

# Auf einen Blick

1	Google Analytics 4 .....	17
2	Google Analytics 4 einrichten .....	35
3	Websites auswerten .....	89
4	Kampagnen steuern .....	137
5	Shops bewerten .....	187
6	Apps analysieren .....	221
7	Eigene Reports anpassen und erstellen .....	265
8	BigQuery und Data Studio .....	315
9	Fehler analysieren und Qualität sichern .....	357
10	Administration und Technologie .....	405

# Inhalt

Geleitwort .....	15
<b>1 Google Analytics 4</b> .....	<b>17</b>
<b>1.1 Die neue Welt der Messung</b> .....	<b>18</b>
1.1.1 Datenschutz und Cookies .....	18
1.1.2 Der Weg der Nutzer .....	20
1.1.3 GA4 als zentrale Datenbasis im Online-Marketing .....	22
<b>1.2 Was ist neu? – Von Universal Analytics zu GA4</b> .....	<b>23</b>
1.2.1 Die Nutzeraktionen stehen im Mittelpunkt .....	24
1.2.2 Die neue Kontostruktur .....	26
<b>1.3 Datenschutzanforderungen berücksichtigen</b> .....	<b>28</b>
1.3.1 Einwilligung einholen .....	28
1.3.2 Widerspruch ermöglichen .....	29
1.3.3 Informieren und Datenschutzerklärung anpassen .....	29
1.3.4 Die IP-Adresse der Nutzer anonymisieren .....	30
1.3.5 Die Aufbewahrungsdauer der Daten festlegen .....	31
1.3.6 Einen Vertrag zur Auftragsverarbeitung abschließen .....	32
1.3.7 Eine Kontaktperson benennen .....	32
1.3.8 Nicht konform gesammelte Daten löschen .....	33
<b>2 Google Analytics 4 einrichten</b> .....	<b>35</b>
<b>2.1 Konto, Property und Datenstream anlegen</b> .....	<b>35</b>
2.1.1 Eine Property anlegen .....	38
2.1.2 Beispiel: Einen Datenstream für das Web anlegen .....	40
<b>2.2 Tags einbinden (für Websites)</b> .....	<b>42</b>
2.2.1 Das Analytics-Tag mit gtag.js einbinden .....	43
2.2.2 Konfigurieren in einem CMS oder Shop-System .....	44
2.2.3 GA4 im Google Tag Manager einrichten .....	45
2.2.4 GA4 über einen bestehenden gtag-Code nachladen .....	47
2.2.5 Prüfen, ob Daten ankommen .....	48
<b>2.3 Ereignisse in GA4</b> .....	<b>51</b>

- 2.3.1 Aufbau und Anwendung von Ereignissen ..... 51
  - 2.3.2 Automatisch erfasste Ereignisse ..... 51
  - 2.3.3 Ereignisse für optimierte Analysen ..... 52
  - 2.3.4 Empfohlene Ereignisse ..... 56
  - 2.3.5 Benutzerdefinierte Ereignisse ..... 57
  - 2.3.6 Ereignisse bearbeiten ..... 60
  - 2.3.7 Ereignisse erstellen ..... 63
- 2.4 **Conversions definieren** ..... 64
  - 2.4.1 Wofür brauchen Sie Conversions in GA4? ..... 65
  - 2.4.2 Conversions definieren ..... 65
  - 2.4.3 Ereignisse für Conversions planen ..... 69
- 2.5 **Benutzerdefinierte Definitionen verwenden** ..... 71
  - 2.5.1 Parameter an GA4 senden ..... 71
  - 2.5.2 Erstellen von eigenen benutzerdefinierten Definitionen ..... 72
  - 2.5.3 Limits von Dimensionen und Messwerten ..... 74
- 2.6 **Tag-Einstellungen bearbeiten** ..... 75
  - 2.6.1 Domainübergreifende Messung ..... 75
  - 2.6.2 Internen Traffic markieren ..... 77
  - 2.6.3 Unerwünschte Verweise ..... 80
  - 2.6.4 Die Dauer von Sitzungen definieren ..... 81
  - 2.6.5 Die Lebensdauer von Analytics-Cookies ..... 82
- 2.7 **Von Universal Analytics zu GA4 migrieren** ..... 83

  

3

**Websites auswerten**

89

---

- 3.1 **Die GA4-Startseite** ..... 89
  - 3.1.1 Snapshots für die erste Übersicht ..... 90
  - 3.1.2 Die Historie Ihrer Aktivitäten in »Zuletzt aufgerufen« ..... 92
  - 3.1.3 Statistiken: Antworten zu häufig gestellten Fragen ..... 92
  - 3.1.4 Die Suche in GA4 ..... 93
- 3.2 **Berichte: Nutzer analysieren** ..... 95
  - 3.2.1 Wichtige Grundbegriffe ..... 96
  - 3.2.2 Allgemeine Nutzerdaten ..... 97
  - 3.2.3 Nutzeraktivitäten in Echtzeit verfolgen ..... 99
  - 3.2.4 Demografische Merkmale ..... 102
  - 3.2.5 Technische Daten einsehen ..... 109

<b>3.3</b>	<b>Inhalte: Ereignisse und Seiten</b>	113
3.3.1	Die Engagement-Übersicht	113
3.3.2	Der Bericht »Ereignisse« zeigt Aktionen der Nutzer	114
3.3.3	Der Bericht »Seiten« zeigt die genutzten Inhalte	118
3.3.4	Weitere Ereignisse auswerten	126

## **4 Kampagnen steuern** 137

---

<b>4.1</b>	<b>Kanäle, Quellen und Kampagnenparameter</b>	137
4.1.1	Quelle und Medium	138
4.1.2	Kampagnen und UTM-Parameter	141
4.1.3	Beispiele für die Verwendung von UTM-Parametern	147
4.1.4	Quellen und Verweise mit Kanälen bündeln	150
4.1.5	Nutzergewinnung und generierte Zugriffe	151
4.1.6	Klicks und Sitzungen sind unterschiedlich	156
4.1.7	Merkwürdige Quellen im »Neue Zugriffe«-Bericht	157
<b>4.2</b>	<b>Zielgruppen anlegen</b>	158
4.2.1	Eine neue Zielgruppe erstellen	159
4.2.2	Bedingungsumfang (Scope)	162
4.2.3	Eine Abfolge von Bedingungen als Sequenz definieren	162
4.2.4	Zeitliche Zugehörigkeit zur Zielgruppe	163
4.2.5	Vorgeschlagene Zielgruppen	164
4.2.6	Ansicht und Verwendung von Zielgruppen	166
<b>4.3</b>	<b>Attribution verstehen im Menü »Werbung«</b>	167
4.3.1	Attributionsmodelle	169
4.3.2	Attributionsmodelle und ihre Auswirkungen vergleichen	171
4.3.3	Touchpoints vor dem Abschluss: Conversion-Pfade	171
4.3.4	Das Attributionsmodell der Berichtserstellung	173
<b>4.4</b>	<b>Verknüpfung mit Google Ads einrichten</b>	175
4.4.1	Analytics- und Ads-Konten verknüpfen	175
4.4.2	Ads-Berichte in GA4	177
4.4.3	GA4-Conversions im Ads-Konto importieren	180
4.4.4	GA4-Zielgruppen ins Ads-Konto importieren	181
4.4.5	Publisher-Anzeigen durch »Google Ad Manager«-Integration	183
<b>4.5</b>	<b>Die Google Search Console mit GA4 verknüpfen</b>	183
4.5.1	Berichte mit Daten aus der Search Console anreichern	183
4.5.2	GA4 und Search Console verknüpfen	185

<b>5</b>	<b>Shops bewerten</b>	187
<b>5.1</b>	<b>Umsätze und Aktionen erfassen</b>	187
5.1.1	E-Commerce-Ereignisse	188
5.1.2	Informationen zu Produkten	189
5.1.3	E-Commerce-Daten an GA4 senden	190
<b>5.2</b>	<b>E-Commerce-Nutzeraktionen erfassen</b>	193
5.2.1	Interaktionen mit Produkten im Shop	193
5.2.2	Der Bestellprozess	198
5.2.3	Der Abschluss einer Bestellung	199
5.2.4	Registrierungen und Logins	200
5.2.5	Login als Nutzerkennung in GA4	201
<b>5.3</b>	<b>E-Commerce-Daten auswerten</b>	202
5.3.1	E-Commerce-Käufe	203
5.3.2	Artikellisten abbilden	206
5.3.3	Den Bestellprozess darstellen	206
5.3.4	Das Kaufverhalten analysieren	210
5.3.5	Transaktionen nachvollziehen	211
5.3.6	Wiederkehrende Nutzer und Wiederholungskäufer	214
5.3.7	Der Nutzer-Lifetime-Wert	214
<b>5.4</b>	<b>Beispielkonten und Demos von Google</b>	215
5.4.1	Der E-Commerce-Demostore	215
5.4.2	Das GA4-Demokonto	217
<b>6</b>	<b>Apps analysieren</b>	221
<b>6.1</b>	<b>Nutzerdaten in Apps erfassen</b>	221
6.1.1	Typen von Apps	222
6.1.2	Was ist Firebase?	223
6.1.3	Das Zusammenspiel von Firebase und GA4	224
6.1.4	Flexibilität beim Einbau	227
<b>6.2</b>	<b>App-Datenstreams einrichten</b>	228
6.2.1	Einen App-Stream in GA4 anlegen	228
6.2.2	Automatische Ereignisse für Apps	234
6.2.3	Manuell gefeuerte Ereignisse in Apps	235
6.2.4	Konzept und Nomenklatur für eigene Ereignisse	236
6.2.5	Datenschutzanforderungen erfüllen	237
6.2.6	Die Einbindung prüfen und debuggen	238

<b>6.3</b>	<b>App-Kennzahlen Menü »Firebase«</b>	244
6.3.1	Daten zur App-Nutzung	244
6.3.2	Versionen und Releases	246
6.3.3	Abstürze	248
<b>6.4</b>	<b>Inhalte und Aktionen in Apps analysieren</b>	250
6.4.1	Bildschirme	250
6.4.2	Conversions für Apps	252
6.4.3	Firebase Cloud Messaging	253
6.4.4	In-App Messaging in Firebase	258
<b>6.5</b>	<b>Quellen und Kampagnen für Apps</b>	259
6.5.1	Firebase Dynamic Links	260
<b>6.6</b>	<b>App- und Webdaten zusammenführen</b>	261
6.6.1	Gemeinsame Zählung von App- und Web-Daten	262
6.6.2	Zusammenführen von User-Sessions	263

---

## 7 Eigene Reports anpassen und erstellen 265

---

<b>7.1</b>	<b>Oberfläche und Berichte anpassen</b>	265
7.1.1	Die Navigation in der Mediathek anpassen	266
7.1.2	Berichte anpassen und erstellen	269
7.1.3	Vorschläge für Anpassungen und neue Berichte	280
<b>7.2</b>	<b>Explorative Datenanalysen erstellen</b>	284
7.2.1	Die erste Datenanalyse	285
7.2.2	Daten aufschlüsseln mit Segmenten	302
7.2.3	Weitere Analyseformate	306
7.2.4	Vorlagen und Beispiele für Datenanalysen	314

---

## 8 BigQuery und Data Studio 315

---

<b>8.1</b>	<b>Rohdaten mit BigQuery analysieren</b>	315
8.1.1	Die BigQuery-Verknüpfung aktivieren	316
8.1.2	Der Aufbau von BigQuery-Tabellen	325
8.1.3	Eine Events-Tabelle abfragen	328
8.1.4	SQL-Abfragen für BigQuery aus der Praxis	338
8.1.5	Das BigQuery-Demokonto mit seinem Beispiel-Dataset	343

- 8.2 Looker Studio (ehemals Data Studio) und GA4 zusammenführen ..... 343
  - 8.2.1 Zugriff auf GA4-Daten ..... 344
  - 8.2.2 Die Datenquelle um eigene Felder erweitern ..... 347
  - 8.2.3 In Data Studio von Universal Analytics zu GA4 umziehen ..... 349
  - 8.2.4 Data Studio als Frontend für BigQuery ..... 351
  - 8.2.5 Beispiele und Vorlagen für Data Studio ..... 353
  - 8.2.6 Data Studio als Erweiterung von GA4 ..... 354

---

9 Fehler analysieren und Qualität sichern ..... 357

---

- 9.1 Ist ein Analytics-Tag auf der Seite vorhanden? ..... 358
  - 9.1.1 Prüfung im Seitenquelltext ..... 358
  - 9.1.2 Die Tag-Abdeckung in GA4 oder GTM prüfen ..... 359
  - 9.1.3 Der Website-Crawler »SEO Spider« von Screaming Frog ..... 362
- 9.2 Prüfung in Browser-Entwicklertools ..... 367
  - 9.2.1 Der Reiter »Network« – collect-Aufrufe prüfen ..... 368
  - 9.2.2 Der Reiter »Console« und der »Adswerve Data Layer Inspector+« ..... 374
  - 9.2.3 Der Reiter »Elements« – der Quelltext nach allen Anpassungen ..... 376
- 9.3 Trigger und Ereignisse im Tag Assistant ..... 377
  - 9.3.1 Das Debugging für eine Domain starten ..... 378
  - 9.3.2 Das »Tag Assistant Companion«-Plugin ..... 382
  - 9.3.3 Tag Assistant mit Google Tag Manager ..... 382
  - 9.3.4 Die »Tag Assistant Legacy«-Chrome-Erweiterung ..... 383
- 9.4 Eintreffende Ereignisse im GA4-DebugView ..... 384
  - 9.4.1 Den Debug-Modus für GA4 aktivieren ..... 384
  - 9.4.2 Ereignisse verfolgen ..... 385
- 9.5 Qualität der Daten in GA4 überwachen ..... 387
  - 9.5.1 Individuelle Data-Studio-Dashboards ..... 387
  - 9.5.2 Insights ..... 389
- 9.6 Cookies und Browser-Privacy ..... 392
  - 9.6.1 Die Zukunft von Cookies ..... 392
  - 9.6.2 Maßnahmen der Browser ..... 392
  - 9.6.3 Eingesetzte Cookies im Browser prüfen ..... 395
- 9.7 Häufige Aufgabenstellungen in GA4 ..... 396
  - 9.7.1 JavaScript-Tücken ..... 396
  - 9.7.2 Keine Daten im Bericht ..... 397
  - 9.7.3 Nur wenige Daten im Bericht ..... 397

9.7.4	Einzelne Seite oder Verzeichnisse fehlen .....	398
9.7.5	Eintrag »(not set)« erscheint im Bericht .....	398
9.7.6	Zusammengefasste Ziele als »(other)«-Einträge .....	399
9.7.7	Unterschiedliche Daten im Rückblick .....	400
9.7.8	Fehlende Kampagnen .....	401
9.7.9	Relaunch oder Umzug .....	403

## **10 Administration und Technologie** 405

---

<b>10.1</b>	<b>Nutzerrechte mit der Google Marketing Platform einrichten .....</b>	<b>405</b>
10.1.1	Eine Organisation anlegen .....	406
10.1.2	Nutzer und Zugriffsrechte verwalten .....	407
10.1.3	Weitere Konten mit der Organisation verbinden .....	413
10.1.4	Dashboard für Produktverknüpfungen .....	415
<b>10.2</b>	<b>Die Zugriffsverwaltung in GA4-Properties .....</b>	<b>415</b>
<b>10.3</b>	<b>Der Konto- und Property-Änderungsverlauf .....</b>	<b>418</b>
<b>10.4</b>	<b>Analytics-Daten löschen .....</b>	<b>419</b>
10.4.1	Ereignisse oder Parameter löschen .....	419
10.4.2	Eine Property löschen .....	422
<b>10.5</b>	<b>Daten erheben und verbinden .....</b>	<b>423</b>
10.5.1	Datenerhebung .....	423
10.5.2	Datenaufbewahrung festlegen .....	425
<b>10.6</b>	<b>Identität für die Berichterstellung .....</b>	<b>426</b>
10.6.1	Wie sollen Ihre Nutzer identifiziert werden? .....	426
10.6.2	Varianten der Nutzeridentifizierung .....	427
10.6.3	Verhaltensmodellierung von Nutzern ohne Einwilligung .....	427
<b>10.7</b>	<b>Server-Side Tagging .....</b>	<b>429</b>
<b>10.8</b>	<b>Google Analytics 360 für GA4 .....</b>	<b>431</b>
	<b>Index .....</b>	<b>433</b>