

## 50% aller Suchanfragen bleiben auf Google

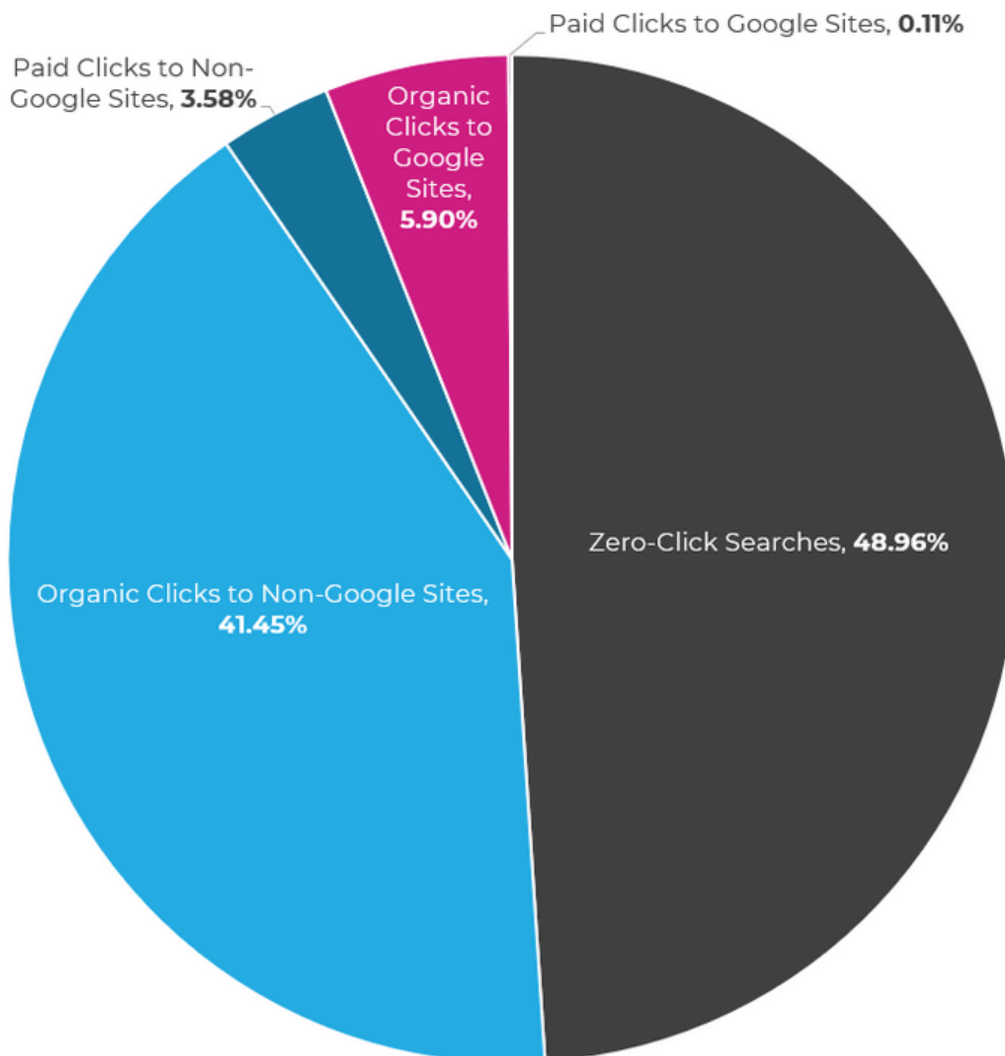
### Mehr als die Hälfte der Suchanfragen landet nicht auf externen Websites

Knapp 50% aller Suchanfragen enden mittlerweile nicht mehr auf einer externen Website, sondern bei Google selbst (sogenannte „No-Click“). Fast 49 Prozent stehen nur 41,45 Prozent gegenüber, die letztlich tatsächlich von den Suchergebnissen auf eine externe Website weiterleiten.

In einer [Untersuchung](#) von mehr als 150 Milliarden Suchanfragen wertete Rand Fishkin mit Jumpshot die Suchergebnisse des ersten Quartals 2019 aus. Das Ergebnis überrascht höchstens durch die Deutlichkeit. Google entwickelt sich mehr und mehr vom Vermittler zur Bereitsteller von Informationen.

## Where Users Click After Searching Google (Q1 2019)

(data from 1B+ searches on 10M+ US mobile & desktop devices)



\* Searches & clicks based on US clickstream data, browser searches only, non-iOS devices, on Google.com

Data courtesy of **jumpshot**

Assembled by Rand Fishkin at **SparkToro**

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG  
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor  
Telefon 08031 / 2575-100  
Telefax 08031 / 2575-101  
E-Mail: [info@seo-kueche.de](mailto:info@seo-kueche.de)

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,  
HRA 11167 AG Traunstein  
pers. Haftende Gesellschafterin:  
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB  
22414 AG Traunstein  
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,  
Oliver Lindner  
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.  
156/174/08500

HypoVereinsbank  
IBAN DE45 700202700015260147  
BIC HYVEDE33XXX



## Wie kommt es zu dieser Entwicklung?

Diese Entwicklung spiegelt genau das Ziel von Google wider: Dem Nutzer das beste Suchergebnis zu bieten. Dieses muss dabei nicht immer mit einer Weiterleitung verbunden sein, denn Google ist schließlich kein gemeinnütziger Verein, der fremden Websites Traffic beschert.

Wer zum Beispiel einfache Daten, wie das Wetter, die Hauptstadt von Burkina Faso oder die Höhe der Zugspitze sucht, der muss nicht zwingend den zugehörigen Wikipedia Artikel lesen, sondern ist mit der schnellen Einblendung der gewünschten Zahl zufrieden. Dafür spielen Featured Snippets und ähnliche Dinge eine immer größere Rolle. Mobil ist diese Entwicklung sogar noch deutlicher: Nur 35 Prozent aller Suchanfrage landen tatsächlich auf externen Websites. No-Click kommt mobil auf 61 Prozent der Klicks. Hier spielen natürlich der kleinere Bildschirm, die Ladegeschwindigkeit bei externen Websites und die Situation eine wichtige Rolle, in der die Suchanfrage gerade getätigt wird. Schließlich will man an der Bushaltestelle keinen langen Text über die Zugspitze lesen, sondern die Frage beantwortet haben.

Höhe Zugspitze

[Alle](#)
[Shopping](#)
[Maps](#)
[News](#)
[Bilder](#)
[Mehr](#)
[Einstellungen](#)
[Tools](#)

Ungefähr 529.000 Ergebnisse (0,60 Sekunden)

Zugspitze / Höhe

2.962 m

Wenn man es ganz exakt nimmt ist die Zugspitze 2.962,06 Meter hoch (diese Angaben stammen vom Bayerischen Landesvermessungsamt). Der Einfachheit halber ist die Zugspitze **2.962 Meter** hoch.  
25.05.2018

[Wie hoch \(groß\) ist die Zugspitze? • ZUGSPITZE WANDERN](#)

<https://www.auf-die-zugspitze-wandern.info/wie-hoch-ist-die-zugspitze/>

Wird auch oft gesucht



Mount Everest  
8.848 m



Watzmann  
2.713 m



Großglockner  
3.798 m

[Feedback geben](#)

[Zugspitze – Wikipedia](#)

<https://de.wikipedia.org/wiki/Zugspitze>

Die **Zugspitze** ist mit 2962 m ü. NHN der höchste Gipfel des Wettersteingebirges und .... Die **Zugspitze** ist mit einer Höhe von 2962 Metern (Ostgipfel) der höchste Berg des Zugspitzmassivs. Dieser Wert nach dem Amsterdamer Pegel wird als ...

Höhe: 2962,06 m ü. NHN

Alter des Gesteins: **Trias**

Gebirge: **Wettersteingebirge, Ostalpen**    Schartenhöhe: 1746 m ↓ Fernpass

[Seilbahn Zugspitze](#) · [Zugspitze](#) · [Bayerische Zugspitzbahn](#) · [Wettersteingebirge](#)



## Zugspitze

Gipfel in Europa

4,7 ★★★★★ 2.938 Google-Rezensionen

**Höhe:** 2.962 m

**Erstbesteigung:** 27. August 1820

**Koordinaten:** 47° 25′ 16″ N, 10° 59′ 11″ O Koordinaten: 47° 25′ 16″ N, 10° 59′ 11″ O

**Lage:** Grenze Bayern, Deutschland/ Tirol, Österreich

**Gestein:** Wettersteinkalk

**Dominanz:** 25,8 km → [Zwölferkogel](#)

**Erstbesteiger:** [Josef Naus](#), [Johann Georg Tauschl](#), [Maier](#)

Fragen und Antworten

[Alle Fragen ansehen \(15\)](#)

[Fragen stellen](#)

Rezensionen

2.938 Google-Rezensionen

[Rezension schreiben](#)

[Foto hinzufügen](#)

[Feedback geben](#)

Wer wissen will, wie hoch die Zugspitze ist, muss keine Website besuchen. Google liefert die Information schon in den SERPs.

## Was bedeuten derartige Zahlen für Website-Betreiber und SEOs?

Verlierer sind dabei natürlich die Website-Betreiber, die mit sinkendem Traffic zu kämpfen haben. Aber: Google und der gesamte Online-Markt wachsen immer weiter. Es gibt jedes Jahr mehr Suchanfragen und immer noch lässt sich genug organischer Traffic generieren. Der Wettbewerb wird jedoch zusehends härter und die Herausforderung wird immer öfter sein, wie man den Nutzer von der



Suchergebnisseite doch zu einem weiterführenden Klick „überredet“. Es gilt also nicht nur ein Featured Snippet zu ergattern, sondern auch dieses so zu gestalten, dass es dennoch Traffic bringt. Listenelemente, die Informationen bieten, aber gleichzeitig neugierig machen, eignen sich hier sehr gut.

Die Möglichkeiten für Google als Quasi-Monopolist sind natürlich groß. Bei Suchanfragen, die auf ein Video hindeuten, könnte Google einfach nur auf seinen eigenen Videodienst YouTube leiten. Dass hier bis jetzt noch nicht mehr Traffic auf Google-eigene Dienste landet, ist sicherlich auch kartellrechtlichen Prüfungen, vor allem in den USA, zu verdanken.

Genau deswegen wird SEO auch in Zukunft wichtig sein, nämlich um Traffic gezielt abzugreifen. Auch andere Bereiche, wie E-Mail-Marketing oder ein inhaltlich starker Blog können Traffic schaffen, der über die organische Suche schwieriger generiert werden kann.

Titelbild © Pavelis – [stock.adobe.com](https://stock.adobe.com)