

## Referrer

Stand: 21.07.2022

**Als Referrer wird die Herkunft eines Webseitenbesuchers bezeichnet. Diese entspricht in der Regel der zuvor besuchten URL, von der aus der Besucher auf die aktuelle Seite gekommen ist. Marketingmaßnahmen können durch die Auswertung von Herkunftsseiten besser überprüft und im Hinblick auf ihre Effektivität bewertet und optimiert werden.**

### Definition

Ein Referrer (auch Referer, deutsch: verweisende Seite) ist eine **Herkunftsseite, von der aus der Nutzer durch einen Klick auf einen entsprechenden Link auf die aktuelle Webseite gekommen ist**. Bei jedem Seitenaufruf speichert der Server eine Protokolldatei (Logfile), in der neben der [IP-Adresse](#), den Statusangaben und dem User Agent auch der Referrer registriert wird. Angaben zum Referrer dienen dabei vor allem der statistischen Auswertung.

### Funktionsweise

Ruft ein Nutzer eine Webseite über einen Link auf einer anderen Webseite auf, wird unter anderem auch der Referrer in einem entsprechenden Logfile protokolliert. Das bedeutet auch, dass der Referrer nicht übertragen wird, wenn ein URL manuell in das Browserfenster eingetippt wird.

Die Übertragung des Referrers kann vom Nutzer durch die Verwendung eines Dereferriers unterdrückt werden. Dieser kann beispielsweise durch die Verwendung eines Addons im [Browser](#) installiert werden. Klickt der Nutzer auf seiner Herkunftsseite einen Link, der ihn auf die aktuelle Seite führt, wird dieser Prozess über einen Dereferrierdienst ausgeführt und die Herkunftsseite so nicht in der Protokolldatei registriert. Durch das Unterbinden der Übertragung der Referrer können die Bewegungen des Nutzers im Internet nicht nachvollzogen werden. Diese Übertragung kann unter anderem auch durch [Proxy Server](#) oder Internet-Security-Packages blockiert werden.

### Bedeutung für das Online-Marketing

Durch die Auswertung der Referrer lassen sich Aussagen darüber treffen, auf welchen Webseiten Traffic für die eigene Webseite generiert wird. Werbemaßnahmen auf anderen Webseiten können so auf ihre Wirksamkeit hin bewertet werden. Besonders im Hinblick auf die [Search Engine Optimization](#) (SEO) ist

diese Auswertung entscheidend, den viele Webanalyse Tools wie Google Analytics geben auch Auskünfte darüber, welche Suchbegriffe von Nutzern in den Suchmaschinen verwendet wurden.

Im Zusammenhang mit der Konversionsrate ist eine eindeutige Zuordnung einer Transaktion zu einem Referrer nicht immer eindeutig möglich. Zwar wird zu jedem Seitenaufruf über eine andere Webseite ein Referrer übermittelt, dieser ist jedoch nicht immer für den Erfolg einer Transaktion verantwortlich. Ruft ein Nutzer eine Webseite mehrmals über unterschiedliche Referrer auf, schließt aber erst beim letzten Aufruf der Webseite eine Transaktion ab, wird diese Transaktion immer dem letzten Referrer zugeschrieben. Der Kaufimpuls allerdings muss nicht zwangsläufig auch von diesem letzten Referrer ausgehen.

Eine weitere Herausforderung stellt der Referrer-Spam dar. Durch das häufige und automatisch generierte Aufrufen einer bestimmten Webseite von einem bestimmten Referrer aus, wird dieser Referrer im Ranking gestärkt.