

O'REILLY®



Das Google Analytics-Buch

Cathrin Tusche

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	7	Interne Zugriffe ausschließen	63
Was ist Webanalyse?	9	Das neue Universal Analytics	67
Warum Sie Google Analytics einsetzen sollten	11	4. Die Verwaltung des Google Analytics Accounts	69
Was Sie mit Google Analytics messen können	13	Die Startseite	71
Die Funktionsweise von Google Analytics	15	Konten und Properties	75
Die Google Analytics-Checkliste	17	Das Google Analytics-Konto mit Google AdWords verknüpfen	79
2. Ziele definieren	21	Das Google Analytics-Konto mit den Google Webmaster Tools verknüpfen	81
Unternehmens- und Website-Ziele	23	Datenansichten	83
Key Performance Indicators	27	Assets teilen	87
Zehn wichtige Kennzahlen	29	Neue Nutzer einrichten	89
Der Webanalyse-Kreislauf	35	5. Die Benutzeroberfläche	91
3. Erste Schritte in Google Analytics	41	Der erste Überblick	93
Ein Google Analytics-Konto erstellen	43	Navigation in den Berichten – Das Menü	95
Den Tracking-Code auf der Website implementieren	47	Die Berichte	97
Der datenschutzkonforme Einsatz	49	Das Zeitdiagramm	99
Anpassungen des Tracking Codes	55	Die wichtigsten Begriffe in den Berichten	101
Mögliche Fehlerquellen	59	Zeiträume vergleichen	107
		Vermerke einrichten	109
		Berichte per E-Mail versenden	111

Berichte exportieren	113	AdWords – Der Report »Kampagnen«	159
Dimensionen und Messwerte	115	AdWords – Gebotsanpassung, Keywords, Suchanfragen	161
6. Lernen Sie Ihre Kunden kennen:		AdWords – Tageszeit und Ziel-URLs	163
Der Bericht »Zielgruppe«	119	AdWords – Werbung im Displaynetzwerk	165
Die Zielgruppenübersicht	121	Suchmaschinenoptimierung	167
Demografische Merkmale und Interessen	123	Soziale Netzwerke	169
Geografisch	127	Kampagnen – Alle Kampagnen und Keywords	175
Verhalten – neu und wiederkehrend	129	Kampagnentracking	177
Verhalten – Häufigkeit und Aktualität/ Interaktionen	131	Der Umgang mit »not provided«	179
Technologie	133	Kampagnen – Kostenanalyse	181
Mobil	135	8. Was interessiert Ihre Zielgruppe?	
Benutzerdefiniert	137	Der Bericht »Verhalten«	183
Benchmarking	139	Verhalten – Übersicht	185
7. Woher kommen die Besucher Ihrer Website? Der Bericht »Akquisition«	141	Website-Content – Alle Seiten	187
Channels, Quellen, Medien und Verweise	143	Navigationsübersicht	189
Akquisition – Übersicht	145	Website-Content – Aufschlüsselung nach Content	191
Alle Zugriffe – Channels	147	Website-Content – Ziel- und Ausstiegsseiten	193
Channel-Gruppierung bearbeiten	151	Website-Geschwindigkeit	195
Alle Zugriffe – Quelle/Medium	153	Site Search	197
Alle Zugriffe – Verweise	155	Ereignisse	199
Verweise ausschließen	157	Tests	205

9. Der Bericht »Conversions«: Welche Ziele werden erreicht?	207	Ziele visualisieren	269
Ziele in Google Analytics einrichten	209	Bewegungsdiagramme	271
Zielvorhaben	215	Darstellungsformen der Berichte	273
E-Commerce	217	Die Sortierungsarten in den Berichten	279
Multi-Channel-Trichter	221	Strukturkarten	281
Zuordnung	225		
10. Weitere Berichte und Features	227	12. Google Analytics-Praxistipps	283
Arbeiten mit den Dashboards	229	Conversion-Optimierung	285
Praktische Helferlein – die Widgets	235	Suchmaschinenoptimierung	289
Die Solutions Gallery	237	Content-Optimierung	291
Verknüpfungen	239	AdWords-Optimierung	295
Radar-Ereignisse – Alerts in Google Analytics	241	Die Google Analytics App für mobile Geräte	299
Echtzeit	245	Google Analytics und die Google-Tabellen	301
Segmentieren in Google Analytics	247	Nützliche Tools	303
Eigene Segmente erstellen	249	Nützliche Links	305
Benutzerdefinierte Berichte	251	Index	309
Benutzerdefinierte Berichte – Der Report-Builder	253		
Filter verwenden	255		
11. Visualisierung der Daten	259		
Nutzer- und Verhaltensfluss	261		
Die Kohortenanalyse	265		
Die In-Page-Analyse	267		

Kapitel 4 | Die Verwaltung des Google Analytics Accounts

Die Verwaltung des Google Analytics Accounts ist recht umfangreich und nicht zu verwechseln mit den **Nutzereinstellungen**, die Sie oben rechts mit dem Zahnrad aufrufen können. Diese betreffen Ihr eigenes Google-Konto, mit dem Sie den Google Analytics Account erstellt haben. Verwenden Sie für alle Google-Produkte wie Gmail, Google Drive, Youtube, Google MyBusiness etc. immer die gleiche E-Mail-Adresse, dann können Sie in eingeloggtem Zustand mühelos hin- und herwechseln.

In den Nutzereinstellungen können Sie Ihre E-Mail Adresse bearbeiten oder das Passwort zurücksetzen. Sollten Sie der Administrator des Accounts sein bzw. als Nutzer über die **Bearbeitungsberechtigung** verfügen, wird Ihnen rechts oben angezeigt, wenn das Diagnosetool irgendwelche Unregelmäßigkeiten feststellt oder Tipps für Sie parat hat.

Die Verwaltung, die Sie über den Tab **Verwalten** ganz oben aufrufen, betrifft alle Informationen über generelle Einstellungen in Google Analytics, Nutzerverwaltung, Verknüpfung mit anderen Google-Konten, Ziele, Benachrichtungen, Vermerke, Filter und vieles mehr. Hierher werden Sie auch umgeleitet, wenn Sie in den einzelnen Berichten Einstellungsänderungen vornehmen.

Google Analytics-Tipp

Sollten Sie mehrere Websites betreuen, können Sie ganz einfach zwischen den verschiedenen Konten wechseln, indem Sie oben ganz rechts auf den Pfeil neben Ihrer E-Mail-Adresse klicken und das gewünschte Konto auswählen.

The screenshot shows the Google Analytics interface with several callouts:

- 1**: Points to a search bar in the left sidebar.
- 2**: Points to the 'Berichte' (Reports) tab in the top navigation bar.
- 3**: Points to the 'Personalisieren' (Customize) button in the top navigation bar.
- 4**: Points to the 'Anzeigen' (View) button in the top right navigation bar.
- 5**: Points to the left sidebar area.
- 6**: Points to the 'Alte' (Old) button in the top right navigation bar.

The main content area displays a table with the following columns: Sitzungen, Durchschnitt, Sitzungsdauer, Absprungrate, and Zielvorhaben/Conversion. The table contains several rows of data:

	Sitzungen	Durchschnitt	Sitzungsdauer	Absprungrate	Zielvorhaben/Conversion
	584	00:02:14	55,14 %	0,00 %	
	1.425	00:02:27	36,70 %	0,00 %	
	88	00:01:12	65,91 %	0,00 %	
	539	00:02:21	60,11 %	0,00 %	
	509	00:02:11	73,48 %	0,20 %	
	314	00:06:01	67,83 %	0,00 %	

Die Startseite

Standardmäßig kommen Sie nach dem Einloggen in Ihren Google Analytics Account auf die **Startseite** mit der Übersicht über alle Websites, für die Sie ein Konto angelegt oder den Zugriff erhalten haben. Hier finden Sie links oben vier **Tabs zur Navigation** innerhalb Ihres Kontos, auf die Sie immer zugreifen können.

A. Startseite

Der erste Name auf der **Startseite** ist der **Kontoname** ❶, den Sie vergeben haben. Darunter stehen der Name der sogenannten **Property** ❷ und der Name der **Datenansicht** ❸ (siehe Seite 75). Klicken Sie auf die Datenansicht, um zu den **Berichten** (B) zu gelangen. Wenn Sie nur eine Website betreuen, können Sie auch direkt auf den Tab **Berichte** klicken. Wechseln Sie den Modus ❹, um sich nur die Datenansichten anzeigen zu lassen. Hier erhalten Sie schon mal einen ersten Überblick über die von Ihnen betreuten Websites. Ihre Favoriten können Sie mit einem Stern neben der Website markieren ❺ und sich nur diese anzeigen lassen, wenn Sie auf den Stern oberhalb der Liste aller Websites klicken ❻.

B. Berichte

In diesem Tab finden Sie alle **Berichte** mit den Daten zu Ihrer jeweiligen Website (siehe Seite 91).

C. Personalisieren

Unter **Personalisieren** finden Sie eine Auflistung Ihrer **benutzerdefinierten Berichte** (siehe Seite 251). Hier speichern Sie Anpassungen, die Sie in den Standardberichten machen, oder Sie erstellen neue individuelle Berichte.

D

Google Analytics Startseite Berichte Personalisieren **Verwalten**

Verwalten

1

2

3

4

5

Neues Konto erstellen 19 von 100 wird/werden verwendet.

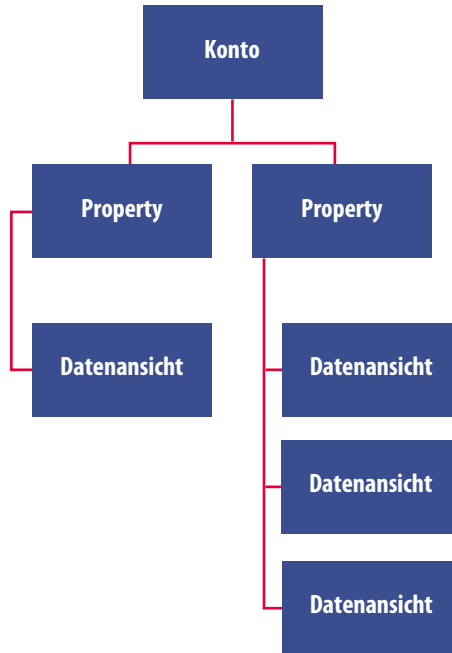
Die Startseite (Fortsetzung)

D. Verwalten

Der Tab **Verwalten** führt Sie zum Herzstück Ihres Google Analytics Accounts. Hier nehmen Sie zahlreiche Einstellungen vor, können weitere Nutzer anlegen, Verknüpfungen mit anderen Google-Produkten vornehmen sowie Ziele und Filter anlegen.

Hier begegnen Ihnen auch wieder die Begriffe **Konto ①**, **Property ②** und **Datenansicht ③** (siehe Seite 75), die auf den nächsten Seiten näher erklärt werden.

Klicken Sie in der Spalte »Konto« **④** auf den Pfeil neben der aktiven Website, um eine andere Website auszuwählen. Es ist auch an dieser Stelle möglich, ein neues Konto zu erstellen **⑤**. Sie können sich dann mit Ihren Google-Zugangsdaten einloggen und haben Zugriff auf alle neu erstellten Google Analytics-Konten. Dies ist vor allem dann sinnvoll, wenn Sie für jemand anderen ein Google Analytics-Konto erstellen möchten, das Sie später an einen Administrator übergeben, beispielsweise, weil Sie als Webdesigner die Konten für Ihre Kunden anlegen.



Konten und Properties

Jedes Google Analytics-Konto ist folgendermaßen aufgebaut:

Konto

Das Konto ist die **oberste Verwaltungsebene** Ihres Google Analytics Accounts mit mindestens einem Administrator. Unter **Kontoeinstellungen** finden Sie die Datenfreigabe-Einstellungen, die Sie bei der Erstellung des Google Analytics Accounts angegeben haben und die Sie hier ändern können. Unter **Alle Filter** finden Sie eine Auflistung aller Filter der verschiedenen Properties und Datenansichten. Außerdem finden Sie hier den **Änderungsverlauf**, wenn Sie das Konto selbst erstellt haben und Administrator sind, oder wenn Ihnen in der **Nutzerverwaltung** der Status »Bearbeiten« erteilt wurde (siehe Seite 89).

Property

Eine **Property** ist eine einzelne Website oder mobile App, der eine Tracking-ID (die **UA-Nummer**) zugeordnet ist. Wenn Sie mehrere Websites haben, zum Beispiel, weil Sie ein separates Blog unter einem anderen Domainnamen oder einer Subdomain führen, dann fügen Sie hier eine neue Property hinzu. Weitere Properties legen Sie an, indem Sie in der mittleren Spalte **Property** auf den Pfeil neben der aktiven Website und dann auf **Neue Webproperty erstellen** klicken. Sie erhalten dann auch einen neuen Tracking Code, den Sie auf der entsprechenden Website implementieren müssen.

Google Analytics Startseite Berichte Personalisieren **Verwalten**

Verwalten

KONTO

- Kontoeinstellungen
- Nutzerverwaltung
- Alle Filter
- Änderungsverlauf

PROPERTY

- Property-Einstellungen
- Nutzerverwaltung
- Tracking-Informationen

VERKNÜPFUNGEN MIT PRODUKTEN

- AdWords-Verknüpfung
- AdSense-Verknüpfung
- Alle Produkte
- Remarketing
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Datenimport
- Einstellungen für soziale Inhalte

DATENANSICHT

- Einstellungen der Datenansicht
- Nutzerverwaltung
- Zielvorhaben
- Gruppierung nach Content
- Filter
- Channel-Einstellungen
- E-Commerce-Einstellungen

PERSÖNLICHE TOOLS UND ASSETS

- Segmente
- Vermerke
- Zuordnungsmodelle
- Benutzerdefinierte Channel-Gruppierungen
- Private Channel-Gruppierungen **beta**
- Benutzerdefinierte Benachrichtigungen
- Geplante E-Mails
- Verknüpfungen
- Assets teilen

Konten und Properties (Fortsetzung)

In den Property-Einstellungen können Sie die grundlegenden **Einstellungen** ändern, die Sie bei der Erstellung des Google Analytics Accounts angegeben haben, z. B. den Namen der Property oder die Standard-Datenansicht, falls Sie mehrere Ansichten haben. Außerdem können Sie hier die **Display-werbefunktionen** aktivieren sowie die Berichte zur Leistung nach demografischen Merkmalen und Interesse, wenn Sie Display-Werbung oder Remarketing einsetzen. Bitte beachten Sie, dass dann eine Aktualisierung der **Datenschutzerklärung** erforderlich ist.

In der Spalte Property können in der Nutzerverwaltung neue Nutzer angelegt (siehe Seite 89), der Tracking Code eingesehen und das Google Analytics-Konto mit anderen Produkten verknüpft werden (siehe Seite 79). Hier werden auch die Zielgruppen für das Remarketing erstellt, wenn Sie in Google AdWords Anzeigen im Google Displaynetzwerk schalten möchten. Wenn Sie Benutzerdefinierte Dimensionen und Messwerte erstellen, muss auch der Tracking Code entsprechend angepasst werden. Für die meisten Google Analytics-Nutzer reichen die Standard-Dimensionen und Messwerte völlig aus (siehe Seite 115f). Unter Datenimport können Daten, die nicht personenbezogen sein dürfen, mit Google Analytics verknüpft werden und, falls erforderlich, Einstellungen für soziale Inhalte gemacht werden.

Weiterführende Links

Richtlinien-Anforderungen für Google Analytics-Werbefunktionen:

https://support.google.com/analytics/answer/2700409?hl=de&utm_id=ad

Kurzlink: <http://goo.gl/KqEKXj>

3

AdWords- und Analytics-Konten miteinander verknüpfen

[Zur Seite](#)

Durch Verknüpfung Ihrer AdWords- und Google Analytics-Konten erhalten Sie einen Gesamtübersicht von konvertierbaren, abgerufenen von Kampagnen oder dem Impression über Ihre Website bis hin zur Conversion. Nachdem Sie Ihre Konten verknüpft haben, können Sie Ihre AdWords-Kampagnen mithilfe der Daten aus Analytics optimieren und so die Gesamtleistung Ihres Unternehmens verbessern.

Verknüpfte Konten bieten folgende Möglichkeiten:

- In den AdWords-Bereichen in Analytics werden Daten zur Anzeigen- und Website-Leistung angezeigt.
- Analytics-Daten und E-Commerce-Transaktionsdaten können direkt in der AdWords-Konto importiert werden.
- Sie können außerdem historische Analytics-Messwerte aus Abfrageprotokolle, Durchschritt, Besucherzeitpunkt und AdWords-Konto importieren.
- Sie profitieren von erweiterten Remarketing-Funktionen.
- Die Bereiche AdWords-Channels-Insights in Analytics enthalten umfassendere Daten.

Verknüpfte Konten bieten folgende Möglichkeiten:

- In den AdWords-Bereichen in Analytics werden Daten zur Anzeigen- und Website-Leistung angezeigt.
- Analytics-Daten und E-Commerce-Transaktionsdaten können direkt in der AdWords-Konto importiert werden.
- Sie können außerdem historische Analytics-Messwerte aus Abfrageprotokolle, Durchschritt, Besucherzeitpunkt und AdWords-Konto importieren.
- Sie profitieren von erweiterten Remarketing-Funktionen.
- Die Bereiche AdWords-Channels-Insights in Analytics enthalten umfassendere Daten.

2

Kampagnen

Stufenanfragen
Kampagnen
Suchanfragen
Typschnitt
Ziel-URLs
Submaschinenoptimierung
Soziale Netzwerke
Kampagnen

AdWords-Kampagnen

Wir haben den Abschnitt "Kampagnen" aktualisiert, um die Hauptseite zu vereinfachen. Ihre Lieblingsklicke befinden sich nach wie vor hier: [Webseite aktualisieren](#)

Apparaten: E-Mail Exportieren Zum Dashboard hinzufügen Verknüpfung

Alle Desktop-Computer Mobilegeräte Tablet

Alle Sitzungen 0,0 % Segment hinzufügen

Explorieren

Zusammenfassung Website-Hilfzung E-Commerce Kids

1

Verwalten - AdWords-Verknüpfung

PROPERTY

Gruppe von AdWords-Verknüpfungen konfigurieren

✓ Verknüpfte AdWords-Konten auswählen Bearbeiten

2 Konfiguration der Verknüpfung

Titel für die Gruppe von Verknüpfungen

Verknüpfte Datenansicht(en)

1 Datenansicht ausgewählt

Das Erstellen dieses Links aktiviert die automatische Tag-Kennzeichnung für alle verknüpften AdWords-Konten

In Analytics können AdWords-Daten mithilfe der automatischen Tag-Kennzeichnung automatisch Stück von Kunden zugeordnet werden.

Erweiterte Einstellungen

[System verknüpfen](#) Abbrechen

5

Verwalten - AdWords-Verknüpfung

PROPERTY

Gruppe von AdWords-Verknüpfungen konfigurieren

Durch das Verknüpfen von Konten können autorisierte Nutzer von Analytics und AdWords die Daten beider Produkte einsehen. [Weitere Informationen](#)

1 Verknüpfte AdWords-Konten auswählen

Wählen Sie die Konten aus, die Sie mit AdWords verknüpfen möchten.

[Wählen](#) [Abbrechen](#)

2 Konfiguration der Verknüpfung

[Abbrechen](#)

Kontozugriff

Verknüpfte Konten

- Google Analytics
- Webmaster-Tools
- Google Play

Benachrichtigungseinstellungen

Einstellungen

6

Google Analytics

Importieren Sie Google Analytics-Messwerte (z. B. Abprungrate und Seitenaufrufe/Besuch)

Verknüpft: eine Datenansicht Bearbeiten

- 1 Datenansicht ausgewählt

Das Google Analytics-Konto mit Google AdWords verknüpfen

Google AdWords ist das von Google zur Verfügung gestellte Tool, um Anzeigen in den **Google-Suchergebnissen** oder um im **Google-Display-Netzwerk** (GDN) Textanzeigen und Bannerwerbung zu schalten. Sie können natürlich auch in Ihrem AdWords-Account diverse Berichte einsehen. Durch die Verknüpfung des Google Analytics- mit dem AdWords-Konto erhalten Sie aber umfangreichere Daten zur Analyse dessen, was passiert, nachdem die Nutzer auf Ihre Anzeige geklickt haben.

Gehen Sie dazu in der **Verwaltung** in der Spalte »Property« auf **AdWords-Verknüpfung** ❶. Alternativ sehen Sie in den Berichten unter **Aquisition** → **AdWords** → **Kampagnen** ❷, wenn das Konto noch nicht mit AdWords verknüpft ist. Dann werden Sie aufgefordert, die Verknüpfung vorzunehmen, indem Sie auf **erste Schritte** klicken ❸, was Sie ebenfalls zur **AdWords-Verknüpfung** führt. Wenn Sie bereits ein AdWords-Konto mit den gleichen Zugangsdaten haben, ist dies bereits voreingestellt. Wählen Sie die entsprechende **Datenansicht** bzw. alle Datenansichten aus ❹ (wenn Sie bereits mehrere angelegt haben) und klicken Sie auf **Konto verknüpfen** ❺. Die Freischaltung dauert bis zu 24 Stunden.

Nun müssen Sie allerdings auch in Ihrem **AdWords-Konto** die Verknüpfung aktivieren. Gehen Sie dazu in die **Einstellungen** Ihres AdWords-Kontos und fügen Sie die noch nicht verknüpfte Datenansicht(en) hinzu ❻. Sie werden dann darauf aufmerksam gemacht, wie Sie die Spaltenanpassung in AdWords vornehmen, damit Sie die Daten aus Google Analytics auch in AdWords einsehen können.

Sie können nun die Messwerte **Absprungrate**, Seiten pro Sitzung, die **durchschnittliche Sitzungsdauer** und den Anteil an **neuen Sitzungen** importieren und erhalten so weitere wertvolle Hinweise auf den Erfolg Ihrer Google AdWords-Kampagnen. Umgekehrt werden aus AdWords z. B. **Kampagnen** und **Anzeigeninhalte** automatisch importiert und angezeigt (siehe Seite 159ff)

1



Für diesen Bericht müssen Webmaster-Tools aktiviert sein.

[Webmaster-Tools-Datenfreigabe einrichten](#)

Was sind Webmaster-Tools?

Webmaster-Tools ist ein kostenloses Produkt, das Daten und Analysen liefert und somit zur Verbesserung der Leistung Ihrer Website in der Google-Suche beitragen kann.

Webmaster-Tools-Daten in Analytics aktivieren

Wenn Sie eine Ihrer Websites in den Webmaster-Tools mit Ihrer Analytics-Property verknüpfen, sind die zugehörigen Daten in den Berichten zur Suchmaschinenoptimierung sichtbar. Sie können die Seite "Property-Einstellungen" in der Analytics-Kontoverwaltung aufrufen, um anzugeben, welche Daten Ihrer Webmaster-Tools-Websites angezeigt werden sollen. Zudem können Sie festlegen, mit welchen Datenansichten Ihrer Web-Property die Daten abgerufen werden können.

So nutzen Sie Webmaster-Tools-Daten in Analytics

Die Daten in Webmaster-Tools zeigen, was die Nutzer in den Google-Suchergebnissen sehen, bevor sie sich zum Besuch Ihrer Website (oder einer anderen Website) entschließen. Diese Daten können Ihnen helfen, Chancen zu erkennen und Optimierungsrioritäten zur Erhöhung der Besucherzahlen auf Ihrer Website zu setzen. Beispiele:

- Identifizieren Sie Zielseiten auf Ihrer Website, die gute Klickraten (CTR) aufweisen, aber niedrige durchschnittliche Positionen in den Suchergebnissen haben. Dabei könnte es sich um Seiten handeln, die Nutzer zwar sehen möchten, aber nur schwer finden können.
- Identifizieren Sie Suchanfragen (Keywords), bei denen Ihre Website gute durchschnittliche Positionen, aber niedrige Klickraten aufweist. Bei diesen Suchanfragen erzielen Ihre Seiten Aufmerksamkeit. Mit einer Optimierung der Inhalte können Sie eventuell mehr Besucher gewinnen.

2

Einstellungen für die Webmaster-Tools

Website der Webmaster-Tools optional

Falls Ihre Property ebenfalls eine bestätigte Website in den Webmaster-Tools ist und Sie der Inhaber sind, können Sie Ihre Daten für die Webmaster-Tools hier entsprechend zuweisen. Daraufhin kann das Google Analytics-System einige dieser Daten in Berichten bereitstellen.

none [Bearbeiten](#)

[Speichern](#)

[Abbrechen](#)

3

Webmaster-Tools

Hilfe

Webmaster-Tools-Daten in Google Analytics aktivieren

Wenn Sie eine Google Analytics-Web-Property mit einer Webmaster-Tools-Website verknüpfen, können Sie Webmaster-Tools-Daten in Ihren Google Analytics-Berichten anzeigen und Webmaster-Tools kann direkt auf verknüpfte Berichte in Google Analytics verweisen.

Web-Property:

Verknüpfte Website: Diese Web-Property ist mit keiner Website in Ihrem Webmaster-Tools-Konto verknüpft.

Webmaster-Tools-Website

Verknüpfte Analytics-Web-Property

Sie haben keine Websites bestätigt.

Wenn Sie einer Website in Ihrem Webmaster-Tools-Konto eine Google Analytics-Web-Property zuordnen, werden die Webmaster-Tools standardmäßig für alle Profile aktiviert, die dieser Web-Property zugeordnet sind. Somit kann jeder, der auf diese Google Analytics-Property zugreifen kann, Webmaster-Tools-Daten für die betreffende Website anzeigen. [Weitere Informationen](#)

[Website zu den Webmaster-Tools hinzufügen](#)

4

Webmaster-Tools

Inhaberschaft von [http://www.example.com](#), bestätigen – weitere Informationen

Empfohlene Methode

Alternative Methoden

Empfohlen: Google Analytics

Google Analytics-Konto verwenden

- Sie müssen den asynchronen Tracking-Code verwenden.
- Ihr Tracking-Code muss sich im <head>-Bereich Ihrer Seite befinden.
- Für die Analytics-Web-Property benötigen Sie die Bearbeitungs Berechtigung.

Anhand des Google Analytics-Tracking-Codes wird lediglich die Inhaberschaft der Website bestätigt. Es erfolgt kein Zugriff auf Google Analytics-Daten.

[BEFÄHIGEN](#)

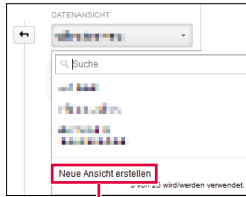
[Nicht jetzt](#)

Das Google Analytics-Konto mit den Google Webmaster Tools verknüpfen

Mit den **Google Webmaster Tools** stellt Google Website-Betreibern ein interessantes Tool zur Verfügung, das Sie unbedingt nutzen sollten. Denn während Google Analytics Aufschluss darüber gibt, was Ihre Nutzer auf Ihrer Website tun, bekommen Sie bei den Webmaster Tools Informationen darüber, wie die Google Crawler Ihre Seite »sehen« und was die Nutzer in Google-Suchergebnissen sehen, bevor sie sich entschließen, Ihre Website zu besuchen. Sie erhalten auch wertvolle Informationen über den **technischen Zustand** Ihrer Website und Tipps zur Website-Optimierung. Nur mit der Verknüpfung der beiden Accounts miteinander können Sie die **Suchanfragen** auch in Ihrem Google Analytics-Konto abfragen und die weiteren Daten nutzen.

Sind die beiden Konten noch nicht miteinander verknüpft, erhalten Sie unter **Akquisition** → **Suchmaschinenoptimierung** → **Suchanfragen** die Meldung, dass die **Webmaster Tools** aktiviert sein müssen. Klicken Sie dazu auf **Webmaster Tools-Datenfreigabe einrichten** ❶.

Sie werden daraufhin auf die Seite **Verwaltung** → **Propertyeinstellungen** geleitet, wo Sie ganz unten auf der Seite die **Einstellungen für die Webmaster Tools** ❷ finden. Wählen Sie Ihre Domain und die entsprechende Datenansicht aus. Anschließend müssen Sie Ihre Website den Webmaster Tools hinzufügen ❸. Sie werden dann zu den Webmastertools umgeleitet und können dort die Inhaberschaft mittels Ihres Google Analytics Accounts bestätigen ❹. Nun können die Webmaster Tools-Daten in den Google Analytics-Berichten angezeigt werden und umgekehrt die Webmaster Tools auf verknüpfte Berichte in Google Analytics verweisen.



1

2

DATENANSICHT

Einstellungen der Berichtsdatenansicht

Grundlegende Einstellungen

ID der Datenansicht

Name der Datenansicht

URL der Website

Land oder Gebiet der Zeitzone

Standardseite optional (?)

URL-Suchparameter ausschließen optional

Währung angezeigt als (?)

Bots herausfiltern

Verknüpfte AdWords-Konten

Site Search-Einstellungen

Site Search-Tracking optional (?)

Speichern Abbrechen

Datenansicht kopieren

Datenansicht löschen

Filter

Alle Treffer von bekannten Bots und Spidern ausschließen

AUS

3

4

5



Datenansichten








Sobald eine Property erstellt wird, wird auch eine Datenansicht angelegt, die zur **Darstellung der Berichte** dient. Diese automatisch angelegte Datenansicht enthält **alle Daten**. Wenn Sie die Darstellung der Berichte ändern möchten, beispielsweise durch Filter wie den Ausschluss von internen Zugriffen (siehe Seite 63f), oder wenn Sie nur bestimmte Unterverzeichnisse oder Länder etc. getrennt anschauen möchten, sollten Sie in jedem Fall eine **neue Datenansicht** ❶ erstellen. Klicken Sie dazu auf den Pfeil neben der Datenansicht und klicken Sie auf **Neue Ansicht erstellen**. Auch in der neuen Datenansicht werden erst einmal **alle Daten** erfasst. Sie müssen also die zusätzlichen **Filter** erst noch definieren ❷ (Seite 255f).

Sie können hier auch **Datenansichten kopieren** ❸, dann werden Filter, die Sie bereits erstellt haben, ebenfalls kopiert. Sie können auch die **Datenansicht löschen** ❹. Beachten Sie aber, dass die zugeordneten Daten dann unwiederbringlich gelöscht werden, ebenso wie Nutzerberechtigungen oder Ziele, die auf dieser Ebene erstellt wurden.










Seit nicht allzu langer Zeit gibt es die Einstellung **Bots herausfiltern** ❺. Dabei werden bekannte Crawler (auch (Ro)Bots oder Spider genannt), die Websites durchforsten und keine tatsächlichen Besucher sind, ausgeschlossen. Sie sollten den Haken nur setzen, wenn Sie zuvor eine **neue Datenansicht** erstellt haben. Die in dieser neuen Datenansicht gesammelten Daten können interessant sein, wenn man herausfinden möchte, wie hoch die tatsächliche Anzahl der Besucher ohne die Zugriffe von Bots ist.

DATENANSICHT

-  Einstellungen der Datenansicht
-  Nutzerverwaltung
-  Zielvorhaben
-  Gruppierung nach Content
-  Filter
-  Channel-Einstellungen
 - Channelgruppierung
 - Markenbegriffe verwalten
-  E-Commerce-Einstellungen

PERSÖNLICHE TOOLS UND ASSETS

-  **Segmente**
-  Vermerke
-  Zuordnungsmodelle
-  Benutzerdefinierte Channel-Gruppierungen
-  Private Channel-Gruppierungen **BETA**
-  Benutzerdefinierte Benachrichtigungen
-  Geplante E-Mails
-  Verknüpfungen
-  Assets teilen

Datenansichten (Fortsetzung)

Für jede Datenansicht können Sie in der **Nutzerverwaltung** (siehe Seite 89) bestimmen, wer welche Datenansicht einsehen darf. Sie können auch diverse **Zielvorhaben** eingeben (siehe Seite 209ff).

Unter **Gruppierung nach Content** kann Ihre Website mittels Anpassung des Tracking Codes in logische Gruppen oder Unterordner eingeteilt werden und somit als sogenannte **primäre Dimension** definiert werden (siehe Seite 115f). Denken Sie daran, eine neue Datenansicht zu erstellen, wenn Sie **Filter** definieren (Seite 255f) oder **Channel-Einstellungen** verwenden. Mit diesen können Sie die Kanäle, über die Ihre Besucher kommen, verändern, sortieren oder neue Kanäle definieren.

Unter **E-Commerce-Einstellungen** teilen Sie Google Analytics mit, dass der E-Commerce-Tracking-Code implementiert ist und die Daten getrackt werden sollen. Normalerweise machen Sie dies bereits bei der Erstellung des Accounts, aber falls Sie Ihrer Website erst später einen Shop hinzufügen, müssen Sie die Einstellung hier extra aktivieren.

Unter **Persönliche Tools und Assets** befinden sich alle zusätzlichen benutzerdefinierten Anpassungen, die Sie in Google Analytics vornehmen und die Sie übrigens auch an andere übergeben, d. h. teilen können:

- Segmente
- Vermerke
- Benutzerdefinierte Channelgruppierungen
- Benutzerdefinierte Benachrichtigungen
- geplante E-Mails
- Verknüpfungen
- Assets teilen

Assets teilen

TEILEN | löschen | Aus Galerie importieren

<input type="checkbox"/>	Name	Typ	Erstellungsdatum
<input type="checkbox"/>	Default Channel Grouping	Google Analytics-Channelgruppierung	01.01.1970
<input type="checkbox"/>	SEO Dashboard	Dashboard	03.10.2013
<input type="checkbox"/>		benutzerdefinierter Bericht	03.10.2013
<input type="checkbox"/>		Dashboard	03.10.2013
<input type="checkbox"/>		Ziel	27.11.2013
<input type="checkbox"/>		Segment	27.11.2013
<input type="checkbox"/>		Segment	27.11.2013
<input type="checkbox"/>		Segment	27.11.2013
<input type="checkbox"/>		Segment	27.11.2013
<input type="checkbox"/>		Segment	27.11.2013

Zellen anzeigen 10 | Zu Zeile 1 | 1 bis 10 von 54

1 Assets teilen

2 TEILEN

3 Eine Dashboard-Konfiguration wurde mit Ihnen geteilt
Bitte wählen Sie in Ihrem Google Analytics-Konto eine Datenansicht aus, um diese Konfiguration zu importieren.

Ansicht auswählen

SEO Dashboard

Erstellen | Abbrechen

4 Dashboards

- Privat
- SEO Dashboard
- + Neues Dashboard

Assets teilen

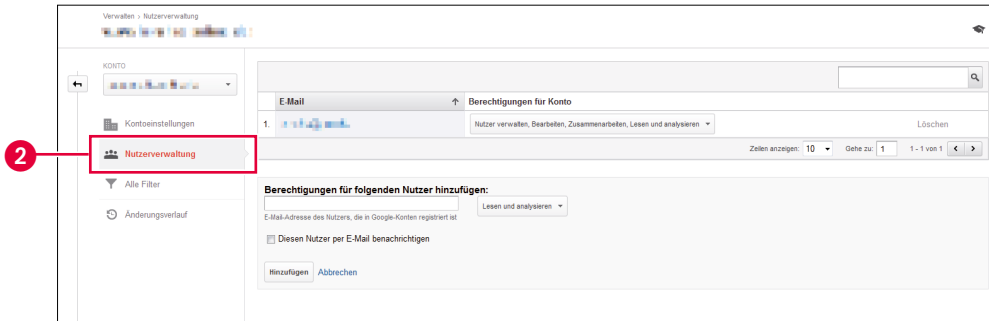
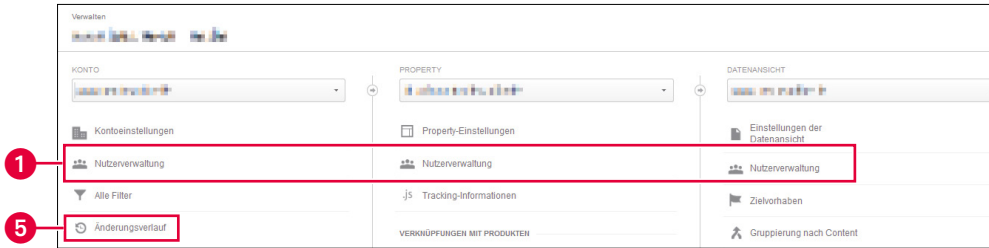
In der **Verwaltung** Ihres Google Analytics Accounts finden Sie unter **Datenansicht** ganz unten den Punkt **Assets teilen** ❶. Dieser Menüpunkt ist äußerst praktisch, wenn Sie die verschiedenen Berichte, Segmente, Ziele oder Dashboards (siehe Seite 229ff), die Sie angelegt haben, mit anderen aus Ihrem Team teilen möchten.

Hierbei werden nur die **Einstellungen** der diversen **Assets** übertragen, nicht die Daten selbst. Sie brauchen also keine Sorge zu haben, dass die anderen Ihre Daten einsehen können.

Haken Sie alle Assets an, die Sie teilen möchten, und klicken Sie auf den Button **Teilen** ❷. Jeder, der nun den geteilten Link erhält, kann sich nun das entsprechende Asset importieren. Sie können ihn sich auch selbst kopieren, um zum Beispiel das Asset für einen anderen von Ihnen genutzten Google Analytics Account zu nutzen.

Wenn Sie nun auf den Link klicken, erhalten Sie oder derjenige, mit dem Sie das Asset teilen möchten, die Nachricht, dass eine Konfiguration mit Ihnen geteilt wurde ❸. Wählen Sie die Ansicht aus, in der Sie das Asset sehen möchten, ändern Sie eventuell noch den Namen in einen aussagekräftigen und klicken Sie auf **Erstellen**.

Je nachdem, was geteilt wurde, finden Sie nun das Asset entweder bei den benutzerdefinierten Berichten, bei den Dashboards ❹ oder den Segmenten.



Neue Nutzer einrichten

Um weiteren Personen Zugriff auf Ihren Google Analytics Account zu gewähren, klicken Sie auf den Tab **Verwaltung** in der obersten Navigation und richten Sie in der **Nutzerverwaltung** ❶ einen neuen Nutzer ein. Diesen können Sie auf **Konten-, Property- und Datenansichtsebene** hinzufügen. Die Ebene entscheidet über die Zugriffsberechtigungen. Jemand, der z. B. nur Zugriff zu den Datenansichten hat, kann auf keine anderen Properties oder Konten zugreifen.

Wählen Sie aus, auf welcher Ebene Sie Nutzer hinzufügen möchten ❷, wählen Sie die entsprechende **Zugriffsberechtigung** ❸ aus, informieren Sie den neuen Nutzer per E-Mail und klicken Sie »Hinzufügen« ❹. Sie können jederzeit die Berechtigungen verändern oder den Nutzer löschen.

Einen Backup-Zugang anlegen

Aus Sicherheitsgründen ist es sinnvoll, sich selbst als **zweiten Administrator** hinzuzufügen, am besten mit einer alternativen Gmail-Adresse. Denn falls Sie aus irgendeinem Grund nicht mehr mit Ihrer ursprünglichen E-Mail-Adresse auf Ihr Google Analytics-Konto zugreifen können, haben Sie trotzdem noch Zugang mit der alternativen Gmail-Adresse.

Klicken Sie auf den Tab **Verwaltung** in der Navigation. Legen Sie nun einen neuen Nutzer **auf Kontoebene** an, damit Sie vollen Zugang zu Ihrem eigenen Konto haben. Wählen Sie alle Berechtigungen aus ❸, dann optional, dass Sie eine E-Mail erhalten möchten, und klicken Sie »Hinzufügen« ❹.

Der Änderungsverlauf

Seit nicht allzu langer Zeit gibt es auch einen **Änderungsverlauf** ❺, mit dem Sie nachvollziehen können, wer wann welche Änderungen gemacht hat. Sie müssen als Nutzer mit der Berechtigung »Bearbeiten« eingetragen sein, um den Änderungsverlauf einsehen zu können.