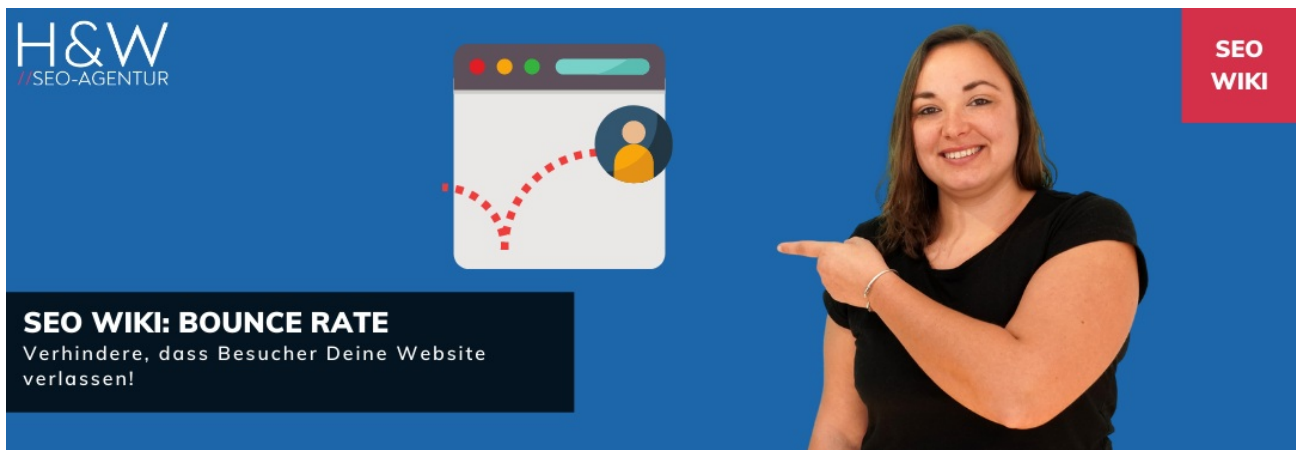


Bounce Rate: Verhindere, dass Besucher Deine Website verlassen!

von Laura Werner | Apr 25, 2021 | SEO Wiki



Manche User bleiben länger auf Deiner Website als andere und Du verstehst nicht, woran das liegt. Schluss damit! Erfahre jetzt alles, was Du zu diesem Thema wissen musst und verbessere nachhaltig Deine Bounce Rate.

PDF downloaden

1. Definition und Erklärung: Das bedeutet Bounce Rate
2. So kannst Du die Bounce Rate messen
3. Darum ist die Bounce Rate wichtig
4. Welche Faktoren können eine hohe Absprungrate verursachen?
5. So kannst Du Deine Absprungrate verbessern
6. So hängen Bounce Rate und SEO zusammen



Facebook



YouTube



Instagram



Spotify

Definition und Erklärung: Das bedeutet Bounce Rate

Jede Website hat Besucher. Bei der Bounce Rate, zu Deutsch auch Absprungrate geht es darum, wie viele Nutzer auf Deiner Website waren und diese wieder nach sehr kurzer Zeit verlassen haben, ohne mit ihr zu interagieren. Unter einer Interaktion mit

einer Domain versteht man:

- Klick auf eine weitere Seite Deiner Domain (Unterseite)
- Download von Inhalten
- Längere Verweildauer auf Deiner Website

Von einer **hohen Absprungrate** oder einem **hohen Wert** spricht man also, wenn Du es nicht geschafft hast, dass ein Besucher eine **Aktion** auf Deiner Website ausführt. Eine **niedrige Absprungrate** wiederum lässt darauf schließen, dass Die User sich auf Deiner Seite **wohlfühlen**, sie ihnen **gefällt**. Selbstverständlich sollte dies das **Ziel** einer jeden Website sein. Hast Du einen **schlechten Wert**, solltest Du über **Änderungen** auf Deiner Website nachdenken. Aber dazu später. Übrigens: Auch für Dein **Google Ranking** kann die Bounce Rate eine Rolle spielen. Denn die Suchmaschine legt großen Wert auf die **Autorität** und **Qualität** einer Seite. Hast Du viele User, die Deine Seite „ungelesen“ wieder verlassen, ist das für die Suchmaschine ein Indiz dafür, dass Deine Seite **verbesserungswürdig** ist. Ist die Absprungrate ein Rankingfaktor für Google? Wahrscheinlich ja. Wie groß der Faktor für Google ist, ist allerdings nicht bekannt.



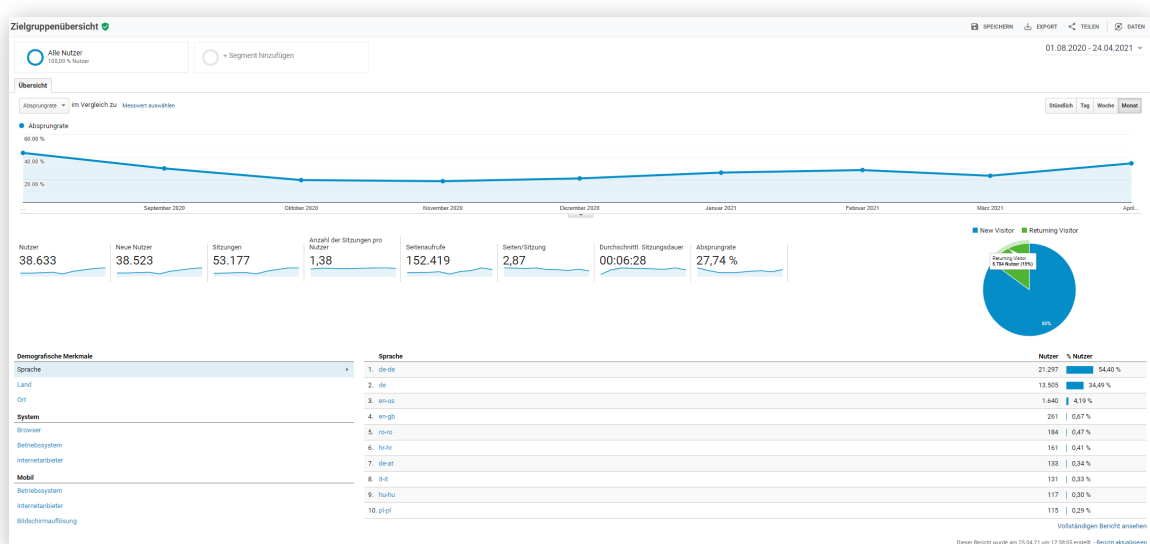
So kannst Du die Bounce Rate messen

Den Wert Deiner Bounce Rate bekommst Du in **Prozent** angezeigt. Verwendet werden dafür Programme wie **Google Analytics**. Hier werden **alle Seiten** und **Unterseiten** Deiner Domain aufgeführt. Hier kannst Du die Werte der

einzelnen Seite ablesen. Aber es gibt auch einen Wert, der Deine Website generell betrifft. Je niedriger die Absprungrate, desto **weniger Besucher** haben Deine Website, ohne eine Aktion zu tätigen, verlassen.

Hast Du Google Analytics für Deine Website implementiert, kannst Du die Werte Deiner Bounce Rate wie folgt auslesen: Du fragst Dich: Wie kann ich die Bounce Rate meiner Website ermitteln? Auf der **Startseite** von Analytics findest Du links den Reiter **Verhalten**. Hier auf **Websitecontent** klicken. Hier wiederum auf den Reiter **Alle Seiten**. In dieser Übersicht findest Du dann alle möglichen Werte. Unter anderem den der Bounce Rate. Leider kommt es bei dem Thema Bounce Rate immer wieder zu **Missverständnissen**. Das liegt unter anderem an **sehr ähnlich klingenden Begriffen** wie beispielsweise dem der **Ausstiegsrate**, die aber eine Kennzahl für etwas ganz anderes ist.

Hier siehst Du die Entwicklung der Bounce Rate bzw. Absprungrate über mehrere Monate in Google Analytics:



Absprungrate versus Ausstiegsrate – was ist der Unterschied?

Bei der **Absprungrate** handelt es sich um den Wert oder die Anzahl der Besucher, die auf Deiner Seite landen und sie **unverzögerlich** wieder verlassen, ohne beispielsweise etwas gelesen oder gekauft zu haben. Die **Ausstiegsrate** (Exit Rate) besagt etwas ganz anderes: Hier wird die **Anzahl der Besucher** gemessen, die eine **bestimmte Seite** wieder verlassen. Der Wert sagt aber überhaupt nichts darüber aus, ob dieser Besucher möglicherweise **bereits zuvor** auf einer **anderen Seite** Deiner Website war. Sondern zeigt nur an, bei **welcher Seite** er den Tab geschlossen hat. Eine hohe Ausstiegsrate muss **nicht unbedingt negativ** sein. Nehmen wir an Du kaufst ein Produkt. In den meisten Fällen landest Du nach Abwicklung des Kaufs auf einer Seite, auf der sich der Anbieter für Deinen Kauf bedankt und noch einmal alles Wichtige zusammenfasst. Hier ist der Ausstieg **gewünscht**. Denn nach dem Kauf wirst Du

diesen Tab schließen. Entsprechend hoch wird die Ausstiegsrate auf dieser Seite sein. In diesem Fall ist das aber sogar so gewünscht.

Jetzt mit Online Marketing durchstarten

Nutze Online Marketing um Deine Zielgruppen zu erreichen und mit Deinem Unternehmen zu wachsen.

**Kontakt
aufnehmen**



Darum ist die Bounce Rate wichtig

Für wen die Absprungrate wichtig ist und für wen nicht, kann man nicht so einfach sagen. Grundsätzlich kann man aber sagen, dass die Werte des Absprungs schon eine Aussage darüber treffen, **wie erfolgreich** eine Seite ist. Passen die Inhalte zur Überschrift einer Seite? Finde ich auf der Seite, wonach ich suche? Sind die Seitenaufrufe und die Absprungrate einer Seite gestiegen, nachdem sie umgestaltet wurde? Ein wichtiger **Indikator** für Webmaster oder Suchmaschinenoptimierer. Anhand der Bounce Rate können sie möglicherweise feststellen, ob ihnen irgendwo ein **Fehler** unterlaufen ist.

Die Werte können aber auch Aufschluss darüber geben, ob eine geschaltete **Werbeanzeige** bei Google (SEA) seinen Zweck erfüllt. Gehen die Nutzer nach kurzer Zeit wieder von der Seite, hat die Anzeige ihr Ziel verfehlt. Die **Kampagne** hatte **keine Wirkung**. Beziehungsweise die Seite, auf die die Kampagne aufmerksam machen wollte, sollte **überarbeitet** werden.

Oder Du bewirbst einen neuen Artikel oder ein Produkt mit **E-Mail Marketing**. Du versiehst diese Mail mit einem Link zu einer Seite, auf die Du die Besucher locken willst. Ist die Bounce Rate auf dieser Seite trotzdem hoch, scheinen die Empfänger Deiner Mail aus irgendeinem Grund **nicht zufrieden** mit der Seite zu sein. Auch hier kannst Du eventuell entsprechende Rückschlüsse ziehen.



SEO Blog

> zum Blog



SEO Podcast

> zum Podcast



SEO Wiki

> zur Wiki

Welche Faktoren können eine hohe Absprungrate verursachen?

Jeder von uns ist doch schon mal auf einer Seite gelandet und dachte sich: Was ist denn hier los? Und war schnell wieder weg. Gründe für so eine Handlung gibt es viele. Meistens haben die Besucher der Seite dann nicht **gefunden**, wonach sie eigentlich **gesucht** haben. Fühlten sich durch irgendwas **gestört**. So etwas löst ein **negatives Nutzererlebnis** aus. Der Besucher wird die Seite mit hoher Wahrscheinlichkeit nicht mehr so schnell aufsuchen. Um solche Ereignisse und eine hohe Absprungrate zu vermeiden, solltest Du bei Deinem Online Auftritt darauf achten, folgende Punkte genau zu bearbeiten:

Unnötige oder zu viel Werbung

Schon mal auf einer Seite gewesen, auf der Du den Inhalt vor **lauter Werbung** nichts sehen konntest? Sicher bist auch Du nicht lang auf dieser Seite geblieben, sondern hast Dich für den **Absprung** entschieden. Mit hoher Wahrscheinlichkeit wirst Du diese Tatsache im Hinterkopf behalten. Schlechtes Image bekommt man nicht mehr so schnell los. **Zuviel Werbung** wirkt **nicht seriös** und führt oft zu hohen Absprungraten. Auch Pop Ups, die man erstmal mühsam wieder weg klicken muss mögen Nutzer überhaupt nicht. Und führen zu einer hohen Absprungrate. Solltest Du Werbung auf Deiner Seite haben, baue sie möglichst **unauffällig** ein, sodass der Nutzer nicht direkt nur Werbung sieht.

Falsche oder unpassende Inhalte

Für hohe Werte bei der Absprungrate sorgen auch **mangelhafte Inhalte** auf einer Website. Oder die **falsche/schlechte Darstellung** eines solchen Inhalts. Du willst den Nutzer auf Deiner Seite durch solche Fehler nicht verlieren? Dann solltest Du auf folgende Punkte achten, um hohe Absprungraten zu vermeiden:

- Passt der Content zur Zielgruppe?
- Ist er verständlich und fehlerfrei?

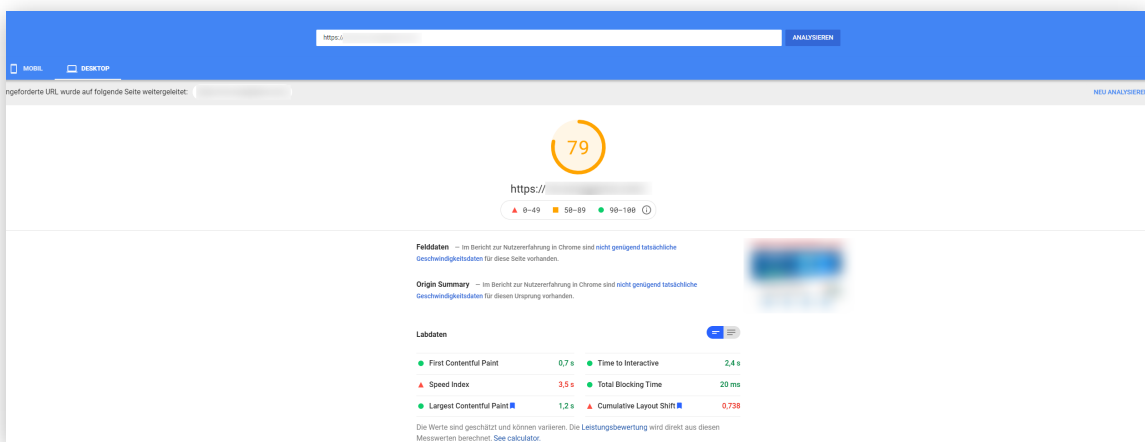
- Werden die Fragen des Nutzers beantwortet?
- Findet der Leser sich auf der Seite und dem dargebotenen Inhalt zurecht oder ist die Struktur verwirrend?

Seitentitel oder Keywords sind falsch

Jeder, der mithilfe einer Suchmaschine nach etwas sucht, gibt dort im Suchfeld einen bestimmten Begriff ein. Das so genannte **Keyword**. Wer seine Website klug mit diesen Keywords versieht, kann seinen **Traffic** (Seitenaufrufe) gezielt erhöhen. Dafür müssen diese Keywords zum Title, der Meta-Beschreibung und der Website im Allgemeinen passen und dort bestenfalls auch enthalten sein. Das ist nicht immer der Fall. Denn manchmal mag der Text im **SERP-Snippet** (Ergebnis-Anzeige bei Google) vielleicht zur Sachanfrage passen, kommt man aber auf die **Landingpage** der Seite, ist nichts mehr vom erhofften, relevanten Inhalt zu sehen. Keywords und Content passen nicht zueinander. Du hast nicht gefunden, wonach Du gesucht hast, und verlässt Die Seite schnell wieder.

Ladezeiten sind zu lang

Willst Du die Anzahl der Sitzungen auf Deiner Website erhöhen, achte auf **geringe Ladezeiten**. Nur so kannst Du gewährleisten, dass der Traffic auf Deiner Seite konstant bleibt. Heutzutage greifen immer mehr Menschen mit ihren Smartphones auf Websites zu. Biete diesen Nutzern eine **schnelle Website** und **geringe Datenmengen** für ihre **Interaktion**. So werden sie ihre Sitzung nicht gleich wieder abbrechen, nur weil sich die Seite mit dem für sie relevanten Content nicht lädt. Ein Tool um grundsätzlich zu checken wie potent bzw. gesund die eigene Seite ist, sind die [Page Speed Insights](#) von Google selbst. Einfach URL eingeben und analysieren:



Halten wir fest:

Das Thema **Bounce Rate** oder **Absprungrate** ist im Grunde nicht so kompliziert, wie es im ersten Moment erscheinen mag. Versetze Dich einfach selbst in die Rolle

eines Lesers, Nutzers oder Konsumenten. Auch Du wirst auf Faktoren und Kennzahlen wie die **Verständlichkeit eines Contents**, **Ladezeiten** und die Anzahl an **Werbung** achten. Schau Dir im Vorfeld am besten andere Websites an, die Dich ansprechen, genauer an. Denn schließlich will doch jeder Website-Betreiber, dass die **Verweildauer** der Nutzer nicht nur ein paar Sekunden anhält. Achte darauf, dass Deine **Keywords** auch wirklich zum **Inhalt passen**. **Überlade** Deine Seite nicht mit **Werbung**. Und halte die **Ladezeiten** so **gering** wie möglich. Dann sollte die Bounce Rate Deiner Website sich in Grenzen halten.

So kannst Du Deine Absprungrate verbessern

Die unterschiedlichen Gründe für eine hohe Absprungrate kennst Du jetzt. Um diese Zahlen zu optimieren, kannst Du diese Punkte gezielt **verbessern**. Schon einzelne Änderungen können die Zahlen wieder sinken lassen. Schauen wir uns die Möglichkeiten zur Verbesserung an:

Deine Inhalte müssen passen

Suchanfragen von Usern führen in der Regel dazu, dass sie eine Seite finden und besuchen. Klicken Sie auf eine Seite, kehren aber unmittelbar danach wieder zu den Suchergebnissen zurück, spricht man von der **Return-To-SERP-Rate**. Ein **negatives Signal** für die Suchmaschine. Denn offensichtlich waren **die Inhalte** auf der Zielseite nicht das, wonach der User gesucht hat. Auch diese Return-To-SERP-Rate kann ein Rankingfaktor für Google sein. Auch wenn es dazu keine konkreten Aussagen von Google gibt. Willst Du, dass der Prozentsatz Deiner Bounce-rate niedriger wird, achte darauf, dass die **Inhalte** zu dem **passen**, was der User sucht. Der User soll möglichst **schnell** und **unkompliziert** eine **Antwort** auf seine **Frage** bekommen. Natürlich sollte auch 2021 der Text dafür **fehlerfrei** und **stilistisch korrekt** sein. Analysiere Deine **Zielgruppe** und passe das **Wording** entsprechend an. Willst Du Deine User Duzen oder Siezen? Sollen die Texte wissenschaftlich geschrieben oder leicht verständlich sein? Merke mögliche Ursachen für das frühe Verlassen einer Einstiegsseite wie falsche Inhalte aus. Eine Optimierung dieses Punkts kann die Prozentzahl der Bounce Rate relativ schnell positiv beeinflussen.



Design und Layout müssen ansprechen

Hier geht es um die richtige Anordnung von Navigatoren, Schriftarten und Farbkombinationen. Deine Website sollte so **übersichtlich** und **verständlich** wie möglich gestaltet sein. Layout und Design können sich je nach Branche unterscheiden. Es kann nie schaden, sich diesbezüglich von einem Experten beraten zu lassen. Schau Dir andere Websites mit ähnlichem Inhalt oder Angebot an. Lass Dich inspirieren. Und setze das **passende Konzept** auf Deiner Website so um, dass Der Leser oder User sich schnell zurechtfindet. Dies kann man durch ein **kluges Design** nämlich wunderbar **lenken**, ohne dass es der Besucher Deiner Website wahrnimmt.

Technischer Hintergrund und SEO

Den Zusammenhang zwischen **langen Ladezeiten** und **hohen Absprungraten** hast Du oben schon gelesen. Stimmt auf der technischen Seite Deiner Website also etwas nicht, betrachte diesen Punkt genauer. Ist Deine Seite immer ohne Probleme zu erreichen? Gibt es Serverausfälle? Und wie sieht es mit den Ladezeiten aus? Mit einer guten, **technischen Ausstattung** kannst Du Probleme dieser Art vermeiden.

Warum SEO wichtig für Deine Bounce-Rate ist, darauf gehen wir gleich noch genauer ein. An dieser Stelle nur ganz kurz: Die richtige **Suchmaschinenoptimierung** ist wichtig,

damit der Leser am Ende eventuell auch zum Kunden wird (Conversions). Biete dem User den **Inhalt**, den er durch seine Suchanfrage **erwartet**. Und den Du durch korrekten SEO Einsatz **sichtbar** machst. Achte beispielsweise auf **interne Links** auf Deinen Seiten. So kannst Du den User beeinflussen und zu weiteren Unterseiten Deiner Website lenken.

Brandheißer Content zum Download

Hol dir alle Infos aus diesem Artikel als Download direkt auf Deinen Rechner!

[PDF downloaden](#)



So hängen Bounce Rate und SEO zusammen

Gleich vorweg. Inwiefern oder wie stark die **Bounce Rate** Dein **Ranking** beeinflusst, ist **umstritten**. Denn leider ist nicht bekannt, ob Google diese **Metrik** für die Bewertung einer Seite wirklich heranzieht. Dafür spricht aber, dass Google selbst empfiehlt, auf die Zahlen der Absprungrate zu achten. Aber auch wenn wir es nicht wirklich wissen, so lassen sich aus der **Absprungrate** doch wichtige **Aspekte** für Deine **Suchmaschinenoptimierung** herauslesen. Verlassen viele User Deine Seite unmittelbar nach dem ersten Aufrufen, scheint etwas mit der **Nutzerfreundlichkeit** nicht zu stimmen. Das kann beispielsweise an der **Qualität des Inhalts** liegen. Oder dass der Inhalt in den **SERPs** und **Metadescriptions** nicht mit dem übereinstimmt, was am Ende tatsächlich auf der Seite steht. Denn in diesem Fall könntest Du den **Erwartungen** des Besuchers **gerecht** werden. Der **Zusammenhang** zwischen dem Text in den **Suchergebnissen** und dem **Inhalt Deiner Website** muss passen. Dann bleibt der User auch länger auf Deiner Seite. Der richtige Umgang mit dem Thema **Suchmaschinenoptimierung** ist also nicht nur wichtig, damit Du im Ranking möglichst weit oben bist. Denn selbst wenn Dir das gelingt, Deine User aber schnell wieder abspringen, dann wirst Du nicht lange das Glück haben, im Ranking weiter oben zu erscheinen. Hohe Werte bei der Bounce Rate sind immer ein Indiz dafür, dass etwas mit oder auf Deiner Seite nicht stimmt. Beachtest Du allerdings die hier aufgeführten Aspekte, kannst Du aktiv etwas dagegen tun.



Facebook



YouTube



Instagram



Spotify



Laura Werner

CONTENT MANAGER H&W//SEO AGENTUR

Texte und Bewegtbild waren schon immer Lauras Leidenschaft. Der Schritt des Studiums an der LMU München für Allgemeine Literaturwissenschaft folgte nach dem Abitur. Mit dem Literaturstudium konnte sie ihr Interesse am Bereich Texte aller Art abdecken. Nach dem Studium arbeitete Laura viele Jahre als TV-Redakteurin für Pro 7, Sat.1, dem ZDF etc. Als Online Marketing Managerin vereint sie ihre redaktionellen Kenntnisse mit der digitalen Welt

Lust was zu lernen? Hier findest Du weitere Lektüre:

The image is a promotional graphic for an article. It features a blue background with several icons: a person at a computer, a red and blue boxing glove, and a group of people with a magnifying glass. On the right, a man in a black t-shirt is shown from the chest up, looking serious and flexing his right arm. In the top left corner, the text 'H&W // SEO-AGENTUR' is displayed. In the top right corner, a red box contains the text 'SEO Basics'. At the bottom, a black banner contains the title 'SEO FREELANCER VS AGENTUR' and a subtitle: 'Was unterscheidet einen Freelancer von einer Agentur? Was ist für Dein Projekt besser?'.

Was unterscheidet einen SEO Freelancer von einer SEO Agentur?

von Jonathan Wagner | Apr 24, 2021 | SEO Basics

[mehr lesen](#)





DIE ANLEITUNG FÜR DEIN SOCIAL MEDIA MARKETING

Starte durch und erreiche Deine Zielgruppen!

Social Media Marketing

von Laura Werner | Mrz 19, 2021 | SEO Basics

[mehr lesen](#)



LOKALE SICHTBARKEIT FÜR DEIN UNTERNEHMEN

Local SEO Maßnahmen einfach umsetzen

Local SEO: Lokale Sichtbarkeit für Dein Unternehmen erzeugen!

von Laura Werner | Mrz 2, 2021 | SEO Basics

[mehr lesen](#)

Kommentar absenden

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

Kommentar

Name *

E-Mail *

Website

Meinen Namen, meine E-Mail-Adresse und meine Website in diesem Browser speichern, bis ich wieder kommentiere.

[Kommentar absenden](#)

H&W
// BRAND EXPERIENCE

Kronengäble 5
73525 Schwäbisch Gmünd

info@hw-seoagentur.de
www.hw-seoagentur.com



LEISTUNGEN

SEO

SEA

Social Media

Conversion
Optimierung

WISSEN

SEO Basics

SEO Experts

SEO Guides

SEO Wiki

UNTERNEHMEN

Kontakt

Strategie

Blog

Datenschutz

Impressum