



# Webinar Google Analytics 4

Das neue Google Analytics 4

27.04.2023

# Wer sind wir?



Timo Heinrich

Head of  
SEO

---



Tolga Caner

Head of  
Paid Media

---



# Interaktion

Das Webinar wird **aufgezeichnet**

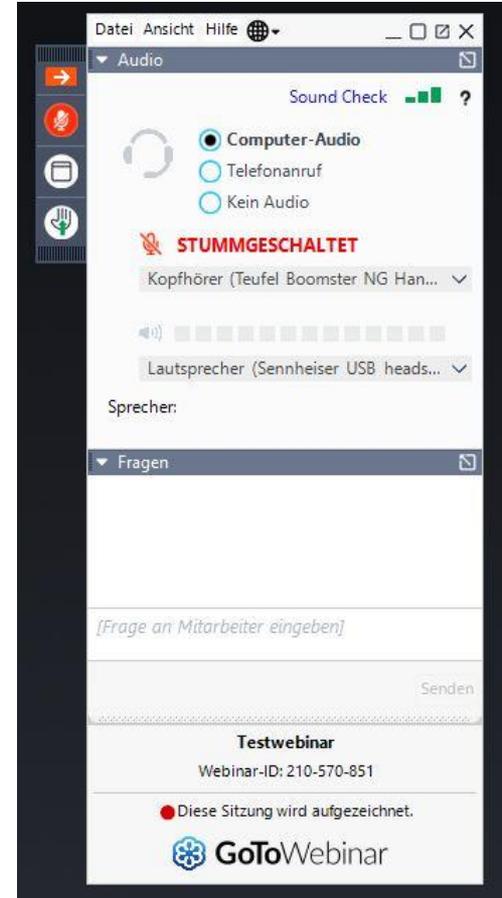
Alle Teilnehmer sind stumm geschaltet

Fragen im Tool im Feld „F&A“

Hört ihr uns? > F&A Feld

Präsentation auf Vollbildschirm stellen

Das Bedienfenster kann durch klicken auf den orangenen Pfeil eingeklappt werden



# Agenda



1. Einführung in Google Analytics 4
2. Berichte
3. Metriken und Kennzahlen
4. Conversions
5. Fragerunde

Warum sind wir hier?

# Google Analytics 4 löst Universal Analytics ab



# Warum ist das wichtig?

Neue Version muss genutzt werden – **alte Version nicht mehr verfügbar**

Notwendig um (weiterhin) eine Erfolgskontrolle der Website & Kampagnen zu haben

Damit du deine User kennst & korrekt trackst

Kennst du deine User, kannst du deine Website & Kampagnen entsprechend optimieren

# Warum GA4?

**Das Google „Universum“**

Machine Learning Algorithmen  
zur besseren Datenanalyse

GA4 ermöglicht die Sammlung  
von Daten auch ohne Cookies

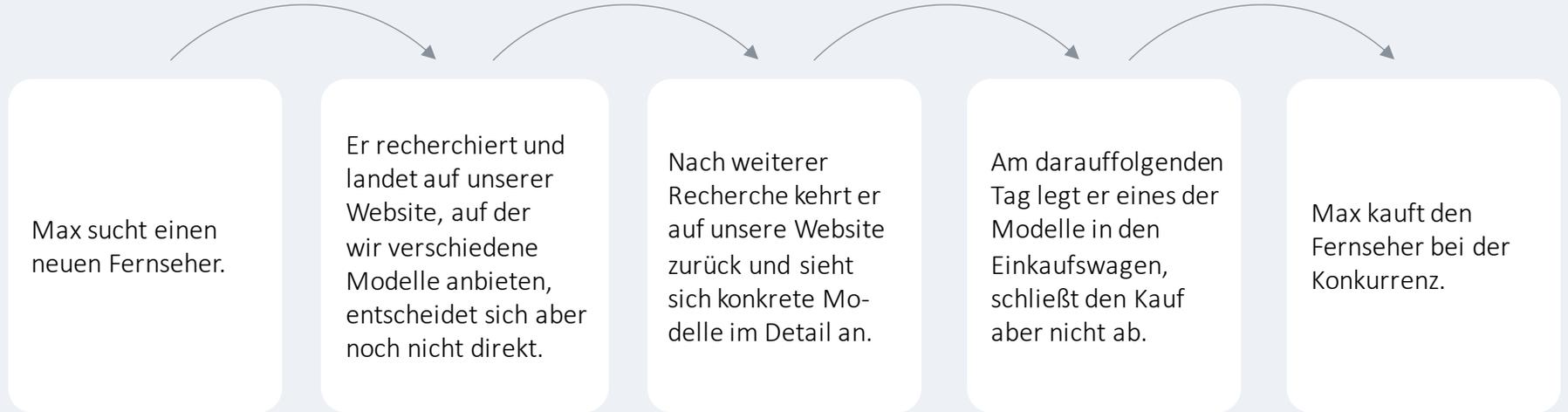
Modelling – Bei unvollständigen Daten schließt GA4  
die Lücke der Daten durch Modellierungsansätze

IP-Anonymisierung  
ist Standard

Mehr Standard-Ereignisse, die  
getrackt werden können

Bessere  
Echtzeit-Analyse

# “Real Life”-Beispiel



Max sucht einen neuen Fernseher.

Er recherchiert und landet auf unserer Website, auf der wir verschiedene Modelle anbieten, entscheidet sich aber noch nicht direkt.

Nach weiterer Recherche kehrt er auf unsere Website zurück und sieht sich konkrete Modelle im Detail an.

Am darauffolgenden Tag legt er eines der Modelle in den Einkaufswagen, schließt den Kauf aber nicht ab.

Max kauft den Fernseher bei der Konkurrenz.

*Wie kam er auf unsere Website?  
→ Akquisition*

*Welche Seiten/Produkte hat er sich angesehen?*

*Auf welcher Seite haben wir Max verloren?  
Was sind mögliche Gründe?*

# Universal Analytics vs. Google Analytics 4

Universal Analytics	Google Analytics 4
Sitzungen im Fokus	User im Fokus
1 Standard Event	6 Standard Events
Tracking nur mit Cookies	Gerüstet für cookieless Tracking
Keine Modellierung von Conversions	Modellierung von Conversions
Konfiguration von einzelnen Zielen	Standard Events können sehr einfach als Conversion markiert werden
IP-Anonymisierung muss eingestellt werden	Automatische IP-Anonymisierung
Datenansichten	Datenstreams
Keine UA-ID mehr	G-ID

# Setup

 Start mit Googles Hilfe

Benutzerdefinierte  
Einrichtungs-Leitfäden von Google  
[https://support.google.com/analytics/troubleshooter/12627681?hl=de  
&ref\\_topic=13009749](https://support.google.com/analytics/troubleshooter/12627681?hl=de&ref_topic=13009749)



# Berichte

# Task

Bevor wir mit diesem Kapitel starten,  
bitte öffnet folgenden Link:

[https://analytics.google.com/analytics/web/?utm\\_source=demoaccount&utm\\_medium=demoaccount&utm\\_campaign=demoaccount#/p213025502/](https://analytics.google.com/analytics/web/?utm_source=demoaccount&utm_medium=demoaccount&utm_campaign=demoaccount#/p213025502/)

Lasst uns jetzt

# Google Analytics 4

genauer ansehen!

The logo for dogado.group, featuring a stylized hexagonal icon to the left of the text "dogado.group".

dogado.group

# Fazit

# Zusammenfassend kann man sagen ...

- GA4 sollte man als ein neues Tracking-Tool betrachten – es ist mehr als nur ein Update.
- Die ursprünglichen Conversions und Ereignisse sollten überdacht werden.
- Die Berichte und Metriken haben sich mit der Umstellung teilweise verändert
- In GA4 stehen die Ereignisse und Nutzer im Fokus, anders als bei Google Universal Analytics die Sitzungen
- Das Thema „Datenschutz“ sollte genauestens überprüft werden:  
Nicht nur Cookies, Consent-Tools, sondern auch Server-Side-Tracking überlegen

# Datenschutz



- Der Einsatz von Google Analytics ist derzeit ein Graubereich.
- Google Inc. hat seinen Sitz in den USA und Nutzerdaten werden regelmäßig in die USA transferiert.
- Im Juli 2020 ist das Datenschutzabkommen zwischen der EU und den USA mit dem Schrems II Urteil gefallen (Privacy Shield). Infolgedessen wurden Standardvertragsklauseln etabliert, dennoch sind sich europäische Datenschutzaufsichtsbehörden darüber einig ([Link 1](#) , [Link 2](#)), dass derzeit keine angemessenen Standards für den Schutz personenbezogener Daten in den USA gewährleistet werden können (Cloud Act).  
  
→ Das Problem betrifft alle US-Dienstleister, bei denen Daten europäischer Nutzer in die USA transferiert werden.
- Momentan wird ein Folgeabkommen verhandelt, das Trans-Atlantic Data Privacy Framework ([Link](#))

# Datenschutz

## Mögliche Hinweise von Dr. Datenschutz:

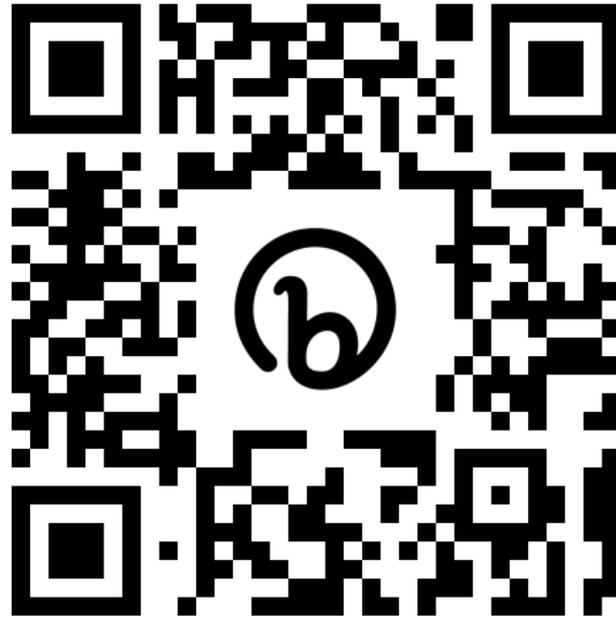
<https://www.dr-datenschutz.de/fachbeitraege/google-analytics-datenschutzkonform-einsetzen/>

- Transfer Impact Assessment ([Link](#))
- Vertrag zur Auftragsverarbeitung abschließen ([Setup GA4](#))
- Aufbewahrungsdauer der Daten festlegen ([Setup GA4](#))
- Empfohlene Freigabeeinstellungen anpassen ([Setup GA4](#))
- IP-Anonymisierung ✓
- Eigene Datenschutzerklärung anpassen
- Einwilligung einholen und speichern (Consent-Management-Plattform)  
Siehe §6 Nr. 1a & §7 DSGVO

# Server-Side Tracking ist die Lösung

- Problem:  
Daten über Kunden an ein Unternehmen in den USA weitergeben, wie z.B. Google Analytics.
- **Lösung:** Server-Side Tracking  
Um Google Analytics DSGVO-konform nutzen zu können, muss ein EU-ansässiger und gehosteter Proxyserver verwendet werden.
- Wir können dir mit einfachen Schritten helfen, dein Google Analytics DSGVO-konform zu verwenden

# Server-Side Tracking



Closed Beta für das Server-Side Tracking kostenlos anmelden!



# Q & A

Fragen und/oder Anmerkungen?

# Vielen Dank!



Unsere E-Mail:  
[marketing@dogado.de](mailto:marketing@dogado.de)