

CTR – Click-Through-Rate

Stand: 20.09.2022

Was bedeutet Click-Through-Rate?

Die Click-Through-Rate (CTR) – die häufig auch als Click-Through-Ratio oder Klickrate bezeichnet wird – beschreibt das Verhältnis von der Anzahl der Klicks, die eine Anzeige oder ein kostenloser Eintrag erhält, zu der Anzahl der Impressions auf den SERPs. Sie wird meist in Prozent angegeben.

Die Click-Through-Rate ist eine wichtige Kennzahl, um den Erfolg von Anzeigen, Einträgen und Keywords messbar zu machen. Vor allem in den Bereichen SEA und SEO spielt die CTR eine wichtige Rolle als Qualitätsindikator.

Wie lässt sich die Click-Through-Rate berechnen?

Das Berechnen der Click-Through-Rate kann manuell oder mithilfe verschiedener Tools vorgenommen werden. Die Formel für die Klickrate lautet: **CTR = Klicks ÷ Impressionen**. Wollen Sie das Ergebnis als Prozentwert angeben, müssen Sie das Ergebnis lediglich mit 100 multiplizieren.

Beispiel: Ein Werbebanner von [Löwenstark](#) erhält 50 Klicks bei 1000 Impressionen. Die Click-Through-Rate beträgt also 5 %.

Untereinander sind CTRs mitunter schwer zu vergleichen, da sie – je nach Art der Wahrnehmung – sehr unterschiedlich ausfallen können. Der erste Platz bei Google hat in der Regel eine sehr hohe CTR zwischen 18,0 % & und 27,0 %. Mit Bannerwerbung lassen sich im Normalfall hingegen lediglich CTRs zwischen 0,09 % und 3,0 % erzielen. Ausnahmen bestätigen in beiden Fällen die Regel. Die Klickrate kann also stark davon abhängen, wo in den SERPs eine Impression stattfindet.

Welche Bedeutung hat die CTR im Online-Marketing?

Im Online-Marketing ist die Click-Through-Rate ein wichtiger Indikator vor allem für die Performance eines Keywords (Keyword-Performance-Indicator – kurz KPI). Anhand der CTR lässt sich also interpretieren, wie gut das Keyword und die Werbeanzeige an das Such- und Klickverhalten der Zielgruppe angepasst sind.

Das kommt vor allem im Affiliate-Marketing zum Tragen, da es sich anhand der Kennzahl auch die Costs-per-Click berechnen lassen. Im SERP-Bereich ist die Click-Through-Rate ebenfalls ein wichtiger KPI, da sie Interpretationen bezüglich der Snippet-Qualität zulässt. Eine hohe SERP-CTR lässt darauf schließen, dass die Snippets in dem Maße optimiert sind, dass sie den User zum Klicken animieren.

Wie kann ich das SEA mithilfe der Click-Through-Rate optimieren?

Es gibt verschiedene Strategien und Möglichkeiten, wie die Suchmaschinen-Werbung – im Englischen Search-Engine-Advertising, kurz SEA – mithilfe einer höheren CTR optimiert werden kann:

- Ad-Impressions sollte vor allem auf Seiten platziert werden, die eine inhaltliche Nähe zur Anzeige

aufweisen. So wird die Zielgruppe möglichst effektiv angesprochen.

- Die Anzeige kann optisch in Bezug auf Format und Größe verändert oder inhaltlich angepasst werden.
- Eine weitere – unter Datenschützern nicht unumstrittene – Methode ist das Remarketing, das auch als Retargeting bezeichnet wird.

Erfolgreiche Werbung hängt nicht zwangsläufig an einer hohen CTR

Als alleiniger Indikator für den Erfolg einer Ad-Impression kann die CTR nicht herhalten. Denn auch ein Klick muss nicht zwangsläufig zum Ziel jeder Anzeige führen: der Conversion. Die Conversion-Rate ist am Ende ein wirklich belastbares Indiz dafür, dass eine Werbeanzeige erfolgreich war.

Unser Fazit: Die Click-Through-Rate sollte immer als Teil einer Gesamtstrategie betrachtet werden. Für sich betrachtet kann die CTR irreführend sein, weshalb sie immer im Zusammenhang mit anderen Kennzahlen wie der Conversion-Rate oder der Verweildauer gesehen werden sollte. Jedoch taugt die CTR hervorragend als Indikator dafür, ob eine Ad-Impression oder ein SERP-Snippet optimierungsbedürftig ist oder nicht.