

# 7 Tipps für bessere Daten in Google Analytics

## Können Sie sich auf Ihre Analytics-Daten verlassen?

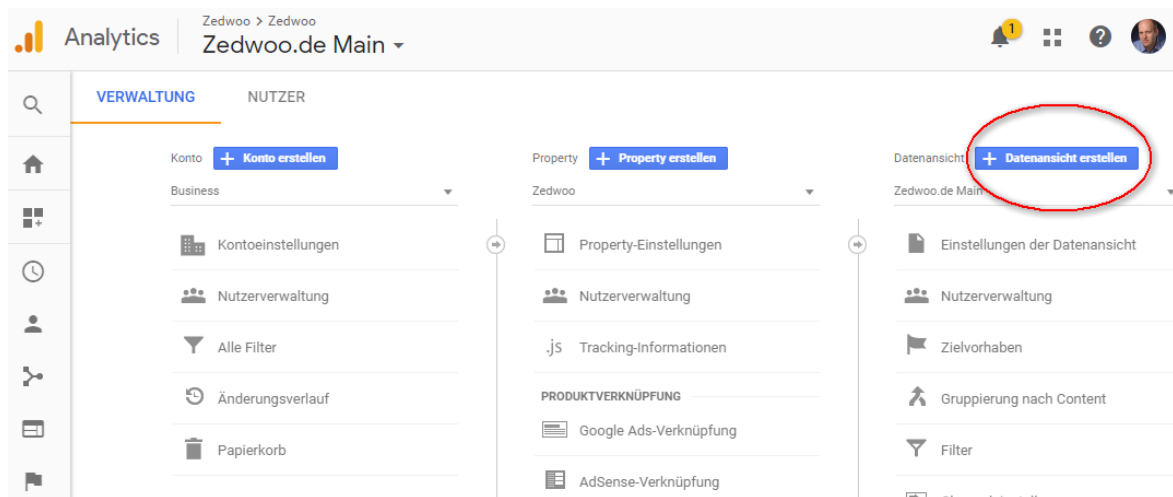
Viel zu viele Anwender konzentrieren sich darauf ihre Daten in Google Analytics auszuwerten. Damit haben sie aber bereits den ersten Fehler gemacht: Sie haben sich nicht um die Qualität ihrer Daten gekümmert. Das Fatale: Sie treffen nun ihre Entscheidungen auf einer wackeligen Datenbasis.

Wenn ich datenbasiertes Online-Marketing betreibe – wozu ich dringend rate – dann muss ich dafür sorgen, dass meine Daten so verlässlich wie nur irgendwie sind. Denn die Antworten auf meine Fragen liegen im Online-Marketing genau dort: In meinen Daten. Dort sehe ich, welche Werbemaßnahme wie erfolgreich ist, wo die Kunden den Kauf abbrechen und vieles mehr. Wie Sie Ihre Datengrundlage mit einigen wenigen Handgriffen verbessern, zeige ich Ihnen in den folgenden Praxis-Tipps.

**„Gute Daten sind die Basis für sehr gute Entscheidungen.“**

## 1. Mindestens zwei Datenansichten

Wenn Sie den Tipps in dieser Anleitung folgen, ändern Sie gegebenenfalls die Erfassung der Daten. Falls Ihnen dabei ein Fehler unterläuft, ist Ihre Datengrundlage verfälscht! Deshalb ist es wichtig, dass Sie mindestens über zwei Datenansicht in Ihrer Google-Analytics-Property verfügen. So haben Sie bei falscher Konfiguration immer noch eine Datenansicht mit den Rohdaten. In dieser Rohdatenansicht laufen die Daten weiterhin komplett unverändert ein. Dazu erstellen Sie eine zweite Datenansicht, in der Sie alle Daten unverändert sammeln. Diese Rohdatenansicht lege Sie an, in dem Sie im Bereich Verwaltung in Google Analytics auf „+ Datenansicht erstellen“ klicken (siehe Bild).



Sie finden die Schaltfläche in der rechten Spalte bei den Datenansichten. In dem nun erscheinenden Formular wählen Sie „Website“ und nennen die Datenansicht „Rohdaten“. Zum Abschluss wählen Sie noch die die korrekte Zeitzone für Ihre Website aus. Wahrscheinlich ist es bei Ihnen „Deutschland“.

### Neue Berichtsdatenansicht

Wenn Sie eine neue Berichtsdatenansicht erstellen, erhalten Sie Zugriff auf alle Daten, die mit der Tracking-ID gesammelt werden.

Wenn die Berichtsdatenansicht nur einen genau festgelegten Teil der erfassten Daten umfassen soll, müssen Sie einen oder mehrere Ansichtsfiler für diese Daten erstellen und anwenden.

Welche Daten soll diese Datenansicht enthalten? \_\_\_\_\_

Website  Mobile App

Datenansicht einrichten \_\_\_\_\_

Name der Berichtsdatenansicht

Zeitzone für Berichte

(MGZ+02:00) Berlin

Diese Property hat 4 Datenansichten. Das Maximum ist 25.

## 2. Bots herausfiltern

Google Analytics bietet bei den Einstellungen der Datenansicht die Möglichkeit, bekannte Bots und Spider auszuschließen. Damit sind die Bots gemeint, die beim IAB, Interactive Advertising Bureau ([www.iab.com](http://www.iab.com)) registriert sind. Das sind sogenannte Werbebots. Es kann passieren, dass diese Crawler/ Bots Spuren im Google Analytics hinterlassen. Unter Verwaltung => Datenansicht => Einstellungen der Datenansicht findet sich die entsprechende Checkbox.

The screenshot displays the Google Analytics interface for managing a data view. The left sidebar contains a navigation menu with a search icon at the top, followed by icons for home, dashboard, reports, and administration. The 'Verwaltung' (Administration) menu is highlighted with a red box and a red arrow pointing to a gear icon. The main content area is divided into two sections: 'VERWALTUNG' (Administration) and 'NUTZER' (Users). Under 'VERWALTUNG', there is a search bar, a '+ Datenansicht erstellen' (Create data view) button, and a list of data views for 'Zedwoo.de Main'. The 'Einstellungen der Datenansicht' (Data view settings) option is selected and highlighted. The right-hand panel shows the settings for the selected data view, including the ID (147215548), name (Zedwoo.de Main), URL (https://www.zedwoo.de), and time zone (Deutschland, MGZ+02:00 Berlin). The 'Bots herausfiltern' (Filter out bots) section is circled in red and contains a checked checkbox for 'Alle Treffer von bekannten Bots und Spidern ausschließen' (Exclude all hits from known bots and spiders). Other settings include 'Standardseite' (optional), 'URL-Suchparameter ausschließen' (optional), 'Währung angezeigt als' (Euro (EUR €)), and 'Site Search-Tracking' (optional). The bottom of the page shows 'Speichern' (Save) and 'Abbrechen' (Cancel) buttons, and a copyright notice: '© 2018 Google | Analytics-Startseite | Nutzungsbedir'.

### 3. Interne Suche aktivieren

Sie haben auf Ihrer Website eine Suche integriert? Hervorragend. Google Analytics bietet Ihnen die Möglichkeit, die Daten der Suche auszuwerten. Sie finden den Bericht unter Verhalten → SiteSearch → Übersicht.

Um die Auswertung zu aktivieren, müssen Sie ein paar Einstellungen in Google Analytics vornehmen. Dafür ist es wichtig, dass Ihre Suche die Suchbegriffe in die URL schreibt (sogenannte GET-Parameter). Bei einem Wordpress-Blog ist es oftmals der Parameter „s“. Sie können es schnell herausfinden: Benutzen Sie die Suche Ihres Blogs und schauen Sie dann in die Browser-Adresszeile. Eine URL, die auf eine Suchseite verweist sieht folgendermaßen aus:

`https://www.zedwoo.de/?s=datenauswertung`

In diesem Fall ist „s“ der Suchparameter und „datenauswertung“ war das Wort, nachdem gesucht wurde. Um die Auswertung der Suche zu aktivieren, begeben Sie sich in den Verwaltungsbereich von Google Analytics und unter Datenansichten → Einstellungen der Datenansicht aktivieren Sie im Abschnitt Site Search-Einstellungen das Tracking, in dem Sie es auf „EIN“ stellen und beim Suchparameter den entsprechenden Parameter aus der URL eintragen (siehe Bild).

#### Site Search-Einstellungen

---

##### Site Search-Tracking ? optional

 EIN

##### Suchparameter

Bis zu fünf Parameter, getrennt durch Kommas (Groß-/Kleinschreibung wird ignoriert)

Suchparameter aus URL entfernen ?

##### Site Search-Kategorien ? optional

 AUS

---

Zusätzlich aktivieren Sie die Checkbox bei „Suchparameter aus URL entfernen“. Durch diese Checkbox wird der Parameter und die jeweilige gesuchte Phrase aus der URL entfernt.

## 4. Eigene Domain als Verweisquelle entfernen

Es kann passieren, dass Ihre eigene Domain in der Liste der Verweise auftaucht. Das ist natürlich Quatsch, da ihre Domain nicht ein Verweis auf ihre eigene Seite sein kann. Um das zu verhindern wird die eigene Domain automatisch in die Verweis-Ausschlussliste eingetragen. Wenn man aber beim Erstellen der Property einen Fehler gemacht hat oder den Domainnamen später geändert hat, steht sie da nicht drin. Deshalb schauen Sie in Ihrem Google Analytics in der Verwaltung unter Property in die Verweis-Ausschlussliste, ob Sie ihre Domain dort finden.

Property **+ Property erstellen**

Zedwoo

Property-Einstellungen

Nutzerverwaltung

.js Tracking-Informationen

Tracking-Code

Datensammlung

Datenaufbewahrung

User ID

Sitzungseinstellungen

Quellen der organischen Suche

**Verweis-Ausschlussliste**

Suchbegriff-Ausschlussliste

Diese Einstellungen werden nur von der Tracking-Code-Version *analytics.js* unterstützt. Wenn Sie die Version *ga.js* verwenden, müssen Sie die Einstellungen in Ihrem Code konfigurieren. Falls Sie gerade von *ga.js* auf *analytics.js* umstellen, passen Sie die Einstellungen an Ihre bisherige Konfiguration an, um Datenkontinuität zu gewährleisten.

### Verweis-Ausschlussliste <sup>?</sup>

Schließen Sie diese Domains aus Ihren Verweiszugriffen aus. Nutzer, die über eine dieser Domains auf Ihre Website gelangen, werden in Ihren Berichten nicht als Verweiszugriffe gewertet.

**+ VERWEISAUSSCHLUSS HINZUFÜGEN**

Domainname	
zedwoo.de	<a href="#">Entfernen</a>

In der nun erscheinenden Liste sollten Sie Ihre eigene Domain finden. Wenn die Liste komplett leer ist oder Ihre eigene Domain dort nicht auftaucht, tragen Sie die Domain ein.

Diese Einstellungen werden nur von der Tracking-Code-Version *analytics.js* unterstützt. Wenn Sie die Version *ga.js* verwenden, müssen Sie die Einstellungen in Ihrem Code konfigurieren. Falls Sie gerade von *ga.js* auf *analytics.js* umstellen, passen Sie die Einstellungen an Ihre bisherige Konfiguration an, um Datenkontinuität zu gewährleisten.

### Diese Domain aus den Verweiszugriffen ausschließen <sup>?</sup>

Domain

**Erstellen** **Abbrechen**

## 5. Google-Ads-Daten & Google-Adwords-Daten in Analytics importieren

Sobald Sie Google Ads schalten, können Sie diese Daten direkt in Google Analytics übertragen. Ohne eine Verknüpfung bekommen Sie viel weniger Daten in Google Analytics angezeigt. Sie bekommen dann nur Nutzer, Sitzungen etc. angezeigt. Aber die Informationen zu Klicks, Kosten und CPC fehlen gänzlich.

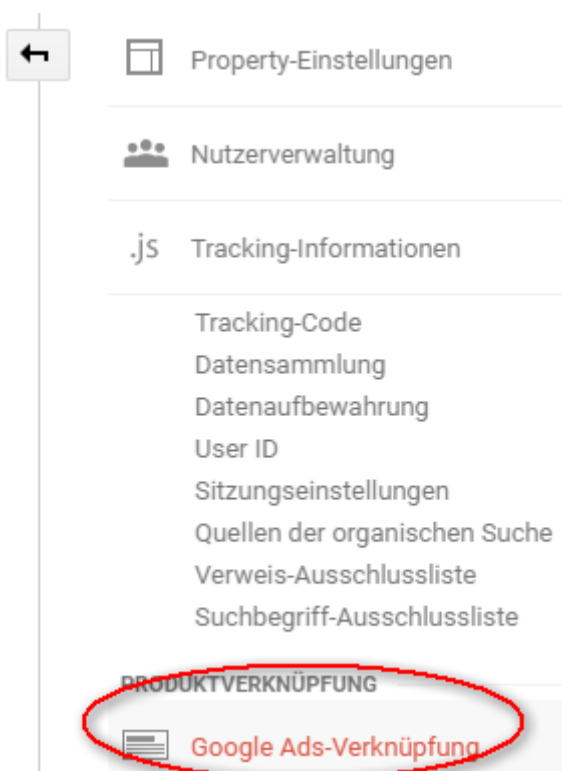
Primäre Dimension: **Kampagne/Kampagnen-ID** AdWords-Anzeigengruppe

Zeilen darstellen Sekundäre Dimension Sortierungsart: Standard

Kampagne/Kampagnen-ID ?	Akquisition				
	Klicks ? ↓	Kosten ?	CPC ?	Nutzer ?	Sitzungen ?
	0 % des Gesamtwerts: 0,00 % (0)	0,00 € % des Gesamtwerts: 0,00 % (0,00 €)	0,00 € Durchn. für Datenansicht: 0,00 € (0,00 %)	11.421 % des Gesamtwerts: 6,35 % (179.782)	14.757 % des Gesamtwerts: 6,37 % (231.794)
1. (not set)	0 (0,00 %)	0,00 € (0,00 %)	0,00 €	11.421(100,00 %)	14.757(100,00 %)

Um diese Daten in Analytics zu importieren müssen, Sie das Google Ads-Konto mit Ihrem Analytics-Konto verknüpfen. Grundvoraussetzung für diese Verknüpfung ist, dass Sie in Google Ads und in Analytics Adminrechte mit dem gleichen Google-Konto haben. Sobald diese Bedingungen erfüllt sind, können Sie die beiden Bereiche verbinden.

Dafür gehen Sie in die Google-Analytics-Verwaltung. In der mittleren Spalte bei den Einstellungen zur Property finden Sie den Menüpunkt „Google Ads Linking“.



Auf der nun erschienenen Seite gibt es ein Formular und Sie können das entsprechende Google Ads-Konto auswählen. Wählen Sie nur das Google Ads-Konto aus, das auch für diese Property Anzeigen schaltet.

### Gruppe von Google Ads-Verknüpfungen konfigurieren

Wenn Sie Ihre Analytics-Property mit Ihren Google Ads-Konten verknüpfen, ermöglichen Sie den Datenaustausch zwischen den Produkten. Aus Ihrer Analytics-Property in Google Ads exportierte Daten unterliegen den Google Ads-Nutzungsbedingungen. Für Google Ads-Daten, die in Analytics importiert werden, gelten hingegen die Nutzungsbedingungen für Google Analytics. [Weitere Informationen](#)

**1** Verknüpfte Google Ads-Konten auswählen

Michael Janssen 704-632-2928 Google Ads-Konten **1**/**3**

Wählen Sie aus: [Verwaltungskonten](#) [Alle verknüpfbaren Konten](#) [Keine](#)

- 195-694-2031
- 421-955-5089 Google Ads-Konto
- 601-700-1682 Google Ads-Konto

[Weiter](#) [Abbrechen](#)

**2** Konfiguration der Verknüpfung

[Abbrechen](#)

Sobald Sie auf „Weiter“ klicken, können Sie die das Importieren für die Datenansichten konfigurieren. Stellen Sie alle Datenansichten auf „Ein“.

**2** Konfiguration der Verknüpfung

**Titel für die Gruppe von Verknüpfungen**

Adwords ?

Datenansicht	Verknüpfen Alle anwendbaren aktivieren
	<a href="#">Alle auswählen</a> - Keine
1. Standard-Anzeige (Webdaten)	<input checked="" type="checkbox"/> EIN
1001 für AdWords von 'Standard-Anzeige'	<input checked="" type="checkbox"/> EIN
Standard (Internal)	<input checked="" type="checkbox"/> EIN
Standard-Anzeige	<input checked="" type="checkbox"/> EIN



Als nächstes klicken Sie auf „Erweiterte Einstellungen“ und überprüfen, ob „Enable auto-tagging on all linked Google Ads accounts (recommended)“ aktiviert ist.

#### Erweiterte Einstellungen

- Automatische Tag-Kennzeichnung für alle verknüpften Google Ads-Konten aktivieren  
Mit dieser Option wird der Ziel-URL eine eindeutige ID nachgestellt. Über diese ID können in Analytics detaillierte Informationen zu jedem Klick erfasst werden. [Weitere Informationen](#)
- Einstellungen für automatische Tag-Kennzeichnung beibehalten  
In Konten mit deaktivierter automatischer Tag-Kennzeichnung treten Ihre Daten als organische Google-Zugriffe in Erscheinung, bis Sie manuell bestimmte Tags hinzufügen. [Weitere Informationen](#)

Damit Ihnen die Analytics-Daten auch in Google Ads zur Verfügung stehen, aktivieren Sie noch die letzte Checkbox und klicken dann auf „Verknüpfen“.

#### Kontoeinstellungen: Datenfreigabe

Diese Einstellung muss aktiviert werden, damit Analytics-Daten (z. B. Zielvorhaben und Messwerte zur Websiteinteraktion) in Google Ads zur Verfügung stehen.

- Analytics-Daten für verknüpfte Google Ads-Konten freigeben

---

[Konten verknüpfen](#)

[Abbrechen](#)

---

## 6. Für Online-Shops: Paypal von Verweisen ausschließen

Ein Nutzer kommt über eine Werbung auf Ihre Shop-Seite und kauft. So weit, so gut. Zum Bezahlen wird er zu Paypal geleitet und danach wieder auf die Danke-Seite in Ihrem Online-Shop. Das Problem: Analytics rechnet den Besuch der Danke-Seite Paypal zu. Schließlich kam der Besucher von dort. Dass er ursprünglich von einem Banner aus auf Ihre Seite gekommen ist, fällt unter den Tisch. Das Schlimme: So erfahren Sie nicht, wie effektiv Ihre Werbung wirklich war.

Die Lösung ist einfach: Sie gehen in Analytics unter „Verwalten“ auf „Property“ und dann auf „Tracking-Informationen“. Hier wählen Sie „Verweis-Ausschlusslisten“ aus.

Property [+ Property erstellen](#)

Zedwoo

Property-Einstellungen

Nutzerverwaltung

.js Tracking-Informationen

Tracking-Code

Datensammlung

Datenaufbewahrung

User ID

Sitzungseinstellungen

Quellen der organischen Suche

**Verweis-Ausschlussliste**

Suchbegriff-Ausschlussliste

Diese Einstellungen werden nur von der Tracking-Code-Version *analytics.js* unterstützt. Wenn Sie die Version *ga.js* verwenden, müssen Sie die Einstellungen in Ihrem Code konfigurieren. Falls Sie gerade von *ga.js* auf *analytics.js* umstellen, passen Sie die Einstellungen an Ihre bisherige Konfiguration an, um Datenkontinuität zu gewährleisten.

### Verweis-Ausschlussliste ?

Schließen Sie diese Domains aus Ihren Verweiszugriffen aus. Nutzer, die über eine dieser Domains auf Ihre Website gelangen, werden in Ihren Berichten nicht als Verweiszugriffe gewertet.

**+ VERWEISAUSSCHLUSS HINZUFÜGEN**

Suche

Domainname	
zedwoo.de	<a href="#">Entfernen</a>

Dort tragen Sie die Bezahlendienste ein, die Sie nutzen. Im Falle von Paypal ist es „paypal.com“.

### Diese Domain aus den Verweiszugriffen ausschließen ?

Domain

paypal.com

**Erstellen**

Abbrechen

Achtung: Mit der Verweis-Ausschlussliste wird nicht der Besuch an sich gelöscht, sondern nur der Verweis, also die Quelle des Traffics. Damit zählt der Besuch der Danke-Seite zur gleichen Sitzung wie der vorangegangene Besuch der Produktseite.

## Herzlichen Glückwunsch!

Wenn Sie diese Praxis-Tipps umgesetzt haben, dann haben Sie die Qualität Ihrer Daten auf ein neues Niveau gehoben! Und gleichzeitig haben Sie sich höchstwahrscheinlich ein bisschen mehr mit Analytics vertraut gemacht. Ich finde es wichtig, dass Menschen, die im Online-Marketing tätig sind oder einen Shop betreiben, genau verstehen, wie Daten entstehen und erhoben werden. Viel zu viele Shops oder Webseiten lassen ungenutzte Potentiale und Chancen verstreichen – schlicht, weil sie nicht sehen, was zu tun ist. Dabei haben sie die Antworten längst: Sie liegen in Ihren Daten.

## Noch mehr Analytics

Wenn Sie weiter in die Welt von Google Analytics eintauchen wollen, dann schauen Sie sich auf [meiner Webseite](#) um, dort finden Sie neben meinen Analytics-Blog auch [den Online-Shop-Podcast](#). Ganz Wissbegierigen empfehle ich meine Seminare zu Google Analytics – die biete ich übrigens sowohl für Einsteiger als auch für fortgeschrittene Nutzer und Webanalysten an. Für den Fall, dass Sie das „Wühlen“ in Ihren Daten lieber mir überlassen wollen, noch ein Hinweis auf mein Google Analytics Audit. Da durchleuchte ich Ihr Analytics von allen Seiten. Anschließend erhalten Sie eine schriftliche Auswertung samt Handlungsvorschläge.

Bei Fragen können Sie sich gerne jederzeit an mich wenden. Sie erreichen mich unter [info@zedwoo.de](mailto:info@zedwoo.de).

Ihr Michael Janssen