenden, um zu notieren, wie oft und an welcher Stelle (Überschriften, Satzanfänge ...) Ihre Haupt- und Neben-Keywords auf den anderen Seiten verwendet werden und welche Keywords bei den anderen Texten vorkommen, bei Ihnen jedoch nicht.

4. Anpassen: Nutzen Sie die Erkenntnisse, die Sie so gewonnen haben, um Ihren Text zu verbessern. Fügen Sie fehlende Keywords ein und passen Sie die Häufigkeit an, sodass sie nicht weit von denen der Mitbewerber-Seiten abweicht. Im besten Fall haben Sie damit mehr relevante Keywords auf Ihrer Seite, die zudem natürlich verteilt sind.

5. Regelmäßig überprüfen: Da ständig neue Seiten hinzugefügt oder bestehende Seiten verändert werden, sollten Sie Ihren Text regelmäßig erneut

mit den Top-Seiten vergleichen. Wie oft Sie das tun sollten, hängt von Branche und Produkt ab. Wo tägliche Änderungen üblich sind, kann sich eine Überarbeitung jeden Monat lohnen, bei saisonalen Angeboten, die nur einmal im Jahr gekauft werden, reicht eine Überarbeitung, bevor Ihre potenziellen Kunden anfangen danach zu suchen.

6. Weitere Keywords betexten: Wenn Sie spezifische Produkte anbieten, die sehr spezielle Fragen bedienen, sollten Sie für jede Frage und jede Keyword-Kombination, die Ihre potenziellen Kunden haben, eine eigene Seite anbieten. Die Herausforderung ist dabei, dass Sie sich nicht wiederholen. Mit Pillar-Content auf Übersichtsseiten und anderen Möglichkeiten der Strukturierung können Sie Ihre Inhalte sinnvoll für Suchmaschinen und menschliche Leser ordnen.

Mit einem WDF*IDF-Tool arbeiten

Online-Tools sind für die oben beschriebene Vorgehensweise eine große Hilfe. Sie schreiben Ihren Text, laden ihn hoch oder kopieren ihn in das dafür vorgesehene Feld. Nach einem Klick zeigt Ihnen das Tool verschiedene Auswertungen an, z. B.:

- eine grafische Darstellung, wie häufig das Haupt-Keyword und verwandte Keywords bei Ihnen und bei Ihren Mitbewerbern vorkommen
- eine Liste verwandter Begriffe, die Suchmaschinen nutzen könnten, um das Thema und die Relevanz der Inhalte zu ermitteln
- ein Lesbarkeits-Index, der verschiedene Parameter wie die Satzlänge und die verwendeten Wörter nutzt

Zur WDF*IDF-Analyse selbst zählt nur der Vergleich der (Haupt-)Keywords. Die Tools suchen mit verschiedenen Methoden weitere passende Keywords, mit denen Sie Ihren Text erweitern können.

Der Vorteil eines Tools ist die Geschwindigkeit, mit der Sie die Ergebnisse bekommen und Keywords anpassen können. Häufig können Sie Ihren Text im Tool selbst editieren, ohne zwischen verschiedenen Werkzeugen wechseln zu müssen. In umfassenderen SEO-Angeboten wie in karlsCORE ist es auch möglich, einen Text zu speichern, um später daran weiterzuarbeiten. Besonders bei Texten, die Sie häufig aktualisieren wollen, ist das ein Vorteil.

WDF*IDF-Tools richtig nutzen

Wie bei jedem Werkzeug müssen Sie auch bei einem WDF*IDF-Tool wissen, wie Sie es richtig einsetzen. Beachten Sie dazu zunächst die Benutzungshinweise. Besonders das von Ihnen eingegebene Haupt-Keyword hat einen großen Einfluss darauf, wie viel Sie mit dem Ergebnis anfangen können. Tippfehler oder Sonderzeichen, die nicht ausgewertet werden können, müssen unbedingt ausgeschlossen werden. Am besten ist, Sie testen Ihr Tool mit verschiedenen Schreibweisen, um herauszubekommen, wie es darauf reagiert oder vergleichen die Ergebnisse verschiedener Tools.

Werfen Sie unbedingt einen Blick auf die Textlänge und Struktur, die erfolgreiche Mitbewerber verwenden. Ihr eigener Text sollte nicht viel kürzer, aber auch nicht viel länger sein. Im Zweifelsfall sollten Sie lange Texte aufteilen und mehrere kurze daraus machen.

Vielleicht bietet Ihnen Ihr Tool an, eine URL einzugeben. Dabei kann es sich entweder um die URL Ihrer eigenen Seite mit dem Text, der untersucht werden soll, handeln oder um eine fremde URL.

Eine fremde URL dient als Startpunkt für den Vergleich und ist eine gute Möglichkeit, um eine fehlerhafte Auswahl von Sites zu vermeiden. Wie beim Haupt-Keyword ist es hierbei wichtig, dass Sie die Vergleichsseite sorgfältig auswählen. Es kann sein, dass Texte, die sich im Menü oder anderen Bestandteilen der Seite befinden, das Ergebnis der Auswertung beeinflussen.

Ladezeiten/Analysekontingente

Spätestens wenn Sie regelmäßig mit einem WDF*IDF-Tool arbeiten, spielt dessen Geschwindigkeit eine große Rolle. Sie müssen abwägen, ob Sie ein Werkzeug auswählen, das den Text nach jeder Veränderung komplett neu analysiert oder ob nach der anfänglichen Analyse nur noch einzelne Aspekte abgeglichen werden.

Kostenlose Tools begrenzen den Zugang zur Analyse möglicherweise zudem auf eine bestimmte Anzahl von Nutzern oder Anwendungen pro Tag.

Irreführende Keyword-Vorschläge

WDF*IDF-Tools sind nicht so ausgeklügelt wie die Algorithmen der Suchmaschinen. Sie tragen alle möglichen Keywords auf Seiten von Mitbewerbern zusammen, ohne zu verstehen, was sie eigentlich bedeuten. Bleiben wir beim Beispiel eines italienischen Restaurants in München. Wahrscheinlich werden bei den verwendeten Keywords Begriffe wie „Pizza", „Pasta", aber vielleicht auch „Luigi" oder „Sterne" aufgelistet. Relativ häufig findet man Firmen- oder Markennamen, die sich erfolgreich gegen Mitbewerber durchgesetzt haben. Aber auch Bestandteile von Gebrauchstexten können als relevant gedeutet werden. Wenn unter den Seiten Ihrer Mitbewerber häufig „Die Gäste gaben diesem Restaurant im Durchschnitt x Sterne" steht, dann ist es nicht verwunderlich, dass „Sterne" zu den wichtigen Keywords gezählt wird. Auch Wörter aus anderen Sprachen tauchen immer wieder als Keyword-Vorschläge auf. Gehen Sie nicht davon aus, dass das WDF*IDF-Tool nur redaktionell bearbeitete Texte untersucht. Es kann ebenso Foren, Bewertungsportale und andere unredigierte Texte verwenden.

Sie müssen mit Ihrem Sachverstand bewerten, welche Keywords sachdienlich sind und welche Sie ignorieren können.

Proof-Keywords, Kookkurrenzen und relevante Begriffe

Wenn Ihr Keyword-Tool Vorschläge für Begriffe macht, dann auf Basis verschiedener Methoden, die Ihren Text und das Haupt-Keyword als Grundlage haben. Allgemein gebräuchliche Wörter, die in allen Texten vorkommen wie „und", „die", „nicht" usw. werden automatisch ausgeschlossen.

Kookkurrenzen/Zusammengehörige Begriffe: Wenn ein Radiosprecher eine Nachricht aus Wiesbaden ankündigt, dann werden die meisten Hörer wahrscheinlich an das Statistische Bundesamt denken. In einem Text in dem „King of Pop" vorkommt, wird man auch Michael Jackson finden und die Wahrscheinlichkeit ist groß, dass „Pizzeria" zusammen mit „Steinofen" oder „Holzofen" auftaucht.

Wenn sie also einen Text über Ihre Pizzeria schreiben, in denen kein Steinofen vorkommt, wird Ihr WDF*IDF-Tool das anzeigen.
Wie schon gezeigt, gibt es jede Menge Wörter, die zusammen auftauchen können, aber inhaltlich nichts miteinander zu tun haben. Im Gegensatz zu einem WDF*IDF-Tool bewertet eine Suchmaschine auch, in welchem Zusammenhang ein Text steht. Zum Beispiel auf einem Portal, das Pizzaöfen verkauft, oder auf der Restaurantseite einer Pizzeria.

Relevant Terms: Um von den reinen Kookkurrenzen wegzukommen, müssen die Begriffe aussortiert werden, die nur zufällig oder aus Praxisgründen zusammen auftauchen. Dafür sind größere Anstrengungen nötig. Relevanz bekommen Begriffe nämlich immer im Zusammenhang mit einem Thema. Wenn Sie nett essen gehen wollen, bringt es Ihnen wenig, wenn Sie auf der Seite eines Steinofenbauers landen. Wenn Sie einen Text verfassen, sollten Sie mit relevanten Begriffen klarmachen, an wen sich die Informationen richten.

Sie können das zum Beispiel testen, indem Sie die Wörter im Text automatisch von A-Z sortieren. Der Sinn geht dabei verloren, Sie sollten aber dennoch in der Lage sein zu erkennen, was das Thema und wer die Zielgruppe ist.

Relevant Terms könnten in diesem Zusammenhang folgende sein:

- für einen Ofenbauer: Service, Angebot, Innung, Bauplan
- für eine Pizzeria: Geschmack, Belag, Aroma, Minuten

Für Suchmaschinen ist es außerdem wichtig, ob die relevanten Keywords neue Informationen bieten, die es woanders auf der Seite oder auf anderen Seiten noch nicht gibt.

Proof Terms/Beweisführende Begriffe: Diese Keywords sind noch enger am jeweiligen Thema als die relevanten Begriffe. Sie erbringen den Beweis, welchen Fokus ein bestimmter Text hat. Eine Suchmaschine sieht sich erst an, wo ein Text thematisch einzuordnen ist, und vergleicht dann Texte aus dem gleichen Themenbereich. Wer hier die besseren Argumente durch Besucherzahlen, Bounce-Rate und Keywords hat, der bekommt einen guten Platz in den Suchergebnissen.

Die Unterscheidung zu den relevanten Suchbegriffen ist dabei nicht immer eindeutig. Proof Terms könnten, um beim obigen Beispiel zu bleiben, folgende sein:

- für einen Ofenbauer: Ziegel, Mörtel, Ofentür, Abzug
- für eine Pizzeria: Pizza, Temperatur, Boden, Kruste, Teig

Ihr Keyword-Tool besitzt nicht die gleiche Tiefe wie die Suchmaschinen. Sie müssen sich also selbst eine Strategie überlegen, welche Begriffe das Thema bestimmen und welche konkret zu einem einzelnen Angebot gehören. Wenn Sie einen guten, kundenfreundlichen Text schreiben, sind damit bereits 90 Prozent der Arbeit erledigt, denn Sie wollen Ihren Kunden ja sowieso kein allgemeines Blabla bieten, sondern einen konkreten Nutzen.

Unique und unvergleichliche Texte

Wenn Sie mit der WDF*IDF-Methode arbeiten, vergleichen Sie Ihren Content mit dem auf anderen Seiten. Für beliebte Themen mit viel Traffic ist das eine gute SEO-Maßnahme, aber was ist bei Spezialthemen? Wenn Sie über etwas schreiben, was nur Sie allein anbieten, kann ein Vergleich nicht greifen. Alles, was ein WDF*IDF-Tool kann, ist, sich im gleichen Themenfeld umzusehen. Wenn Ihr Tool seltsame Keyword-Vorschläge macht oder Sie schon wissen, dass Sie über ein Spezialthema schreiben, sollten Sie Ihren Content sinnvoll in einen größeren Zusammenhang einbinden. Gehen Sie, wenn nötig, stufenweise vor, bis sie auf einer allgemein verständlichen Ebene angekommen sind.

Eine weitere Gefahr bei der Keyword-Optimierung ist es, den eigenen Stil zu verlieren. Häufig tauchen in den Vorschlägen Keyword-Kombinationen auf, die kaum in einen natürlichen Sprachfluss passen. Wenn Sie damit Probleme haben, können Sie die entsprechenden Begriffe weglassen oder einen Werbetexter bitten sie einzubauen.

Überlegen Sie immer, wie Sie es schaffen können, selbst den Ton anzugeben. Genauso gut zu sein wie andere Anbieter, ist nicht schlecht, aber auch nicht optimal. Die verschiedenen Onpage- und Offpage-Optimierungsmöglichkeiten, die Ihnen zur Verfügung stehen, sollten eine stringente Strategie ergeben, mit der Sie Ihre Mitbewerber hinter sich lassen.

Weitere Maßnahmen für Ihre SEO-Strategie

Folgende zusätzliche Maßnahmen sind sehr empfehlenswert, bevor und nachdem Sie sich an die WDF*IDF-Analyse machen:

- Den Wettbewerb abschätzen: Zum Beispiel mit den Tools von Google Ads können Sie abschätzen, wie groß die Konkurrenz zu bestimmten Suchbegriffen sein wird. Weichen Sie für Ihren Text, wenn möglich, auf Begriffe aus, die weniger häufig verwendet werden.

- Die Zielgruppe abschätzen: Zählt Qualität oder Quantität? Erreichen Sie Ihre potenziellen Kunden auf einer klassischen Webseite und Ihrem Blog oder doch eher auf Facebook und Instagram? Abgestimmt darauf ist Ihr Werbebudget auf einem anderen Kanal vielleicht besser aufgehoben.

- Die richtige Länge festlegen: Wenn Sie davon ausgehen, dass Ihr Keyword etwa 5 % aller Wörter im Text ausmachen sollte, können Sie davon auf die Gesamtlänge Ihres Contents hochrechnen. Empfiehlt Ihr Tool, dass ein Keyword zweimal vorkommen sollte, entspricht das einer Gesamtlänge von 40 Wörtern. Das wird wahrscheinlich nicht reichen, um alle wichtigen Aspekte Ihres Angebots zu erklären. Sie brauchen weitere Informationen darüber, was die Aufmerksamkeit Ihrer Websitebesucher erregt und wie lang ihre Aufmerksamkeitsspanne ist.

- Sprachversionen: Haben Sie Besucher aus anderen Sprachgebieten, die einen großen Anteil an Ihrem Traffic haben? Dann sollten Sie denen nicht nur eine übersetzte Version Ihres Contents, sondern genuine Inhalte in ihrer Sprache bieten.

- Webanalyse: Wie erfolgreich sind Ihre WDF*IDF-optimierten Texte im Vergleich zu denen, für die Sie andere Optimierungsmethoden gewählt haben?

SEO mit WDF*IDF im Detail

Wie Suchmaschinen arbeiten

Eine Suchmaschine schaut sich eine ganze Reihe von Parametern an, um herauszubekommen, ob eine Internetseite relevant ist oder nicht. Dazu zählen unter anderem:

- Wortwahl
- Länge und Gliederung
- Meta- und Alt-Texte
- interne und externe Links
- Autor
- Aktualität

Die Algorithmen werden dabei kontinuierlich verbessert und sind in der Regel geheim. Allerdings kann man einiges erraten. Ganz am Anfang der Entwicklung gaben die Suchmaschinen die Seiten aus, auf denen der gesuchte Begriff vorhanden war. Um sein Ranking zu verbessern, musste man also möglichst viele Keywords auf die Seite bringen. Damit das nicht so aufgefallen ist, hat man die unpassenden Keywords einfach in der gleichen Farbe wie der Hintergrund und in der kleinsten Schriftgröße geschrieben.

Dieses simple Keyword-Stuffing wurde von Suchmaschinen schnell abgestraft. Was nicht nach natürlichem Text mit einer Keywordhäufigkeit von 5 bis 10 Prozent aussah, wurde aussortiert.

Also erstellten skrupellose Anbieter einfach zusätzliche Seiten, in denen jeweils ein paar Keywords mit der richtigen Häufigkeit vorkamen und setzten Links zur Hauptseite. Diese Praxis funktioniert teilweise bis heute. Suchmaschinen erkennen aber immer besser, was aktuell, relevant und umfassend ist. WDF*IDF ist eine der Methoden, mit denen man Inhalten auf die Schliche kommt, die den Lesern keinen Mehrwert bringen. Bis heute sollten Sie darauf achten, dass Sie Ihre Texte nicht mit Keywords überladen. 5 % oder weniger

bei längeren Texten ist ein guter Richtwert. Allerdings wird sie für WDF*IDF in Relation zu den anderen Seiten gesetzt, mit denen man den Text vergleicht. Wenn alle anderen eine höhere Keyword-Dichte haben, ist das für Ihren Text auch in Ordnung.

Wie WDF*IDF berechnet wird

Die Formel, mit der der WDF*IDF-Wert berechnet wird, mag für Nicht-Mathematiker auf den ersten Blick ein wenig abschreckend wirken. Aber keine Sorge: Wir sind selbst auch keine Mathematiker und machen es Ihnen einfach, zu verstehen, was dahintersteckt.

Zunächst einmal schaut man sich die Within Document Frequency, also die Häufigkeit eines Worts innerhalb eines Textes an:

$$WDF(i) = \frac{\log_2(Freq(i,j)+1)}{\log_2(L)}$$

i: Wort / j: Text mit insgesamt L Wörtern / Freq(i,j): Worthäufigkeit

Den Logarithmus (log) und das „+1" könnte man bei kleinen Zahlen auch weglassen. Man braucht sie nur, um einen übersichtlichen Wert zu bekommen. Einfach ausgedrückt berechnet man den Anteil eines Worts an der Gesamtzahl der Wörter. Mit der Empfehlung von 5 % für die Häufigkeit haben Sie einen Anhaltspunkt, ob Ihr Keyword zu oft genutzt wird. Nun schaut man sich im Vergleich dazu auch noch andere Webtexte an.

Die Inverse Document Frequency wird berechnet, indem man die Zahl aller Dokumente durch die Zahl der Dokumente teilt, in denen das Keyword auftaucht. Relevant sind dabei nur die Dokumente, die oben in den Suchergebnissen auftauchen. Der Logarithmus ist auch hier optional. Als Ergebnis der Berechnung bekommen Sie einen Wert, der widerspiegelt, dass insgesamt im Internet selten verwendete Keywords wichtiger sind, also solche, die häufig auftauchen. Wenn Sie als einziger etwas zu einem Thema anzubieten haben, macht Sie das automatisch zum Spitzenreiter. Die Formel ist:

$$IDF(G) = \log(1 + ZD/G)$$

G: Gesamtzahl der Dokumente / ZD: Zahl der Dokumente mit Keyword

In der Praxis bedeutet das, dass Sie alle häufigen Keywords verwenden, aber auch möglichst Keywords hinzufügen sollten, die niemand sonst nutzt.

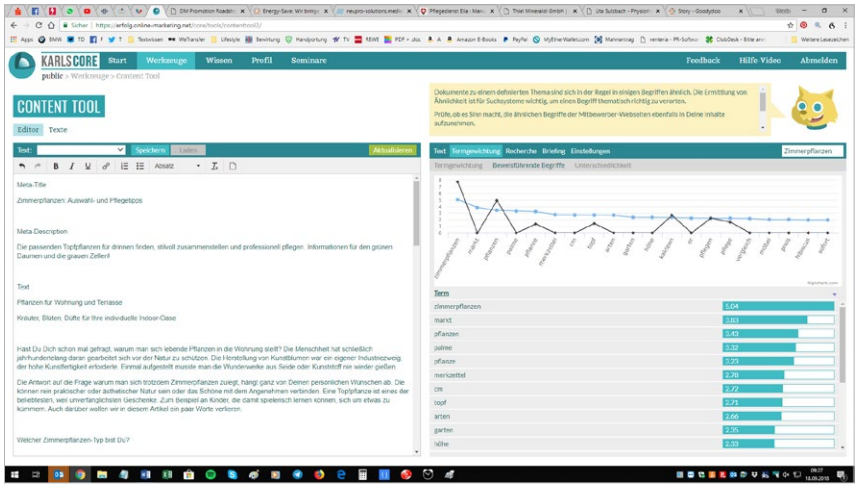
Schauen wir uns ein Beispiel an. Es gibt 3 Seiten mit Texten zum Keyword Pizzaofen: A, B und C. Sie wollen wissen, welcher Text nach WDF*IDF am besten abschneidet.

Haupt-Keyword Pizzaofen	**Textbeispiel A**	**Textbeispiel B**	**Textbeispiel C**	**Alle Texte**
Häufigkeit	0	2	1	3
Zahl der Wörter	53	39	49	141
WDF-Wert	0	0,0512	0,0204	0,0212
IDF-Wert	1,5	1,5	1,5	1,5
WDF*IDF-Wert	0	0,0768	0,0306	0,0318

Der Durchschnittswert für das Keyword in allen Texten liegt bei 0,03. Der Text C erfüllt diesen Wert ziemlich genau, die anderen beiden erreichen ihn nicht. In Text A steht er gar nicht. A sollte also dringend überarbeitet werden, bei B könnte es sich lohnen.
Aussagekräftiger wird diese Berechnung, wenn die Texte länger sind und mehr Vergleichstexte zur Verfügung stehen. Aber auch so kann man leicht erkennen, wenn etwas fehlt.

Diagramme in WDF*IDF-Tools

In WDF*IDF-Tool bekommen Sie das Haupt-Keyword und weitere verwandte Begriffe meist in einem Linien- oder Balkendiagramm angezeigt.



Beispiel für die Darstellung von Keywords: Schwarz dargestellt sind Begriffe im eigenen Text, Blau in anderen Texten. Quelle: https://erfolg.online-marketing.net/

Neben dem Wert für Ihre eigene Seite sollten Sie den entsprechenden Wert für einzelne Seiten von Mitbewerbern oder einen Durchschnittswert angezeigt bekommen. Eine Aufschlüsselung nach individuellen Seiten ist dabei aussagekräftiger. Damit können Sie nämlich genau auswählen, welche Seiten für Sie relevant sind.
Wenn der Wert für eines Ihrer Keywords deckungsgleich oder sogar ein wenig höher ist, kann Ihre Website mit den verglichenen Websites konkurrieren. Wenn das nicht der Fall ist, sollten Sie den entsprechenden Begriff häufiger oder seltener verwenden. Teilweise können Sie aus diesem Diagramm aber noch ein wenig mehr ablesen. Die Keywords können zum Beispiel nach ihrer Wichtigkeit von links nach rechts sortiert sein.

Ein professionelles Tool sollte Ihnen einen Hinweis geben, welche Daten auf welche Weise verschlüsselt werden. Wenn Sie keine Erklärung finden, sollten Sie bei Gelegenheit nachfragen.

Meist ist der Wert, der angezeigt wird, nicht die Anzahl, wie oft ein Keyword vorkommt/vorkommen sollte, sondern der interne WDF*IDF-Wert des Tools.

Was ist ein Wort bzw. Term?

Die Frage mag zunächst banal erscheinen, kann aber einen großen Einfluss auf die Berechnungen haben. Je nach Tool kann es sich bei „Pizza-Ofen“ um ein Wort bzw. Term oder auch zwei handeln. Besonders wenn es sich dabei um das Haupt-Keyword handelt, können so zwei völlig unterschiedliche Ergebnisse herauskommen.

Das ist einer der Gründe, warum Sie Ihr Tool testen sollten, bevor Sie Ihre Websites damit optimieren.

Ergänzende Tools

Die reine WDF*IDF-Analyse, bei der nur ein einziges Keyword mit anderen Seiten verglichen wird, nützt Ihnen nur begrenzt. Üblicherweise bekommen Sie zudem folgende Informationen:

- Gesamtzahl der untersuchten Seiten
- Zahl der untersuchten Seiten, auf denen das Keyword vorkommt
- wie oft das Keyword auf allen Seiten vorkommt
- maximaler WDF-Wert, der von einem Dokument erreicht wurde
- maximaler WDF*IDF-Wert, der für das Keyword erreicht wurde
- URL der Mitbewerberseite

Texteditor

Mit einem Texteditor können Sie direkt am Content arbeiten, den Sie optimieren wollen. Die Möglichkeiten der Textbearbeitung sind dabei normalerweise ziemlich begrenzt. Für die Rechtschreib- und Grammatikprüfung sollten Sie ein eigens dafür entwickeltes Schreibprogramm nutzen.

Der Texteditor eines WDF*IDF-Tools gibt Ihnen dafür Hinweise zu den Keywords. Zum Beispiel, welche Begriffe noch fehlen, welche zu häufig vorkommen und welche öfter eingesetzt werden sollten.

Lesbarkeit

Die Lesbarkeit eines Textes kann anhand von verschiedenen Parametern bewertet werden. Dazu gehören:

- Satzlänge
- Wortlänge
- Wortwahl

Ihr Tool sollte Ihnen sagen, welche Art von Index es für die Berechnung nutzt (Flesch-Reading-Ease, Gunning-Fog-Index, Wiener Sachtextformel) oder die Berechnungsformel angeben. Je nachdem, an wen sich Ihr Text richtet, bekommen Sie damit einen Hinweis darauf, ob Sie stilistische Änderungen daran vornehmen sollten. Nutzerfreundliche Tools können Ihnen genau zeigen, welche Sätze möglicherweise zu lang oder welche Wörter problematisch sind oder bei welchen es sich um reine Füllwörter handelt. Teilweise kann Ihnen Ihr Tool auch Varianten und Synonyme vorschlagen.

Einzigartigkeit

Auch für die Uniqueness eines Textes gibt es Berechnungsmethoden. Diese Art der Auswertung kann Ihnen helfen, von den Suchmaschinen besser bewertet zu werden. Außerdem kann sie Ihnen behilflich sein, Floskeln zu vermeiden. Die Bewertung der Einzigartigkeit sollte zielgerichtet eingesetzt werden. Sie bietet sich vor allem für Produkttexte an, in denen sich inhaltlich nur wenig ändert. Der neue Blickwinkel kann aber auch bei allen anderen Texten sinnvoll sein. Sie sollten allgemeine Aussagen wie „Datenschutz ist schon lange ein wichtiges Thema" vermeiden. Ein gutes Analysetool kann Sie darauf hinweisen, ob ein Satz sinnvoll zu Ihrer Argumentationskette beiträgt.

Ähnliche Suchbegriffe/Fragen

Manchmal weiß man ganz genau, wonach die Internetnutzer suchen, hat aber nur eine ungefähre Vorstellung davon, wie sie danach suchen. In diesem Fall kann ein Suchbegriff- oder Suchanfragen-Tool helfen. Es ermittelt Begriffe und Term-Kombinationen, die möglicherweise zum gleichen Ergebnis führen. Oder es trägt komplette Suchanfragen zusammen, in denen Ihr Suchbegriff enthalten ist. Für eine Pizzeria kann es sich zum Beispiel lohnen, nicht nur auf die Frage „Wo gibt es Pizza?", sondern auch auf die Frage „Wie backe ich Pizza?" eine Antwort anzubieten – natürlich immer mit Verweis auf das eigene Angebot.

Durch die Suchbegriffe und Fragen wird teilweise auch der Blickwinkel deutlich, den Ihre potenziellen Kunden auf ein Thema haben. Das kann Ihnen helfen, besser zu verstehen, worauf es Ihren Kunden ankommt. Damit können Sie Zweifel ausräumen und mit Ihren Argumenten überzeugen.

Keyword-Überwachung

Wie bereits erwähnt, verliert SEO mit WDF*IDF nach einer gewissen Zeit ihre Schlagkraft. Neue Inhalte werden ins Netz gestellt und die Wichtigkeit einzelner Suchbegriffe ändert sich. Ein automatisches Monitoring hilft Ihnen dabei zu entscheiden, wann es Zeit wird, einen Text erneut zu bearbeiten, und wann es besser ist, einen neuen Text zu verfassen.

Tools zur Zusammenarbeit

Wenn Sie Ihren Content nicht selbst verfassen, kann ein Tool sinnvoll sein, das Sie über Veränderungen informiert. Zum Beispiel, wenn neue Texte oder Links hinzugefügt werden oder wenn sich an den bestehenden Texten etwas ändert.

Umfassende SEO-Suites können auch die Möglichkeit bieten, Beiträge von Kunden auf diese Weise zu überwachen.

Wettbewerberanalyse

Ein gutes SEO-/SEA-Tool kann Ihnen mehr verraten als nur, wer bei bestimmten Suchen die Nase vorn hat. Durch eine Auswertung der Werbeanzeigen und Websites können Sie einen weiteren Hinweis darauf bekommen, auf welche Keywords sich Ihre Mitbewerber konzentrieren und was sie tun, um Besucher anzulocken. Sie können damit auch abschätzen, wie viel Aufwand betrieben wird.

Mit diesen Informationen fällt es Ihnen leichter zu entscheiden, ob Sie dagegenhalten oder besser andere Kanäle für Ihr Marketing suchen sollten.

Was passiert eigentlich mit den Texten?

WDF*IDF-Tools zählen und vergleichen Wörter. Wie sie das im Detail tun, bleibt meist ihr Geheimnis, da die Algorithmen nicht öffentlich sind. Wer sensibel für Datenschutz ist, wird aber noch ein anderes Problem erkennen: Nur wer sich durch die Geschäftsbedingungen wühlt und juristisch gebildet ist, bekommt eine Ahnung davon, was mit den Texten passiert, nachdem sie analysiert wurden. Besonders bei kostenlosen Tools, die jedem zur Verfügung stehen, gibt es keine Garantie, dass sie danach gelöscht werden. Die Gefahr, dass Texte, die danach sowieso im Netz zur Verfügung stehen werden, von den WDF*IDF-Anbietern durch ihre Sammlung missbraucht werden, ist gering, in speziellen Fällen aber durchaus gegeben. Die Situation ist ähnlich wie bei kostenlosen Übersetzungs-Tools. Auch da ist nicht klar, was mit den Texten passiert, die Sie eingeben.

Vorteile von WDF*IDF

- Ein WDF*IDF-Tool hilft dem Texter, alle relevanten Suchbegriffe in einer optimalen Häufigkeit zu nutzen.
- Mit einem WDF*IDF-Tool bekommt man eine Idee davon, was die Mitbewerber machen.
- WDF*IDF kann man für alle Texte nutzen, die von Suchmaschinen indexiert werden, also auch für Amazon, YouTube usw.
- Es gibt kostenlose WDF*IDF-Tools.
- Die Arbeit mit WDF*IDF zwingt zur intensiven Beschäftigung mit einem Text.

Nachteile von WDF*IDF

- Der Algorithmus eines WDF*IDF-Tools kann relevante Begriffe übersehen und dafür unwichtige anbieten, zum Beispiel Namen von Fremdmarken.
- Das Ergebnis hängt von den bestehenden Seiten ab und ist auch nur für einen begrenzten Zeitraum gültig.
- Ein WDF*IDF-Tool zu nutzen kann sehr zeitintensiv sein.
- WDF*IDF kann keine Garantie für eine gute Platzierung in den Suchergebnissen bieten. Suchmaschinen basieren ihre Bewertung auf einer ganzen Reihe von Kriterien.

Zusammengefasst

- WDF*IDF zeigt, welche Keywords auf erfolgreichen Seiten vorkommen.
- WDF*IDF eignet sich gut zur Optimierung von Seiten, für die es schon viele Angebote gibt.
- Ein professionelles WDF*IDF-Tool wie das auf KarlsCORE public bietet im Vergleich zu kostenlosen Angeboten mehr Vorteile. Testen Sie einfach mehrere Angebote und finden Sie heraus, welches am besten zu Ihnen passt.

Beispieltext

Ohne WDF*IDF

Meta-Title
Zimmerpflanzen: Auswahl- und Pflegetipps

Meta-Description
Die passenden Topfpflanzen für drinnen finden, stilvoll zusammenstellen und professionell pflegen. Informationen für den grünen Daumen und die grauen Zellen!

Text

Pflanzen für Wohnung und Terrasse
Kräuter, Blüten, Düfte für Deine individuelle Indoor-Oase

Hast Du Dich schon mal gefragt, warum man sich lebende Pflanzen in die Wohnung stellt? Die Menschheit hat schließlich jahrhundertelang daran gearbeitet, sich vor der Natur zu schützen. Die Herstellung von Kunstblumen war ein eigener Industriezweig, der hohe Kunstfertigkeit erforderte. Einmal aufgestellt musste man die Wunderwerke aus Seide oder Kunststoff nie wieder gießen.

Die Antwort auf die Frage, warum man sich trotzdem Zimmerpflanzen zulegt, hängt ganz von Deinen persönlichen Wünschen ab. Die können rein praktischer oder ästhetischer Natur sein oder das Schöne mit dem Angenehmen verbinden. Eine Topfpflanze ist eines der beliebtesten, weil unverfänglichsten Geschenke. Zum Beispiel an Kinder, die damit spielerisch lernen können, sich um etwas zu kümmern. Auch darüber wollen wir in diesem Artikel ein paar Worte verlieren.

Welcher Zimmerpflanzen-Typ bist Du?

Wenn Du Dir Pflanzen zulegst, dann teilen sie mit Dir ihren Lebensraum. Sie sind bei ihrer Versorgung mit Nährstoffen und auch bei der Licht- und Luftqualität vollkommen auf Dich angewiesen. Das erste Kriterium für die Auswahl von Zimmerpflanzen ist, wie pflegeintensiv sie sind und wie lange sie halten sollen. Mach Dich von dem Gedanken frei, dass Du Dir lauter Exoten ins Haus holen musst, die nur in Deiner Wohnung überleben. Ein Gänseblümchen, das Du vor Deinem Urlaub auf einer Wiese auswilderst, kann genauso schön sein. Vor allem, wenn Du immer wieder einen neuen Wohnstil ausprobierst, brauchst Du Pflanzen, die sich gut verschenken oder woanders neu anpflanzen lassen.

Topfpflanzen, Exoten und Spezialisten

Nicht alle Pflanzen brauchen einen Topf voller Erde, um wachsen und gedeihen zu können. Manche Sorten wie zum Beispiel Orchideen bevorzugen Granulat, andere wie Moos poröses Gestein und ein paar wie die Unechte Rose von Jericho kommen zeitweise sogar ganz ohne Nährboden aus. Auch Wasserpflanzen oder Edelpilze können unter bestimmten Umständen gut zu Deiner Wohnung passen. Die gesellschaftlichen Konventionen haben sich auch bei den Zimmerpflanzen geöffnet und jeder kann sich jetzt in die Wohnung stellen, was ihm gefällt. Es gibt zwar nach wie vor einige Traditionen, die in vergangenen Zeiten als Liebhaberei entstanden sind (z. B. das Sammeln von Kakteen), aber wer sich wirklich für Zierpflanzen interessiert, wird schnell ein eigenes Spezialgebiet für sich finden.

Pflanzen, die sich wehren

So schön manche Pflanzen sein mögen, sie können auch Gefahren mit sich bringen. Bevor Du Dir eine Pflanze anschaffst, solltest Du sorgfältig prüfen, ob sie Dir, Deinen Haustieren, anderen Pflanzen oder der Einrichtung auf irgendeine Art und Weise schaden können. Stacheln sind offensichtliche Gefahren, andere Pflanzen wehren sich durch Gift oder können allergische Reaktionen hervorrufen. Manche Pflanzen sondern Harz oder andere Stoffe ab, die Flecken bilden oder Ungeziefer anlocken können. Und die feuchte Erde kann

zum Nährboden für Schimmel und Schädlinge werden. Je besser Du über Deine Zimmerpflanzen und Ihre Wechselwirkungen Bescheid weißt, desto weniger Überraschungen kann es geben.

Genügsame Zimmerpflanzen

Eine Grünpflanze braucht in der Regel:

- die richtige Lichtmenge und -art
- die richtige Temperatur
- den richtigen Untergrund
- die passenden Nährstoffe
- Schutz vor Verletzungen
- Platz zum Wachsen

Wasser, Licht und Temperatur sind meist die kritischen Faktoren, ob es Deinen Pflanzen gut geht oder nicht.

Ideale Kandidaten für alle, die nicht von Natur aus einen grünen Daumen besitzen, sind Pflanzen, die auch in der Natur mit Extrembedingungen zurechtkommen. Zum Beispiel **Kakteen** und **Sukkulenten**, die Wasser speichern können. Auch **Aloe** bildet einen natürlichen Vorrat. **Sanseviera** oder **Bogenhanf** ist eine typische Büropflanze, die nicht viel Wasser braucht und den einen oder anderen Rempler aushält. Generell deuten fleischige Blätter, wie sie das **Dickblatt** oder **Echeverien** besitzen, darauf hin, dass man das Gießen auch mal vergessen kann.

Kleine Bäume und Palmen wie die **Birkenfeige (Ficus benjamina)**, **Yucca** oder der **Flaschenbaum** bzw. **Elefantenfuß**, aber auch **Buchs** kommen in der Regel mit den unterschiedlichsten Bedingungen klar.

Schattenpflanzen für die Wohnung

Diese Gewächse brauchen, wie der Name sagt, wenig Licht. Sie wachsen aber nicht sehr schnell und bilden auch nur selten Blüten aus. Dafür bilden sie teilweise ungewöhnliche Formen, die sie ideal für Blumenampeln oder hohe

Standorte auf Schränken machen. Die **Efeutute** ist ein Beispiel dafür. **Farne** sind generell für schattige Standorte geeignet. Daneben ist der **Philodendron** ein Zimmerpflanzen-Klassiker, der sich nach wie vor großer Beliebtheit erfreut. Manche Sorten wie die **Grünlilie**, die **Schusterpalme** und die **Glücksfeder** sind generell anspruchslos, andere wie das **Einblatt** oder die **Flamingoblume** brauchen zum Beispiel eine hohe Luftfeuchtigkeit.

Kräuter, Zierpflanzen und Luftverbesserer

Pflanzen atmen, produzieren Samen und Früchte und locken mit ihren Farben Insekten an. Manche Pflanzen wie die Kartoffel haben in ihrer Geschichte sogar einen Bedeutungswandel von der Zier- zur Nutzpflanze durchgemacht. Viele Kräuter wie Dill, Schnittlauch, Basilikum und Minze lassen sich problemlos in der Küche anbauen und sehen dabei auch noch dekorativ aus.

Wer Wert auf Farbe legt, sollte sich nach lange blühenden Sorten wie bestimmten Orchideen umsehen oder nach solchen mit Buntlaub. Die **Forellenbegonie** hat zum Beispiel helle Tupfer, die **Blattbegonie** geradezu psychedelische Blätter.

Vor allem optisch können Pflanzen die Atmosphäre verbessern. Wer sich messbare Effekte für die Luftqualität erhofft, muss seine Wohnung fast in ein Gewächshaus verwandeln. Allerdings gibt es einige aromatische Pflanzen, wie zum Beispiel Zitrusgewächse, die ihre Duftstoffe im Raum verbreiten, auch wenn sie nicht blühen.

Zen in der Kunst die Blumen zu gießen

Noch einmal zurück zur Frage, warum man sich lebende Pflanzen in die Wohnung holt, wenn man doch ansonsten nicht viel mit der Natur zu tun hat. Gerade deswegen. Pflanzen leben in ihrer eigenen Zeit und in ihrem eigenen Rhythmus. Sie erinnern uns unaufdringlich daran, wie wenig man braucht, um zu gedeihen und wie viel Schönheit in den einfachsten Dingen steckt. Man muss sich gar nicht in die Geheimnisse des Ikebana oder der Bonsai-Pflege vertiefen, um sich von seinen Zimmerpflanzen sanft aus dem Alltag entführen zu lassen.

Pflanzen anzubauen und zu pflegen ist für alle eine sinnvolle Tätigkeit, egal ob Jung oder Alt, für die Ästhetik oder zur Bereicherung der Küche.

Mit WDF*IDF (optimiert für „Zimmerpflanzen")

Gelb hinterlegt sind Teile, die aufgrund der Analyse der beweisführenden Begriffe eingefügt wurden.

Blau hinterlegt sind Teile, die aufgrund der Analyse der Unterschiedlichkeit eingefügt wurden.

Meta-Title
Zimmerpflanzen: Auswahl- und Pflegetipps

Meta-Description
Die passende Pflanze für drinnen finden, stilvoll zusammenstellen und professionell pflegen. Informationen über beliebte Arten von Topfpflanzen!

Text

Zimmerpflanzen für Wohnung und Terrasse
Kräuter, Blüten, Düfte, die den Garten in die Wohnung holen

Hast Du Dich schon mal gefragt, warum man sich lebende Pflanzen in die Wohnung stellt? Die Menschheit hat schließlich jahrhundertelang daran gearbeitet, sich vor der Natur zu schützen. Die Herstellung von Kunstblumen war ein eigener Markt, für den man hohe dekorative Kunstfertigkeit brauchte. Einmal aufgestellt musste man die Wunderwerke aus Seide oder Kunststoff nie wieder gießen.

Die Antwort auf die Frage, warum man sich trotzdem Zimmerpflanzen zulegt, hängt ganz von Deinen persönlichen Wünschen ab. Die können rein praktischer oder ästhetischer Natur sein oder das Schöne mit dem Angenehmen

verbinden. Eine Topfpflanze ist eines der beliebtesten, weil unverfänglichsten Geschenke. Zum Beispiel an Kinder, die damit spielerisch lernen können, sich um etwas zu kümmern. Auch darüber wollen wir in diesem Artikel ein paar Worte verlieren. Also leg Deinen Merkzettel bereit und fang an, Deinen Garten für drinnen zu planen.

Welcher Zimmerpflanzen-Typ bist Du?

Wenn Du Dir Pflanzen zulegst, dann teilen sie mit Dir ihren Lebensraum. Sie sind alle Tage bei ihrer Versorgung mit Nährstoffen und auch bei der Licht- und Luftqualität vollkommen auf Dich angewiesen. Das erste Kriterium für die Auswahl von Zimmerpflanzen ist, ob sie mehr oder weniger pflegeintensiv sind und wie lange sie halten sollen. Und natürlich sollte auch die Größe passen. Eine Palme von 200 cm Höhe ist nur für wenige Wohnungen geeignet. Mach Dich von dem Gedanken frei, dass Du Dir lauter Exoten ins Haus holen musst, die nur in Deiner Wohnung überleben. Ein Gänseblümchen, das Du vor Deinem Urlaub auf einer Wiese auswilderst, kann genauso schön sein. Vor allem, wenn Du immer wieder einen neuen Wohnstil ausprobierst, brauchst Du Pflanzen, die sich gut verschenken oder woanders neu anpflanzen lassen. Ein paar cm können da den Unterschied machen.

Topfpflanzen, Exoten und Spezialisten

Nicht alle Pflanzen brauchen einen Topf voller Erde, um wachsen und gedeihen zu können. Manche Sorten wie zum Beispiel Orchideen bevorzugen Granulat, andere wie Moos poröses Gestein und ein paar wie die Unechte Rose von Jericho kommen zeitweise sogar ganz ohne Nährboden aus. Auch Wasserpflanzen oder Edelpilze können unter bestimmten Umständen gut zu Deiner Wohnung passen und ihre Verwendung finden. Der Markt für Zimmerpflanzen ist riesig. Er reicht von vorgezüchteten Arten zum kleinen Preis bis zu Raritäten, bei denen allein der Topf schon ein Vermögen kostet. Erst im sorgfältigen Vergleich offenbaren sich die Vorzüge von Palme oder Hibiscus, Veilchen oder Gummibaum. Die gesellschaftlichen Konventionen haben sich auch bei den Zimmerpflanzen geöffnet und jeder kann sich jetzt in die Wohnung stellen, was ihm gefällt. Es gibt zwar nach wie vor einige Traditionen, die in vergangenen Zeiten als Liebhaberei entstanden sind (z. B. das Sammeln

von Kakteen), aber wer sich wirklich für Zierpflanzen interessiert, wird schnell ein eigenes Spezialgebiet für sich finden.

Pflanzen, die sich wehren

So schön manche Pflanzen sein mögen, sie können auch Gefahren mit sich bringen. Bevor Du Dir eine Pflanze anschaffst, gehört es zu Deinen Jobs, sorgfältig zu prüfen, ob sie Dir, Deinen Haustieren, anderen Pflanzen oder der Einrichtung auf irgendeine Art und Weise schaden können. Stacheln, die auch manche Topfpflanzen tragen, sind offensichtliche Gefahren, andere Pflanzen wehren sich durch Gift oder können allergische Reaktionen mit sich bringen. Manche Pflanzen sondern Harz oder andere Stoffe ab, die Deine Möbel mit Flecken überziehen oder Ungeziefer anlocken können. Und die feuchte Erde kann zum Nährboden für Schimmel und Schädlinge werden. Wenn Du das bemerkst, solltest Du sofort einschreiten. Je besser Du über Deine Zimmerpflanzen und Ihre Wechselwirkungen Bescheid weißt, desto weniger Überraschungen kann es geben.

Genügsame Zimmerpflanzen

Eine Grünpflanze braucht in der Regel:

- die richtige Menge und Art von Licht
- die richtige Temperatur
- den richtigen Untergrund
- die passenden Nährstoffe
- Schutz vor Verletzungen
- Platz zum Wachsen

Wasser, Licht und Temperatur sind meist die kritischen Faktoren, ob es Deinen Pflanzen gut geht oder nicht.
Ideale Kandidaten für alle, die nicht von Natur aus einen grünen Daumen besitzen, sind Pflanzen, die auch in der Natur mit Extrembedingungen zurechtkommen. Gute Tipps sind **Kakteen** und **Sukkulenten**, die Wasser speichern können. Auch **Aloe** bildet einen natürlichen Vorrat. **Sanseviera** oder **Bogenhanf** ist eine typische Büropflanze, die nicht viel Wasser braucht und den

einen oder anderen Rempler aushält. Generell deuten fleischige Blätter, wie sie das **Dickblatt** oder **Echeverien** besitzen, darauf hin, dass man das Gießen auch mal vergessen kann.
Kleine Bäume und Palmen wie die **Birkenfeige (Ficus benjamina)**, **Yucca** oder der **Flaschenbaum** bzw. **Elefantenfuß**, aber auch **Buchs** kommen in der Regel mit den unterschiedlichsten Bedingungen und jedem Standort klar.

Schattenpflanzen für die Wohnung

Diese Gewächse brauchen, wie der Name sagt, wenig Licht und lassen sich zu Hause bequem in allen Räumen aufstellen. Sie wachsen aber nicht sehr schnell und bilden auch nur selten Blüten aus. Dafür bilden sie teilweise ungewöhnliche Formen, die sie ideal für Blumenampeln oder hohe Standorte auf Schränken machen. Die Efeutute ist ein Beispiel für robuste Zimmerpflanzen. Farne sind generell für schattige Standorte geeignet. Daneben ist der Philodendron ein Zimmerpflanzen-Klassiker, der sich nach wie vor großer Beliebtheit erfreut. Manche Sorten wie die Grünlilie, die Schusterpalme und die Glücksfeder sind generell anspruchslos, andere wie das Einblatt oder die Flamingoblume brauchen zum Beispiel eine hohe Luftfeuchtigkeit und genügend Wasser in Erde oder Substrat.

Kräuter, Zierpflanzen und Luftverbesserer

Pflanzen atmen, produzieren Samen und Früchte und locken mit ihren Farben Insekten an. Manche Pflanzen wie die Kartoffel haben in ihrer Geschichte sogar einen Bedeutungswandel von der Zier- zur Nutzpflanze durchgemacht. Viele Kräuter wie Dill, Schnittlauch, Basilikum und Minze lassen sich problemlos in der Küche anbauen und sehen dabei auch noch dekorativ aus.
Wer Wert auf Farbe von hoher Qualität und Haltbarkeit legt, sollte sich nach lange blühenden Sorten wie bestimmten Orchideen umsehen oder nach solchen mit Buntlaub. Die **Forellenbegonie** hat zum Beispiel helle Tupfer, die **Blattbegonie** geradezu psychedelische Blätter.

Vor allem optisch können Pflanzen die Atmosphäre verbessern. Wer sich messbare Effekte für die Luftqualität erhofft, muss seine Wohnung fast in ein Gewächshaus verwandeln. Allerdings gibt es einige aromatische Pflanzen, wie

zum Beispiel Zitrusgewächse, die ihre Duftstoffe im Raum verbreiten, auch wenn sie nicht blühen.

Zen in der Kunst die Blumen zu gießen

Noch einmal zurück zur Frage, warum man sich lebende Pflanzen in die Wohnung holt, wenn man doch ansonsten nicht viel mit der Natur zu tun hat. Gerade deswegen. Pflanzen leben in ihrer eigenen Zeit und in ihrem eigenen Rhythmus. Sie erinnern uns unaufdringlich daran, wie wenig man braucht, um zu gedeihen und wie viel Schönheit in den einfachsten Dingen steckt. Man muss sich gar nicht in die Geheimnisse des Ikebana oder der Bonsai-Pflege vertiefen, um sich von seinen Zimmerpflanzen sanft aus dem Alltag entführen zu lassen.

Pflanzen anzubauen und zu pflegen, ist für alle eine sinnvolle Tätigkeit, egal ob Jung oder Alt, für die Ästhetik oder zur Bereicherung der Küche.

Noch ein Tipp: Die Lieferbedingungen sind inzwischen so gut, dass Sie Ihre Zimmerpflanzen ebenso gut bei Dehner oder einem anderen Markt selbst kaufen wie bei Amazon.de online bestellen können. Für manche Arten ist es aber sicherer, wenn Sie sich die Samen schicken lassen.

Links zu WDF*IDF-Tools

https://www.online-marketing.net/karlscore-public/

http://www.wdfidf-tool.com/

https://www.seobility.net/de/wdf-idf-tool/

Impressum

Inhaltlich verantwortlich:
Ursula Martens, Diplom-Volkswirtin

WORTKIND® | Texte, Marketing, PR und Coaching
Erdinger Straße 74a, 85356 Freising

Telefon: 081 61 - 862 767
Fax: 081 61 - 862 765

E-Mail: ursula.martens@wortkind.de
www.wortkind.de

USt-ID: DE252519642 | Deutsches Markenregister: 302008055333

Layout & Umsetzung
Franz und Späth GbR, Büro für Gestaltung, Lübeck
www.franzundspaeth.de

Coverfotos
© iStock.com/laflor, © iStock.com/PhonlamaiPhoto

Haftungsausschluss
Trotz aller Sorgfalt und Leidenschaft können uns natürlich Fehler unterlaufen sein. Darum garantiere ich nicht für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der Inhalte. Auch sind unsere Tipps nicht als rechtliche Beratung aufzufassen. Bei allen Rechtsfragen empfehle ich Ihnen fachlichen Beistand. Texte, Grafiken und Bilder sind urheberrechtlich geschützt. Wenn Sie Inhalte des Buches verwerten möchten, geht das nur mit unserer Genehmigung. Alle Kontaktdaten finden Sie im Impressum. Texte und Links wurden zuletzt am 21.06.2018 überprüft.

WEBERFOLG
Tuning für Texte

Hier bestellen

WORTKIND® – Über 1000 zufriedene Kunden

Vom Profi profitieren

„Top-Dienstleister 2017“ bei Proven Expert

Jury-Mitglied „B este Online-Pressemitteilung 2015“

2. Preis „Beste Online-Pressemitteilung 2016“

2. Preis „Beste Online-Pressemitteilung 2014“

1. Preis „Beste Online-Pressemitteilung 2013“

„Texterpreis 2011“ vom Bundesverband professioneller Werbetexter Deutschland e.V.