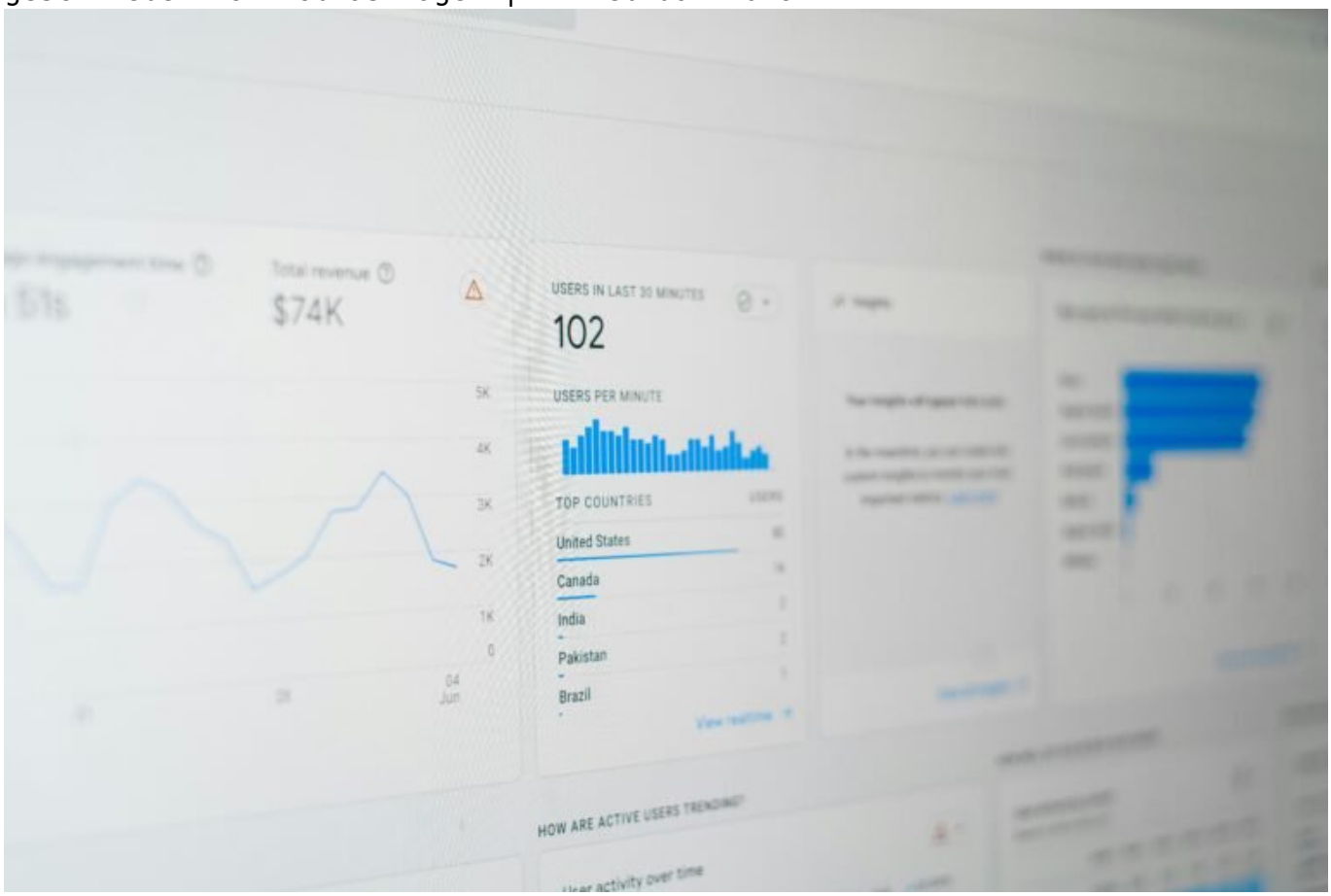
Similarweb: Insights, die Marketing und SEO verändern

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



Similarweb: Insights, die Marketing und SEO verändern

Du kannst die besten Keywords recherchieren, den Content deiner Träume schreiben und einen Funnel bauen, der laut Lehrbuch konvertiert – aber wenn du keine Ahnung hast, wie deine Zielgruppe sich wirklich im Netz bewegt, dann agierst du im Blindflug. Willkommen in der Ära von Similarweb – dem Tool, das nicht nur deine SEO-Strategie revolutionieren kann, sondern gleich das ganze

Online-Marketing-Spiel neu definiert. Bereit für die harte Wahrheit über Traffic, Marktanteile und digitale Realitäten?

- Was Similarweb ist und warum es mehr ist als nur ein Traffic-Tool
- Welche Datenquellen Similarweb nutzt – und wie zuverlässig sie wirklich sind
- Wie du mit Similarweb Wettbewerbsanalysen durchführst, die Agenturen alt aussehen lassen
- Warum Similarweb für SEO-Strategien ein Gamechanger ist
- Welche Funktionen besonders für Content-Marketer relevant sind
- Wie du Paid Traffic, Referrals und Social Traffic exakt trackst
- Welche Limitierungen das Tool hat – und wie du sie clever umgehst
- Alternativen zu Similarweb – und wann sie Sinn ergeben

Was ist Similarweb? Mehr als nur ein Traffic-Analyse-Tool

Similarweb ist kein weiteres SEO-Tool, das dir sagt, wie viele Backlinks deine Konkurrenz hat oder welches Keyword du noch nicht optimiert hast. Es ist ein umfassendes Digital-Intelligence-System, das dir Zugriff auf eine der größten Datenbanken zum Nutzerverhalten im Internet gibt. Du willst wissen, woher der Traffic deiner Wettbewerber kommt? Welche Kanäle konvertieren? Welche Länder am meisten Umsatz bringen? Similarweb weiß es – und du ab jetzt auch.

Das Tool kombiniert Traffic-Analyse, Wettbewerbsbeobachtung, Branchen-Benchmarking und Marktanalyse in einer Plattform. Dabei geht es nicht nur um organische Suche, sondern auch um Paid Search, Display Ads, Social Media, Referrals und sogar App-Nutzung. Ob B2B oder B2C – wer verstehen will, wie digitale Märkte wirklich funktionieren, kommt an Similarweb nicht vorbei.

Besonders mächtig ist Similarweb für SEO-Strategen, Marketingleiter und Growth Hacker, die wissen wollen, wo ihre Zielgruppe wirklich unterwegs ist – und nicht nur, was Google ihnen vorgaukelt. Die Daten sind granular, segmentierbar und in vielen Fällen verdammt aufschlussreich. Aber: Nur, wenn man weiß, wie man sie liest. Und genau darum geht es in diesem Artikel.

Similarweb ist kein Tool für Anfänger. Es ist kein “mal kurz reinschauen und ein paar Zahlen ablesen”-Ding. Wer es richtig nutzt, kann seine gesamte Online-Strategie neu aufbauen – datengetrieben, realistisch und brutal ehrlich. Und genau deshalb ist es der Albtraum aller Agenturen, die noch mit Bauchgefühl argumentieren.

Die Datenquellen von

Similarweb – und wie vertrauenswürdig sie sind

Ein Tool ist nur so gut wie seine Daten. Und bei Similarweb fragt man sich zurecht: Woher kommen diese ganzen Informationen eigentlich? Die Antwort ist komplex – aber faszinierend. Similarweb nutzt eine Kombination aus vier Hauptdatenquellen:

1. Direkte Messdaten: Über Partnerseiten, Browser-Extensions und Plugins, die anonymisierte Daten sammeln. Diese liefern sehr präzise Nutzungsdaten – vor allem zu Traffic-Mustern, Verweildauer und Absprungraten.
2. Panel-Daten: Ähnlich wie bei TV-Quoten basiert ein Teil der Daten auf Panels von Nutzern, die ihr Surfverhalten teilen. Diese Daten sind besonders interessant für demografische Analysen.
3. Public Data: Crawler scannen Websites und sammeln öffentlich verfügbare Informationen – etwa zu Ads, Backlinks oder Onpage-Elementen.
4. First-Party-Data: Wenn Kunden ihre Webseiten mit dem Similarweb-Tracking ausstatten, fließen diese hochgenauen Daten ebenfalls in den Datenpool ein.

Die Kombination dieser Quellen sorgt für eine erstaunlich hohe Datenqualität. Natürlich gibt es keine 100%ige Genauigkeit – aber im Vergleich zu vielen anderen Tools liegt Similarweb oft verdammt nah an der Realität. Besonders spannend: Die Daten lassen sich rückwirkend bis zu 36 Monate analysieren. Das macht Trendanalysen möglich, die sonst nur mit Google Analytics (und viel Export-Hustle) umsetzbar wären.

Ja, es gibt Abweichungen bei kleinen Seiten mit wenig Traffic. Und ja, bei Nischenmärkten kann die Datenbasis dünn sein. Aber für mittelgroße bis große Websites – und vor allem für Wettbewerbsanalysen – liefert Similarweb eine Datenqualität, die in ihrer Tiefe kaum zu schlagen ist.

Wettbewerbsanalyse mit Similarweb: Spionage-Level 9000

Du willst wissen, wie viel Traffic dein härtester Konkurrent aus der organischen Suche zieht? Welche Paid-Search-Kampagnen er fährt? Welche Referral-Seiten ihm den meisten Umsatz bringen? Similarweb liefert dir genau das. Und zwar in einer Detailtiefe, die dich fragen lässt, ob das überhaupt noch legal ist (Spoiler: Ist es).

Mit der Funktion „Competitive Analysis“ kannst du jede beliebige Website analysieren – inklusive Traffic-Quellen, Verteilung nach Ländern, Engagement-

Metriken, Top-Referrals, Top-Werbekanälen und mehr. Besonders mächtig: Du siehst nicht nur, woher der Traffic kommt, sondern auch, wohin er geht. Das bedeutet: Du erkennst strategische Partnerschaften, Affiliate-Strukturen und Linknetzwerke auf einen Blick.

So funktioniert eine strategische Wettbewerbsanalyse mit Similarweb Schritt für Schritt:

- Website des Wettbewerbers eingeben
- Traffic Overview analysieren (Total Visits, Bounce Rate, Pages per Visit, Visit Duration)
- Traffic Sources prüfen (Direct, Search, Social, Mail, Referrals, Display Ads)
- Top Destination Sites identifizieren (Wohin schickt der Wettbewerber seinen Traffic?)
- Referring Sites analysieren (Wer verlinkt auf den Wettbewerber?)
- Top Keywords im SEO und SEA analysieren
- Display Ads und Creatives einsehen (welche Botschaften performen?)

Das Ergebnis: Du siehst exakt, was funktioniert – und was nicht. Du erkennst Lücken in deiner eigenen Strategie und kannst gezielt gegensteuern. Oder besser: gegenangreifen. Denn das ist kein nettes Benchmarking – das ist digitale Kriegsführung mit Daten.

SEO und Content-Marketing mit Similarweb verstehen und dominieren

Für SEOs ist Similarweb ein Schatz. Denn es liefert nicht nur klassische Keyword-Daten oder Backlink-Profile, sondern einen vollständigen Überblick über das Nutzerverhalten – inklusive Suchintention, Click-Through-Rates und Wettbewerbsdichte. Besonders wichtig: Du siehst, welche Keywords deiner Konkurrenz wirklich Traffic bringen. Nicht nur Rankings, sondern echte Besucher. Und das ist der Unterschied zwischen Vanity Metrics und echtem Impact.

Im Bereich Content-Marketing hilft Similarweb, Themen zu identifizieren, die wirklich Reichweite erzeugen. Du siehst, welche Inhalte bei der Konkurrenz performen, welche Formate (Blog, Video, Landingpage) besonders gut laufen und über welche Kanäle sie distribuiert werden. Damit kannst du deinen Content gezielt auf Trafficpotenziale ausrichten – statt ins Blaue zu schreiben.

Auch für die SERP-Analyse ist Similarweb hilfreich. Du erkennst, wie hoch der Anteil von organischem gegenüber bezahltem Traffic ist – und kannst daraus ableiten, ob du in einem Markt mit hohem SEO-Potenzial unterwegs bist oder ob Paid Search dominiert. Diese Insights verändern die Art, wie du Keywords priorisierst, Inhalte planst und Budgets verteilst.

Für Content-Planer ist insbesondere die Analyse von „Outgoing Traffic“ interessant: Welche Seiten verlinkt deine Konkurrenz? Welche Portale, Partner oder Influencer nutzen sie? Das eröffnet neue Kooperationsmöglichkeiten – oder zeigt dir, wo du Backlinks setzen musst, um Sichtbarkeit zu klauen.

Grenzen von Similarweb – und wie du sie clever umgehst

So mächtig Similarweb ist – es hat auch Schwächen. Besonders bei sehr kleinen Websites (<10.000 Visits/Monat) ist die Datenbasis oft dünn oder gar nicht vorhanden. Auch bei stark lokalisierten Seiten (z. B. nur Österreich oder Schweiz) kann die Genauigkeit leiden. Zudem basiert ein Teil der Daten auf Schätzungen – was bei falscher Interpretation zu strategischen Fehlentscheidungen führen kann.

Ein weiteres Manko: Similarweb zeigt keine vollständigen Keyword-Listen, sondern nur die Top-Treffer. Wer exakte Keyword-Rankings oder vollständige SERP-Daten braucht, muss ergänzend mit Tools wie Sistrix, Ahrefs oder SEMrush arbeiten. Auch das Tracking von Konversionen oder Customer Journeys innerhalb einer Website ist nicht möglich – dafür brauchst du weiterhin Google Analytics oder Matomo.

Aber: Wer die Grenzen kennt, kann sie clever umspielen. Nutze Similarweb für das, was es am besten kann – nämlich Markt- und Wettbewerbsanalyse. Für tiefere SEO-Analysen kombinierst du es mit spezialisierten Tools. Und für Conversion-Tracking brauchst du sowieso eigene Tracking-Systeme. Die Kunst liegt in der Kombination – und darin, die richtigen Fragen zu stellen.

Fazit: Similarweb als unverzichtbares Tool für datengetriebenes Marketing

Similarweb ist kein Spielzeug. Es ist eine Waffe. Wer es richtig nutzt, bekommt einen tiefen, fast beängstigenden Einblick in den digitalen Markt. Du siehst, wohin der Traffic fließt, welche Kanäle funktionieren, welche Inhalte dominieren – und wie viel Luft du noch nach oben hast. Für SEO, SEA, Content und Growth-Marketing ist das ein strategischer Goldschatz.

Aber: Das Tool ersetzt nicht deine Strategie. Es liefert Daten – du musst Schlussfolgerungen ziehen. Wer Similarweb nur nutzt, um neugierig auf die Konkurrenz zu schielen, hat das Potenzial nicht verstanden. Wer es aber systematisch in seine Entscheidungsprozesse integriert, kann seine komplette Online-Strategie smarter, schneller und aggressiver machen. Willkommen im datengetriebenen Marketing. Willkommen bei der Realität. Willkommen bei Similarweb.