

# Google Analytics 4

## Grundlagen, Praxis, Migration

# DAS INHALTS- VERZEICHNIS

» Hier geht's  
direkt  
zum Buch

# Inhalt

Geleitwort .....	15
------------------	----

## **1 Google Analytics 4** 17

---

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

---

<b>2.1 Konto, Property und Datenstream anlegen</b> .....	35
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> .....	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
<b>2.3 Ereignisse in GA4</b> .....	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
<b>2.4</b>	<b>Conversions definieren</b> .....	<b>64</b>
2.4.1	Wofür brauchen Sie Conversions in GA4? .....	65
2.4.2	Conversions definieren .....	65
2.4.3	Ereignisse für Conversions planen .....	69
<b>2.5</b>	<b>Benutzerdefinierte Definitionen verwenden</b> .....	<b>71</b>
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
<b>2.6</b>	<b>Tag-Einstellungen bearbeiten</b> .....	<b>75</b>
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
<b>2.7</b>	<b>Von Universal Analytics zu GA4 migrieren</b> .....	<b>83</b>
<b>3</b>	<b>Websites auswerten</b> .....	<b>89</b>
<hr/>		
<b>3.1</b>	<b>Die GA4-Startseite</b> .....	<b>89</b>
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
<b>3.2</b>	<b>Berichte: Nutzer analysieren</b> .....	<b>95</b>
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
<b>4</b>	<b>Kampagnen steuern</b> .....	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

## 5 Shops bewerten 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

## 6 Apps analysieren 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
<b>7</b>	<b>Eigene Reports anpassen und erstellen</b> .....	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
<b>8</b>	<b>BigQuery und Data Studio</b> .....	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

<b>8.2</b>	<b>Looker Studio (ehemals Data Studio) und GA4 zusammenführen</b>	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

---

<b>9.1</b>	<b>Ist ein Analytics-Tag auf der Seite vorhanden?</b>	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
<b>9.2</b>	<b>Prüfung in Browser-Entwicklertools</b>	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
<b>9.3</b>	<b>Trigger und Ereignisse im Tag Assistant</b>	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
<b>9.4</b>	<b>Eintreffende Ereignisse im GA4-DebugView</b>	384
9.4.1	Den Debug-Modus für GA4 aktivieren	384
9.4.2	Ereignisse verfolgen	385
<b>9.5</b>	<b>Qualität der Daten in GA4 überwachen</b>	387
9.5.1	Individuelle Data-Studio-Dashboards	387
9.5.2	Insights	389
<b>9.6</b>	<b>Cookies und Browser-Privacy</b>	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
<b>9.7</b>	<b>Häufige Aufgabenstellungen in GA4</b>	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
<b>10</b>	<b>Administration und Technologie</b> .....	<b>405</b>
<hr/>		
<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>
Index	.....	433