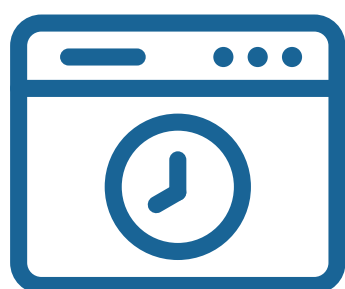


# GOOGLE UNIVERSAL ANALYTICS: KÖNNEN MEINE DATEN STIMMEN?

Die folgenden 5 Punkte geben Hinweise darauf, dass die Daten in Google Universal Analytics falsch sein könnten – und wir verraten, was ihr dagegen tun könnt.



## HINWEIS 1: DIE DURCHSCHNITTLICHE SITZUNGSDAUER IST DEUTLICH HÖHER ALS 2-5 MINUTEN

Das Problem lässt sich in der Regel lösen, indem wir den internen Traffic in Google Analytics ausschließen. Dazu übergeben wir dem Nutzer einen Cookie beim Aufrufen einer bestimmten Unterseite der eigenen Webseite.

## HINWEIS 2: DIE ABSPRUNGRATE LIEGT IM EINSTELLIGEN BEREICH

Häufig ist der Grund für die geringe gemessene Absprungrate, dass Google Analytics auf der entsprechenden Seite gleich doppelt eingebunden wurde. Lösung: Den doppelten Tag finden und den älteren entfernen.

Eine andere Ursache kann sein, dass Events gemessen werden, die immer sofort „gefeuert“ (also ausgelöst) werden. Hier besteht die Lösung darin, das Event als „non-interactive“ zu definieren – somit wird es zur Auswertung der Absprungrate nicht mehr herangezogen.



## HINWEIS 3: DER ANTEIL AN DIRECT TRAFFIC LIEGT BEI ÜBER 10-30 %



Es ist wahrscheinlich, dass Google Analytics die Traffic-Quellen nicht richtig zuordnen kann und sie aus diesem Grund als Direct Traffic wertet. Daher wird der Direct Traffic auch oft Dark Traffic genannt. Hier helfen UTM-Parameter Google Analytics dabei, den Traffic einer Quelle, einem Medium und einer Kampagne zuzuordnen und immer mehr Ströme richtig zu identifizieren

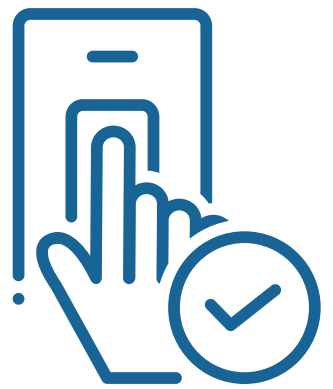
---

## HINWEIS 4: DER ANTEIL AN DIRECT TRAFFIC ÜBERSTEIGT SOGAR 50-60 %

Schuld ist hier höchstwahrscheinlich der Cookie Consent:

Ein Nutzer besucht die Website, und die Information, woher er gekommen ist, wird aufbewahrt. Allerdings muss der Nutzer dazu auf den Button klicken und seine Zustimmung erteilen.

Einige Szenarien können jedoch dazu führen, dass die Information trotzdem verloren geht – zum Beispiel, wenn der Nutzer automatisch weitergeleitet wird, nachdem er zugestimmt hat. Er scheint dann „direkt“ auf der Website gelandet zu sein – und wird damit wieder dem Direct Traffic zugeordnet.

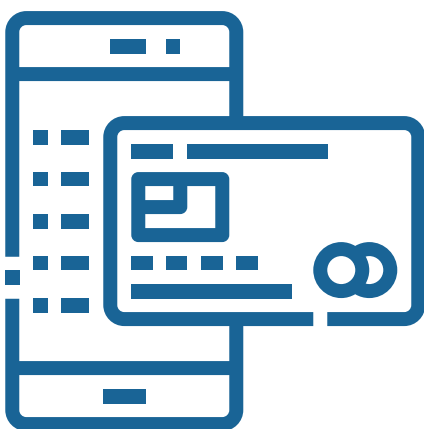


---

## HINWEIS 5: PAYPAL ODER ANDERE ZAHLUNGSANBIETER ERSCHEINEN ALS QUELLE

Für uns ist nicht interessant, dass der Nutzer zuvor via PayPal bezahlt hat, sondern wie er überhaupt zum Kauf verleitet wurde.

Um das zu erfahren, müssen wir PayPal auf die Verweis-Ausschlussliste setzen. Das gelingt in Google Analytics über die Tracking-Information unter „Verwaltung“. Google Analytics hat nun keine Möglichkeit mehr, PayPal als letzte Quelle anzugeben, und macht sich auf die Suche nach der echten, für uns interessanten Quelle.



**WEITERE INFOS FINDET IHR AUF UNSEREM BLOG SOWIE AUF UNSERER WEBSITE**



[WWW.CLANEO.COM/DE/BLOG/](http://WWW.CLANEO.COM/DE/BLOG/)



[WWW.CLANEO.COM/DE](http://WWW.CLANEO.COM/DE)

CLANEO

PEOPLE &  
EXPERTISE  
COMBINED