

GA4 EINRICHTUNGS-CHECKLISTE

VON UNIVERSAL ANALYTICS ZU GOOGLE ANALYTICS 4 VON UNGEWISSER DATENQUALITÄT ZU GENAUEREN PROGNOSEN & ZUKUNFTSSICHERHEIT

Der Schutz von Nutzerdaten ist ein wachsendes Anliegen, was sich in einer Veränderung der Datenerhebung im Online-Marketing bemerkbar macht. Durch neue Gesetze und Vorschriften im Bereich Datenschutz und Privatsphäre, sowie weitere anstehende Maßnahmen wie dem Digital Service Act, werden die Verwendung von personenbezogenen Daten und die Anforderungen an die Einwilligung des Nutzers immer höher.

Die Folge ist eine unsaubere Datengrundlage und es wird zunehmend schwieriger, valide Businessentscheidungen zu treffen.

Google wird die Datenerfassung in Universal Analytics ab dem 1. Juli 2023 einstellen.

Wer jetzt den Umstieg auf neue, zukunftssichere Lösungen verpasst, wird langfristig einen Wettbewerbsnachteil erleiden.

First-Party-Data und Data Modelling sind keine Buzzwords mehr, sondern eine notwendige Möglichkeit, auch in einer cookielosen Welt datengetriebenes Marketing zu betreiben und wichtige Entscheidungen zu treffen. Google Analytics 4 ist die Lösung und sorgt zukünftig für genauere Prognosen und Zukunftssicherheit. In diesem Whitepaper erfährst du, wie wir neue GA4-Konten aufsetzen und auf welche Punkte und Einstellungen wir achten, damit wir eine saubere Datengrundlage schaffen können.

Sirko Rösler Teamlead Measurement

MEHRWERT FÜR DICH DAS BEKOMMST DU

Schritt-für-Schritt-Guideline für die

Implementierung und Einrichtung deiner Google Analytics 4 Property mit über 30 Tipps und Grafiken



Überblick über alle relevanten Einstellungen und Funktionen in Google Analytics 4



🖬 Erfahrungen aus über 50 Analytics Konten, sowie unsere **Best Practises und Learnings** um sauber in die Datenerhebung starten zu können

- Hinweise, warum und für was welche Einstellung aus unserer Sicht sinnvoll ist
- Ausblick über die nächsten Schritte, um das volle Potenzial aus GA4 herauszuholen
- Quick-Checkliste, um schnell die relevantesten Punkte deines GA4-Kontos prüfen zu können

DAS ERWARTET DICH IN UNSEREM WHITEPAPER

Von ungewisser Datenqualität zu

genaueren Prognosen & Zukunftssicherheit	2
Das bekommst Du	3
Analysetool der nächsten Generation	5

Setup Checkliste	6
Übersicht	7
Implementierung	8
Kontoebene	16
Property	17
Produktverknüpfungen	29
Monitoring	30

Ouick-Check	
Checkliste	

Die nächsten Schritte	34
Dein Konto ist gecheckt	35
GA4-Setup	
Kontakt	

ANALYSETOOL DER NÄCHSTEN GENERATION

Google Analytics 4

- Mehr Daten dank Events, komplett neues Conversion-Tracking (Cross-Device und Cookieless-Tracking)
- Conversion Modelling & Machine-Learning gewähren genauere Prognosen
- Mehr Optionen zum Schutz der Privatsphäre
- Neue Zielgruppen-Konfiguration unterstützt durch Machine Learning
- Neue Analysefunktionen und Report-Möglichkeiten
- Standard Reports mit hoher Qualität (kein Daten-Sampling)

Google Analytics

 Mangel an Datenschutz
 Eingeschränkte Analysemöglichkeiten
 Limitiertes Conversion-Tracking
 Kein Machine Learning und Modelling
 keine Datengetrieben-Attribution
 Keine Individualisierung
 Keine kostenlose Verknüpfung mit Data Warehouse möglich

GA4-SETUP CHECKLISTE





TIPPS ZUR ANWENDUNG GA4-SETUP CHECKLISTE



- Vor der Durchführung des Health Checks solltest du Anti-Tracking-Tools und Skripte deaktivieren, damit du dich selbst in den Analytics Reports sehen kannst.
- Der Pin " * kennzeichnet den Pfad, auf dem du dich befindest bzw. zu dem du navigieren solltest
- Darunter siehst du die Frage oder Handlungsaufforderung zur Optimierung deines Google Analytics 4 Kontos.

📌 Tag Manager / Konfigurations-Tag

Stimmt die MESS-ID in GA4 mit der hinterlegten MESS-ID im GA4 Konfigurations- Tag überein?

Stream details				•		
STREAM NAME North America & Canada Website	STREAM URL http://shop.googlemerchandisestore.com	STREAM ID 1600198309	MEASUREMENT ID G-PSW1MY7HB4	L []		In den GA4 Property
Tag Configuration				•	1	Linstendingen
Tag Type Google Analytics: GA4 Con Google Marketing Platform	figuration					Im Google Tag Manager
Measurement ID ⑦ G-PSW1MY7HB4						Konfigurationstag

📌 Tag Manager / Konfigurations-Tag

Ist im Konfigurations-Tag "Sende ein Seitenaufruf Event, wenn der Tag lädt" aktiviert?

Tag Configuration	-
Тад Туре	
Google Analytics: GA4 Configuration Google Marketing Platform	'
Measurement ID 💿	
G-PSW1MY7HB4	
Send a page view event when this configuration loads	
Send to server container 💮	
> Fields to Set	
> User Properties	
> Advanced Settings	

--- Im Google Tag Manager Konfigurations Tag

> Hinweis: Diese Einstellung ist notwendig, damit auf jeder Seite wo das GA4 Konfigurations Tag auslöst auch ein Seitenaufruf (page_view Event) an GA4 übermittelt wird.

📌 Tag Manager / Konfigurations-Tag

Wird der GA4 Tag erst nach Einwilligung des Nutzers gefeuert?

Ja? Dann prüfe die Tag-Auslösung im Vorschaumodus oder im Tag-Assistant.

Hinweis: Im Sinne der DSGVO und zum Schutz der Privatsphäre der Nutzer ist es wichtig, dass keine Daten an GA4 übermittelt werden, bevor der Nutzer dieser Übermittlung und Datenerhebung ausdrücklich zugestimmt hat. (Für den Consent Mode gibt es Abweichungen)

Tag Manager/Containereinstellung/Tag-Abdeckung
 Ist der Google Tag auf allen Seiten eingebunden?
 Es sollten keine Seiten unter "nicht getaggt" aufgelistet werden.

Hinweis: Um ein lückenloses Tracking über alle Seiten zu garantieren und die Customer Journey komplett nachvollziehen zu können, sollte auf jeder Unterseite der Google Tag in Form vom gtag.js Snippet oder dem Google Tag Manager Container installiert sein.



Tag coverage shows where your tag is installed to help you find pages that see if they're tagged. Learn more about tag coverage



✤ Tag Manager / Konfigurations-Tag
 Ist der Google Consent Mode in die Website eingebunden?
 Richte einen Trigger ohne weitere Einschränkung auf das Consent Update Event ein.

Hinweis: Das ist abhängig von der implementierten Consent Mode Variante. Prüfe im Anschluss, ob die Tags sich wie gewollt anpassen und welche Pings gesendet werden.

✤ GA4 - Konfigurieren / DebugView
 Wirst du als Nutzer bei Cookie Einwilligung im GA4 DebugView angezeigt?

Inweis: Damit die Test-Session im GA4 Debug View angezeigt wird, sollte über den Vorschau Modus im Google Tag Manager auf die Website gegangen oder die Erweiterung Google Analytics Debugger verwendet werden.



📌 GA4 - Konfigurieren / Conversions

Sind alle relevanten Conversions angelegt und werden ausgelöst?

Conversion-Ereignisse	Werbenetzwerkeinstellungen			Neues Conversion-Ereignis
Conversion-Name	Anzahl ↓ Än	derung in %	Wert Änderung in %	Als Conversion markieren (?)
add_to_Cart	4.942	† 77,3 %	-	
meso_checkout_step2	3.172	2	~	
meso_checkout_step1	2.356	-		
purchase	1.590	1 40,8 %	126.850,07 € ↑ 55,4 %	
remove_from_cart	695		-	
view_cart	65	-		•

Innweis: Die Erstellung eines detaillierten Tracking Konzepts ist von Vorteil, um keine Touchpoints entlang der Customer Journey zu vernachlässigen. Hinterlege Conversions mit Werten, um Relationen herzustellen und den Google Ads Algorithmus gezielter anleiten zu können.

★ GA4 - Berichte / Monetarisierung Gehen E-Commerce Käufe und Umsätze ein?



 Hinweis: Oft kommt es bei der Übergabe der Conversionwerte zu Herausforderungen. Prüfe das mit einer eigenen
 Testbestellung/Conversion und dem Abgleich der Transaktions-ID und der Umsätze. Prüfe, ob der

Umsatz den richtigen Kanälen zugeordnet wird oder ob Parameter/IDs geblockt werden oder innerhalb der Customer Journey verloren gehen.

📌 Pfad noch reinschreiben

Führe eine Testbestellung durch und prüfe die eingehende Transaktions-ID mit Wert in den GA4-Reports.

	↓ Transaction ID 👻	+	Ecommerce purchases	Ecommerce purchase quantity	Ecommerce revenue
		1	14,635 100% of total	27,378 100% of total	€496,650.59 100% of total
1	20203014259		1	1	€36.98
2	20203014258	,	1	2	€26.98
3	20203014256		1	1	€26.98
4	20203014255		1	1	€26.98
5	20203014254		1	1	€26.98
6	20203014253		1	3	€34.87
7	20203014252		1	4	€40.86
8	20203014250		1	3	€60.37
9	20203014249		1	6	€55.84
10	20203014248		1	1	€26.98
11	20203014247		1	1	€36.98

📌 Kontoeinstellungen

Ist das Land des Unternehmens richtig eingestellt? (z.b. Deutschland, Österreich, Schweiz etc.)

Kontoeinstellungen		In Papierkorb verschieben
Grundlegende Einstellungen		
Kontonummer 37872175		
Kontoname		
Netzproduzenten]	
Land des Unternehmenssitzes		
Deutschland -		



Für Google Analytics 4 können noch keine Filter auf Konto-Ebene verwendet werden.

📌 Property-Einstellungen

Sind Land und Zeitzone korrekt eingestellt? Ist die Währung korrekt eingestellt?

roperty-Einstellungen	In Papierkorb versch	nieben
Hotelinformationen	PROPERTY-ID 251339688	
Property-Name GA4 - Netzproduzenten		
Branche Genau einen Wert auswählen 🗸		
Zeitzone für Berichte Deutschland • (MGZ+01:00) Deutschland Zeit •		
Währung angezeigt als Euro (€) ◄		

👉 Hinweis: Damit in den Reports Zeiträume und Währung richtig verwendet werden, muss in den Property Einstellungen die korrekte Zeitzone und Währung hinterlegt sein. Andernfalls kann es zu Zeitverschiebungen kommen und Conversion Werte werden womöglich einem falschen Zeitpunkt zugeordnet.

📌 Datenstreams

Sind die optimierten Analysen aktiviert? Wenn nicht, prüfe warum. Wurden sie durch umfangreichere Ereignisse ersetzt?



Innweis: Google Analytics 4 misst von Haus aus bereits mehr Ereignisse als Universal Analytics.
Wird kein eigenes tieferes Tracking Setup über den Google Tag Manager aufgebaut, sollten die "Optimierten Analysen" aktiviert werden.

✤ Datenstreams / Google Tag: Tag Einstellungen bearbeiten > Domains konfigurieren Sind die Domains für Cross Domain Tracking hinterlegt?

F Hinweis: Gibt es weitere Domains, von denen Traffic auf die jeweils ausgewählte Property Domain gesendet wird? Um diesen Traffic analysieren zu können, sollte Cross-Domain-Tracking aktiviert und hinterlegt sein.

Datenstreams / Google Tag: Tag Einstellungen bearbeiten > Von Nutzern übermittelte Daten von Ihrer Website einbeziehen

Ist "Von Nutzern übermittelte Daten von Ihrer Website einbeziehen" aktiviert?

Konfiguration

Von Nutzern übermittelte Daten von Ihrer Website einbeziehen

Die mit dieser Funktion verfügbar gemachten Daten werden gehasht, um sie zu schützen, und nur an bestimmte Konten gesendet. Das sind Konten, bei denen Ihren Angaben entsprechend von Nutzern bereitgestellte Daten einbezogen werden. Mit Ihrem Google-Tag verknüpfte Produkte, die diese Funktion oder bestimmte zugehörige Datentypen nicht unterstützen, erhalten keine Daten über diese Funktion. Ihre Daten werden nicht mit anderen Werbetreibenden geteilt.

Von Nutzern bereitgestellte Daten einbeziehen

Hinweis: Wenn erweiterte Conversions verwendet werden, um die Datenqualität im Konto zu erhöhen, dann sollte die Funktion "Von Nutzern übermittelte Daten von Ihrer Website einbeziehen" aktiviert sein.

✤ Datenstreams / Google Tag: Tag Einstellungen bearbeiten / Einstellungen: Alle Anzeigen / Internen Traffic definieren

Wurden Regeln für den internen Traffic erstellt?

Configuration		
Rule name ③ Example: Corporate headquarters		
internal		
IP addresses ⑦		What's my IP address?
Match type	Value	
IP address is in range (CIDR notation)	▼ Example: 192.0.2.0/24	Θ
Add condition		

Hinweis: Um internen Traffic ausschließen zu können, muss dieser hier genau auf Grundlage der IP Adresse definiert werden.

Anzeigen / Liste Unerwünschter Verweise

Wurden Verweise von Tools, Entwicklern, Zahlungsvarianten etc. ausgeschlossen? Das ist nur notwendig, wenn die Verweise in den Reports auftauchen.

Konfiguration	
Verweise ignorieren, die EINE der folgenden Bed	ingungen als Besucherquellen erfüllen
Übereinstimmungstyp	Domain
/erweisdomain enthält	paypal.com
Verweisdomain enthält	pay.klarna.com

f Hinweis: Das ist wichtig, um die Datenqualität zu erhöhen und Umsätze genau den Kanälen zuordnen zu können.

★ Datenstreams / Google Tag: Tag Einstellungen bearbeiten / Einstellungen: Alle Anzeigen / Zeitüberschreitungen für Sitzungen anpassen
 Ist die Zeitüberschreitung für Sitzungen auf 30 Minuten und der Timer für Sitzungen mit Interaktion auf 10 Sekunden eingestellt?

Konfiguration		
Zeitüberschreitung für	Sitzungen ändern	0
Stunden		
0	•	Stunden
Minuten		
30	*	Minuten
Timer für Sitzungen m	it Interaktion einste	llen ③
Sekunden		
10	-	Sekunden

Finweis: Hiermit wird definiert, ab wie vielen Sekunden eine Sitzung mit Interaktion also eine "Engaged Session" ausgelöst wird. Ein hierfür sinnvoller Schwellenwert kann von Website zu Website variieren.

Dateneinstellungen / Datenerhebung Sind die Google Signale und das Zulassen von personalisierten Anzeigen und Bestätigung für Nutzerdatenerfassung aktiviert?



f Hinweis: Durch die Aktivierung von Google Signals können die in Goolge Analytics 4 erstellten Zielgruppen an Google Ads übergeben und für die zielgerichtete Kampagnenaussteuerung verwendet werden.

Dateneinstellungen / Datenaufbewahrung Wurde die Aufbewahrung von Ereignisdaten auf 14 Monate gesetzt?

Aufbewahrung	von Nutzer- und E	reignisdaten						
Sie können die Au keine Auswirkung wirksam. <u>Weitere I</u>	fbewahrungsdauer fi en auf die meisten Sf <u>nformationen</u>	ir Daten ändern, die vo andardberichte, da die	on Ihnen gesendet we ese auf aggregierten	erden und mit Cooki Daten basieren. Änd	es, Nutzer-IDs oder V derungen an diesen E	Verbe-IDs verknüpft s instellungen werden	sind. Diese Einstellung nach 24 Stunden	gen haben
Aufbewahrung vo	ı Ereignisdaten 곗	14 Monate	•					
Nutzerdaten bei n	euer Aktivität zurück	setzen 🕐 🛛 🛑						

F Hinweis: Die Ereignisdaten sollten maximal lang aufbewahrt werden, um für Auswertungen und Analysen auf eine Vielzahl an historischen Daten zurückgreifen zu können.

Dateneinstellungen / Datenaufbewahrung Wurde der Punkt "Nutzerdaten bei neuer Aktivität zurücksetzen" aktiviert?

Aufbewahrung von Nutzer- und Ereignisdaten

Sie können die Aufbewahrungsdauer für Daten ändern, die von Ihnen gesendet werden und mit Cookies, Nutzer-IDs oder Werbe-IDs verknüpft sind. Diese Einstellungen haben keine Auswirkungen auf die meisten Standardberichte, da diese auf aggregierten Daten basieren. Änderungen an diesen Einstellungen werden nach 24 Stunden wirksam. <u>Weitere Informationen</u>



📌 Dateneinstellungen / Datenfilter

Wurde ein Filter mit dem Ausschluss des internen Traffics erstellt?

reate	data filter	
	Choose filter type	
	Developer Traffic	
	Filter event data from your development devices	
	Internal Traffic	
	Filter event data that you have identified as internal traffic	

Hinweis: In Google Analytics 4 können bisher lediglich "Developer Traffic" und "Internal Traffic" durch Filter ausgeschlossen werden.

Die aus Universal Analytics bekannten erweiterten Filterfunktionen gibt es aktuell in Google Analytics 4 noch nicht.

Internen Traffic definieren G-DGT4	nsegelGuru 9LHMM5			
	Regeln für internen Traffic	Q	Neu anordnen	Erstellen
	Reihenfolge Regelname	traffic_type-Wert		
	1 office_sonnensegelguru	internal		>
	~			

Identität für die Berichterstellung Wurde in der Identität für die Berichterstellung festgelegt, dass Nutzer als "zusammengeführt" identifiziert werden sollen?

Identität für die Berichterstellung

Hierüber wird festgelegt, welche Methoden in Analytics verwendet werden, um Nutzern Ereignisse zuzuordnen. Weitere Informationen

Wie sollen Ihre Nutzer identifiziert werden?

Abbrechen



Hinweis: Durch die zusammengeführte Berichterstellung, werden die meisten Signale mit einbezogen, um Ereignisse mit Nutzern zu kombinieren. Conversion Modelling wird genutzt, um Lücken im Reporting zu schließen.

Attributionseinstellungen / Lookback-Window Sind die Conversion Ereignisse vom Typ "Akquisition" auf 30 Tage gesetzt und alle anderen Conversion-Ereignisse auf 90 Tage?



Hinweis: Um das volle Potenzial einer datengetriebenen Attribution nutzen zu können, sollten die Lookback-Windows hoch eingestellt sein.

SCHRITT 4 **PRODUKTVERKNÜPFUNGEN**

Google Ads-Verknüpfung
Ist das Google Ads Konto mit GA4 verknüpft?

Merchant Center
 Ist das Merchant Center mit GA4 verknüpft? (eCommerce)

BigQuery-Verknüpfung
 Ist BigQuery mit GA4 verknüpft, wenn es als Data-Warehouse genutzt wird? (optional)

Search Console-Verknüpfung
 Ist die Search Console mit GA4 verknüpft? (optional)

f Hinweis: Für aussagekräftige und produktübergreifende Berichte und Analysen sollten weitere Google Produkte mit Google Analytics 4 verknüpft werden.

Startseite / Statistiken & Empfehlungen / Alle Statistiken ansehen / Verwalten oder Erstellen Sind alle relevanten benutzerdefinierten Statistiken erstellt und E-Mail Benachrichtigungen für die betreffenden Personen aktiviert?

F Hinweis: Um nicht täglich alle KPIs manuell im Konto überwachen zu müssen und bei Unregelmäßigkeiten sofort benachrichtigt zu werden, sollten für alle business relevanten KPIs automatisierte Warnmeldungen angelegt werden.

× Custom Insights			l	Erstellen
ID	Name	E-Mail-Benachrichtigungen		
5	Anomalie beim Umsatz pro Tag		1	
1	Anomalie bei der Anzahl der täglichen Ereignisse		1	
3	Anomalie bei den Aufrufen pro Tag		1	
4	Anomalie bei den Conversions pro Tag		1	
2	Anomalie bei den Nutzern pro Tag		1	
8	ECommerce: Transaction Drop 50%		1	
9	ECommerce: Revenue Drop 50%	~	1	
6	Traffic: No Data		1	
7	Channel: Traffic CPC Drop 80%		1	

Benutzerdefinierte Statistiken ermöglichen die automatische Leistungsüberwa Wenn die festgelegten Bedingungen eintreten, sehen alle Nutzer in dieser Prop Dashboard für Statistiken. Es lassen sich auch automatische E-Mail-Benachric	chung für Ihre Property. erty die Informationen im htigungen dazu einrichten.
Bedingungen festlegen	
Häufigkeit der Auswertung	
Täglich 👻	
Segment	
Alle Nutzer Änderung	
Messwert Bedingung	
Weist Anomalie auf	
Namen der Information auswählen	
Namen der Information auswählen Diese Bezeichnung erscheint später in Ihren Benachrichtigungen, sollte also aussagef	räftig genug sein.
Namen der Information auswählen Diese Bezeichnung erscheint später in ihren Benachrichtigungen, sollte also aussagek Beispiele: "Täglich – Umsatz unter 100 °C oder Wöchentlich – mehr als 50 % neue Nutzer"	rtäftig genug sein.
Namen der Information auswählen Diese Bezeichnung erscheint später in ihren Benachrichtigungen, sollte allso aussagek Beispiele: "Täglich – Umsatz unter 100 4° der "Wöchentlich – mehr als 50 % neue Natzer"	trăftig genug sein. [3 0100
Namen der Information auswählen Diese Bezeichnung erscheint später in ihren Benachrichtigungen, sollte also aussagel Beispiele: "Siglich – Umsatz unter 100 4" der Wöchemtlich – mehr als 50 %, neue Nutzer" Benachrichtigungen verwalten	crăftig genug sein. [3 0/00
Namen der Information auswählen Diese Bezeichnung erscheint später in Ihren Benachrichtigungen, sollte also aussagel Beispiele: "Biglich - Umsatz unter 100 4° oder "Wöchentlich - mehr als 50 % neue Nutzer" Benachrichtigungen verwalten Wenn die Bedingung für diese Information eintritt, können sie alle Nutzer in dieser Pro Stätistiken sehen. Die unter von Ihren genannten Nutzer werden außerdem per E Mail Zugriff auf die Property haben.	rašītig genug sein. [3 0/100 perty im Dashboard für I banachrichtigt, sofern sie
Namen der Information auswählen Diese Bezeichnung erscheint später in ihren Benachrichtigungen, sollte also aussagel Beispiele: "Täglich - Limsatz unter 100 4° oder "Wöchentlich - mehr als 50 % neue Nutzer" Benachrichtigungen verwalten Wenn die Bedingung für diese Information eintritt, können sie alle Nutzer in dieser Pro Statistiken sehen. Die unter von ihren genannten Nutzer werden außerdem per E-Mail- Zugriff auf die Poreprix haben. E-Mail-Benachrichtigungen an folgende Empflänger senden (mehrere E-Mail-Adressen	rräftig genug sein. [3 0/100 perty im Dashboard für Janachrichtigt, sofern sie durch Komma trennen)



QUICK CHECKLIST

ALLES AUF EINEN BLICK

- Stimmt die MESS-ID in GA4 mit der hinterlegten MESS-ID im GA4 Konfigurations- Tag überein?
- List im Konfigurations-Tag "Sende ein Seitenaufruf Event, wenn der Tag lädt" aktiviert?
- Wird der GA4 Tag erst nach Einwilligung des Nutzers gefeuert? Ja, dann pr
 üfe die Tag-Auslösung im Vorschaumodus oder im Tag-Assistant.
- Ist auf allen Seiten der Google Tag eingebunden? Es sollten keine Seiten unter "nicht getaggt" aufgelistet werden.
- Ist der Google Consent Mode in die Website eingebunden? Richte einen Trigger ohne weitere Einschränkung auf das Consent Update Event ein.
- Wirst du als Nutzer bei Cookie Einwilligung im GA4 DebugView angezeigt?
- Sind alle relevanten Conversions angelegt und werden ausgelöst?
- Gehen E-Commerce Käufe und Umsätze ein?
- Führe eine Testbestellung durch und prüfe die eingehende Transaktions-ID mit Wert in den GA4-Reports.
- Ist das Land des Unternehmens richtig eingestellt? (z.b. Deutschland, Österreich, Schweiz etc.)
- Für Google Analytics 4 können noch keine Filter auf Kontoebene verwendet werden.
- Sind Land und Zeitzone korrekt eingestellt? Ist die Währung korrekt eingestellt?
- Sind die optimierten Analysen aktiviert? Wenn nicht, pr
 üfe warum sie nicht aktiviert sind. Wurden sie durch umfangreichere Ereignisse ersetzt?
- Sind die Domains für Cross Domain Tracking hinterlegt?
- Ist "Von Nutzern übermittelte Daten von Ihrer Website einbeziehen" aktiviert?
- Wurden Regeln f
 ür den internen Traffic erstellt?
- Wurden Verweise von Tools, Entwicklern, Zahlungsvarianten etc. ausgeschlossen?
- Ist die Zeitüberschreitung für Sitzungen auf 30 Minuten und der Timer für Sitzungen mit Interaktion auf 10 Sekunden eingestellt?

- Sind die Google Signale und das Zulassen von personalisierten Anzeigen und Bestätigung für Nutzerdatenerfassung aktiviert?
- Wurde die Aufbewahrung von Ereignisdaten auf 14 Monate gesetzt?
- Wurde der Punkt "Nutzerdaten bei neuer Aktivität zurücksetzen" aktiviert?
- Wurde ein Filter mit dem Ausschluss den internen Traffics erstellt?
- Let bei der Methode wir Nutzer identifiziert werden sollen "Zusammengeführt" ausgewählt?
- Sind die Conversion Ereignisse vom Typ "Akquisition" auf 30 Tage gesetzt und Alle anderen Conversion-Ereignisse auf 90 Tage?
- Ist das Google Ads Konto mit GA4 verknüpft?
- Ist das Merchant Center mit GA4 verknüpft? (Ecommerce)
- Ist BigQuery mit GA4 verknüpft, wenn es als Data-Warehouse genutzt wird? (optional)
- Ist die Search Console mit GA4 verknüpft? (optional)
- Sind alle relevanten benutzerdefinierten Statistiken erstellt und E-Mail Benachrichtigungen für die betreffenden Personen aktiviert?

YOU DID IT!





N

YOU DID IT! DEIN KONTO IST GECHECKT!

Das sind die nächsten Schritte:

- **01** Tracking einrichten
- 02 Tracking prüfen
- 03 Reports und Analysen in GA4 erstellen
- 04 Für weitere Visualisierungen diverse Reports im Looker Studio anlegen
- **05** Weitere Conversions und Zielgruppen für den Google Ads Import erstellen

Startseite 🛆 -						2
Nutzer Conversions	Neue Nutzer	Ereignisanzahl		NUTZER IN DEN LETZ	TEN 30 MINUTEN	
17.430 109.743	13.950	446.928		60		
111,9% 13,9%	Ť 17,0 %	41,5%	1.000	NUTZER PRO MINUTE		
			3.001	In set 1		
			4.001			
			3 003	LAND -	NUT	ZER -
			2.000	India		18
			1.003	Teiwan		14
30 31 0 JMD FR	1 02	03 04	05	United States		12
- Lotzte 7 Tago Vorheriger Zoltraum				Vietnam		6
Latata 7 Tana 🖛		Designed a			In Fahranit and	alara A
	-			rfan hahan		
	-73 H	er sehen Sie Berichte und Sei	ten, die Sie zuletzt aufger			
Vorschläge für Sie	d∑ H	er sehen Sie Berichte und Sei	ten, die Sie zuletzt aufger			
Vorschläge für Sie Nutzer + nach Landes-ID +	LANDES-ID	er sehen Sie Berichte und Sel	ten, die Sie zuletzt aufger Sitzungen ≠ nach Sitzung – Stander SiTZUNG – STAND	* SITZUNGEN	Aufrufe nach Settentitei und Bilds	AUFRUFE
Vorschläge für Sie Nutzer = nach Landes-ID =	LANDES-ID United States	v sehen Sie Berichte und Sal NUTZUR 10.779 f 23.0%	ten, die Sie zuletzt aufger Sitzungen ≈ nach Sitzung – Stander… Sitzung – Stander… Organic Search	*	Aufrufe nach Seitentilei und Bids SETERTITEL UND Home 15.448	NUFRUFE 1 123 %
Vorschläge für Sie Autzer = nach Landes ID =	LANDES-ID United States India	NUTZER 10,779 1 21,0% 1,394 1 43%	sitzungen ≠ nach Sitzungen ≠ nach Sitzung – Stander… SitzUNG – STAND… Organis Search Diriet	* SITZUNGEN 7.558 11.13 7.804 11695	Aufrufe nach Seitentite und Bids StiTRYTTEL UND Home 15.448 Mens / Undie Store 3.189	AUFRUFE 1 123% 1 35%
Vorschläge für Sie Nutzer = nach Landes-ID =	LANDES-ID United States India Canada	NUTZER 10,779 1 23,0% 1,594 1 445% 1,294 2 485%	sitzungen = nach Sitzungen = nach Sitzung - Standar Organic Saard Direct Paid Search	* SITZUNGEN 7.558 1 1.1 3 7.804 1 1695 1.200 4 3625	Aufrufe nach Seitentitei und Bilds Stirtfertricu Wo Home 15.448 Menny / Jadie Stare 31.19 Singeing Gat 30.027	AUFRUFE † 123% † 85% 1 07%
Vorschläge für Sie Retzer = nach Landes ID =	LANDES-ID United Stores Indu Conda Chria	NUTZER 10.779 12.10% 1.594 14.5% 1.259 2.26% 420 12.25%	Sitzungen * nach Sitzungen * nach Sitzung – Standar. Sitzung – Standar. Direct Direct Direct Direct Direct Direct Direct	SITZUNGEN 7.558 1.1.15 7.864 1.165 1.209 4.855	Autrute nach Settestisk und 1935_ SUTEKTITAL UHD	AUFRUFE † 123% † 35% 1 0.7% † 22,4%
Vorschläge für Sie Nutzer = nach Landes IB =	LANDES-ID United States andre Grands Japan	NUTZER 10.779 1 210 % 1.594 1 45% 1.299 1 245% 202 4 25%	Sitzungen + nach Sitzung - Standar. Sitzung - Standar. Sitzung - Standar. Organic Search Direct Paid Search Unacsigned Display	 SITZUNGEN 7.558 1.0.3 7.604 1.1.65 1.703 4.3624 1.605 4.555 1.485 1.2605 	Autrule sach Seitereitier uns 1985. Striftertifte uns 1985. Meine 11:448 Stre 11:99 Sergeng Get 12:97 Apprel 1.:es Store 21:327 The Gorgiaes.1-es 21:327	AUFRUFE † 123% † 35% ‡ 07% † 224%

DU BRAUCHST HILFE BEIM GA4-SETUP?

HEALIT CHECK

N netzproduzenten

✓ GOOGLE ANALYTICS HEALTH CHECK

- Health Check
- ggf. Erstellung eines neuen Datenstreams
- Verknüpfung GA4 mit Google Ads
- Erstellung benutzerdef. Alerts
- Erstellung von Remarketing Zielgruppen

EINRICHTUNG TRACKING VIA GA4

- Überprüfung des bisherigen Conversion-Trackings
- Erstellung wichtiger Events nach Macro, Meso & Micro Schema
- Erstellung essenzieller Conversions

EINRICHTUNG TRACKING VIA TAGMANAGER

- Verknüpfung Tag Manager mit GA4
- Erstellung der Conversions zur Abdeckung der Customer Journey (Ecommerce und Leadgen)
- Erstellung wichtiger Events nach Macro, Meso & Micro-Schema
- Erstellung der Tags, Trigger & variablen für die entsprechenden Events

DAS SIND DIE NÄCHSTEN STEPS

WEG VON UNGEWISSER DATENQUALITÄT ZU GENAUEREN PROGNOSEN UND ZUKUNFTSSICHERHEIT

- 01 Angebotsunterbreitung
- **02** Einrichtung eines GA4-Datenstreams (falls noch nicht vorhanden)
- 03 Durchführung eines GA4-Health-Checks und Gewährleistung grundlegender Basis-Konfigurationen

- 04 Erstellung von Remarketing-Zielgruppen
- **05** Einrichtung des Conversion-Trackings über Google Tag Manager und GA4
- **06** Erstellung benutzerdefinierter Benachrichtigungen (Alerts)

JETZT KONTAKT AUFNEHMEN DEIN KONTAKT ZUM TRACKINGEXPERTEN



Sirko Rösler Teamlead Measurement

sirko.roesler@netzproduzenten.de +49 (0) 351 - 799 918 06 Netzproduzenten GmbH Karcherallee 19 01277 Dresden

BEHIND THE SCENES WER SIND DIE NETZPRODUZENTEN?



instagram.com/netzproduzenten



netzproduzenten.de/blog



facebook.com/netzproduzenten



linkedin.de/netzproduzenten



youtube.de/netzproduzenten







