



WEBINAR

GOOGLE ANALYTICS 4

POINT BREAK
WER WIR SIND

01



DIGITAL MARKETING.
MASSGESCHNEIDERT
UND PERSÖNLICH.

#TEAMSPIRIT

POINT BREAK – UNSER TEAM



Marc Bislin
Inhaber



Paula Bislin
Inhaberin



Helena Görtler
Digital Marketing Managerin



Andrii Pryimak
Full-Stack Developer



Dario Stadler
Digital Ad Manager



Mayra Recio
Interaction Designerin – UX/UI



Moritz Züst
Mediamatiker EFZ



Eugene Polishchuk
Frontend Developer



Noelle Artho
Digital Marketing Assistant



VORSTELLUNG

ÜBER POINT BREAK

DIGITAL STRATEGIE

WORKSHOPS

STRATEGIE

FACHVORTRÄGE

ONLINE MARKETING

SOCIAL MEDIA

GOOGLE ADS

SEO

WEBENTWICKLUNG

WORDPRESS

E-COMMERCE

UX/UI DESIGN

WEBINAR

GOOGLE ANALYTICS 4 (GA4)

02

WAS IST GOOGLE ANALYTICS 4?

- Gratis Analysetool von Google
- Google Analytics gehört zu den meistgenutzten Web-Analysetools weltweit.
- GA4 ist die neuste Generation von Analytics, mit der ereignisbasierte Daten von Websites und Apps erhoben werden.
- Daten von Webseite und Apps können erhoben, dargestellt und analysiert werden.



WIESO GOOGLE ANALYTICS 4?

GA4 gibt uns einen Einblick in unsere Webseite

- Anzahl Besucher
- Verweildauer
- Besucherquellen
- Demografische Merkmale
- Verhalten der Besucher



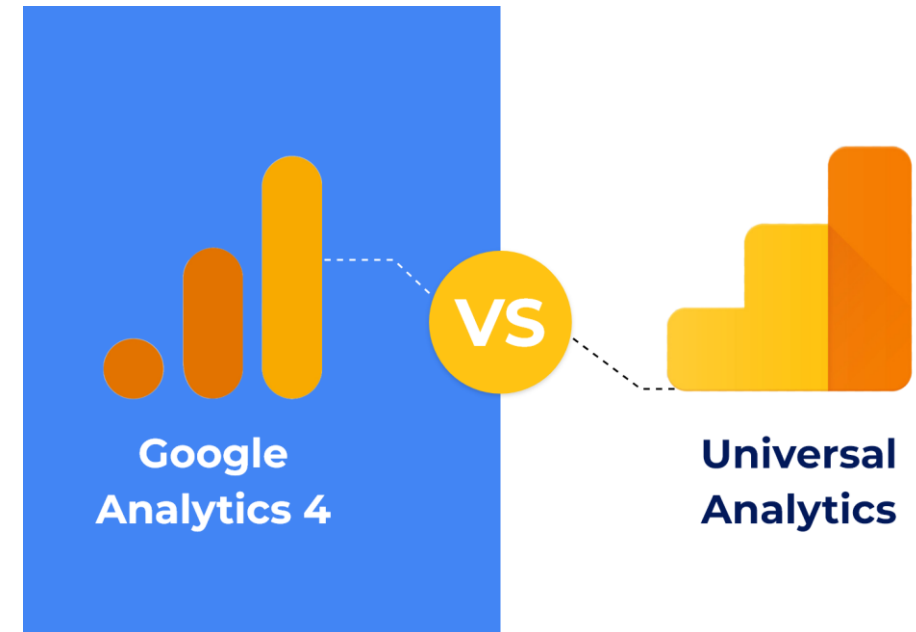
UNIVERSAL ANALYTICS VS. GOOGLE ANALYTICS 4

Universal Analytics

- Ab 1. Juli 2023 werden keine Daten mehr verarbeitet

GA4 Neuerungen

- Neues Datenmodell => basiert auf Events
- Multi-Channel-Messung => Web & App
- Datenschutz => zukunftssichere Lösung
- Künstliche Intelligenz => bessere Datenanalyse
- Nutzeroberfläche und Visualisierung



EINRICHTUNG VON GOOGLE ANALYTICS 4

Erstellung einer GA4-Property mit bestehender UA-Property:

1. Öffnen Sie Ihre UA-Property
2. Klicken Sie auf „Verwaltung“

The screenshot shows the Google Analytics 4 interface. A blue circle with the number '1' is placed over the 'Alle Website-Daten' dropdown menu. A second blue circle with the number '2' is placed over the 'Verwaltung' (Administration) button in the bottom left navigation menu.

Google Analytics-Startseite

Alle Konten > point break
Alle Website-Daten

Kennzahlen:

Nutzer	Sitzungen	Absprungrate	Sitzungsdauer
146	179	57,54 %	3 m 19 s
↓ 28,4 %	↓ 23,2 %	↑ 12,7 %	↑ 47,5 %

In den letzten 5 Minuten aktive Nutzer: 0

facebook.com: ga:bounceRate – Niedrig
1.–30. Nov. 2022

18.26% der Websitezugriffe stammen aus dem Channel "Verweis". In der Tabelle unten sehen Sie einen Vergleich der Leistung von facebook.com mit allen anderen Verweisquellen.

Metric	This source	Other [Referral] traffic
Absprungrate	100.00%	50.27%
Durchschnittl. Sitzungsdauer	00:00:00	00:01:41

Wie kommen Nutzer zu mir?

Traffic-Channel	Quelle/Medium	Verweise
(Stacked bar chart)		15, 20, 25, 30, 35

Wo befinden sich meine Nutzer?

Sitzungen nach Land: Weltkarte mit Fokus auf die Schweiz.

Wann besuchen Ihre Nutzer Sie?

Nutzer nach Tageszeit: Heatmap für die Uhrzeiten von 12am bis 4pm.

Navigation: Attribution BETA, Entdecken, Verwaltung (highlighted with '2').

EINRICHTUNG VON GOOGLE ANALYTICS 4

3. Klicken Sie auf „Property erstellen“.

The screenshot displays the Google Analytics 4 administration interface. At the top, the breadcrumb navigation shows 'Alle Konten > point break' and 'Alle Website-Daten'. The main navigation bar includes 'VERWALTUNG' (highlighted) and 'NUTZER'. The interface is divided into three columns:

- Konto (Account):** Contains a '+ Konto erstellen' button and a list of account management options: Kontoeinstellungen, Zugriffsverwaltung für Konto, Alle Filter, Kontoänderungsverlauf, and Papierkorb.
- Property (Property):** Contains a '+ Property erstellen' button, which is highlighted with a blue circle and an arrow. Below it is a list of property management options: Assistent zum Einrichten einer GA4-Property, Property-Einstellungen, Zugriffsverwaltung für Property, Tracking-Informationen, Property-Änderungsverlauf, Löschanfragen für Daten, and a section for 'PRODUKTVERKNÜPFUNGEN' (Google Ads, AdSense, Ad Exchange, and Tag Manager linkages), Postbacks, Zielgruppendefinitionen, Benutzerdefinierte Definitionen, and Datenimport.
- Ansicht (View):** Contains a '+ Datenansicht erstellen' button and a list of view management options: Einstellungen der Datenansicht, Zugriffsverwaltung für Datenansicht, Zielvorhaben, Gruppierung nach Content, Filter, Channeleinstellungen, E-Commerce-Einstellungen, Berechnete Messwerte BETA, and a section for 'PERSÖNLICHE TOOLS UND ASSETS' (Segmente, Vermerke, Einstellungen für Multi-Channel-Trichter, Benutzerdefinierte Channelgruppierung BETA, Benutzerdefinierte Benachrichtigungen, Geplante E-Mails, and Gespeicherte Berichte).

EINRICHTUNG VON GOOGLE ANALYTICS 4

4. Füllen Sie die drei Felder „Property-Name“, „Zeitzone für Berichte“ und „Währung“ aus.

→ Für den Property-Namen können Sie z.B. den Namen der Webseite oder des Unternehmens nutzen (kann nachträglich auch angepasst werden).

5. Klicken Sie auf „Weiter“.

VERWALTUNG NUTZER

Property erstellen

1 Property-Einrichtung

Hotelinformationen
Eine Property steht für Web- und/oder App-Daten eines Unternehmens. Ein Konto kann eine oder mehrere Properties enthalten. [Weitere Informationen](#)
* [Rufen Sie Ihr Firebase-Konto auf](#), wenn Sie eine neue Property für ein vorhandenes Firebase-Projekt erstellen möchten.

Wenn Sie eine Google Analytics 4-Property erstellen, können Sie Ihre Web- und/oder App-Daten analysieren.

Property-Name
Test-Property

Zeitzone für Berichte
Schweiz (MGZ+01:00) Schweiz (Ortszeit)

Währung
Schweizer Franken (CHF)

Sie können diese Property-Details später unter "Verwaltung" bearbeiten

[Erweiterte Optionen einblenden](#)

In diesem Konto können 97 weitere Properties erstellt werden.

Weiter

Informationen zum Unternehmen

EINRICHTUNG VON GOOGLE ANALYTICS 4

6. Beantworten Sie die Fragen zum Unternehmen (optional).

→ Dies sind Informationen, die an Google gehen. Die Antworten haben keinen Einfluss auf die Funktionen innerhalb von Google Analytics 4. Entsprechend können die Fragen auch unbeantwortet bleiben.

7. Klicken Sie auf „Erstellen“.

VERWALTUNG NUTZER

2 Informationen zum Unternehmen

←

Informationen zum Unternehmen

Unterstützen Sie uns bei der Verbesserung unseres Angebots, indem Sie die folgenden Fragen beantworten.

Branche
Genau einen Wert auswählen ▾

Unternehmensgröße

Klein: 1 bis 10 Mitarbeiter

Mittel: 11 bis 100 Mitarbeiter

Groß: 101 bis 500 Mitarbeiter

Sehr groß: über 500 Mitarbeiter

Wie möchten Sie Google Analytics für Ihr Unternehmen nutzen? Wählen Sie alle zutreffenden Antworten aus.

Kundeninteraktionen mit Website oder App analysieren

Qualität/Nutzerfreundlichkeit von Website oder App optimieren

Daten geräte- oder plattformübergreifend analysieren

Werbekosten optimieren

Mehr Conversions erzielen

Monetarisierung von Content analysieren

Onlineumsatz analysieren

App-Installationen messen

Lead-Generierung messen

Sonstiges

6

7

Erstellen Zurück

EINRICHTUNG VON GOOGLE ANALYTICS 4

8. Wählen Sie die Plattform aus. Für das Tracking einer Webseite wählen Sie „Web“.

VERWALTUNG NUTZER

Property [+ Property erstellen](#)

Test-Property (345864463)

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

PRODUKTVERKNÜPFUNGEN

- Google Ads-Verknüpfungen

Daten erheben

Zum Einrichten der Datenerhebung für Ihre Website oder App geben Sie zuerst an, woher Sie die Daten beziehen möchten (aus dem Web oder einer Android- bzw. iOS-App). Als Nächstes erhalten Sie eine Anleitung dazu, wie Sie dieser Datenquelle ein Datenerhebungs-Tag hinzufügen.

Plattform auswählen

Web Android-App iOS-App

8

EINRICHTUNG VON GOOGLE ANALYTICS 4

9. Geben Sie Ihre Website-URL und den Stream-Namen ein. Für den Stream-Namen können Sie z.B. den Namen Ihrer Webseite nutzen.

(Wir empfehlen die „Optimierten Analysen“ auf aktiviert zu belassen. Dies ermöglicht das Tracking der Standard-Events in GA4)

10. Klicken Sie auf „Stream erstellen“

× Datenstream einrichten

Webstream einrichten

9

Website-URL

Stream-Name

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](#)

Stream erstellen

10

EINRICHTUNG VON GOOGLE ANALYTICS 4

11. Klicken Sie auf „Manuell installieren“

12. Folgen Sie der Anleitung um den Google-Tag auf der Webseite zu integrieren. Gehen Sie bei Bedarf auf Ihre webverantwortliche Person zu.

(Falls Sie mit dem Google Tag Manager arbeiten, können Sie den Google-Tag auch über den Google Tag Manager integrieren)


Geschafft!

Sobald der Google-Tag auf der Webseite integriert wurde, kann es 24-48h dauern bis die ersten Daten in Google Analytics 4 einfließen und ersichtlich sind.

× Installationsanleitung

Google-Tag einfügen

Sie können einen Website-Builder oder ein Content-Management-System (CMS) verwenden und die Einrichtung Ihres Google-Tags automatisch fertigstellen lassen. Das Tag lässt sich aber auch manuell einfügen. Eine hohe Messgenauigkeit erreichen Sie, wenn Sie das Tag auf jeder Seite Ihrer Website verwenden.



Mit einem Website-Builder oder CMS einbinden
11
Manuell installieren

Google-Tag manuell einbinden

Unten finden Sie das Google-Tag für dieses Konto. Kopieren Sie es und fügen Sie es direkt nach dem <head>-Element in den Code aller Seiten Ihrer Website ein. Das Google-Tag darf auf jeder Seite nur einmal vorhanden sein.

```

<!-- Google tag (gtag.js) -->
<script async src="https://www.googletagmanager.com/gtag/js?id=G-EQ7862ZT7X"></script>
<script>
  window.dataLayer = window.dataLayer || [];
  function gtag(){dataLayer.push(arguments);}
  gtag('js', new Date());

  gtag('config', 'G-EQ7862ZT7X');
</script>

```

Google Tag Manager verwenden?

Wenn Sie zusätzliche Funktionen wie Tag-Verwaltungs- und Unternehmens-Workflows nutzen möchten, installieren Sie Google Tag Manager und verwalten Sie alles damit.

[Weitere Informationen](#)

12

WICHTIGSTE KENNZAHLEN UND BERICHTE

GA4 Kennzahlen

- **Nutzer**
(Personen, die mit einer App oder Website interagieren)
 - **Neue Nutzer**
(Nutzer, die Ihre Website oder App zum ersten Mal besucht bzw. verwendet haben)
 - **Wiederkehrende Nutzer**
(Nutzer, die Ihre Website oder App bereits besucht haben)
- **Sitzungen**
(Wenn ein Nutzer eine Seite aufruft und aktuell keine Sitzung aktiv ist. Standardmässig wird eine Sitzung nach 30min Inaktivität beendet.)
 - **Sitzungen mit Interaktion**
(Sitzungen, die länger als zehn Sekunden gedauert oder ein Conversion-Ereignis oder mindestens zwei Seitenaufrufe umfasst haben.)
- **Seitenaufrufe / Aufrufe**
(Wenn eine Seite aufgerufen wird)

GA4 Berichte

Echtzeit

Lebenszyklus

- **Akquisition**
- **Engagement**
 - Events / Ereignisse
 - Conversions
 - Seiten und Bildschirme
- **Monetarisierung**
- **Bindung**

Nutzer

GOOGLE ANALYTICS 4

DATENSCHUTZERKLÄRUNG

Passen Sie die Datenschutzerklärung auf Ihrer Webseite an, wenn Sie GA4 im Einsatz haben.

Ein Muster, welches verwendet werden kann finden Sie über folgenden Link:

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



Herzlichen
Dank.

DIGITAL MARKETING
MASSGESCHNEIDERT UND PERSÖNLICH.

ADRESSE

point break GmbH
Burgstrasse 47
9000 St. Gallen



KONTAKT

info@point-break.ch
071 571 22 50
www.point-break.ch

