

Inhalt

Geleitwort	17
Vorwort	19

1

Google Analytics 4

21

1.1	Was macht ein Webanalyse-System?	22
1.1.1	Was ist Google Analytics 4?	22
1.1.2	Ereignisse stehen im Mittelpunkt	23
1.1.3	Wo sind meine alten Daten?	24
1.2	Die neue Welt der Messung	26
1.2.1	Bestandteile eines Martech-Setups	26
1.2.2	GA4 als zentrale Datenbasis im Onlinemarketing	27
1.2.3	Der Weg der Nutzer in der Customer Journey	28
1.2.4	Datenschutz und Cookies	30
1.2.5	Datenschutzanforderungen berücksichtigen	33
1.2.6	KI in der Webanalyse	40
1.3	Ein Trackingkonzept erstellen	44
1.3.1	Aktionspunkte festhalten	44
1.3.2	Conversions definieren	46
1.4	Dokumentation und Onlinehilfe	47
1.4.1	Offizielle Onlinedokumentation	47
1.4.2	Skillshop von Google	48

2

Google Analytics 4 einrichten

51

2.1	Konto, Property und Datenstream anlegen	51
2.1.1	Eine Property anlegen	54
2.1.2	Beispiel: Einen Datenstream für das Web anlegen	56
2.1.3	Analytics-Konten und GA4-Properties strukturieren	57
2.2	Tags einbinden auf Websites	60
2.2.1	Mit einem Website-Builder, CMS oder Shopsystem	62

- 2.2.2 Google-Tag direkt im Quelltext 63
 - 2.2.3 GA4 im Google Tag Manager 64
 - 2.2.4 Einwilligungsmodus für Nutzer-Consent 67
 - 2.2.5 Prüfen, ob Daten ankommen 68
- 2.3 Ereignisse in GA4 71**
 - 2.3.1 Aufbau und Anwendung von Ereignissen 72
 - 2.3.2 Automatisch erfasste Ereignisse 72
 - 2.3.3 Ereignisse für optimierte Analysen 73
 - 2.3.4 Empfohlene Ereignisse 77
 - 2.3.5 Benutzerdefinierte Ereignisse 78
 - 2.3.6 Ereignisse bearbeiten 81
 - 2.3.7 Ereignisse erstellen 84
- 2.4 Schlüsselereignisse definieren 85**
 - 2.4.1 Wofür Schlüsselereignisse in GA4? 85
 - 2.4.2 Schlüsselereignisse definieren 86
 - 2.4.3 Schlüsselereignisse planen 89
- 2.5 Benutzerdefinierte Definitionen verwenden 91**
 - 2.5.1 Parameter an GA4 senden 91
 - 2.5.2 Erstellen von eigenen benutzerdefinierten Definitionen 92
 - 2.5.3 Limits von Dimensionen und Messwerten 94
- 2.6 Details des Webdatenstroms 95**
 - 2.6.1 Datenstream: Measurement Protocol – API-Secrets 95
 - 2.6.2 Datenstream: Daten entfernen 96
- 2.7 Google-Tag-Einstellungen konfigurieren 97**
 - 2.7.1 Tag-Qualität 97
 - 2.7.2 Automatische Ereignisse verwalten 98
 - 2.7.3 Domains konfigurieren 98
 - 2.7.4 Nutzerdaten auslesen 100
 - 2.7.5 Universal-Ereignisse erfassen 101
 - 2.7.6 Internen Traffic markieren 101
 - 2.7.7 Unerwünschte Verweise ignorieren 104
 - 2.7.8 Dauer von Sitzungen definieren 105
 - 2.7.9 Lebensdauer von Analytics-Cookies 106
 - 2.7.10 Standard des Einwilligungsmodus ändern 107
 - 2.7.11 Automatische Einwilligung zur Datenerhebung 107
 - 2.7.12 Datennutzung für andere Google-Dienste festlegen 108

3 Websites auswerten 109

3.1 Die GA4-Startseite	109
3.1.1 Snapshots für die erste Übersicht	110
3.1.2 Die Historie Ihrer Aktivitäten in »Zuletzt aufgerufen«	112
3.1.3 Statistiken & Empfehlungen: auffällige Entwicklungen	112
3.1.4 Statistiken: Antworten zu häufig gestellten Fragen	113
3.1.5 Die Suche in GA4	114
3.2 Berichte: Nutzer analysieren	115
3.2.1 Wichtige Grundbegriffe	117
3.2.2 Allgemeine Nutzerdaten	118
3.2.3 Nutzeraktivitäten in Echtzeit verfolgen	121
3.2.4 Demografische Merkmale	124
3.2.5 Technische Daten einsehen	131
3.3 Inhalte: Ereignisse und Seiten	134
3.3.1 Die Engagement-Übersicht	134
3.3.2 Aktionen der Nutzer im Ereignisbericht	135
3.3.3 Genutzte Inhalte im Seitenbericht	140
3.3.4 Nutzeraktion mit Ereignissen auswerten	148
3.4 Suchen, Filtern und Vergleichen	159
3.4.1 Suchen innerhalb einer Datentabelle	159
3.4.2 Bericht mit Filtern nach Kriterien eingrenzen	160
3.4.3 Daten von Nutzergruppen mit Vergleichen gegenüberstellen	161

4 Kampagnen steuern 165

4.1 Wie kommen die Nutzer zur Website?	167
4.1.1 Kanäle erklären	167
4.1.2 Quelle und Medium	168
4.1.3 Nutzergewinnung und generierter Traffic	170
4.1.4 Kampagnen und UTM-Parameter	174
4.1.5 Beispiele für die Verwendung von UTM-Parametern	180
4.1.6 Unterschiede bei Klicks, Sitzungen und Nutzern	183
4.1.7 Channel bearbeiten	185
4.1.8 Bezahldienste als Quelle im Bericht	188

- 4.2 Zielgruppen anlegen** 189
 - 4.2.1 Eine neue Zielgruppe erstellen 191
 - 4.2.2 Bedingungsumfang verstehen 194
 - 4.2.3 Abfolge von Bedingungen als Sequenz 194
 - 4.2.4 Zeitliche Zugehörigkeit zur Zielgruppe 195
 - 4.2.5 Vorgeschlagene Zielgruppen 196
 - 4.2.6 Ansicht und Verwendung von Zielgruppen 198
- 4.3 Attribution verstehen im Menü »Werbung«** 199
 - 4.3.1 Attributionsmodelle: Bewertung von Schlüsselereignissen 201
 - 4.3.2 Attributionspfade: Touchpoints vor dem Abschluss 203
 - 4.3.3 Planung: Kosten und Erfolge sehen 204
 - 4.3.4 Werbungssegmente 206
 - 4.3.5 Attributionsmodell der Berichtserstellung 206
- 4.4 Verknüpfung mit Google Ads einrichten** 208
 - 4.4.1 Analytics- und Ads-Konten verknüpfen 208
 - 4.4.2 Ads-Berichte in GA4 211
 - 4.4.3 GA4-Schlüsselereignisse als Conversions importieren 212
 - 4.4.4 GA4-Zielgruppen ins Ads-Konto importieren 213
- 4.5 Google Search Console mit GA4 verknüpfen** 215
 - 4.5.1 Berichte mit Search-Console-Daten anreichern 216
 - 4.5.2 GA4 und Search Console verknüpfen 217

5 Shops bewerten

219

- 5.1 E-Commerce-Daten auswerten** 220
 - 5.1.1 Welche Artikel interessieren Nutzer? 221
 - 5.1.2 Weitere Artikeldimensionen 224
 - 5.1.3 Artikellisten abbilden 227
 - 5.1.4 Kaufverhalten analysieren 231
 - 5.1.5 Warenkörbe und Wunschlisten 233
 - 5.1.6 Bestellprozess abbilden 235
 - 5.1.7 Kauf als Abschluss einer Bestellung 237
 - 5.1.8 Werbung innerhalb des Shops 241
 - 5.1.9 Gutscheine und Coupons 242
 - 5.1.10 Registrierungen und Logins 244
 - 5.1.11 Wiederkehrende Nutzer und Wiederholungskäufer 246
 - 5.1.12 Der Nutzer-Lifetime-Wert 246

5.2	E-Commerce-Nutzeraktionen messen	247
5.2.1	E-Commerce-Daten an GA4 übermitteln	248
5.2.2	E-Commerce-Ereignisse	251
5.2.3	Informationen zu Produkten	252
5.2.4	Eigene Dimensionen zu Bestellungen und Artikeln definieren	254
5.2.5	Artikeldaten per Datenimport hochladen	255
5.3	Beispielkonten und Demos von Google	259
5.3.1	Das GA4-Demokonto	259
5.3.2	Der E-Commerce-Demostore	261

6

Apps analysieren

265

6.1	Nutzerdaten in Apps erfassen	266
6.1.1	Typen von Apps	266
6.1.2	Was ist Firebase?	268
6.1.3	Ein Tracking für verschiedene Programmierungen	268
6.1.4	Flexibilität beim Einbau	270
6.2	Inhalte und Aktionen in Apps analysieren	271
6.2.1	Ereignisse	272
6.2.2	Bildschirme	276
6.2.3	Benutzerdefinierte Dimensionen und Messwerte	278
6.2.4	Schlüsselereignisse für Apps	279
6.2.5	E-Commerce in Apps	280
6.2.6	Zielgruppen für Apps	281
6.2.7	Daten zur App-Nutzung	281
6.2.8	Versionen und Releases	283
6.2.9	Abstürze verfolgen	285
6.2.10	Quellen und Kampagnen für Apps	286
6.2.11	Deep Links tracken	287
6.3	App-Datenstreams einrichten	288
6.3.1	Zusammenspiel von Firebase und GA4	288
6.3.2	Einen App-Stream in GA4 anlegen	291
6.3.3	App- und Webdaten zusammenführen	297
6.4	Datenschutz beim Tracking von Apps	300
6.4.1	Initiales Tracking steuern	301
6.4.2	Consent Mode und personalisierte Werbung	302

6.5	Die Einbindung prüfen und debuggen	304
6.5.1	Eigene Sitzung in der Echtzeit finden	305
6.5.2	App live im DebugView prüfen	307
6.6	Nachrichten mit Firebase verschicken	309
6.6.1	Cloud Messaging	309
6.6.2	In-App Messaging	312
6.6.3	Nachrichten in GA4 auswerten	314
6.7	GA4-Beispielkonto mit App-Daten	315

7

Eigene Reports anpassen und erstellen

319

7.1	Navigation in der Bibliothek anpassen	319
7.2	Berichte erstellen und bearbeiten	323
7.2.1	Dimensionen zum Bericht hinzufügen	325
7.2.2	Spalten und Messwerte der Datentabelle anpassen	326
7.2.3	Tabelle grundsätzlich filtern	327
7.2.4	Visualisierung mit Diagrammen	328
7.2.5	Zusammenfassungskarten für Übersichtsberichte	330
7.2.6	Einen Übersichtsbericht anpassen oder erstellen	331
7.2.7	Vorschläge für Anpassungen und neue Berichte	334
7.3	Explorative Datenanalysen erstellen	338
7.3.1	Die erste Datenanalyse	339
7.3.2	Daten aufschlüsseln mit Segmenten	356
7.3.3	Weitere Analyseformate	361
7.3.4	Vorlagen und Beispiele für Datenanalysen	368

8

BigQuery und Looker Studio

371

8.1	Rohdaten mit BigQuery analysieren	372
8.1.1	Die BigQuery-Verknüpfung aktivieren	373
8.1.2	Der Aufbau von BigQuery-Tabellen	382
8.1.3	BigQuery-Tabelle abfragen	387
8.1.4	SQL-Abfragen für BigQuery aus der Praxis	397
8.1.5	BigQuery-Demokonto mit seinem Beispiel-Dataset	402

8.2	Looker Studio und GA4 zusammenführen	403
8.2.1	Zugriff auf GA4-Daten	404
8.2.2	Die Datenquelle um eigene Felder erweitern	407
8.2.3	Looker Studio als Frontend für BigQuery	409
8.2.4	Beispiele und Vorlagen für Looker Studio	411
8.2.5	Looker Studio als Erweiterung von GA4	413
9	Fehler analysieren und Qualität sichern	417
9.1	Ist ein Analytics-Tag auf der Seite vorhanden?	418
9.1.1	Prüfung im Seitenquelltext	418
9.1.2	Die Tag-Abdeckung in GA4 oder GTM prüfen	419
9.2	Prüfung in Browser-Entwicklertools	422
9.2.1	»collect«-Aufrufe inspizieren	422
9.2.2	Adswerve dataLayer Inspector+	429
9.2.3	Generiertes DOM richtig prüfen	431
9.3	Trigger und Ereignisse im Tag Assistant	432
9.3.1	Debugging für eine Domain starten	433
9.3.2	Plugin Tag Assistant Companion	437
9.3.3	Tag Assistant mit Google Tag Manager	437
9.4	Eintreffende Ereignisse im GA4-DebugView	439
9.4.1	Den Debug-Modus für GA4 aktivieren	440
9.4.2	Ereignisse verfolgen	440
9.5	Qualität der Daten in GA4 überwachen	442
9.5.1	Individuelle Looker-Studio-Dashboards	443
9.5.2	Insights	444
9.6	Cookies und Browser-Privacy	447
9.6.1	User-Privacy als Mehrwert in Browsern	448
9.6.2	Eingesetzte Cookies im Browser prüfen	450
9.7	Häufige Probleme in GA4	451
9.7.1	JavaScript-Tücken	451
9.7.2	Keine Daten im Bericht	452
9.7.3	Nur wenige Daten im Bericht	453
9.7.4	Einzelne Seiten oder Verzeichnisse fehlen	453
9.7.5	Eintrag »(not set)« erscheint im Bericht	454
9.7.6	Zusammengefasste Ziele als »(other)«-Einträge	455

9.7.7	Unterschiedliche Daten im Rückblick	455
9.7.8	Fehlende Kampagnen	456
9.8	Relaunch oder Umzug	458
9.8.1	Neues Konto anlegen oder altes fortführen?	459
9.8.2	Neue URLs	459
9.8.3	Neues Design und neue Templates	459
9.8.4	Neue Formulare	459
9.8.5	Testkonto	460

10

Administration und Verwaltung

461

10.1	Konto- und Property-Verwaltung	461
10.1.1	Zugriffsverwaltung in GA4-Properties	461
10.1.2	Konto- und Property-Änderungsverlauf	464
10.1.3	Papierkorb – Konto oder Property löschen	465
10.1.4	Geplante E-Mails	466
10.1.5	Analytics-Radar-Suchverlauf	467
10.2	Datenerhebung und -änderung	468
10.2.1	Datenstreams	468
10.2.2	Datenerhebung	469
10.2.3	Datenimport	472
10.2.4	Datenaufbewahrung festlegen	480
10.2.5	Datenfilter erstellen	481
10.2.6	Löschanfrage für Daten	482
10.3	Datenanzeige	485
10.3.1	Ereignisse	485
10.3.2	Schlüsselereignisse	486
10.3.3	Zielgruppen	486
10.3.4	Vergleiche	486
10.3.5	Benutzerdefinierte Definitionen	487
10.3.6	Channelgruppen	488
10.3.7	Attributionseinstellungen	488
10.3.8	Identität für die Berichterstellung	488
10.3.9	DebugView	491
10.4	Verknüpfungen und API-Zugriff	491
10.4.1	Produkteverknüpfungen	492
10.4.2	GA4 Admin und Data API	494

- 10.5 Nutzerrechte mit der Google Marketing Platform einrichten 494**
 - 10.5.1 Eine Organisation anlegen 495
 - 10.5.2 Nutzer und Zugriffsrechte verwalten 497
 - 10.5.3 Weitere Konten mit der Organisation verbinden 503
 - 10.5.4 Dashboard für Produktverknüpfungen 504
- 10.6 Server-Side Tagging 505**
- 10.7 Google Analytics 360 für GA4 507**

- Index 511