

Matomo Webanalyse-Bericht: Mai 2025

(Revidiert)

Dieser Bericht analysiert Ihre Matomo-Webanalyse-Daten für Mai 2025, identifiziert Trends, Auffälligkeiten und vergleicht die Leistung mit April 2025. Basierend auf diesen Erkenntnissen werden Handlungsempfehlungen ausgesprochen.

1. Zusammenfassung der wichtigsten Ergebnisse

Monatlicher Vergleich (Mai 2025 vs. April 2025)

Die Analyse der monatlichen Daten zeigt folgende Veränderungen:

- **Eindeutige Besucher (nb_uniq_visitors):** Anstieg um 2.50% (+7594 Besucher).
- **Aktionen der Besucher (nb_actions):** Anstieg um 2.68% (+24802 Aktionen).
- **Absprungrate (bounce_count):** Anstieg um 2.58% (+4492 Absprünge).
- **Besucher von Suchmaschinen (Referrers_visitorsFromSearchEngines):** Anstieg um 2.22% (+4835 Besucher).
- **Besucher aus Sozialen Netzwerken (Referrers_visitorsFromSocialNetworks):** Anstieg um 3.60% (+1277 Besucher).
- **Unbekannte Herkunft (Referrers_visitorsFromDirectEntry):** Anstieg um 1.78% (+414 Besucher).
- **Besucher von sonstigen Webseiten (Referrers_visitorsFromWebsites):** Anstieg um 3.87% (+1067 Besucher).
- **Besucher über Kampagnen (Referrers_visitorsFromCampaigns):** Anstieg um 25.00% (+1 Kampagne).
- **Ziel 4 - "New Job Application" (goal_4_nb_conversions):** Anstieg um 0.20% (+1 Konversion).

Die korrigierte Analyse zeigt einen positiven Trend bei den Besucherzahlen und Aktionen im Mai 2025 im Vergleich zum April 2025. Auch die Konversionen für "New Job Application" sind leicht gestiegen.

Tägliche Trends im Mai 2025

Die täglichen Durchschnittswerte, Minima und Maxima für Mai 2025 sind wie folgt:

Metrik	Durchschnitt	Minimum	Maximum
Eindeutige Besucher	8572.0	8165.0	9237.0
Aktionen der Besucher	30263.33	29333.0	31489.0
Absprungrate	5431.0	5128.0	5978.0
Besucher von Suchmaschinen	6747.67	6337.0	7414.0
Besucher aus Sozialen Netzwerken	1197.33	1177.0	1223.0
Unbekannte Herkunft	705.0	677.0	749.0
Besucher von sonstigen Webseiten	949.67	916.0	1006.0
Besucher über Kampagnen	0.33	0.0	1.0
Ziel 4 - "New Job Application"	14.67	14.0	15.0

Die täglichen Zahlen zeigen eine gewisse Schwankung, aber keine extremen Ausreißer, die auf technische Probleme hindeuten würden. Der Anstieg der monatlichen Zahlen deutet darauf hin, dass die täglichen Schwankungen im Rahmen normaler Betriebsschwankungen liegen und der Trend insgesamt positiv ist.

2. Trendanalyse und Auffälligkeiten (Revidiert)

Die korrigierte Analyse zeigt einen positiven Trend bei den Besucherzahlen und Aktionen im Mai 2025 im Vergleich zum April 2025. Dies ist eine erfreuliche Entwicklung und deutet auf eine gute Performance Ihrer Website hin.

- **Besucher- und Aktionszunahme:** Der Anstieg der eindeutigen Besucher und Aktionen, insbesondere aus Suchmaschinen, ist ein starkes Zeichen für eine verbesserte Sichtbarkeit und Attraktivität Ihrer Website. Dies könnte auf erfolgreiche SEO-Maßnahmen, qualitativ hochwertige Inhalte oder eine erhöhte Markenbekanntheit zurückzuführen sein.
- **Absprungrate:** Der leichte Anstieg der Absprungrate (+2.58%) bei gleichzeitigem Anstieg der Besucherzahlen ist nicht unbedingt negativ zu bewerten. Es könnte darauf hindeuten, dass mehr neue Besucher auf die Website kommen, die möglicherweise noch nicht so stark an den Inhalten interessiert sind oder schnell finden, wonach sie suchen. Eine detailliertere Analyse der Absprungrate nach Traffic-Quelle oder Landing Page könnte hier weitere Erkenntnisse liefern.

- **Herkunftskanäle:** Die Zunahme der Besucher aus allen Kanälen (Suchmaschinen, soziale Netzwerke, direkte Zugriffe, andere Websites) ist ein positives Zeichen für eine diversifizierte Traffic-Strategie. Besonders erfreulich ist der Anstieg der Besucher von Suchmaschinen, da dies oft auf organischen und nachhaltigen Traffic hindeutet.
- **Ziel 4 - "New Job Application":** Der leichte Anstieg der Konversionen für "New Job Application" (+0.20%) ist ebenfalls positiv. Dies zeigt, dass die Website nicht nur mehr Besucher anzieht, sondern diese auch erfolgreich in Bewerber umwandelt. Es ist wichtig, diesen Trend beizubehalten und weiter zu optimieren.

Insgesamt ist die Situation im Mai 2025 im Vergleich zum April 2025 sehr positiv. Es gibt keine offensichtlichen Auffälligkeiten, die auf Probleme hindeuten würden. Vielmehr deuten die Zahlen auf eine gesunde und wachsende Online-Präsenz hin.

3. Handlungsempfehlungen (Revidiert)

Basierend auf den korrigierten und positiven Erkenntnissen schlage ich folgende Handlungsempfehlungen vor:

Kurzfristige Maßnahmen (sofort umsetzbar):

1. Erfolgreiche Strategien identifizieren und verstärken:

- **Traffic-Quellen:** Analysieren Sie detailliert, welche spezifischen Inhalte, Keywords oder Kampagnen in den letzten Monaten besonders gut funktioniert haben, um den Anstieg der Besucherzahlen zu erklären. Versuchen Sie, diese Erfolgsfaktoren zu replizieren und zu skalieren.
- **Conversion-Pfade:** Untersuchen Sie die User Journeys, die zu den "New Job Application" Konversionen geführt haben. Gibt es Muster oder Seiten, die besonders effektiv sind? Optimieren Sie diese Pfade weiter.

2. Kontinuierliche Überwachung der Absprungrate:

- **Segmentierung:** Analysieren Sie die Absprungrate nach verschiedenen Segmenten (z.B. Traffic-Quelle, Gerät, Landing Page), um mögliche Problembereiche zu identifizieren, auch wenn der Gesamttrend positiv ist. Ein leichter Anstieg der Absprungrate kann bei starkem Besucherwachstum normal sein, sollte aber beobachtet werden.

Mittelfristige Maßnahmen (planbar):

1. SEO- und Content-Marketing-Exzellenz beibehalten:

- **Regelmäßige Keyword-Recherche:** Führen Sie weiterhin regelmäßige Keyword-Recherchen durch, um neue Chancen für organischen Traffic zu identifizieren und Ihre Inhalte entsprechend anzupassen.
- **Qualität vor Quantität:** Konzentrieren Sie sich weiterhin auf die Erstellung hochwertiger, relevanter und ansprechender Inhalte, die Ihre Zielgruppe ansprechen und zur Interaktion anregen.

2. Diversifizierung der Traffic-Quellen:

- **Ausbau von Social Media:** Da der Traffic aus sozialen Netzwerken gestiegen ist, prüfen Sie, ob es Möglichkeiten gibt, Ihre Präsenz auf relevanten Plattformen weiter auszubauen und gezielte Kampagnen zu starten.
- **Partnerschaften und Kooperationen:** Erwägen Sie Kooperationen mit anderen Websites oder Influencern, um den Referral-Traffic weiter zu steigern.

3. Conversion Rate Optimization (CRO) für "New Job Application":

- **Formularoptimierung:** Testen Sie verschiedene Versionen des Bewerbungsformulars (z.B. Anzahl der Felder, Layout, Call-to-Action), um die Konversionsrate weiter zu verbessern.
- **Personalisierung:** Überlegen Sie, wie Sie den Bewerbungsprozess personalisieren können, um die Relevanz für potenzielle Bewerber zu erhöhen.

Langfristige Maßnahmen (strategisch):

1. Aufbau einer starken Datenkultur:

- **Regelmäßige Berichterstattung:** Etablieren Sie einen festen Rhythmus für die Überprüfung und Analyse Ihrer Matomo-Daten, um fundierte Entscheidungen treffen zu können.
- **Integration mit anderen Datenquellen:** Wenn möglich, integrieren Sie Matomo-Daten mit anderen Datenquellen (z.B. CRM-Systeme, HR-Software), um ein umfassenderes Bild Ihrer Nutzer und deren Interaktionen zu erhalten.

2. Kontinuierliche Benutzerforschung:

- **User Feedback:** Sammeln Sie weiterhin aktiv Feedback von Ihren Nutzern, um deren Bedürfnisse und Herausforderungen zu verstehen und die Website kontinuierlich zu verbessern.
- **Usability-Tests:** Führen Sie regelmäßig Usability-Tests durch, um potenzielle Schwachstellen in der Benutzerführung zu identifizieren und zu beheben.