Kampagnen-Parameter: *Spickzettel*

MTM und UTM in Matomo auf einen Blick: Zuordnung, Pflichtfelder, Namensregeln und die häufigsten Fehler.

01 Zwei Stile, ein Ziel

- **MTM** (`mtm_source`, `mtm_medium` und weitere) ist Matomos eigener Stil, mit Zusatzfeldern für Gruppe und Platzierung. Empfohlen für neue Kampagnen.
- **UTM** (`utm_source`, `utm_medium` und weitere) ist der von Google etablierte Standard, den fast jedes Werkzeug versteht. Beibehalten, wo er schon im Einsatz ist, etwa wenn ein Newsletter-Werkzeug UTM-Links automatisch erzeugt.

Plugin aktivieren. Matomo selbst speichert für eine Kampagne nur Name und Suchbegriff. Quelle, Medium, Inhalt, ID, Gruppe und Platzierung wertet erst das kostenlose Plugin **Marketing Campaigns Reporting** von Matomo aus; es bildet MTM und UTM auf dieselben Felder ab.

02 Zuordnung und Pflichtfelder

Feld in Matomo	MTM	UTM	Status	Beantwortet die Frage
Kampagnenname	`mtm_campaign`	`utm_campaign`	Pflicht	Welche Aktion?
Quelle	`mtm_source`	`utm_source`	Pflicht	Welche Plattform genau?
Medium	`mtm_medium`	`utm_medium`	Pflicht	Welcher Kanaltyp?
Inhalt, Variante	`mtm_content`	`utm_content`	optional	Welche Variante oder Position?
Suchbegriff	`mtm_kwd`	`utm_term`	optional	Welcher Suchbegriff (Suchanzeigen)?
Kampagnen-ID	`mtm_cid`	`utm_id`	optional	Welcher Schlüssel bleibt, wenn Namen sich ändern?
Gruppe	`mtm_group`	nicht vorhanden	optional	Welche Anzeigengruppe oder Zielgruppe?
Platzierung	`mtm_placement`	nicht vorhanden (über `utm_content`)	optional	Welcher Standort, welche Position?

Für den Suchbegriff nehmen Sie `mtm_kwd`: So schreibt ihn Matomos eigener URL-Erzeuger (`mtm_keyword` versteht das Plugin ebenfalls). Ohne `mtm_campaign` zählt Matomo einen Besuch mit `mtm_source` und `mtm_medium` nicht als Kampagne.

Pro Link nur ein Stil. Typischer Fall: Ein Newsletter-Werkzeug hängt an einen MTM-Link zusätzlich `utm_`-Parameter an. Matomo nimmt dann stillschweigend die `mtm_`-Werte, das Plugin füllt fehlende Felder aus den UTM-Werten auf, und andere Werkzeuge wie Google Analytics lesen nur die `utm_`-Werte. Am Ende zeigen zwei Werkzeuge verschiedene Kampagnen für denselben Klick. Wer von UTM auf MTM umstellt, stellt kampagnenweise um, nicht parallel.

03 Beispiel-URLs

MTM-Stil (empfohlen für neue Kampagnen)

```
https://www.beispiel.de/aktion?mtm_campaign=fruehjahrsaktion-
2026&mtm_source=linkedin&mtm_medium=social&mtm_content=post-1
```

UTM-Stil (gleiche Information)

```
https://www.beispiel.de/aktion?utm_campaign=fruehjahrsaktion-
2026&utm_source=linkedin&utm_medium=social&utm_content=post-1
```

Schon ein Fragezeichen? Enthält die Ziel-URL bereits ein `?` (etwa `?id=12`), kommen die Kampagnen-Parameter mit `&` dazu, nie mit einem zweiten `?`.

04 Namensregeln

1. **Immer Kleinschreibung.** Matomo schreibt Kampagnenname und Suchbegriff klein, Marketing Campaigns Reporting behält bei neuen Installationen die Großschreibung bei: `Newsletter` und `newsletter` werden zwei Zeilen.
2. **Bindestriche statt Leerzeichen.** Leerzeichen werden in URLs zu `%20`. Ob Bindestrich oder Unterstrich ist zweitrangig, solange alle dasselbe tun; wir empfehlen Bindestriche.
3. **Keine Sonderzeichen, keine Umlaute:** `uebersicht` statt `Übersicht`, `qa-session` statt `Q&A Session`.
4. **Kampagnenname mit Jahr, Quartal oder Ausgabe.** Tragen alle Newsletter denselben Namen, lassen sie sich später nicht vergleichen.
5. **Erlaubte Werte schriftlich festhalten** und Links aus einer Vorlage bauen, nicht aus dem Kopf.

Falsch	Richtig
`Facebook`, `FB`	`facebook`
`Fruehjahrs Aktion 2026`	`fruehjahrsaktion-2026`
`E-Mail`, `e_mail`	`email`
`newsletter` als Kampagne	`newsletter-2026-04`
`source=social`, `medium=facebook`	`source=facebook`, `medium=social`

> **Merksatz:** source ist immer spezifisch (welche Plattform?), medium immer eine Kategorie (welcher Kanaltyp?).

05 Bewährte Werte je Kanal

Kanal	source	medium	Hinweis
LinkedIn, organisch	`linkedin`	`social`	
LinkedIn, Anzeigen	`linkedin`	`cpc`	
Eigener Newsletter	`newsletter`	`email`	Kampagne mit Ausgabe: `newsletter-2026-04`
Partner-Newsletter	Name des Partners	`email`	
Google Ads	`google`	`cpc`	automatisches Tagging zusätzlich anlassen
Flyer mit QR-Code	`flyer`	`qr`	eigene Werte pro Variante oder Standort
Plakat	`plakat`	`qr` oder `print`	Standort über `mtm_placement`
Messe	Name der Messe	`event`	

Die Werte gelten in beiden Stilen, nur das Präfix (`mtm_` oder `utm_`) unterscheidet sich.

06 Vor dem Versand

- [ ] source, medium und campaign gesetzt
- [ ] Nur ein Stil pro Link (`mtm_` oder `utm_`)
- [ ] Alles klein, ohne Leerzeichen, Umlaute und Sonderzeichen
- [ ] Werte aus der Namenskonvention übernommen
- [ ] Im privaten Fenster aufgerufen und in Matomo unter Besucher › Besucher-Log geprüft
- [ ] In der Kampagnen-Dokumentation eingetragen

07 Erste Hilfe

Kampagne taucht nicht auf

Eigene IP-Adresse ausgeschlossen, Consent-Banner abgelehnt, Werbeblocker, Matomo fehlt auf der Zielseite, ein E-Mail-Programm schreibt Links um, oder `mtm_campaign` fehlt im Link.

Falsche Werte

Link-Kürzer oder Weiterleitung verliert Parameter, uneinheitliche Groß- und Kleinschreibung, typografische Anführungszeichen oder Leerzeichen in der URL.

Konversionen fehlen bei der Kampagne

Ziel fehlt oder ist falsch definiert; Cookies gelöscht, anderes Gerät oder keine Einwilligung in Cookies, sodass Matomo die frühere Kampagne nicht kennt.