

Bernadette Hohns

GOOGLE DATA STUDIO FÜR EINSTEIGER – STEP BY STEP

Online-Marketing ist eine feine Sache. Man bekommt praktischerweise jede Menge Daten frei Haus geliefert, von den denen die Offline-Marketers nur träumen können bzw. für teures Geld „verumfragen“ müssen. Leider fallen die Daten in den verschiedensten Systemen an. Daher kann man sie nur einzeln ansehen – es soll ja sogar Onliner geben, die sich daraus wichtige Metriken auf Papier notieren oder in Excel umkopieren, um den Überblick zu behalten. Google hat mit dem kostenlosen Data Studio ein sehr gutes Werkzeug geschaffen, Daten aus den verschiedensten Quellen abzuholen, darzustellen, live zu filtern und zu sortieren und eben auch miteinander zu verknüpfen. Leider wirkt die Einstiegshürde wie so oft für viele zu hoch. Man öffnet das Data Studio, klickt ein wenig darin herum, bekommt Fehlermeldungen und verliert schnell die Lust. Falls Ihnen das schon mal so gegangen ist, sollten Sie unbedingt den Beitrag von Bernadette Hohns lesen und am besten gleich parallel am Rechner alles genau so ausprobieren. Sie werden am Beispiel der Integration der Google Search Console und Google Analytics sehen, dass das alles kein Hexenwerk ist. Und spätestens mit der mitgelieferten vorgefertigten Vorlage sollte jeder in der Lage sein, die ersten Schritte im Data Studio zu gehen.

Daten sind die Grundlage effektiven und effizienten Marketings. Sie können aufzeigen, welche Werbeausgaben am sinnvollsten, welche Kunden oder Zielgruppen am profitabelsten sind und vieles mehr. Ein Blick in den Zahlenschun gel lohnt sich also – stellt für viele aber eine Herausforderung dar, denn um das Beste aus den Zahlen herauszuholen, muss man verstehen, was sie bedeuten. Dabei muss man kein Analytics-Genie sein, um anschauliche Reportings zu erstellen. Es können wichtige Daten aus verschiedenen Quellen verständlich und interaktiv aufbereitet und einem größeren Nutzerkreis zur Verfügung gestellt werden. Dabei sind für den Betrachter keine Zugänge oder erweiterten Kenntnisse in den Ursprungstools erforderlich. Die Zeit unübersichtlicher Excel-Tabellen und umständlicher PowerPoint-Präsentationen ist vorbei. Das Tool der Wahl heißt Google Data Studio.

Google Data Studio ist ein Online-Tool zur visuellen Datenaufbereitung, ausgestattet mit einer riesigen Auswahl an Visualisierungsoptionen. So lassen sich die richtigen Daten sowohl

klar und deutlich als auch visuell ansprechend in einem übersichtlichen und interaktiven Dashboard darstellen.

Sie erhalten hier eine schrittweise Einführung in die Nutzung von Google Data Studio, sodass Sie ein Grundverständnis entwickeln und ein erstes eigenes Dashboard erstellen können.

Voraussetzungen:

Zur Erstellung eines eigenen Dashboards ist die Anmeldung mit einem Google-Konto erforderlich. Beim allerersten Öffnen fragt Google Data Studio Nutzungsbedingungen sowie Einstellungen wie Land und Sprache ab.

Startseite – Aufbau

Die Startseite auf datastudio.google.com zeigt alle erstellten Berichte sowie die verknüpften Datenquellen. Hier werden die Berichte verwaltet.

Von der Startseite aus kann ein bestehender Bericht aufgerufen, ein neuer leerer Bericht gestartet oder aber eine Vorlage kopiert werden.

DIE AUTORIN



Bernadette Hohns ist seit 15 Jahren leidenschaftliche Digital-Analystin. Ihr Steckenpferd ist Data Studio und das Erstellen kundenbezogener Dashboards.

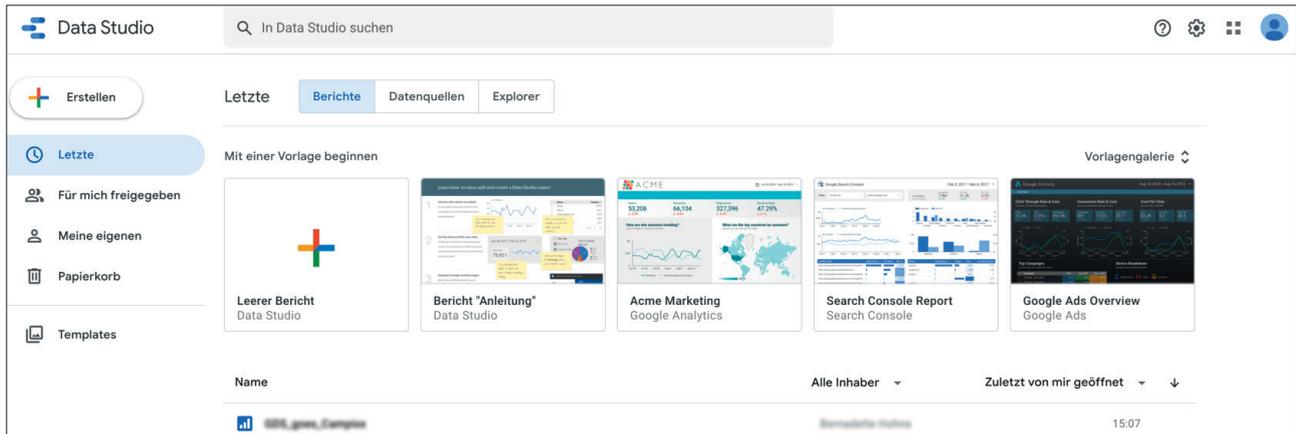


Abb.1: Startbildschirm Google Data Studio

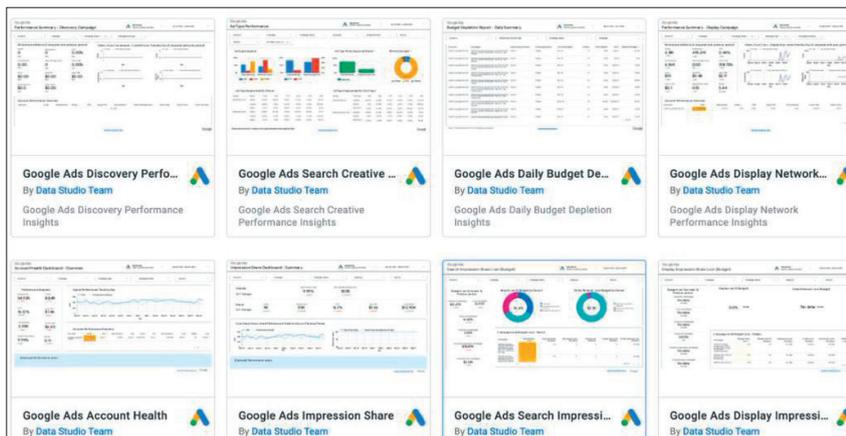


Abb.2: Vorlagengalerie Google Data Studio

INFO: DASHBOARD

Ein Dashboard zeigt eine übersichtliche Darstellung relevanter Unternehmenszahlen. Eine visuell gut aufbereitete Darstellung verdichteter KPI-Daten unterstützt die schnelle Erfassung durch den Daten-Empfänger. Interaktive Steuerelemente ermöglichen die Betrachtung bestimmter Teilmengen. Ein Dashboard verschafft so einen gezielten Überblick, sodass fundierte, zahlenbasierte unternehmerische Entscheidungen getroffen werden können.

Vorlagengalerie

In der Vorlagengalerie datastudio.google.com/gallery findet sich eine deutlich umfangreichere Vorlagensammlung.

Hier sind nicht nur nach Themen sortierte Vorlagen für Data-Studio-Reports, sondern auch weitere Visualisierungsvorlagen wie zum Beispiel ausgefallene Diagramme.

Diese Vorlagen (Templates) können kostenlos heruntergeladen und genutzt werden. Sie zeigen die Vielfalt der auswertbaren Daten und bieten eine gute Basis, um sich mit dem Tool vertraut zu machen. Doch stößt man hier schnell auf Grenzen und stellt fest, dass die Daten nicht so richtig auf die eigenen Bedürfnisse passen.

Für ein Dashboard, welches als wichtige Entscheidungsgrundlage für das eigene Business dienen soll, müssen individuellere Berichte in Bezug auf Inhalt, Umfang und Darstellungsweise her.

Die richtige Vorbereitung

Vor der eigentlichen Erstellung müssen die folgenden Anforderungen geklärt werden:

- » Welche Daten sind für den Empfänger relevant?
- » Welche Fragestellungen müssen beantwortet werden, um Entscheidungen treffen zu können? Häufig orientieren sich die Fragen an den zur Zielerreichung getroffenen Maßnahmen, sowohl im Kampagnenbereich als auch auf der Website.
- » Welches sind die dafür wichtigen Dimensionen und Messwerte?
- » Welche Datenquellen werden benötigt?

Tipp: Am Anfang reichen erst einmal die Standard-Datenquellen von Google. Der kostenpflichtige Einsatz von Connectoren zu anderen Marketing-Tools wie Facebook, Instagram oder Pinterest ist nicht unbedingt notwendig.

- » Welcher Auswertungszeitraum passt am besten?

Tipp: Eine gute Wahl ist oftmals der Zeitraum der letzten 28 Tage als Standard-Zeitraum, um jeweils den gleichen Wochentag miteinander vergleichen zu können, sowie ein weiterer Verlaufszeitraum von einem Jahr, um saisonale Schwankungen zu erkennen.

- » Wo wird das Dashboard angeschaut? Data-Studio-Dashboards sind nicht responsiv. Das Standard-Layout ist ein 4:3-Querformat, passend für eine Darstellung am Desktop. Für die Betrachtung auf Mobilgeräten ist die Wahl eines schmalen Layouts deutlich vorteilhafter.

Tipp: Wenn nur zwei Datenspalten angezeigt werden anstelle von drei oder sogar vier Spalten nebeneinander, können die Informationen visuell deutlich schneller erfasst werden.

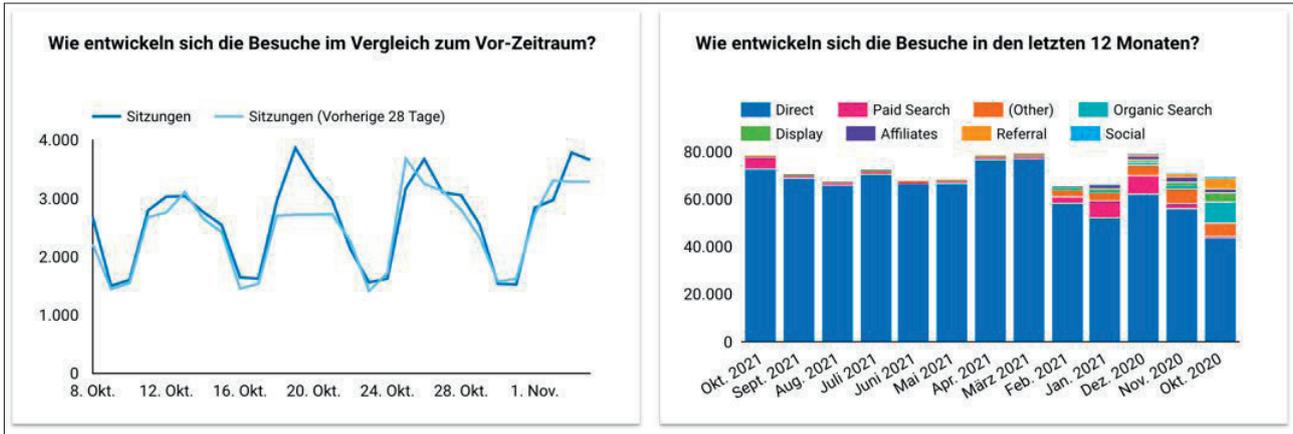


Abb. 3: Verschiedene Zeiträume vergleichen

Grundlagen visueller Datenanalyse beachten

Natürlich müssen neben den Inhalten auch einige wichtige Visualisierungsbasics beachtet werden.

Es sollen nur die zur Entscheidungsfindung relevanten Daten aufgelistet werden. Das Motto lautet: „So viel Daten wie nötig und so wenig wie möglich.“

Das Layout sollte strukturiert und übersichtlich dargestellt werden, sodass Zusammenhänge schnell erfasst werden.

Um Veränderungen besser erkennen und beurteilen zu können, sollten Vergleichs- oder Referenzwerte hinzugefügt werden. Optische Effekte sollten nur sparsam eingesetzt werden und nicht von den eigentlichen Informationen ablenken.

Quick-and-Dirty Start:

Nutzen Sie das bereitgestellte Template t1p.de/dashboard-vorlage, bei welchem bereits Strukturelemente sowie Filter und Beispiel-Diagramme angelegt sind. Dies ermöglicht Ihnen einen schnellen Einstieg.

Beim Öffnen des Links ist das Dashboard im „Ansichts-Modus“ verfügbar.

Zum Kopieren und Verbinden mit Ihren eigenen Google-Analytics-Daten sind folgende Schritte notwendig:

„Kopie erstellen“

„Neue Datenquellen erstellen“

Tipp: Wenn Sie noch kein Google-Search-Console-Konto haben, dann können Sie die Beispiel-Daten als Datenquelle behalten

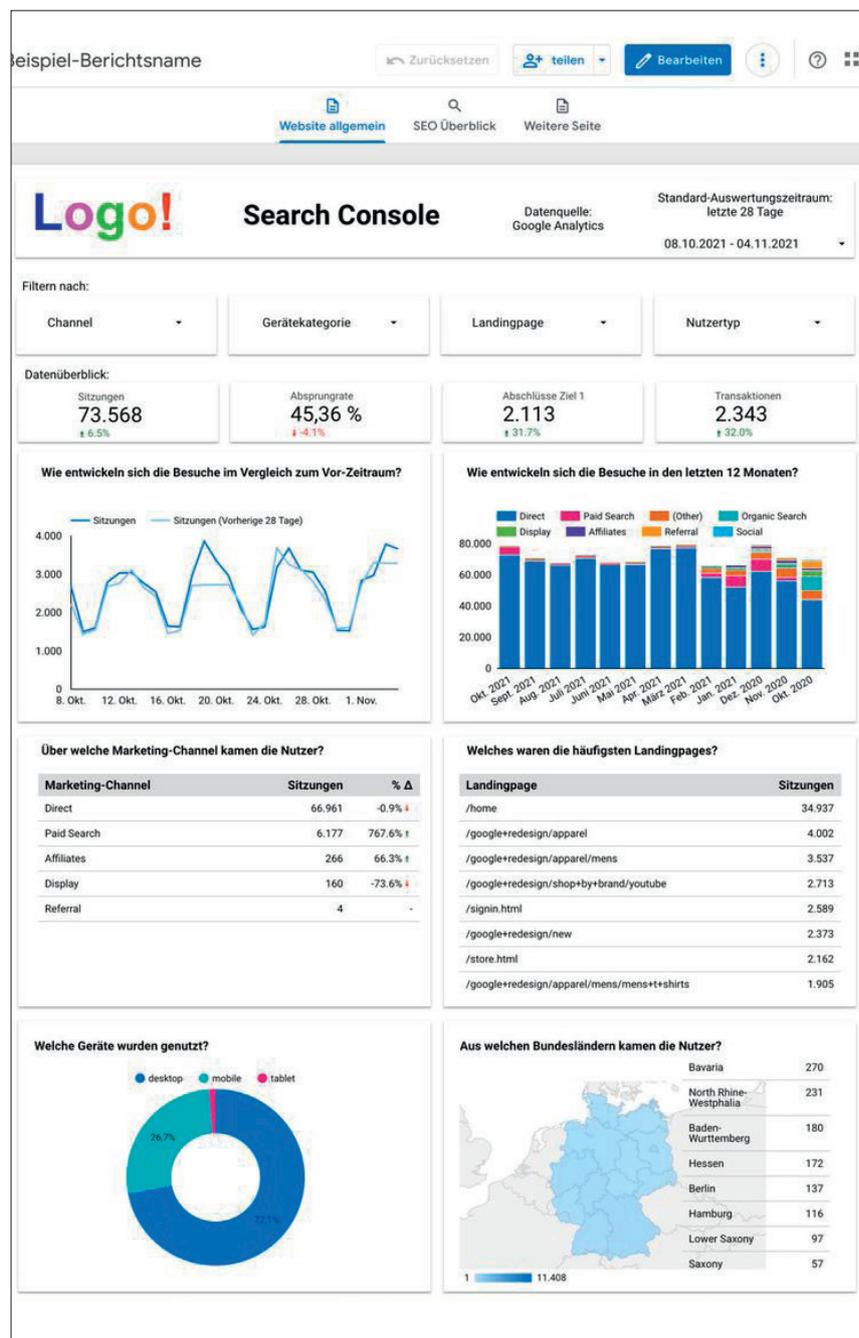


Abb. 4: Vorlage mit Strukturelementen, Filtern und Beispiel-Diagrammen

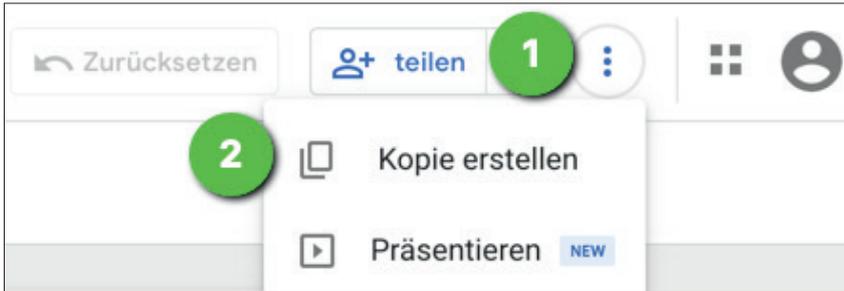


Abb. 5: Kopie erstellen



Abb. 6: Neue Datenquelle erstellen

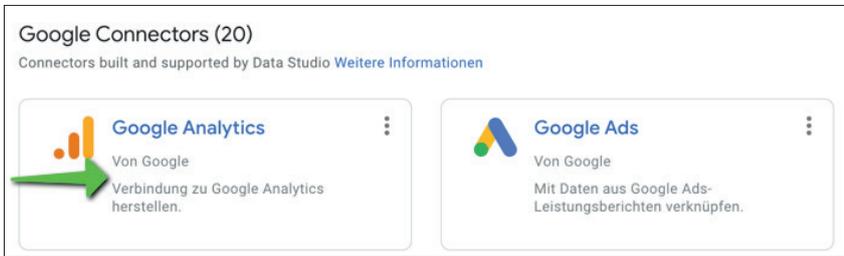


Abb. 7: Connector für eigene Datenquelle auswählen

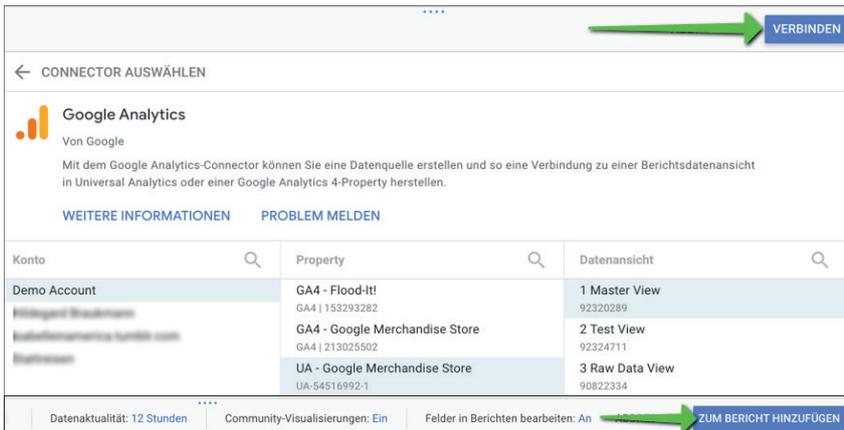


Abb. 8: Verbinden mit der eigenen Datenquelle und dann „zum Bericht hinzufügen“

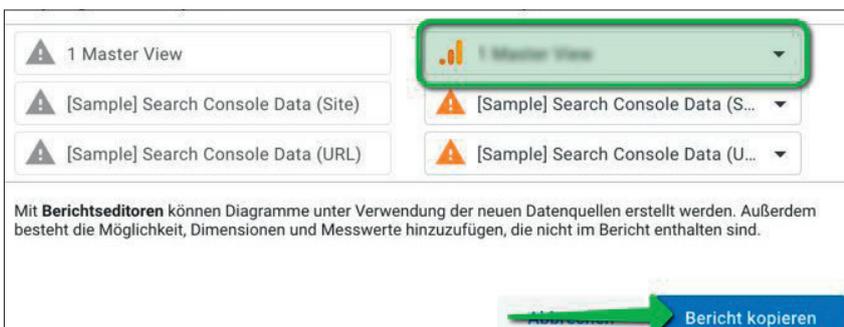


Abb. 9: Kopieren der Berichtsvorlage mit neuer Datenquelle

INFO: CONNECTOR

Mithilfe eines Connectors wird eine Verbindung zwischen der Datenquelle und Google Data Studio hergestellt. Die Connectoren zu den Google-eigenen Datenquellen werden von Google kostenlos zur Verfügung gestellt. Connectoren zu anderen Marketing-Tools, wie zum Beispiel Facebook, Pinterest oder LinkedIn, werden von Partnern gegen eine Nutzungsgebühr angeboten.

Connector „Google Analytics“ auswählen

Eigenes Konto, Property und Datenansicht auswählen

„Verbinden“

„Bericht kopieren“ (siehe Abb. 5 - 9)

Nun sind Sie Besitzer eines eigenen Dashboards, in welchem schon einige nützliche Features voreingestellt sind.

Das neue Dashboard wird automatisch im „Bearbeitungs-Modus“ geöffnet und kann ganz auf Ihre individuellen Bedürfnisse angepasst werden.

Unterschied Bearbeiten- und Ansichts-Modus

Tipp: Bei Klick auf den blauen Button „Datenansicht“ kann vom Bearbeiten- in den Ansichts-Modus gewechselt werden. Im Ansichts-Modus können die Filterungen genutzt werden, Änderungen und Anpassungen sind nicht möglich.

Aufbau Berichtsoberfläche

Im „Bearbeiten-Modus“ kann der Bericht bearbeitet werden.

Oben links ist der Dashboard-Name ersichtlich. Bei Doppelklick darauf kann der Name beliebig geändert werden.

Darunter verteilt sich das Menüband, in welchem alle Befehle auswählbar sind.

Unter dem Menüband befindet sich eine Symbolleiste für den Schnellzugriff.

Anpassungen am Template

Bei Klick auf „Design und Layout“ in der Schnellzugriffleiste können Design-Einstellungen auf Berichtsebene ange-

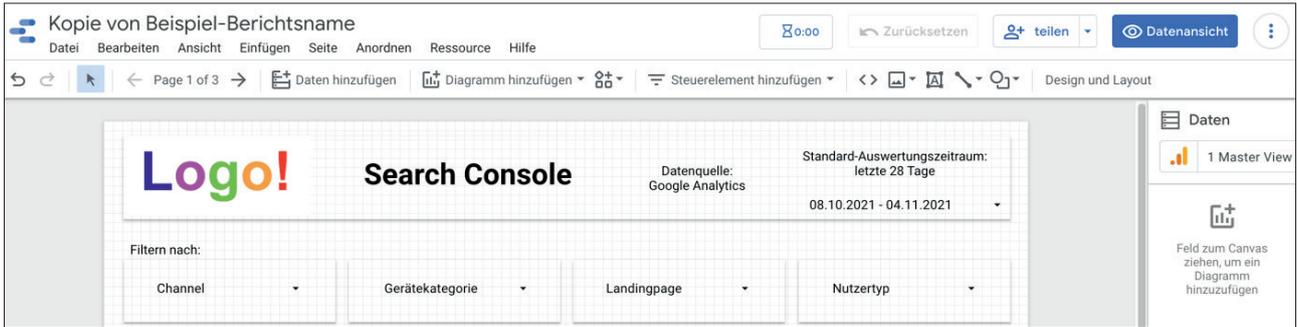


Abb. 10: Bearbeiten des eigenen Dashboards



Abb. 11: Aufbau der Berichtsoberfläche

INFO: DATENQUELLE

Google Data Studio speichert selbst keine Daten. Bei „live“ verknüpften Datenquellen wie Google Analytics werden die Daten dynamisch gezogen. Der Betrachter erhält somit immer einen Überblick über die aktuellen Daten. Dazu ist eine aktive Internetverbindung erforderlich.

Beispiele für Datenquellen sind: Google Analytics, Google Ads, Google Search Console.

passt werden, zum Beispiel Textstil und Textfarbe oder auch Hintergrundfarbe für den Bericht. Eigene Farben können hinzugefügt werden.

In den Layout-Einstellungen kann die Darstellung des Inhaltsverzeichnisses oder auch die generelle Canvasgröße angepasst werden.

Tipp: im Layout den Navigationstyp „Tab“ einstellen. Dadurch wird im Ansichts-Modus das Inhaltsverzeichnis in Tab-Form über dem Dashboard angezeigt. Dies ist im Vorlagen-Dashboard bereits eingestellt.

Bei Klick auf die einzelnen Objekte können diese einfach geändert werden. Beispielsweise kann ein neues Logo-Bild hochgeladen oder auch ein anderer Standard-Auswertungszeitraum angelegt werden.

Mithilfe der Schnellzugriff-Leiste können ganz einfach weitere Diagramme oder Filterelemente hinzugefügt werden.

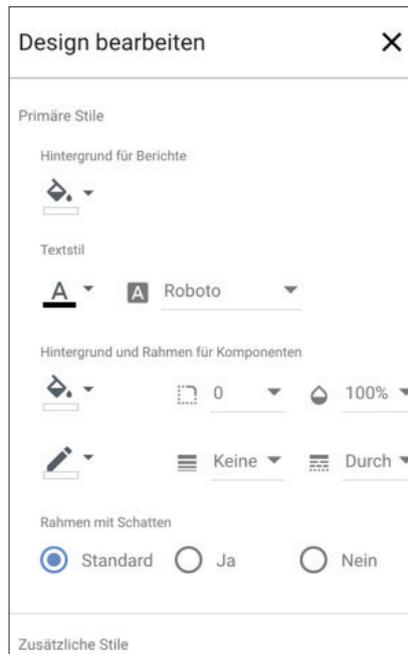


Abb. 12: Design-Einstellungen bearbeiten

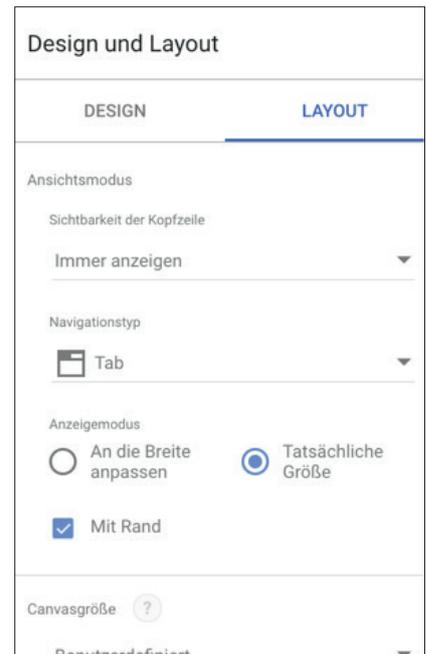


Abb. 13: Layout-Einstellungen bearbeiten



Abb. 14: Diagramme oder Filterelemente hinzufügen

Bei Klick auf ein Diagramm öffnet sich auf der rechten Seite ein Bearbeitungsbereich mit zwei Registerkarten. Je nach Diagrammtyp und -inhalt sind diese etwas unterschiedlich.

Die Registerkarte „Daten“ beinhaltet die Steuerung zum Ändern von Datenquellen, Dimensionen oder Messwerten. Hier kann für das einzelne Diagramm vom Standard-Zeitraum auf einen benutzerdefinierten Zeitraum umgestellt werden. Auch lässt sich der Vergleich mit

einem vorherigen Zeitraum auswählen. Ebenfalls können Tabellen-Filter hinzugefügt werden, sodass beispielsweise bei einer Seitenauswertung nur Blogseiten herangezogen werden.

Auf der Registerkarte „Stil“ lassen sich verschiedene Schriftarten, Farbschemata und Anzeigeeoptionen einstellen.

Durch An- und Wegklicken können problemlos verschiedene Optionen ausprobiert und getestet werden.

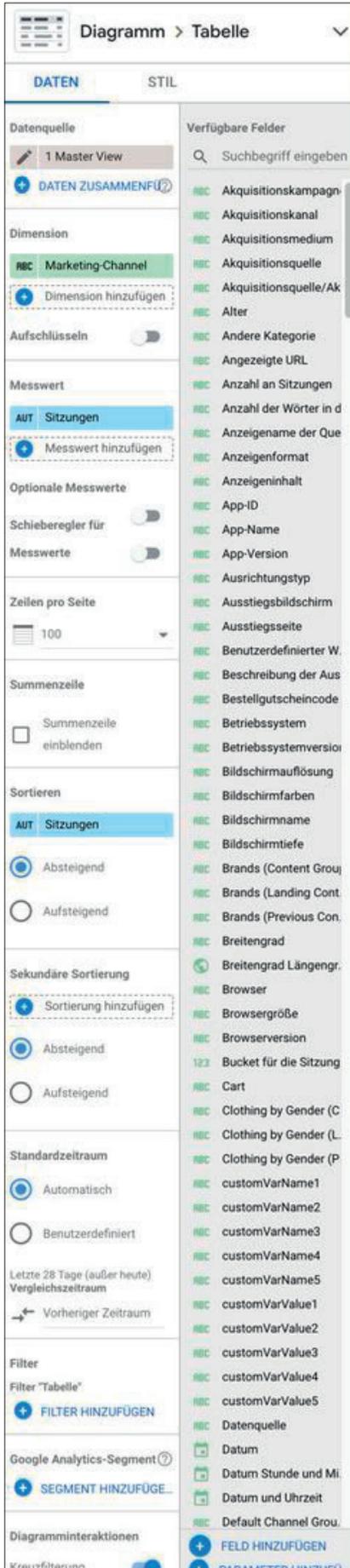


Abb. 15: Registerkarte Daten

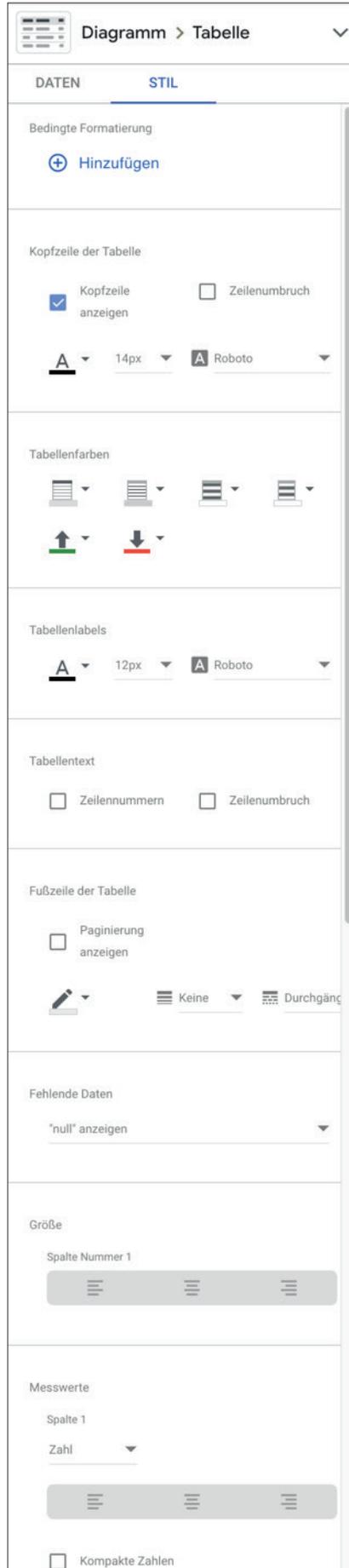


Abb. 16: Registerkarte Stil

INFO: DIMENSION

Mit Dimensionen werden Daten gruppiert. Es stehen immer die Dimensionen der Ursprungs-Datenquelle zur Verfügung. Beispiele für Dimensionen sind geografische Eigenschaften, Marketing-Quellen, inhaltliche Kategorien wie Seiten oder Landingpages. Sowohl in Google Data Studio als auch in Google Analytics werden Dimensionen immer grün hinterlegt.

Durch die Filtersteuerung wird eine Interaktion mit den Daten ermöglicht. Als Steuerfeld sind alle Dimensionen der Ursprungsquelle nutzbar. Standardmäßig wirkt sich die Nutzung der Filtersteuerung auf alle Diagramme einer Seite mit derselben Datenquelle aus.

Tip: Um Filtersteuerungen effektiv einsetzen zu können, pro Dashboard-Seite möglichst nur eine Datenquelle nutzen.

Den fertigen Bericht teilen

Das Dashboard kann mit anderen Personen, welche über ein Google-Konto verfügen, geteilt werden.

Ebenfalls kann über diesen Button der Bericht heruntergeladen oder eine regelmäßige E-Mail-Zustellung eingerichtet werden.

Dem neuen Nutzer können unterschiedliche Rechte zugewiesen werden.

Tip: „Bearbeiten“-Rechte nur an einen kleinen Nutzerkreis mit tiefgehenden Kenntnissen vergeben.

Besonderheiten der Ursprungstools beachten

Zur Dashboard-Erstellung sind Kenntnisse in den Ursprungstools notwendig, um die Ermittlung falscher Daten zu vermeiden.



Abb. 17: Angelegte Filter



Abb. 18: Teilen oder E-Mail-Zustellung planen

INFO: METRIK (MESSWERT)

Metriken sind Zahlen-Messwerte, mit denen die Dimensionen gemessen werden. Beispiele für Metriken sind Nutzer, Sitzungen, Seitenaufrufe. Metriken sind immer blau hinterlegt.

Beispielsweise sind Kenntnisse der verschiedenen Umfangsebenen (Nutzer-, Sitzungs-, Hit-, Produkt-Ebene) für Dimensionen und Metriken in Google Analytics notwendig, um entscheiden zu können, ob bestimmte Filter oder Segmente eingesetzt werden sollen.

Die Google Search Console besteht aus zwei Tabellen: Site und URL Table.

In der Site Table werden Impressionen und Klicks für die Website als Ganzes ermittelt; hier wird auch die durchschnittliche Position der Suchanfragen dargestellt.

Die URL Table ist auf die einzelnen Landingpages ausgerichtet; hier wird keine Position ermittelt.

Tipp: Die Search-Console-Daten werden immer erst mit drei Tagen Verzögerung ausgegeben.

Fazit:

Marketingpläne sollten auf Daten und nicht auf Vermutungen beruhen. Ein gut eingerichtetes Data-Studio-Dashboard hilft, wichtige Zahlen aus verschiedenen Tools im Blick zu halten. Individuelle interaktive Dashboards ermöglichen es, Potenziale sowohl bei den Marketing-Kanälen als auch auf der Website zu identifizieren und Steuerungsmaßnahmen einzuleiten.

Ein universelles Dashboard, welches für alle passt, gibt es nicht. So unterschiedlich wie die einzelnen Unternehmen und ihre Websites sollten auch die Google-Data-Studio-Dashboards sein. Eine Vorlage kann also einen guten Einstieg und einen ersten Überblick bieten, ist jedoch nicht auf individuelle Bedürfnisse zugeschnitten.

Google Data Studio überzeugt durch eine intuitive Bedienung. Jedoch

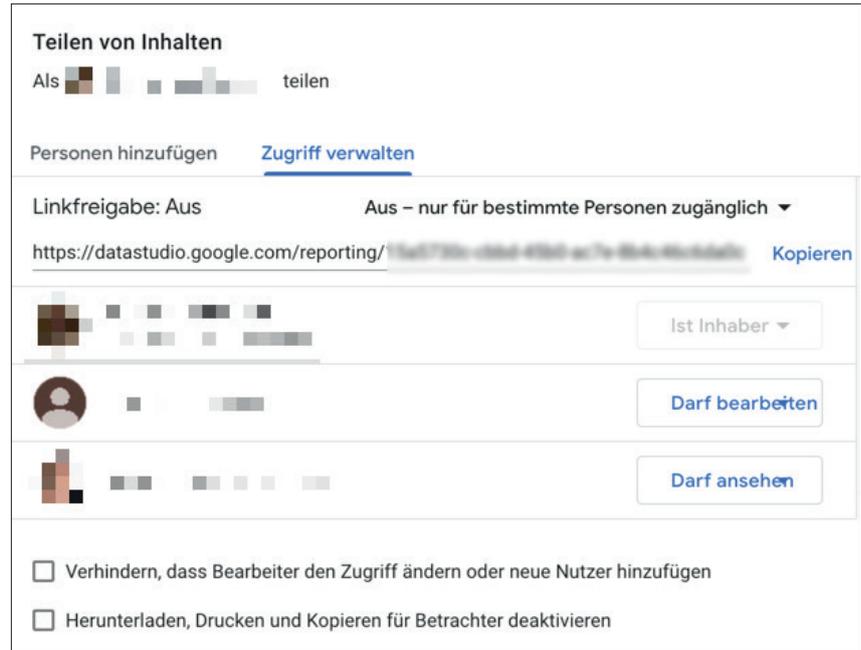


Abb. 19: Zugriffsverwaltung für Nutzer

[Sample] Search Console Data (Site)		
Feld ↓	Typ ↓	
DIMENSIONEN (5)		
Country	Land	
Date	Datum (JJJJMMTT)	
Device Category	RBC Text	
Google Property	RBC Text	
Query	RBC Text	
MESSWERTE (4)		
Average Position	123	Zahl
Clicks	123	Zahl
Impressions	123	Zahl
Site CTR	123	Prozent

Abb. 20: Dimensionen und Metriken der Search-Console-Site-Tabelle

[Sample] Search Console Data (URL)		
Feld ↓	Typ ↓	
DIMENSIONEN (6)		
Country	Land	
Date	Datum (JJJJMMTT)	
Device Category	RBC Text	
Google Property	RBC Text	
Landing Page	RBC Text	
Query	RBC Text	
MESSWERTE (3)		
Impressions	123	Zahl
Url Clicks	123	Zahl
URL CTR	123	Prozent

Abb. 21: Dimensionen und Metriken der Search-Console-URL-Tabelle

machen der große Funktionsumfang und die zahlreichen Einstellungsmöglichkeiten es gerade am Anfang nicht leicht, sich in Data Studio einzuarbeiten. Um sicherzustellen, dass wirklich die richtigen Daten dargestellt werden, sind Kenntnisse in den Ursprungstools erforderlich. Die Grundlagen der visuellen Datenanalyse sollten beachtet werden und die Anforderungen der Dashboard-Empfänger müssen vorab sehr genau abgeklärt werden. Die Tricks und Kniffe offenbaren sich häufig erst im Laufe der Zeit. Ganz wichtig sind dabei der

enge Kontakt zu den Stakeholdern und die Rückmeldung der Dashboard-Empfänger, um zu ermitteln, ob Daten und Visualisierung den Bedürfnissen entsprechen.

Die vorgestellte Vorlage sowie die gezeigten Schritte helfen Ihnen, im Handumdrehen professionelle Berichte zu erstellen, um datengestützte Entscheidungen treffen zu können.

Nun heißt es: Einfach machen! Anfangen und Erfahrungen sammeln. ¶