

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
------------------	----

1 Google Analytics 4

17

1.1 Die neue Welt der Messung	18
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
1.2 Was ist neu? – Von Universal Analytics zu GA4	23
1.2.1 Die Nutzeraktionen stehen im Mittelpunkt	24
1.2.2 Die neue Kontostruktur	26
1.3 Datenschutzanforderungen berücksichtigen	28
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

2 Google Analytics 4 einrichten

35

2.1 Konto, Property und Datenstream anlegen	35
2.1.1 Eine Property anlegen	38
2.1.2 Beispiel: Einen Datenstream für das Web anlegen	40
2.2 Tags einbinden (für Websites)	42
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
2.3 Ereignisse in GA4	51

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

3.3 Inhalte: Ereignisse und Seiten	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
4.1 Kanäle, Quellen und Kampagnenparameter	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
4.2 Zielgruppen anlegen	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
4.3 Attribution verstehen im Menü »Werbung«	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
4.4 Verknüpfung mit Google Ads einrichten	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
4.5 Die Google Search Console mit GA4 verknüpfen	183
4.5.1 Berichte mit Daten aus der Search Console anreichern	183
4.5.2 GA4 und Search Console verknüpfen	185

5 Shops bewerten	187
 5.1 Umsätze und Aktionen erfassen	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
 5.2 E-Commerce-Nutzeraktionen erfassen	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
 5.3 E-Commerce-Daten auswerten	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
 5.4 Beispielkonten und Demos von Google	215
5.4.1 Der E-Commerce-Demostore	215
5.4.2 Das GA4-Demokonto	217
6 Apps analysieren	221
 6.1 Nutzerdaten in Apps erfassen	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
 6.2 App-Datenstreams einrichten	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

6.3	App-Kennzahlen Menü »Firebase«	244
6.3.1	Daten zur App-Nutzung	244
6.3.2	Versionen und Releases	246
6.3.3	Abstürze	248
6.4	Inhalte und Aktionen in Apps analysieren	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
6.5	Quellen und Kampagnen für Apps	259
6.5.1	Firebase Dynamic Links	260
6.6	App- und Webdaten zusammenführen	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
7.1	Oberfläche und Berichte anpassen	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
7.2	Explorative Datenanalysen erstellen	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
8.1	Rohdaten mit BigQuery analysieren	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

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-Entwickertools	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
10.1	Nutzerrechte mit der Google Marketing Platform einrichten	405
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
10.2	Die Zugriffsverwaltung in GA4-Properties	415
10.3	Der Konto- und Property-Änderungsverlauf	418
10.4	Analytics-Daten löschen	419
10.4.1	Ereignisse oder Parameter löschen	419
10.4.2	Eine Property löschen	422
10.5	Daten erheben und verbinden	423
10.5.1	Datenerhebung	423
10.5.2	Datenaufbewahrung festlegen	425
10.6	Identität für die Berichterstellung	426
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
10.7	Server-Side Tagging	429
10.8	Google Analytics 360 für GA4	431
Index	433