

## CTR optimieren

### CTR optimieren: Unsere Tipps für eine bessere Klickrate

Die Klickrate oder [CTR \(Click-Through-Rate\)](#) ist eine der wichtigsten Metriken im Online-Marketing und [SEO](#). Um Traffic und damit letztlich auch Gewinn bzw. Leads zu generieren, muss eine Webseite nicht nur möglichst weit oben im Google Ranking auftauchen, sondern auch angeklickt werden. Lest hier, wie sich die CTR optimieren lässt und warum sie so wichtig ist.

### Was ist die Click-Through-Rate (CTR)?

Die Klickrate (auch bekannt als Click Through Rate oder CTR) ist eine entscheidende Kennzahl im Bereich des Online-Marketings. Sie ermöglicht eine Bewertung der Performance deiner Inhalte (sei es bezahlte Werbung oder organische Suchergebnisse) in den Ergebnissen von Suchmaschinen wie Google. Die CTR zeigt das Verhältnis zwischen der Anzahl der Impressionen (also wie oft ein Ergebnis angezeigt wurde) und der Anzahl der Klicks auf das jeweilige Ergebnis. Eine höhere CTR bedeutet, dass mehr Nutzer nach dem Sehen eines Ergebnisses darauf klicken, was auf eine effektivere Performance hinweist.

### Wie erfolgt die Berechnung der CTR?

Die CTR wird ermittelt, indem die Anzahl der Klicks auf eine Anzeige oder einen Link durch die Anzahl der Impressionen geteilt und das Ergebnis mit 100 multipliziert wird. Die Formel zur Berechnung lautet:  
$$\text{CTR} = (\text{Anzahl der Klicks} / \text{Anzahl der Impressionen}) * 100.$$

In Tools wie der Google Search Console wird zudem die CTR für jedes Keyword angezeigt.

### Darum ist die CTR in der SEO so wichtig

Die CTR, insbesondere im SEO-Kontext, ist entscheidend im Online-Marketing. Sie zeigt an, wie relevant und ansprechend eine Anzeige oder ein Suchergebnis für die Zielgruppe ist und wie effektiv es die Nutzer zum Klicken anregt. Eine hohe CTR verbessert die Sichtbarkeit in den Suchergebnissen, generiert mehr Leads und erhöht die Conversions. Google berücksichtigt die CTR als Rankingfaktor: Eine hohe CTR kann das Ranking einer Webseite verbessern, da sie als Signal für Relevanz und

Nutzerzufriedenheit interpretiert wird. Eine gesteigerte Sichtbarkeit führt zu mehr organischen Traffic und Conversions für Unternehmen.



Die CTR ist eine der wichtigsten Metriken im Bereich SEO.

## Was ist eine gute CTR? Von der Analyse zur CTR-Optimierung

Eine "gute" Click-Through-Rate (CTR) hängt stark von der Branche, dem Kontext der Kampagne, dem Medium und dem spezifischen Zielmarkt ab. Generell variieren durchschnittliche CTRs erheblich zwischen unterschiedlichen Online-Marketing-Plattformen wie Google Ads, Facebook Ads oder anderen Display-Werbungen.

Feste Vorgaben für die Click-Through-Rate / CTR sind daher schwierig zu machen, aber hier sind einige grobe Richtwerte für verschiedene Plattformen, da denen ihr euch orientieren könnt:

- Google Suchanzeigen: Eine durchschnittliche CTR liegt hier oft bei etwa 2 Prozent in allen Branchen. In sehr spezifischen Nischen oder bei besonders gut optimierten Kampagnen können

diese Werte auch deutlich höher liegen.

- 
- Google Display-Netzwerk: Die durchschnittliche CTR für Anzeigen im Google Display-Netzwerk ist generell niedriger als bei Suchanzeigen, oft bei etwa 0,35 Prozent.
- 
- Facebook Ads: Die durchschnittliche CTR für Facebook-Anzeigen kann variieren, typischerweise liegt sie aber etwa bei 0,90P Prozent.
- 
- E-Mail-Marketing: Im E-Mail-Marketing sind CTRs von 2-5 Prozent als gut anzusehen, wobei dies stark von der Branche und der Zielgruppe abhängen kann.

Effektive CTRs sollten immer im Kontext der spezifischen Ziele und des Wettbewerbssumfelds einer Kampagne betrachtet werden. Eine hohe CTR ist wünschenswert, doch sollte sie nicht isoliert betrachtet werden. Die Qualität des [Traffics](#) und die Konversionsrate (CR) sind ebenfalls entscheidend, um den Erfolg einer Kampagne zu bewerten, da viel Traffic bei einer geringen CR wenig wünschenswert ist.

## So kann man die CTR optimieren

Um eure CTR zu steigern, gibt es viele bewährte Tipps und Strategien, die ihr anwenden könnt. Hier sind einige Methoden für eure CTR-Optimierung:

1. Gestaltet ansprechende [Snippets](#): Die kurzen Beschreibungen, die in den Suchergebnissen angezeigt werden, sollten die Aufmerksamkeit der Nutzer auf sich ziehen und sie zum Klicken animieren. Macht neugierig, aber verrätet nicht zu viel. Auch Emojis können hier mehr Aufmerksamkeit erzeugen. Mit einem [Snippet-Generator](#) könnt ihr Title und Description testen.
2. Nutzt Konzepte aus Werbung und Journalismus: Ein Snippet ist wie eine Überschrift in einer Zeitung. [Gute Überschriften](#) regen zum Lesen oder eben hier zum Klicken an. Verfallt nicht der Versuchung und nutzt Click-Bait-Überschriften.
3. Nutzt relevante [Keywords](#): Keywords sind entscheidend für eine gute CTR. Integriert relevante Keywords in eure Anzeigen oder Snippets, um den Nutzern zu zeigen, dass euer Inhalt zu ihrer Suchanfrage passt.
4. Testet verschiedene Anzeigenvarianten: Experimentiert mit verschiedenen Anzeigenformaten, um herauszufinden, welche am besten funktioniert.
5. Optimierte eure [Landingpage](#): Stellt sicher, dass eure Zielseite relevante und überzeugenden [Content](#) bietet, um die Nutzer zur gewünschten Aktion zu führen.
6. Vergleicht euch mit der Konkurrenz: Guckt, wie die anderen Konkurrenten ihre CTR optimieren

und guckt, was sie vielleicht besser machen. Hier geht es nicht um Nachbauen, sondern um Lernen.

## Gründe, warum ihr eine schlechte CTR habt – Hebel zur Optimierung der Klickrate

Es gibt verschiedene Faktoren, die dazu führen können, dass eure Suchergebnisse weniger häufig angeklickt werden. Hier einige mögliche Ursachen für eine niedrige CTR:

1. Schlechte Positionierung in den Suchergebnissen: Optimiert eure Gebote für die Anzeigen oder verbessert die Relevanz eurer Webseite, um eine bessere Positionierung zu erreichen. Rankings außerhalb der Top-10 werden in den meisten Fällen kaum geklickt, was sich natürlich in der CTR bemerkbar macht.
2. Unauffälliges Snippet: Vergleicht euer Snippet mit denen eurer Konkurrenten. Ein unauffälliges Snippet, das keine Sonderzeichen oder auffällige Elemente enthält, kann weniger Aufmerksamkeit erregen als die auffälliger gestalteten Snippets eurer Wettbewerber.
3. Suchintention entspricht nicht eurem Angebot: Es kann vorkommen, dass der Inhalt eurer Seite, inklusive Snippet (Titel und Meta-Beschreibung), nicht der Suchintention der Nutzer entspricht, auch wenn eure Seite gut rankt. Nutzer erkennen möglicherweise sofort, dass euer Angebot nicht relevant für ihre Suchanfrage ist.
4. Niedrig bewertete strukturierte Daten: Falls ihr strukturierte Daten wie Sterne-Bewertungen verwendet und diese Bewertungen niedrig ausfallen, kann dies dazu führen, dass Nutzer euer Snippet meiden, nicht klicken und so die Klickrate verringern.

## Click-Through Rate (CTR) und Konversionsrate (CR): Zusammenhang und Bedeutung

Klickrate bzw. CTR und Konversionsrate sind zentrale Kennzahlen im Bereich des digitalen Marketings. Die CTR misst die Häufigkeit, mit der Nutzer auf Werbeanzeigen oder Suchergebnisse klicken. Die Konversionsrate hingegen zeigt auf, wie viele dieser Nutzer nach ihrem Klick eine bestimmte erwünschte Handlung ausführen, beispielsweise einen Kauf tätigen oder sich für einen Newsletter registrieren.

Zwischen der CTR und der Konversionsrate besteht eine signifikante Verbindung. Eine hohe CTR signalisiert, dass eine Anzeige oder ein Suchergebnis effektiv die Aufmerksamkeit der Nutzer gewinnen kann. Wenn die Konversionsrate ebenfalls hoch ist, bedeutet das, dass viele Nutzer nach dem Klick die Zielhandlung vollziehen. Eine gesteigerte CTR kann daher zu einer besseren Konversionsrate führen,

weil dadurch mehr potenziell interessierte Nutzer erreicht werden.

Festgelegte Vergleichswerte oder Benchmarks für die CTR und Konversionsrate zu bestimmen, gestaltet sich oft schwierig und ist abhängig von Faktoren wie der Branche, der Zielgruppe und dem beworbenen Angebot. Hier findet ihr Tipps zur [Conversion-Optimierung \(CRO\)](#). Es ist vorteilhaft, Branchenbenchmarks zu kennen, um die eigene Leistung effektiver einschätzen zu können. Hilfsmittel wie WordStream oder branchenspezifische Analysen können Einblick in durchschnittliche Benchmarks für CTR und Konversionsrate bieten.

Titelbild © Andrey Popov / stock.adobe.com

Beitragsbild © hogehoge511 / stock.adobe.com