

Reporting

So erstellst Du Tracking-Links mit UTM-Parametern für Google Analytics

Weißt du wie effektiv Deine Online-Marketing-Kampagnen sind?
Kannst Du die Frage beantworten, welcher Social-Media-Kanal bei Deiner letzten Promotion den meisten Traffic generiert hat?

Das Tracken Deiner Marketing-Erfolge ist ein essentieller Bestandteil des Online-Marketings. Jedes Social-Media-Netzwerk ist unterschiedlich und jede Community reagiert anders auf spezielle Inhalte oder Postformate. Um die Vorlieben Deiner Community am besten zu ermitteln und Deine Botschaften daran anzupassen, kann das Monitoren Deiner Beiträge hilfreich sein. Indem Du ermittelst, welche Beiträge aus welcher Quelle die meisten Klicks bekommen, kannst Du für jeden Marketing-Kanal die beste Art zu Kommunizieren identifizieren.
Hier kommen URL-Parameter ins Spiel.

Was sind URL-Parameter und wieso sollte ich sie nutzen?

URL-Parameter sind kurze Zeichenfolgen, die an das Ende der URL angehängt werden, um tracken zu können wie oft und von wem der Link geklickt wurde. Durch das Hinzufügen dieser Parameter kann Dein Tracking-Tool zum Beispiel

- die Performance Deiner verschiedenen Marketing Kampagnen und Promotions prüfen.
- identifizieren, welcher Social-Media-Kanal für bestimmte Marketingmaßnahmen am besten geeignet ist.
- die Effektivität Deiner Backlinks in Gastbeiträgen und Toplisten verfolgen.

Die am häufigsten genutzte Methode um Link-Performance mithilfe von URL-Parametern zu tracken sind Google Analytics' UTM-Parameter.
Weitere Möglichkeiten bieten zum Beispiel

- [Datenerfassungs-Abfrageparameter für Adobe Analytics](#)
- [individuelle URLs für IBM Cognos Analytics](#)

Wie nutze ich UTM-Parameters für Google Analytics?

UTM-Parameter (Urchin Tracking Module Parameter) sind URL-Parameter, die zu Links hinzugefügt werden um Marketingmaßnahmen im Detail zu tracken. Der Name stammt vom Webanalyse Programm Urchin, einem Vorgänger von Google Analytics, das 2005 von Google aufgekauft wurde.

Das Hinzufügen von UTM-Parametern zu URLs ermöglicht kampagnenspezifisches

Seite 1 / 10

(c) 2026 Blog2Social <kundenservice@blog2social.de> | 15:44 29.03.2026

URL: https://www.blog2social.com/de/faq/content/6/160/de/so-erstellst-du-tracking_links-mit-utm_parametern-fuer-google-analytics.html

Reporting

Tracking mit Google Analytics. Wenn ein Benutzer auf einen Link mit UTM-Parametern klickt, werden diese Parameter an Google Analytics gesendet und die zugehörigen Daten werden im Kampagnenreport aufgeführt.

Es gibt fünf verschiedene Arten von UTM-Parametern, die man zu Links hinzufügen kann. Drei davon sind für den Tracking-Prozess unerlässlich, während die verbleibenden Zwei zusätzliche, optionale Informationen vermitteln.

Hinter dem für die Erreichbarkeit der Seite wichtigen Teil des Links wird als erstes ein Fragezeichen hinter dem Schrägstrich hinzugefügt, um zu zeigen, dass hier die eigentliche URL aufhört und der Trackingcode beginnt:
www.beispiel.de/?

So könnte ein UTM-Parameter beispielsweise aussehen:
utm_source=pinterest

Die einzelnen UTM-Parameter starten immer mit den Buchstaben "utm" gefolgt von einem Unterstrich: **utm_**. Als nächstes folgt der generelle Name des Parameters, zum Beispiel: **source**. Hinter einem Gleichzeichen = wird dem generellen Namen ein Wort oder eine Zeichenfolge als individueller Name zugeordnet. Die einzelnen Parameter werden mit einem Und-Zeichen & voneinander getrennt.

So könnte ein komplettes Set von UTM-Parametern am Ende eines Links beispielsweise aussehen:
utm_source=pinterest&utm_medium=blog&utm_campaign=february2020

Ein kompletter UTM-Tracking-Link könnte entsprechend so aussehen:
https://www.beispiel.de/?utm_source=pinterest&utm_medium=blog&utm_campaign=february2020

Dies sind die drei UTM-Parameter, die immer für den Tracking-Prozess benötigt werden. Die Parameter können in beliebiger Reihenfolge an die URL angehängt werden.

- **utm_source**: Die Marketingquelle (Werbung, Webseite, Veröffentlichung etc.) von der der Traffic kommt, zum Beispiel: Twitter, t3n, Google.
- **utm_medium**: Das Werbe- oder Marketingmedium, zum Beispiel: Tweet, Banner, Email, Blog.
- **utm_campaign**: Der Name Deiner Kampagne, zum Beispiel: blackweek2020, promo123, february2020.

Wenn du weitere Informationen aufzeichnen möchtest, kannst du diese zwei optionalen Parameter ebenfalls hinzufügen:

- **utm_term**: Das Keyword bezahlter Keyword-Kampagnen bei Google Ads.
- **utm_content**: Wird genutzt, um ähnliche Inhalte oder Links mit der selben Werbung zu tracken und zu sehen, welche Version am effektivsten ist.

Weitere Informationen über diese Parameter findest Du hier:

Reporting

<https://support.google.com/analytics/answer/1033863?hl=de>

So rufst Du die Kampagnenberichte auf:

- [Melde Dich in Google Analytics an.](#)
- [Rufe die gewünschte Datenansicht auf.](#)
- Öffne den [Tab "Berichte"](#).
- Wähle **Akquisition > Kampagnen** aus.

So fügst Du Deinen Links URL-Parameter mit Blog2Social hinzu

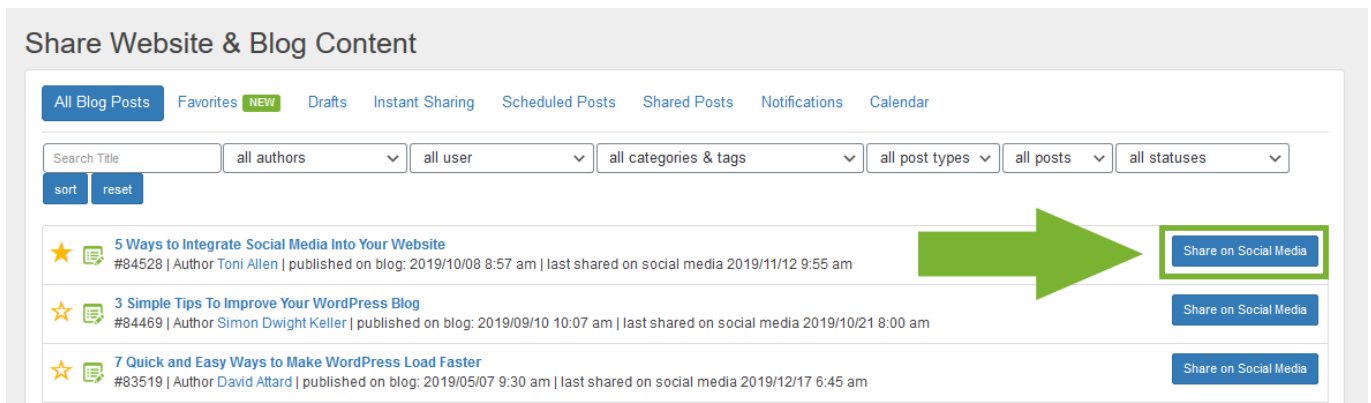
Es gibt zwei Möglichkeiten, URL-Parameter in Blog2Social zu Deinen Links hinzuzufügen:

1. Parameter individuell zu Links hinzufügen
2. Standard-Parameter für jeden Social Media Account oder alle Accounts festlegen

1. Parameter individuell zu Links hinzufügen

Klicke auf "**Social Media Posts**" im Blog2Social Menü, um die Beitragsübersicht zu öffnen.

Wähle den Blogbeitrag, den Du teilen möchtest aus, indem du auf "**auf Social Media teilen**" rechts neben dem Beitrag klickst.



The screenshot shows the 'Share Website & Blog Content' interface. At the top, there are navigation tabs: 'All Blog Posts', 'Favorites', 'Drafts', 'Instant Sharing', 'Scheduled Posts', 'Shared Posts', 'Notifications', and 'Calendar'. Below the tabs is a search bar and several filter dropdowns: 'Search Title', 'all authors', 'all user', 'all categories & tags', 'all post types', 'all posts', and 'all statuses'. There are 'sort' and 'reset' buttons. The main content area displays three blog posts, each with a star icon, a title, a post ID, author name, and publication date. To the right of each post is a 'Share on Social Media' button. A green arrow points to the 'Share on Social Media' button for the first post, which is also highlighted with a green box.

Wähle die Social-Media-Accounts aus, auf denen Du teilen möchtest. Jeder Social-Media-Account besitzt ein Linkfeld das zeigt, welcher Link dort geteilt wird.

Reporting

The image shows two social media sharing interfaces. The top one is for Facebook, with the post title "5 Ways to Integrate Social Media Into Your Website" and a link field containing "https://www.blog2social.com/en/blog/5-ways-to-integrate-social-media-into-your-website/". The bottom one is for Pinterest, with the same post title and a link field containing the same URL. A green arrow points from the Facebook link field down to the Pinterest link field, and another green arrow points from the Pinterest link field up to the Facebook link field.

Um Deine Links individuell mit UTM-Parametern anzupassen, kannst Du einfach den Parameter-String an den Link in der Box setzen. Zum Beispiel:
?utm_source=pinterest&utm_medium=blog&utm_campaign=february2020

Vergiss nicht das Fragezeichen am Anfang hinter dem Schrägstrich, um zu markieren wo Dein Link endet und die Parameter beginnen.

2. Standard-Parameter für jeden Social Media Account oder alle Accounts festlegen

Klicke auf "**Netzwerke**" im Blog2Social Menü, um die Übersicht Deiner verbundenen Netzwerke zu öffnen.

Klicke dann auf das kleine Options-Icon neben der Social-Media-Verbindung, für die du UTM-Parameter festlegen möchtest.










Reporting

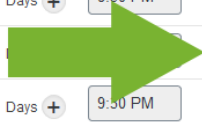
Networks

Show all [+ Create new network collection](#) [Load Best Times](#)

f Facebook (Best times: 01:00 pm-04:00 pm, 06:00 pm-10:00 pm) [+ Profile](#) [+ Page](#) [+ Group](#) [Edit Post Template](#)

Connections 3/15 [Best Time Manager Info](#)

Profile: Andreas Winkler (My profile)	- + 0 Days +	8:30 PM	  
Page: Blog2Social (My profile)	- + 2 Days +	9:30 PM	  
Group: Social Media Marketing Strategies (My profile)	- + 0 Days +	9:50 PM	  



Damit öffnest Du das Menü für die erweiterten Netzwerkeinstellungen.
Klicke auf “+ Parameter hinzufügen”, um eine neue Parameter-Box zu öffnen.

Reporting

Advanced Network Settings

URL Parameters

Define query parameters that will be added to link posts on this network

+ add Parameter

Take over for all Facebook connections
 Take over for all connections

save

Network collection

Move the connection to another network collection.

Grundseeding **move**

Team Management

Assign the connection to other blog users

⚠ You can only share the connection with blog users who use the same license as you.

Melanie Tamblé **assign**

Apply best time settings
 Apply post template settings

Du kannst bis zu 10 Parameter-Boxen hinzufügen.
Füge die Parameter hinzu, die Du nutzen möchtest. Für UTM-Tracking, füge
findestens die drei Parameter utm_source, utm_medium und utm_campaign in die
Boxen ein.

Achte darauf, dass du den generellen Namen des Parameters in die "Bezeichnung"
Box auf der linken Seite schreibst. Auf der rechten Seite, im Feld "Zugeordneter

Reporting

Wert", kannst du diesem Parameter dann einen individuellen selbst erdachten Namen zuordnen.

Advanced Network Settings [X]

URL Parameters

Define query parameters that will be added to link posts on this network

Name	Value	
utm_source	pinterest	X
utm_medium	blog	X
utm_campaign	february2020	X

+ add Parameter

Take over for all Facebook connections
 Take over for all connections

save

Network collection

Move the connection to another network collection.

Grundseeding [v] **move**

Team Management

Assign the connection to other blog users

⚠ You can only share the connection with blog users who use the same license as you.

Melanie Tamblé [v] **assign**

Apply best time settings
 Apply post template settings

Reporting

Wenn du zufrieden mit Deinen Parametern bist, klicke auf den “speichern“-Button.

Auf diese Weise kannst du jeder Social-Media-Verbindung individuelle Parameter zuordnen. Deine Parameter werden automatisch zu allen Links, die du auf diesen Social-Media-Accounts teilst, hinzugefügt.

Tipp:

Wenn Du dieselben Parameter für ein gesamtes Social-Media-Netzwerk (zum Beispiel für alle Facebook-Verbindungen) oder insgesamt alle Verbindungen nutzen möchtest, hake die kleinen Boxen unter dem “+ Parameter hinzufügen“-Button an, bevor du speicherst.

Reporting

Advanced Network Settings

URL Parameters

Define query parameters that will be added to link posts on this network

Name	Value	
<input type="text" value="utm_source"/>	<input type="text" value="pinterest"/>	×
<input type="text" value="utm_medium"/>	<input type="text" value="blog"/>	×
<input type="text" value="utm_campaign"/>	<input type="text" value="february2020"/>	×


Take over for all Facebook connections
 Take over for all connections

Network collection

Move the connection to another network collection.

Team Management

Assign the connection to other blog users

 You can only share the connection with blog users who use the same license as you.

Apply best time settings
 Apply post template settings

Reporting

Du hast Fragen zu den erweiterten Einstellungen?

- [Weitere Informationen zu Netzwerk-Gruppierungen.](#)
- [Weitere Informationen zu Team-Optionen.](#)

Weitere Trackingmöglichkeiten

- [Überprüfe die Performance Deiner Blogbeiträge auf Social Media mit Bitly](#)
- [So benutzt Du den URL Shortener Rebrandly und Blog2Social für Dein Social Media Management](#)

Eindeutige ID: #1160

Verfasser: Blog2Social

Letzte Änderung: 2020-01-27 00:00