

Verweildauer

Stand: 21.07.2022

Ermittlung der Verweildauer

Im Gegensatz zu anderen Performance-Indikatoren ist die Ermittlung der Verweildauer auf einer Webseite komplizierter, da unterschiedliche Methoden für die Berechnung herangezogen werden können. In der Regel wird die Verweildauer vom Zeitpunkt des Seitenaufrufs bis zum Verlassen der entsprechenden Seite gemessen. Diese Methode funktioniert allerdings nur dann zuverlässig, wenn der Nutzer nach dem Verlassen der Seite eine neue Seite vom Server anfordert. Verlässt der Besucher die Seite nur oder schließt den [Browser](#), kann die Messung nicht richtig durchgeführt werden. Zudem basiert diese Messung auf der Annahme, dass der Nutzer sich, während die Seite aufgerufen ist, ausschließlich mit dieser beschäftigt – Ablenkungen wie das Schreiben von E-Mails oder das Beantworten von Messenger-Nachrichten wird nicht berücksichtigt.

Eine andere Methode arbeitet mithilfe der Skripte, die im Browser des Seitenbesuchers ausgeführt werden. Das Skript übermittelt die Verweildauer regelmäßig an den [Server](#). So ist auch dann eine relativ genaue Ermittlung der Session Duration möglich, wenn der Nutzer den Browser oder die Seite einfach schließt. Doch auch diese Methode bietet Nachteile: Durch die regelmäßig Übertragung werden wichtige Ressourcen verbraucht. Darüber hinaus basiert auch diese Methode auf der Annahme, dass der Seitenbesucher sich außerhalb der aufgerufenen Seite nicht mit etwas Anderem beschäftigt. Zudem kann es zu Übertragungsproblemen kommen, da nicht jedes Skript in unterschiedlichen Browsern ausgeführt werden kann.

Bei der Ermittlung der Verweildauer mithilfe unterschiedlicher Webanalyse-Tools wird in der Regel nur ein Durchschnittswert berechnet. Dies kann vor allem für Webseiten mit wenigen Seitenaufrufen zu Problemen in der Performance-Analyse führen, da der Durchschnitt schon durch wenige Ausreißer verfälscht wird.

Session Duration als KPI

Die Verweildauer kann ein wichtiger Indikator für die Relevanz und Attraktivität des Webseiten-Contents sein. Dafür sollten Webseitenbetreiber ein Monitoring vornehmen und die Entwicklung der Session Duration gut beobachten. Nimmt die Verweildauer ab, kann dies ein Indiz dafür sein, dass Webseitenbesucher die gewünschten Informationen nicht auf der Webseite finden können. Auf dieser Grundlage und im Zusammenspiel mit anderen KPIs kann so die [OnPage-Optimierung](#) unterstützt werden.

Auch im Bereich der [sozialen Medien](#) stellt die Verweildauer einen wichtigen Performance-Indikator dar.

Einfluss auf das Online Marketing

Trotz der Problematik bei der Ermittlung gilt die Verweildauer dennoch als wichtiges Kriterium für die Bewertung einer Webseite. Dabei ist der KPI vor allem im Rahmen der [Suchmaschinenoptimierung](#) (SEO) ein entscheidender Faktor. Experten gehen davon aus, dass auch die Verweildauer zu den

Rankingkriterien gehört, die die Platzierung einer Webseite in der [organischen Suche](#) beeinflussen.

Darüber hinaus lässt sich über ein Monitoring der Verweildauer auch die Effektivität der Maßnahmen zur Optimierung des [PageRanks](#) bewerten. In Zusammenhang mit der Bounce Rate kann ermittelt werden, ob die Webseite den Ansprüchen der Webseitenbesucher entspricht. Auch die Effektivität der im [Content](#) antizipierten Keywords lässt sich durch ein Monitoring bewerten. Die Bewertung der Verweildauer sollte dabei stets im Kontext der Marketing-Ziele erfolgen, denn eine lange Verweildauer ist nicht für alle Typen von Webseiten wünschenswert.