



« Webanalyse lohnt sich für jeden. Was man reinsteckt, holt man um ein Vielfaches wieder raus. »

Beat Muttener, Geschäftsführer von Yourposition GmbH

Praktisch jedes Unternehmen hat heutzutage eine Website, aber finden die Kunden sie auch? Die Plätze bei Suchmaschinen wie Google sind hart umkämpft, jeder will unter den ersten Suchtreffern sein. Beat Muttener erklärt im Gespräch mit Julia Nierle, warum Webanalyse sich für jeden lohnt und worauf man beim Einstieg achten sollte.

Herr Muttener, man hört in der letzten Zeit immer mehr davon, aber was versteht man unter dem Begriff Webanalyse genau?

Webanalyse befasst sich mit der Sammlung, Auswertung und Analyse der Daten über die Nutzung und das Besucherverhalten einer Website. Ziel ist, die Website gemäss definierten Zielen zu optimieren.

Was sind dabei die grössten Stolpersteine?

Der grösste Stolperstein beim Beginn mit Webanalyse ist, dass man zuerst mit der Messung beginnt, ohne darüber nachgedacht zu haben, was man überhaupt messen will. Wer keine Ziele definiert, kann auch nicht zielorientiert vorgehen.

Sammeln, messen, auswerten – braucht man dazu nicht Spezialisten?

Webanalyse kann jeder machen. Wie bei vielen anderen Internetthemen ist das Grundlagenwissen im Internet frei verfügbar. Man braucht einfach nur eine gewisse Zeit, um sich dieses Wissen anzueignen. Das kann man natürlich beschleunigen, indem man entweder Kurse besucht oder mit Agenturen zusammenarbeitet.

Webanalyse hört sich recht technisch an. Ist die Auswertung von Webstatistiken nicht Aufgabe des Webmasters oder des IT-Verantwortlichen?

Mir ist wichtig, dass die Leute aus dem Kurs mitnehmen, dass Webanalyse zwar viel mit Technik zu tun hat, aber keine technische Disziplin, sondern eine Disziplin des (Online-)Marketings ist. Wer Geld für Online-Werbung ausgibt, muss messen – idealerweise mithilfe von Webanalyse.

Ist Webanalyse nur etwas für grosse Unternehmen oder lohnt es sich auch für KMU?

Webanalyse lohnt sich für jeden, insbesondere weil die Tools inzwischen auch kostenlos angeboten werden und die Einstiegshürden sehr, sehr niedrig sind. Webanalyse lohnt sich auch trotz des Initialaufwands, den man hat, da die Hebelwirkung sehr gross ist: Was man reinsteckt, holt man um ein Vielfaches wieder raus.

Beat Muttener ist Geschäftsführer der Zürcher Agentur für Suchmaschinenmarketing Yourposition GmbH und leitet den Geschäftsbereich Web Analytics. Zuvor hat Beat Muttener als Onlinebuchhändler und E-Business-Projektleiter breite Erfahrungen im Online-Marketing gesammelt und war Geschäftsleiter einer Non-Profit-Organisation.

Beat Muttener ist ausserdem Dozent im **Seminar Webanalyse & Kampagnen-Optimierung** der Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW. Dort erklärt er unter anderem, nach welchen Kriterien Google Internetseiten anzeigt, wie man mit einfachen Mitteln sein Ranking verbessern kann und was es braucht, um den Erfolg von Online-Werbemassnahmen zu messen.

Kontakt:

Fachhochschule Nordwestschweiz FHNW
Hochschule für Wirtschaft
Institut für Wirtschaftsinformatik
Peter Merian-Strasse 86
4002 Basel

Julia Nierle (Kursleitung)
T +41 61 279 17 61
julia.nierle@fhnw.ch
Skype: julia.nierle