



## Virtual Roundtable Web Analytics - Wichtigste Intelligenz für Unternehmen der Zukunft!?



**Titel des Interviews:** Virtual Roundtable Web Analytics -  
Wichtigste Intelligenz für Unternehmen der Zukunft!?

**Name:** Dr. Carsten Bange

**Funktion/Bereich:** Geschäftsführer

**Organisation:** BARC GmbH – Business Application Research Center

### Liebe Leserinnen und liebe Leser,

Das Web und Web-Technologien werden für Unternehmer immer bedeutender, weil wesentliche Geschäftsprozesse sich ins Web verlagern oder auf Web-Technologien (im Intranet, Extranet) basieren. Dieser Wandel betrifft nicht nur Web-Unternehmen, sondern auch klassische Unternehmen. Nach dem E-Business-Hype der New Economy wird mit Web 2.0 und dem Enterprise 2.0 bereits die nächste Runde des Wandels eingeleitet.

Wenn aber das Web zu der Plattform schlechthin wird, ist auch die Business Intelligence über das Web überlebenswichtig. Wird Web Intelligence vielleicht sogar zur wichtigsten Intelligenz eines Unternehmens? Wie weit ist dieses Bewusstsein schon verbreitet? Was kann heute Web Analytics in diesem Zusammenhang leisten? Welche zukünftigen Entwicklungen zeichnen sich bereits ab?

Es freut uns, dass es uns gelungen ist, führende Experten im Bereich Web-Intelligenz für diesen Virtuellen Roundtable gewonnen zu haben, die diese und weitere spannende Fragestellungen beantworten!

Viel Spaß beim Lesen wünscht Ihnen

Ihr

NetSkill-Team



Sehr geehrter Herr Dr. Bange,

#### Frage 1: Einordnung Web Analytics / Begriffsverständnis

Im Web Analytics-Umfeld scheint noch babylonische Sprach-Verwirrung zu herrschen: Web Controlling, Web Intelligence, Web Analytics, Web Monitoring – verschiedene Labels für ein und dasselbe Thema oder doch verschiedene Teil-Aspekte eines großen Ganzen?

Welche Begriffe bevorzugen Sie? Wie definieren Sie Web Analytics bzw. die von Ihnen bevorzugten Begriffe? Welche Bandbreite gibt es im Bereich Web Analytics im Hinblick auf die erhobenen Daten?

#### Antwort:



Der Begriff „Web Analytics“ wird traditionell zur Beschreibung der Analyse der Log-Dateien von Webseiten genutzt. Anwenderverhalten auf Webseiten, Erfolg von Marketing- oder Vertriebsaktionen auf Webseiten etc. werden so ausgewertet. Letztlich geht es um die Erfassung des Erfolges der Web-Präsenz eines Unternehmens.

Allgemeine Business-Intelligence-Lösungen, die verschiedenste Unternehmensdaten berichten oder analysieren sind heute auch häufig Web-basiert. Sie nutzen nur noch den Browser als Softwareumgebung am Anwenderarbeitsplatz und immer mehr auch für die Administrationskomponenten. Trotzdem spricht man hier in der Regel nicht von Web Analytics.

#### Frage 2: Die Zeit ist reif! Web Analytics als Zukunftstrend!

Was sind Ihrer Meinung nach die wichtigsten Entwicklungen und Treiber, die Web Analytics heute schon wichtig erscheinen lassen und in Zukunft sogar diese Bedeutung noch steigern?

Welchen Herausforderungen sahen und sehen sich die Entwickler/Lösungs-Anbieter gegenüber und wie sieht der heutige Stand der Entwicklung und allgemein die Zukunfts-Perspektive für Web Analytics aus? Wie wirken sich Trends wie Web 2.0 und Web Monitoring auf diese Entwicklungen aus? Wie weit sollte Web Analytics über den eigenen Web-Auftritt hinaus gehen?

#### Antwort:



Web-Präsenzen sind heute häufig wesentliche Marketing- und Kommunikationskanäle, Informations- und Serviceplattformen und Vertriebskanäle. Die Bedeutung dieser Funktionen wächst für viele Unternehmen und damit auch die Steuerung dieser Aktivitäten. Web Analytics liefert die Datengrundlage und die Auswertungsmöglichkeiten, informierte Entscheidungen zu treffen und die Angebote zu optimieren. Besondere Herausforderungen ergeben sich in der Erfassung und Segmentierung/Klassifizierung von Anwendern unter Beachtung von Datenschutzvorschriften sowie der Personalisierung von Angeboten, Navigation etc.

**Frage 3: Anwendungen Web Analytics**

Für welche Unternehmen ist Web Analytics heute schon besonders wichtig? Welche Voraussetzungen müssen in Unternehmen erfüllt sein, um Web Analytics Tools anzuwenden?

Welches Tool passt zu welchem Unternehmen? Welche gravierenden Unterschiede bestehen zwischen Lösungen? Welche Metriken sind für welche Art von Website am relevantesten? Wie können die gewonnenen Erkenntnisse bezüglich Webzugriffen und Nutzerverhalten effektiv genutzt werden für die Media Optimierung bzw. was ist der ROI in Erkenntnis und Cash?

**Antwort**

Einfache Möglichkeiten der Auswertung von Besucherverhalten bieten heute die meisten Hosting-Provider oder Anbieter wie Google Analytics kostenlos. Der Mehrwert kommerzieller zusätzlich einzusetzender Lösungen muss in der Verknüpfung mit anderen Unternehmensdaten, der direkten Steuerung der Webseite z.B. für die Personalisierung oder der Verfügbarkeit fortgeschrittener Analysemöglichkeiten des Data Mining liegen.

**Frage 4: Markt und Positionierung**

Wie sehen Sie Ihre Rolle im aktuellen Web Analytics Markt? Wie grenzen Sie diese Rolle ab? Wer sind Ihre Kunden und wie identifizieren Sie diese? Wer sind Ihre wichtigsten Marktbegleiter und welche Netzwerke/Verbände sind für Ihre Branche wichtig?

**Antwort**

BARC unterstützt als neutraler Marktanalyst Unternehmen bei der Definition von Business-Intelligence-Strategien, die fachliche, technische und organisatorische Aspekte berücksichtigen. Web Analytics ist damit nur ein Teilbereich einer umfassenden strategischen Ausrichtung von Unternehmen auf die Nutzung von Information als wesentliche Quelle komparativer Wettbewerbsvorteile.



**Frage 5: Ausblick für Web Analytics**

Vorausblickend in die nächsten fünf Jahre: wo bewegt sich der Markt und wo bewegt sich die Technik hin? Werden sich die Herausforderungen und Ansprüche ändern? Wenn ja, wer wird Treiber dieser Änderungen sein und wo sehen Sie Ihr Unternehmen in der Zukunft?

**Antwort:**



Die Verfügbarkeit von kostenlosen oder Open-Source-Angeboten wird den Markt weiter treiben. Eine interessante Entwicklung ergibt sich im Bereich der Analyse unstrukturierter Daten (Text Mining), um beispielsweise die Meinung von Kunden auf Foren/Bewertungswebseiten automatisch auszuwerten. Dies ergänzt die statistisch erfassbare Information über Anwenderverhalten auf der Webseite auf eine interessante Weise.

**Vielen Dank für das Interview!**