

How-to: Traffic aus der Google Bildersuche in Google Analytics analysieren

Inhalt:

- [1. Google Bildersuche als Suchmaschine hinzufügen](#)
- [2. Die Auswertung der Google Bildersuche in Google Analytics](#)
 - [2.1. Auswertung der historischen Daten vor Erstellung der Google Bildersuche als organische Quelle](#)

Immer wieder werden wir gefragt, wie man eigentlich den Traffic aus der Google Bildersuche in Google Analytics auswerten kann. Das ist zwar nicht schwierig – aber man muss wissen, wie es geht. Aus diesem Grund haben wir diese kleine Anleitung zusammengestellt.

1. Google Bildersuche als Suchmaschine hinzufügen

The screenshot shows the Google Analytics configuration page for 'Splendid Internet'. The left sidebar has 'Tracking-Informationen' and 'Quellen der organischen Suche' highlighted with red boxes. The main content area shows the configuration for adding a search engine. The 'Name der Suchmaschine' field contains 'Google Bildersuche' and is labeled 'aussagekräftiger Name'. The 'Domain-Name enthält' field contains 'google'. The 'Suchparameter' field contains 'imgurl'. The 'Pfad enthält' field contains 'imgres'. There are 'Erstellen' and 'Abbrechen' buttons at the bottom.

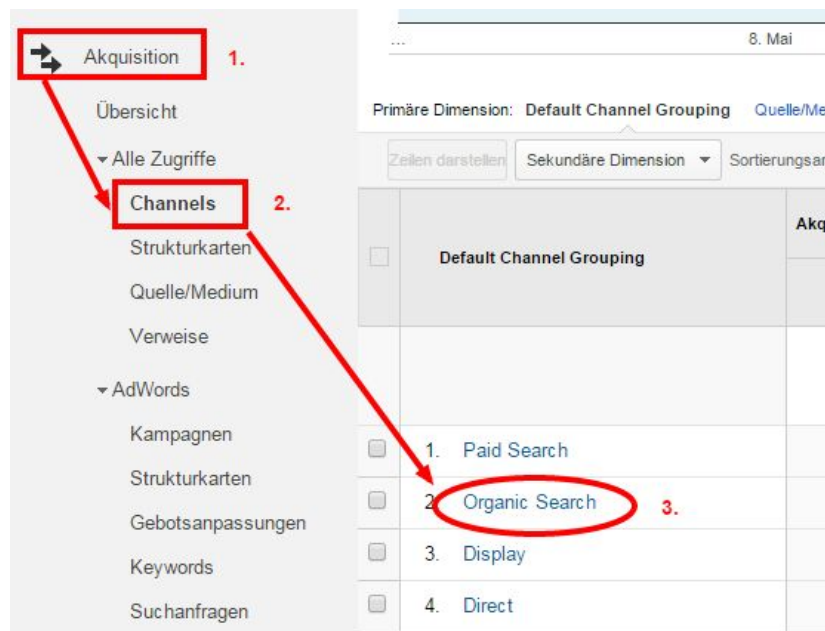
Im ersten Schritt muss man – so wenig logisch das auch klingen mag – die Google Bildersuche als Suchmaschine hinzufügen. Dazu unter *Tracking Informationen* > *Quellen der organischen Suche* mit *+ Suchmaschine hinzufügen* einen neuen Eintrag in der Liste der Suchmaschine erstellen und einen aussagekräftigen Namen wie zum Beispiel “Google Bildersuche” vergeben, der dann als Name der Quelle fungiert (Medium ist Organic Search). Der Eintrag im Feld *Domain-Name enthält* hängt davon ab, inwieweit und inwiefern man zwischen den unterschiedlichen Bildersuchen der einzelnen Google Domains (google.de, google.com, google.ch usw.) unterscheiden will. Das heißt, wer die Google Bildersuche domainübergreifend analysieren möchte, gibt hier nur “google” ein. Wer den Traffic von bestimmten Domains getrennt

analysieren möchte, gibt hier eine der Domains ein (z.B. "google.de") und passt oben den gewählten Namen so an, dass die Quellen in der Analyse auseinandergehalten werden können (z.B. "Google Bildersuche DE". Wer mehrere Bildersuchen parallel analysieren will, muss dazu jede Quelle einzeln als neue Suchmaschine anlegen und jeweils den Namen und die Domain entsprechend anpassen. Die beiden verbliebenen Felder werden so ausgefüllt, dass als *Suchparameter* "imgurl" und als *Pfad* "/imgres" eingetragen ist.

Wichtiger Hinweis: Das Anlegen einer neuen Suchmaschine funktioniert nur für Websites, auf denen der *analytics.js* Google Analytics Tracking Code verwendet wird. Im letzten Kapitel beschreiben wir, wie man den Traffic in den Berichten trotzdem auswerten kann, wenn noch der alte *ga.js* Tracking Code verwendet wird (siehe Kapitel 2.1.: [Auswertung der historischen Daten vor Erstellung der Google Bildersuche als organische Quelle](#)).

2. Die Auswertung der Google Bildersuche in Google Analytics

Auswerten kann man den Traffic aus der Quelle Google Bildersuche dann unter *Channels* -> *Organic Search*:

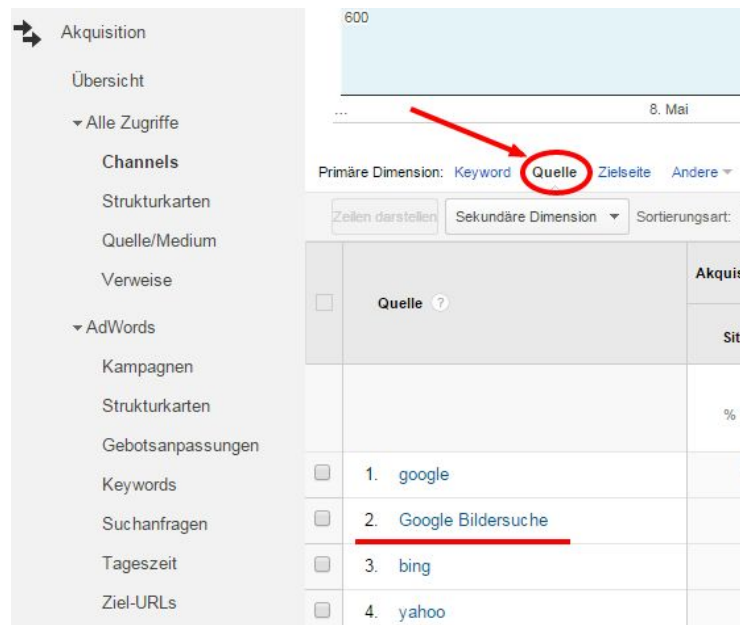


The screenshot shows the Google Analytics navigation menu on the left and a table of channel groupings on the right. Red boxes and arrows indicate the following steps:

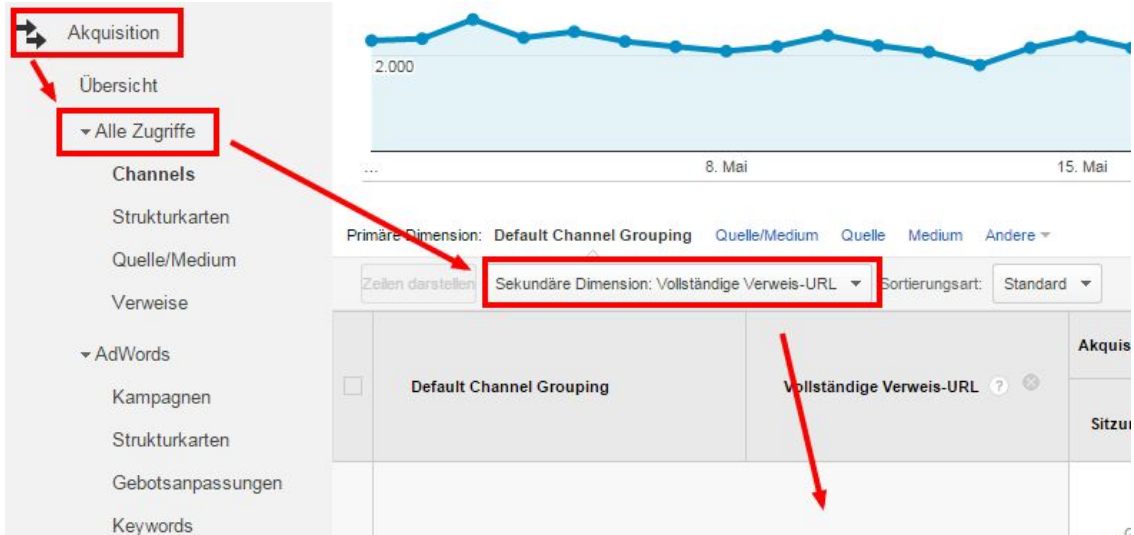
1. Click on "Akquisition" in the navigation menu.
2. Click on "Channels" in the navigation menu.
3. In the table, click on "Organic Search" (which is circled in red).

Primäre Dimension: Default Channel Grouping		Quelle/Me
Zeilen darstellen		Sekundäre Dimension
		Sortierungsar
<input type="checkbox"/>	Default Channel Grouping	Akq
<input type="checkbox"/>	1. Paid Search	
<input type="checkbox"/>	2. Organic Search	
<input type="checkbox"/>	3. Display	
<input type="checkbox"/>	4. Direct	

Dann wählt man als *primäre Dimension* die Option *Quelle* – und schon sieht man zum Medium *Organic Search* sämtliche Quellen, wobei in unserem Beispiel auch "Google Bildersuche" als Quelle auftaucht:



In der Analyse kann man unter *Sekundäre Dimension* noch *Keyword* auswählen, um zu analysieren, welche Bilder (Bild-Datei-Pfade) welchen Traffic bringen. Oder man stellt als *Sekundäre Dimension* die Option *Zielseite* ein, um die Landingpage-Performance über die Google Bildersuche zu untersuchen.

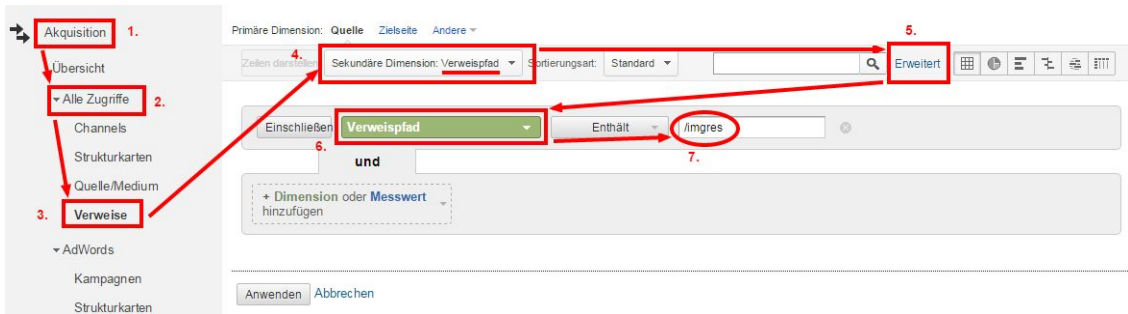


Zusammen mit der Google Search Console (ehemals Google Webmaster Tools) lassen sich hier interessante Einblicke und Optimierungspotenziale gewinnen.

Wichtig: Daten laufen in einer neu erstellten organischen Quelle erst auf, nachdem diese eingerichtet worden ist. Aber es gibt auch die folgende Möglichkeit, die zuvor gesammelten Daten auszuwerten.

2.1. Auswertung der historischen Daten vor Erstellung der Google Bildersuche als organische Quelle

Wer die historischen Daten vor dem Anlegen der Google Bildersuche als Suchmaschine analysieren möchte, kann das auf diese Weise tun:



Unter *Akquisition* > *Alle Zugriffe* > *Verweise* als *Sekundäre Dimension* die Option *Verweispfad* einstellen. Dann muss noch unter *Erweitert* (5.) ein Filter hinzugefügt werden, so dass nur Verweispfade angezeigt werden, die von URLs kamen die */imgres* enthielten und daher der Google Suche zugeordnet werden können. Im Ergebnis sieht das dann z.B. so aus:

	Quelle ?	Verweispfad ?	Akquisition		
			Sitzungen ?	Neue Sitzungen in % ?	Neue Nutzer ?
			3.765 % des Gesamtwerts: 0,58 % (653.566)	88,71 % Durchn. für Datenansicht: 62,81 % (41,24 %)	3.340 % des Gesamtwerts: 0,81 % (410.498)
<input type="checkbox"/>	1. google.de	/imgres	3.297 (87,57 %)	89,08 %	2.937 (87,93 %)
<input type="checkbox"/>	2. google.ch	/imgres	130 (3,45 %)	73,85 %	96 (2,87 %)
<input type="checkbox"/>	3. google.fr	/imgres	130 (3,45 %)	94,62 %	123 (3,68 %)
<input type="checkbox"/>	4. google.com	/imgres	43 (1,14 %)	83,72 %	36 (1,08 %)
<input type="checkbox"/>	5. google.at	/imgres	21 (0,56 %)	95,24 %	20 (0,60 %)
<input type="checkbox"/>	6. google.pl	/imgres	13 (0,35 %)	100,00 %	13 (0,39 %)
<input type="checkbox"/>	7. google.com.tr	/imgres	10 (0,27 %)	70,00 %	7 (0,21 %)
<input type="checkbox"/>	8. google.ru	/imgres	10 (0,27 %)	90,00 %	9 (0,27 %)
<input type="checkbox"/>	9. google.co.th	/imgres	8 (0,21 %)	75,00 %	6 (0,18 %)
<input type="checkbox"/>	10. google.com.ua	/imgres	7 (0,19 %)	85,71 %	6 (0,18 %)

Viel Erfolg!