

crossvertise

UMFRAGE 2023 GOOGLE ANALYTICS 4



Umstellung auf GA4: Top oder Flop?
Nutzung von Webanalyse-Tools
Herausforderungen für KMU's

crossvertise Umfrage Google Analytics 4 2023

Insights – Google Analytics 4 stellt KMUs vor Probleme

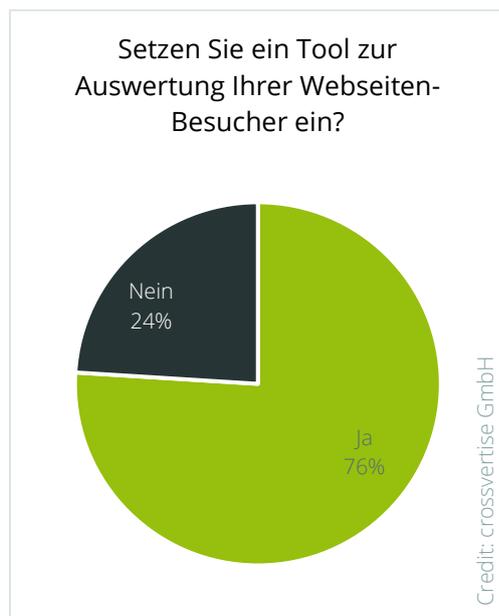
Veröffentlichungsdatum: 21.07.2023

Nach langer Ankündigung stellte Google zum 1. Juli 2023 sein beliebtes Webanalyse-Tool „Google Universal Analytics“ zu Gunsten der Nachfolger-Version „Google Analytics 4“ ein. Die Nutzer sind damit gezwungen, aktiv zu werden, wenn sie weiterhin Webanalyse betreiben wollen. Doch welches Lagebild zeichnet sich für den deutschen Mittelstand ab? Die [crossvertise GmbH](#) hat rund um den Stichtag 50 Mittelständler dazu befragt. Dabei zeigte sich, dass die große Mehrzahl der befragten KMUs von der Umstellung auf Google Analytics 4 betroffen sind. 60 % der Nutzer haben indes bereits den Wechsel gewagt, sehen sich aber vor großen Herausforderungen.

- 76 % setzen ein Tool zur Besucherauswertung ein (87 % davon Google Analytics)
- 60 % nutzen bereits Google Analytics 4
- Die Zufriedenheitsrate mit Google Analytics 4 liegt bei nur 46 %

KMUs setzen mehrheitlich auf Webanalyse

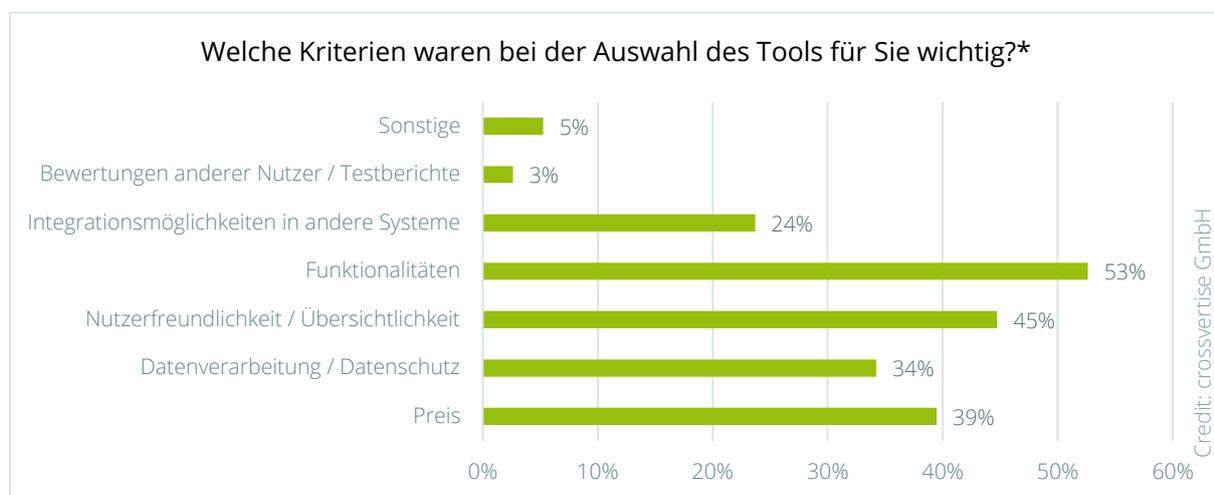
Der Großteil der Befragten setzt ein Tool zur Webanalyse ein. Nur jedes vierte Unternehmen verzichtet darauf. Fünf von sechs befragten KMUs verwenden dabei nur ein Tool, 13 % nutzen mehrere Tools parallel. Interessant: Von denjenigen, die heute noch keine Webanalyse betreiben, wollen das in Zukunft 50 % sicher und 33 % vielleicht tun. Das Bewusstsein um die Wichtigkeit des Trackings ist also vorhanden.



58 % derjenigen, die bisher kein Tracking verwenden, verzichten darauf, weil sie noch keine Gelegenheit hatten, es einzurichten. Bei 33 % fehlt das technische Wissen.

Für KMUs steht Qualität vor Preis, auch Datenschutz ist ein Thema

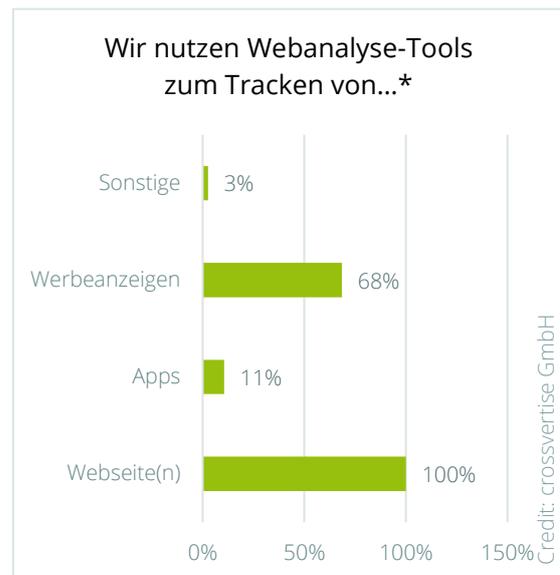
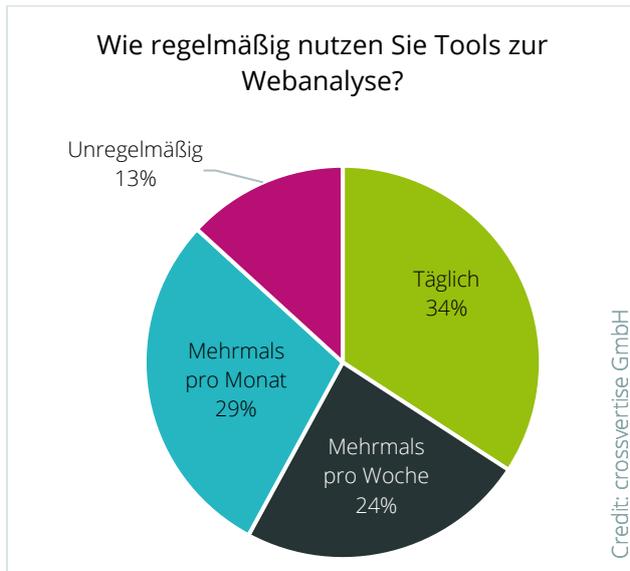
Bei der Auswahl der Tools legen die befragten Unternehmen Wert auf Qualität. Für mehr als die Hälfte (53 %) waren die Funktionalitäten des eingesetzten Analyse-Tools einer der entscheidenden Faktoren, für 45 % die Nutzerfreundlichkeit. Lediglich 39 % der Befragten gaben an, dass der Preis bei der Auswahl eine Rolle spielte. Jedes dritte Unternehmen hat den Datenschutz in die Überlegung mit einbezogen.



*Mehrfachantworten möglich

KMUs nutzen Webanalyse regelmäßig

Es überrascht nicht, dass die Usability eines der relevantesten Kriterien ist, wenn es darum geht, wie regelmäßig die Webanalyse verwendet wird. Ein Drittel der Befragten, die ein Webanalyse-Tool einsetzen, überwacht die Daten täglich, knapp jedes vierte Unternehmen (24 %) mehrmals die Woche und 29 % immerhin mehrmals im Monat. Sind die Tools einmal eingerichtet, werden sie also auch regelmäßig genutzt. Nur 13 % geben an, dass sie Tracking-Tools unregelmäßig oder gar nicht nutzen.

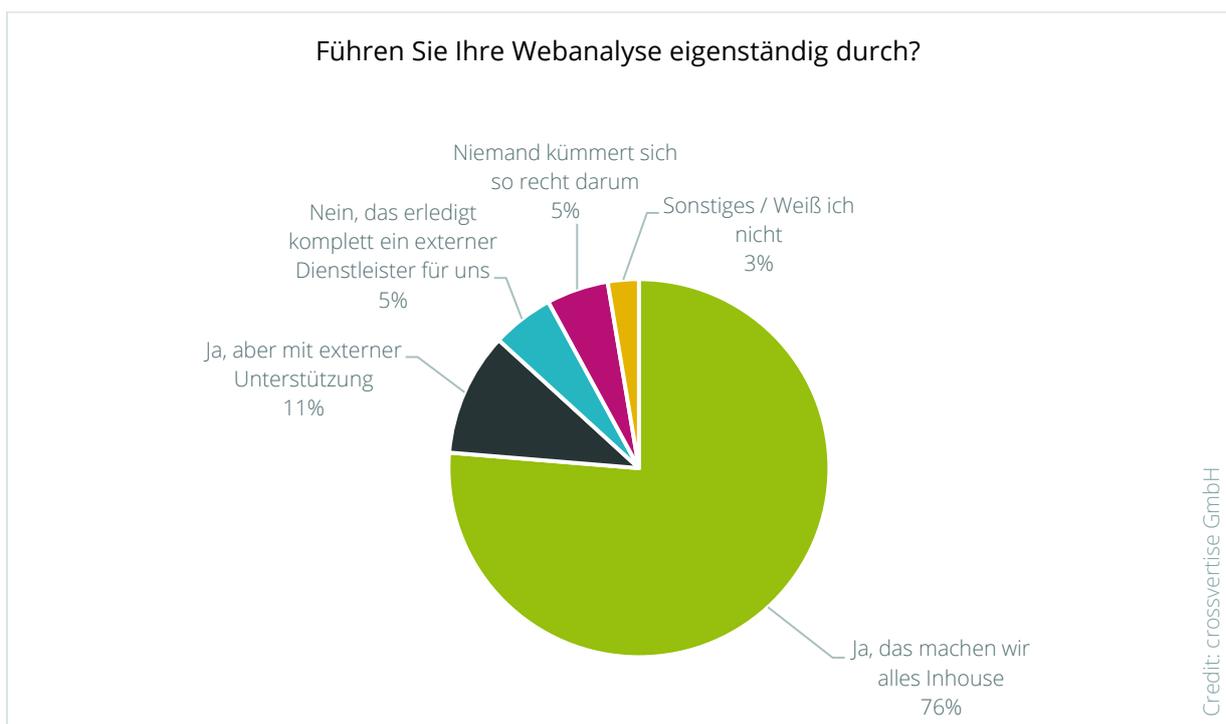


*Mehrfachantworten möglich

Jedes Unternehmen analysiert dabei die eigene Webseite, mehr als zwei Drittel (68 %) auch die eigenen Werbeanzeigen. Lediglich 11 % tracken Apps. Die Ergebnisse legen nahe, dass die wenigsten der befragten Unternehmen über eigene Apps verfügen.

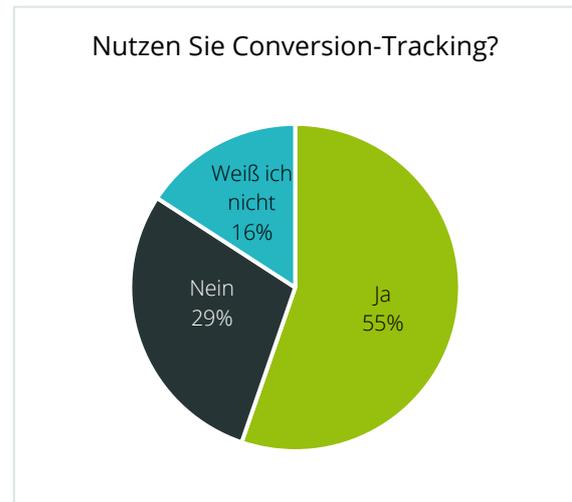
KMUs sind versiert im Umgang mit Webanalyse – Mehrheitlich Inhouse betreut

Know-how bezüglich des Themas Webanalyse ist bei den befragten Firmen vorhanden. Drei von vier befragten KMUs (76 %) führen ihre Webanalyse komplett selbstständig durch, weitere 11% mit externer Unterstützung. Lediglich fünf Prozent gaben an, komplett auf einen Dienstleister zurückzugreifen.



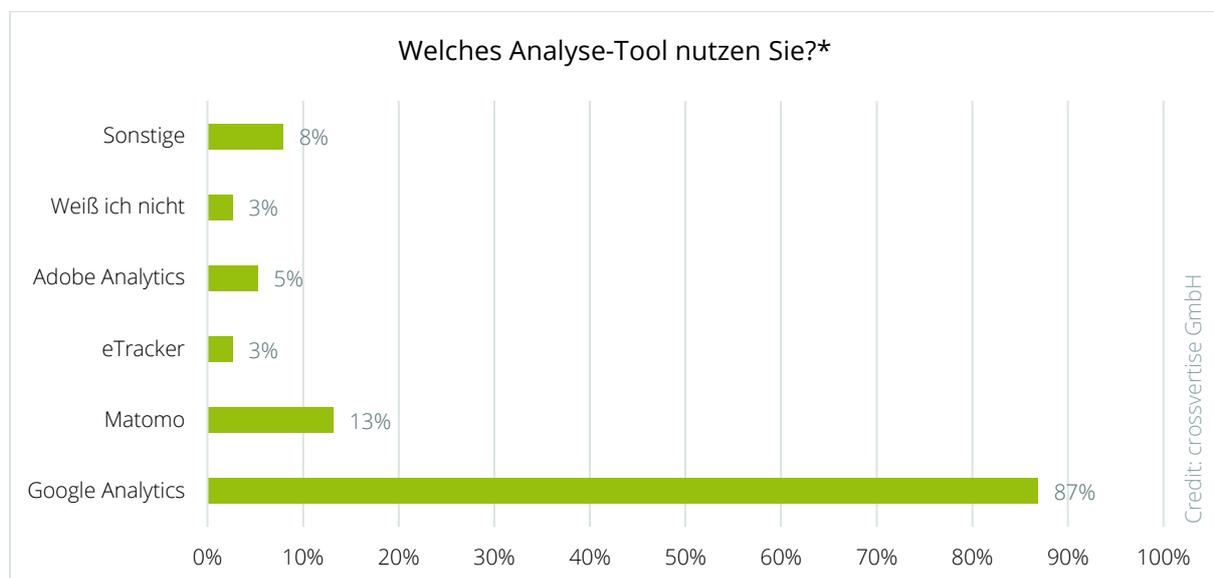
Mehr als die Hälfte der Befragten geht sehr gezielt vor. 55 % geben an, Conversion-Tracking zu nutzen. Es zählen also nicht nur die Anzahl der Besucher auf der eigenen Webseite, sondern ganz konkrete Erfolge.

Trotzdem ist hier noch Nachholbedarf vorhanden: Schließlich werten nicht alle Teilnehmenden, die ihre Werbeanzeigen analysieren (68 %), diese auch durch Conversion-Tracking (55 %) aus. Doch gerade bei Werbeanzeigen ist es wichtig, zu wissen, ob diese auch erfolgreich sind.



Knapp vier von fünf Firmen nutzen Google Analytics

Die Befragten sind also mehrheitlich gut oder sehr gut mit dem Thema Webanalyse vertraut. Umso spannender ist die Frage, welche Tools zum Einsatz kommen. Die Umfrage legt offen: 87 % der Befragten nutzen – auch oder ausschließlich – Google Analytics. Das zeigt, wie relevant die Umstellung von „Google Universal Analytics“ auf „Google Analytics 4“ für die befragten Unternehmen ist.



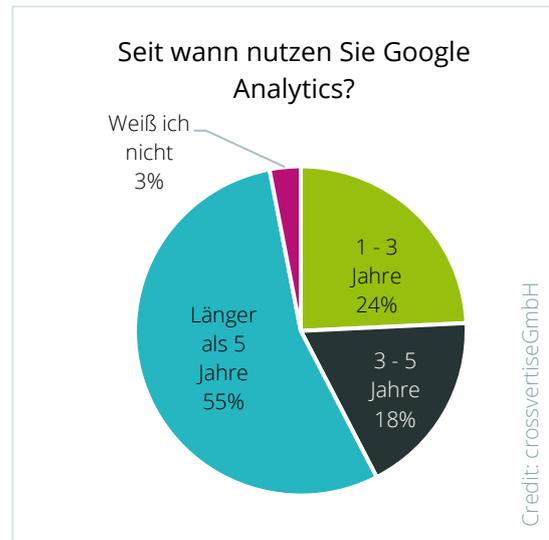
*Mehrfachantworten möglich

Von denen, die Google Analytics aktuell nicht nutzen, haben das immerhin 27 % in der Vergangenheit getan. Alle gaben als Wechselgrund rechtliche Bedenken bezüglich des Datenschutzes an.

Google Analytics wird mehrheitlich seit vielen Jahren genutzt

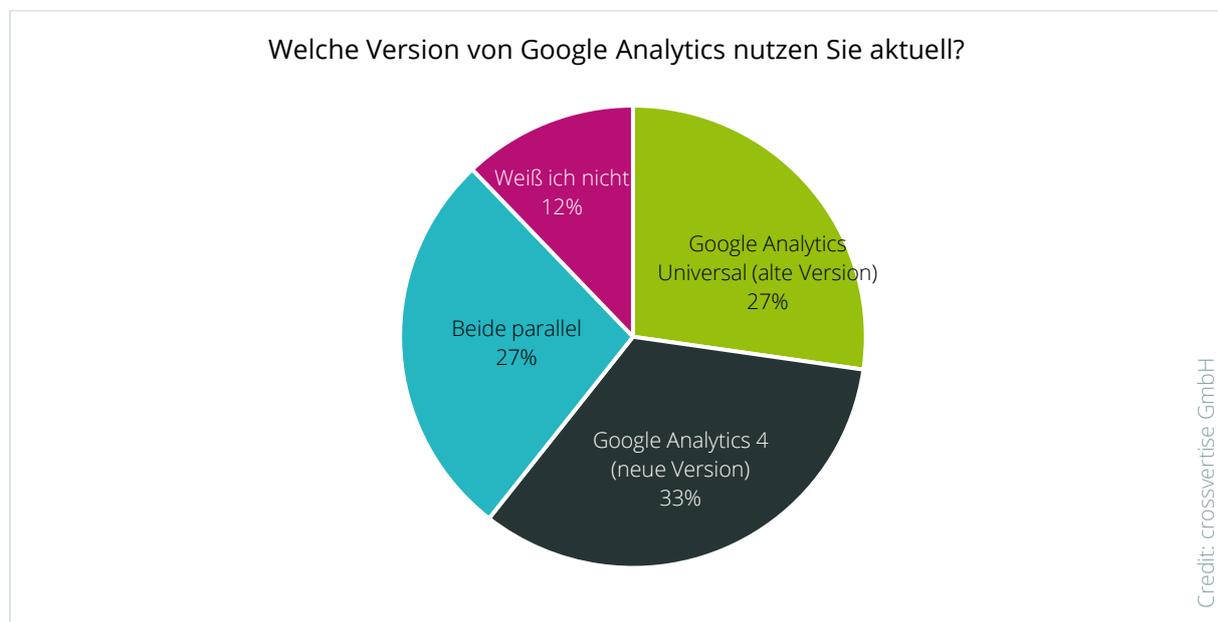
Mit 55 % gab mehr als die Hälfte der KMUs an, seit mehr als fünf Jahren mit dem Tool zu arbeiten, weitere 18 % immerhin mehr als drei Jahre.

Das ist ein weiterer Beweis für die Expertise der befragten Unternehmen bezüglich Google Analytics und der erfolgten Umstellung auf die neue Version.

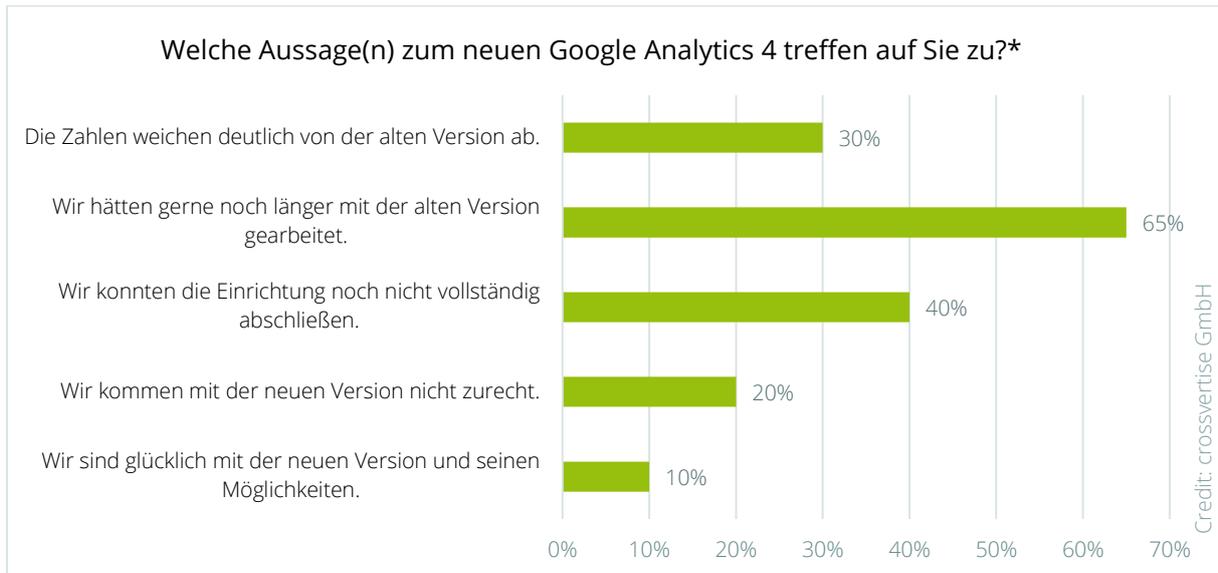


Zwei Drittel der KMUs haben die Umstellung vollzogen – und stehen nun vor Herausforderungen

Drei von fünf (61 %) Befragten haben inzwischen auf „Google Analytics 4“ umgestellt. Je länger die Nutzungsdauer von „Google Universal Analytics“, desto größer ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Umstellung erfolgt ist. 60 % derer, die den Wechsel vollzogen haben, gaben an, die Vorgängerversion mehr als fünf Jahre eingesetzt zu haben.



Bei der Frage, wie zufrieden die Unternehmen mit dem eigenen Umstellungsprozess waren, ergibt sich ein sehr ambivalentes Meinungsbild. Zu 100 % zufrieden war nur jedes fünfte Unternehmen. Bei den übrigen ergab sich eine lineare Verteilung zwischen 30 % und 86 % Zufriedenheit, Mittelwert: 66 %. Dabei hat weder die Nutzungsdauer von Google Universal Analytics noch die Unternehmensgröße einen Einfluss.



*Mehrfachantworten möglich

Es verwundert indes nicht, dass 40 % der Wechsler außerdem angaben, dass die Einrichtung noch nicht komplett abgeschlossen ist – 20 % kommen mit der neuen Version nicht zurecht. Obwohl bereits jahrelanges Know-how in Sachen Google Analytics in den Unternehmen vorhanden ist, tun sich einige schwer mit der Umstellung. So überrascht es auch nicht, dass zwei Drittel der Unternehmen, die bereits gewechselt sind, gerne noch länger mit der alten Version gearbeitet hätten. Lediglich 10 % sind mit der neuen Version glücklich. **Die durchschnittliche Zufriedenheitsrate mit Google Analytics 4 liegt bei 46 %.** Es ist also noch Luft nach oben.