



DSGVO-konforme Website- Statistiken

31/03/2022 - Webinar

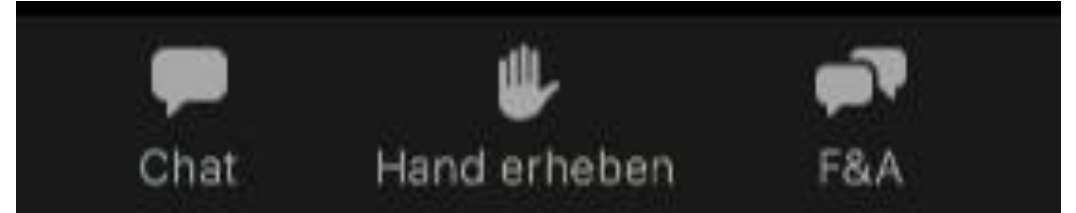
Wer spricht?

- Christian Bennefeld, etracker Gründer und Datenschutz-Blogger
- Olaf Brandt, CEO von etracker
- Timo Heinrich, dogado Group - Marketing



Interaktion

- Alle Teilnehmer sind stumm geschaltet
- Fragen im Tool im Feld „F&A“
- Fragerunde am Ende
- Vielleicht überziehen wir
- Präse auf Vollbildschirm stellen
- Das Webinar wird aufgezeichnet - youtube.com/teamdogado
- Weitere Webinare auf: dogado.de/webinare
- Frage: Nutzt Du bereits ein Cookie Consent Tool (Cookie Hinweis)?



DSGVO-konforme Website-Statistiken

Ausweg aus dem rechtlichen Dilemma



Olaf Brandt
Geschäftsführer
etracker

www.etracker.com



Christian Bennefeld
etracker Gründer &
Datenschutz-Blogger

www.datenschutz-zwecklos.de

Rechtlicher Hintergrund

- Aktuelle Anforderungen für rechtskonformes Tracking
- Warum US Website-Tools problematisch sind
- Serverseitige Datenweitergabe als Lösung?
- Zusammenfassung und Ausblick

Praktische Umsetzung

- Consent- und Tracking-Modi von etracker
- Consent-freie Web-Analyse mit etracker

Aktuelle Entwicklung im Datenschutz auf Websites

Datenschutzgrundverordnung
Wichtiger Baustein für Cookie-Banner ist illegal

Der technische Standard, mit dem Werbefirmen DSGVO-Einwilligungen im Netz einsammeln, ist rechtswidrig. Die belgische Datenschutzbehörde neutralisiert damit einen zentralen Mechanismus des digitalen Werbe-Ökosystems. Die Konsequenzen könnten gewaltig sein, auch für deutsche Medien und Branchengrößen wie Google oder Amazon.

02.02.2022 um 19:28 Uhr - Ingo Dachwitz - in Datenschutz - 3 Ergänzungen

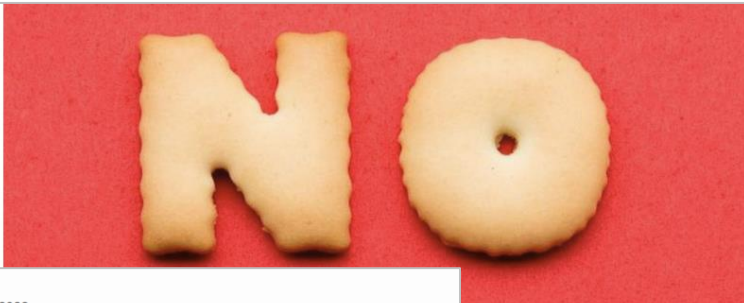
02.02.22

Österreichs Datenschutzbehörde: Google Analytics verstößt gegen die DSGVO

Wer auf Webseiten in der EU das Statistikprogramm von Google einbindet, handelt wegen der Datenübertragung in die USA laut dem Beschluss rechtswidrig.

Lesezeit: 4 Min. In Pocket speichern

13.01.22



"Google Analytics warnt niederländische Websitebetreiber"

Auf EU-Webseiten ist Google Analytics rechtswidrig, so die niederländische Datenschutzbehörde. Die Plattform wird von Google Analytics als "Cookiebot" bezeichnet.

Lesezeit: 4 Min. In Pocket speichern

01.12.21

CNIL.
To protect personal data, support innovation, preserve individual liberties

MY COMPLIANCE TOOLS | DATA PROTECTION | TOPICS | THE CNIL | Q | T

Use of Google Analytics and data transfers to the United States: the CNIL orders a website manager/operator to comply

10 February 2022

Google Analytics provides statistics on website traffic. After receiving complaints from the NOYB association, the CNIL, in cooperation with its European counterparts, analysed the conditions under which the data collected through this service is transferred to the United States. The CNIL considers that these transfers are illegal and orders a French website manager to comply with the GDPR. It is necessary, to stop using this service under the current conditions.

31.01.2022, 13:40 Uhr • 2 Min. Lesezeit

10.02.22

ARTIKEL / PUBLIKATIONEN · 03. März 2022

Liechtenstein: Informationen zu Google Analytics


DATENSCHUTZSTELLE FÜRSTENTUM LIECHTENSTEIN

Die **Datenschutzstelle** in Liechtenstein hat Informationen zum **Datentransfer bei Google Analytics** veröffentlicht und bezieht sich auch auf die **Entscheidung der DSB** und der **CNIL**.

„Die **DSS** fordert deshalb die Verantwortlichen auf, **Webseiten datenschutzkonform auszugestalten** und alternative, datenschutzkonforme Lösungen an Stelle von Google Analytics einzusetzen.“

Auch wenn die **DSS** aktuell keine amtswegigen Untersuchungen in Bezug auf Google Analytics durchführt, so gab es auch in Liechtenstein bereits eine Reihe von Beschwerden, die einvernehmlich gelöst werden konnten, indem die Webseiten Google Analytics unverzüglich deaktivierten.“

31.01.2022, 13:40 Uhr • 2 Min. Lesezeit

03.03.22

ROSTOCK SCHIEBT REGEL VOR

by **FELIX GEBHARD**

hof (BGH) hatten zuletzt entschieden, wecken eine aktive Einwilligung des teile jedoch einigen chtsprechung nun in einem aktuellen Urteil fort, schließt jedoch einige Lücken und macht Website-Betreiber ein bisschen schwerer.

30.11.20

Quellen: heise.de, t3n.de, netzpolitik.org, datenschutzerklaerung.info, datenschutz-notizen.de, dataprotect.at, cnil.fr

Was sind die rechtlichen Vorgaben?





DSGVO

EU Cookie-Richtlinie

EuGH Schrems II

TTDSG

Standardvertragsklauseln

TMG

Erwägungsgründe

BDSG neu

BGH Cookie-Urteil

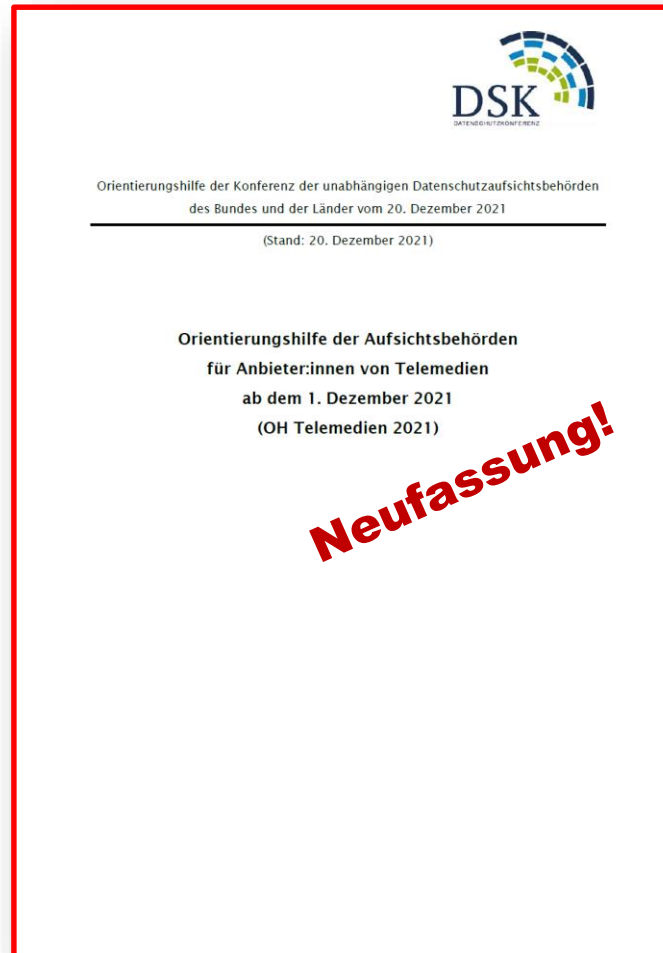
ePrivacy Verordnung

Privacy Shield

Klare Vorgaben der Aufsichtsbehörden



Datenschutz
zwecklos?



Quelle: https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/20211220_oh_telemedien.pdf

Wann man Einwilligungen benötigt



- **DSGVO** (seit 25.05.2018)
 - Verarbeitung **personenbezogener** Daten benötigt eine Rechtsgrundlage
 - IP-Adresse des Besuchers ist bereits personenbezogenes Datum (EuGH)
 - Nutzer ID / Pseudonym ist ein personenbezogenes Datum (DSGVO)
 - Alle Rechtsgrundlagen sind in Art. 6.1 zusammengefasst
 - **Eine** mögliche Rechtsgrundlage ist die **Einwilligung** nach Art. 6.1 a)
 - An rechtlich **wirksame** Einwilligungen sind hohe Anforderungen gestellt

- **TTDSG** (neu seit 01.12.21)
 - §25: Einwilligungen sind notwendig, wenn **nicht erforderliche** „Cookies“ o.ä. Technologien verwendet werden
 - Für Beurteilung der „Erforderlichkeit“ ist die **Nutzersicht maßgeblich**
 - Dies gilt auch für
 - **JS-Fingerprinting** u.ä. invasive Verfahren
 - sowohl **3rd** als auch **1st Party** Cookies
- **Cookie-Einwilligung** notwendig bei
 - Tag-Management, A/B Testing, (Re-)Targeting, Affiliate-Marketing, Tracking, ...

Wann man keine Einwilligungen benötigt



■ DSGVO

- Alternative Rechtsgrundlage zur Einwilligung:
 - Datenverarbeitung auf Basis von **Berechtigtem Interesse** nach Art. 6.1 f)
 - **Hohe Anforderungen**, das berechtigte Interesse nachzuweisen
 - „Interessenabwägung“ notwendig!
 - Erforderlichkeit?
 - Mildestes Mittel zur Zweckerreichung?
 - Vernünftige Erwartung des Nutzers?
 - ...

■ TTDSG (neu seit 01.12.21)

- §25: Einwilligungen sind notwendig, wenn **nicht erforderliche** „Cookies“ o.ä. Technologien verwendet werden
- Für Beurteilung der „Erforderlichkeit“ ist die **Nutzersicht maßgeblich**
- Dies gilt auch für
 - **JS-Fingerprinting** u.ä. invasive Verfahren
 - sowohl **3rd** als auch **1st Party** Cookies

■ **Cookie-Einwilligung** notwendig bei

- Tag-Management, A/B Testing, (Re-)Targeting, Affiliate-Marketing, Tracking, ...

Kriterien für Tracking ohne Einwilligung

Tracking mit „**Berechtigtem Interesse**“ ist möglich, wenn **alle** Bedingungen erfüllt sind:

1. Rechtlich gültiger Auftragsverarbeitungsvertrag wird mit Auftragsverarbeiter (AV) geschlossen
2. AV nutzt die gewonnenen Daten **nicht für eigene Zwecke**
3. AV verknüpft die **Daten nicht über verschiedene Websites** oder reichert sie an
 - AV darf den betroffenen **Nutzer nicht persönlich identifizieren** (das wäre eine illegale Datenverknüpfung)
4. AV bietet **Opt-Out- / Widerspruchs-Möglichkeit** für die Datenschutzerklärung an
5. AV stellt die **IP-Anonymisierung** sicher [gut ist: serverseitig, „Privacy by Default“]
6. AV **beachtet Do-Not-Track-Einstellungen** im Browser automatisch als Opt-Out / Widerspruch

Website-Betreiber ist verpflichtet, die Einhaltung zu belegen

Wichtig für Tracking ohne Einwilligung

- AV setzt **keine Cookies** oder ähnliche Technologien ein → Einwilligungspflicht nach TTDSG
- AV hat Sitz in Europa und verarbeitet alle Daten **ausschließlich in Europa**

Sonderfall: Datentransfer zu US-Unternehmen



- EuGH Urteil „Schrems II“ hat **US-Datentransfer Rechtsgrundlage entzogen**
 - Überwachungsgesetze FISA & CLOUD-Act geben US-Behörden beliebigen Datenzugriff
 - Kein angemessenes Schutzniveau möglich, wie es die DSGVO bei Datenexport fordert
 - Ohne Rechtsgrundlage ist ein Datentransfer unzulässig
- Rechtsgrundlage „Einwilligung“ in Datentransfer ist nicht zulässig
 - *„Personenbezogene Daten, die im Zusammenhang mit der regelmäßigen **Nachverfolgung von Nutzerverhalten** auf Webseiten oder in Apps verarbeitet werden, können **grundsätzlich nicht auf Grundlage einer Einwilligung** nach Art. 49 Abs. 1 lit. a DS-GVO in ein Drittland übermittelt werden.“* DSK Orientierungshilfe vom 01.12.2021
- Mögliche Lösung: EU-Standardvertragsklauseln mit **zusätzlichen Garantien**

Standardvertragsklauseln bei US Website-Tools



- EU-Standardvertragsklauseln (Standard Contractual Clauses, SCC)
 - EU-weiter rechtlicher Standardvertrag für Datenexport in unsichere Drittländer (wie USA)
 - **Wichtig:** Zusätzliche Garantien/Maßnahmen für US-Transfer **stets** notwendig
 - Stellen sicher, dass US-Behörden nicht auf übertragene Daten zugreifen können
 - Typischerweise wird eine **Inhaltsverschlüsselung** vor der Übertragung vorgenommen
 - **Aber:** Website-Tools können verschlüsselte Inhalte gar nicht verarbeiten
 - Erstes Urteil der DSB Österreich im Fall Google Analytics, 13.01.2022
 - „**Standarddatenschutzklauseln [bieten] kein angemessenes Schutzniveau gemäß Art. 44 DSGVO, da die [von Google getroffenen] Maßnahmen, [...] nicht effektiv sind, da diese die Überwachungs- und Zugriffsmöglichkeiten durch US-Nachrichtendienste nicht beseitigen**“
- Quelle: https://noyb.eu/sites/default/files/2022-01/E-DSB%20-%20Google%20Analytics_DE_bk_0.pdf

Fazit: US Website-Tools sind derzeit nicht zulässig

- **Google ist kein Auftragsverarbeiter**, da Weisungs- und Kontrollrechte fehlen
- Google nutzt gewonnenen Daten auch zu **eigenen Zwecken**
- Google führt Tracking-Daten zu **umfassenden Profilen** über Websites *unterschiedlicher* Anbieter zusammen
- Google kann die getrackte Person **persönlich identifizieren** (Namen, Geschlecht, Alter, Adresse, ...)
- Google ist ein **US-Konzern**, der die Daten an US-Behörden weitergeben muss

Rechtsfolge

Rechtsfolge

Rechtsfolge

Rechtsfolge

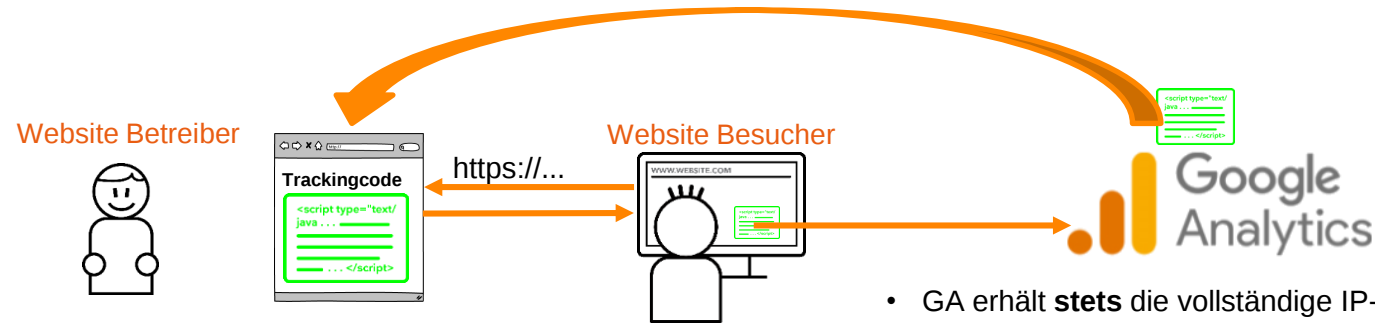
Rechtsfolge

Rechtsgrundlage
„Berechtigtes Interesse“
ist **nicht** möglich

Rechtsgrundlage
„Einwilligung“ ist
nicht zulässig

Fazit: GA darf **nicht** eingesetzt werden

Exkurs: Wie Clientseitiges Tracking funktioniert



- GA erhält **stets** die vollständige IP-Adresse
- Heilung: GA muss die IP-Adresse **vor Verarbeitung kürzen**
 - sofern `_anonymizeIP` im Tracking-Code gesetzt wurde
- GA kann Tracking-Cookies setzen und auslesen
- GA kann Besucher **personenbezogen identifizieren** und mit Google Kontodaten verknüpfen
 - GA kann daher soziodemografische Daten ausweisen

datenschutztechnisch
lösbar
(falls US-Transfer „irgendwann“ OK)

datenschutztechnisch
nicht lösbar

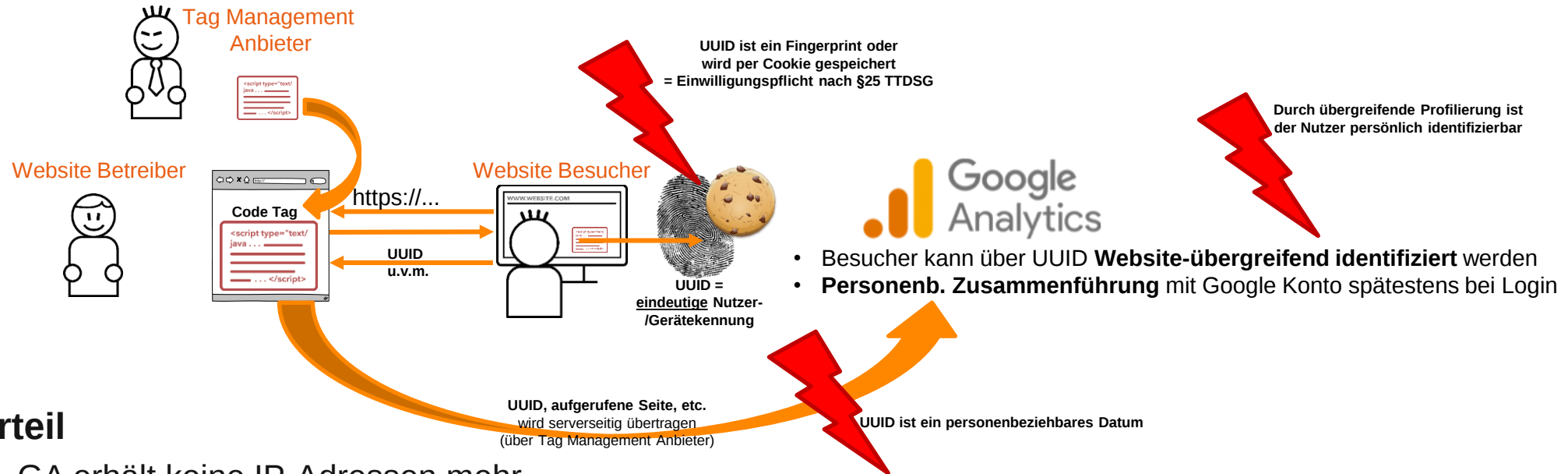
Google Datenschutzerklärung & Nutzungsbedingungen

*[...] könnten Ihre **Aktivitäten auf anderen Websites** und **in Apps** mit Ihren **personenbezogenen Daten** verknüpft werden [...]*

*[...] können diese Daten mit Ihren **personenbezogenen Daten** verknüpft werden, zum Beispiel, wenn ein Partner **Google Analytics** [...] verwendet.*

Quelle: Aktuelle Datenschutzerklärung Google, Stand 01.07.21, https://www.gstatic.com/policies/privacy/pdf/20210701/7yn50xee/google_privacy_policy_de_eu.pdf, Abruf 02.02.2022

Serverseitige Datenweitergabe als Lösung?



■ Vorteil

- GA erhält keine IP-Adressen mehr

■ Nachteile

- Jede Nutzer-/Geräte ID ist ein personenbezogenes Datum – **kein Vorteil** gegenüber IP-Adresse
- Enormer Implementierungsaufwand und hohe Lizenzkosten
- DSGVO-Konformität wird nicht erreicht

Serverseitige Weitergabe verschleiern nur, hat aber identische Probleme

Wie geht's besser? Was ist ohne Einwilligung erlaubt?



- Abgrenzung **Session-Wiedererkennung** vs. **Fingerprint**, DSK Orientierungshilfe vom 01.12.2021
 - „Werden **ausschließlich** Informationen, wie Browser- oder Header-Informationen, verarbeitet, die **zwangsläufig** [...] beim Aufruf eines Telemediendienstes übermittelt werden, ist dies **nicht als „Zugriff auf Informationen, die bereits in der Endeinrichtung gespeichert sind“, zu werten.**“
 - „Demgegenüber ist es **bereits als Zugriff** von Informationen auf Endeinrichtungen [...] zu werten, wenn aktiv – beispielsweise **mittels JavaScript-Code – Eigenschaften eines Endgerätes ausgelesen** und für die Erstellung eines Fingerprints an einen Server übermittelt werden.“
 - „Browser User Agent“ wird **zwangsläufig** übermittelt
 - Enthält Informationen zum verwendeten Gerät, Browser, Betriebssystem
 - User Agent ist nicht eindeutig; **viele** Nutzer haben dieselben User Agents
 - TTDSG §25 findet keine Anwendung, sofern **ausschließlich** der User Agent verarbeitet wird
 - **Best Practice:** User Agent + Begrenzung auf Besucher-Wiedererkennung innerhalb 24 Stunden

Session-Tracking auf Basis „User Agent“ ist unproblematisch

Wie müssen Einwilligungs-Dialoge gestaltet sein?



Einwilligung per „Nudging“ / „Dark Pattern“ ist illegal

- DSK Orientierungshilfe 01.12.21
 - „Um sicherzustellen, dass sie eine **wirksame Einwilligung** nachweisen können, müssen Anbieter:innen von Telemedien daher dringend darauf achten, die zur Auswahl gestellten **Optionen gleichwertig zu gestalten**.“
 - „Kann kein sachlicher Grund dafür vorgebracht werden, warum z. B. keine mit demselben Aufwand verbundene **Ablehnungsmöglichkeit auf erster Ebene** eines Cookie-Banners angeboten wird, stellt dies einen Versuch dar, in **treuwidriger Weise Einfluss auf die Endnutzer:innen zu nehmen**.“
 - Nudging verstößt damit gegen den Grundsatz von Treu und Glauben, DSGVO Art. 5.1 a) und führt zu **unwirksamen Einwilligungen**

Einwilligung in Datenverarbeitung

Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext
Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext
Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext

Einwilligen



Ablehnen

Einwilligung in Datenverarbeitung

Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext
Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext
Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext Einwilligungstext

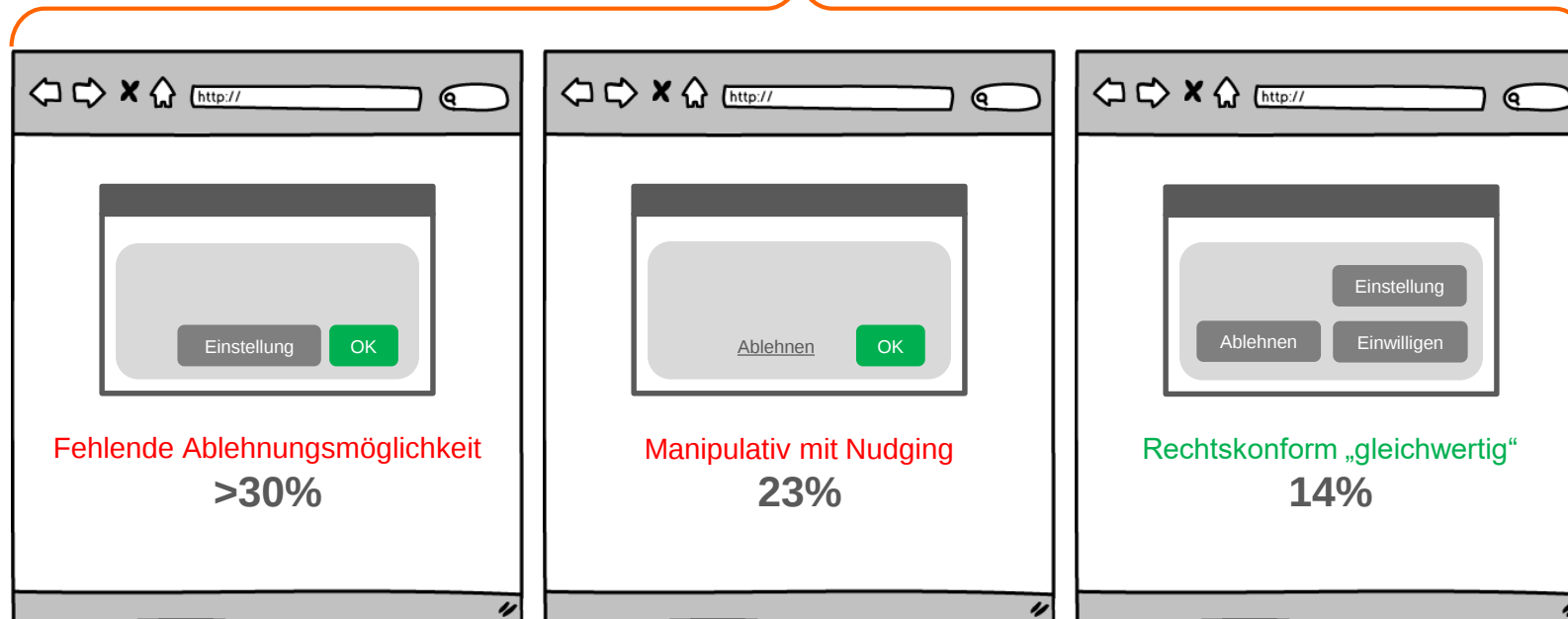
Einwilligen



Ablehnen

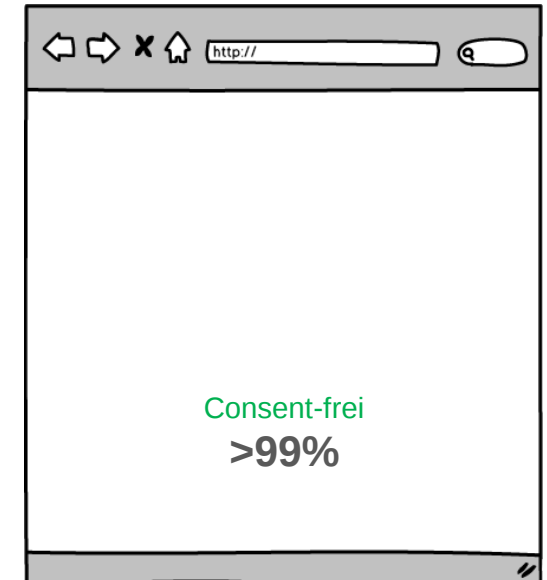
Einwilligungsraten unterschiedlicher Consent-Banner

Einwilligung



Quelle: etracker Consent Studie Q4 '2021, n=250 Websites, <https://etracker.com/consentstudie2021>

Berechtigtes Interesse



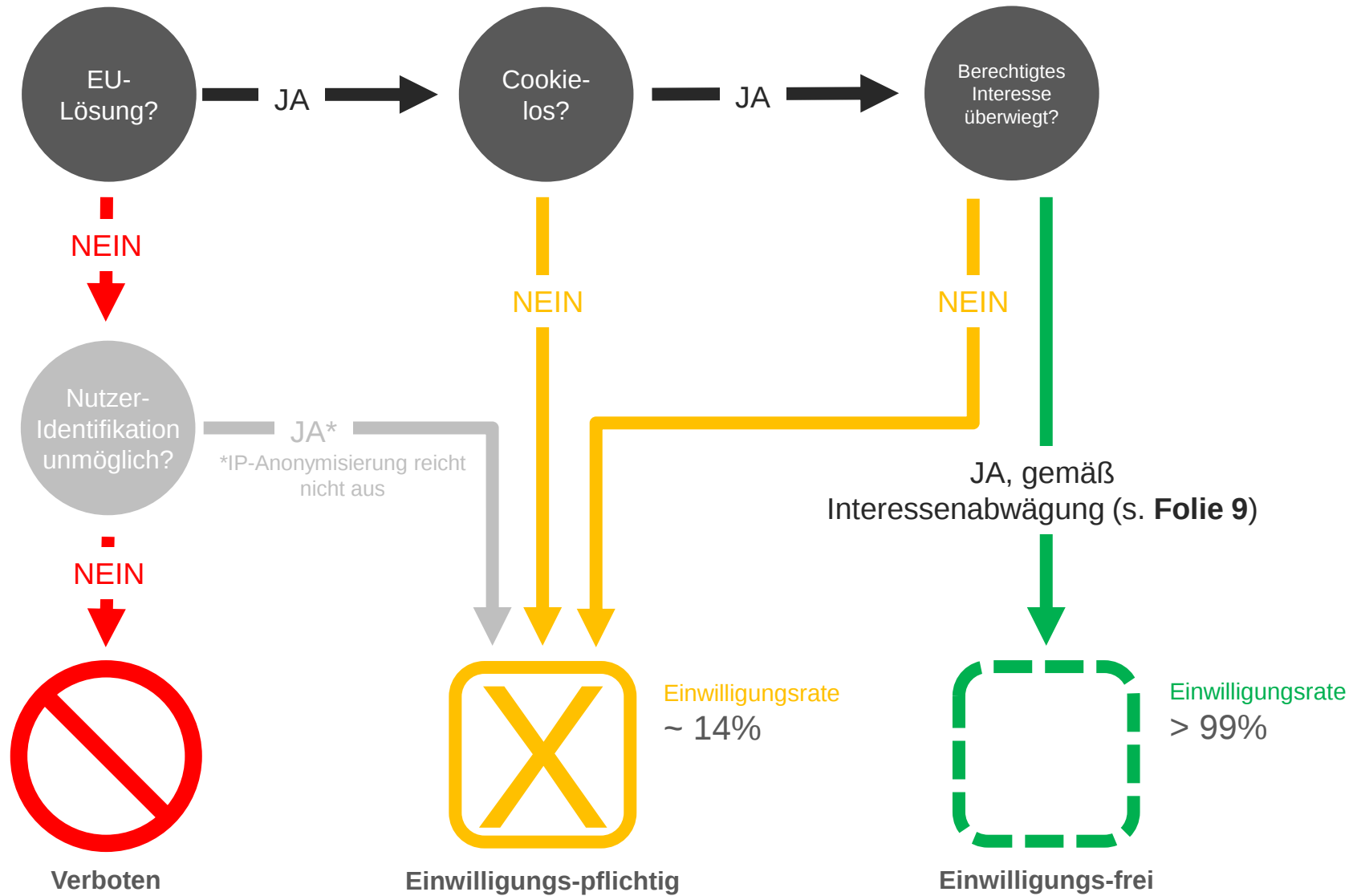
- Lohnt es sich noch auf „Einwilligungen“ als Rechtsgrundlage zu setzen?
 - Remarketing, Targeting, A/B-Testing, etc. für nur 14% der Nutzer?

Rechtsgrundlage „Berechtigtes Interesse“ ist meist die bessere Lösung

Zusammenfassung & Ausblick



Zusammenfassung: Rechtsgrundlagen für Tracking



Weiter wie bisher? „Et hätt noch immer jot jeje“

■ Erste Urteile und Verfahren

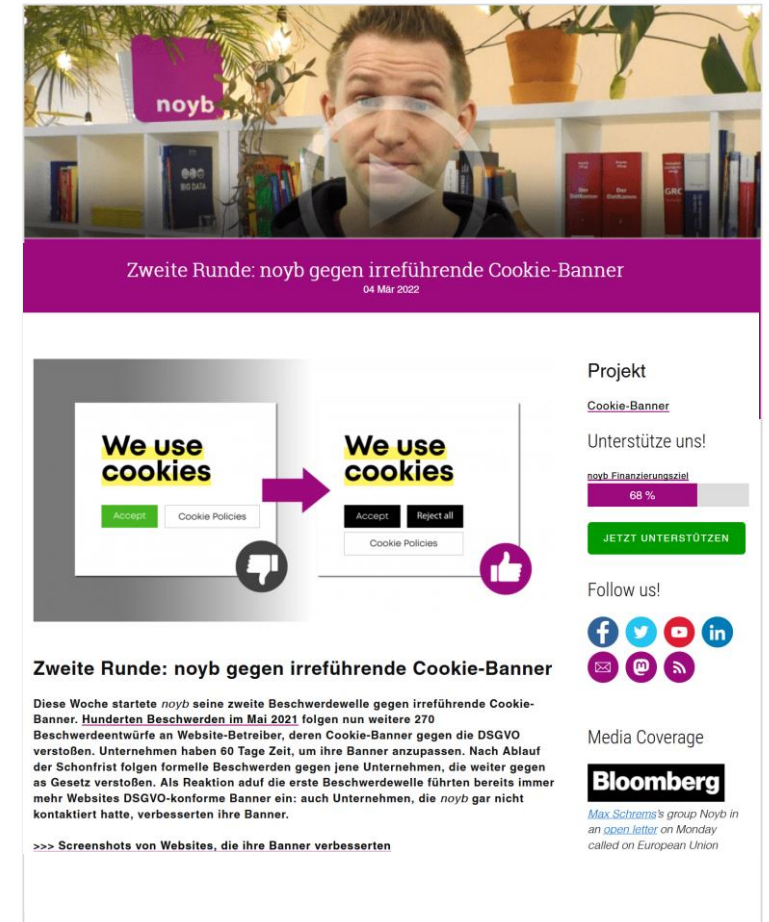
- LG Rostock verbietet illegales Nudging
- VG Wiesbaden verbietet Transfer zu US-Unternehmen
- LG München spricht Schadensersatz wg. Google Fonts zu
- DSB Österreich verbietet Einsatz von Google Analytics
- DPA Belgien erklärt IAB TCF 2.0 für rechtswidrig



Quelle: <https://vzbv.de/>



Quelle: <https://eugd.org/>



Quelle: <https://noyb.eu/de/>

Ausblick: „Privacy Shield 2.0“ - Data Privacy Framework



Datenschutz
zwecklos?



- Neues Rahmenwerk für EU-US Datenexport soll laut Politik kommen
- Genaue rechtliche Bedingungen sollen nun ausgearbeitet werden
- Ob/wie sich dies auf US Website-Tools auswirkt, ist unbekannt
- Juristen sind sehr skeptisch und fürchten bereits ein „Schrems III“

Abwarten ist keine Lösung – denn die Rechtsverstöße bestehen heute

Quellen: <https://www.whitehouse.gov/briefing-room/statements-releases/2022/03/25/fact-sheet-united-states-and-european-commission-announce-trans-atlantic-data-privacy-framework/>, <https://noyb.eu/de/privacy-shield-20-erste-reaktion-von-max-schrems>

A man in a black shirt and shorts is running through a modern building with a complex, white, geometric ceiling. He is carrying a black bag. The ceiling is made of many white, angular beams that create a star-like pattern. The floor is also white and reflective, showing the man's reflection. The overall scene is bright and modern.

Meine Empfehlung

Bußgelder, Abmahnungen & Schadensersatzklagen vermeiden.

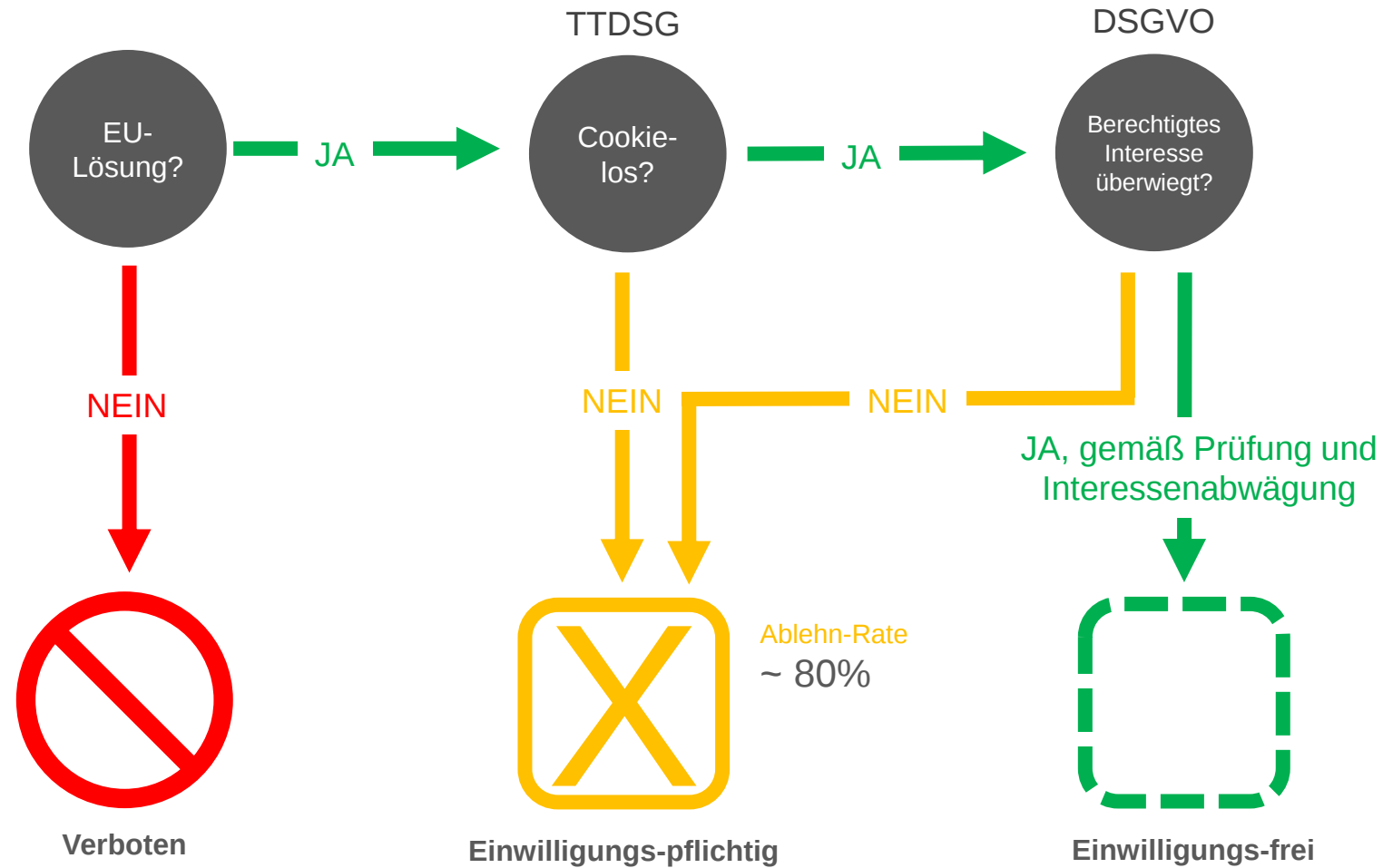
Jetzt handeln!

Und jetzt zu

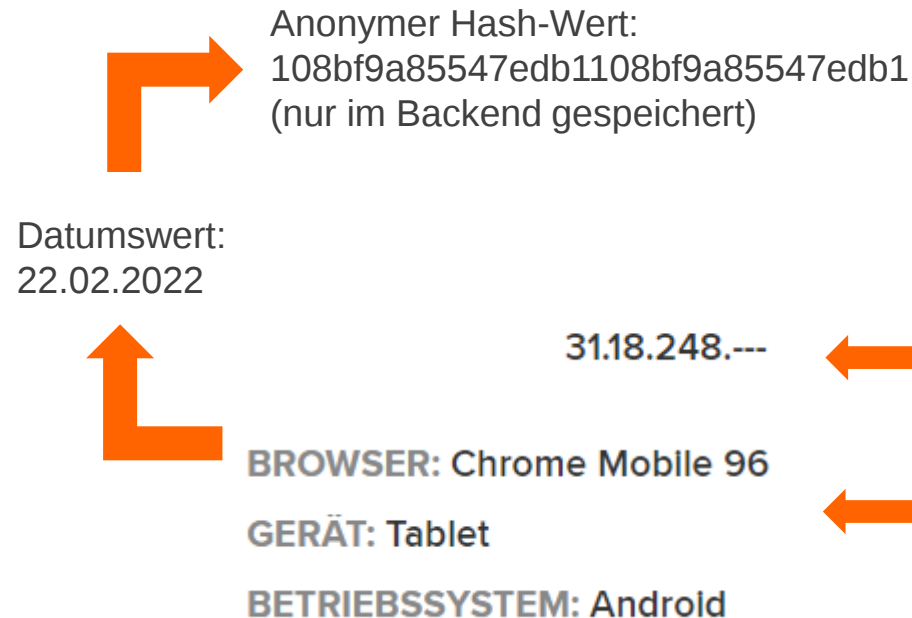


etracker
Analytics

Analytics-Entscheidungsbaum



So geht's ohne Cookies



„Ein Zugriff setzt eine gezielte und nicht durch die Endnutzer:innen veranlasste Übermittlung der Browser-Informationen voraus. **Werden ausschließlich Informationen, wie Browser- oder Header-Informationen, verarbeitet, die zwangsläufig oder aufgrund von (Browser-)Einstellungen des Endgerätes beim Aufruf eines Telemediendienstes übermittelt werden, ist dies nicht als ‚Zugriff auf Informationen, die bereits in der Endeinrichtung gespeichert sind‘, zu werten.** Beispiele dafür sind:

- die öffentliche IP-Adresse der Endeinrichtung,
- die Adresse der aufgerufenen Website (URL),
- der User-Agent-String mit Browser- und Betriebssystem-Version und
- die eingestellte Sprache.“

Bedingungen für überwiegendes Interesse (Privacy by Design)

- ✓ Abschluss AV-Vertrag mit der Anmeldung
- ✓ Automatische Kürzung der IP-Adresse vor der eigentlichen Verarbeitung (z.B. Geo-Lokalisierung)
- ✓ Reporting mit anonymisierten Daten ohne Identifikationsmöglichkeit des Nutzers
- ✓ Wiedererkennung auf maximal 24 Stunden begrenzt
- ✓ Keine Nutzung zu eigenen Zwecken
- ✓ Keine Verknüpfung mit anderen Datenquellen oder Daten anderer Kunden
- ✓ Keine Weitergabe an Dritte
- ✓ Kein Session Recording oder Mausbewegungs-Aufzeichnung
- ✓ Mustertext für Datenschutzerklärung mit Widerspruchsfunktion

Unabhängig geprüft & bestätigt



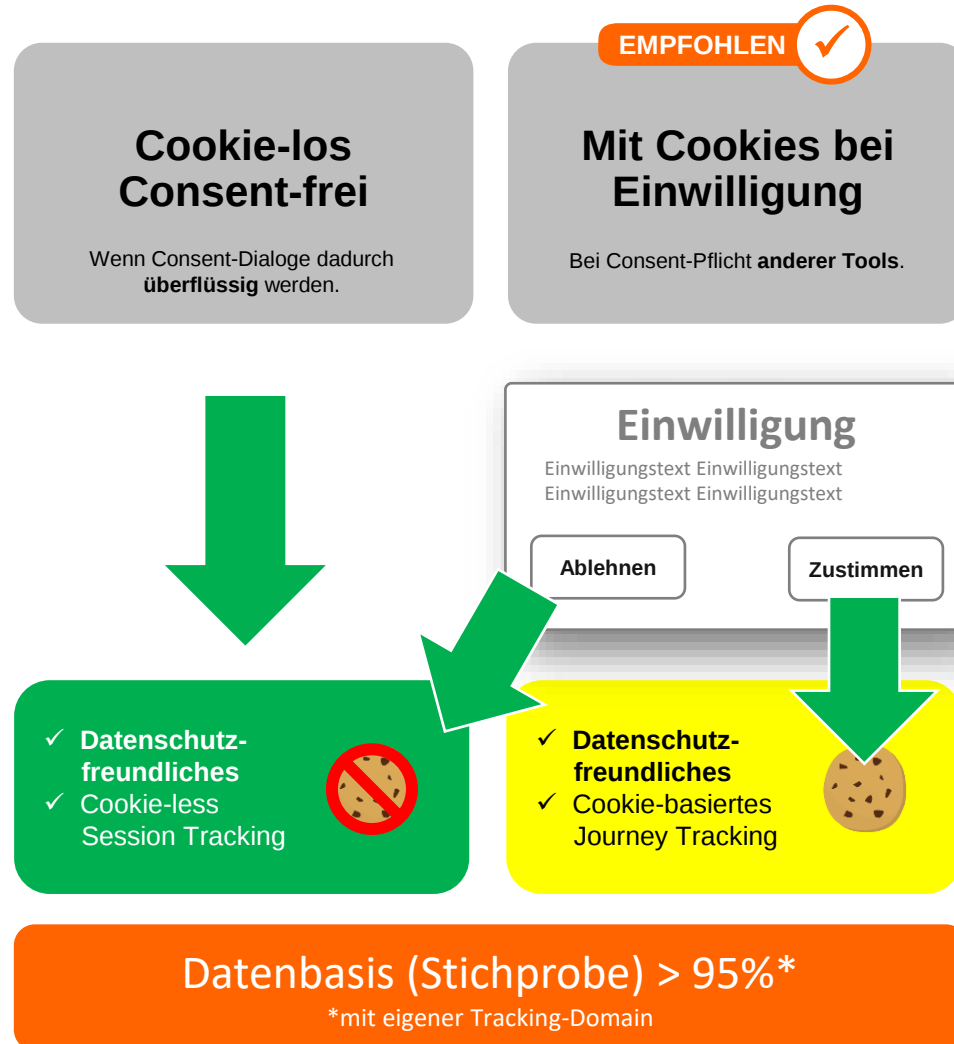
ePrivacyseal



„Im Cookie-less Modus (Standardmodus) ist ein Einsatz von etracker Analytics **ohne jedwede Einwilligungspflicht** rechtmäßig.“

etracker Analytics kann **von der Einwilligungspflicht befreit** eingesetzt werden: <https://www.cnil.fr/fr/cookies-solutions-pour-les-outils-de-mesure-dauidience>

Zwei Consent & Tracking Modi zur Auswahl



Ist die Web-Analyse dann
nicht super eingeschränkt?

Nein!

KPI PERFORMANCE

BESUCHE

5,9 Tsd.

+ 5,6 Tsd.

SEITENAUFRUFE

13,1 Tsd.

+ 12,1 Tsd.

SEITEN PRO BESUCH

2,22

- 0,84

BESTELLUNGEN (LAD)

68

+ 63

UMSATZ (LAD)

19,6 Tsd.

+ 18,2 Tsd.

KONVERSIONSRATE / B...

1,23 %

- 0,60 %

BESUCHER

5,5 Tsd.

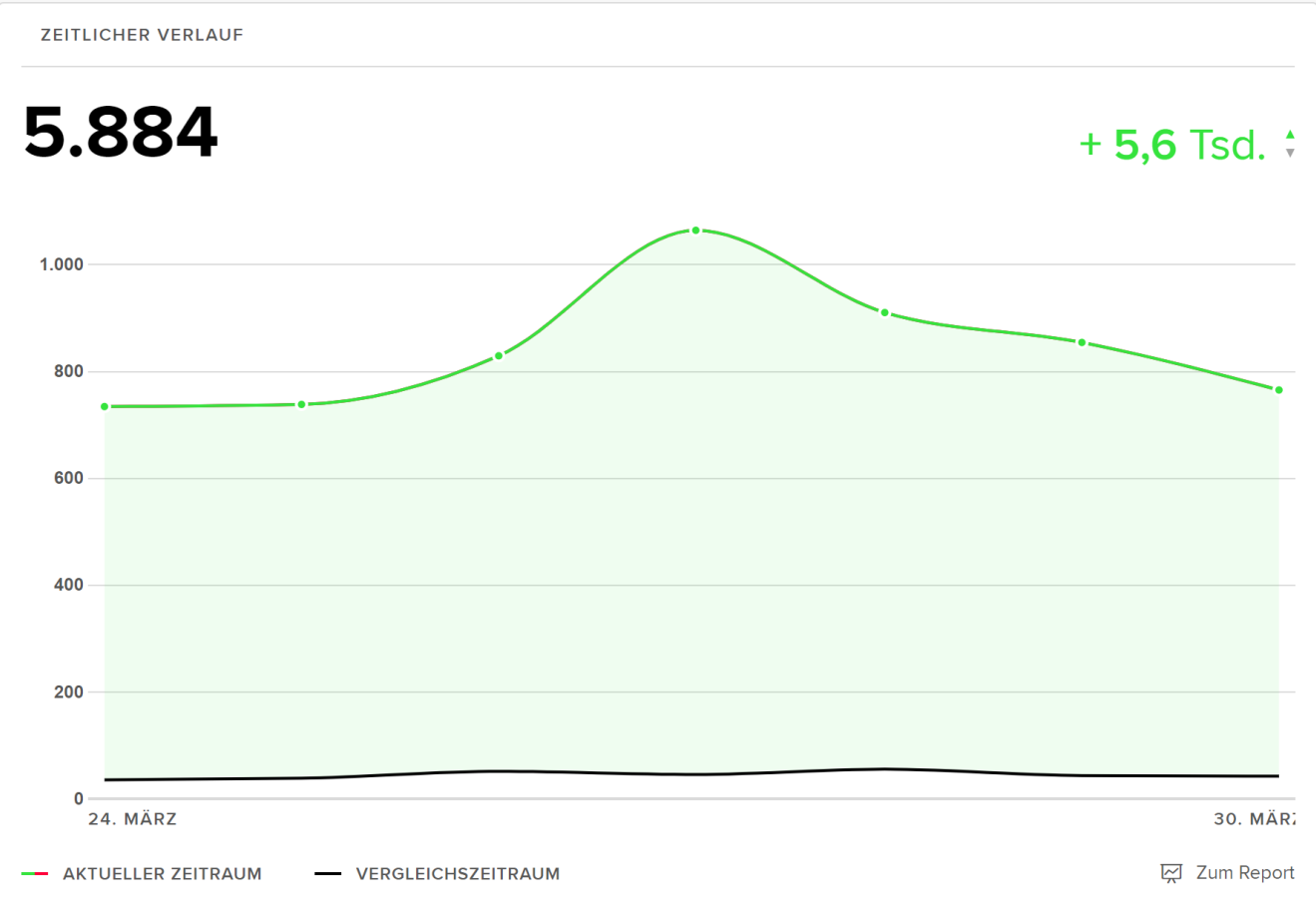
+ 5,3 Tsd.

BOUNCE RATE

65,08 %

+ 10,44 %

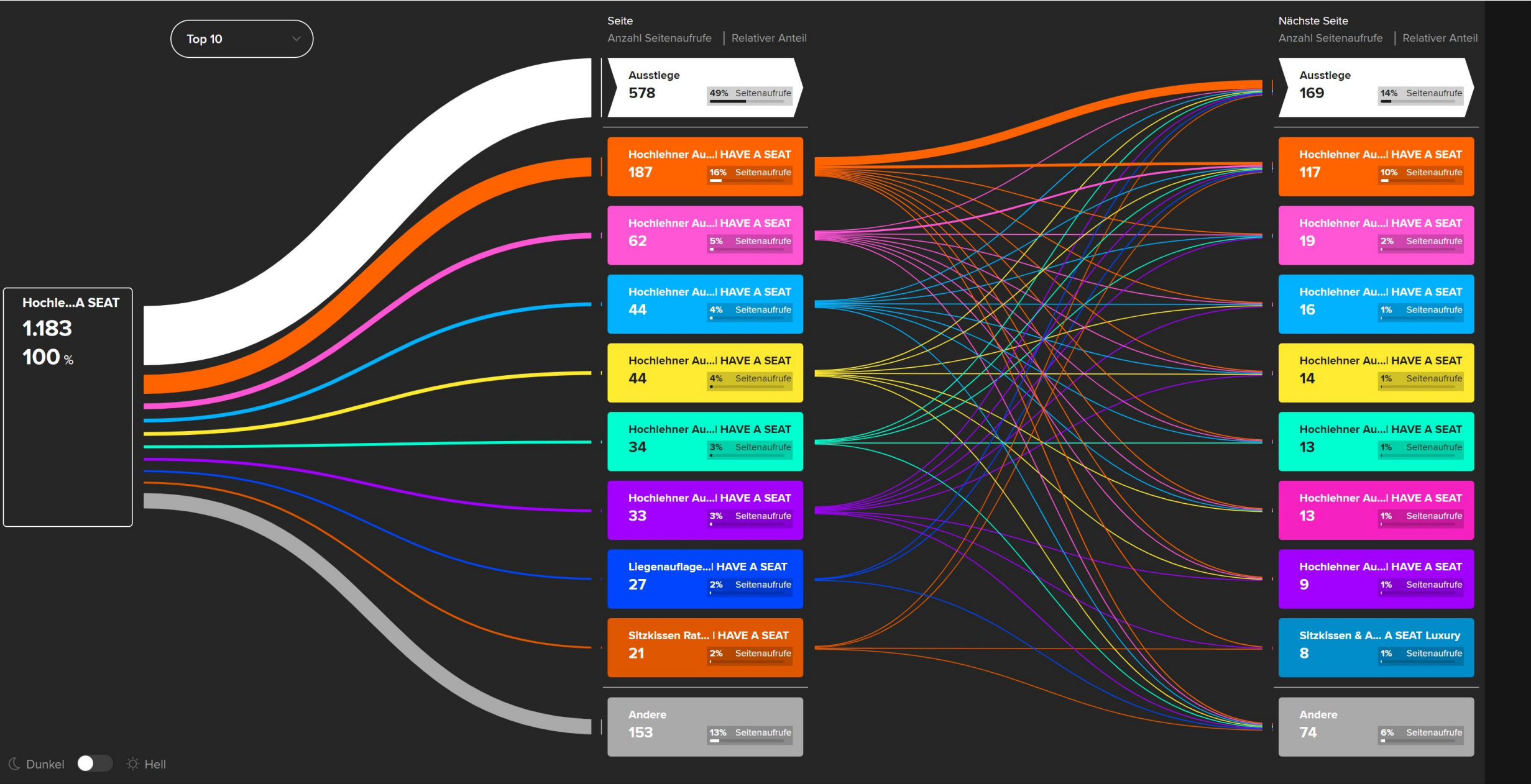
Details Besuche



NACH STANDORT	NACH MEDIUM	NACH GERÄT
Germany 5,0 Tsd. ▲ 4,7 Tsd.	SEA 5,2 Tsd. ▲ 5,2 Tsd.	Mobile phone
Austria 618 ▲ 592	SEO 355 ▲ 196	Desktop
Switzerland 157 ▲ 150	Type-In 334 ▲ 221	Tablet
United States 24 ▲ 10	paidmedia 65 ▲ 48	
Slovenia 15 ▲ 15	Link/Referrer 26 ▲ 16	
Andere 90 ▲ 78	Andere 11 ▲ 6	
Zum Report	Zum Report	Zum Report

VERÄNDERUNG

AKTUELLER ZEITRAUM



Aktuelle Seite	Besuche	Besucher	Seitenaufrufe	Zeit im Besuch	Bounce Rate	Einstiege	Ausstiege	Page Value
	16	16	24	00:00:38	0,00 %	2	8	0
Gesamt	3.416	3.242	6.635	00:01:04	Ø 67,35 %	3.415	3.415	–



Gesehen von
86 %

Verweildauer
15 Sek.

Polsterauflage
für Deckchair
Liegestuhl



Deckchair Auflage - Grau-Anthrazit

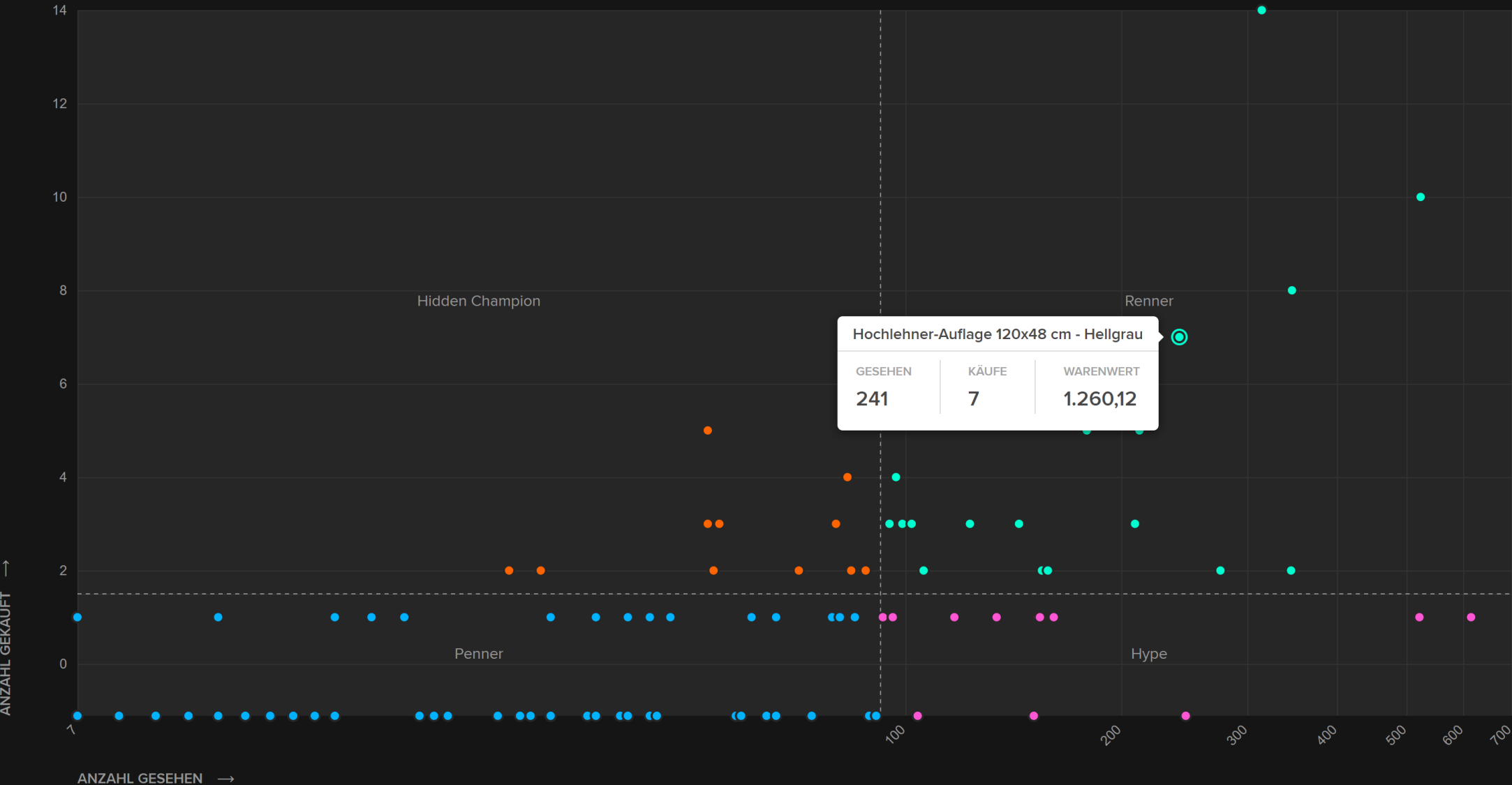
ab 139,90 € *



Top 100 Anzahl (absteigend) ▾

Conversion

Kauf ▾



DIMENSIONEN

SEGMENTE

Medium

Kampagne

Hinzufügen

Medium	In Grafik anzeigen	TRAFFIC		ENGAGEMENT			CONVERSION (LINEAR)			
		Besuche ⓘ	Besucher ⓘ	Seiten pro Besuch ⓘ	Zeit im Besuch	Bounce Rate ⓘ	Bounce-Zeit	Bestellungen	Umsatz	Konversionsrate / Besuch ⓘ
Gesamt		5.884	5.544	2,22 ⓘ	00:01:26 ⓘ	65,08 %	00:00:23	67,98	19.574,80	1,16 %
SEA		5.186 (88,1 %)	4.924 (88,8 %)	2,06	00:01:14	66,22 %	00:00:22	45,08 (66,3 %)	13.313,10 (68,0 %)	0,87 %
Kampagne	Top 5	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓	↓
SHOPPING-Gartenbankaufla...		685 (13,2 %)	659 (13,4 %)	1,92	00:01:16	65,96 %	00:00:20	6,70 (14,9 %)	1.983,69 (14,9 %)	0,98 %
SHOPPING-Bankauflagen-Si...		510 (9,8 %)	481 (9,8 %)	1,65	00:00:51	70,21 %	00:00:18	2,89 (6,4 %)	486,04 (3,7 %)	0,57 %
SHOPPING-Niedriglehner-D		500 (9,6 %)	474 (9,6 %)	1,58	00:01:02	70,23 %	00:00:28	1,00 (2,2 %)	128,75 (1,0 %)	0,20 %
SHOPPING-Hochlehner-D		433 (8,3 %)	409 (8,3 %)	1,96	00:01:37	65,38 %	00:00:54	7,66 (17,0 %)	3.753,04 (28,2 %)	1,77 %
BANKAUFLAGE-G1		405 (7,8 %)	391 (7,9 %)	1,78	00:00:33	75,58 %	00:00:10	2,00 (4,4 %)	627,05 (4,7 %)	0,49 %
SEO		355 (6,0 %)	347 (6,3 %)	2,81	00:02:10	53,45 %	00:00:37	9,70 (14,3 %)	2.789,75 (14,3 %)	2,73 %
Type-In		334 (5,7 %)	279 (5,0 %)	3,48	00:03:19	57,96 %	00:00:48	13,00 (19,1 %)	3.339,10 (17,1 %)	3,89 %
paidmedia		65 (1,1 %)	65 (1,2 %)	1,82	00:01:07	63,08 %	00:00:14	0,00 (0,0 %)	0,00 (0,0 %)	0,00 %
Link/Referrer		26 (0,4 %)	25 (0,5 %)	2,81	00:03:19	52,17 %	00:00:17	0,20 (0,3 %)	132,85 (0,7 %)	0,77 %

ettracker®

↔ Signalize

9+

haveaseat.shop

Account-ID: 477535

🔍

Reports suchen

📄

Dashboard

📡

ettracker Analytics

📁

Web Analytics

📊

Basis Reports

📢

Marketing Reports

🛒

eCommerce Reports

📝

Eigene Reports

📱

App Analytics

🎥

UX Analytics

🌿

ettracker Optimiser

- Google Ads Upload
- Microsoft Ads Upload
- Facebook/Instagram Ads Tracking

Conversion-Daten zu Google Ads hochladen

Hier kannst du die Einstellungen für den automatischen Conversion Upload zu Google Ads vornehmen.

Tracking

Füge diesen Satz an Parametern per Copy & Paste in Google Ads im Feld Suffix der finalen URL für alle aktiven Kampagnen ein und ersetze KAMPAGNENNAME durch den jeweiligen Kampagnennamen oder den Parameter {campaignid}:

```
etcc_med=SEA&etcc_par=Google&etcc_cmp=KAMPAGNENNAME&etcc_grp={adgroupid}&etcc_bky={keyword}&etcc_mty={matchtype}&etcc_plc={placement}&etcc_ctv={creative}&etcc_bde={device}&etcc_var={clid}
```

Häufigkeit & Attribution

Bitte achte darauf, dass die hier gewählte Upload-Häufigkeit mit der im Zeitplan-Formular bei Google Ads gewählten Häufigkeit bei Eintrag der Quell-URL übereinstimmt. Unsere Empfehlung der Upload-Häufigkeit: alle 24 Stunden.

☒ Täglicher Upload

☐ Wöchentlicher Upload

Attributionsmodell

Last Ad

▼

Conversion-Auswahl

Wähle aus, welche Conversions hochgeladen werden sollen. Bitte stelle sicher, dass die Conversions korrekt erfasst werden und im Report **Marketing Reports → Quellen → Paid Media** als Kennzahl Leads, Sales oder Alle Zielerreichungen erscheinen.

- ☒ Bestellungen (Leads)
- ☐ Käufe (Sales)
- ☐ Zielerreichungen (Target Achievements)

- US-Tools wie Google Analytics und Google Tag Manager dürfen in der EU aktuell nicht eingesetzt werden
- Aufsichtsbehörden bestätigen die Grundlagen für Consent-freies Tracking mit etracker
- etracker Analytics ist im Handumdrehen eingerichtet und liefert alle Erkenntnisse zur Website- und Marketing-Steuerung



**Marketing in Harmonie
mit Datenschutz
macht glücklich!**



Testet etracker

- 30 Tage kostenlos testen
- 20% Rabatt im ersten Jahr (12 für 10)
- Schon ab 9€/Monat
- Wenn ihr hier bucht:
<https://etracker.de/dogado/>
- 30 minütige „Hafenrundfahrt“:
<https://attendee.gototraining.com/rt/6277523517842114561>



Vielen Dank!

