QR-Codes mit *Kampagnen-Tracking*

Für Flyer, Plakate, Messen und alles Gedruckte: So machen Sie QR-Codes in Matomo messbar, bevor sie in Druck gehen.

> **Erst testen, dann drucken.** Ein gedruckter Code lässt sich nicht mehr korrigieren. Ein Fehler kann eine ganze Auflage kosten.

01 Parameter für Print

Für neue Print-Kampagnen empfiehlt sich der MTM-Stil: Mit `mtm_placement` unterscheiden Sie Standorte und Platzierungen.

Feld	MTM	UTM	Beispielwerte
Kampagne	`mtm_campaign`	`utm_campaign`	`fruehjahrsaktion-2026`
Quelle	`mtm_source`	`utm_source`	`flyer`, `plakat`, `broschuere`
Medium	`mtm_medium`	`utm_medium`	`qr`, `print`
Inhalt	`mtm_content`	`utm_content`	`flyer-a5-blau`
Platzierung	`mtm_placement`	über `utm_content`	`bahnhof-nord`, `messe-halle-3`

02 Ein Wert pro Standort

Hängen Plakate an fünf Orten mit demselben Code, sehen Sie nur eine Summe, und welcher Standort wirkt, bleibt offen. Geben Sie jedem Standort einen eigenen Code:

MTM mit Platzierung (ideal für mehrere Standorte)

```
https://www.beispiel.de/?mtm_campaign=fruehjahrsaktion-
2026&mtm_source=plakat&mtm_medium=qr&mtm_placement=bahnhof-nord
```

UTM (Standort im Feld Inhalt)

```
https://www.beispiel.de/?utm_campaign=fruehjahrsaktion-
2026&utm_source=plakat&utm_medium=qr&utm_content=bahnhof-nord
```

Dann je ein Code für `bahnhof-nord`, `innenstadt`, `messe-halle-3` und so weiter.

03 So entsteht der Code

1. **Kampagnen-URL bauen** mit dem URL-Erzeuger in Matomo (Akquisition › Kampagnen URL Erzeuger) oder unserer Excel-Vorlage, eine pro Standort und Variante.
2. **Optional eine Kurzadresse einrichten,** etwa `beispiel.de/fruehjahr`, die auf diese URL weiterleitet, und sie zum Abtippen neben den Code drucken.
3. **Code erzeugen** mit einem QR-Generator Ihrer Wahl, für den Druck möglichst als Vektorgrafik (etwa SVG oder EPS).
4. **Weiterleitungen prüfen:** Manche Generatoren leiten den Scan über eine eigene Kurzadresse. Prüfen Sie, ob die Kampagnen-Parameter am Ziel ankommen.

Beispiel: Dieser Code führt zu unserem Artikel „Kampagnentracking in Matomo“ und ist selbst getaggt, mit `mtm_source=pdf-handout` und `mtm_medium=qr`.

```
https://feinwerk.io/de/blog/matomo-kampagnen-tracking?mtm_campaign=kampagnen-handouts-
2026&mtm_source=pdf-handout&mtm_medium=qr&mtm_content=qr-codes
```

04 Größe

Als Faustregel die Mindest-Kantenlänge je Medium. Je größer der Leseabstand, desto größer der Code.

2 × 2 cm
auf Flyern

5 × 5 cm
auf Roll-ups

8 cm und mehr
auf Plakaten

05 Gestaltung

So ja	Besser nicht
Dunkler Code auf hellem Grund	Heller Code auf dunklem Grund
Hoher Kontrast, am besten Schwarz auf Weiß	Blasse oder bunte Codes
Ruhezone rundum, mindestens vier Module (die kleinen Quadrate des Codes) breit	Code bis an den Rand, Text oder Bild direkt daneben
Probedruck in Originalgröße auf dem echten Material scannen	Glänzende oder strukturierte Oberflächen ohne Test
Logo im Code nur mit höherer Fehlerkorrekturstufe (Q oder H) und nach Scan-Test: Es verdeckt Teile, die die Fehlerkorrektur ausgleichen muss	Logo mitten im Code, ungetestet
Kurzadresse zum Abtippen neben dem Code	Nur der Code, ohne Adresse und Handlungsaufforderung

06 Checkliste vor der Druckfreigabe

- [ ] Mit einem iPhone gescannt, die Seite lädt
- [ ] Mit einem Android-Gerät gescannt, die Seite lädt
- [ ] Probedruck in Originalgröße noch lesbar
- [ ] Kampagnen-Parameter in der Adresszeile sichtbar
- [ ] Nur ein Stil pro Link (`mtm_` oder `utm_`)
- [ ] Eigene Werte pro Standort oder Variante
- [ ] Besuch in Matomo unter Besucher › Besucher-Log angekommen, mit den richtigen Werten
- [ ] Kurzadresse leitet mit den Parametern weiter
- [ ] In der Kampagnen-Dokumentation erfasst

> **Zwei Personen, zwei Geräte.** Die Druckfreigabe erst erteilen, wenn zwei Personen den Code mit zwei verschiedenen Smartphones gescannt haben. Bei großen Auflagen einen Tag zwischen Scan-Test und Freigabe einplanen: Mit frischem Blick fallen Fehler eher auf.

07 Auswertung

Gescannte Codes erscheinen in Matomo wie jeder andere Kampagnenbesuch, unter Akquisition › Kampagnen, mit Marketing Campaigns Reporting auch nach Quelle, Medium und Platzierung. Matomo misst Besuche, nicht Scans: Wer scannt, die Seite aber nicht lädt oder das Tracking ablehnt, fehlt.