Night Candle Mission: Kommerzielle Keyword-Recherche für Deutschland

Stand: Oktober 2026 · Kanäle: Google SEO und Google Ads · Produkte: Nachtkerzenöl-Kapseln und Nachtkerzenöl-Salbe

Meine Empfehlung ist, die Recherche auf zwei getrennte Verkaufstrichter aufzubauen: **Kapseln für Menschen, die gezielt nach Nachtkerzenöl suchen, und Salbe für Menschen, die eine passende Hautpflege suchen.** Ergänzend erschließt du Informationssuchanfragen rund um die Gemeine Nachtkerze (*Oenothera biennis*).

Eine wichtige Einschränkung vorab: Ich konnte in der verfügbaren Recherche keine belastbaren, aktuellen Google-Keyword-Planer-Messwerte für Deutschland abrufen. Deshalb kennzeichne ich Suchvolumen und CPC nicht mit erfundenen Zahlen. Die folgenden Wettbewerbs- und Kostenklassen sind qualitative Arbeitshypothesen, keine gemessenen Google-Ads-Daten.

1. Priorisierung auf einen Blick

Nachtkerzenöl-Kapseln

Priorität 1

Primäre Keywords: Nachtkerzenöl Kapseln, Nachtkerzenöl kaufen, Nachtkerzenöl 1000 mg.

Direkte Produkt- und Kaufintention. Guter Ausgangspunkt für eine eigene Suchkampagne und eine optimierte Produktseite.

Nachtkerzenöl-Salbe

Priorität 1

Primäre Keywords: Nachtkerzenöl Salbe, Nachtkerzenöl Creme, Salbe für trockene Haut.

> Kaufintention bei konkreten Produktbegriffen; bei allgemeinen Hautpflegebegriffen ist die Konkurrenz breiter.

Ratgeber und organische Reichweite

Priorität 2

Primäre Keywords: Nachtkerzenöl Wirkung, Nachtkerzenöl Haut, Nachtkerzenöl Erfahrungen, Gemeine Nachtkerze Heilpflanze 2026.

> Gut für thematische Sichtbarkeit und Vertrauen. Nicht jeder Besucher ist bereits kaufbereit.

2. Keyword-Liste für die Kapseln

Die Wettbewerbseinschätzung bezieht sich hier auf den voraussichtlichen SEO- beziehungsweise Anzeigenwettbewerb. Sie ist ausdrücklich nicht mit dem Wettbewerbswert im Google Keyword-Planer gleichzusetzen.

Keyword	Suchintention	SEO-Potenzial	Ads-Test
Nachtkerzenöl Kapseln	Kauf	Hoch	Sehr hoch
Nachtkerzenöl kaufen	Kauf	Hoch	Sehr hoch
Nachtkerzenöl Kapseln kaufen	Kauf	Hoch	Sehr hoch
Nachtkerzenöl 1000 mg	Produktvergleich	Mittel–hoch	Hoch
Nachtkerzenöl hochdosiert	Produktvergleich	Mittel	Hoch
Nachtkerzenöl GLA	Inhaltsstoff / Vergleich	Mittel	Mittel
Nachtkerzenöl Inhaltsstoffe	Information	Mittel	Niedrig
Nachtkerzenöl Wirkung	Information / Vergleich	Hoch	Niedrig–mittel

Nachtkerzenöl Erfahrungen	Vergleich	Mittel–hoch	Mittel
Nachtkerzenöl Einnahme	Anwendung	Mittel	Niedrig
Nachtkerzenöl Frauen	Information / Produkt	Mittel	Mittel
Nachtkerzenöl PMS	Gesundheitsthema	Mittel	Rechtlich prüfen
Nachtkerzenöl Regelschmerzen	Gesundheitsthema	Mittel	Rechtlich besonders kritisch
Nachtkerzenöl Wechseljahre	Gesundheitsthema	Mittel	Rechtlich prüfen

Wichtig für deine Produktseite: Begriffe wie „1000 mg“, „hochdosiert“ und „GLA“ sind nur dann passend, wenn sie zur tatsächlichen Zusammensetzung und Dosierung deiner Kapseln passen. Die Aufnahme in eine Keyword-Liste ist keine Empfehlung, diese Aussagen ungeprüft als Werbetext zu verwenden.

Empfohlene SEO-Zuordnung

- **Produktseite:** Nachtkerzenöl Kapseln, Nachtkerzenöl kaufen, passende Dosierungs- und Inhaltsstoffbegriffe.
- **Ratgeber 1:** Nachtkerzenöl: Inhaltsstoffe und wissenschaftliche Studienlage.
- **Ratgeber 2:** Gamma-Linolensäure (GLA): Was ist das?
- **Ratgeber 3:** Nachtkerzenöl und weiblicher Zyklus – was ist wissenschaftlich untersucht?

Der Ratgeber zu PMS sollte sachlich über die Evidenz informieren und keine unbelegten Behandlungserfolge versprechen.

3. Keyword-Liste für die Nachtkerzenöl-Salbe

Hier würde ich zwischen der gezielten Suche nach einem Nachtkerzenölprodukt und der Suche nach einer Lösung für ein Hautbedürfnis unterscheiden.

Keyword	Suchintention	SEO-Potenzial	Ads-Test
Nachtkerzenöl Salbe	Kauf	Hoch	Sehr hoch
Nachtkerzenöl Creme	Kauf / Vergleich	Hoch	Hoch
Nachtkerzenöl Balsam	Kauf	Mittel	Hoch
Nachtkerzenöl Hautpflege	Kauf / Information	Mittel–hoch	Mittel
Nachtkerzenöl für trockene Haut	Produkt / Information	Hoch	Hoch

Salbe für trockene Haut	Kauf	Hoch	Hoch
Pflege für empfindliche Haut	Kauf / Vergleich	Hoch	Mittel–hoch
Hautschutzsalbe	Kauf	Hoch	Hoch
Salbe für raue Haut	Kauf / Problemorientiert	Mittel–hoch	Mittel
Creme für sehr trockene Haut	Kauf	Hoch	Hoch
Nachtkerzenöl Neurodermitis	Krankheitsbezogen	Mittel	Rechtlich kritisch
Salbe bei Neurodermitis	Krankheitsbezogen	Hoch	Rechtlich besonders kritisch
Nachtkerzenöl Ekzem	Krankheitsbezogen	Mittel	Rechtlich kritisch
Nachtkerzenöl Gesicht	Produkt / Anwendung	Mittel	Mittel

Die Suchvolumenpotenziale sind qualitative Einschätzungen. Insbesondere bei „Salbe für trockene Haut“ und „Creme für sehr trockene Haut“ dürfte der Markt breiter sein als bei der spezifischen Suche nach Nachtkerzenöl; dafür konkurrierst du auch mit vielen anderen Pflegeprodukten.

Meine Keyword-Strategie für die Salbe

Primäre Produktseite

- Nachtkerzenöl-Salbe
- Nachtkerzenöl-Creme
- Nachtkerzenöl Hautpflege
- weitere Begriffe, die die tatsächliche Formulierung und Produkteigenschaften beschreiben

Sekundäre Landingpage oder Ratgeber

- Pflege bei sehr trockener Haut
- Pflege bei empfindlicher Haut
- Hautbarriere und Hautpflege
- Unterschiede zwischen Salbe, Creme und Balsam

Neurodermitis als separates Themenfeld

Die Nachfrage nach „Neurodermitis“ kann kommerziell interessant sein. Der Begriff allein macht die Verwendung jedoch nicht automatisch unzulässig oder zulässig. Entscheidend ist, ob die Produktseite oder Anzeige eine Behandlung, Linderung oder sonstige medizinische Wirkung suggeriert. Für ein kosmetisches Produkt würde ich die medizinische Positionierung deshalb erst nach einer konkreten regulatorischen Prüfung freigeben.

EUR-Lex
+1

4. Suchvolumen, Wettbewerb und CPC: Was ist tatsächlich bekannt?

Google stellt diese Kennzahlen im Keyword-Planer bereit. Die durchschnittlichen Suchanfragen werden anhand des gewählten Landes, Netzwerks und Zeitraums ermittelt; die CPC-Gebotsbereiche basieren auf historischen Geboten. Der Anzeigenwettbewerb ist dabei nicht dasselbe wie die SEO-Schwierigkeit eines Keywords.

Google Ads-Hilfe
+1

Kennzahl	Status dieser Recherche	So solltest du sie verwenden
Monatliches Suchvolumen	Noch nicht verifiziert	Deutschland, Google-Suche, 12-Monats-Mittelwert
Ads-Wettbewerb	Qualitativ eingeschätzt	Später durch Google-Werte „niedrig/mittel/hoch“ ersetzen
CPC	Keine belastbaren Euro-Werte verfügbar	Unterer und oberer Gebotsbereich aus dem Keyword-Planer
SEO-Schwierigkeit	Nicht gemessen	Top-10-Suchergebnisse und Konkurrenzseiten untersuchen
Kaufintention	Strategisch bewertet	Mit tatsächlichen Conversion-Daten validieren

Ich würde hier bewusst keine scheinbar exakten CPC-Werte wie 0,42 € oder 1,15 € angeben. Ohne die konkrete Abfrage wären sie nicht belastbar.

So bekommst du die verifizierten Zahlen

1. Öffne den Google Ads Keyword-Planer . Für die grundlegenden Funktionen musst du die Kontoeinrichtung abschließen.

   Google Ads-Hilfe
   +1
2. Wähle „Suchvolumen und Prognosen abrufen“ und füge die unten stehende Keyword-Liste ein.
3. Stelle den Standort auf Deutschland, die Sprache auf Deutsch und das Netzwerk auf Google-Suche ein.
4. Exportiere die Ergebnisse mit durchschnittlichen monatlichen Suchanfragen, Wettbewerb sowie Gebot für obere Positionen (unterer und oberer Bereich).
5. Prüfe die Werte separat für SEO und Ads. Ein Keyword mit hohem Anzeigenwettbewerb kann organisch trotzdem erreichbar sein – und umgekehrt.

5. Google-Ads-Struktur: So würde ich die Kampagnen aufsetzen

Kampagne 1 – Kapseln / Kaufintention

Anzeigengruppe: Produktbegriffe

- [nachtkerzenöl kapseln]
- "nachtkerzenöl kapseln kaufen"
- [nachtkerzenöl kaufen]
- "nachtkerzenöl 1000 mg" – nur bei passendem Produkt

Kampagne 2 – Salbe / Kaufintention

Anzeigengruppe: Produktbegriffe

- [nachtkerzenöl salbe]
- [nachtkerzenöl creme]
- "nachtkerzenöl hautpflege"

Kampagne 3 – Allgemeine Hautpflege

Nur separat testen, wenn die Marge und das Budget es erlauben

- "salbe für trockene haut"
- "pflege für empfindliche haut"

•"creme für sehr trockene haut"

SEO – Informationsinhalte

•Nachtkerzenöl: Inhaltsstoffe und Anwendung

•Gamma-Linolensäure verständlich erklärt

•Nachtkerze als Heilpflanze des Jahres 2026

Ich würde anfangs **exakte und passende Wortgruppen** verwenden, statt sofort breit passende Keywords einzusetzen. So lässt sich die tatsächliche Suchanfrage besser kontrollieren. Der Suchanfragenbericht hilft anschließend dabei, passende neue Begriffe aufzunehmen und irrelevante Suchanfragen auszuschließen.

Google Ads-Hilfe
+1

Sinnvolle auszuschließende Keywords

Je nach Geschäftsmodell und tatsächlichem Sortiment würde ich unter anderem folgende Suchanfragen prüfen und gegebenenfalls ausschließen:

- kostenlos
- selber machen
- Rezept
- Definition
- Jobs
- Großhandel, falls du ausschließlich direkt an Verbraucher verkaufst
- Nebenwirkungen, sofern du dafür keine gezielte Informationskampagne planst

„Nebenwirkungen“, „Erfahrungen“ und „Wirkung“ würde ich bei SEO nicht pauschal ausschließen: Sie können für fundierte Ratgeber und die Kaufentscheidung wichtig sein.

6. Rechtliches Risiko: Welche Keywords würde ich wie behandeln?

Für Night Candle Mission ist das besonders wichtig, weil du sowohl ein Nahrungsergänzungsmittel als auch ein Kosmetikprodukt vermarkten möchtest.

Keyword-Thema	Risiko	Empfehlung
Nachtkerzenöl Kapseln	Niedrig bis	Produkt und Inhaltsstoffe sachlich beschreiben

	mittel	
Nachtkerzenöl 1000 mg	Niedrig bis mittel	Nur bei nachweislich passender Dosierung
Nachtkerzenöl Wirkung	Mittel	Ratgeber sachlich und wissenschaftlich ausgewogen gestalten
Nachtkerzenöl PMS	Hoch	Keine ungeprüften gesundheitsbezogenen Werbeversprechen
Regelschmerzen lindern	Sehr hoch	Nicht als unzulässiges Wirkversprechen verwenden
Nachtkerzenöl Salbe	Niedrig bis mittel	Produktkategorie und tatsächliche Eigenschaften korrekt beschreiben
Pflege für trockene Haut	Niedrig bis mittel	Pflegewirkung am fertigen Produkt belegen
Neurodermitis behandeln	Sehr hoch	Für eine kosmetische Salbe nicht als Behandlungsversprechen verwenden
Ekzem heilen	Sehr hoch	Nicht als kosmetisches Heilversprechen verwenden

Bei Nahrungsergänzungsmitteln sind gesundheitsbezogene Angaben grundsätzlich nur unter den Voraussetzungen der EU-Verordnung 1924/2006 zulässig. Bei Kosmetik müssen Werbeaussagen belegbar sein und dürfen die Wirkung eines Inhaltsstoffs nicht ungeprüft auf das fertige Produkt übertragen.

EUR-Lex
+1

Zusätzlich solltest du die Google-Ads-Richtlinien für Gesundheit und Medizin sowie für personalisierte Anzeigen prüfen. Gesundheitsthemen können die Möglichkeiten zur personalisierten Ausrichtung einschränken.

Google Ads-Werberichtlinien-Hilfe
+1

7. Die Keyword-Liste zum Kopieren

Diese Liste kannst du direkt in eine Tabellenkalkulation übernehmen oder in den Keyword-Planer einfügen.

Schreiben

Night Candle Mission – Keyword-Seed-Liste Deutschland

Produkt: Nachtkerzenöl-Kapseln

nachtkerzenöl kapseln nachtkerzenöl kapseln kaufen nachtkerzenöl kaufen nachtkerzenöl 1000 mg nachtkerzenöl hochdosiert nachtkerzenöl GLA nachtkerzenöl gamma linolensäure nachtkerzenöl inhaltsstoffe nachtkerzenöl wirkung nachtkerzenöl erfahrungen nachtkerzenöl einnahme nachtkerzenöl frauen nachtkerzenöl PMS nachtkerzenöl menstruation nachtkerzenöl wechseljahre

Produkt: Nachtkerzenöl-Salbe

nachtkerzenöl salbe nachtkerzenöl salbe kaufen nachtkerzenöl creme nachtkerzenöl balsam nachtkerzenöl hautpflege nachtkerzenöl für trockene haut nachtkerzenöl für empfindliche haut nachtkerzenöl gesicht salbe für trockene haut creme für sehr trockene haut pflege für empfindliche haut hautbarriere pflege hautpflege ohne parfum nachtkerzenöl neurodermitis nachtkerzenöl ekzem

SEO und Ratgeber

gemeine nachtkerze oenothera biennis heilpflanze des jahres 2026 nachtkerze nachtkerzenöl herstellung nachtkerzenöl kaltgepresst nachtkerzenöl inhaltsstoffe gamma linolensäure haut nachtkerzenöl äußerliche anwendung nachtkerzenöl wissenschaftliche studien nachtkerzenöl wirkung haut

Zu erfassende Messwerte

Keyword Durchschnittliche monatliche Suchanfragen Deutschland Google-Ads-Wettbewerb Gebot obere Position – unterer Bereich Gebot obere Position – oberer Bereich SEO-Suchintention Geschätzte SEO-Schwierigkeit Rechtliches Risiko Zielseite Priorität

8. Mein konkreter Aktionsplan

1. **Zuerst:** Suchvolumen und CPC für die beiden Produktcluster im Keyword-Planer messen.
2. **Danach:** Die zwei Produktseiten auf die jeweils wichtigsten Kauf-Keywords ausrichten.
3. **Parallel:** Drei bis fünf Ratgeber erstellen, die echte Informationsfragen zu Nachtkerzenöl und Hautpflege beantworten.

4. **Vor dem Ads-Start:** Produkttexte, Anzeigen und Landingpages auf rechtliche Zulässigkeit prüfen.
5. **Nach dem Start:** Suchbegriffe, Kosten pro Kauf, Conversion-Rate und Deckungsbeitrag auswerten.

   Der entscheidende Punkt ist nicht das Keyword mit den meisten Suchanfragen, sondern das Keyword, bei dem Suchintention, Produktpassung, zulässige Werbeaussage und wirtschaftliche Marge zusammenpassen.
   Die wichtigste offene Datenlücke sind jetzt die tatsächlichen Google-Messwerte. Sobald du den Export aus dem Keyword-Planer hast, lässt sich daraus eine belastbare Rangliste mit monatlichem Suchvolumen, Gebotsspannen, Priorität und einem konkreten Startbudget für Night Candle Mission erstellen.