

## Absprungrate

### Was ist die Absprungrate?

Die Absprungrate ist ein Begriff des Bereichs [Webanalyse](#). Sie wird in Prozent angegeben und zeigt auf, wie viele Besucher eine [Website](#) bereits nach kurzer Zeit wieder verlassen. Laut [Google Analytics](#) ist dies dann der Fall, wenn nur eine Unterseite besucht und somit nur eine Anfrage an den Analytics-Server ausgelöst wird. Häufig wird für die Absprungrate auch der englische Begriff [Bounce Rate](#) genutzt.

### Mögliche Werte und ihre Bedeutung

Die Bewertung der Absprungrate hängt von Inhalt und Ziel der Website ab. Als Faustregel für kommerzielle Angebote gilt, dass [die Rate nicht unter 50% liegen sollte](#). Typischerweise haben [Seiten bekannter Marken und Institutionen](#) eine geringere Absprungrate, da Nutzende hier die Adresse gezielt eingaben. Bei [Google-Ads](#)-Zielseiten dagegen ist die Bounce Rate oft höher als bei anderen Seiten, da Anwender in der Regel rasch bewerten, ob die Werbung für sie relevant war oder nicht.

### Was bedeutet eine hohe Absprungrate?

Wenn ein Nutzer eine Website nur kurz nutzt bzw. dort keine Interaktion durchführt, [muss das nicht zwingend ein Problem sein](#). Unter Umständen hat der Anwender eine bestimmte Information gesucht und direkt auf der aufgerufenen Unterseite gefunden. In diesem Fall steht die Absprungrate nicht für eine schlechte Seitenqualität. Beispiele sind Suchen nach Kontaktdaten von Unternehmen, die zum Telefonieren oder Besuch der Filiale führen. In vielen anderen Fällen möchten Seitenbetreiber jedoch Interessenten möglichst lange auf der eigenen Website halten. In dieser Hinsicht ist eine hohe Bounce Rate als negativ zu bewerten.

### Zusammenhang zur Verweildauer

Bei der Frage, ob eine kurze Sitzungsdauer negativ ist, kommt es auf den Kontext an. Im Gegensatz zu reinen Informationsseiten sind bei [Landing Pages](#) lange Verweilzeiten gewünscht. Schließlich soll das Lesen der Seite den Unternehmensumsatz erhöhen. Ein gutes Mittel, um [die Verweildauer und die Absprungrate gezielt zu beeinflussen ist das Eventtracking](#). So können durch das Übermitteln von Interaction Events Daten an Google Analytics übermittelt werden, die effektiv etwas darüber aussagen,

ob der Besucher die Seite tatsächlich genutzt hat. Darunter fallen Tätigkeiten wie das Teilen des Seiteninhalts.

## Wie kann die Absprungrate verbessert werden?

Die Bounce Rate wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Um sie zu verbessern, kann man

- die Ladezeit der Seite verbessern,
- die Anzahl der Werbeeinblendungen verringern,
- das Design der Website verändern,
- den Seitentitel und die Keywords überprüfen,
- die Navigation vereinfachen oder
- mehr relevanten [Content](#) bereitstellen.

Oft ist es bei einer insgesamt zu hohen Absprungrate hilfreich, sich die Daten in Google Analytics genauer aufschlüsseln zu lassen. Mitunter basiert die Rate auf Einzelfaktoren wie bestimmten Channels oder spezifischen Kombinationen aus Quelle und Medium.

## Der Unterschied zur Ausstiegsrate

Bei der Ausstiegsrate (Exit Page) geht es um das Verlassen der Website nach dem Besuch mindestens einer weiteren Seite. Im Gegensatz zum Absprung hat der Nutzer vor dem Ausstieg mindestens einen seiteninternen Link angeklickt. Seitenbetreiber können dank der Ausstiegsrate nachvollziehen, von welchen Unterseiten aus Interessenten die jeweilige Internetpräsenz verlassen.

Eine hohe Ausstiegsrate ist nicht in jedem Fall ein Zeichen für Optimierungsbedarf der Unterseite, da einige Seiten logische Ausstiegspunkte sind. Weisen jedoch solche Seiten eine hohe Ausstiegsrate auf, die nicht mit [Conversion](#) oder einem Lead in Verbindung stehen, sollte dort nachgebessert werden.

## Vergleichsmaßstäbe bzw. Benchmarks für Absprungraten

Je nach Art der Website können [bestimmte Absprungwerte als normal](#) betrachtet werden.

- 40-60% für Content-Websites, die nicht zum Bereich E-Commerce gehören
- 60-90% für Landing Pages
- 20-45% für B2C E-Commerce-Websites

- 10-40% für Retail Websites
- 70-98% für Seiten mit Blogbeiträgen
- 25-55% für B2B Webseiten
- 65-90% für Wörterbücher und Nachrichtenseiten

## Hat die Absprungrate einen Effekt auf die Suchmaschinenoptimierung?

Es ist umstritten, ob die Bounce Rate einen direkten Einfluss auf das Ranking bei Google hat. Oft wird die SERP-Return-Rate als wichtigeres Kriterium benannt. Diese Zeitspanne, in der Internetnutzer nach dem Aufruf eines Suchergebnisses wieder zur Suchmaschine zurückkehren, gilt als verlässlicher und besser messbar.

Dennoch kann die Bounce Rate Hinweise darauf geben, wie nutzerfreundlich eine Website ist bzw. wie gut sie zu bestimmten Suchanfragen passt. Schließlich besuchen Menschen eher weitere Seiten einer Domain, wenn sie nach dem Besuch der ersten Seite das Gefühl haben, dass ihnen bezüglich ihres Informationsbedarfs geholfen wird.