

Einleitung

»A fool with a tool is still a fool.« (Unbekannt)

Wer jemals vor einem Webanalyse-System oder einem Analysebericht saß und nicht wusste, womit oder was man damit anfängt, für den ist dieses Buch gedacht. Denn dies ist kein weiteres Buch über die Funktionalitäten eines Webanalyse-Systems, sondern ein Buch darüber, wie eine professionelle Analyse vom Anfang bis zum Ende abläuft, unabhängig davon, welches System verwendet wird oder ob man Informatik studiert hat oder nicht.

In meiner Arbeit seit Mitte der 90er Jahre habe ich gelernt, dass sich die Systeme ständig verändern, die grundlegenden Denkansätze und Herangehensweisen aber nicht. Leider kommen diese Grundlagen aber in den meisten Büchern entweder zu kurz oder tauchen gar nicht erst auf. Das ist ungefähr so, als wolle man Segeln lernen, einem aber nur das Schiff erklärt würde und nicht wie man navigiert oder unbeschadet durch einen Sturm gelangt. Es wird einfach vorausgesetzt, dass man schon segeln kann oder dass das Erklären des Schiffes ausreichend ist.

Das beste Analysewerkzeug sitzt zwischen den Ohren, wie der Datenexperte Martin Szugat zu sagen pflegt. Ich mag auch den Spruch oben in der Einleitung, denn er sagt ungefähr das Gleiche aus: Es nützt nichts, alles über ein Tool zu erlernen, wenn man die grundlegenden Herangehensweisen nicht verstanden hat. Natürlich ist es gut, so viel wie möglich über ein Segelschiff zu wissen, bevor man damit in See sticht. Aber gerade weil ich, im übertragenen Sinne, schon zu viele Kapitäne auf teuren Yachten gesehen habe, die nur im Hafen lagen oder irgendwo herumgeirrt sind, lege ich in meinen Kursen viel Wert darauf, sozusagen die Grundlagen der Seefahrt nahezubringen.

Nach mehreren Semestern an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften zu Hamburg, in denen mich Studierende nach Literatur zu meinem Kurs gefragt hatten, schreibe ich das Buch nun selbst, das ich den damaligen Studenten gerne empfohlen hätte. Jeder der 30 Ansätze entspricht einem Kapitel, die auf 5 Teile verteilt sind. Diese 5 Teile entsprechen den Abschnitten meines Kurses, plus einem Bonusteil:

► **Ziele definieren**

Was ist das Problem, das gelöst werden soll? Was soll erreicht werden?

► **Datenakquise**

Wie und wo werden die Daten gesammelt, die zum Messen der Zielerreichung notwendig sind?

► **Analyse**

Wie analysiere ich die Daten?

► **Testen**

Wie kann die Validität einer Schlussfolgerung getestet werden?

► **Reporting und Anwendungen**

Wie werden Ergebnisse effektiv und effizient kommuniziert?

Welche Anwendungen können sich aus der Webanalyse ergeben?

► **Bonus**

Problemlösungen

Diese Reihenfolge ist nicht zufällig gewählt, sondern der ideale Ablauf in der Web- und Datenanalyse. In der Realität ist dies ein iteratives Modell, da sich vor allem das Analysieren und Testen gegenseitig beeinflussen. In seltenen Fällen kann zum Beispiel aber auch erst nach einer Analyse oder einem Test festgestellt werden, dass das eigentlich zu lösende Problem ein ganz anderes ist. Analyse und Reporting sind außerdem nicht nur ein Projektbestandteil, sondern auch Teil des operativen Geschäfts.

Im Folgenden finden Sie einige Hinweise zu Begriffen und Hervorhebungen:

- Nutze ich den Begriff *Website*, meine ich die Gesamtheit aller Seiten einer Webpräsenz, also zum Beispiel alle Seiten unter <https://www.zeit.de>.
- Nutze ich hingegen den Begriff *Webseite*, meine ich eine einzelne Seite, zum Beispiel <https://www.zeit.de/index.html>. Das kleine »e« macht den Unterschied.
- Begriffe, die nicht vorausgesetzt werden können, sind *kursiv* gesetzt und werden im Glossar erläutert. Ich nutze weitestgehend die Begrifflichkeiten der Digital Analytics Association, DAA (unter anderem aus *Web Analytics Definitions 2007*¹, wobei ein Großteil dieser Begriffe schon etwas betagt ist und hier durch aktuelle Begriffe ersetzt wurde).
- Häufig schreibe ich von *Webanalyse*, gemeint ist damit aber oft allgemein die Analyse von Daten, die durch das Tracking von Nutzerverhalten in Apps entsteht.
- Die Webanalyse ist stark von englischen Begriffen geprägt; ich versuche, wo es nicht zu erzwungen klingt, den deutschen Begriff zu verwenden.

Dieses Buch kann nur der Anfang der Beschäftigung mit dem Thema Webanalyse sein. Die einzelnen Unterthemen wie A/B-Tests sind komplex und füllen zum Teil ganze Bücherregale. Dementsprechend kann hier nur ein erster Überblick gegeben werden, der hoffentlich den Wissensdurst anregt.

An dieser Stelle möchte ich auf die Angebote der DAA hinweisen, die größte weltweit tätige Organisation von Digitalanalysten. Neben einer Zertifizierung bietet die DAA

¹ Detaillierte bibliografische Angaben finden Sie in Anhang B.

Möglichkeiten zum Austausch mit anderen Analysten sowie eine große virtuelle Bibliothek mit Informationen zum Thema Datenanalyse.

Zu danken habe ich den Teilnehmern meiner Seminare und externen Kurse, die immer wieder gute Fragen gestellt und Feedback formuliert haben, aber auch den vielen Kollegen und Mitstreitern, die Impulse gegeben haben.

Für die Durchsicht der Statistik-Kapitel danke ich Daniela Keller, die nicht nur Statistik-Beratung im wissenschaftlichen Bereich anbietet, sondern auch noch die seltene Gabe hat, statistische Inhalte so zu erklären, dass man sich fragt, wie man die Liebe zur Statistik erst so spät entdecken konnte. Ihre Website ist auf jeden Fall einen Besuch wert!²

Und Dank gebührt natürlich auch Maik Bruns, der sich wochenlang durch das frühe fehlerhafte Manuskript gequält und immer wieder ehrliche kritische und somit wertvolle Kommentare gegeben hat. Maik ist einer der Top-Experten in Deutschland, und neben seinem Podcast³ hat er eine Gruppe für Digital- und Analysehelden gegründet, in der Experten wie er komplexe Fragestellungen diskutieren.⁴

Und natürlich habe ich meiner Familie, Anke, David, Emilia und Glenn, für die Geduld zu danken, dass sie mich während der Arbeit am Manuskript entbehren musste. Ein Buch zu schreiben ist kein familienfreundlicher Akt.

Ich freue mich über Feedback an tom@alby.de. Alle Skripte, Vorlagen und Fehlerberichtigungen sowie zusätzliche Tipps und Tools finden Sie auf der Website zum Buch: <https://tom.alby.de/webanalyse-buch/>

Tom Alby, Hamburg im Mai 2019

² <https://statistik-und-beratung.de/>

³ <https://www.metrika.de/blog/podcast/>

⁴ <https://www.facebook.com/groups/analysehelden/>