



Robert von Heeren

# *Das Google Analytics Praxisbuch*

*Professionelle Web-Analyse mit Google Analytics*

**Ein Webmasters Press Lernbuch**

Version 2.2.0 vom 14.06.2019

Autorisiertes Curriculum für das Webmasters Europe Ausbildungs- und Zertifizierungsprogramm

# Inhaltsverzeichnis

<b>Vorwort</b>	13
<b>1 Einführung in die Web-Analyse</b>	15
1.1 Was ist Web-Analyse?	15
1.2 Welche Ziele verfolgt die Web-Analyse?	16
1.3 Wie trägt Web-Analyse zur Erfolgskontrolle bei?	16
1.4 Weitere Anwendungsgebiete der Web-Analyse	17
1.5 Web-Analyse und Data Mining	18
1.6 Wer braucht Web-Analyse?	19
1.7 Wer führt Web-Analyse durch?	19
1.8 Fazit	20
1.9 Testen Sie Ihr Wissen!	20
<b>2 Web-Analyse und Datenschutz</b>	22
2.1 Widerstände und rechtliche Bedenken gegen die Einführung von Web-Analyse-Systemen	22
2.2 Wann werden in der Web-Analyse Datenschutzfragen besonders wichtig?	23
2.3 Die IP-Adresse als personenbezogenes Datum	24
2.4 Die aktuelle Rechtslage (Stand 2018)	26
2.5 Umsetzung in der Praxis	26
2.6 Testen Sie Ihr Wissen!	27
<b>3 Web-Analyse auf Basis von Serverlogs</b>	29
3.1 Logfile-Analyse-Verfahren	29
3.2 Logformate	30
3.2.1 Standards für Logfile-Formate	30
3.2.2 Aufbau einer Web-Server-Logdatei (NCSA combined)	31
3.3 Grundlagen des HTTP-Protokolls	33
3.4 Messwerte auf Basis von Logfile-Analyse	36
3.5 Software zur Logfile-Analyse	38
3.6 Grenzen der Logfile-Analyse	39
3.7 Testen Sie Ihr Wissen!	39
<b>4 Page-Tagging-Verfahren auf Basis von Zählpixeln</b>	41
4.1 Statische und dynamische Zählpixel	42
4.2 Platzierung von Zählpixeln	43
4.3 Caching von Zählpixeln	44
4.4 Der Unterschied zwischen Web-Analyse auf Basis von Zählpixel-Verfahren und Logfile-Analyse	44
4.5 Datenschutz im Zusammenhang mit Zählpixeln	45
4.6 Testen Sie Ihr Wissen!	48
<b>5 Verfahren zur Reichweitenmessung im Internet</b>	50
5.1 Die Reichweitenmessung	50
5.2 Das SZM-Verfahren der IVW	51
5.2.1 Arbeitsgemeinschaft Online Forschung e.V. (AGOF)	55
5.2.2 Verwertungsgesellschaft VG Wort	55

5.2.3	Datenschutz-Pflichten im Zuge der Umsetzung der EU-DSGVO	57
5.3	Testen Sie Ihr Wissen!	57
<b>6</b>	<b>Die Rolle von Cookies in der Web-Analyse</b>	<b>59</b>
6.1	Funktionsweise und Einsatzgebiete von Cookies	59
6.2	Aufbau von Cookies	62
6.3	Third Party Cookies und Datenschutz	67
6.4	Sicherheitskonzept von Cookies	70
6.5	Cookie-Einstellungen in Webbrowsern	70
6.6	Testen Sie Ihr Wissen!	71
<b>7</b>	<b>Datenschutzkonformer Einsatz von Google Analytics gemäß DSGVO</b>	<b>73</b>
7.1	Notwendige Maßnahmen	75
7.2	Testen Sie Ihr Wissen!	82
<b>8</b>	<b>Google Analytics einrichten</b>	<b>83</b>
8.1	Google-Analytics-Varianten	83
8.2	Empfehlungen zur Vorbereitung der Tracking-Einrichtung	84
8.3	Google Analytics einrichten	86
8.3.1	Konten, Property's und Datenansichten in Google Analytics	86
8.3.2	Einrichtung eines GA-Kontos und einer -Property	87
8.3.3	Einrichtung des Website-Trackingcodes	88
8.3.4	Überprüfung der Trackingcode-Implementierung	92
8.4	Testen Sie Ihr Wissen!	93
<b>9</b>	<b>Einstieg in GA</b>	<b>95</b>
9.1	Überblick über die GA-Standardberichte und -Nomenklatur	95
9.1.1	Zur Nomenklatur von Google Analytics	96
9.1.2	Erläuterungen zur GA-Nomenklatur und Definitionen	98
9.2	Testen Sie Ihr Wissen!	98
<b>10</b>	<b>Der Real-Time-Bereich</b>	<b>100</b>
10.1	Real-Time (Echtzeit)	100
10.2	Testen Sie Ihr Wissen!	104
<b>11</b>	<b>Der Audience-Bereich</b>	<b>106</b>
11.1	Audience:Overview (Zielgruppe:Übersicht)	107
11.2	Der User Explorer	113
11.3	Vergleichsmöglichkeiten in GA	115
11.3.1	Metriken miteinander vergleichen	115
11.3.2	Vergleiche auf Basis von Segmenten	117
11.4	Testen Sie Ihr Wissen!	122
<b>12</b>	<b>Der Acquisition-Bereich</b>	<b>123</b>
12.1	Acquisition:Overview	124
12.1.1	Warum GA diese drei Berichtsbereiche ab hier verknüpft	125
12.2	Channels analysieren	126
12.3	Zielseiten identifizieren	129
12.4	Weitere Berichte und Analysemöglichkeiten	132
12.5	Testen Sie Ihr Wissen!	133

<b>13</b>	<b>Goals in GA einrichten</b>	135
13.1	Was GA unter Goals (Zielvorhaben) versteht	135
13.2	Goals in GA auswählen und einrichten	136
13.3	Conversion-Tracking testen	140
13.4	Testen Sie Ihr Wissen!	143
<b>14</b>	<b>Der Behaviour-Bereich</b>	144
14.1	Behaviour:Overview und Site Content	145
14.2	Behaviour Flow	149
14.3	Behaviour:Site Speed	151
14.4	Testen Sie Ihr Wissen!	153
<b>15</b>	<b>Event-Tracking in GA einrichten</b>	155
15.1	Event-Tracking vorbereiten	156
15.2	Event-Tracking einrichten	157
15.3	Event-Tracking testen	158
15.4	Events als Goal einrichten	159
15.5	Der Behaviour:Events-Bereich	161
15.6	Testen Sie Ihr Wissen!	164
<b>16</b>	<b>Der Conversions-Bereich</b>	166
16.1	Ziele als Voraussetzung für die Messbarkeit von Conversions	166
16.2	Die Berichte im Bereich Goals	167
16.2.1	Goals:Overview	168
16.2.2	Goals URLs	169
16.2.3	Reverse Goal Path	169
16.2.4	Funnel Visualization	170
16.2.5	Goal Flow	170
16.3	Einen Conversion Funnel in GA einrichten	171
16.4	Conversions:Multi-Channel Funnels	178
16.5	Testen Sie Ihr Wissen!	181
	<b>Lösungen der Übungsaufgaben</b>	183
	<b>Lösungen der Wissensfragen</b>	184
	<b>Index</b>	206

# Einstieg in GA



## In dieser Lektion lernen Sie

- in welche Bereiche sich die Standardberichte von GA gliedern.
- was die Standardberichte grundsätzlich für Daten sammeln und auswerten.
- was wichtige Navigationselemente in GA bedeuten.
- welche Begrifflichkeiten GA in Deutsch und US-Englisch verwendet.
- wie Sie die Spracheinstellung der GA-Benutzeroberfläche ändern können.

In den folgenden Lektionen führe ich Sie in die Benutzung und Analysemöglichkeiten von GA in der aktuellen kostenlosen Version, dem weltweit am häufigsten eingesetzten Web-Analyse-Tool (siehe z. B. Statistik von W3Techs.com zur [weltweiten Verbreitung von Web-Analyse-Tools](#)<sup>108</sup>) ein.

## Ausblick

GA ist ein sehr umfangreiches Werkzeug, das auch komplexe Analyse-Ansätze unterstützt. Ich habe in dieser und den nachfolgenden Lektionen aber nicht vor, lückenlos alle Berichte und Funktionen zu erklären. Das würde den Rahmen sprengen und ist für den Aufbau eines Grundverständnisses von GA auch nicht notwendig.

Ziel dieser und nachfolgender Lektionen ist, Sie gründlich in die professionelle Web-Analyse am Beispiel des Web-Analyse-Werkzeuges *Google Analytics* einzuführen. Sie werden alle Übersichtsberichte (Overviews) in der Standardeinstellung kennenlernen und ausprobieren. Dabei führe ich Sie natürlich auch in die Bedienung der GA-Benutzeroberfläche ein. Anhand vieler Schritt-für-Schritt-Anleitungen, Beispiele und Übungen lernen Sie nach und nach einige Spezial-Berichte, Einstellungs- und Auswertungsmöglichkeiten kennen, die meiner Erfahrung nach für die Praxis besonders wichtig und nützlich sind. Dies wird Ihr Verständnis für Web-Analyse allgemein und den Einsatz von GA vertiefen.

Bis zum Ende dieses Kurses werden Sie alle Berichtsbereiche von GA kennen und verstehen, was die jeweiligen Daten und Auswertungen bedeuten und wie man sie in der Web-Analyse z. B. für Optimierungen von Websites nutzen kann. Damit erhalten Sie das nötige Rüstzeug und Wissen, um selbstständig Ihre Kenntnisse in GA zu vertiefen, mit GA weiterzuarbeiten und es sinnvoll für Ihre Web-Analyse einzusetzen.



Weiterführende Informationen und Hilfen z. B. zu den verschiedenen Funktionen und Konfigurationsmöglichkeiten von GA finden Sie u. a. in der [Google Analytics Hilfe](#)<sup>109</sup>.

## 9.1 Überblick über die GA-Standardberichte und -Nomenklatur

Um Ihnen diesen Einstieg zu erleichtern, wollen wir uns zuerst einen Überblick verschaffen und danach einige **Standardberichte** genauer anschauen. Dabei handelt es sich um vorkonfigurierte Auswertungen, die GA zur Verfügung stellt. Sie können diese erst einmal nutzen, ohne weitere Einstellungen vornehmen zu müssen.

108. [https://w3techs.com/technologies/overview/traffic\\_analysis/all](https://w3techs.com/technologies/overview/traffic_analysis/all)

109. <https://support.google.com/analytics/?hl=de>

Die Standardberichte gliedern sich in diese fünf Kern-Bereiche:

- **Echtzeit** (Real-Time): Hier werden Zugriffe (nahezu) in Echtzeit, also unmittelbar, angezeigt.
- **Zielgruppe** (Audience): Dieser Bereich stellt Daten zur Beschaffenheit des Website-Publikums zur Verfügung.
- **Akquisition** (Acquisition): Hier werden vor allem die Besucher-Quellen untersucht, z. B. von wo und wie sie auf Ihre Website gelangten.
- **Verhalten** (Behaviour): Analysewerte zum Verhalten der Besucher auf Ihrer Website.
- **Conversions** (Conversions): Auswertungen, welche Abschlussziele auf Ihrer Website von den Besuchern erreicht wurden und wie.

Daneben gibt es noch den Bereich *Startseiten*, in dem GA Auszüge aus oben genannten Berichten (z. B. aus dem Echtzeitbericht) als kleine Übersicht zusammenfasst. Im Bereich *Personalisieren* können vorgefertigte oder eigene Dashboards und Berichte genutzt werden.

Den Verwaltungsbereich haben Sie ja schon kurz kennengelernt. Sie finden ihn auf der linken Seite ganz unten im Menü z. B. über das Zahnradsymbol. Wichtig ist auch der Meldebereich von Google Analytics: Er befindet sich rechts oben hinter dem Glockensymbol. Hier zeigt GA oft hilfreiche Benachrichtigungen und evtl. auch mal Fehlermeldungen an. Letzteren sollten Sie unbedingt nachgehen. Gelegentlich erscheint am oberen Fensterrand eine Infoleiste von GA, z. B. wenn es Neuerungen oder Störungen gibt.

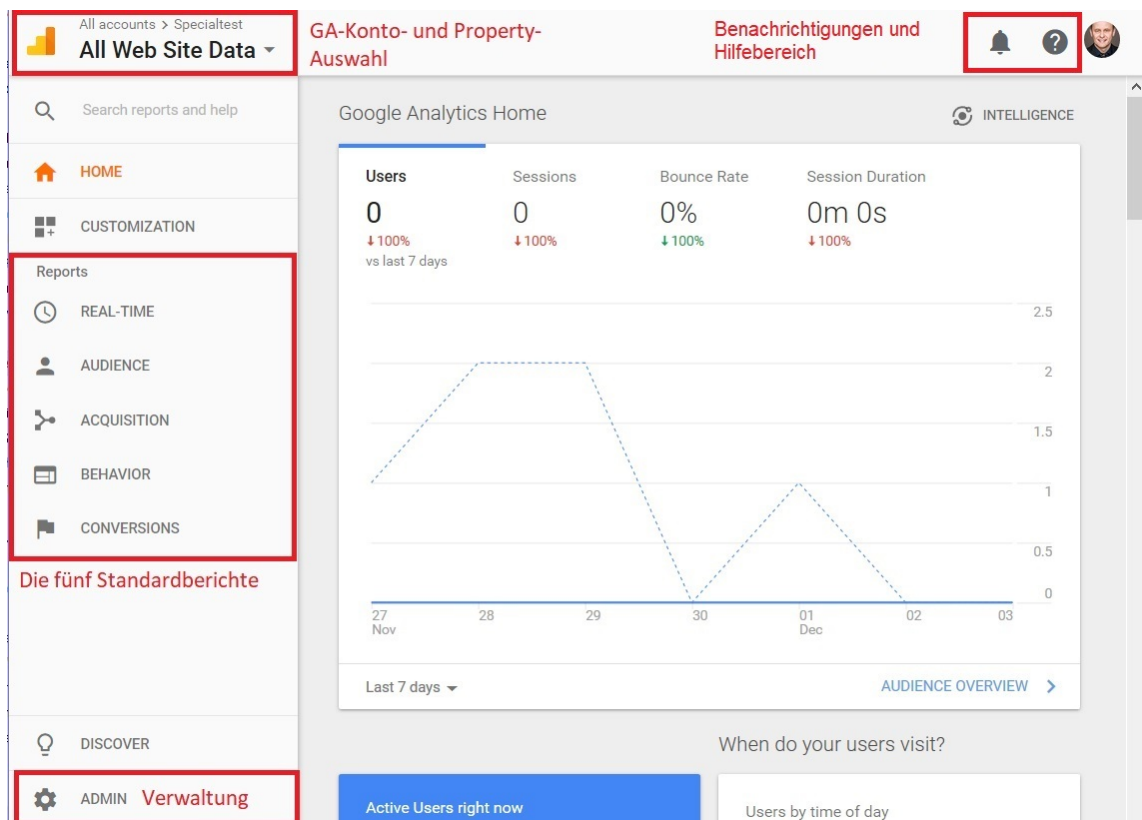


Abb. 15 Die Startseiten-Übersicht mit den wichtigsten Bedienelementen in der US-amerikanischen Sprachversion.

### 9.1.1 Zur Nomenklatur von Google Analytics

Bisher habe ich Sie in GA anhand einiger deutscher Begriffe eingeführt. Ab jetzt werde ich die US-amerikanische Nomenklatur von GA verwenden, da diese in Fachkreisen und in der Fachliteratur üblicher ist.

In *Tabelle 9.1* finden Sie eine Gegenüberstellung der offiziellen Nomenklatur einiger wichtiger Bereiche und Begriffe von Google Analytics in der US-amerikanischen und auf Deutsch übersetzten Oberfläche:

US-amerikanisch	Deutsch
Global Site Tag	Allgemeines Website-Tag
Account	Konto
Account Settings	Kontoeinstellungen
Tracking Info	Trackinginformationen
Data Processing Amendment	Zusatz zur Datenverarbeitung
Manage DPA Details	Details zum Zusatz der Datenverarbeitung verwalten
Home	Startseite
Customization	Personalisieren
Reports	Berichte
Real-Time	Echtzeit
Audience	Zielgruppe
Acquisition	Akquisition
Behaviour	Verhalten
Conversions	Conversions
Discover	Entdecken
Admin	Verwaltung
Analytics Notifications	Analytics Benachrichtigungen
User settings	Nutzereinstellungen
Overview	Übersicht
User	Nutzer (wird auch für Besucher verwendet)
Session	Sitzung
Pageview	Seitenaufruf
Metric	Messwert
Dimensions	Dimensionen
Segment	Segment
Source	Quelle/Herkunft
Referral	Verweis
Keyword	Keyword (Suchbegriff)
Goal	Ziel
Event	Ereignis
Data Collection	Datensammlung
Data Retention	Datenaufbewahrung

### 9.1.2 Erläuterungen zur GA-Nomenklatur und Definitionen

Wie Sie in der Tabelle sehen, verwendet GA eigene Begrifflichkeiten, die nicht durchweg selbsterklärend sind.

- ▶ **Pageview** ist gleichbedeutend mit Page Impression, also einem Seitenaufruf oder -abruf.
- ▶ **Session** entspricht dem uns bekannten Visit. Dieser ist in GA standardmäßig so definiert, dass er bei mehr als 30 Minuten Inaktivität endet. Gleiches gilt, wenn er sich über Mitternacht erstreckt (dann beginnt ab 0 Uhr ein neuer Visit).
- ▶ **Metric** ist ein quantitativer Messwert, eine Kennzahl. Es gibt auch berechnete (zusammengesetzte) Metriken wie z.B. Anzahl der Seitenaufrufe je Sitzung. In Tabellen stellt GA die Metriken in Spalten als Summen- oder Prozentwerte dar.
- ▶ **Dimension** ist ein sog. Attribut, für das Messwerte ermittelt wurden. Z.B. ist *Stadt* eine Dimension. In Tabellen werden Dimensionen zeilenweise angezeigt.
- ▶ **Segment** ist eine Teilmenge von den aggregierten Analyticsdaten. Sie dienen dazu, Datenteilmengen zu isolieren und näher zu analysieren.
- ▶ **Quelle** bezeichnet den Ursprung des jeweiligen Traffics. Dabei werden unterschiedliche Quellen (z.B. Suchmaschine) als sog. *Medium* zusammengefasst und kategorisiert.
- ▶ **Keyword** ist der Suchbegriff, über den der Besucher z.B. in der Google-Suche auf die Website gekommen ist. Wenn die Suche über das HTTPS-Protokoll durchgeführt wurde, gibt es dafür keinen Wert (*not provided*).
- ▶ **Ziel** steht für einen Abschluss auf der Site, z.B. das Ausfüllen eines Kontaktformulars. Ziele können frei definiert werden.
- ▶ **Ereignis** ist z.B. die Durchführung einer bestimmten Aktion auf einer Seite durch einen Besucher. Das kann beispielsweise ein Download sein.

Manche Begrifflichkeiten wie z.B. *Content* (Inhalt) übersetzt GA nicht ins Deutsche, da diese mittlerweile fester Bestandteil des deutschen Fachjargons sind.

Wenn Sie möchten, können Sie die Spracheinstellung der GA-Oberfläche entsprechend ändern.

#### Schritt für Schritt 12: Sprache der GA-Oberfläche ändern

- 1 Um die Sprache der GA-Oberfläche zu ändern, gehen Sie in den *Verwaltungsbereich* (Klick auf das Zahnradsymbol links unten).
- 2 Klicken Sie hier auf das Tab Nr. 2 *Nutzer*. Im ersten Kasten können Sie die *Kontoinformationen bearbeiten* und dort die *Sprache* z.B. auf *Englisch (United States)* umstellen (der Eintrag befindet sich am Anfang der Drop-Down-Liste).
- 3 Speichern Sie anschließend Ihre Änderung per Klick auf den blauen Button am Seitenende unten rechts *Änderungen speichern*.



In den nun folgenden Lektionen stelle ich Ihnen die oben genannten fünf Standardberichte im Einzelnen vor, wobei ich die US-amerikanische Nomenklatur verwenden werde. Bitte prägen Sie sich deshalb die in [Tabelle 9.1](#) genannten Begriffe ein.

## 9.2 Testen Sie Ihr Wissen!

1. In welche fünf Bereiche gliedern sich die GA-Standardberichte?
2. Was sind die deutschen Übersetzungen von Google für folgende Begriffe?



- Real-Time
- Audience
- PageView
- Session
- Admin
- Customization

3. Wo kann die Sprache der GA-Benutzeroberfläche geändert werden?
4. Worin besteht der Unterschied zwischen *Metrics* und *Dimensions*?
5. Wo finden Sie den Benachrichtigungsbereich von GA?
6. Worauf fokussiert sich der Berichtsbereich *Acquisition*?
7. Das Attribut *Stadt* ist gemäß GA-Nomenklatur ...

*Bitte ankreuzen:*

- eine Metrik.
- eine Quelle.
- eine Dimension.
- ein Segment.

8. In welchem GA-Berichtsbereich werden u.a. Besucher-Quellen untersucht?

*Bitte ankreuzen:*

- Im Berichtsbereich *Conversion*.
- Im Berichtsbereich *Behaviour*.
- Im Berichtsbereich *Acquisition*.
- Im Berichtsbereich *Audience*.

9. Der Berichtsbereich *Conversions* fokussiert sich auf ...

*Bitte ankreuzen:*

- Auswertungen, welche Abschlussziele auf einer Website von den Besuchern erreicht wurden und wie.
- Auswertungen, die Rückschlüsse auf die Beschaffenheit des Website-Publikums ermöglichen.
- Auswertungen, mithilfe derer die Besucher-Quellen untersucht werden können, z.B. von wo und wie sie auf eine Website gelangt sind.
- Auswertungen, die Website-Zugriffe (nahezu) in Echtzeit anzeigen.
- Auswertungen, mithilfe derer das Verhalten der Besucher auf einer Website analysiert werden können.