



Google Analytics 4 – Alltags-Tipps
GA4 für dein KMU-Online-Marketing

Speaker: Sven Deutschländer
dskom digital.marketing.agentur



Naaaaa toll !!!!
Ich wäre schon froh, wenn mein GA4
wenigstens das zuverlässig könnte :-/



Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- ➔ **Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen**
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Optimierte Analysen

Mit dieser Funktion lassen sich neben der Anzahl der Seitenaufrufe (Standardmessung) auch Interaktionen und Inhalte auf Ihren Websites automatisch erfassen. Daten aus Seitenelementen wie Links und eingebettete Videos können mit relevanten Ereignissen erfasst werden. Achten Sie dabei bitte darauf, dass keine personenidentifizierbaren Informationen an Google gesendet werden. [Weitere Informationen](#)

Wird gemessen: Seitenaufrufe Scrollvorgänge Klicks auf externe Links + 4 mehr

➔

Seitenaufrufe

Jedes Mal, wenn eine Seite aufgebaut wird oder wenn sich der Status des Browserverlaufs der Website ändert, wird ein Ereignis vom Typ „Seitenaufwurf“ erfasst. In den erweiterten Einstellungen können Sie Ereignisse, die sich auf den Browserverlauf beziehen, deaktivieren.

[Erweiterte Einstellungen einblenden](#)

Scrollvorgänge

Jedes Mal, wenn ein Nutzer das Seitenende erreicht, wird ein Scroll-Ereignis erfasst.

Klicks auf externe Links

Jedes Mal, wenn ein Besucher auf einen Link zu einer anderen Domain klickt, wird ein Ereignis vom Typ „Klick auf externen Link“ erfasst. Standardmäßig treten solche Klickereignisse ein, wenn ein Nutzer über einen ausgehenden Link von der aktuellen Domain auf eine andere weitergeleitet wird. Links zu Domains, die in den Tagging-Einstellungen für die domainübergreifende Messung definiert wurden, lösen keine ausgehenden (externen) Klickereignisse aus.

Website-Suche

Jedes Mal, wenn ein Besucher auf Ihrer Website eine Suche durchführt (basierend auf einem Suchparameter), wird ein Suchereignis erfasst. Standardmäßig wird ein solches Ereignis immer dann ausgelöst, wenn eine Seite mit einem gängigen Suchparameter in der URL geladen wird. In den erweiterten Einstellungen können Sie festlegen, welche Parameter berücksichtigt werden sollen.

[Erweiterte Einstellungen ausblenden](#)

Suchparameter für Suchbegriffe

Sie können bis zu zehn Parameter durch Kommas getrennt und nach Priorität geordnet angeben. Verwendet wird nur der erste passende Parameter.

Zusätzliche Suchparameter

Sie können bis zu zehn durch Kommas getrennte Parameter angeben. Die Groß- und Kleinschreibung wird nicht berücksichtigt.

90% Scrolltiefe – geht auch anders:
<https://youtu.be/Hj0cRovWbcw>

„click“ – rename in „external clicks“:
<https://youtu.be/YgS5GKoxrGO>

Suchbegriffe fehlen in Berichten:
<https://youtu.be/t3bjUUO9T0s>

Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Optimierte Analysen ✔

Mit dieser Funktion lassen sich neben der Anzahl der Seitenaufrufe (Standardmessung) auch Interaktionen und Inhalte auf Ihren Websites automatisch erfassen. Daten aus Seitenelementen wie Links und eingebettete Videos können mit relevanten Ereignissen erfasst werden. Achten Sie dabei bitte darauf, dass keine personenidentifizierbaren Informationen an Google gesendet werden. [Weitere Informationen](#)

Wird gemessen: Seitenaufrufe Scrollvorgänge Klicks auf externe Links + 4 mehr ➔

Interaktionen mit Formular ✔

Jedes Mal, wenn ein Besucher mit einem Formular auf Ihrer Website interagiert, wird ein Ereignis vom Typ „Interaktion mit Formular“ erfasst.

Engagement mit dem Video ✔

Wenn ein Besucher mit einem auf Ihrer Website eingebetteten Video interagiert, werden Wiedergabe, Fortschritt und Abschluss jeweils als Ereignis erfasst. Standardmäßig werden Videoereignisse automatisch für eingebettete YouTube-Videos mit aktiviertem [JS API-Support](#) ausgelöst.

Dateidownloads ✔

Jedes Mal, wenn ein Nutzer auf einen Link mit einer gängigen Erweiterung für Dokumente, komprimierte Dateien, Anwendungen, Video- oder Audiodateien klickt, wird ein Dateidownload-Ereignis erfasst.

Leider nicht sehr zuverlässig:
<https://youtu.be/ewf9g2LyZKO>

Erfasst nur YouTube-Videos:
granulareres YouTube-Video-Tracking möglich:
<https://youtu.be/f8QjfoiFc6g>
Vimeo: https://youtu.be/h_YX-42H-dE
Wistia: <https://youtu.be/co1HivDk57E>

Trackt einfach alle Datei-Downloads mit. Doch du brauchst nur PDFs?
<https://youtu.be/k-S7fikNpis> - funktioniert über file_name und file_extension

WordPress + MonsterInsights: <https://youtu.be/vvzIX9p7Z0I>

Property [+ Property erstellen](#)

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Verwaltung

Google-Tag

Tag-Einstellungen bearbeiten
 Sie können das Verhalten des Google-Tags konfigurieren, einschließlich domainübergreifender Verknüpfungen und interner Zugriffe. [Weitere Informationen](#)

Internen Traffic definieren
 IP-Adressen festlegen, deren Traffic als intern gekennzeichnet werden soll

[Mehr anzeigen](#) ▾

Liste unerwünschter Verweise
 Geben Sie Domains an, deren Traffic nicht als Verweis angesehen werden soll

Zeitüberschreitung für Sitzungen anpassen
 Maximale Dauer von Sitzungen festlegen

Konfiguration

Regelname

traffic_type-Wert

IP-Adressen [Welche IP-Adresse habe ich?](#)

Übereinstimmungstyp Wert

[Bedingung hinzufügen](#)

Definition + Filter-Aktivierung:
<https://youtu.be/018vb5hDtE8>

Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Verwaltung

Google-Tag

- Tag-Einstellungen bearbeiten**
Sie können das Verhalten des Google-Tags konfigurieren, einschließlich domainübergreifender Verknüpfungen und interner Zugriffe. [Weitere Informationen](#)
- Internen Traffic definieren**
IP-Adressen festlegen, deren Traffic als intern gekennzeichnet werden soll
- Liste unerwünschter Verweise**
Geben Sie Domains an, deren Traffic nicht als Verweis angesehen werden soll
- Zeitüberschreitung für Sitzungen anpassen**
Maximale Dauer von Sitzungen festlegen

Konfiguration

Verweise ignorieren, die EINE der folgenden Bedingungen als Besucherquellen erfüllen

Übereinstimmungstyp	Domain	
Verweisdomain enthält	dsk	
Verweisdomain enthält	paypal	
Verweisdomain enthält	sofort	

[Bedingung hinzufügen](#)

Domains konfigurieren
 Eine Liste von Domains zur domainübergreifenden Messung angeben

Die eigene Domain ist nie ein Verweis:
<https://youtu.be/9Uokq4bhHjE>

[Mehr anzeigen](#)

Property **+ Property erstellen**

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams**
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Verwaltung

Google-Tag

- Tag-Einstellungen bearbeiten**
Sie können das Verhalten des Google-Tags konfigurieren, einschließlich domainübergreifender Verknüpfungen und interner Zugriffe. [Weitere Informationen](#)
- Internen Traffic definieren**
IP-Adressen festlegen, deren Traffic als intern gekennzeichnet werden soll
- Liste unerwünschter Verweise**
Geben Sie Domains an, deren Traffic nicht als Verweis angesehen werden soll
- Zeitüberschreitung für Sitzungen anpassen**
Maximale Dauer von Sitzungen festlegen

Konfiguration

Zeitüberschreitung für Sitzungen ändern ⓘ

Stunden: Stunden

Minuten: Minuten

Timer für Sitzungen mit Interaktion einstellen ⓘ

Sekunden

- 30
- 10
- 20
- 30**
- 40
- 50
- 60

[Mehr anzeigen](#) ▾

Was ist eine Sitzung mit Interaktion:
<https://youtu.be/BTk7peF4H1Y>

Property **+ Property erstellen**

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen**
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Dateneinstellungen

- Datenerhebung**
- Datenaufbewahrung
- Datenfilter
- Channelgruppen

Mehr über Reporting Identitys:
<https://youtu.be/IUVX7aFnSvo>

Mehr Details dazu, was Google Signals kann:
<https://youtu.be/xGj3mKcXLV4>

Datenerhebung durch Google-Signale ⌵

i In Berichten oder Analysen werden nur Daten berücksichtigt, die unter dieser Einstellung erfasst wurden. Außerdem müssen ausreichend Zugriffe für die Property vorhanden sein. [Weitere Informationen](#)

Wenn Sie Google-Signale aktivieren, werden in Google Analytics zusätzlich zu den standardmäßig erfassten Informationen auch Daten zu Zugriffen erhoben. So lassen sich beispielsweise geräteübergreifend Zielgruppen ermitteln und Statistiken abrufen.

Wenn diese Funktionen aktiviert sind, werden in Google Analytics Besucherdaten erhoben und mit den Informationen aus Google-Konten angemeldeter Nutzer verknüpft. Diese müssen einer solchen Verknüpfung zuvor zugestimmt haben, um personalisierte Werbung zu erhalten. Die Besucherdaten können den Standort des Endnutzers, den Suchverlauf, den YouTube-Verlauf und Daten aus Websites von Google-Partnern enthalten. Sie werden verwendet, um geräteübergreifend zusammengefasste und anonymisierte Statistiken zum Verhalten Ihrer Nutzer zur Verfügung zu stellen. Indem Sie diese Funktionen aktivieren, bestätigen Sie, dass Sie die [Richtlinienanforderungen für Google-Werbefunktionen](#) einhalten, einschließlich der Regeln zu sensiblen Kategorien. Weiterhin bestätigen Sie, dass Sie die Endnutzer über eine solche Verknüpfung von Daten informiert und die erforderlichen Berechtigungen dafür erhalten haben. Nutzer können über [Meine Aktivitäten](#) auf diese zugreifen und sie löschen.

Die Datenerhebung durch Google-Signale ist in **307 von 307** Regionen zulässig. ⚙️

Hinweis: Wenn die Option oben aktiviert ist, werden in Google Analytics automatisch zusätzliche Daten zu Zugriffen erhoben. Falls Sie keine Daten für Google-Signale erheben möchten, müssen Sie die Option deaktivieren. Außerdem muss die Datenerhebung für Werbefunktionen in Ihren Google Analytics-Tags nicht manuell aktiviert sein.

Include Google signals in reporting identity **!**

When turned on, Google Analytics will show insights and more detailed information in reports, using information from signed-in and consented Google account users who visit your website and apps. [Learn more about reporting identity](#)

Detaillierte Standort- und Gerätedatenerfassung ⌵

Erweiterte Einstellungen für das Zulassen von personalisierten Anzeigen ⌵

Bestätigung für Nutzerdatenerhebung ⌵ **Bestätigt**

Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- ➔ **Dateneinstellungen**
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

Dateneinstellungen

Datenerhebung

➔ **Datenaufbewahrung**

Datenfilter

Channelgruppen

Aufbewahrung von Nutzer- und Ereignisdaten

Sie können die Aufbewahrungsdauer für Daten ändern, die von Ihnen gesendet werden und mit Cookies, Nutzer- 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. [Weitere Informationen](#)

Aufbewahrung von Ereignisdaten 14 Monate 2 Monate 14 Monate

Nutzerdaten bei neuer Aktivität zurücksetzen

Speichern Abbrechen

Sie können die Aufbewahrungsdauer für Daten ändern, die von Ihnen gesendet werden und mit Cookies, Nutzer- oder Werbe-IDs verknüpft sind.











Einfluss auf Year-to-Year-Vergleiche und Auswertungen in Explorative Datenanalyse !!!

Das Ganze in bewegten Bildern:
<https://youtu.be/NZzPRh2aoe0>

Property [+ Property erstellen](#)

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

PRODUKTVERKNÜPFUNGEN

-  Google Ads-Verknüpfungen
-  Ad Manager-Verknüpfungen
-  BigQuery-Verknüpfungen
-  Display & Video 360-Verknüpfungen
-  Floodlight-Verknüpfungen
-  Merchant Center
-  Optimize-Verknüpfungen
-  Google Play-Verknüpfungen
-  Search Ads 360-Verknüpfungen
-  Search Console-Verknüpfungen

Verknüpfungen – Google Ads

Kontoname	Konto-ID	Kontotyp	Personalisierte Anzeigen	Datum der Verknüpfung	Verknüpft von
dskom digital.marketing.agentur	664-983-7050	Konto	Aktiviert	21.06.2023	dskomgmbh@gmail.com

Items per page: 5 | 1 - 1 of 1

Search Console-Verknüpfungen

Name der Search Console-Property	Typ der Search Console-Property	Webstream	Stream-ID	Verknüpft von	Datum der Verknüpfung
https://www.dskom.de/	URL-Präfix	dskom.de	4693753426	s.deutschlaender@gmail.com	14.03.2023

Mehrere Ads-Konten, aber nur 1 GSC-Property verknüpfbar.

Google Ads Verknüpfung: <https://youtu.be/EyJKNmO2zuM>

Search Console Linking: <https://youtu.be/GeAEC15Gr8U>

Property [+ Property erstellen](#)

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

file_download	9	↓ 86,6 %	7	↓ 82,1 %	<input type="checkbox"/>
first_visit	2.980	↑ 6,7 %	2.975	↑ 6,6 %	<input type="checkbox"/>
form_start	67	0,0 %	53	6,0 %	<input type="checkbox"/>
form_submit	17	↑ 54,5 %	13	↑ 116,7 %	<input type="checkbox"/>
page_view	9.254	↑ 87,3 %	3.113	↑ 7,1 %	<input type="checkbox"/>
scroll	443	↓ 5,1 %	328	↓ 17,6 %	<input type="checkbox"/>
session_start	3.574	↑ 2,2 %	3.095	↑ 5,6 %	<input type="checkbox"/>

Standard-Ereignisse aus „Optimierte Analysen“ helfen nur selten für Conversion-Tracking. Benutzerdefinierte Ereignisse müssen hinzugefügt werden. Am besten via Tag Manager:

Danke-Seite: <https://youtu.be/w8sbhkaMnXU> – **PDFs:** <https://youtu.be/g7EvBZISx50>
E-Mail-Klicks: <https://youtu.be/ZqmRr8wGmic> – **Telefon-Nr.:** <https://youtu.be/FE5cTIhNJro>
Button-Klicks: <https://youtu.be/0WdeCkFCOVY>
Element-Sichtbarkeit: <https://youtu.be/OiWVJed3bvQ> **UA – Dauer in Minuten:**
UA – mind. 3 Seiten: <https://tinyurl.com/ga4-conv-sps> https://youtu.be/4ySb0BpS_W4

Property [+ Property erstellen](#)


dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)





- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

kontakt_email_telefon	12	↓	42,9 %	12	↓	40,0 %	<input type="checkbox"/>
kontakt_formular_abgeschickt	18	↑	20,0 %	13	↑	0,0 %	<input type="checkbox"/>
kontakt_google_maps_klick	6	↑	50,0 %	5	↑	25,0 %	<input checked="" type="checkbox"/>
kontakt_mailings_anfrage	3		-	3		-	<input checked="" type="checkbox"/>
newsletter_abo_erfolgreich	11	↑	266,7 %	9	↑	200,0 %	<input checked="" type="checkbox"/>

Property [+ Property erstellen](#)

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
-  Conversions
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

kontakt_email_telefon	12	↓	42,9 %	12	↓	40,0 %	<input type="checkbox"/>
kontakt_formular_abgeschickt	18	↑	20,0 %	13	↑	0,0 %	<input type="checkbox"/>
kontakt_google_maps_klick	6	↑	50,0 %	5	↑	25,0 %	<input checked="" type="checkbox"/>
kontakt_mailings_anfrage	3	-	-	3	-	-	<input checked="" type="checkbox"/>
newsletter_abo_erfolgreich	11	↑	266,7 %	9	↑	200,0 %	<input checked="" type="checkbox"/>
							
button_klicks	661	↑	54,1 %	66,1	↑	54,1 %	<input checked="" type="checkbox"/> ⋮
kontakt_email_telefon 	12	↓	42,9 %	120	↓	42,9 %	<input checked="" type="checkbox"/> ⋮
kontakt_formular_abgeschickt 	14	↑	7,7 %	24.997,15	↓	20,4 %	<input checked="" type="checkbox"/> ⋮
kontakt_google_maps_klick 	6	↑	50,0 %	6	↑	50,0 %	<input checked="" type="checkbox"/> ⋮

Property **+ Property erstellen**

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions**
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

× Zählmethode

Speichern

Sie legen fest, wie diese Conversion gezählt werden soll. Nach der gewählten Zählmethode werden dann künftige Conversion-Aktionen, aber keine bereits vergangenen Ereignisse gezählt. [Weitere Informationen zu Zählmethoden](#)

⚠ Damit jedes Mal, wenn eine Conversion erfolgt, detailliert und genau gezählt wird, sollte auf die Zählmethode „Einmal pro Ereignis“ umgestellt werden.

- Einmal pro Ereignis** Empfohlen
Jedes Mal, wenn ein Ereignis eintritt, zählt es als eine Conversion.
- Einmal pro Sitzung**
Ereignis in einer bestimmten Sitzung nur einmal als Conversion zählen.

Zählmethode ändern

button_klicks	661	↑ 54,1 %	66,1	↑ 54,1 %	<input checked="" type="checkbox"/>	⋮
kontakt_email_telefon	12	↓ 42,9 %	120	↓ 42,9 %	<input checked="" type="checkbox"/>	⋮
kontakt_formular_abgeschickt	14	↑ 7,7 %	24.997,15	↓ 20,4 %	<input checked="" type="checkbox"/>	⋮
kontakt_google_maps_klick	6	↑ 50,0 %	6	↑ 50,0 %	<input checked="" type="checkbox"/>	⋮



Property + Property erstellen

dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions**
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen

✕ Standard-Conversion-Wert
Speichern

Der Conversion-Wert ist ein Geldbetrag, den Sie einer Conversion zuweisen können.

Wenn Sie ein Ereignis als Conversion kennzeichnen, hat diese eventuell bereits einen Wert. Der hier ausgewählte Wert wird nur einer Conversion zugewiesen, die noch keinen Wert hat. [Weitere Informationen zu Standard-Conversion-Werten](#)

Keinen Standard-Conversion-Wert festlegen
Für diese Conversion wird ihr aktueller Wert verwendet (falls vorhanden)

Standard-Conversion-Wert festlegen
Dieser Geldbetrag wird einer Conversion zugewiesen, sobald sie auftritt

Euro (€) ▾

15.50

Punkt, nicht Komma

button_klicks	661	↑ 54,1 %	66,1	↑ 54,1 %	<input checked="" type="checkbox"/>	⋮
kontakt_email_telefon	12	↓ 42,9 %	120	↓ 42,9 %	<input checked="" type="checkbox"/>	⋮
kontakt_formular_abgeschickt	14	↑ 7,7 %	24.997,15	↓ 20,4 %	<input checked="" type="checkbox"/>	⋮
kontakt_google_maps_klick	6	↑ 50,0 %	6	↑ 50,0 %	<input checked="" type="checkbox"/>	⋮

Standard-Conversion-Wert festlegen

- Property + Property erstellen
- dskom.de (GA4 - 2023) (357778150)

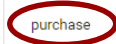
- Einrichtungsassistent
- Property-Einstellungen
- Zugriffsverwaltung für Property
- Datenstreams
- Ereignisse
- Conversions**
- Zielgruppen
- Benutzerdefinierte Definitionen
- Dateneinstellungen
- Datenimport
- Identität für die Berichterstellung
- Attributionseinstellungen



Aktuell bestes Video dazu:
<https://youtu.be/CISLdoNKZMI>

Google Doku für Entwickler:
<https://tinyurl.com/ga4-ecomm>

Conversion-Ereignisse		Einstellungen für Werbenetzwerke				↓ Neues Conversion-Ereignis
Conversion-Name ↑	Anzahl	Änderung in %	Wert	Änderung in %	Als Conversion markieren (?)	
kontakt_email_telefon	19	↓ 24,0 %	19	↓ 24,0 %	<input checked="" type="checkbox"/>	⋮
purchase	503	↑ 6,8 %	99.554	↑ 50,8 %	<input type="checkbox"/>	⋮



The screenshot shows the GA4 'Bericht-Snapshot' (Report Snapshot) interface. Red arrows and labels highlight several key elements:

- Bericht-Snapshot**: The main report title at the top left.
- Echtzeit**: The 'Realtime' tab selected in the top navigation bar.
- Sammlung**: A label pointing to the 'Leads generieren' (Generate Leads) goal in the left sidebar.
- Thema**: A label pointing to the 'Akquisition' (Acquisition) section in the left sidebar.
- Karte**: A label pointing to the line chart showing user activity over time.
- Berichte**: A label pointing to the 'In Echtzeit anzeigen' (Show in Realtime) button at the bottom right.

The main content area displays the following data and charts:

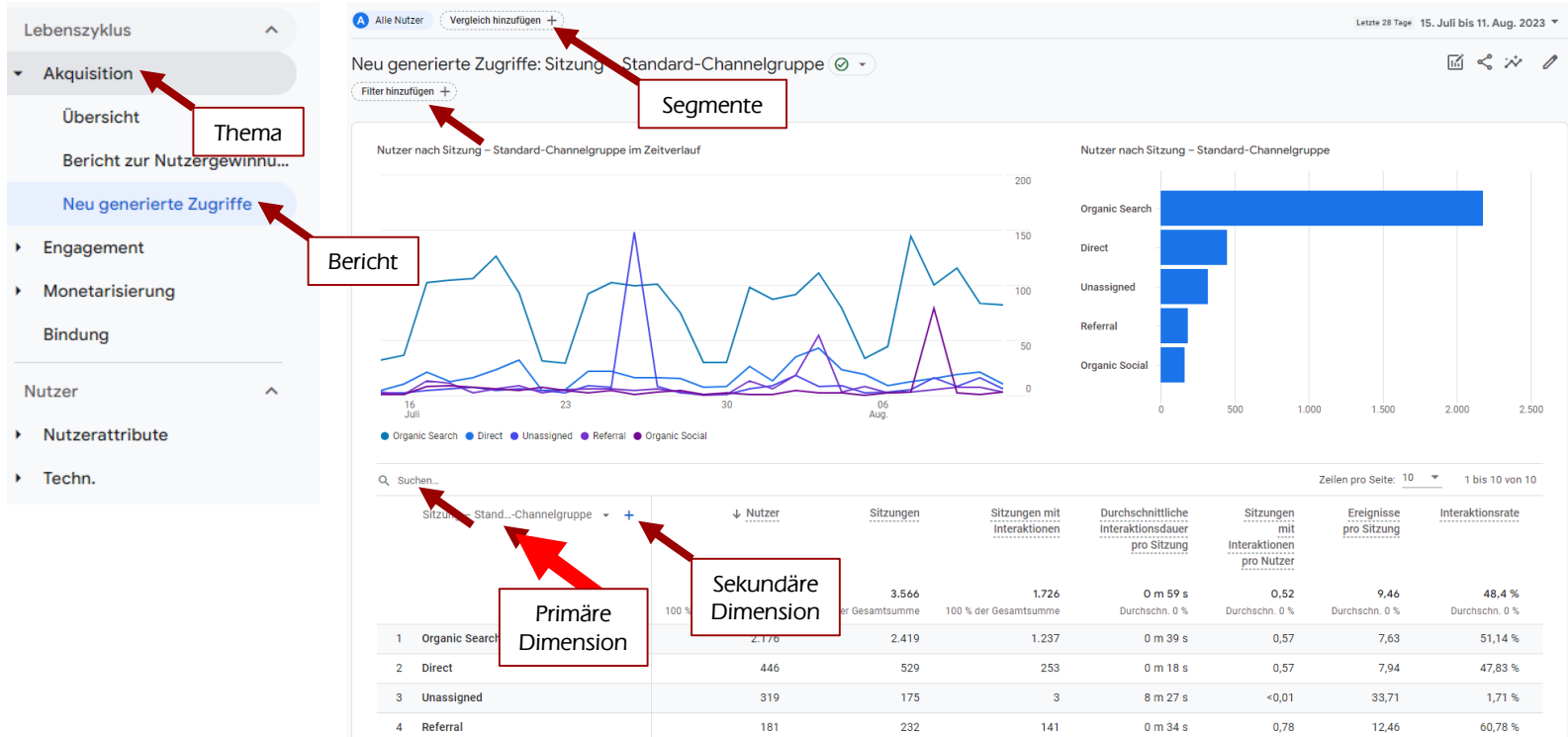
- Summary Metrics:**
 - Nutzer: 3.324
 - Neue Nutzer: 3.073
 - Durchschnittliche Interaktionsdauer: 1 m 03 s
- NUTZER IN DEN LETZTEN 30 MINUTEN:** A bar chart showing 3 users in the last 30 minutes.
- TOP-LÄNDER:** A table showing the top countries by user count:

TOP-LÄNDER	NUTZER
Germany	3
- Statistiken:** A section with a recommendation: 'Google/organic verursacht mit 47,7 % die meisten Conversions'.
- WOHER SIND NEUE NUTZER GEKOMMEN?:** A horizontal bar chart showing the source of new users:

Source	Count
Organic Search	~2.4
Direct	~1.2
Referral	~0.8
Organic Social	~0.4
- WAS SIND IHRE ERFOLGREICHSTEN KAMPAGNEN?:** A table showing successful campaigns:

SITZUNG - STAND...	SITZUNGEN
Organic Search	2.419
Direct	529
Referral	232
- Nutzer nach Land:** A table showing users by country:

LAND	NUTZER
Germany	2.596
United States	117
Austria	114



- Lebenszyklus ^
- ▼ Akquisition
- Übersicht
- Bericht zur Nutzergewinnu...
- Neu generierte Zugriffe
- Engagement
- Monetarisierung
- Bindung
- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.

Suchen...

Zeilen pro Seite: 10 Weiter zu: 1 < 1 bis 10

	Sitzung - Quelle/Medium +	↓ Nutzer	Sitzungen	Sitzungen mit Interaktionen	Durchschnittliche Interaktionsdauer pro Sitzung	Sitzungen mit Interaktionen pro Nutzer	Ereignisse pro Sitzung	Interaktionsrate
	<input type="text" value="Nach Elementen suchen"/>							
	Sitzung - Standard-Channelgruppe	324		726	0 m 50 s	0,52	9,46	
	Sitzung - Quelle/Medium	100 % der Gesamt...		100 % der Gesamt...			Durchschn. 0 %	Durchschn. 0 %
1	googl	340	2.240	1.136	0 m 18 s	0,57	7,55	50,71 %
2	(direc	446	529	253	8 m 48 s	0,00	7,94	47,83 %
3	(not s	312	168	0	0 m 00 s	0,08	3,43	0 %
4	faceb	106	106	8	0 m 43 s	0,57	7,92	52,05 %
5	bing /	67	73	38	0 m 29 s	0,76	9,17	74,6 %
6	googl referr	62	63	47	0 m 15 s	0,40	5,85	40 %
7	m.fac	40	40	16	1 m 22 s	0,84	10,80	67,39 %
8	maps.google.com / organic	37	46	31	0 m 20 s	0,43	8,59	40,91 %
9	meta.com / cpc	21	22	9				

Suchen...

- Sitzung - Standard-Channelgruppe
- Sitzung - Quelle/Medium
- Sitzung - Medium
- Sitzung - Quelle
- Sitzung - Quellplattform
- Sitzung - Kampagne

Acquisition

Behavior

Conversion

- Lebenszyklus ^
- Akquisition
- ▾ Engagement ↗
- Übersicht
- Ereignisse
- Conversions
- Seiten und Bildschirme
- Landingpage ↗
- Monetarisierung
- Bindung
- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.

Suchen...

Zeilen pro Seite: 10 Weiter zu: 1 < 1 bis 10 von 157 >

Landingpage	+ ↗	↓ Sitzungen	Nutzer	Neue Nutzer	Durchschnittliche Interaktionsdauer pro Sitzung	Conversions Alle Ereignisse	Gesamtumsatz
	3.073 summe				0 m 59 s	868,00	0,00 €
1 (not set)	Besucherquelle			149	0 m 47 s	21,00	0,00 €
2 /	Erste Nutzerinteraktion - Quelle/Medium			275	1 m 13 s	227,00	0,00 €
3 /blog-mailings/anschreiben-en	Sitzung - Quelle/Medium			379	0 m 41 s	1,00	0,00 €
4 /blog-mailings/bester-versandzeitpunkt-newsletter		208	204	200	0 m 25 s	4,00	0,00 €
5 /online-marketing-seminare		175	166	162	0 m 14 s	16,00	0,00 €
6 /blog-mailings/email-newsletter-anmeldung-dsgvo-konform		152	146	142	0 m 40 s	1,00	0,00 €
7 /mailings/sms-marketing-services		108	104	103	0 m 21 s	23,00	0,00 €
8 /seminare/workshop-event-ungewoehnliche-unternehmer		94	88	83	0 m 22 s	36,00	0,00 €
9 /blog-mailings/weihnachtsgruesse-kunden-ideen-texte		76	75	75	1 m 27 s	0,00	0,00 €
10 /mailings/cloud-fax-service		69	68	66	0 m 32 s	13,00	0,00 €

Lebenszyklus	^
▶ Akquisition	
▼ Engagement	↖
Übersicht	
Ereignisse	
Conversions	
Seiten und Bildschirme	
Landingpage	↖
▶ Monetarisierung	
Bindung	
Nutzer	^
▶ Nutzerattribute	
▶ Techn.	

Nutzer = Aktive Nutzer
Nutzer aus einer Sitzung mit Interaktion

Nutzer insgesamt
Alle Nutzer (bedingungslos)

Neue(r) Nutzer
Nutzer aus Sitzung mit first_visit-Ereignis

Wiederkehrende(r) Nutzer
Nutzer aus Sitzung ohne first_visit-Ereignis

Q /online-marketing-seminare

	Sitzung – Quelle/Medium	↓ Sitzungen	Nutzer	Neue Nutzer
		175 4,91 % der Gesamtsumme	166 4,99 % der Gesamtsumme	162 5,27 % der Gesamtsumme
1	/online-marketing-seminare (direct) / (none)	92	84	83
2	/online-marketing-seminare googleads.g.doubleclick.net / referral	32	32	32
3	/online-marketing-seminare google / organic	30	29	28
4	/online-marketing-seminare 5sterne-onlinemarketing.de / referral	2	2	0

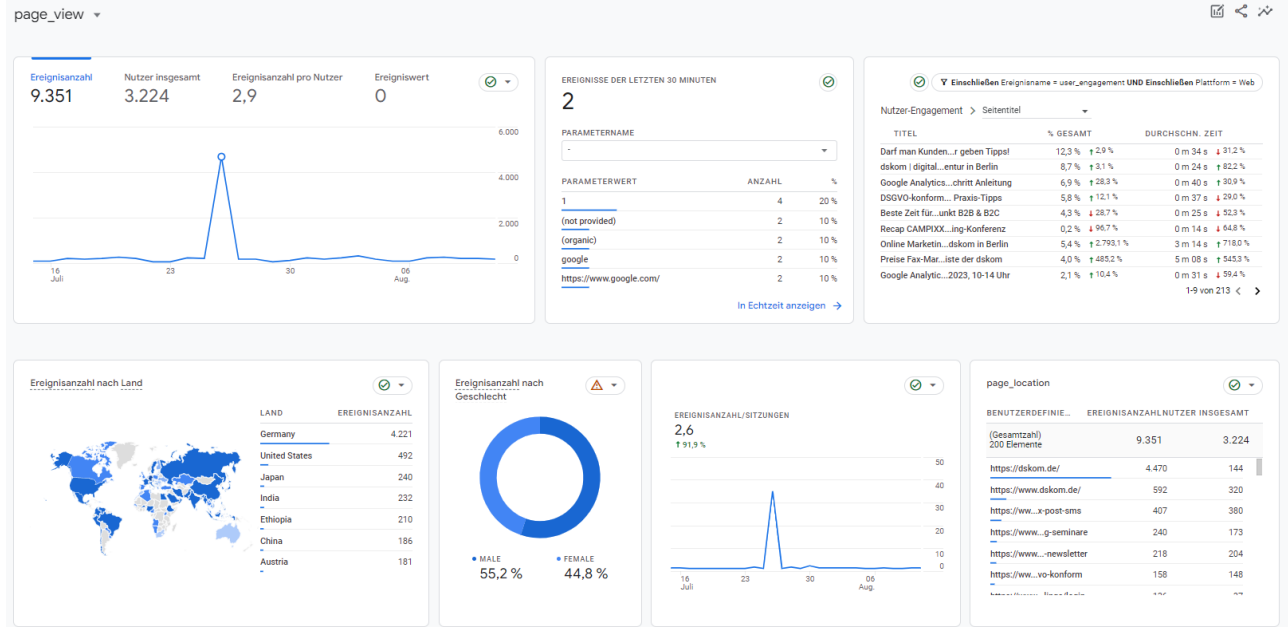
- Lebenszyklus ^
- Akquisition
- ▾ Engagement ↖
- Übersicht
- Ereignisse ↖
- Conversions
- Seiten und Bildschirme
- Landingpage
- Monetarisierung
- Bindung

- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.

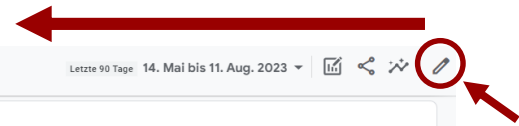
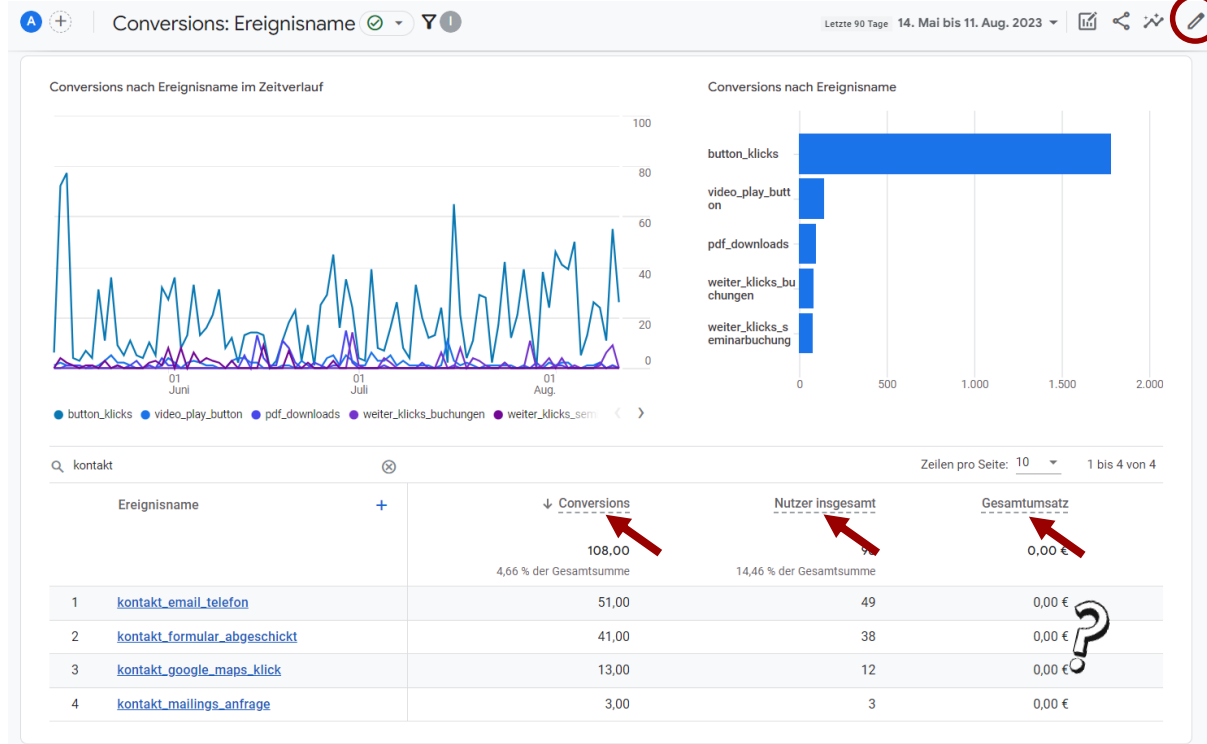
Q Suchen... Zeilen pro Seite: 10 Weiter zu: 1 < 1 bis 10 von 28 >

Ereignisname	Ereignisanzahl	Nutzer insgesamt	Ereignisanzahl pro Nutzer	Gesamtumsatz
	33.745 <small>100 % der Gesamtsumme</small>	3.340 <small>100 % der Gesamtsumme</small>	10,15 <small>Durchschn. 0 %</small>	0,00 €
1 page_view	9.351	3.224	2,91	0,00 €
2 session_start	3.587	3.196	1,13	0,00 €
3 first_visit	3.073	3.068	1,00	0,00 €
4 page_load_time	4.216	2.695	1,57	0,00 €
5 clicks_internal	8.079	2.605	3,10	0,00 €
6 user_engagement	1.885	1.429	1,34	0,00 €
7 zielgruppe_fax_interessenten	780	758	1,03	0,00 €
8 zielgruppe_sms_interessenten	620	605	1,02	0,00 €
9 zielgruppe_seminar_interessenten	459	409	1,13	0,00 €
10 scroll	451	329	1,37	0,00 €

- Lebenszyklus ^
- Akquisition
- ▾ Engagement ↗
- Übersicht
- Ereignisse ↗
- Conversions
- Seiten und Bildschirme
- Landingpage
- Monetarisierung
- Bindung
- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.



- Lebenszyklus ^
- Akquisition
- ▾ Engagement →
- Übersicht
- Ereignisse
- Conversions** →
- Seiten und Bildschirme
- Landingpage
- Monetarisierung
- Bindung
- Nutzer ^
- Nutzerattribute
- Techn.



1 Neu generierte Zugriffe

3 Conversions

2 Landingpage

Bibliothek

1

Quelle/Medium
 Quelle/Medium (als Standard via :)
 Quelle
 Medium
 Kampagne
 Channelgruppe

2

Landingpage
 Landingpage + Abfragestring
 Landingpage

3

Conversions
 nichts ändern !!

Alle Seiten
 Seiten Bildschirme (leider nur ohne Einstiege Ausstiege)

Zielgruppen
 schon definiert?
 Ereigniswert statt Gesamtumsatz

Bericht anpassen

BERICHTSDATEN

Abmessungen

Messwerte

BERICHTSFILTER

+ Filter hinzufügen

DIAGRAMME

Liniendiagramm

Balkendiagramm

BERICHTSVORLAGE

Neu generierte Zugriffe

Das mit den
benutzerdefinierten Berichten
ist doch super!
Warum nun auch das noch?



Manche Messwerte können nicht in benutzerdefinierten Berichten verwendet werden!

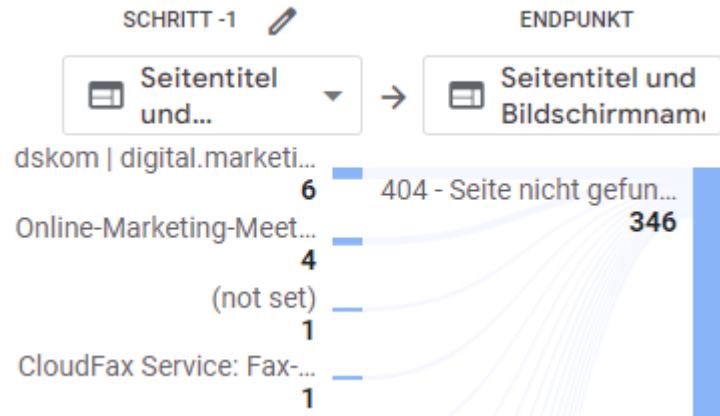


Manchmal ist eine Tabelle, ein Linien- und ein Balkendiagramm nicht genug

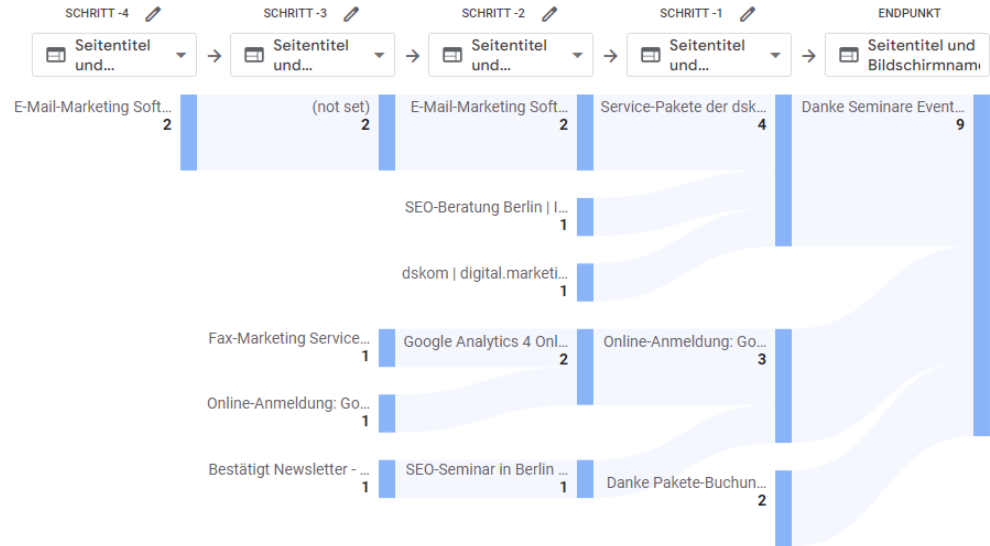
Du suchst nicht nach einer Zahl, sondern eher nach Mustern und Trends.

Die Auswertung, die du suchst, ist nichts Statisches.

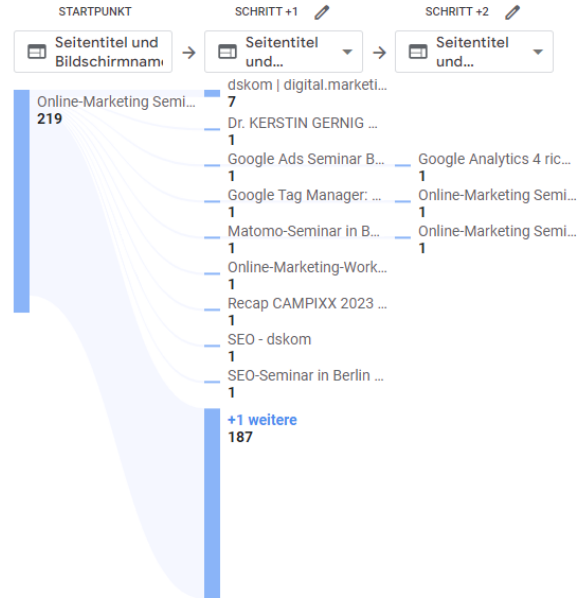
Endpunkt-Analyse: 404-Seite



Endpunkt-Analyse: Buchungsprozess



Startpunkt-Analyse: Landingpage



Segmentvergleiche: Konvertierer vs. Gesamt

VERFAHREN

Nutzer-Explorer

SEGMENTVERGLEICHE

Konvertierer

PIVOT

Erste Spalte

ZEILEN

App-Instanz-ID

Stream-Name

STARTZEILE

1

Segment		Konvertierer				
App-Instanz-ID	Stream-Name	Ereignisanzahl	Sitzungen	Umsatz aus Käufen	Transaktionen	Conversions
Gesamt		9.673 <small>100,0 % der Gesamtsumme</small>	370 <small>100,0 % der Gesamtsumme</small>	0,00 €	0	801 <small>100,0 % der Gesamtsumme</small>
1	134198906.1561367572 dskom.de	2.031	21	0,00 €	0	66
2	1909931262.1678713511 dskom.de	823	8	0,00 €	0	30
3	1749043409.1691858668 dskom.de	649	9	0,00 €	0	15
4	1232126701.1549747481 dskom.de	473	12	0,00 €	0	14
5	1026128780.1691680200 dskom.de	287	4	0,00 €	0	5
6	383808480.1681821404 dskom.de	228	16	0,00 €	0	8
7	1325874919.1681749531 dskom.de	163	7	0,00 €	0	6
8	698054893.1572885983 dskom.de	139	6	0,00 €	0	5
9	1690096043.1692775902 dskom.de	101	1	0,00 €	0	15



Einzelne Customer-Journey untersuchen

1054022495.1678615214

Erstmals erfasst am 12. März 2023
aus (not set), (not set),
mit dskom.de.

[NUTZEREIGENSCHAFTEN ANZEIGEN](#)

Wichtigste Ereignisse

	0		21		0		332
	page_view						115
	user_engagement						57
	session_start						48
	scroll						32
	clicks_internal						30

Ereignisanzahl	Umsatz aus Käufen	Transaktionen	Nutzer-Engagement	button_klicks	weiter_klicks_seminarbu	seminar_b																																																															
353	0,00 €	0	57 m 22 s	15	4	1																																																															
<table border="1"> <tr> <td>▶ 24. Aug. 2023 24 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>24</td> </tr> <tr> <td>▶ 16. Aug. 2023 4 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>▶ 21. Juli 2023 12 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>▶ 19. Juli 2023 15 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>15</td> </tr> <tr> <td>▶ 18. Juli 2023 28 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>1</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>27</td> </tr> <tr> <td>▶ 14. Juli 2023 2 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>▶ 9. Juli 2023 10 Ereignisse</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>0</td> <td></td> <td>10</td> </tr> </table>							▶ 24. Aug. 2023 24 Ereignisse		0		0		0		24	▶ 16. Aug. 2023 4 Ereignisse		0		0		0		4	▶ 21. Juli 2023 12 Ereignisse		0		0		0		12	▶ 19. Juli 2023 15 Ereignisse		0		0		0		15	▶ 18. Juli 2023 28 Ereignisse		0		1		0		27	▶ 14. Juli 2023 2 Ereignisse		0		0		0		2	▶ 9. Juli 2023 10 Ereignisse		0		0		0		10
▶ 24. Aug. 2023 24 Ereignisse		0		0		0		24																																																													
▶ 16. Aug. 2023 4 Ereignisse		0		0		0		4																																																													
▶ 21. Juli 2023 12 Ereignisse		0		0		0		12																																																													
▶ 19. Juli 2023 15 Ereignisse		0		0		0		15																																																													
▶ 18. Juli 2023 28 Ereignisse		0		1		0		27																																																													
▶ 14. Juli 2023 2 Ereignisse		0		0		0		2																																																													
▶ 9. Juli 2023 10 Ereignisse		0		0		0		10																																																													

Einzelne Customer-Journey untersuchen

4. Apr. 2023 | 16 Ereignisse 0 7 0 9

<input type="checkbox"/>	 seminar_buchung	21:20:42
<input type="checkbox"/>	 page_view	21:20:42
<input type="checkbox"/>	 weiter_klicks_seminarbuchung	21:20:35
<input type="checkbox"/>	 button_klicks	21:20:35
<input type="checkbox"/>	 form_start	21:20:35
<input type="checkbox"/>	 weiter_klicks_seminarbuchung	21:20:22
<input type="checkbox"/>	 scroll	21:20:04
<input type="checkbox"/>	 weiter_klicks_seminarbuchung	21:19:59
<input type="checkbox"/>	 weiter_klicks_seminarbuchung	21:19:35
<input type="checkbox"/>	 page_view	21:19:20
<input type="checkbox"/>	 button_klicks	21:18:36
<input type="checkbox"/>	 zielgruppe_seminar_interessenten	21:18:36
<input type="checkbox"/>	 page_view	21:18:36

Sessions mit Conversions bis ins Detail

4. Apr. 2023 | 16 Ereignisse

- seminar_buchung
- page_view
- weiter_klicks_seminarbuchung
- button_klicks
- form_start
- weiter_klicks_seminarbuchung
- scroll
- weiter_klicks_seminarbuchung
- weiter_klicks_seminarbuchung
- page_view
- button_klicks
- zielgruppe_seminar_interessenten

page_view
21:18:36 | Cottbus, Germany
✕

Geräteinfo

Geräteklasse: mobile

Plattform: web

Modellname des Mobilgeräts: CPH2371

Zugehörigkeit zu Zielgruppen ?

All Users dskom.de - Seminar-Interessenten

Ereignisparameter

search_term: (not set)

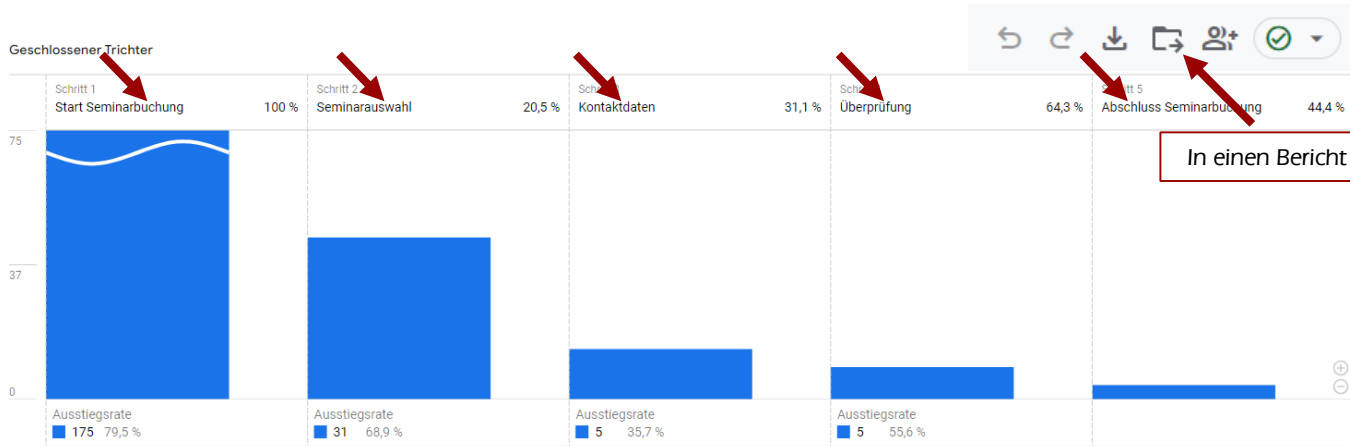
click_text: (not set)

click_url: (not set)

loading_time_sec: 0

page_location: <https://www.dskom.de/seminare/content-marketing>

Schritt für Schritt zur Conversion



Hier wird das gaaaaaaanz in Ruhe erklärt:
https://youtu.be/c_AhsKuNrWk



Daten-Anomalien in GA4 finden

<https://youtu.be/2jeGPw0fl2g>



Ladegeschwindigkeit messen
<https://youtu.be/xPspHL9OCSM>

The screenshot shows the Google Analytics 4 search bar with several queries and filters applied. The queries include:

- organic sitzungen
- organic sitzungen seit april 2023
- google organic sitzungen letzter monat
- mobile user letzte woche
- desktop user letzte 14 tage
- desktop vs mobile user letzten monat
- conversions seit 1. juli
- conversions google organic im juli 2023
- conversionrate im august 2023

Filters and data points shown include:

- Sitzungen für Erste Nutzer
- mobile user letzte woche: 252
- Nutzer im Vergleich zu Monat
- desktop user letzte 14 tage: 1. Juli 2023 bis 31. Juli 2023
- conversions seit 1. juli: 1. Juli 2023 bis 31. Juli 2023
- conversions google organic im juli 2023: 1. Juli 2023 bis 31. Juli 2023
- Conversions: 1.471
- Conversions für Quelle: 1.977

Help links for the 'conversionrate im august 2023' query include:

- Advanced Use Cases | Google Analytics Data API: Conversion Rate Metrics For One Conversion. Step 1: Query the Metadata API Method ...
- API Dimensions & Metrics | Google Analytics Data API: The dimensions and metrics supported in the Analytics Data API queries. Dimensions...

... oder frage doch ganz einfach
dein Google Analytics 4



1

Setup

Tue alles, was nötig ist, um eine guten Datenbasis an GA4 zu senden.

2

Conversions

Nur, wenn ein Ziel ausformuliert ist, kann optimiert werden.

3

Routine

Geh' regelmäßig in die Zahlen. Kläre jede Frage mit deiner Webanalyse.



Es war mir ein Fest 😊

Herzlichen Dank.

Noch Fragen?



Sven Deutschländer
Gründer, Gesellschafter,
Geschäftsführer Online-
Marketing

dskom

digital.marketing.agentur in Berlin



dskom