

7.2 Google Analytics für Anfänger

Die Grundlagen im Überblick.

Kathleen Ziemann, betterplace lab

Analytics ist das wohl bekannteste Analyse-Tool für Websites – etwa die Hälfte aller Websites nutzt das Tracking-Tool. Es bietet jede Menge Funktionen zur Erfassung von Besucherzahlen, Aufenthaltsdauer, Absprungrate und vieles mehr. Diese Daten helfen dabei, deine Website zu verbessern und den Online-Erfolg deines Projektes zu messen. Folgende Fragen helfen dir beim Start:

Wie installierst du Google Analytics?

Du kannst einfach den Analytics-Tracking-Code direkt im HTML-Code deiner Website einfügen. Hierfür musst du Zugang zum Quellcode deiner Website haben, mit HTML vertraut sein oder dir von einem Entwickler helfen lassen. Außerdem musst du bereits über ein Google-Analytics-Konto verfügen. Das kannst du dir kostenlos einrichten.

Wie viele Nutzer besuchen deine Website?

Erfasse regelmäßig, wie viele Menschen deine Website besuchen. Du kannst die Besucherentwicklung auf einzelne Tage, Wochen oder sogar Jahre betrachten. So kannst du erkennen, wie sich das Interesse an deiner Organisation entwickelt und welche Maßnahmen zu mehr Besuchen auf deiner Website führen.

Welche Webseiten (Unterseiten) sind besonders gut besucht?

Nun ist das genauere Verhalten deiner Nutzer interessant. Unter dem Menüpunkt „Verhalten“ kannst du sehen, welche Seiten besonders häufig aufgesucht werden und wo besonders lange verweilt wird (Verweildauer). Dementsprechend viel Sorgfalt solltest du in die Gestaltung dieser einzelnen Seiten investieren.

Woher kommen deine Nutzer?

Unter dem Menüpunkt „Akquisition“ erfährst du, wie deine Nutzer auf dich stoßen. Zum Beispiel, welche Suchwörter sie eingeben, um auf deiner Seite zu landen – oder ob sie hauptsächlich über Social Media zu dir kommen. So kannst du anfangen, deine Nutzer entsprechend zu lenken. Du

kannst außerdem mit Google Analytics den Erfolg von Kampagnenlinks messen. Dann weißt du ganz genau, welcher Kanal besonders erfolgreich auf deine Website lenkt.

Erreichst du deine Ziele?

Unter dem Menüpunkt „Conversions“ kannst du messen, ob die Nutzer einen von dir bestimmten Prozess auf deiner Website abschließen. Zum Beispiel einen Newsletter abonnieren oder eine Spende tätigen. Gibt es viele Abbrüche, kannst du versuchen, dein Spendenformular oder deine Newsletter-Registrierung zu verbessern.

Gibt es Alternativen zu Google Analytics?

Google wird insbesondere in Deutschland wegen seiner Datenschutz-Richtlinien kritisiert. Wer deshalb nicht Google verwenden möchte, der kann auf einige kostenlose Alternativen mit ähnlichen Funktionen zurückgreifen. Zum Beispiel Piwik, Clicky oder Mint. Piwik ist nach Google Analytics das meistverwendete Tracking-Tool in Deutschland. Es ist eine Open-Source-Software und bietet die Möglichkeit, sämtliche Daten auf dem eigenen Server zu speichern.

Was ist Conversion-Tracking?

Conversion bezeichnet im Online-Marketing das Ziel, Besucher einer Webseite zu einer konkreten Handlung zu bringen, zum Beispiel eine Onlinespende zu tätigen, einen Newsletter zu abonnieren oder ein Produkt zu kaufen. Das sogenannte Conversion-Tracking ermöglicht es, die Anzahl an Transaktionen (Einkäufen oder Spenden) im Verhältnis zur Anzahl der Website-Besucher zu messen sowie auch die Umsätze zu erfassen. Daraus ergibt sich die sogenannte Conversion-Rate, die dazu dient, zu analysieren, wie erfolgreich die Website-Betreiber ihre Ziele erreichen. Das Conversion-Tracking stößt allerdings dann an seine Grenzen, wenn der User das Internet verlässt und zum Beispiel einen Telefonkontakt herstellt. Diesen sogenannten Medienbruch überwindet zusätzliches Tracking. Zum Beispiel Telefontracking.

→ Mehr zum Conversion-Tracking und wie du es einrichten kannst:

support.google.com/adwords/answer/6095821

Wofür kann ich Kampagnenlinks nutzen?

Tracking- bzw. Kampagnenlinks sorgen dafür, dass in Google Analytics ganz eindeutig ersichtlich wird, von welcher Quelle (wie z. B. einer bestimmten Facebook-Seite, einem Newsletter oder einer anderen Webseite) ein Besucher auf eine bestimmte Webseite gelangt ist. Der Link ist nach einem festen Format aufgebaut und enthält Informationen wie den Namen der Zielseite, der Quelle, der Kampagne oder der Organisation.

→ Hier kannst du deine eigenen Kampagnenlinks erstellen: gaconfig.com

Was ist AdWords?

Bei einer Google-Suche sind bestimmte Suchergebnisse mit dem Begriff „Anzeige“ gekennzeichnet. Diese Ergebnisse werden von Google als AdWords-Anzeigen bezeichnet. Dabei handelt es sich um bezahlte Anzeigen, die von Website-Betreibern erstellt werden und für die sie pro Klick bezahlen. Mehr zu AdWords erfährst du auf Seite 45.

Weiterführende Links:

→ Das Google Learning Centre google.com/analytics/learn/index.html

→ Analytics Academy analyticsacademy.withgoogle.com

→ google.com/analytics