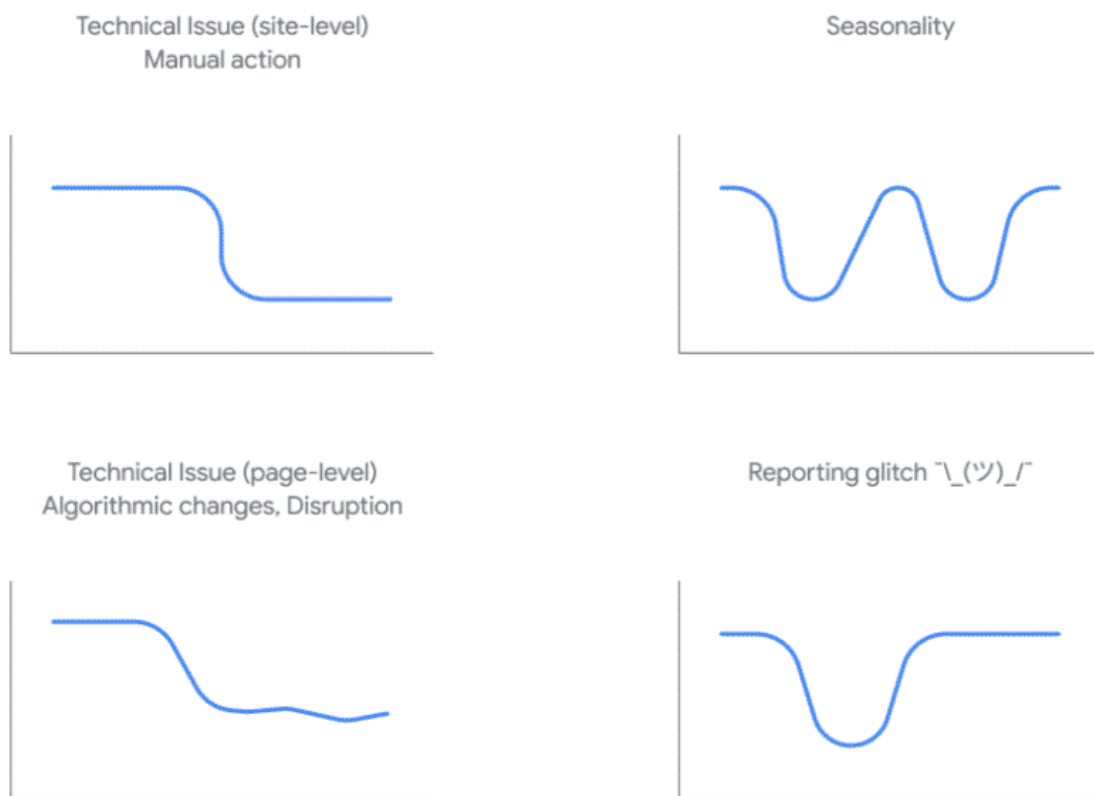


Website Traffic Verluste: So reagiert Ihr laut Google

Bricht auf einmal der [Traffic](#) auf Eurer Website ein, kann dies schnell zu Umsatzeinbußen führen. Manchmal sind die Ursachen schnell gefunden, doch oft kommt der Trafficeinbruch überraschend und selbst erfahrene [SEOs](#) fragen sich nach den Gründen. Statt jetzt panisch zu werden, sollten Webmaster jetzt zunächst genau die Ursachen untersuchen, rät Daniel Waisberg von [Google](#) in seinem letzten [Blogbeitrag](#).

Die Ursachen für weniger Website Traffic



Der Traffic verändert sich oft nach ähnlichen Mustern und hat vergleichbare Ursachen.

Er unterscheidet dabei zwischen mehreren Hauptursachen für weniger Website Traffic.

- Technische Ursachen: Damit eine Seite im Google [Index](#) aufgenommen wird und auch in den Suchergebnissen zu sehen ist, muss der Google-Bot die Seite [crawlen](#) können. Wenn dies durch Serverprobleme, Fehler in der robots.txt oder nicht erreichbare Unterseiten nicht möglich ist, bricht schnell auch der [Website](#) Traffic ein. Kurz: Ist die Seite nicht erreichbar, kann sie Google nicht finden und damit auch Eure Besucher nicht. Dabei kann zwischen Problemen, die die gesamte Seite oder nur einzelne Unterseiten betreffen unterschieden werden.
- Saisonale Ursachen: Manche Produkte oder Dienstleistungen werden saisonal unterschiedlich stark nachgefragt. Mein Lieblingsbeispiel sind Sommer- und Winterreifen. Wenn die Nachfrage sinkt, sinken auch die Suchanfragen und damit auch der [Traffic](#). Hier hilft nur das eigene Angebot breiter aufzustellen.
- Auswirkungen von [Google Updates](#) bzw. [Algorithmus](#)-Änderungen: Jede Änderung des Google Algorithmus kann Euer Ranking verschlechtern. Eine schlechtere Position in den Suchergebnissen bedeutet auch automatisch weniger Traffic.
- Probleme mit der Sicherheit: Wenn Eure Seite zum Beispiel keine SSL-Verschlüsselung mit https besitzt, kann Google die Seite mit einer Warnung versehen, was zu weniger Traffic führen kann.
- Änderung des Nutzerinteresses: Mit der Zeit verschieben sich Nutzerinteressen, neue Produkte erscheinen oder Trends entstehen. Verändertes Suchverhalten kann sich negativ auf die Anzahl Eurer Website Besucher auswirken.

?

Wie kann ich ein Muster im Traffic erkennen und Trends erkennen?

Die [Google Search Console](#) bietet unter dem Punkt "Leistungsbericht" viele Informationen, um den eigenen Traffic genauer zu analysieren. Indem man den Datenbereich auf 16 Monate erweitert, kann man auch über ein Jahr hinaus Entwicklungen sehen und sichergehen, dass die Veränderungen nicht saisonal auftreten.

Kommt es zu einem Einbruch des [Traffics](#), sollte man den entsprechenden Tag oder Zeitraum mit dem gleichen Tag nur eine Woche, einen Monat oder ein Jahr früher vergleichen. Außerdem solltet Ihr prüfen, ob es nur einzelne URLs, Regionen oder Geräte betrifft. Das kann Hinweise auf die Ursachen geben.

In der Google Search Console könnte Ihr auch die einzelnen Suchearten, wie Bilder-, Web- oder

Videosuche herausfiltern und auf Unterschiede untersuchen.

Auch die Konkurrenz prüfen

Hat alles bisher keinen Hinweis gegeben, dann lohnt sich auch ein Blick auf die Konkurrenz. Gibt es neue Marken, neue Mitbewerber oder Produkte, die euer Angebot beeinflussen? Hierfür könnt Ihr zum Beispiel [Google Trends](#) benutzen. Schaut auf die Top-Suchanfragen und vergleicht diese mit den Suchanfragen, die euch normalerweise Traffic bringen. Gab es hier Veränderungen? Vielleicht bekommt Ihr so auch Anregungen, um Eure eigene Seite mit neuem [Content](#) auf veränderte Suchanfragen besser auszurichten.

Bildquelle: <https://developers.google.com/search/blog/2021/07/search-traffic-drops>

Titelbild: © DigiClack / stock.adobe.com