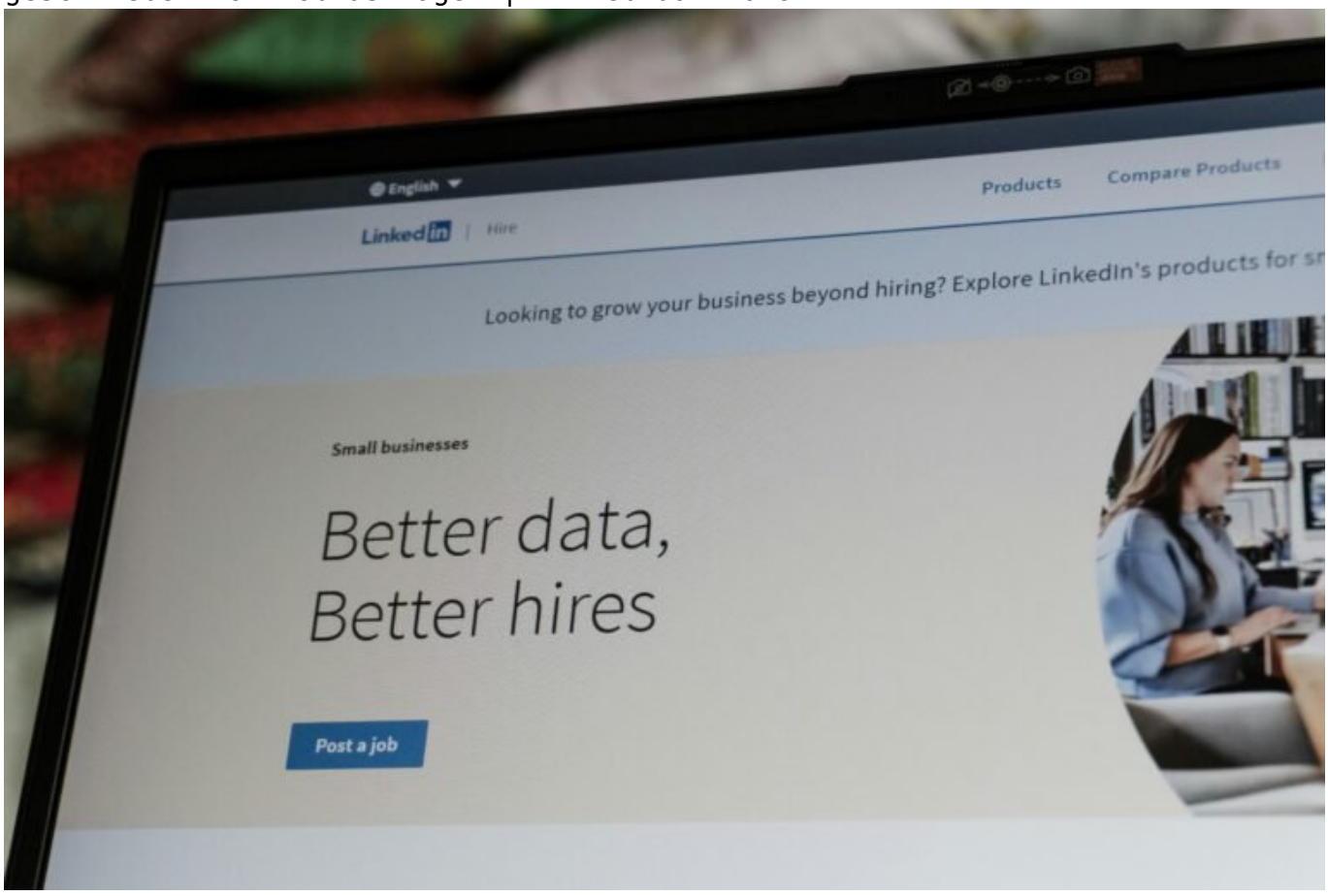
Similar Site: Clevere Wege zu vergleichbaren Webseiten entdecken

Category: Online-Marketing
geschrieben von Tobias Hager | 7. Februar 2026



Similar Site: Clevere Wege zu vergleichbaren Webseiten entdecken

Du stalkst die Konkurrenz, deine Tools werfen aber nur dieselben fünf langweiligen Seiten aus? Willkommen im Labyrinth der „ähnlichen Seiten“, in dem alle dieselben Türen öffnen – aber niemand weiß, was dahinter steckt. Wer im Online-Marketing 2025 bestehen will, muss tiefer graben: Wir zeigen dir, wie du wirklich vergleichbare Webseiten findest – jenseits von SimilarWeb,

Alexa & Co. Und ja, es wird technisch. Sehr technisch.

- Warum “ähnliche Seiten” mehr sind als nur Wettbewerber-Listen
- Wie du mit technischen SEO-Parametern echte Vergleichsseiten identifizierst
- Die besten Tools für die Analyse von Similar Sites – und ihre Schwächen
- Wie du semantische Ähnlichkeit und Nutzerintention in die Analyse einbeziehst
- Was Google über ähnliche Seiten weiß – und wie du davon profitierst
- Schritt-für-Schritt-Anleitungen zur manuellen und automatisierten Similar-Site-Recherche
- Warum Plattformen wie SimilarWeb oft versagen – und was du stattdessen nutzen solltest
- Wie du eigene Cluster und Kategorien für deine Wettbewerbsanalyse aufbaust
- Konkrete Use Cases für Content-Strategie, Linkbuilding und Keyword-Recherche
- Ein glasklares Fazit: Wer Suchintention nicht versteht, versteht seine Konkurrenz nicht

Was bedeutet “ähnliche Seiten” wirklich? – SEO, Semantik und Nutzerintention

Der Begriff “ähnliche Seiten” klingt harmlos, ist aber in der Praxis eine hochkomplexe Angelegenheit. Denn was bedeutet “ähnlich” im digitalen Raum? Gleiche Branche? Selbe Keywords? Ähnliches Publikum? Oder identische Content-Struktur? Die Antwort lautet: Es kommt darauf an. Und genau das macht das Thema so spannend – und so gefährlich, wenn man es falsch angeht.

In der SEO-Welt bezieht sich Ähnlichkeit oft auf Keyword-Überschneidungen, Backlink-Profile oder semantische Nähe im Content. Tools wie SimilarWeb oder SEMrush werfen dir dann Seiten aus, die “ähnlich performen” – was aber oft bedeutet: Sie haben einen ähnlichen Alexa Rank oder teilen sich ein paar Traffic-Quellen. Das ist schön für einen ersten Überblick, aber nutzlos, wenn du echte Insights willst.

Die Realität ist: Zwei Seiten können gleich viele Besucher haben, aber völlig unterschiedliche Inhalte, Zielgruppen und Monetarisierungsmodelle. Wenn du also wirklich verstehen willst, welche Seiten deiner ähnlich sind – oder es sein sollten – musst du tiefer gehen. Du brauchst technische, semantische und strategische Kriterien, um echte Vergleichbarkeit zu schaffen. Und genau das ist der Punkt, an dem die meisten Tools versagen.

Nutzerintention ist dabei ein zentraler Faktor. Wenn zwei Seiten zwar dieselben Keywords bedienen, aber völlig unterschiedliche Suchintentionen ansprechen (informational vs. transactional), sind sie nicht vergleichbar – zumindest nicht aus Sicht des Users. Wer das ignoriert, analysiert Äpfel mit

Birnen und zieht falsche Schlüsse für Content, SEO und UX.

Technische Kriterien für Similar Sites: Struktur, Markup, Performance

Wenn du ähnliche Seiten wirklich identifizieren willst, musst du dich von oberflächlichen Traffic-Zahlen verabschieden. Stattdessen brauchst du technische Parameter, die zeigen, wie Seiten gebaut sind – und warum sie ähnlich funktionieren. Dazu zählen HTML-Strukturen, semantisches Markup, Pagespeed, Core Web Vitals und vieles mehr.

Ein Beispiel: Zwei Seiten nutzen dasselbe CMS, dieselbe URL-Struktur und vergleichbare interne Verlinkung. Sie setzen beide auf JSON-LD für strukturierte Daten und verwenden ähnliche Meta-Patterns. Diese Ähnlichkeit auf Code-Ebene ist in keiner "Similar Site"-Liste zu sehen – aber sie ist Gold wert für Reverse Engineering und technisches Benchmarking.

Auch die Serverinfrastruktur kann ein Vergleichskriterium sein. Nutzt die Seite ein CDN? Läuft sie auf HTTP/2 oder sogar HTTP/3? Werden WebP-Formate verwendet? Wie ist die TTFB (Time To First Byte)? All diese Daten verraten dir, wie modern und performant eine Seite ist – und ob sie dir technisch das Wasser reichen kann oder nicht.

Tools wie BuiltWith, Wappalyzer oder WebPageTest helfen dir, diese Informationen sichtbar zu machen. Sie zeigen dir Technologien, Frameworks und Performance-Daten – und damit eine ganz andere Art von Ähnlichkeit: die technologische DNA.

Tool-Check: Die besten Plattformen zur Recherche ähnlicher Webseiten

Natürlich willst du nicht alles manuell prüfen – und das musst du auch nicht. Es gibt eine Reihe von Tools, die dir beim Auffinden ähnlicher Seiten helfen. Aber Achtung: Die meisten davon arbeiten mit sehr begrenzten Datensätzen und fragwürdigen Metriken. Hier ein Überblick mit ehrlicher Bewertung:

- SimilarWeb: Gut für Traffic-Schätzungen und Top-Level-Vergleiche. Schwach bei Nischen-Sites und technischer Tiefe. Ähnlichkeitsmetriken oft Blackbox.
- SEMrush: Bietet "Competitor Discovery" basierend auf Keyword-Überschneidung. Nützlich für SEO-Wettbewerber, aber nicht für technische Ähnlichkeit.

- Sistrix: Starke Datenbasis für den deutschsprachigen Raum. Konkurrenzanalyse basiert auf Sichtbarkeitsindex – gut, aber nicht granular genug.
- BuiltWith: Ideal für technische Ähnlichkeit. Zeigt eingesetzte Technologien, Frameworks und Hosting-Details. Keine Traffic-Daten, aber perfekte Ergänzung.
- Ahrefs: Backlink-basierte Konkurrenzanalyse. Gut für Linkbuilding, weniger für Content- oder Technikvergleich.

Die Wahrheit ist: Kein Tool zeigt dir "die eine wahre" ähnliche Seite. Du musst mehrere Perspektiven kombinieren – Traffic, Technik, Semantik, UX – um ein vollständiges Bild zu bekommen. Tools sind Werkzeuge, keine Orakel.

Step-by-Step: So findest du echte Similar Sites ohne Bullshit

Wenn du es ernst meinst mit der Recherche, brauchst du einen strukturierten Prozess. Hier ist ein bewährtes Vorgehen, das dir zeigt, wie du systematisch ähnliche Seiten findest – jenseits von Tool-Listen und Schätzmetriken:

1. Definiere deine Vergleichskriterien:
   Geht es dir um Content, Technik, Design, Monetarisierung oder Zielgruppe? Nur wer weiß, was er sucht, kann es auch finden.
2. Starte mit Keyword-basierter Konkurrenzanalyse:
   Nutze SEMrush oder Ahrefs, um Seiten mit Überschneidungen bei deinen Fokus-Keywords zu identifizieren.
3. Analysiere technische Ähnlichkeiten:
   Checke mit BuiltWith und Wappalyzer, welche Technologien und Frameworks zum Einsatz kommen. Achte auf CMS, Script-Frameworks, Server-Stack.
4. Bewerte semantische Nähe:
   Nutze Natural Language Processing Tools oder GPT-Embeddings, um Content-Semantik zu vergleichen. Tools wie Clearscope oder SurferSEO helfen hier weiter.
5. Prüfe User Experience und Struktur:
   Vergleiche Navigation, Seitenaufbau, interne Verlinkung und Conversion-Flows. Hier kommt deine UX-Brille zum Einsatz.
6. Cluster deine Ergebnisse:
   Erstelle Kategorien wie "technisch ähnlich", "inhaltlich ähnlich", "kommerziell ähnlich" und sortiere deine Funde entsprechend.

Dieser Prozess ist aufwendig – aber er liefert dir echte Insights, mit denen du deine Strategie auf ein neues Level hebst. Kein Tool kann diesen Schritt für dich übernehmen. Wenn du es ernst meinst mit deinem Marktverständnis, musst du selbst ran.

Use Cases: Warum du Similar Sites analysieren solltest

Jetzt mal Butter bei die Fische: Warum solltest du dir überhaupt die Mühe machen, ähnliche Seiten zu analysieren? Die Antwort ist einfach: Weil es dir in fast jedem Bereich des Online-Marketings einen massiven Vorteil verschafft. Hier ein paar konkrete Use Cases:

- Content-Strategie: Finde heraus, welche Themen deine "ähnlichen" Seiten behandeln – und welche sie vernachlässigen. Gap-Analyse 2.0.
- Keyword-Recherche: Entdecke Keywords, die bei der Konkurrenz performen, aber bei dir fehlen. Oder finde semantische Cluster, die du noch nicht besetzt hast.
- Linkbuilding: Analysiere Backlink-Profile ähnlicher Seiten und finde Linkquellen, die du ebenfalls ansprechen kannst – inklusive Outreach-Vorlagen.
- UX-Optimierung: Lerne, wie andere Seiten User durch den Funnel führen – und wo deine eigene Seite noch Reibung erzeugt.
- Technik-Benchmarking: Finde heraus, welche Pagespeed-Werte, Ladezeiten oder Server-Konfigurationen deine Wettbewerber haben – und wie du sie übertriffst.

Wer diese Daten ignoriert, fliegt blind durch die SERPs. Wer sie nutzt, baut sich einen unfairen Informationsvorsprung auf. Die Wahl liegt bei dir.

Fazit: Ohne echte Vergleichsseiten keine echte Strategie

Similar Site ist kein nettes Feature in irgendeinem Tool, sondern ein strategisches Prinzip. Wer im digitalen Raum wachsen will, muss wissen, wer ihm ähnlich ist – technisch, inhaltlich, strukturell. Und er muss verstehen, wie diese Ähnlichkeit zur Verbesserung der eigenen Seite genutzt werden kann. Alles andere ist Taktik ohne Richtung.

Die meisten "Similar Site"-Tools liefern oberflächliche Daten, die bestenfalls für Präsentationen taugen. Wenn du wirklich wissen willst, was deine Konkurrenz ausmacht – und wie du sie schlagen kannst – brauchst du Tiefe, Technik und einen klaren Prozess. Du willst 2025 vorne mitspielen? Dann hör auf, auf Tool-Vorschläge zu vertrauen. Und fang an, deine Konkurrenz wirklich zu verstehen.